

실버 여성들의 패션 라이프스타일에 따른 화장추구혜택과 화장태도

김 현 희* · 김 용 숙**

전북대학교 의류학전공 박사과정* · 전북대학교 의류학전공 교수·인간생활과학연구소 연구원**

A Study on the Make-up Benefits Sought and Attitudes According to Fashion Lifestyles of Silver Women

Hyun-Hee Kim* · Yong-Sook Kim**

Doctoral Course, Dept. of Clothing & Textiles, Chonbuk National University*

Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Research Institute of Human Ecology, Chonbuk National University**

(2007. 9. 5 투고)

ABSTRACT

The purpose of this study was to identify make-up benefits sought and attitudes according to the fashion lifestyle of silver women. Self-administered questionnaire was used for data collection, and subjects were silver women aged over 55 years.

The results were as followed:

1. The factors of fashion lifestyle of silver women were clothing ostentation, leisure activity, interest in appearance, self-confidence, clothing conservation, and economics in clothing, and total variances was 70.99%. Silver women were clustered into high fashion-involvement group, medium fashion-involvement group, low fashion-involvement group, and fashion retard group according to fashion lifestyle.

2. High fashion-involvement group included more silver women with higher education and incomes, but fashion retard group included more with lower education and income.

3. High fashion-involvement group pursued self satisfaction, complement of defects, fashion trend following, politeness to others highly through make-up, and had higher concern and knowledge about make-up, and accepted plastic surgery or skin care positively. But fashion retard group pursued only a little and showed negative attitudes toward plastic surgery or skin care.

Key words: silver woman(실버 여성), fashion lifestyle(패션 라이프스타일), make-up benefits sought(화장추구혜택), make-up attitude(화장태도)

I. 서론

21세기 들어 사회와 문화의 변화 방향은 건강하고 아름다운 삶에 대한 요구를 확장 심화시켰으며 멀티 미디어화로 인하여 모든 연령층이 매력적으로 보이기를 원하는 사회가 되었다. 과학기술의 발달, 식생활의 개선, 생활 수준의 향상 등으로 인하여 전반적인 삶의 질이 높아졌으며, 평균 수명도 연장되어 실버 세대들의 라이프스타일이 변화하고 있다. 실버 세대를 새로운 일을 시작할 수 있는 생산적 소비자로서 보는 시각도 늘어나고 있으며, 단순로운 라이프스타일에서 벗어나 높은 삶의 질을 추구하고 있다.¹⁾ 국민연금이나 국민건강보험과 같은 사회복지제도가 자리잡게 됨에 따라 과거보다 풍족한 실버세대들이 주요 소비자이자 생산자층으로 부상하고 있다.²⁾³⁾

특히 실버 여성들의 의식이 변화하여 자신의 생활 영역을 넓혀 남편과 자녀로 국한되었던 가정생활에서 벗어나 가정 밖에서 다양한 삶을 적극적으로 참여하고 즐기려 한다. 이에 따라 적극적으로 건강하고 아름다운 노후생활에 대한 요구가 증대되고 있으며, 옷이나 화장을 통하여 자신의 외모를 변화시켜 보고자 하는 욕구도 강하다.⁴⁾⁵⁾ 이러한 욕구는 패션 라이프스타일의 변화를 가져왔으며, 여기에 맞춰 실버 여성들을 위한 패션 시장이 활기를 띠고 이들을 표적으로 하는 패션 상품들이 개발되고 있다.⁶⁾ 피부 미용분야에서도 실버 여성들을 위한 기초화장품을 개발하고 피부 노화를 지연시키기 위한 제품이 다양하게 출시되기 시작하고 있다.⁷⁾

실버 여성들은 다양한 사회활동이나 모임 참여를 통하여 자신을 개발하고 여가를 즐기고 있으며, 자신의 외모를 향상시키기 위하여 많은 노력을 기울이고 있다. 실버 여성들을 위한 화장품 요구도⁸⁾, 화장 태도⁹⁾¹⁰⁾에 관한 연구들이 이루어지고 있으나 패션 라이프스타일과 화장을 관련지은 연구는 거의 이루어지지 않았다.

이에 본 연구에서는 실버 여성들의 패션 라이프스타일 유형에 따른 화장추구혜택과 화장태도를 파악하여 화장품 관련업체에 실버 여성들을 위한 상품 개발을 위한 기초 자료를 제공하고자 한다.

II. 문헌고찰

1. 실버여성들의 패션 라이프스타일

고령화 사회로 진입함에 따라 수준 높은 삶을 추구하고자 하는 노년층이 증가하게 되었고, 다른 연령층에 비해 단순로운 라이프스타일을 영위하고 있다고 생각되었던 노년층의 라이프스타일이 다양해짐에 따라 이들의 패션 라이프스타일에 대한 연구가 요구되고 있다.

홍성애¹¹⁾는 실버여성의 경우 노인성 자각이 남성에 비해 빠르며 노년기의 기준은 신체적 기능이나 심리학적 특성에 따라 큰 개인차를 보인다고 하였다. 이들 실버층은 과거와 달리 외모에 관심이 많아서 젊고 건강한 모습으로 활동하면서 스포츠나 레저를 즐기며 보다 질 높은 삶을 추구하고 있다. 그러나 고령화에 따른 육체적 기능저하와 체형변화는 심리적 위축현상을 유발함으로써 그러한 욕구를 방해하는데 이러한 외형적 변화를 의복으로 적절하게 보완함으로써 자신감 있게 사회활동에 참여할 수 있다.¹²⁾

노인의 여가활동과 사회단체 참여 실태에 관한 조사에 의하면 사회단체 종류별 가입률을 보면 종교활동이 제일 높고, 이어 사교 및 단체활동으로 나타나¹³⁾ 이들의 여가활동이 거의 외부활동에 집중되어 있고 사람과의 관계에 초점이 맞추어진 것을 알 수 있다. 그러므로 의복은 실버여성들의 매력을 증진시킬 수 있는 합리적인 도구로서 자신감을 느끼게 해주고 생활이 활력소로서 필요하다¹⁴⁾. 서울에 거주하는 실버 여성들의 경우 생활만족도와 의복 관심도는 정적 상관관계에 있어 생활에 만족할수록 의복관심도가 높았다¹⁵⁾. 또한 고령화될수록 운동능력이 감소하고 체형변화의 결점을 보완하기 위해 활동이 편하고 신체압박이 적으며 입고 벗기 편한 의복을 선호하였다.¹⁶⁾

실버여성의 라이프스타일과 의복행동을 분석한 연구들을 살펴보면 조필교 등¹⁷⁾은 실버 여성들의 라이프스타일 요인을 경제적 절약성, 여가활용성, 가족지향성, 과시적소비성, 자신감지향성, 보수적독립성의 6개 요인으로 파악하였다. 이를 기준으로 보수형, 독

립형, 쾌락추구형, 적극형, 물질추구형의 5개 집단으로 분류하였으며, 쾌락추구형은 상징성, 흥미성, 심미성이 다른 집단에 비해 높고 관리성은 가장 낮으며, 물질추구형은 모든 의복행동 변인에 대하여 높은 점수를 나타냈다. 또한 실버 여성들은 유행을 받아들이는데 다소 보수적인 태도를 가지고 자신의 젊은 시절의 유행스타일을 고수하고, 신중하게 유행을 고려하며, 이것은 의복에 대한 관심이 감소한 것은 아니라고 하였다.

채진미¹⁸⁾는 실버 여성들의 라이프스타일 요인을 부와 미의 추구성, 과시적 소비지향성, 여가활동성, 자신감지향성, 알뜰한 가정지향성으로 파악하였다. 이들 요인을 기준으로 활동적 물질추구형, 과시적 소비지향형, 적극적 가정충실형, 독립적 자기중심형, 여가활동형, 소극적 가정지향형의 6집단으로 분류하였으며, 활동적 물질추구형은 부와 미에 대한 관심이 많으며 여가활동에도 적극적으로 참여하는 집단으로 의복구입 시 디자인을 가장 고려했다. 또 실버 여성들은 라이프스타일 유형에 따라 의복행동 구매의 차이가 있었다. 한성지 등¹⁹⁾의 연구에서는 노년층 여성의 라이프스타일 요인은 미적추구성, 적극적활동성, 경제절약성, 가족지향성으로 4개의 요인으로 파악되었고, 전통적 가족지향형, 과시적 외모지향형, 실리적 물질추구형, 활동적 경제절약형의 4집단으로 분류되었다. 실버여성이 의복구매시 고려하는 평가 기준은 심미성, 실용성, 과시성의 3개의 요인으로 파악되었다. 학력이 높고 소득수준과 의복지출비가 많은 소비자의 경우 유행이나 상표의 명성과 같은 과시적인 측면을 중요시 하는 경향이 높았다. 따라서 고소득 소비성향을 나타내는 실버 소비자는 의류업계의 시장성 높은 표적시장으로 전망되었다. 신혜봉 등²⁰⁾은 실버여성들의 라이프스타일 유형을 쇼핑지향, 외모지향, 고급여가지향, 사교적 활동지향, 혁신지향의 5개 집단으로 분류하였고, 외모지향이 중상층 노년여성 소비자의 가장 두드러진 라이프스타일 특성으로 나타나 실버여성들은 노화에 따른 부정적인 신체적 이미지를 보완하기 위하여 의복을 포함한 외모관리에 많은 관심을 갖는 것을 알 수 있었다. 홍성태와 박은아²¹⁾의 연구에서는 실버여성들의 라이프스타일 유형

이 의욕저하형, 자기중심형, 미시개성형, 알뜰건실형, 적극활동형, 보수안정형의 6개 집단이 분류되었고, 적극활동형이 신체의 건강과 미를 가꾸고 관리하는데 가장 적극적인 특성을 나타내며, 의욕저하형은 화장하기에 보수적인 특성을 보이며 소극적으로 나타났다.

이상과 같이 실버 여성들의 라이프스타일은 외모 관심, 여가활동, 개성추구 등 다양하게 나타나며, 실버여성들의 의복행동 전반에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 앞으로 높은 교육수준과 경제력을 갖춘 네오 실버층이 증가함으로써 그들의 새로운 욕구에 따라 패션 라이프스타일은 더 다양하게 전개될 것으로 보이기 때문에 좀더 세분화된 패션 라이프스타일 측정이 필요한 것으로 본다.

패션 라이프스타일이란 라이프스타일을 패션에 적용한 것이다. 권기대 등²²⁾은 패션 라이프스타일에 따라 여성을 유행지향형, 진보지향형, 과시지향형, 상징지향형, 개성지향형으로 유형화하였으며, 구양숙 등²³⁾은 신세대 주부의 패션 라이프스타일 요인을 상표 및 타인지향, 감각독립지향, 첨단정보매체지향, 계획개성지향, 실용편이지향, 알뜰구매지향으로 추출한 후 패션무관심형, 유행개성추구형, 합리추구형으로 유형화하였다.

2. 화장추구혜택

혜택이란 특정 제품의 속성에 대하여 소비자가 주관적으로 느끼는 요구 또는 욕구로 소비자 제품 사용시 원하는 주관적 보상이나 기대하는 긍정적 결과를 의미한다. 또한 속성이 상품에 대한 객관적 개념이라 할 때 혜택은 속성이 제공하는 결과로 주관적인 개념이다.²⁴⁾ 그러므로 화장추구혜택이란 화장을 통하여 소비자가 주관적으로 느끼는 요구 또는 욕구이며 소비자가 화장품을 사용하면서 원하는 주관적 보상이나 기대 효과를 의미한다고 할 수 있다.

화장의 동기나 기대효과에 대하여 피부보호, 타인에 대한 예의, 결점보완, 아름다움, 개성이나 자신감 표현, 적극적 상승, 변화의 즐거움, 자기가치 표현, 변신, 사회적 적응, 자기 방어나 관리, 여성성 표현 등으로 연구되었다.²⁵⁾²⁶⁾ 또한 화장은 자신의 인상이나 외모를 관리함으로써 사회적 인정받을 수 있다고

하였다. 즉 사람들은 외모가 매력적일 때 사회적으로 유익하다고 인정되면 화장을 많이 하고 반대로 매력적이지 않을 때는 화장을 적게 하게 된다고 하였다.²⁷⁾

한편 얼굴에 피부 질환을 가진 환자에게 커버 화장의 지도가 행해져 자존감정을 유지하는데 성과를 올리고 있고, 신체적인 결함으로 병원 치료를 받고 있던 실버여성 환자들의 외모, 사회활동, 자신감, 가치관 등에 화장으로 인한 단기간의 긍정적인 변화가 발견되었다.²⁸⁾ 또한 노화와 관계된 피부의 외적 형태 변화로는 안드로겐의 감소로 피지분비가 줄어들어 피부의 건조가 진행되고, 진피의 탄력성 저하나 피하지방 조직의 지지력 저하 및 피부를 받쳐주는 근력의 저하 등으로 인한 피부의 늘어짐 및 주름 등이 있으며, 색소침착의 불균일로 인하여 피부색의 변화를 일으켜 피부색의 명도는 저하되고 색상은 적색에서 황색으로 변화하게 된다²⁹⁾고 하였다. 그러므로 기능성 화장품을 사용하면 피부 노화방지, 미백, 피하지방 분해, 모공 축소 등의 효과를 얻을 수 있어 화장품의 치료 기능이 부각되고 있는 현실이다.³⁰⁾

조기여³¹⁾의 연구에서는 여자대학생을 대상으로 화장행동에서 추구하는 것에 따라 사회적 자신감, 즐거움, 피부관리, 자기 충족감, 변신의 도구의 5가지 유형으로 분류하였고, 화장을 보다 자기답게 나타내주는 얼굴을 중심으로 행해지는 인상관리 방법 혹은 의도적인 표출법이라고 하였다.

권현숙³²⁾의 연구는 30-40대의 여성을 대상으로 여성이 화장행동과 관련된 심리적 요인이 화장의 만족도에 미치는 영향을 알아보았는데 심리적 요인으로 는 화장 후 활동성향, 화장의존도, 자기표현욕구, 유행의 4가지 요인으로 나누었으며, 자기 표현 욕구가 강하고, 활동성향이 크고, 유행에 대한 민감도와 화장에 대한 만족도가 높을수록 화장에 대한 의존도가 높게 나타났다.

박선희³³⁾의 연구에서는 화장행동에 따라 자기 만족형, 자기 과시형, 유행 지향형, 사회활동형의 4가지 심리 유형 중 현대 여성의 화장행위는 유행 지향형이 가장 많은 분포를 보이는 것으로 나타나 화장이 개인의 개성보다는 화장품 회사에서 제시하는 미용

정보나 연예인의 화장에 많은 영향을 받는 것으로 볼 수 있었다. 김현희와 유태순³⁴⁾은 화장행동을 측정하기 위한 요인으로 화장만족도, 동조성, 심미성, 유행성, 흥미성, 예의성으로 구분하였으며, 가장 두드러진 결과는 흥미성과 예의성이었다.

박미향과 박옥련³⁵⁾의 화장관련 변인에 따라 화장행동의 차이를 분석한 결과에 의하면, 화장관련 변인은 화장여부, 화장시작동기, 화장품 구입 시 참고 사항, 화장정보출처, 화장품 구입비 등에서 화장행동 요인 간에 유의한 차이를 나타냈다. 즉 화장품 구입비가 많으면 자기만족감과 사회적 자신감을 갖게 되고, 경제적 여유가 생겨 피부관리에 신경을 쓰는 것으로 나타났다.

백경진과 김미영³⁶⁾은 화장행동을 유행지향성, 대인관계중시, 최소화장 및 피부관리, 관습지향, 자기만족감의 5가지 차원으로 설정하여 연구하였다. 나이에 따라 화장행동에 차이가 있음을 나타내어 유행지향 요인이 20대 집단에서 가장 중요하게 지각하는 요인이며, 대인관계 지향은 40대와 50대 집단에서 가장 두드러지게 지각하는 요인으로 나타났다. 김용숙³⁷⁾은 화장추구혜택의 요인으로 자신감, 개성, 아름다움, 체면유지, 결점보완 등 5요인으로 파악하였으며, 이를 기준으로 아름다움 추구집단, 결점보완 추구집단, 개성 추구집단, 자신감추구집단의 4집단으로 유형화하고 집단별 화장품 사용 정도를 분석하였다. 아름다움추구 집단은 기초화장품, 색조화장품, 기능성화장품의 사용정도가 모두 높았으며, 결점보완추구 집단은 다른 집단에 비하여 기능성화장품의 사용정도가 높게 나타났다. 개성추구 집단은 색조화장품의 사용정도가 높았으며, 자신감추구 집단은 화장품 사용정도가 낮았다.

최수경과 강경자³⁸⁾는 20-50대 여성을 대상으로 개인의 욕구와 화장 행동 간의 관계를 4집단의 유형으로 분류하여 연구하였다. 그 결과 미적 욕구가 높으면 동조는 중시하나 도구는 중시하지 않으며, 생리적 욕구와 자아실현의 욕구가 높고 안전의 욕구가 낮으면 도구, 유행 및 개성 행동을 중시하는 것으로 나타나 욕구와 화장 행동의 관계구조는 차이가 있다고 하였다.

3. 화장태도

화장이란 얼굴을 중심으로 한 자신의 부위를 강조 또는 변용하는 의도가 담겨져 있으며, 화장하는 방법에는 소속된 단체나 사회문화적으로 허용되는 방법에는 소속된 단체나 사회문화적으로 허용되는 미적 기준이 반영되어 나타난다. 이렇게 우리의 자신의 매력을 타인에게 나타내는 것에 대해서 기대할 만한 여러 가지 사회적 연관성을 가지고 있다.³⁹⁾ 화장을 하는 것은 자신의 이미지 변화를 유도할 수 있어 자기평가 및 자신과 타인의 관계에 변화를 가져오며, 다소 불완전하지만 자신의 공공이미지를 화장으로서 통제할 수 있다. 현대인의 화장행위 및 심리에 대한 연구는 개개인의 긍정적인 자아의식 형성에 필요한 정보와 화장품 업계의 제품 및 서비스에 대한 소비자들의 심리적 만족도 향상에 필요한 지침을 제공해 줄 것이다.⁴⁰⁾

이화순⁴¹⁾ 연구에서는 60세 이상의 실버여성을 대상으로 화장에 대한 견해, 화장유무, 화장을 하는 이유, 화장으로 얻는 만족도를 포함한 화장과 관련된 태도, 화장품 조달, 구입방법 및 선호도, 주로 사용하고 있는 화장품의 종류들을 분석하였다. 그 결과 화장에 대한 견해는 긍정적이었고, 평소에 기초화장을 하는 경우가 더 많았으며, 색조화장은 외출 시 하는 것으로 나타났다. 화장을 하는 주된 이유는 추해 보이지 않으려고 하였고, 화장을 함으로 얻는 만족도는 만족하는 경우가 불만족하는 경우 보다 약간 높았다.

서란숙과 이소연⁴²⁾의 연구는 50세 이상 70세 미만의 실버여성을 대상으로 전용 화장품에 대한 요구도를 조사한 결과, 실버전용 기능성 화장품이 필요하다고 하여 실버 전용 화장품에 대한 시장세분화의 가능성을 파악하였다. 그러나 실버여성들의 화장습관이나 고정관념상 색조화장품에 대한 요구도는 낮아서 실버여성들 전용 색조 화장품 요구도는 낮게 나타났다. 또한 실버여성들의 화장법에 대한 학습욕구가 높게 나타난 결과로 볼 때 실버여성들에게 어울리는 쉬운 방법의 자연스럽고 우아한 화장법의 연구 개발이 요구되었다.

이승자와 전용수⁴³⁾는 20대-40대의 여성을 대상으로 한 화장 실태와 화장 지식 및 화장태도를 연구한

결과, 화장에 관한 지식과 나이가 많을수록 화장에 대한 태도가 긍정적이었다. 화장의 중요성을 인식하고 일상적으로 화장을 하고 있으나 화장의 건강 측면보다는 외형적이고 관습적인 인식에 머물러 있는 것으로 나타났다. 또한 화장 교육 무경험자가 유경험자보다 많았으며, 이들은 화장에 관한 지식이 낮고 만족감도 부족하게 나타났다. 이화순과 황춘섭⁴⁴⁾은 화장의 사회·심리적 기대효과에 따른 화장의 이미지와 자의식을 분석하였다. 그 결과 화장의 사회·심리적 기대효과는 적극성의 상승, 변화의 즐거움, 자기부족감 보완, 자기가치표현, 타인에 대한 예의수행, 변신도구의 6개 요인으로 파악되었고, 화장 이미지는 세련미, 품위, 호의, 개성의 4개 요인이 분류되었다. 품위와 개성이미지는 화장의 기대효과에 따라 다르게 지각되었으며, 자의식은 전반적으로 화장의 효과에 기대하는 정도가 높을수록 자신의 화장이미지를 보다 긍정적으로 지각하는 경향을 보였다. 또한 화장의 사회·심리적 기대효과와 자의식의 관계를 보면, 사회적 불안이 높은 집단에서 변화의 즐거움 효과, 자기부족감 보완효과, 자기가치 표현효과를 더 높게 기대한다는 점을 고려하여, 유행일변도가 아닌 다양성이 제품 및 미용법의 기획에 반영되어야 하는 것으로 나타났다. 따라서 개인적 자아불안의식이 높은 집단에서 화장의 적극 상승효과를 더 높게 기대한다는 점을 감안하여, 화장의 적극성 상승효과에 대한 내용이 포함된 제품광고가 이루어진다면 그 소구력이 더욱 상승될 수 있을 것으로 판단된다고 하였다.

전진수⁴⁵⁾는 실버여성들은 나이가 들어도 화장에 대한 관심이 매우 높다고 하였다. 실버여성들은 중년 못지않게 화장에 대한 관심, 화장품 및 화장법에 관해 잘 인지하고 있으며, 화장을 하는 큰 이유는 타인에 대한 예의, 젊어 보이고 싶고, 자기만족을 위해서였다. 화장할 때 가장 중점을 두는 부분은 피부이며, 유료 스킨케어에 대해 긍정적인 태도를 보였다. 또한 실버여성들이 선호하는 화장 이미지는 편안하고 젊어 보이면서 품위 있는 이미지였으며, 주름, 기미, 검버섯 등 노화에 따른 피부고민이 높았고, 기초화장 단계를 중요시하며, 클렌징, 스킨, 로션, 크림 모두 사용하는 비율 높고, 또한 사회적 활동이 과거보다 적극적이고

폭넓어지면서 색조화장을 매일 한다고 하였다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

첫째, 실버여성들의 패션 라이프스타일 요인구조를 파악한 후 이를 기준으로 실버여성들을 유형화한다.

둘째, 유형화된 실버여성 집단의 인구 통계적 변인의 특징을 파악한다.

셋째, 유형화된 실버여성 집단의 화장추구혜택과 화장태도의 차이를 파악한다.

2. 용어 정의

1) 실버 여성

실버는 머리카락이 은색으로 변했기 때문에 붙여진 용어이며, 실버여성은 노인보다 자신을 젊은 연령으로 인지하고 노인이란 단어를 부정적으로 생각한다.⁴⁶⁾ 우리나라 관습상 55-65세에 정년퇴임을 하기 때문에 본 연구에서는 55세 이상으로 규정하였다.

2) 패션 라이프스타일

라이프스타일을 의복에 적용한 것이다. 패션은 옷을 입는 방법 이상의 의미를 포함하며, 한 시대의 사상이나 라이프스타일을 반영하는 사회 현상의 하나로 패션의 연속적 변화는 라이프스타일 변화를 반영한다⁴⁷⁾는 관점에서 접근하였다.

3) 화장추구혜택

소비자가 화장품 사용과 관련하여 주관적으로 느끼게 되는 요구로 화장품 사용에 따르는 주관적 보상 또는 기대하는 긍정적 결과이다.⁴⁸⁾ 화장추구혜택은 자기만족, 결점보완, 유행추종, 타인에 대한 예의 등 4영역을 포함한다.

4) 화장태도

외모관리와 관계있는 화장 관심도, 화장방법에 대

한 지식, 성형 수용정도, 피부관리, 화장 만족도, 화장정도 등 6영역을 포함한다.

3. 조사대상자

본 연구의 조사대상자는 전라북도 중·소도시에 거주하는 55세 이상의 여성으로 하였으며, 조사 대상자의 인구통계적 변인은 <표 1>과 같다. 조사 대상자 나이는 55세 이상에서 60세 미만의 여성이 60세 이상의 여성보다 비율이 많이 표집되었으며, 학력은 중학교 졸업 이하의 비율이 많이 표집되었고, 대학교 졸업자의 비율이 가장 적게 표집되었다. 월수입은 200만원 이상에서 300만원 미만인 경우가 많았고, 100만원 미만인 경우는 적었다. 직업의 경우 직업이 없는 경우가 68.7%로 직업이 있는 경우보다 더 많았다.

4. 측정도구

본 연구에 사용된 질문지는 본 연구자들이 작성한 설문지를 사용하여 실버여성들의 패션 라이프스타일, 화장추구혜택, 화장태도, 인구 통계적 변인 등을 측정하는 총 60문항으로 구성되었다.

실버여성들의 패션 라이프스타일에 관한 문항은 선행연구들⁴⁹⁾⁵⁰⁾⁵¹⁾을 토대로 30문항을 선별하여 5점 Likert형으로 구성하였다. 화장추구혜택을 파악하기 위한 문항은 본 연구자들의 선행연구⁵²⁾를 토대로 자기만족, 결점보완, 유행추종, 타인에 대한 예의 등 4개 하위영역에 대하여 각 5문항씩 20문항에 대해 응답하도록 구성하였다. 화장 태도에 관한 문항은 선행연구들⁵³⁾⁵⁴⁾을 참고로 6문항을 선별하여 5점 Likert형으로 구성하였다. 인구 통계적 변인은 나이, 월수입, 학력, 직업 등 4문항으로 구성하였다.

5. 자료수집

본 연구자들이 작성한 측정도구의 이해도를 높이기 위해 2007년 1월 말에 55세의 실버여성 10명을 대상으로 예비조사를 실시하였다. 문항의 표현이 불분명하거나 이해하기 어려운 부분을 파악한 후 질문지를 수정·보완하였다. 본 조사를 2007년 2월 첫 주부터 둘째

〈표 1〉 조사 대상자의 인구통계적 변인

변인	구분	빈도(명)	백분율(%)
나이	55세-59세	237	57.9
	60세-64세	67	16.4
	65세 이상	105	25.7
학력	중학교 졸업 이하	239	58.5
	고등학교 졸업	127	31.3
	대학교 졸업 이상	43	10.5
월수입	200만원 미만	110	26.8
	200만원 이상~300만원 미만	181	44.3
	300만원 이상	118	28.9
직업	있다	128	31.3
	없다	281	68.7

주 사이에 걸쳐 실시하였다. 설문지 430부 중 418부가 회수되었으며 그 중 내용이 불완전하게 응답한 것으로 판단된 9부를 제외하고는 최종 409부를 분석하였다.

6. 분석방법

조사 자료 분석하기 위해 SPSS PC (Ver. 12.0)이 이용하였다.

첫째, 실버 여성들의 패션 라이프스타일의 요인을 추출하기 위해 요인분석을 실시하였고, 요인추출 방법으로 주성분 분석을 이용하여 각 요인의 평균을 구하고 Cronbach's α 검증을 실시하였다. 둘째, 패션 라이프스타일에 따라 실버 여성을 유형화하기 위해 요인 분석결과를 기준으로 군집분석을 하고, 추후 검증으로 Duncan의 다중비교검증을 실시하였다. 셋째, 유형화된 집단의 인구 통계적 특성을 파악하기 위해 교차분석을 실시하였다. 넷째, 유형화된 집단의 화장 추구태도와 화장태도의 특성을 파악하기 위하여 평균과 백분율을 구하고 분산분석을 실시하였다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 패션 라이프스타일의 요인 기준에 따른 실버여성 유형화

실버여성들의 패션 라이프스타일 요인을 파악하기 위해 요인분석을 실시한 결과는 〈표 2〉와 같다. 요인

분석 방법은 주성분 분석에 의한 직각회전방법을 사용하였고, 고유값이 1.0 이상인 요인을 추출하였다. 패션 라이프스타일과 관련된 30문항 중 요인 적재량이 낮은 3문항을 삭제한 27문항을 요인 분석한 결과 6요인으로 추출되었다. 각 요인의 구성항목들은 요인 적재치가 0.5 이상이었으며 각 요인 일관성을 파악하기 위해 Cronbach's α 검증을 통하여 타당성과 신뢰성이 인정되는 요인만 채택하였다.

요인 1은 자신의 이미지를 높이기 위해서 고가의 옷도 좋다고 생각하며, 쇼핑하다가 눈에 띄는 옷이 있으면 즉시 구매하는 내용의 문항들로 구성되어 '의복 과시성'이라 명명되었으며, 설명력은 14.73%였다. 요인 2는 취미활동에 적극적으로 참여하고 여행을 많이 하며 동창회나 친목회에 참석한다는 내용의 문항들로 구성되어 '여가활동'이라 명명되었으며 설명력은 13.71%였다. 요인 3은 나이가 들어도 몸치장에 신경을 써야하며, 치장하는 시간이 즐겁고 행복하다는 내용의 문항들로 구성되어 '외모관심'이라 명명되었으며 설명력은 12.23%였다. 요인 4는 모든 일에 능력 있고, 모임에서는 중심적인 일을 하고 있으며, 자신의 이미지를 가꾸는 과감한 옷으로 바꿀 수 있다는 내용의 문항들로 구성되어 '자신감'이라 명명되었으며 설명력은 10.92%였다. 요인 5는 전통적이고 고전적인 멋을 좋아하고 유행과는 별도로 내가 좋아하는 옷을 구입한다는 내용의 문항들로 구성되어 '의복 보수성'이라 명명되었으며 설명력은 10.23%였다. 요인 6은 필요한 물품은 계획을 세워서 여러 상점을

〈표 2〉 패션 라이프스타일 요인구조

설문항	타당도	
	요인명	요인 적재량
·나는 제품은 비쌀수록 옷이 좋다고 생각한다. ·쇼핑하다 눈에 띄는 옷이 있으면 즉시 사는 편이다. ·자신의 이미지 효과를 높여주는 옷이라면 가격은 문제가 되지 않는다. ·나는 나에 대한 다른 사람의 평가에 신경을 쓴다. ·나는 유명상표가 아닌 옷은 구입하지 않는다. 고유값 : 11.48 분산 : 14.74% Cronbach'α : 0.906	요인 1 의복 과시성	.76 .68 .60 .55 .52
·나는 수영, 등산, 운동 등을 매주 2회 이상 한다. ·영화관이나 전람회에 자주 가는 편이다. ·나는 친목회나 동창회 등 모임에 빠지지 않고 참여한다. ·나는 여행을 많이 하는 편이다. ·나는 취미활동이나 문화 및 교양강좌 수업을 받는다. 고유값 : 2.30 분산 : 13.71% 누적분산 : 28.45% Cronbach'α : 0.912	요인 2 여가활동	.74 .73 .72 .72 .70
·나이가 들어도 여성은 몸치장에 신경을 써야 한다고 생각한다. ·나는 몸치장을 하는 시간이 즐겁고 행복하다. ·나는 외모나 미용에 관심이 많다. ·옷을 입을 때 항상 화장과 장신구도 고려해야 한다. ·나는 옷 입는 것에 관심이 많은 편이다. 고유값 : 1.76 분산 : 12.23% 누적분산 : 40.68% Cronbach'α : 0.823	요인 3 외모관심	.83 .77 .74 .71 .58
·나는 능력이 있다고 믿는다. ·나는 모임에서 중심적인 역할을 하고 있다. ·나는 때때로 과감한 옷으로 이미지를 바꾼다. ·장래에 대한 결정은 가족들 의견보다 나 자신의 결정이 절대적으로 중요하다. 고유값 : 1.34 분산 : 10.92% 누적분산 : 51.60% Cronbach'α : 0.823	요인 4 자신감	.81 .81 .68 .57
·나는 쇼핑 전에 구입할 옷의 목록을 꼼꼼하게 적는다. ·전통주의적 스타일을 선호한다. ·전통적이고 고전적인 멋을 좋아한다. ·유행과도 별도로 내가 좋아하는 옷을 구매한다. 고유값 : 1.20 분산 : 10.23% 누적분산 : 61.83% Cronbach'α : 0.863	요인 5 의복 보수성	.78 .77 .72 .50
·나는 필요한 옷은 계획을 세워서 구매 한다. ·나는 평소에 사고 싶은 옷은 주로 세일기간에 구매한다. ·저가의 옷이라도 가격을 살펴 본 후에 구매한다. ·옷을 사는데 가능하면 여러 상점을 둘러본다. 고유값 : 1.09 분산 : 9.16% 누적분산 : 70.99% Cronbach'α : 0.775	요인 6 의복 경제성	.77 .70 .59 .57

둘러보아 구입하며, 주로 세일 기간에 구입한다는 내용의 문항들로 구성되어 '의복 경제성'이라도 명명하였으며 설명력은 9.16%였다. 이상 6가지 요인의 총 설명력은 70.99%였다.

이상과 같이 실버여성들의 패션 라이프스타일 요인 중 의복 과시성과 여가활동의 중요성이 커지는 성향을 볼 수 있었다. 이는 과학기술의 발달과 국민연금과 같은 노후생활보장제도의 확산으로 인하여 생활수준이 향상됨에 따라 노년기의 전반적인 삶의

질이 높아지고 육체적으로 건강하며 정신적 및 경제적 여유있게 노후 생활을 즐기는 실버여성들의 수가 증가하기 때문일 것이다.⁵⁵⁾ 또 실버여성들은 노년의 풍족한 생활을 배경으로 시간적 여유도 많아지며, 젊었을 때 남편과 자식에 얽매었던 자기 자신의 생활 영역을 넓혀 다양한 삶의 보람을 추구하려고 적극적으로 생활을 즐기려는 의식이 강해질 때라고 할 수 있다. 실버여성들은 여러 유형의 모임을 참여하여 사교활동과 여가를 즐기며 자신을 개발하고자

노력하고 있다. 이로 인하여 실버여성들은 자신의 외모에 관심을 갖고 자신을 장식하는데 많은 시간과 비용을 투자하게 된다.⁵⁶⁾

패션 라이프스타일의 6 요인을 기준으로 연구 대상자를 K-평균 군집분석법⁵⁷⁾으로 분석한 결과 4집단으로 구분하였을 때 집단 간 패션 라이프스타일 요인의 특성이 뚜렷하게 나타났다. 라이프스타일에 따라 세분화된 4집단의 특성은 <표 3>과 같다.

제 1집단은 패션 라이프스타일의 모든 요인들이 가장 높게 나타나 '패션 고관여집단'이라 명명되었으며 대상자의 43.77%를 차지하였다. 제 2집단은 보수성이 높게 나타나고 과시성 요인이 낮게 나타나 '패션 중관여집단'이라 명명되었으며 대상자의 27.87%를 차지하였다. 제 3집단은 여가활동 요인이 가장 높게 나타나 '패션 저관여집단'이라 명명되었으며 대상자의 20.54%를 차지하였고, 제 4집단은 모든 요인들이 가장 낮게 나타나 '패션 지체집단'이라 명명되었으며 대상자의 7.82%를 차지하였다. 패션 고관여집단이나 패션 중관여집단에 소속한 실버여성들의 수가 많았으며, 패션 지체집단에 소속한 수는 제일 적었다.

의욕저하형, 자기중심형, 미시개성형, 알뜰건실형, 적극활달형, 보수안정형으로 실버여성들을 유형화한 홍성태와 박은아⁵⁸⁾의 연구 결과와 비교해 볼 때 본 결과에서 나타난 패션 고관여집단은 자기중심형이나 미시개성형에 가깝고, 패션 중관여집단은 알뜰건실형과 보수안정형을 많이 포함하고, 패션 저관여집단은 적극활달형을, 패션 지체집단은 의욕저하형을 많이

포함한다고 판단되었다.

2. 유형화된 실버여성 집단의 인구 통계적 특성

실버여성들의 패션 라이프스타일에 따라 세분화된 집단의 인구 통계적 특성을 파악하기 위해 교차분석을 실시한 결과는 <표 4>와 같다. 나이와 직업 요인에 있어서는 집단간 유의차가 나타나지 않았으며 학력과 월수입 요인에서 집단 간 유의차가 있었다.

각 집단별 인구 통계적 특성을 비교해보면 패션 고관여집단의 경우 학력이 높고 가정의 수입도 높았으나, 패션 지체집단은 학력과 가정의 수입이 모두 낮았다. 패션 중관여집단은 학력과 가정의 수입 면에서 패션 저관여집단보다 조금 높았다.

3. 유형화된 실버여성 집단의 화장추구혜택과 화장태도

실버여성들의 패션 라이프스타일에 따른 화장추구혜택을 알아보기 위해 자기만족, 결점보완, 유행추종, 타인에 대한 예의 등에 대해 분석한 결과는 <표 5>와 같다.

실버여성들의 전반적인 화장추구혜택을 살펴보면 전체적으로 타인에 대한 예의가 가장 높았으며, 유행추종은 낮았다. 이 결과는 나이가 들면 대인관계를 지향하고 유행에 대하여 보수적으로 된다는 백경진과 김미영⁵⁹⁾, 조필교 등⁶⁰⁾, 김용숙⁶¹⁾의 연구 결과들과 같은 맥락으로 파악되었다. 또 나이가 들어감에

<표 3> 패션 라이프스타일 요인에 따른 실버여성들 유형화

패션 라이프스타일 요인	집단	패션 고관여집단	패션 중관여집단	패션 저관여집단	패션 지체집단	F
의복 과시성		4.05(A)	3.20(B)	2.85(C)	2.44(D)	295.83
여가활동		4.24(A)	3.88(B)	3.84(B)	2.96(C)	110.22
외모관심		4.11(A)	3.39(B)	2.58(C)	2.92(C)	283.75
자신감		4.15(A)	3.76(B)	3.10(C)	2.84(D)	179.74
의복 보수성		4.04(A)	3.74(B)	3.39(C)	2.63(D)	87.15
의복 경제성		4.05(A)	3.72(B)	3.33(C)	2.97(D)	107.11
소속 인원수(명)		179	114	84	32	409
(백분율)		(43.77)	(27.87)	(20.54)	(7.82)	(100.00)

*** p < .001

주) Alphabet은 Duncan의 다범위 검증 결과임

〈표 4〉 유형화된 집단의 인구통계적 특성 관측빈도(기대빈도)

원인	집단	패션				X ²
		고관여집단	중관여집단	저관여집단	패션 지체집단	
나이	55세-59세	94(103.7)	68(66.1)	59(48.7)	16(18.5)	9.63 (N.S)
	60-64세	31(?)	20(18.7)	11(13.8)	5(5.2)	
	65세이상	54(46.0)	26(29.3)	14(21.6)	11(8.2)	
학력	중학교 졸업 이하	104(104.6)	65(66.6)	43(49.1)	22(18.7)	14.40**
	고등학교 졸업	44(55.6)	40(35.4)	36(26.1)	7(9.9)	
	대학교 졸업 이상	26(18.8)	9(12.0)	5(8.8)	3(3.4)	
월수입	200만원미만	34(48.1)	18(30.7)	37(22.6)	21(8.6)	63.23***
	200만원이상~300만원미만	73(79.2)	64(50.4)	33(37.2)	11(14.2)	
	300만원 이상	72(51.6)	32(32.9)	14(24.2)	0(9.2)	
직업	있다	63(56.0)	35(35.7)	24(26.3)	6(10.0)	3.92 (N.S)
	없다	116(123.0)	79(78.3)	60(57.7)	26(22.0)	

* p < .05. ***p < .001

〈표 5〉 유형화된 실버여성들 집단의 화장추구혜택

화장추구혜택	집단	패션 고관여집단	패션 중관여집단	패션 저관여집단	패션지체 집단	전체 평균	F
자기만족		4.34(A)	4.08(B)	3.59(C)	3.35(D)	4.04	74.71***
결점보완		4.44(A)	4.22(B)	3.79(C)	3.41(D)	4.20	43.38***
유행추종		4.41(A)	3.93(B)	3.18(C)	2.83(D)	3.90	116.70***
타인에 대한 예의		4.48(A)	4.33(A)	3.85(B)	3.66(C)	4.25	39.55***

*** p < .001

주) Alphabet은 Duncan의 다범위 검증 결과임

따라 육체적 기능 저하와 체형변화는 심리적 위축현상을 유발함으로써 이러한 외형적 변화를 화장으로 적절하게 보완함으로써 자신감있게 사회활동에 참여할 수 있도록 도와주는 것(62)을 알 수 있었다. 또 실버여성들은 유행을 받아들이는데 다소 보수적인 태도를 가지고 자신의 젊은 시절의 유행스타일을 고수하며 신중하게 유행을 고려하고 있으나, 이것을 관심이 감소했다고 평가해서는 안된다.

유형화된 실버여성 집단의 화장추구혜택을 살펴보면 패션 고관여집단은 화장을 통하여 자기만족, 결점보완, 유행추종, 타인에 대한 예의를 추구하는 정도가 제일 높았으나, 패션 지체집단은 화장추구혜택의 모든 요인이 제일 낮았다. 패션 중관여집단은 화장을 통하여 타인에 대한 예의를 추구하는 정도가 높았다.

실버여성들의 패션 라이프스타일에 따라 유형화된 집단의 화장태도의 전반적인 특성을 파악하기 위해

변량분석을 실시한 결과는 〈표 6〉과 같다.

실버여성들의 전반적인 화장태도를 살펴보면 피부관리와 화장 관심도가 높고 화장방법에 대한 지식과 화장정도가 낮았다. 유형화된 실버여성 집단의 화장태도를 살펴보면 패션 고관여집단과 패션 중관여집단은 화장에 대한 관심도, 화장법에 대한 지식, 성형수술에 대한 수용 정도, 피부 관리 욕구 등이 모두 제일 높았고, 이들 두 집단의 차이는 화장 만족도였다. 패션 저관여집단은 화장 정도는 높으나 화장 관심도, 화장 방법에 대한 지식, 성형수용정도, 피부관리, 화장만족도 등이 낮았다. 패션 지체집단은 화장태도의 모든 영역에서 제일 낮았다.

〈표 6〉 유형화된 실버여성 집단의 화장태도

태도	집단	패션 고관여집단	패션 중관여집단	패션 저관여집단	패션 지체집단	평균	F
화장 관심도		3.88(A)	3.81(A)	3.43(B)	3.03(C)	3.71	23.58***
방법 지식		3.81(A)	3.64(A)	3.36(B)	2.81(C)	3.59	33.61***
성형 수용		3.92(A)	3.75(A)	3.33(B)	2.84(C)	3.67	30.41***
피부관리		4.08(A)	3.98(A)	3.77(B)	3.44(C)	3.94	12.03***
화장 만족도		3.87(A)	3.62(B)	3.30(C)	3.06(D)	3.62	34.25***
화장 정도		2.96(A)	2.96(A)	2.76(A)	2.38(B)	2.88	10.51***

*** p < .001

주) Alphabet은 Duncan의 다범위 검증 결과임

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 실버여성들의 패션 라이프스타일에 따른 화장추구혜택과 화장태도를 파악하여 화장품업체에 실버여성들을 위한 상품 개발에 필요한 자료를 제공하고자 하였다.

본 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 실버여성들의 패션 라이프스타일 요인은 의복 과시성, 여가활동, 외모관심, 자신감, 의복 보수성, 의복 경제성으로 파악되었고, 이들 6요인의 설명력은 70.99%였다. 패션 라이프스타일 요인을 기준으로 실버여성들을 패션 고관여집단, 패션 중관여집단, 패션 저관여집단, 패션 지체집단 등 4집단으로 유형화하였다. 패션 고관여집단이나 패션 중관여집단에 소속한 실버여성들의 수가 많았으나 패션 지체집단에 소속한 수는 제일 적었다.

둘째, 패션 고관여집단은 교육수준과 가정의 수입이 제일 높았으나, 패션 지체집단은 교육수준과 가정의 수입이 제일 낮았다. 패션 중관여집단은 교육수준과 가정의 수입 면에서 패션 저관여집단보다 조금 높았다.

셋째, 패션 고관여집단은 화장을 통하여 자기만족, 결점보완, 유행추종, 타인에 대한 예의를 추구하는 정도가 제일 높았으나, 패션 지체집단은 화장추구혜택의 모든 요인들이 제일 낮았다. 패션 중관여집단은 화장을 통하여 타인에 대한 예의를 추구하는 정도가 높았다. 패션 고관여집단과 패션 중관여집단의 화장태도를 살펴보면 화장에 대한 관심도, 화장법에 대한

지식, 성형수술에 대한 수용 정도, 피부 관리 욕구 등이 제일 높았으나, 패션 지체집단은 모두 낮았다.

본 연구를 통하여 후기 산업화 시대를 살아가는 실버여성들은 자신의 외모에 관심이 높고 자신을 개발하기 위하여 노력하는 집단의 비중이 커지는 반면 패션 지체집단의 비중은 10% 이하로 축소되고 있음을 파악할 수 있었다. 또 외모관리는 자신을 개발하기 위한 행동일 뿐 아니라 사회활동에 있어 타인에 대한 예의로 생각하거나 연륜을 바탕으로 노련하게 외모를 관리하는 패션 중관여집단이나 패션 저관여집단의 화장태도는 다른 연령층에서 보기 어려운 실버여성들의 특징적 집단으로 파악되었다. 화장품 관련업체에서는 패션 중관여집단과 패션 저관여집단을 대상으로 화장 만족도를 높이고 화장 방법 지식을 보급하기 위하여 견본을 제공하거나 시현해 보이는 체험 마케팅을 구사하여 화장법에 대한 교육을 실시하면 화장태도를 좀더 긍정적으로 만들 수 있을 것으로 전망되었다.

본 연구의 제한점은 연구자의 편의를 위하여 대상자 선정시 55세 이상의 여성을 임의표집하였으며, 표본 집단이 전라북도 내 중소도시 여성들로 한정되어 본 연구 결과를 확대해석하는데 무리가 있을 것으로 생각된다.

참고문헌

- 1) 서란숙, 이소연 (2000). 실버여성 전용 화장품에 대한 요구도 조사 연구. 한국미용학회지, 6(3), pp. 607-630.
- 2) 홍성순, 오은정 (2001). 라이프스타일에 따른 색조화장

- 과 표현도와 색조화장품 구매행동에 관한 연구. *대한가정학회지*, 39(7), pp. 85-99.
- 3) 이화순 (1997). 노인의 화장에 대한 태도 조사 연구. *한국미용학회지*, 3(1), pp. 165-183.
- 4) 전진수 (2003). 실버여성의 화장 태도 및 화장에 관한 연구. 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문, pp. 13-17.
- 5) 김유덕, 김미영 (2004). 중노년층 여성의 의복추구 이미지 연구. *한국의류학회지*, 28(6), pp.746-757.
- 6) 한성지, 양리나, 김문숙 (2002). 50-60대 여성의 라이프스타일에 따른 의복구매행동에 관한 연구. *복식문화연구*, 10(5), pp. 504-517.
- 7) 서란숙, 이소연. *앞의 책*, pp. 607-630.
- 8) 서란숙, 이소연. *앞의 책*, pp. 607-630.
- 9) 전진수. *앞의 책*, pp. 21-28
- 10) 이화순. *앞의 책*, pp. 165-183.
- 11) 홍성애 (1983). 여자노인의 가정 내 지위에 관한 연구. 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문, pp. 7-16.
- 12) 여혜린, 권영숙 (2005). 노년기 의생활 실태 조사. *한국의류학회지*, 29(1), pp. 177-188.
- 13) 정경희, 오영희, 석재은, 도세록, 김찬우, 이윤경, 김희경 (2005). 2004년도 전국노인생활 실태 및 복지욕구 조사. 보건복지부 한국 보건사회연구원, p. 50.
- 14) 장안화 (2006). 실버세대 여성의 의복디자인 선호도: 60대를 이상을 중심으로. *한국의류산업학회지*, 8(5), pp. 496-504.
- 15) 유경숙 (1984). 노년층 여성의 의복행동에 관한 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문, pp. 12-16.
- 16) 남윤자, 유희숙 (1997).노인계층의 의생활 실태에 관한 연구Ⅱ. *복식*, 34, pp. 5-17.
- 17) 조필교, 추태귀, 구양숙 (1995). 노년층 여성의 생활양식에 따른 의복행동. *한국의류학회지*, 19(1), pp. 57-70.
- 18) 채진미 (1997). 50-60대 여성들의 라이프스타일의 다양성과 의복구매행동. 서울대학교 석사학위 논문. pp. 34-35.
- 19) 한성지, 양리나, 김문숙 (2002). 50-60대 여성의 라이프스타일에 따른 의복구매행동에 관한 연구. *복식문화연구*, 10(5), pp. 504-517.
- 20) 신혜봉, 이금룡, 임숙자 (2003). 중상층 노년여성 소비자의 라이프스타일특성과 의복구매행동에 관한 연구. *한국노년학회지*, 23(4), pp. 1-16.
- 21) 홍성태, 박은아 (2005). 라이프스타일 유형별 여성 소비자의 구매행태 비교: 화장품구매를 중심으로. *마케팅연구*, 10(1), pp. 55-89.
- 22) 권기대, 김승호, 이순자 (2002). 패션 라이프스타일, 사장 및 재활동행동의 관계에 관한 탐색적 연구. *한국의류학회지*, 26(2), p. 281.
- 23) 구양숙, 박현희, 이승민 (2001). 신세대 주부의 패션 라이프스타일 유형에 따른 유아복 상표 포지셔닝에 관한 연구. *복식*, 51(1), pp. 49-59.
- 24) 김용숙 (2000). 노년기 여성의 의복추구혜택에 따른 시장 세분화. *복식*, 50(8), p. 96.
- 25) 홍성순, 박보영(1998). 여성의 색조화장 동기에 따른 화장행동 연구. *패션비즈니스*, 4(4), pp. 56-68.
- 26) 김용숙. *앞의 책*, p. 96.
- 27) Cash, T., Rossi J & Champman, H. (1985). Color, circumcision, tattos, and scars. In M. R. Solomon (Ed), *The Psychology of fashion*. Lexington, MA: Lexington Books, pp. 246-257.
- 28) 이화순, 황춘섭 (2002). 화장의 사회·심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구. *복식*, 52(8), pp. 137-149.
- 29) 서란숙, 이소연. *앞의 책*, pp. 607-630.
- 30) 이현옥, 박경애 (2000). 기능성화장품 시장의 세분화: 사용도에 따른 소비자 유형별 특성. *한국의류학회지*, 24(4), pp. 560-570.
- 31) 조기여 (1997). 자기 효능감, 퍼스널 스페이스, 의복근접도, 화장접근도와와의 관계. 대구효성카톨릭대학교 대학원 박사학위논문, pp. 99-100.
- 32) 권현숙 (2001). 여성의 화장이 심리적 만족도에 영향을 미치는 요인. 경산대학교 보건대학원 석사학위논문, pp. 36-37.
- 33) 박선희 (2001). 현대여성의 화장행위와 성격유형과의 관계성 연구. 세종대학교 대학원 석사학위논문. pp. 61-62.
- 34) 김현희, 유태순 (2002). 여고생의 화장행동과 화장품 구매 불안에 관한 연구. *한국의류학회지*, 26(2호), pp. 82-83.
- 35) 박미향, 박옥련 (2003). 여대생들의 화장행동과 의복행동 간의 요인별 행동 분석. *한국생활과학회지*. 12(4), pp. 519-528.
- 36) 백경진, 김미영 (2004). 화장행동과 영향변인 연구: 의복관여도, 연령, 얼굴만족도를 중심으로. *한국의류학회지*, 28(7), pp. 892-903.
- 37) 김용숙 (2004). 화장추구혜택과 화장품 사용에 관한 연구. *복식*, 54(2), pp. 94-105.
- 38) 최수경, 강경자 (2006). 신체 만족도와 화장 태도에 따른 성인 여성의 매슬로우 욕구와 화장행동에 관한 연구. *복식문화연구*, 14(3), pp. 497-513.
- 39) 최수경, 강경자. *앞의 책*, pp. 497-513.
- 40) 이화순, 황춘섭. *앞의 책*, pp. 137-149.
- 41) 이화순. *앞의 책*, pp. 165-183.
- 42) 서란숙, 이소연. *앞의 책*, pp. 607-630.
- 43) 이승자, 전용수, 김장순, 이종열, 박천만 (2002). 여성들의 화장실태와 화장지식 및 화장태도에 관한 연구. *한국미용학회지*, pp. 39-53.
- 44) 이화순, 황춘섭. *앞의 책*, pp. 137-149.
- 45) 전진수. *앞의 책*, pp. 21-28.
- 46) 전진수. *앞의 책*, pp. 21-28.
- 47) 홍성순 (2007). 남성 패션 라이프스타일에 따른 세분 집단별 화장품 구매행동 비교. *복식*, 7(2), pp. 29-44.
- 48) 김용숙. *앞의 책*, pp. 94-105.
- 49) 조필교, 추태귀, 구양숙. *앞의 책*, pp. 57-70.
- 50) 채진미. *앞의 책*, pp. 34-35.
- 51) 신혜봉, 이금룡, 임숙자. *앞의 책*, pp. 1-16.
- 52) 김용숙. *앞의 책*, pp. 94-105.
- 53) 백경진, 김미영. *앞의 책*, pp. 892-903.

- 54) 이화순, 황춘섭. 앞의 책, pp. 137-149.
- 55) 정경희, 오영희, 석재은, 도세록, 김찬우, 이윤경, 김희경. 앞의 책, p. 50.
- 56) 전진수 . 앞의 책, pp. 30-48.
- 57) 강병서, 김계수 (1998). 통계분석을 위한 SPSS Easy. 법문사, pp. 285-301.
- 58) 홍성태, 박은아. 앞의 책, pp. 55-89.
- 59) 백경진, 김미영. 앞의 책, pp. 892-903.
- 60) 조필교, 추태귀, 구양숙. 앞의 책, pp. 57-70.
- 61) 김용숙. 앞의 책, pp. 95-105.
- 62) 여혜린, 권영숙. 앞의 책, pp. 177-188.