

## 毛髮 染色에 關한 實態 調查

- 昌原市 女性을 中心으로 -

崔秀禎\* · 朴惠媛\*\* · 曹五順\*\*

國立昌原大學校 大學院 自然科學大學 衣類學科 碩士\*, 昌原大學校 衣類學科 教授\*\*

## Research on the Actual Condition of Hair Coloring

- Focusing on the Women in Changwon City -

Choi, Soo-Jung\*, Park, Hye-Won\*\* and Cho, Oh-Soon\*\*

Master, Department of Clothing and Textiles, Graduate School of Natural Science, Changwon National University\*  
Professor, Department of Clothing and Textiles, Changwon National University\*\*

### Abstract

The beauty industry of today tends to gradually develop as one of the important marketing strategies along with the total fashion sector.

Hair color, being one of the factors of hair style, especially builds his or her own image and even becomes the nonverbal communication method which let others know him/herself.

Therefore, women's needs and expectations of hair coloring are varied. To meet these need, it is urgent to figure out, most of all, the status of customers' awareness about hair coloring.

Thus, in this study, research and analysis on hair coloring were made, focusing on the women utilizing 20 beauty shops in Changwon city. And the goal that this study set is to use as the study material for the hair coloring consulting in the beauty industry and the basic data for marketing in the industry job-sites.

The conclusion by the three factors(age, job, monthly income) were as follows:

1. Dandyism was on the 1st order in the reason for coloring hair regardless of age, job, and monthly income. This seems to be speaking for the change of women's awareness of coloring hair.
2. The subject of making decision upon whether she was going to color her hair or not was herself regardless of age, job, and monthly income. Among the people belong to these three factors, brown was the color in overall preference.
3. More than half of those who belong to the three factors were not aware of the hair color, but their senses and interest in the color in vogue were high.
4. In terms of the hair coloring periodic time, many people had 2~3months, but it was possible to know that they were interested in improving their images, considering the fact that most of the salaried people had their hair dyed within a month and the people in service job over a month.
5. The acquaintance around me had the strongest effect in collecting information from the people in those three factors and mass media was the next.

The results of this study, in my opinion, would help the customers have beautiful and healthy hair and make images of their own by making the hair designers develop professional knowledges and skills on the hair coloring and improve the quality of beauty services.

**Key words:** beauty industry(미용산업), hair coloring(모발염색), nonverbal communication(무언의 통신 수단), the three factors(3대요인-나이, 직업, 월수입)

## I. 서론

우주 공간의 모든 것은 고유의 색채를 가지고 있으며, 그 사물을 보면서 인간은 다양한 색감을 느끼게 된다. 색은 사람의 마음에 따라 깊은 감동을 주기도 하고 우리의 일상생활을 보다 풍요롭게 만들기도 하며, 좋아하는 색에 둘러 쌓여 있을 때 행복감을 느끼기도 한다. 자신에게 어울리는 칼라로 모발을 염색하여 자기만의 이미지를 연출하면 모든 일에 자신감이 생기기도 한다.<sup>1)</sup>

또한 색은 타인을 지각할 때 큰 영향을 미치는 요인이다. 이에 모발염색은 개성적인 자아상의 표현에서 개인적인 생활양식뿐 만 아니라 생리적, 사회적, 심리적 욕구를 충족시키는데 사용되고 있다. 조화로운 색 선택은 여성의 미적 표현에 중요한 역할을 한다.<sup>2)</sup>

그리고 모발을 통해 다른 사람과 구별되는 자신만의 개성과 이미지 변신이 가능하며, 이러한 외모의 변화는 가치관이나 지위, 직업 등 내면적인 것을 전달하는 비언어적 메시지의 역할을 하게 된다.<sup>3)</sup>

이와 같이 모발색에 대한 새로운 의식의 변화로 모발염색을 희망하는 인구수가 증가하고, 동시에 색깔은 유행에 주기를 타므로 다양한 유행색도 요구되고 있다.

따라서 이들의 욕구를 만족시키기 위해서는 우선 모발염색에 대한 고객들의 의식현황부터 파악하는 것이 가장 시급한 문제이다.

그런데 선행연구를 보면 모발염색제와 관련된 것으로 염색제의 소비형태<sup>4)</sup>와 염모제, 탈색제 처리 시간경과에 따른 각피의 손상과 재생<sup>5)</sup>, 미용관련학과 학생들의 염모제에 대한 인식 조사<sup>6)</sup>, 패션 코디네이터와 이미지 칼라 진단<sup>7)</sup>을 위시하여 퍼스널 칼라에 대한 선택요인 및 만족도<sup>8)</sup>, 칼라링 처리에 의한 모발의 형태학적 변화<sup>9)</sup>, 퍼머, 염색, 탈색 시술에 따른 두발의 역학적·영양학적·변화와 전자현미경관찰<sup>10)</sup>, 양질의 미용 서비스를 위한 모발색상 선호도<sup>11)</sup> 등의 연구에서는 모발 손상도를 실험한 내용들과 개인의 선호색과 조화색에 대한 조사가 있었다. 따라서 일반적인 특성에 따른 모발색상 선호도 조사가 있었지만 모발염색 기술을 개발하는데 필요한 고객들의 실태를 파악한 연구는 미흡한 상태이다.

이에 본 연구는 창원시내에 있는 20개의 미용실을 무작위로 선정하고, 이들 미용실을 이용하는 여성고객을 대상으로 모발염색에 관한 실태를 조사 분석하여 뷰티 산업의 염색 컨설팅 연구 자료 및 산업현장의 마케팅 기초 자료로 활용하고자 한다.

연구 자료 및 구체적인 내용은 고객의 연령, 직업, 월수입에 따라 염색목적, 권유자, 선호색상, 악명인지, 유행색인지, 염색주기, 정보수집에 이르기까지 설문지를 작성하여 실태를 파악해 SPSS 10.0k for Windows 프로그램을 이용하여 빈도분석과 교차분석(chi-square)을 통해 통계 처리하였다.

## II. 조사 절차 및 방법

### 1. 조사대상

R. J. Havighurst와 J. Piaget 인간 발달 단계설<sup>12)</sup>을 참고로 하여 창원시 20개의 미용실을 무작위로 선정하여 이들 미용실을 방문하는 여성 고객을 그 대상으로 하였다.

설문지 250부를 배부하여 226부를 회수하였고, 회수율은 90.4%였다. 응답자중 부적절하게 답한 26부를 제외한 200부를 최종 분석에 사용하였다.

### 2. 조사자료

설문지 작성은 나드리 헤르본 화장품 고객 리서치<sup>13)</sup> 조사항목을 토대로 수정 보완하여 본 조사에 알맞은 문항으로 만들었다. 설문지 조사 요인은 연령, 직업, 월수입별로 나누고 이에 따른 ① 염색목적, ② 권유자, ③ 선호색상, ④ 악명인지, ⑤ 유행색인지, ⑥ 염색주기, ⑦ 정보수집 등의 문항으로 구성하였다.

### 3. 조사기간 및 방법

1) 조사기간은 2002. 12. 2일부터 12월 9일까지였다.

2) 조사방법은 집단면접(集團面接)과 방문면접(訪問面接)<sup>14)</sup> 방법을 참고하였다.

#### 4. 자료처리 방법

수집된 데이터는 SPSS 10.0k for Windows 프로그램을 이용하여 통계분석 하였다. 일반적 특성은 빈도 분석을 수행하였으며 연령, 직업, 월수입 요인과 검색 목적, 권유자, 선호색상, 약명인지, 유행색인지, 검색주기, 정보수집의 7개 항목에 따른 분포는 교차분석(chi-square)하여 유의도를 산출하였다.

#### 5. 본 조사의 제한점

조사대상의 인원이 적을 뿐 아니라 연령별로 균등한 숫자가 아니며 조사지역이 창원시에 국한되어 있으므로 분석결과를 확대해석 하는 데는 제한점이 있다.

### III. 일반적 특성

분석대상 200부에서 밝혀진 결과는 <그림 1>과 같다. 먼저 응답자의 연령별 구성은 20대까지가 84명(41.0%)으로 가장 많고 30대, 40대 순으로 나타났다. 또 직업별 구성은 서비스업이 52명(26.0%)으로 1위였고 주부, 직장인, 학생 순이었으며 월수입별 구성은 1위가 100만원미만 75명(37.5%)이었고 100~200만원미만이 59명(29.5%), 300만원이상 36명(18.0%), 200~300만원미만은 30명(15.0%) 순으로 나타났다. 특히 연령별 구성에 있어서 20대까지와 30대가 조사대상자 응답자가

많은 것으로 보아 이 연령 대 여성들의 미용실 방문이 많다는 것을 짐작할 수 있었다.

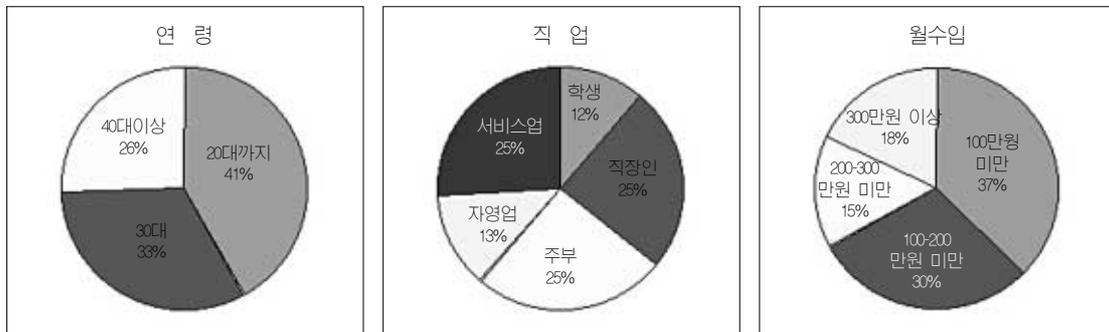
### IV. 분석 결과 및 논의

#### 1. 연령에 따른 모발염색

연령에 따른 모발염색의 목적과 권유자, 선호색상, 약명인지, 현재 유행색인지, 검색주기, 정보수집에 대한 현황을 살펴보면 첫째; 염색을 하는 목적에서는 멋내기 위하여가 전체의 69.0%로 흰머리 커버가 22.0%, 권유에 의해서가 9.0% 순으로 나타났고, 이는 연령에 따라 통계적인 유의차가 나타났다( $\chi^2 = 76.332, p=0.000$ ). 20대까지와 30대는 멋내기가 가장 많고, 40대이상은 흰머리 커버가 가장 많이 나타났다.<표 1>, <그림 2>

둘째; 누구의 권유에 의해 염색을 하는가는 자신의 선택이 69.5%로 가장 많았고, 디자이너가 16.5%, 친구가 14.0%순으로 나타났는데 이는 연령에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다( $p=0.040$ ). 자신의 선택은 40대이상>20대까지>30대로 비율이 높았다. 디자이너의 권유는 30대>40대이상>20대까지 순이고, 친구의 권유에 의해서는 20대까지>30대>40대이상 순으로 나타났다.<표 2>, <그림 3>

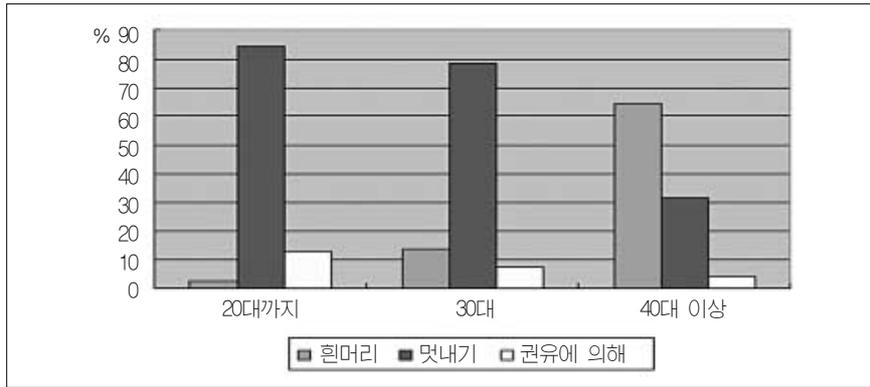
셋째; 선호색상은 갈색이 전체의 57.0%로 가장 높았고 붉은색이 21.5%, 검정이 11.0%, 특수색(미색, 회색, 카키색)이 10.5%순으로 나타났는데 이는 연령에



<그림 1> 전체 응답자의 인구 통계학적 특성 (연령, 직업, 월수입)

<표 1> 연령별 염색목적 현황

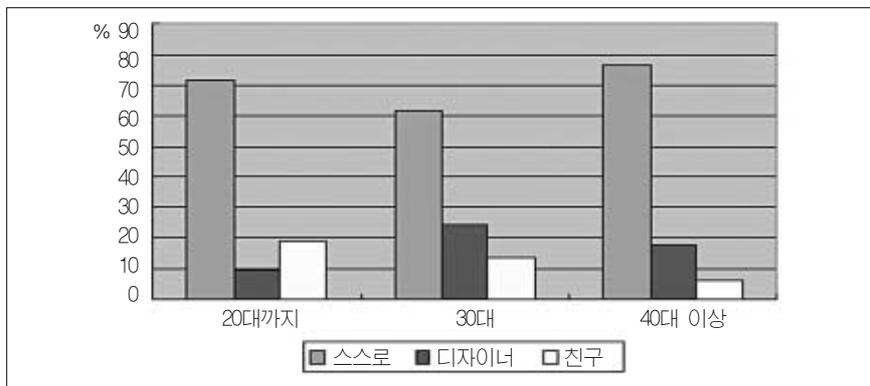
연령 \ 염색목적	흰 머리	멋 내기	권유에 의해	합 계
20대까지	2.4%(2명)	84.5%(71명)	13.1%(11명)	100.0%(84명)
30대	13.8%(9명)	78.5%(51명)	7.7%(5명)	100.0%(65명)
40대이상	64.7%(33명)	31.4%(16명)	3.9%(2명)	100.0%(51명)
합 계	22.0%(44명)	69.0%(138명)	9.0%(18명)	100.0%(200명)
통계량	$\chi^2 = 76.332$ df = 4 p = 0.000			



<그림 2> 연령별 염색목적 현황

<표 2> 연령별 권유자 현황

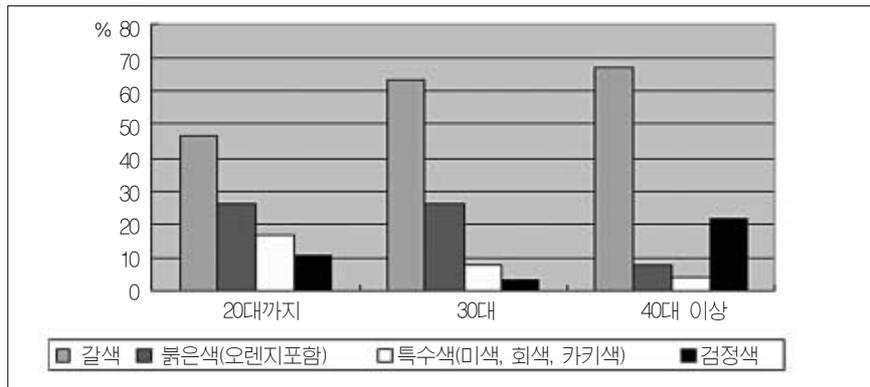
연령 \ 권유자	스스로	디자이너	친구	합 계
20대까지	71.4%(60명)	9.5%(8명)	19.0%(16명)	100.0%(84명)
30대	61.5%(40명)	24.6%(16명)	13.8%(9명)	100.0%(65명)
40대이상	76.5%(39명)	17.6%(9명)	5.9%(3명)	100.0%(51명)
합 계	69.5%(139명)	16.5%(33명)	14.0%(28명)	100.0%(200명)
통계량	$\chi^2 = 10.037$ df = 4 p = 0.040			



<그림 3> 연령별 권유자 현황

<표 3> 연령별 선호색상 현황

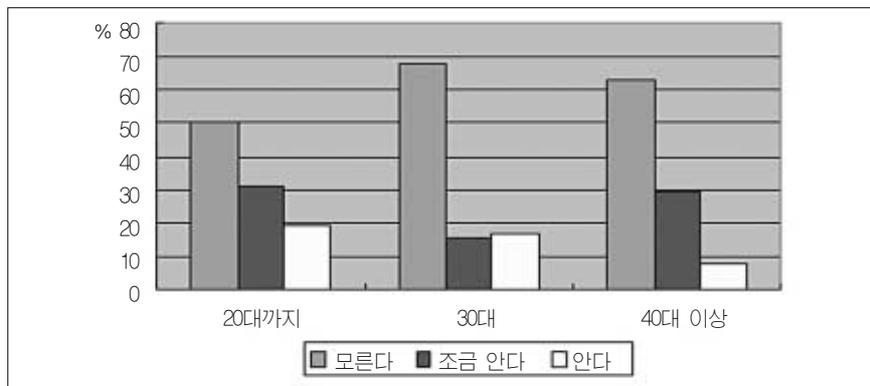
연령 \ 선호색상	갈 색	붉 은 색	특수색(미색, 회색, 카키색)	검 정색	합 계
20대까지	46.4%(39명)	26.2%(22명)	16.7%(14명)	10.7%(9명)	100.0%(84명)
30대	63.1%(41명)	26.2%(17명)	7.7%(5명)	3.1%(2명)	100.0%(65명)
40대이상	66.7%(34명)	7.8%(4명)	3.9%(2명)	21.6%(11명)	100.0%(51명)
합 계	57.0%(114명)	21.5%(43명)	10.5%(21명)	11.0%(22명)	100.0%(200명)
통계량	$\chi^2 = 23.369$ $df = 6$ $p = 0.001$				



<그림 4> 연령별 선호색상 현황

<표 4> 연령별 약명인지 현황

연령 \ 약명인지여부	모른다	조금 안다	안다	합 계
20대까지	50.0%(42명)	31.0%(26명)	19.0%(16명)	100.0%(84명)
30대	67.7%(44명)	15.4%(10명)	16.9%(11명)	100.0%(65명)
40대이상	62.7%(32명)	29.4%(15명)	7.8%(4명)	100.0%(51명)
합 계	59.0%(118명)	25.5%(51명)	15.5%(31명)	100.0%(200명)
통계량	$\chi^2 = 8.696$ $df = 4$ $p = 0.069$			



<그림 5> 연령별 약명인지 현황

따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다(p=0.001). 갈색은 40대이상)30대에서 주로 선호하였고, 붉은색과 특수색(미색, 회색, 카키색)은 젊은 층이 선호하는 것으로 알 수 있었다. 검정색은 40대이상에서의 선호도가 다른 연령층에 비해 다소 높게 나타났다.<표 3>, <그림 4>

넷째; 염색 약명인지에 대해서는 모른다가 전체의 59.0%로 조금 안다가 25.5%, 안다가 15.5%순으로 나타났는데 이는 연령에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타나지는 않았다(p=0.069). 이는 아직도 염색제를 잘 모르는 고객이 많다는 것을 말해주고 있으며, 이에 대한 전문 헤어 디자이너들의 역할이 기대되었다.<표 4>, <그림 5>

다섯째; 유행색인지 현황에서 조금 안다는 전체의 49.5%, 모른다가 29.5%, 안다가 21.0%로 나타났는데 이는 연령에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타나지는 않았다(p=0.298). 안다와 조금 안다가 70.5%인 것은 유행색에 대한 감각과 관심은 높다는 것을 입증해

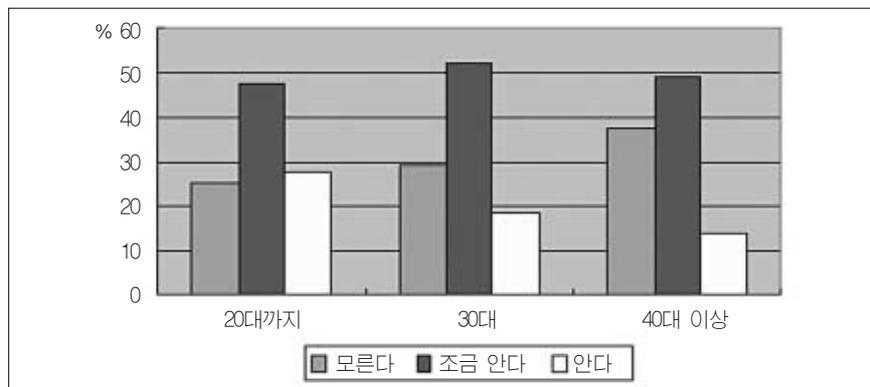
주었다.<표 5>, <그림 6>

여섯째; 염색주기는 3개월이 38.0%, 2개월이 31.5%로 높게 나타났고 이는 연령에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다(p=0.011). 1개월 이상과 1개월 이내 주기로의 염색은 40대가 많은 것으로 나타났다, 20대까지와 30대는 3개월이 높게 나타났는데 40대는 흰머리 커버와 관계가 있다고 생각된다.<표 6>, <그림 7>

일곱째; 정보수집은 주변사람에 의한 것이 전체의 32.0%, 대중매체에 의한 것으로 전체의 29.5%, 패션잡지, 미용잡지·카탈로그 순으로 이는 연령에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다(p=0.018). 20대까지와 30대는 패션잡지에서 정보를 다소 많이 얻고, 40대 이상은 주변사람에 의해 많이 얻는 것으로 나타났다. 전체적으로는 주변사람의 영향이 크지만 20대까지는 패션잡지, 대중매체의 영향을 많이 받는 것을 알 수 있었다.<표 7>, <그림 8>

<표 5> 연령별 유행색인지 현황

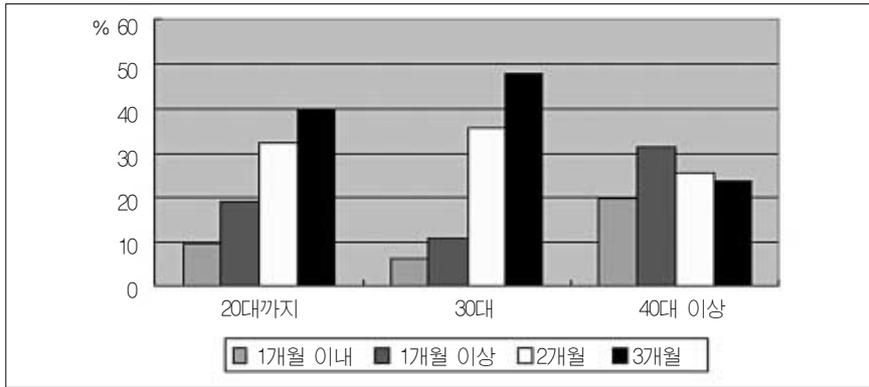
연령\현재유행색	모른다	조금 안다	안다	합 계
20대까지	25.0%(21명)	47.6%(40명)	27.4%(23명)	100.0%(84명)
30대	29.2%(19명)	52.3%(34명)	18.5%(12명)	100.0%(65명)
40대이상	37.3%(19명)	49.0%(25명)	13.7%(7명)	100.0%(51명)
합 계	29.5%(59명)	49.5%(99명)	21.0%(13.7명)	100.0%(200명)
통계량	$\chi^2 = 4.897$ $df = 4$ $p = 0.298$			



<그림 6> 연령별 유행색인지 현황

<표 6> 연령별 검색주기 현황

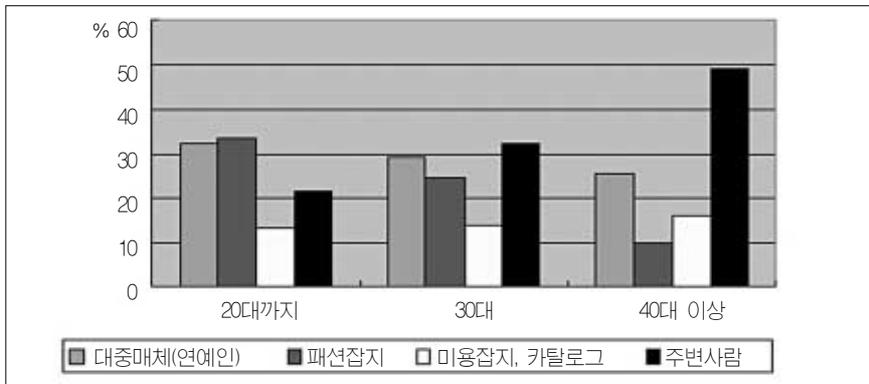
연령 \ 검색주기	1개월 이내	1개월 이상	2개월	3개월	합 계
20대까지	9.5%(8명)	19.0%(16명)	32.1%(27명)	39.3%(33명)	100.0%(84명)
30대	6.2%(4명)	10.8%(7명)	35.4%(23명)	47.7%(31명)	100.0%(65명)
40대이상	19.6%(10명)	31.4%(16명)	25.5%(13명)	23.5%(12명)	100.0%(51명)
합 계	11.0%(22명)	19.5%(39명)	31.5%(63명)	38.0%(76명)	100.0%(200명)
통계량	$\chi^2 = 16.587$ $df = 6$ $p = 0.011$				



<그림 7> 연령별 검색주기

<표 7> 연령별 정보수집 현황

연령 \ 정보수집	대중매체	패션잡지	미용잡지, 카탈로그	주변사람	합 계
20대까지	32.1%(27명)	33.3%(28명)	13.1%(11명)	21.4%(18명)	100.0%(84명)
30대	29.2%(19명)	24.6%(16명)	13.8%(9명)	32.3%(21명)	100.0%(65명)
40대이상	25.5%(13명)	9.8%(5명)	15.7%(8명)	49.0%(25명)	100.0%(51명)
합 계	29.5%(59명)	24.5%(49명)	14.0%(28명)	32.0%(64명)	100.0%(200명)
통계량	$\chi^2 = 15.356$ $df = 6$ $p = 0.018$				



<그림 8> 연령별 정보수집 현황

## 2 직업에 따른 모발염색

직업에 따른 모발염색의 목적과 권유자 선호색상, 약명인지, 유행색인지, 염색주기, 정보수집에 대한 현황을 살펴보면 첫째; 염색을 하는 목적이 어떻게 다른지 살펴본 결과 직업에 따라서 통계적인 유의차가 나타났다(p=0.008). 흰머리 커버가 자영업(주부)직장인)서비스업 순으로 나타났고, 멋내기 위해 염색하는 경우에 있어 학생(서비스업)직장인)주부)자영업의 순으로 나타난 것으로 보아 역시 서비스업에 종사하는 자나 직장인이 패션 감각에 민감함을 알 수 있었다.(표 8), (그림 9)

둘째; 누구의 권유에 의해서 염색하는가가 어떻게 다른지 살펴본 결과 직업에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다(p=0.008). 자신의 선택으로 스

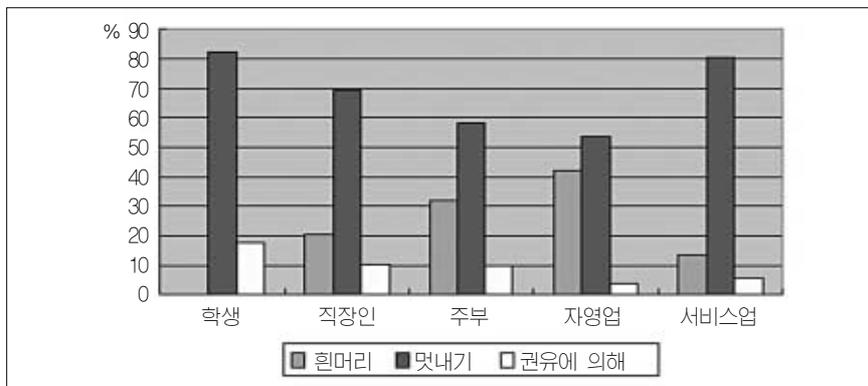
스로 결정하는 경향은, 서비스업)주부)자영업)학생 순으로 나타났고, 디자이너가 권유하여 염색하는 경우는 직장인)자영업)주부 순으로 나타났으며, 학생은 한 명도 없는 것으로 보아 어릴수록 전문가의 권유가 영향을 미치지 못하는 반면 친구의 영향이 크다는 것을 알 수 있었다.(표 9), (그림 10)

셋째; 선호하는 색상이 어떻게 다른지 살펴본 결과 직업에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타나지는 않았다(p=0.200). 그러나 갈색은 주부)직장인 순으로 선호하고, 특수색(미색, 회색, 카키색)은 서비스업에서 가장 선호하였으며 검정은 학생)자영업 순으로 선호하는 것으로 나타났다.(표 10), (그림 11)

넷째; 약명인지에 대해서 차이가 나타나는지 살펴본 결과 직업에 따라서 통계적인 유의차가 나타나지는 않았다(p=0.771). 그러나 모른다는 경우 학생이 가장

<표 8> 직업별 염색목적 현황

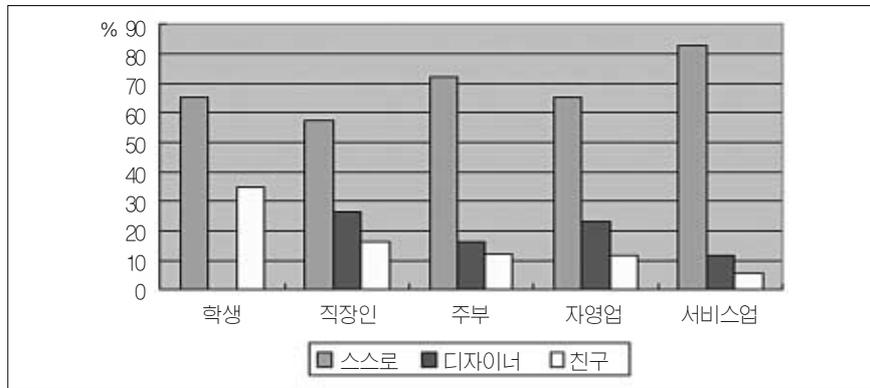
직업 \ 염색목적	흰머리	멋내기	권유에 의해	합계
학생	0.0%(0명)	82.6%(19명)	17.4%(4명)	100.0%(23명)
직장인	20.4%(10명)	69.4%(34명)	10.2%(5명)	100.0%(49명)
주부	32.0%(16명)	58.0%(29명)	10.0%(5명)	100.0%(50명)
자영업	42.3%(11명)	53.8%(14명)	3.8%(1명)	100.0%(26명)
서비스업	13.5%(7명)	80.8%(42명)	5.8%(3명)	100.0%(52명)
합계	22.0%(44명)	69.0%(138명)	9.0%(18명)	100.0%(200명)
통계량	$\chi^2 = 20.695$ $df = 8$ $p = 0.008$			



<그림 9> 직업별 염색목적 현황

<표 9> 직업별 권유자 현황

직업 \ 권유자	스스로	디자이너	친구	합 계
학생	65.2%(15명)	0.0%(0명)	34.8%(명)	100.0%(23명)
직장인	57.1%(28명)	26.5%(13명)	16.3%(명)	100.0%(49명)
주부	72.0%(36명)	16.0%(8명)	12.0%(명)	100.0%(50명)
자영업	65.4%(17명)	23.1%(6명)	11.5%(명)	100.0%(26명)
서비스업	82.7%(43명)	11.5%(6명)	5.8%(명)	100.0%(52명)
합 계	69.5%(139명)	16.5%(33명)	14.0%(28명)	100.0%(200명)
통계량	$\chi^2 = 20.853$ $df = 8$ $p = 0.008$			



<그림 10> 직업별 권유자 현황

<표 10> 직업별 선호색상 현황

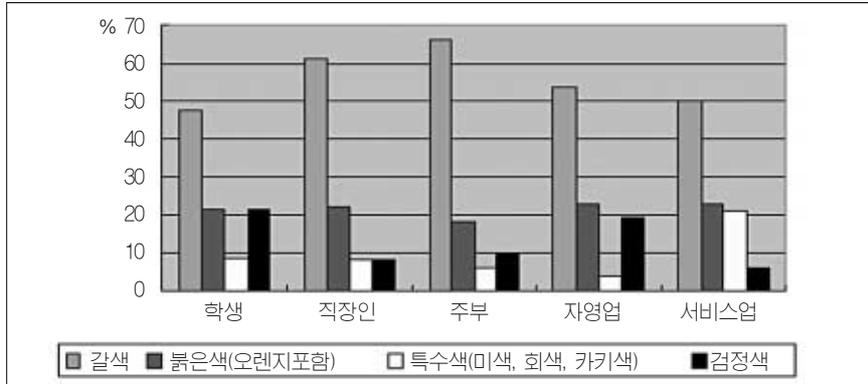
직업 \ 선호색상	갈 색	붉은 색	특수색(미색, 회색, 카키색)	검 정 색	합 계
학생	47.8%(11명)	21.7%(5명)	8.7%(2명)	21.7%(5명)	100.0%(23명)
직장인	61.2%(30명)	22.4%(11명)	8.2%(4명)	8.2%(4명)	100.0%(49명)
주부	66.0%(33명)	18.0%(9명)	6.0%(3명)	10.0%(5명)	100.0%(50명)
자영업	53.8%(14명)	23.1%(6명)	3.8%(1명)	19.2%(5명)	100.0%(26명)
서비스업	50.0%(26명)	23.1%(12명)	21.2%(11명)	5.8%(3명)	100.0%(52명)
합 계	57.0%(114명)	21.5%(43명)	10.5%(21명)	11.0%(22명)	100.0%(200명)
통계량	$\chi^2 = 15.810$ $df = 12$ $p = 0.200$				

높게 나타났고, 안다의 경우 자영업)주부)서비스업 순으로 나타났다.<표 11>, <그림 12>

다섯째: 현재 유행색인지는 어떻게 다른지 살펴본 결과 직업에 따라 통계적인 유의차는 나타나지 않았다( $p=0.458$ ). 그러나 모른다는 경우 자영업이 가장 높

게 나타나고 안다의 경우 서비스업이 가장 높게 나타났다.<표 12>, <그림 13>

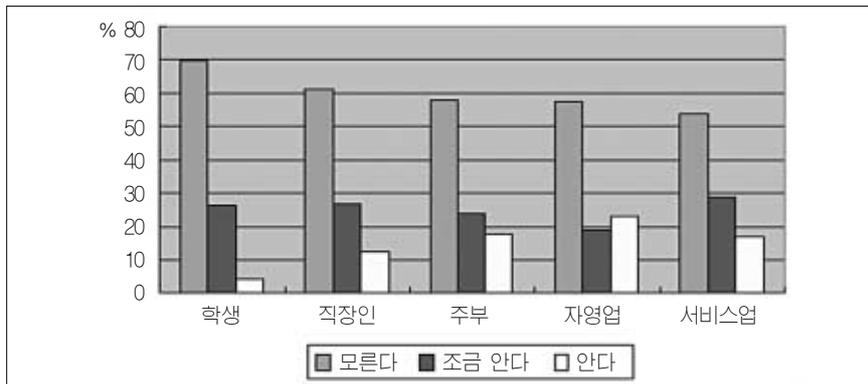
여섯째: 염색주기도 어떻게 다른지 살펴본 결과 직업에 따라 통계적인 유의 차가 나타나지는 않았다( $p=0.437$ ). 그러나 1개월 이상의 경우 자영업)학생)



<그림 11> 직업별 선호색상 현황

<표 11> 직업별 약명인지 현황

직업 \ 약명인지여부	모른다	조금 안다	안다	합 계
학생	69.6%(16명)	26.1%(6명)	4.3%(1명)	100.0%(23명)
직장인	61.2%(30명)	26.5%(13명)	12.2%(6명)	100.0%(49명)
주부	58.0%(29명)	24.0%(12명)	18.0%(9명)	100.0%(50명)
자영업	57.7%(15명)	19.2%(5명)	23.1%(6명)	100.0%(26명)
서비스업	53.8%(28명)	28.8%(15명)	17.3%(9명)	100.0%(52명)
합 계	59.0%(118명)	25.5%(51명)	15.5%(31명)	100.0%(200명)
통계량	$\chi^2 = 4.878$ $df = 8$ $p = 0.771$			



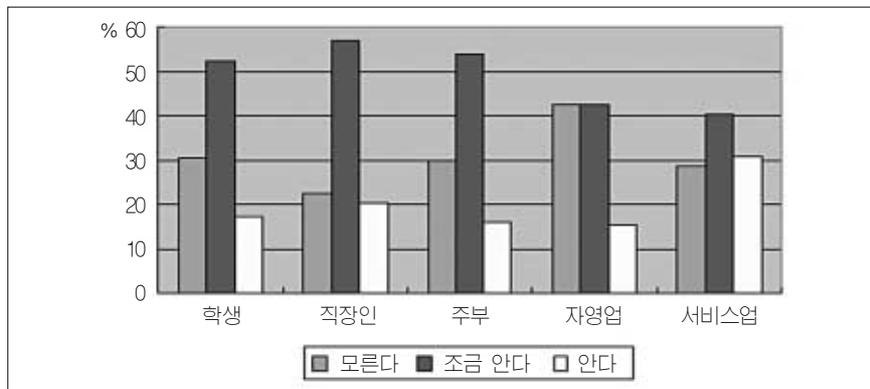
<그림 12> 직업별 약명인지 현황

서비스업 순으로 나타났고, 2개월의 경우 서비스업) 주부 순으로 나타났으며, 3개월의 경우 주부)학생) 직장인 순으로 나타났다.(표 13), (그림 14)

일곱째; 유행하는 색상에 대한 정보를 어떻게 얻는가를 살펴본 결과 직업에 따라 통계적인 유의차가 나타나지는 않았다( $p=0.698$ ). 그러나 주변에서 정보를

<표 12> 직업별 유행색인지 현황

직업 \ 현재 유행색	모른다	조금 안다	안다	합 계
학생	30.4%(7명)	52.2%(12명)	17.4%(4명)	100.0%(23명)
직장인	22.4%(11명)	57.1%(28명)	20.4%(10명)	100.0%(49명)
주부	30.0%(15명)	54.0%(27명)	16.0%(8명)	100.0%(50명)
자영업	42.3%(11명)	42.3%(11명)	15.4%(4명)	100.0%(26명)
서비스업	28.8%(15명)	40.4%(21명)	30.8%(16명)	100.0%(52명)
합 계	29.5%(59명)	49.5%(99명)	21.0%(42명)	100.0%(200명)
통계량	$\chi^2 = 7.750$ $df = 8$ $p = 0.458$			



<그림 13> 직업별 유행색인지 현황

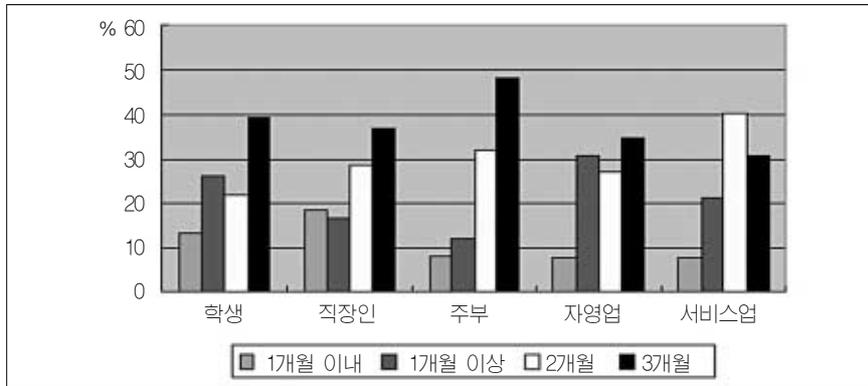
<표 13> 직업별 염색주기 현황

직업 \ 염색 주기	1개월 이내	1개월 이상	2개월	3개월	합 계
학생	13.0%(3명)	26.1%(6명)	21.7%(5명)	39.1%(9명)	100.0%(23명)
직장인	18.4%(9명)	16.3%(8명)	28.6%(14명)	36.7%(18명)	100.0%(49명)
주부	8.0%(4명)	12.0%(6명)	32.0%(16명)	48.0%(24명)	100.0%(50명)
자영업	7.7%(2명)	30.8%(8명)	26.9%(7명)	34.6%(9명)	100.0%(26명)
서비스업	7.7%(4명)	21.2%(11명)	40.4%(21명)	30.8%(16명)	100.0%(52명)
합 계	22%(22명)	19.5%(39명)	31.5%(63명)	38.0%(76명)	100.0%(200명)
통계량	$\chi^2 = 12.110$ $df = 12$ $p = 0.437$				

듣는 경우는 학생)자영업)주부 순으로 나타났고, 대중 매체의 경우 직장인)학생 순으로 나타났다. 나머지는 직업과 상관없이 전체가 주변사람의 영향을 많이 받은 것을 알 수 있었다.(표 14), <그림 15>

### 3. 월수입에 따른 모발염색

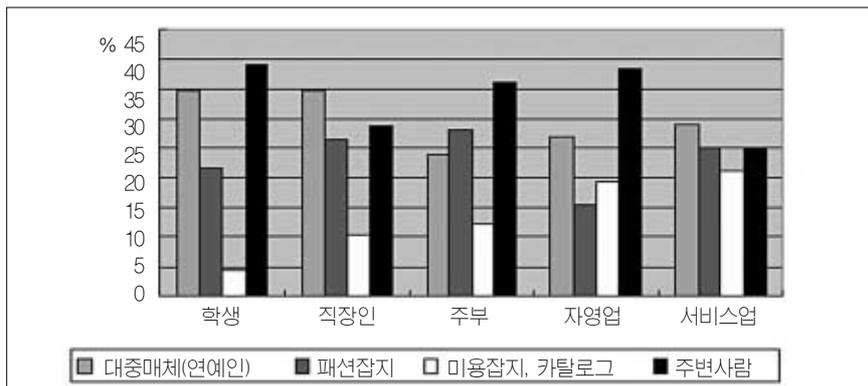
마지막으로 월수입에 따른 모발염색의 현황을 앞에 서와 같이 7가지 항목별로 살펴보고자 한다.



<그림 14> 직업별 영색주기 현황

<표 14> 직업별 정보수집 현황

직업 \ 정보수집	대중매체	패션잡지	미용잡지, 카탈로그	주변사람	합 계
학생	34.8%(8명)	21.7%(5명)	4.3%(1명)	39.1%(9명)	100.0%(23명)
직장인	34.7%(17명)	26.5%(13명)	10.2%(5명)	28.6%(14명)	100.0%(49명)
주부	24.0%(12명)	28.0%(14명)	12.0%(6명)	36.0%(18명)	100.0%(50명)
자영업	26.9%(7명)	15.4%(4명)	19.2%(5명)	38.5%(10명)	100.0%(26명)
서비스업	28.8%(15명)	25.0%(13명)	21.2%(11명)	25.0%(13명)	100.0%(52명)
합 계	29.5%(59명)	24.5%(49명)	14.0%(28명)	32.0%(64명)	100.0%(200명)
통계량	$\chi^2 = 9.053$ $df = 12$ $p = 0.698$				



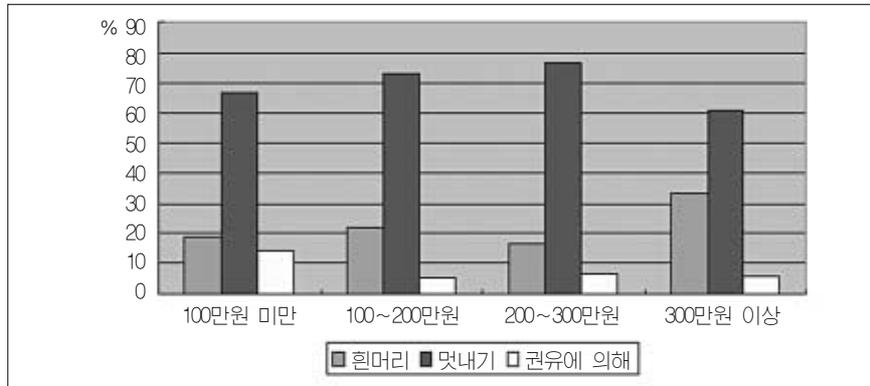
<그림 15> 직업별 정보수집 현황

첫째, 월수입에 따라 영색을 하는 목적을 살펴본 결과 통계적인 유의 차가 나타나지는 않았다( $p=0.240$ ). 그러나 흰머리 커버의 경우 300만원이상)100~200만

원미만) 100만원미만 순으로 나타났고, 멋내기(는 200~300만원미만) 100~200만원미만)100만원미만)300만원이상 순으로 나타났다.(표 15), (그림 16)

<표 15> 월수입별 염색목적 현황

월수입	염색목적	흰머리	멋내기	권유에 의해	합 계
100만원미만		18.7%(14명)	66.7%(50명)	14.7%(11명)	100.0%(75명)
100~200만원 미만		22.0%(13명)	72.9%(43명)	5.1%(3명)	100.0%(59명)
200~300만원 미만		16.7%(5명)	76.7%(23명)	6.7%(2명)	100.0%(30명)
300만원이상		33.3%(12명)	61.1%(22명)	5.6%(2명)	100.0%(36명)
합 계		22.0%(44명)	69.0%(138명)	9.0%(18명)	100.0%(200명)
통계량		$\chi^2 = 7.974$ $df = 6$ $p = 0.240$			



<그림 16> 월수입별 염색목적 현황

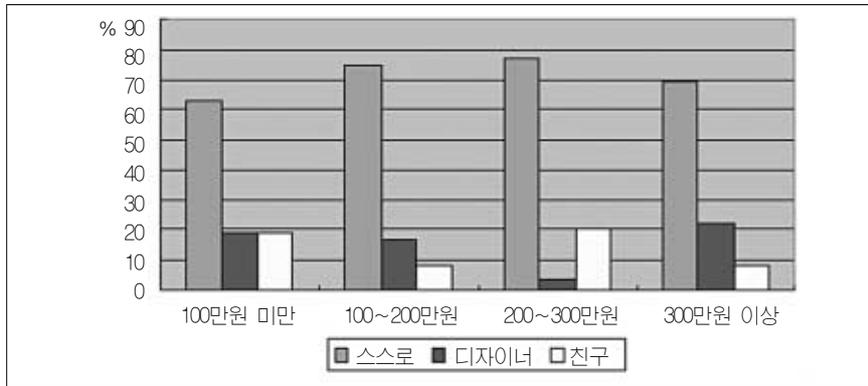
둘째; 월수입에 따라 누구의 권유에 의해서 염색을 하는가를 살펴본 결과 통계적인 유의차가 나타나지는 않았다( $p=0.169$ ). 자신의 선택해서 스스로 염색하는 경우는 200~300만원>100~200만원미만>300만원이상 순으로 나타났고, 디자이너의 권유는 300만원이상 >100만원미만>100~200만원미만 순이었다. 이는 수입이 많은 것과 상관없이 자신의 선택이 가장 높았고

전문가의 역할은 그 다음으로 나타났다.<표 16>, <그림 17>

셋째; 월수입별로 선호하는 색상이 어떻게 다른가 살펴본 결과 통계적인 유의차가 나타나지는 않았다 ( $p=0.343$ ). 그러나 갈색에 대한 선호는 300만원이상 >100~200만원미만 순으로 나타났고, 붉은색은 200~300만원미만>300만원이상>100만원미만의 순이었

<표 16> 월수입별 권유자 현황

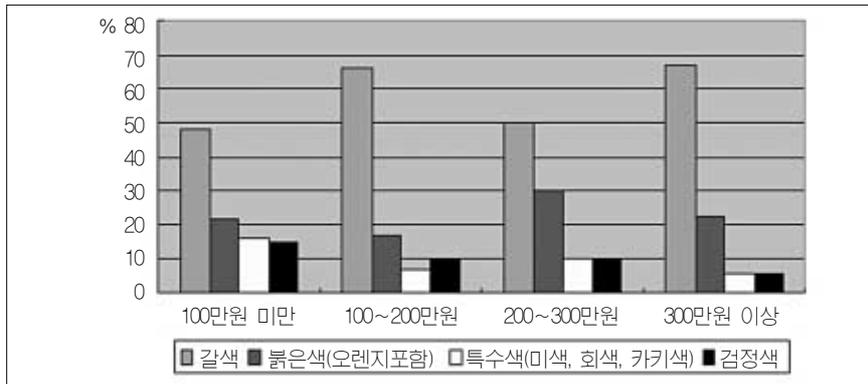
월수입	권유자	스스로	디자이너	친구	합 계
100만원미만		62.7%(47명)	18.7%(14명)	18.7%(14명)	100.0%(75명)
100~200만원 미만		74.6%(44명)	16.9%(10명)	8.5%(5명)	100.0%(59명)
200~300만원 미만		76.7%(23명)	3.3%(1명)	20.0%(6명)	100.0%(30명)
300만원이상		69.4%(25명)	22.2%(8명)	8.3%(3명)	100.0%(36명)
합 계		69.5%(139명)	16.5%(33명)	14.0%(28명)	100.0%(200명)
통계량		$\chi^2 = 9.082$ $df = 6$ $p = 0.169$			



<그림 17> 월수입별 권유자 현황

<표 17> 월수입별 선호색상 현황

월수입	선호색상	갈색	붉은색	특수색(미색, 회색, 카키색)	검정색	합계
100만원미만		48.0%(36명)	21.3%(16명)	16.0%(12명)	14.7%(11명)	100.0%(75명)
100~200만원 이상		66.1%(39명)	16.9%(10명)	6.8%(4명)	10.2%(6명)	100.0%(59명)
200~300만원 미만		50.0%(15명)	30.0%(9명)	10.0%(3명)	10.0%(3명)	100.0%(30명)
300만원이상		66.7%(24명)	22.2%(8명)	5.6%(2명)	5.6%(2명)	100.0%(36명)
합계		57.0%(114명)	21.5%(43명)	10.5%(21명)	11.0%(22명)	100.0%(200명)
통계량		$\chi^2 = 10.092$ $df = 9$ $p = 0.343$				



<그림 18> 월수입별 선호색상 현황

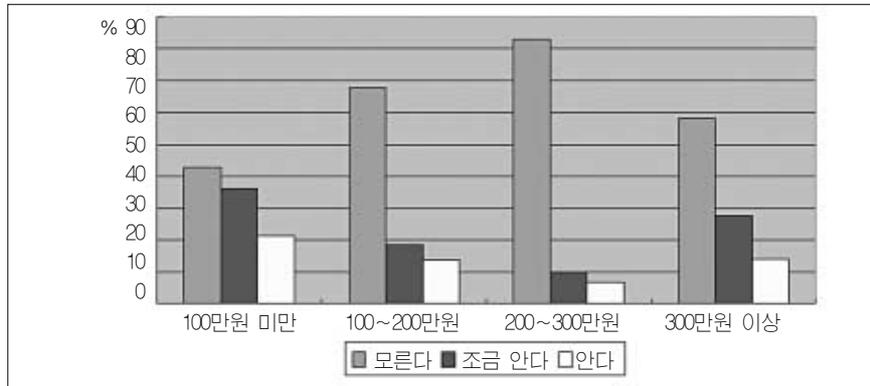
다. 그 외 특수색(미색, 회색, 카키색)과 검정에 대한 선호는 100만원미만이 가장 높게 나타났다.<표 17>, <그림 18>

넷째, 월수입에 따라 약명인지가 어떻게 다른지 살

펴본 결과 통계적인 유의한 차이가 나타났다(p=0.007). 모른다는 경우 200~300만원미만의 경우 83.3%로 가장 높게 나타났고, 조금 안다는 경우 100만원미만>300만원이상 순으로 나타났다.<표 18>, <그림 19>

<표 18> 월수입별 약명인지 현황

월수입	약명인지여부	모른다	조금 안다	안다	합계
100만원미만		42.7%(32명)	36.0%(27명)	21.3%(16명)	100.0%(75명)
100~200만원미만		67.8%(40명)	18.6%(11명)	13.6%(8명)	100.0%(59명)
200~300만원미만		83.3%(25명)	10.0%(3명)	6.7%(2명)	100.0%(30명)
300만원이상		58.3%(21명)	27.8%(10명)	13.9%(5명)	100.0%(36명)
합계		59.0%(118명)	25.5%(51명)	15.5%(31명)	100.0%(200명)
통계량		$\chi^2 = 17.769$ df = 6 p = 0.007			



<그림 19> 월수입별 약명인지 현황

다섯 번째; 월수입별로 유행색인지에 대해 살펴본 결과 통계적인 유의 차가 나타나지는 않았다( $p=0.487$ ). 그러나 100만원미만의 경우 조금 안다와 안다를 합치면 80.0%로 인지도면에서는 다소 높게 나타났다.<표 19>, <그림 20>

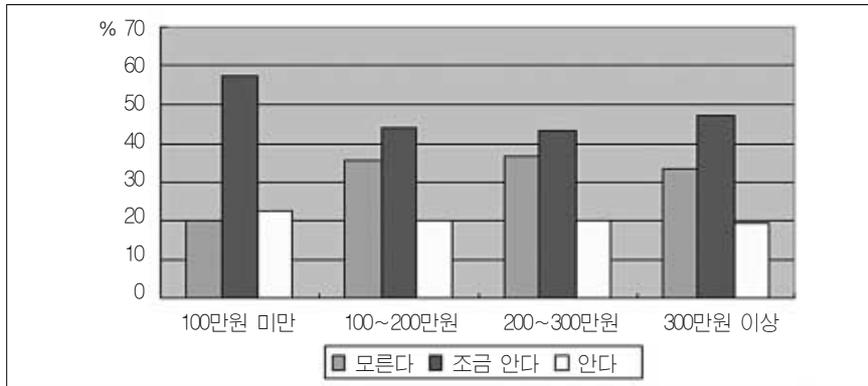
여섯째; 월수입에 따라 염색주기는 어떠한지 살펴본 결과 통계적인 유의차가 나타나지 않았다( $p=0.625$ ).

그러나 2개월의 경우 300만원이상이 41.7%로 다소 높게 나타났고, 3개월의 경우 100~200만원미만>100만원미만>200~300만원미만 순으로 나타났다.<표 20>, <그림 21>

일곱째; 월수입별로 정보수집은 어떻게 다른지 살펴본 결과 통계적인 유의차가 나타나지는 않았다( $p=0.461$ ). 그러나 주변사람의 경우 200~300만원미만

<표 19> 월수입별 유행색인지 현황

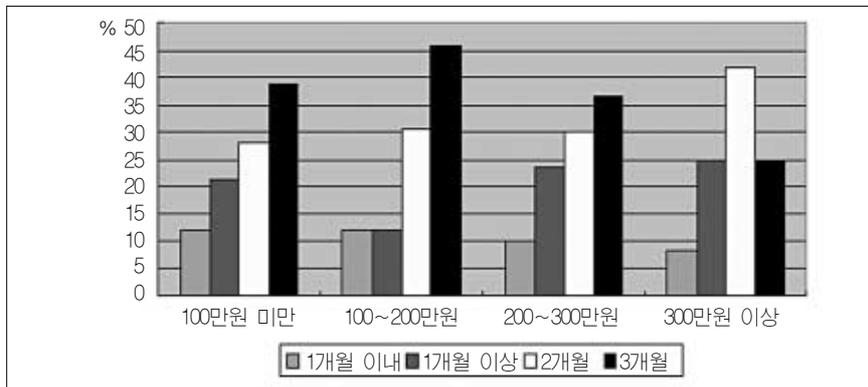
월수입	현재유행색	모른다	조금 안다	안다	합계
100만원미만		20.0%(15명)	57.3%(43명)	22.7%(17명)	100.0%(75명)
100~200만원 미만		35.6%(21명)	44.1%(26명)	20.3%(12명)	100.0%(59명)
200~300만원 미만		36.7%(11명)	43.3%(13명)	20.0%(6명)	100.0%(30명)
300만원이상		33.3%(12명)	47.2%(17명)	19.4%(7명)	100.0%(36명)
합계		29.5%(59명)	49.5%(99명)	21.0%(42명)	100.0%(200명)
통계량		$\chi^2 = 5.456$ df = 6 p = 0.487			



<그림 20> 월수입별 유행색인지 현황

<표 20> 월수입별 염색주기 현황

월수입 \ 염색 주기	1개월 이내	1개월 이상	2개월	3개월	합 계
100만원미만	12.0%(9명)	21.3%(16명)	28.0%(21명)	38.7%(29명)	100.0%(75명)
100~200만원 미만	11.9%(7명)	11.9%(7명)	30.5%(18명)	45.8%(27명)	100.0%(59명)
200~300만원 미만	10.0%(3명)	23.3%(7명)	30.0%(9명)	36.7%(11명)	100.0%(30명)
300만원이상	8.3%(3명)	25.0%(9명)	41.7%(15명)	25.0%(9명)	100.0%(36명)
합 계	22%(22명)	19.5%(39명)	31.5%(63명)	38.0%(76명)	100.0%(200명)
통계량	$\chi^2 = 7.118$ $df = 9$ $p = 0.625$				



<그림 21> 월수입별 염색주기 현황

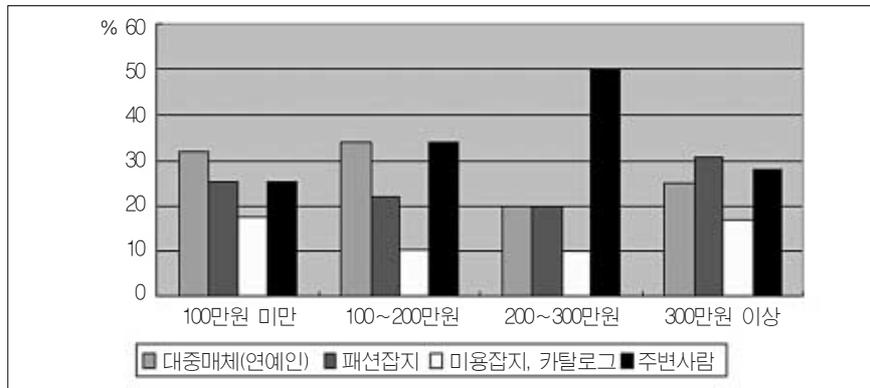
>100~200만원미만>300만원이상>100만원미만 순으로 나타냈다.<표 21>, <그림 22>

## V. 요약 및 결론

헤어스타일(hair style)은 머리의 형태와 더불어 머리의 색, 질감 등 여러 요소의 결합으로 형성되어진다.

<표 21> 월수입별 정보수집 현황

월수입 \ 정보수집	대중매체	패션잡지	미용잡지, 카탈로그	주변사람	합 계
100만원미만	32.0%(24명)	25.3%(19명)	17.3%(13명)	25.3%(19명)	100.0%(75명)
100~200만원 미만	33.9%(20명)	22.0%(13명)	10.2%(6명)	33.9%(20명)	100.0%(59명)
200~300만원 미만	20.0%(6명)	20.0%(6명)	10.0%(3명)	50.0%(15명)	100.0%(30명)
300만원이상	25.0%(9명)	30.6%(11명)	16.7%(6명)	27.8%(10명)	100.0%(36명)
합 계	29.5%(59명)	24.5%(49명)	14.0%(28명)	32.0%(64명)	100.0%(200명)
통계량	$\chi^2 = 8.751$ $df = 9$ $p = 0.461$				



<그림 22> 월수입별 정보 수집 현황

이 중에서도 머리의 색은 타인의 눈에 가장 강하게 인지될 뿐만 아니라 또 변화를 주기도 쉬운 요소이므로 오늘날 모발의 색이 갖는 미용학적인 중요도와 관심도는 매우 크다고 하겠다.

따라서 본 연구에서는 창원시 여성을 중심으로 모발염색의 실태를 조사 분석하였던 바 그 항목별 요약과 결론은 다음과 같았다.

첫째: 연령에 따른 모발염색

① 염색목적은 멋내기, 흰머리 커버, 권유에 의해서 순이고,  $p=0.000$ 으로 연령에 따른 통계적인 유의차가 나타났다. 모발염색에 대한 패션감각은 20~30대가 가장 민감했다.

② 누구의 권유에 의하여 염색을 하는가는 자신의 선택, 디자이너, 친구의 권유 순이고 연령대에 따라 20대까지와 40대는 스스로 선택하는 주관이 뚜렷했다.

③ 선호색상은 전 연령층에서 갈색이었고 붉은색, 검정색, 특수색 순이며,  $p=0.001$ 로 유의차가 나타났다.

④ 염색약명을 모르는 경향은 절반이 넘었고,  $p=0.069$ 로 유의차가 없었다. 유행하는 색에 대한 감각과 관심은 높았다.

⑤ 유행색인지 현황에서 조금 안다는 전체의 약 절반정도로 나타났고  $p=0.298$ 로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

⑥ 염색주기는 3~2개월이 가장 많았으며,  $p=0.011$ 로 연령에 따라 유의한 차이가 있었다.

⑦ 염색에 대한 정보는 주변사람의 영향이 컸으나 40대이상에 비해 20대까지와 30대는 패션잡지 영향이 크게 미쳤다.  $p=0.018$ 로 통계적으로 연령에 따라 유의한 차이가 있었다. 특히 40대이상에 비하여 20~30대에서 높게 나타났다.

둘째: 직업에 따른 모발염색

① 염색목적은 직종에 관계없이 멋네기가 1위였으나, 그 중에서도 학생과 서비스업과 직장인들의 비율이 많은 것은 직업의 특색이 반영된 것으로 생각된다.

흰머리 커버를 위한 염색은 자영업과 주부가 많았다.  $p=0.008$ 로 직업에 따라 통계적인 유의차가 나타났다.

②누구의 권유로 염색을 하는가는 자신의 선택이 높았고 서비스업, 주부의 순이었다. 직장인은 디자이너의 권유, 학생은 친구의 권유가 다소 높게 나타났다.  $p=0.008$ 로 유의차가 있었다.

③ 직업에 따라서 선호색상은  $p=0.200$ 으로 통계적인 유의차는 나타나지 않았으나 즉 갈색은 주부와 직장인, 붉은색과 특수색(미색, 회색, 카키색)은 서비스업에서 선호하였다.

④ 염색제를 모르는 경우는 절반이상이었고  $p=0.771$ 로 유의차가 없었다.

⑤ 유행색인지에서  $p=0.458$ 로 직업에 따른 유의차는 없었으나, 특히 직장인, 주부, 서비스업 종사자들의 관심이 높았다.

⑥ 직업에 따른 염색주기는 통계적으로  $p=0.437$ 로 유의차는 나타나지 않았으나 대체로 3~2개월이었다. 즉 3개월쯤의 염색은 주부, 학생, 직장인, 2개월쯤의 염색은 서비스업, 주부, 1개월 이상쯤의 염색에서는 자영업, 학생 순으로 나타났다.

⑦ 정보는 직업과 무관하게 주변사람의 영향이 크게 미쳤다.  $p=0.698$ 로 유의차는 없었으나 특히 학생, 자영업, 주부는 주변사람으로부터 직장인과 학생은 대중매체의 비율이 다소 높게 나타났다.

셋째: 월수입에 따른 모발염색

① 염색의 목적은 통계적으로  $p=0.240$ 으로 유의차가 나타나지 않았으나, 300만원 이상의 경우 흰머리 커버가 다소 높게 나타났을 뿐 뜻을 내는 현상은 젊은 이들은 수입과 무관하게 자기만의 이미지 연출에 용감하였다.

② 누구의 권유로 염색하는가에서  $p=0.169$ 로 유의차는 없었으나, 100만원미만과 200~300만원미만의 경우는 친구의 권유가 다소 높게 나타났다.

③ 선호색상에서  $p=0.343$ 으로 유의차는 없었으나 대체로 선호색상은 갈색이었다.

④ 염색제를 모르는 상태는 절반이상이었으나,  $p=0.007$ 로 유의한 차가 있었다.

⑤ 유행색에서  $p=0.487$ 로 유의차는 없었으나 관심은 높았다.

⑥ 염색주기는 수입과 상관없이 3~2개월이 가장 많았고,  $p=0.625$ 로 유의차는 없었다.

⑦ 정보수집에서는  $p=0.461$ 로 유의차는 없었으나 주변사람과 대중매체의 영향이 크게 나타났다.

결론적으로

1) 염색목적은 3대 요인(연령, 직업, 월수입)에 관계없이 멋내기가 1위였으나, 연령과 직업에서는 유의차가 나타났고 수입에서는 유의차가 나타나지 않았다. 이는 모발염색에 대한 여성들의 의식변화를 대변해주는 것으로 본다.

2) 누구의 권유에 의해서 염색을 할 것이냐 안 할 것이냐를 결정하는 주체는 3대 요인에 관계없이 자기 자신이었다. 그러나 통계적으로는 연령, 직업에서는 유의차가 있었고 월수입에서는 유의차가 없었다.

3) 3대 요인에서 전체적으로 선호하는 색은 갈색이었으나 주부와 직장인의 비율이 높았고, 젊은층과 서비스업의 종사자들은 붉은색과 특수색(미색, 회색, 카키색)도 선호하는 경향이 있었다. 연령과 직업에서는 유의차가 있었으나 수입에서는 없었다.

4) 염색제는 3대 요인 공히 절반이상 모르는 상태였으나 수입에서는 유의차가 있었고 연령과 직업에서는 없었다.

5) 유행색은 3대 요인 모두 유의차는 없었으나 색에 대한 감각과 관심은 높았다. 특히 젊은층과 직장인, 주부, 서비스업 종사자들의 유행색에 대한 이해의 폭이 넓었다. 약제와 유행색을 알리는 전문인들의 특별한 프로그램이 필요하다고 본다.

6) 염색주기는 3~2개월이 많았지만 직장인은 1개월 이내, 서비스업은 1개월 이상에 1위를 나타낸 것을 보면 다른 직업보다 이미지관리에 관심이 많은 것을 알 수 있었다. 직업과 수입에서는 유의차가 없었고 연령에서만 유의차가 있었다.

7) 정보수집은 3대요인 모두 주변사람들의 영향이 제일 컸고 다음으로 대중매체였다. 직업과 수입에서는 유의차가 없었고 연령에서만 유의차가 있었다. 특히 월수입에서는 별 의미가 없었고 20대와 직장인은 대중매체와 패션잡지에서 많이 수집하는 편이었다.

3대요인중 연령별로는 약명인지와 유행색에서만 유의차가 없었고 나머지 5개 항목에서는 유의차가 나타

났다. 직업별로는 염색목적과 권유자에서만 유의차가 있었고 나머지 항목에는 유의차가 나타나지 않았다. 수입별로는 약명인지 항에서만 유의차가 있었고 나머지 6개항에서는 유의차가 나타나지 않았다. 이는 모발염색에 있어서 수입은 의미가 없다는 뜻으로 해석된다.

이 결과는 헤어디자이너들로 하여금 모발염색에 대한 전문적인 지식과 기술을 개발하여 미용서비스의 질을 향상시켜 고객의 아름답고 건강한 머릿결을 유지하게 하는데 도움을 줄 것이라 생각된다.

후속 연구로는 모(母)집단, 샘플을 요인별, 지역별로 다르게 다수를 대상으로 선택하여 실태를 조사하고 타 지역과 비교분석하여 산업현장에 활용하는 방안을 강구해야 할 것으로 생각한다.

### 참고문헌

- 1) 김희성, 헤어칼라링, 문예원, 1999, pp. 36 - 76.
- 2) 한명숙, 퍼스널 컬러에 대한 컬러 선택요인 및 만족도 연구(헤어·메이크업 컬러를 중심으로), 한국의류산업학회지, Vol. 4-4, 2002, 연구논문.
- 3) 나영순·유현주, 양질의 미용서비스를 위한 모발 색상 선호도에 관한 연구, 한국 미용학회지, Vol. 6-1, 2000, pp. 21 - 37.
- 4) 임병국, 염모제의 소비형태, 1987.
- 5) 김수정등, 염모제·탈색제 처리 시 시간경과에 따른 각피의 손상과 재생, 1996.
- 6) 심미자, 미용관련학과 학생들의 염모제에 대한 인식 조사, 경산대학교 보건대학원 석사학위논문, 2000.
- 7) 엄경숙, 패션코디네이트와 이미지칼라진단, GRAPHIC사, 동경, 1995.
- 8) 오희선, 퍼스널 컬러에 관한 연구(선호색과 조화색을 중심으로), 한국패션비즈니스학회지, Vol. 3-2, 1999, pp. 31 - 36.
- 9) 장경옥·최정숙, 칼라링 처리에 의한 모발의 형

태학적 변화, 한국미용학회지, Vol. 7-3, 2001.

- 10) 김순희, 퍼머·염색·탈색 시술에 따른 두발의 역학적·영양학적변화와 전자 현미경관찰, 고려대학교 석사학위논문, 1996.
- 11) 나영순·유현주, 양질의 미용서비스를 위한 모발 색상 선호도에 관한 연구, 한국미용학회지, Vol. 6-1, 2000.
- 12) R. J. Habighurst의 Developmental Tasks, Jean Piaget 人間發達段階設, 金在恩譯 人間發達과 教育, 서울, 배영사, 1963.
- 13) 나드리 헤르본 고객 리서치 설문지 참고, 2002 11.
- 14) 集團面接-自計式- 集團調査는 調査者が 대상자를 직접 만나 설명한 후 본인들의 직접 기입하는 방법이고, 訪問面接-他計式-個人調査는 훈련된 조사자가 방문 조사하는 방법이다. 湯澤雍彦(編著) 家庭經營實態調査法, 産業圖書, 東京, 1971, pp. 2 - 9.
- 15) 한국소비자보호원, 안정성, 1994.
- 16) 우윤정, 한국여성의 피부색, 얼굴색, 화장색에 관한 연구 - 20대에서 50대까지의 여성을 중심으로, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문, 1998.
- 17) 이미선, "Hair Color Art", 현문사, 서울.
- 18) 김세옥·전연숙, 백모의 원인과 대처 방안에 대한 이론적 고찰, 한국인체예술학회지, Vol. 1-2, 2000.
- 19) 장경옥·최경숙, 칼라링 처리에 의한 모발의 형태학적 변화, 한국미용학회지, Vol. 7-3, 2001.
- 20) 구분미·문윤경·이연경·곽형심·김수희·정선정, 2000 Hair Color Dressing, 청구문화사, 2000.
- 21) 한경희·강영숙·김세옥·김춘득·소영진·윤수용·장경옥·정영태, 모발과학, 훈민사, 2002.
- 22) 구분미·문윤경·이연경·곽형심·김수희·정선정, 2000 Hair Color Dressing, 청구문화사, 2000.

(2003년 1월 13일 접수, 2003년 2월 5일 채택)