

## 미용실 여성고객의 연령에 따른 헤어 컷, 퍼머넌트, 염색에 대한 태도

최수정 · 박혜원\*

창원대학교 의류학과 대학원 석사 · 창원대학교 의류학과 교수\*

## The Attitude of Hair Cut, Permanent Wave, Coloring by Age in Women's Customer

Choi, Soo-Jung · Park, Hye-Won\*

M.A., Dept. of Clothing and Textiles, Changwon National University  
Prof., Dept of Clothing and Textiles, Changwon National University\*

### Abstract

The purpose of this study is to diagnose actual condition of preference of hair-styling, hair-styling techniques, management, grasping a consumer's consciousness, etc with women living in a city. The survey was gotten to a feminine customer who visited the ten of beauty-shops in shopping center. And statistical data about the actual condition of hair-styling preference realities, hair-styling method and style management was entered into the SPSS statistics analysis system. In brief, be as follows by the results of study.

There showed significant difference that noted in hair-style information and basis alternative a beauty salon, there were able to know people whose age is from 20's to 40's got mainly an influence of public media very much and from 40's to 50's got mainly an influence of people around them.

Basis alternative of a beauty salon showed significant difference to follow age categories. It appeared that introducing from people around them have a effect on the 20's and 30's, and 40's got an influence of convenience of traffic, and 50's got mainly the shortest distance.

In an attitude toward a hair style, especially toward hair cut, a case to do hair cut was most a lot of in own selections, and its result was independent of age categories. The reason that wants to give a chance was most a lot of thinking without an age. Preference length of hair cut showed a significant difference according to age.

In permanent section, own selections appeared most regardless of age. And in the permanent motive, also, to have a change appeared most regardless of age. And people had a preference natural to role up to setting regardless of age in permanent wave.

---

Corresponding author; Park, Hye-Won, Tel.+82-55-213-3493  
E-mail: hwpark@changwon.ac.kr

In hair color section, women whose age is 20's, 30's, 40's had a motive for a change, on the other hand, 50's and their senior had a motive for a gray hair. Women of all over the age almost knew a fashion color, and they had a preference brown color. In a preference way along a hair color kind, there was a significant difference according to age, also. 20's and 30's did mainly 'semi-permanent coating' and 40's and 50's did mainly 'permanent hair color'.

In a attitude about a hair-style management, the more age is young, the more a period is long term. And the more age is old, the more the outlay for price of cut is expensive. But, on the contrary, permanent price showed that the more age is young, the more the outlay for price of permanent is expensive. In hair color, the more age is old, the more a period is short and the more price is low.

**Key Words** : hair-style(헤어스타일), hair-cut(헤어컷트), permanent wave(퍼머넌트 웨이브), hair-coloring(모발 염색)

## I. 서론

헤어스타일은 대인관계에서 첫 인상(first impression)을 형성 하는 무언(non-verbal language)의 역할을 하며 개인의 일상생활에서부터 취업, 사업 등에 이르기까지 사회적, 심리적 욕구를 충족시키는데도 중요한 역할을 한다. 개인의 고유한 이미지 형성은 외모요인이 많은 부분을 차지하고 있는데 특히 의복, 화장, 헤어스타일 등은 중요한 요인이 된다. 그 중 헤어는 인간의 신체 일부이지만 다양한 변화가 가능한 유일한 부분이다. 헤어스타일은 얼굴을 강조하고, 인상을 결정해 주는 중요한 부분으로 복식과 더불어 별도의 영역으로 발달되면서 독특한 상징체계를 이루고 있다. 이는 헤어스타일이 다른 사람과 구별되는 자신만의 개성과 이미지 변신을 가능하게 하고, 급속한 유행의 흐름에서 가장 손쉽게 시행할 수 있으며, 약간의 변화에도 이미지 변신의 효과와 그 만족도가 매우 크기 때문이다. 이러한 개인적인 차원의 관심 뿐 아니라 최근 헤어 뷰티산업의 급성장에 따라 타겟이 되는 고객에 대한 연구가 활발하다.

특히 헤어스타일 분야 중 중심이 되는 헤어 컷트, 퍼머넌트 웨이브, 모발 염색에 대한 미용실 고객의 태도 연구는 그 시대의 유행흐름을 파악함과 동시에 소비자들의 헤어스타일링 실태와 요구를 정확히 파악하는데 중요하다. 특히 연령에 따라 유행의 민감함이나 가치관의 차이가 있을 것으로 예상되기 때문에 연령에 따른 헤어스타일링 태도 연구는 뷰티연구

의 학문적 가치와 함께 실제 미용현장에 도움이 될 것이다. 최근에 뷰티관련 연구가 활발해지면서 헤어스타일링에 관련된 선행연구<sup>1)2)3)4)</sup>도 많이 진행되고 있는 실정이다. 그러나 세분화된 고객차별을 통한 헤어스타일링 태도에 대한 연구는 부족한 실정이다.

그러므로 본 연구의 목적은 헤어스타일링<sup>5)</sup>을 위해 미용실을 방문한 여성들을 대상으로 하여 헤어 컷트, 퍼머넌트 웨이브, 모발 염색에 대한 선호도, 시술기법, 정보원, 관리 등의 실태를 조사 분석하여, 연령에 따른 차이를 확인함으로써 소비자들의 요구와 고객의 스타일링 행동을 파악하는데 있다. 연구 결과는 뷰티 관련 산업의 컨설팅 연구자료 및 산업현장의 마케팅 기초 자료로 활용될 수 있을 것으로 본다.

## II. 이론적 배경

### 1. 외모관리행동과 연령

헤어스타일은 얼굴 이미지에 영향을 주어 강력한 개인의 외모 변인 중의 하나로서 개성을 표현하는 수단이며 내적 특성을 전달하는 상징적 단서이다<sup>6)</sup>. 한 개인의 가치관은 지각의 방향 즉 중요하다고 지각하는 것에 영향을 준다. 이러한 가치는 의복과 외모에 대한 관심도에 따라 나타나는 유행관심에 영향을 주고 또한 의복관심은 타인을 지각할 때 의복

단서의 사용을 통해 나타난다. 의복이나 유행에 관련된 연구동향에서 인구통계학적 특성, 즉 성별, 직업, 연령, 거주지 등에 따라 차이가 있음은 많이 알려진 사실이다. 특히 헤어스타일 분야에서 20대 여성들이 가장 선호하는 헤어스타일은 부분염색을 한 긴 직모 스타일이라 하였다<sup>7)</sup>. 또한 화장의 이미지평가와 선호도차이를 밝힌 연구에서는 지각자의 연령과 거주지를 중심으로 조사하였는데 20대 여성의 얼굴이미지 평가를 지각자의 연령과 거주지 변인으로 파악하였다. 연령에 따라 화장색의 선호도와 이미지 지각의 차이<sup>8)</sup>를 나타내고 있으며 특히 입술화장의 정숙성 분야에서 20대, 30, 40-50대에 따라 차이<sup>9)</sup>가 있다고 하였다. 또한 의복의 색채감정구조연구에서도 지역간의 색채감정 차이 뿐아니라 성별, 연령, 거주지가 영향력 있는 변인임을 밝히고 있다<sup>10)</sup>. 20-40대를 대상으로 하는 외모관리행동 연구에서는 20-40대의 여성이 외모관리산업에 큰 영향을 미치고 있어 소비시장의 변화에 도움이 되는 기초자료를 제공할 수 있다고 하였으며 제일기획의 조사연구에서는 25-34세의 여성은 외모가 경쟁력을 높일 수는 수단으로 인식하여 연령별로 외모관리 유형에 따라 시간과 관리의 행동을 분석<sup>11)</sup>하였다.

## 2. 헤어 스타일링별 기술 변화와 효과

### 1) 헤어 커트

모발을 가다듬는 일은 신체보호의 기능 외에도 사회 심리적인 차원의 장식적 기능 즉 주술적인 호부, 심미적, 상징적인 기능까지 지닌다. 헤어스타일은

그 사람의 지위, 계급, 신분, 혼인 여부 등을 말해 줄 뿐만 아니라 대인 관계에서 첫 인상을 형성하는 역할을 해준다. 헤어 커트는 헤어스타일을 창작하기 위한 기초기술로서, 퍼머넨트 웨이브, 모발 염색, 블로우 드라이, 업스타일 등으로 만들어지는 헤어스타일은 커트에 의해서 결정된다. 즉 머리의 길이를 잘 맞추어 커팅한 다음 솔을 쳐낸단든지 머릿결의 움직임과 웨이브의 무게감을 주는 것은 커트로서 할 수 있는 중요한 요소이다. 헤어 커트는 헤어디자인의 기초 원리인 균형, 리듬, 조화, 강조, 비례 등을 토대로 아름다운 헤어스타일을 연출하는 것이다.

우리나라에서 본격적으로 헤어 커트가 시작된 시기는 개화기 고종32년(1885)단발령이다. 남자는 상투와 변발대신 짧은 머리, 중머리, 소위 하이칼라머리로 자르게 되었고 1901년에는 서울에 이발소가 등장하였다. 1907년 일본에서 귀국한 김활란선생이 귀밑머리를 풀고, 머리를 치켜 올려 틀어 엮거나 리본을 맨 뺨머리(팜프도어: 히사시까미)가 이화학당 대학과 학생들의 헤어스타일이 되었다<그림 1>. 헤어커트에 대변혁이 일어난 계기가 된 것은 1933년 일본서 미용을 배운 오영주라는 미용사가 종로 화신 백화점 내에 화신미용원을 개설한 사실이다. 1934년 이화학당 학생들 사이에 처음으로 단발커트가 유행하였고, 이러한 헤어 커트는 1937년부터 선보인 퍼머넨트 웨이브를 잘 만들기 위한 기법이 되어 1939년까지 일반인에게도 대유행을 하였다<sup>12)</sup>.

1945년 현대 미용학원과 1950년 정화고등기술학교가 생기고, 62.5동란 등을 겪으면서 미군부대 주둔이나 외국의 신문화가 급속히 전파 되면서, 다양



[뺨머리(팜프도어)]

[다리미 자루형]

<그림 1> 이화학당 학생들의 헤어 커트스타일

- 조오순 외, p.93

-이화 100년사 자료집 p.326

한 헤어커트가 들어왔다. 1960년대 영국 비달사순의 헤어 커트기법은 전 세계 헤어 커트기술을 향상시켰다. 이때는 업스타일과 보브 스타일이 함께 유행하였고, 1967년에는 조형미를 나타내는 기하학적 헤어 커트스타일이 개발되어, 동양인의 큰 얼굴과 편편한 두상을 커버하였다.

1970년대 이후는 헤어 커트와 퍼머넌트 웨이브 기법을 병용한 헤어스타일이 유행하였다. 헤어 커트는 시대의 흐름에 따라 사회문화적 현상, 패션 트렌드와 보조를 맞추어 긴 커트, 중간 커트, 짧은 커트 등의 뉴스타일로 또는 복고풍으로 다양하게 변화되어 오늘에 이르렀다<그림 2>.



<그림 2> 1990년대 헤어 커트스타일  
- Vidal Sasson, Vinyl p.13-14

## 2) 퍼머넌트 웨이브

퍼머넌트 웨이브(permanent wave)란 자연 상태의 모발에 물리적, 화학적 방법을 가하여 모발의 구조나 형태를 원하는 대로 변화시켜 오랫동안 지속되는 웨이브 형태를 형성 시키는 것을 의미한다. 퍼머넌트 웨이브는 직모에 다양한 크기나 모양의 웨이브를 주어 부드러움과 우아함 또는 여성스러움 등의 분위기를 연출하거나, 반대로 곱슬머리를 직모로 펴서 찡랑거리는 모발의 순수한 분위기 등을 연출할 수도 있다. 이와 같이 퍼머넌트 웨이브를 통해 모발의 질감을 변화시키거나, 헤어 커트로 모발의 질감을 살릴 수 있으므로 상호보완의 작용으로 원하는 스타일을 연출 한다. 또한 어떤 종류의 웨이브를 선정해서 시술했느냐에 따라서도 매우 다른 분위기가 연출되어 지는 것을 볼 수 있다. 따라서 어떤 퍼머넌트

웨이브를 선정해서 개성과 취향에 어우러지는 아름다움을 극대화 할 것이나 하는 것이 매우 중요하다.

퍼머넌트 웨이브의 효과는 첫째, 컬이나 약으로 웨이브를 넣어줌으로서 새로운 이미지를 만들거나 다양한 변화를 줄 수 있으며, 둘째, 스타일링의 보조적 수단으로 퍼머넌트 약제 처리에 의해서 미리 모발에 결(흐름)을 만들어 두면, 스타일링 하기가 쉬워지고 스타일도 오래 유지될 뿐만 아니라 가벼운 볼륨감을 만들어 낼 수 있다는 것이다. 퍼머넌트 웨이브 지속 기간에 따라 분류하면 일시적, 반영구적 웨이브로 나누어 볼 수 있으며 일시적 웨이브에는 열을 이용하는 것과 수분을 건조시켜 형성되는 웨이브가 있다. 이렇듯 퍼머넌트 웨이브는 특히 오늘날의 헤어 관리에 그 역할이 증대되고 있으며, 그 기술이 또한 다양하게 발전하고 있다.

동서양을 막론하고 이러한 퍼머넌트 웨이브의 유래는 고대 시대 길어져 흘러내리는 머리를 동여매거나 떨어 있다가 풀어 놓았을 때 구부러진 웨이브 모양의 멋에 매료되어 떨어 푸는 방법에서부터 시작되었다고 본다. 1933년부터 생긴 미용실을 필두로 우리나라는 1940년대부터 꾸준히 미용학원이나 미용기술학교가 개설되었다. 이러한 뷰티샵을 통하여 1937년 개화기에 반영구적인 퍼머넌트 웨이브가 선보였고, 6·25동란 이후 블로우 드라이어가 도입되면서 더욱 박차를 가하였다. 1950~1960년대에는 목에 닿는 단발에 퍼머넌트 웨이브를 하고 옆가리마를 타는 것이 유행이었다. 1970년대 퍼머넌트 웨이브가 헤어 커트기법을 병용한 헤어스타일이 주류였고, 1980년대부터 다양한 퍼머넌트 웨이브 기법이 개발되었다.

오늘날에는 <그림 3>과 같이 세팅 또는 아이론 퍼머넌트웨이브 등의 새로운 시술기법이 날로 발전하였으며, 대체로 굵고 자연스러운 웨이브와 스트레이트 퍼머넌트를 선호하는 추세이다.

## 3. 모발 염색

모발 염색이란 자연의 모발색에 인위적으로 색소를 착색시키는 것을 말하며 인공적인 색을 빼내는 작업은 탈염이라고 한다. 탈염은 자연적인 색소를 인위적으로 제거하는 탈색이라는 용어와 구분되어져



<그림 3> 다양한 퍼머넌트 웨이브 스타일

- Beauty Fashion , p.125, 135

야 하며 반면, 자연적으로 서서히 색소가 빠지는 것은 퇴색이라 한다. 모발 염색이란 흰머리를 감추거나 또는 원래의 머리색을 더 아름답고 매력적으로 보이기 위해 머리에 색을 들이는 것을 말하며, 모발 탈색이란 자연색소를 빼냄으로써 모발이 밝게 되는 것이다.

특히 모발 염색은 헤어스타일에 생명력과 입체감을 불어 넣어주고 미적조화를 결정하는 중요한 요소가 됨으로 모발 염색은 모발의 결, 깊이감, 톤을 더해줌으로 무한한 창조성과 예술성을 제공한다. 자신의 개성 중요하게 생각하는 현대 여성들에게는 이미 지 연출에 모발 염색을 중요하게 생각하지 않을 수 없다.

우리나라에도 쑥물이나 창포물 등에 머리를 감는 세시풍속 등으로 미루어 보면, 식물성의 자연 염재 등으로 모발 염색이 있지 않았을까 생각해 본다. 서양에서 모발 염색을 위한 헤나(henna)의 역사는 수 천 년을 거슬러 고대로 올라간다. 헤나 파우더는 수 천 년 전 당시에 향수와 화장품 등과 함께 이집트에서 발견되었다. 이집트인들은 그들의 모발 색을 변화시키기 위해 헤나 파우더를 다른 야채 추출물(먹)과 금속화합물을 혼합하거나 진흙에 개서 사용하였다. 그 성분들은 모발에 도포하기 전에 매우 뜨거운 물과 향을 가진 오일을 사용해서 부드러운 페이스트(풀) 형태로 혼합하여 사용되어졌다.

현대 모발 염색의 초석인 과산화수소가 테나르(Thenard)에 의하여 1818년에 발견되었고, 1920년대까지 합성 산화 염료는 주모 백모를 숨기기 위해서 사용되어졌지만 모발에 있어서 새로운 패션과 여성을 위한 자유에 대한 새로운 감각을 가져온 시대이기도 하였다. 1940년대 탈색과 일시적인 염료의 사용이 할리우드 스타에 의해 대유행되었다. 제2차 세계대전이 끝날 때까지 많은 새로운 염료가 다양한 컬러 선택과 함께 발달되었다. 1970년대에 컬러리스트는 직선적인 줄무늬를 나타내기 위해 헤어스타일에 컬러를 도포하는 작업에서 형판(stencils)을 사용했다. 또 다른 인기 있는 테크닉은 옆쪽은 넓은 줄무늬를 컬러링 하거나 가장자리에 넓은 영역의 다른 색깔을 첨가하는 것이었다. 1970년대 말에 일어났던 punk 혁명 또한 강한 핑크, 레드, 오렌지와 노랑 모발컬러의 인기 있는 사용을 의미했다. 이러한 대담한 모발 염색 테크닉은 1980년대에 훨씬 더 섬세한 테크닉으로 대체되어졌다. 하이라이트효과를 주기위한 위빙(waving)테크닉은 컬러를 위해 선택된 몇 가닥에 명도와 색상을 주는 섬세한 테크닉으로 널리 알려졌다.

최근에 모발 염색제품의 발달과 새로운 도포 테크닉은 하루가 다르게 변하고 있으며<그림4>, 결과적으로 많은 헤어드레서들은 현재 헤어 컬러 테크니션으로서 전문화 되고 있다.



<그림 4> 1990년대, 2000년대 모발 염색스타일  
- VIDAL SASSOON, *Beauty Fashion*, pp.93~95

### III. 연구 절차 및 방법

#### 1. 연구문제

여성 고객의 연령에 따른 헤어 컷, 퍼머넌트, 염색 등 헤어스타일링 태도에 대한 차이를 알아보기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 연령에 따른 헤어 스타일링 유행정보원의 차이와 미용실 선택기준을 알아본다.

연구문제 2. 연령에 따라 헤어 컷의 스타일링 동기와, 유행 스타일 인지, 헤어컷 비용 등 헤어 컷에 대한 태도의 차이를 알아본다.

연구문제 3. 연령에 따라 퍼머넌트 웨이브의 선택 기준과 동기, 비용, 유행 스타일의 인지, 선호 스타일 등 퍼머넌트 웨이브에 대한 태도의 차이를 알아본다.

연구문제 4. 연령에 따라 모발 염색의 동기와 유행색 인지, 주기, 비용, 선호염색 등 염색에 대한 태도의 차이를 알아본다.

#### 2. 연구 대상 및 자료수집

본 연구의 범위와 조사 대상은 C시내 중심 상가 3개 미용실 및 대학가 지역의 10개 미용실에 찾아온 여성 고객을 대상으로 하였으며, 기간은 2007년 7월9일부터 7월22일까지였다. 총 500부의 설문지를 배부한 결과 442부가 회수되어 88.4%의 회수율을 보였다. 이 중 불성실한 답과 미완성 설문지를 제외

하고 총 384개의 설문지만 분석하였다.

설문 대상의 인구 통계적 특성을 살펴보면 연령별 구성은 20대가 122명(32.0%)으로 가장 많았고, 다음으로 40대 108명(28.4%), 30대 95명(25.0%), 50대 55명(14.6%)의 순이었다. 직업별 구성은 직장인이 142명(37.1%)으로 가장 많았고, 다음으로 주부가 126명(33.0%), 대학생, 자영업, 기타의 순이었다.

학력은 고졸이 197명(51.7%)이며, 다음으로 대졸 148명(38.9%), 대학원, 기타의 순이었다. 월수입별 구성은 1위가 200~400만원이 180명(49.9%)으로 가장 많았다<표 1>.

#### 3. 측정 도구 및 분석

설문지는 선행연구를 토대로 수정 보완하여 작성하였고, 작성된 설문지는 일반인들에게 이해가 쉽도록 뷰티 전문가와 관련연구 교수의 자문으로 제작하여 타당성을 높이고자 하였다.

설문지 조사 요인은 인구통계학적 문항과 ①헤어 스타일 유행정보 수집방법 ②미용실 선택 기준 ③헤어 컷, 퍼머넌트 웨이브, 모발 염색으로 나눈 헤어스타일에 대한 태도 등의 총 29개의 문항으로 <표 2>와 같이 구성하였다.

수집된 SPSS WIN Ver 12.0을 사용하여 빈도분석,  $\chi^2$ -test, ANOVA, 사후검증을 위한 Duncan의 다중비교분석 등을 실시하였다.

<표 1> 조사대상의 일반적 특성

구분		빈도(%)
연령	20대	122(32.0)
	30대	95(25.0)
	40대	108(28.4)
	50대	55(14.6)
	합계	380(100.0)
직업	대학생	50(13.2)
	주부	126(33.0)
	직장인	142(37.1)
	자영업	37(9.9)
	기타	25(6.8)
	합계	380(100.0)
학력	고졸	197(51.7)
	대졸	148(38.9)
	대학원	19(5.2)
	기타	15(4.2)
	합계	379(100.0)
월수입	100~200만원	63(17.4)
	200~400만원	180(49.9)
	400~600만원	93(25.8)
	600만원 이상	25(6.9)
	합계	361(100.0)

<표 2> 설문지 구성

조사항목	내용	문항수
인적 사항에 관한 문항	성별, 연령, 직업, 학력, 수입	5
헤어 커트에 관한 문항	주기, 권유, 동기, 선호 스타일, 유행인지 스타일, 가격	6
퍼머넌트 웨이브에 관한 문항	경험, 권유, 동기, 선호 스타일, 유행인지 스타일, 선호도, 주기, 가격	8
모발 염색[염색, 코팅(매니큐어), 브릿치(스카치), 천연염색(헤나)]에 관한 문항	경험, 권유, 동기, 선호 모발색상, 유행인지 모발색상, 모발염색 종류와 선호도, 주기, 가격	8
기타	정보 수집 방법, 미용실 선택기준	2

#### IV. 연구 결과

##### 1. 인구 통계적 특성

###### 1) 직업

20대는 직장인과 대학생이 51명(41.5%), 47명(38.2%)으로 가장 많았다. 30대와 40대는 직장인이 38명(40.0%), 45명(42.5%)으로 가장 많았으며, 전업주부는 35명(36.8%), 42명(39.6%)로 그 다음 순으로 나타났으며, 50대는 전업주부가 32명(57%)으로 응답자 절반이상으로 아주 높게 나타났다<그림 5>.

###### 2) 학력

연령에 따른 학력을 살펴보면, 20대와 30대는 대졸과 고졸 순으로, 즉 20대는 대졸이 65명(54.2%), 고졸이 40명(33.3%)이며, 30대는 대졸이 48명(50.5%), 고졸이 40명(42.1%)으로 나타났으며, 40

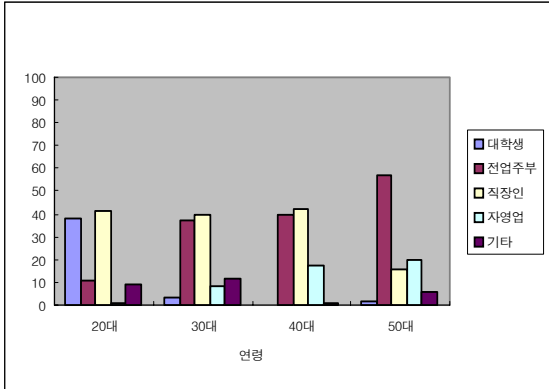
대와 50대는 고졸 이하의 학력이 각각 79명(72.5%), 37명(67.3%)으로 가장 많았다. 즉, 20~30대는 50% 이상이 대졸 이상의 학력을 가졌으나, 40~50대는 고졸이 대세를 이루었다<그림 6>.

##### 2. 유행 정보원과 미용실 선택 기준

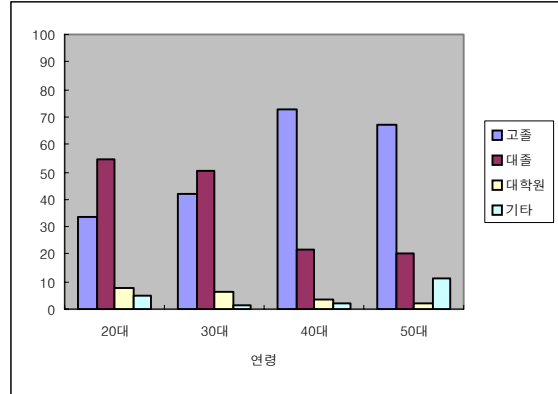
###### 1) 헤어스타일 유행정보원

헤어스타일에 관한 유행 정보원은 연령에 따라 유의한 차이를 보였다. 20~40대는 주로 TV등의 '대중매체'를 통해 수집하며, 다음으로 패션잡지, 생활정보지 등을 통해 수집하는 것으로 나타났다. 20대의 젊은 여성은 주변사람의 영향을 많이 받지 않으며, 주로 대중매체, 패션잡지, 인터넷의 영향을 많이 받을 수 있었다. 하지만 40~50대의 경우 대중매체를 통해 정보를 수집하지만, 인터넷의 정보 이용보다 주변사람의 영향을 많이 받을 수 있었다.





<그림 5> 연령별 직업 구성



<그림 6> 연령별 학력 분포

대중매체는 모든 연령대에서 50%이상이 헤어스타일에 관한 정보를 가장 많이 얻는 정보원으로 이용되고 있었으며, 패션 잡지는 20~30대에서 정보원으로 이용되었고, 미용잡지의 이용률은 20~50대까지 저조한 이용률을 보였으며, 인터넷 이용률은 20대는 18.0%로 가장 높게 나타났고, 30대는 6.5%, 40~50대는 거의 이용하지 않았으며, 주변사람의 영향은 40대와 50대에서 각각 31.7%, 27.5%로 많이 받는 것으로 나타났다<표 3>.

## 2) 미용실 선택 기준

미용실 선택 기준은 연령대별 유의한 차이를 보였는데, 20대는 '주위의 소개'가 29명(23.8%)으로 1순위였으며, '거리가 가까워서'가 16명(13.1%), '시내 위치'가 15명(12.3%), '뛰어난 기술'이 13명(10.7%), '아는 사람'이나 '직원'때문에는 각각 11명(9.0%)등의 순으로 나타났다. 30대도 '주위의 소개'가 23명(25.3%)으로 1순위로 나타났으며, 그 다음 '거리가 가까워서'가 20명(20.9%), '뛰어난 기술'이 15명(16.5%), '교통시설이 편리함'이 14명(15.4%)의 순이었다. 40대는 '거리가 가까워서'가 27명(25.5%)으로 1순위이며, 그 다음 '교통시설이 편리함'이 23명(21.7%), '주위소개'가 18명(17.0%), '뛰어난 기술'이 15명(14.2%), '아는 사람 때문'에 14명(13.2%)의 순이었다.

50대는 '거리가 가까워서'가 16명(30.2%)으로 역

시 1순위로 나타났으며, '교통시설이 편리함'이 13명(24.5%), '주위 소개'가 10명(18.9%), '아는 사람'이 7명(13.2%)의 순이었다. 즉, 20~30대는 '주위소개'가 선택의 가장 큰 영향을 받았고, 40~50대는 집이나 직장과 '가까운 거리'와 '교통시설의 편리성' 등의 중요한 선택기준으로 영향을 미치는 것으로 나타났다<표 3>.

## 3. 헤어 컷에 대한 태도

### 1) 헤어 컷 스타일링 권유

누구의 권유에 의해 컷을 하는가는 '자신의 선택'이 전체 304명(79.6%)으로 연령대에 상관없이 가장 많았다. 20, 50대는 자신의 선택>주변사람>디자이너의 권유의 순이었고, 30, 40대는 자신의 선택>디자이너의 권유>주변사람의 순으로 약간의 차이가 있었다. 컷스타일링 권유의 경우 연령대에 관계없이 주로 헤어디자이너나 타인의 권유보다는 자신이 필요성을 느꼈을 때 이루어짐을 알 수 있었다<표 4>.

### 2) 헤어 컷 스타일링 동기

헤어 컷을 하는 동기의 1순위는 주로 연령에 관계없이 '변화를 주고 싶은 이유'가 가장 많이 나타나 연령대별 컷의 동기 1순위는 유의한 차이를 보



<표 3> 연령별 유행정보원 차이와 미용실 선택 기준

(빈도%)

연령		20대	30대	40대	50대	전체	$\chi^2$ 값
규 행 정 보 원	대중매체	63(51.6)	54(58.7)	45(44.6)	26(51.0)	188(51.4)	74.81***
	패션잡지	26(21.3)	23(25.0)	13(12.9)	9(17.6)	71(19.4)	
	미용잡지	4(3.3)	2(2.2)	11(10.9)	2(3.9)	19(5.2)	
	인터넷	22(18.0)	6(6.5)	0(0.0)	0(0.0)	28(7.7)	
	주변사람	7(5.7)	7(7.6)	32(31.7)	14(27.5)	60(16.4)	
전체		122(100.0)	92(100.0)	101(100.0)	51(100.0)	366(100.0)	366
미 용 실 선 택 기 준	교통시설	7(5.7)	14(15.4)	23(21.7)	13(24.5)	57(15.3)	79.49***
	주위소개	29(23.8)	23(25.3)	18(17.0)	10(18.9)	80(21.5)	
	시내위치	15(12.3)	1(1.1)	1(0.9)	0(0.0)	17(4.6)	
	거리 가까움	16(13.1)	19(20.9)	27(25.5)	16(30.2)	78(21.0)	
	광고	10(8.2)	6(6.6)	2(1.9)	0(0.0)	18(4.8)	
	뛰어난 기술	13(10.7)	15(16.5)	15(14.2)	5(9.4)	48(12.9)	
	미용실규모	2(1.6)	2(2.2)	1(0.9)	0(0.0)	5(1.3)	
	아는 사람	11(9.0)	5(5.5)	14(13.2)	7(13.2)	37(9.9)	
	직원	11(9.0)	2(2.2)	0(0.0)	2(3.8)	15(4.0)	
	유명한 곳	8(6.6)	4(4.4)	4(3.8)	0(0.0)	16(4.3)	
기타	0(0.0)	0(0.0)	1(0.9)	0(0.0)	1(0.3)		
전체		122(100.0)	91(100.0)	106(100.0)	53(100.0)	372(100.0)	372

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

였다. 하지만 50대는 커트의 동기 1순위는 ‘머리카락의 길이가 길어서’가 가장 큰 동기로 나타났다. 헤어 커트의 동기 2순위는 20, 30대는 ‘기본전환을 위함’이 그 다음으로 많았고, 40, 50대는 ‘안하면 촌스러워서(예뻐지려고)’가 역시 그 다음으로 많이 나타났다. 주로 20, 30대의 젊은 여성들의 헤어 커트 동기는 헤어 관리의 측면보다 변화, 기본 전환 등이 중요시 되는 반면, 40, 50대는 ‘머리카락 길이가 길어서’, ‘머리카락 손상’, ‘손질의 용이함’ 등으로 헤어관리와 관련된 응답들과 차이를 보이지 않았다. 주로 40대 이상의 여성들의 헤어 커트 동기는 단순한 미적 변화의 목적보다 헤어관리의 측면을 더욱 중요시함을 알 수 있었다<표 4>.

3) 헤어 커트 선호 길이와 유행 헤어 커트 인지 상태

연령대에 따른 헤어 커트 선호 길이의 1순위는 20,30대는 ‘긴 길이’가 각각 67명(55.8%), 36명(37.9%)으로 나타나 긴 길이를 가장 선호하였고, 40,50대는 ‘중간 길이’가 각각 47명(45.2%), 23명(42.6%)으로 중간 길이의 헤어스타일을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 연령에 따른 헤어 커트 선호 길이는 연령에 따라 유의한 차이를 보였다. 연령대 별 헤어 커트 선호 길이의 2순위는 20~30대에서 주로 짧은 길이가 각각 29명(24.2%), 34명(35.8%)이며, 마지막으로 중간 길이가 각각 24명(20.0%), 25명(26.3%)의 순으로 선호하는 것으로 나타났다. 40~50대의 2순위로는 긴 길이가 각각 29명(27.9%),

17명(31.5%)이며, 마지막으로 짧은 길이가 각각 28명(26.9%), 14명(25.9%)의 순으로 선호하는 것으로 나타났다<표 4>.

연령에 따른 현재 유행 헤어 컷의 인지도는 주로 '대충알고 있다'가 연령에 상관없이 1순위로 가장 많이 나타났으며, 20대와 30대의 2순위는 '알고 있다'였으며, 3순위는 '전혀 모른다'로 나타났다. 40대와 50대의 2순위는 '전혀 모른다'였으며, 3순위는 '알고 있다'로 나타나 즉, 20~30대와 40~50대의 유행 헤어 컷 인지도는 연령에 따라 유의한 차이를 보였다<표 4>. 즉 20~30대가 40~50대보다 유행인지도가 높은 것으로 유의한 차이를 보였다.

#### 4) 헤어 컷 주기와 헤어 컷 지출 비용

연령에 따른 헤어 컷의 주기는 연령대별 유의한 차이를 보였는데, 20대의 젊은 층일수록 컷 주기가 3개월 이상이 49명(39.8%)으로 주기가 길게 나타나는 것을 알 수 있었다. 다음으로 30대가 2개월~3개월 미만 32명(33.3%)이었고, 40, 50대는 1개월~2개월 미만으로 각각 41명(37.6%), 25명(44.6%)이었고, 컷 주기가 짧은 것으로 나타났다. 연령에 따른 컷 주기는 유의한 차이가 큰 것으로 나타나, 연령대가 높을수록 컷 주기가 짧아지는 반면, 연령대가 낮을수록 컷 주기가 길어지는 것을 알 수 있다. 연령에 따른 헤어 컷 주기를 분석한 결과는 <표 4>와 같다. 헤어 컷에 지출하는 비용을 연령별로 살펴보면, 20,30,40대는 약 50% 이상이 5,000~10,000원 정도를 소비하는 것으로 나타났고, 10,000~12,000원 미만, 12,000원 이상, 5,000원의 순이었다. 연령별로 유의한 차이를 보이지는 않았다<표4>.

### 4. 퍼머넌트 웨이브에 대한 태도

#### 1) 퍼머넌트 웨이브 선택 기준과 동기

연령에 따른 퍼머넌트 웨이브 권유를 살펴보면 연령에 관계없이 70%이상으로 '자신의 선택'에 의한 퍼머넌트 웨이브를 선택하는 경우가 가장 많이 나타났으며, 다음으로 디자이너의 권유, 주변권유의 순

이었다<표 5>.

퍼머넌트 웨이브를 하는 동기의 1순위는 연령에 관계없이 '변화를 주기 위함'이 가장 많이 나타났고, 2순위는 20, 30대는 '기본전환을 위함'이었으며, 40~50대는 '웨이브가 약해서'와 '손질의 용이함'으로 나타나 연령대별로 유의한 차이를 보였다.

20, 30대의 경우는 주로 개인적인 미적 변화나 기분 전환, 호기심 등의 목적으로 퍼머넌트 웨이브를 하는 반면, 연령대가 높아질수록 웨이브가 약해서, 손질의 용이함 등의 관리적인 측면을 위해 퍼머넌트 웨이브를 하는 것을 알 수 있었다.

#### 2) 선호 스타일과 유행 스타일 인지

연령에 따른 선호 퍼머넌트 웨이브는 연령에 따라 유의한 차이를 보였는데, 선호 퍼머넌트 웨이브 1순위는 연령대에 따른 차이 없이 '내추럴 스타일'이 가장 선호되었다.

선호 퍼머넌트 웨이브의 2순위는 연령대별 차이를 보였는데, 20대는 '큐트 스타일', 30대는 '모던 스타일', 40~50대는 '엘레강스 스타일'을 선호함으로 나타났다.

3순위에서는 20대는 '핑크 스타일', 30대는 '큐트 스타일', 40~50대는 '모던 스타일'을 선호하는 것으로 나타났다<표 5>.

연령에 따른 유행 퍼머넌트 웨이브 인지는 연령에 따라 유의한 차이를 보였는데, 20~50대에서 '대충알고 있다' 가장 많이 나타났으며, 그 다음으로는 20,30대는 '알고 있다', 40,50대는 '전혀 모른다'로 나타났다. 즉 20~30대가 40~50대 보다 유행인지도가 높은 것으로 유의한 차이를 보였다.

#### 3) 퍼머넌트 웨이브 스타일링 주기와 지출 비용

연령에 따른 퍼머넌트 웨이브 주기는 20, 30대의 경우 4개월 이상이 각각 54명(44.3%), 30명(32.3%)로 가장 많이 나타났다. 하지만 40,50대는 2개월이 각각 42명(39.3%), 30명(54.5%)으로 가장 많이 나타나 퍼머넌트 웨이브 주기는 연령대별 유의한 차이를 보였다. 즉, 이런 현상은 연령대가 낮을수록 긴 머리로 선호함에 따라 퍼머넌트 웨이브 주기가 길어

<표 4> 연령별 헤어 커트에 대한 태도

빈도(%)

항목	연령	20대	30대	40대	50대	전체	$\chi^2$ 값
관 여	자신	103(83.7)	73(80.9)	80(73.4)	45(80.4)	304(79.6)	10.61
	디자이너	9(7.3)	10(10.6)	22(20.2)	5(8.9)	46(12.0)	
	주변사람	11(8.9)	8(8.5)	7(6.4)	6(10.7)	32(8.4)	
전체		123(100)	94(100)	109(100)	56(100)	382(100)	382
태 도	변화	45(37.2)	38(40.9)	43(40.6)	12(23.1)	138(37.1)	76.70***
	예뻐지려고	3(2.5)	5(5.4)	21(19.8)	7(13.5)	36(9.7)	
	기분전환	14(11.6)	6(6.5)	2(1.9)	1(1.9)	23(6.2)	
	유행	9(7.4)	3(3.2)	3(2.8)	0(0.0)	15(4.0)	
	머리카락 길이	18(14.9)	20(21.5)	23(21.7)	27(51.9)	88(23.7)	
	머리카락 손상	20(16.5)	9(9.7)	4(3.8)	1(1.9)	34(9.1)	
손질의 용이		12(9.9)	12(12.9)	10(9.4)	4(7.7)	38(10.2)	
전체		121(100.0)	93(100.0)	106(100.0)	52(100.0)	372(100.0)	372
길 이	짧은 길이	29(24.2)	34(35.8)	28(26.9)	14(25.9)	105(28.0)	35.02***
	중간 길이	24(20.0)	25(26.3)	47(45.2)	23(42.6)	119(32.0)	
	긴 길이	67(55.8)	36(37.9)	29(27.9)	17(31.5)	149(40.0)	
전체		120(100.0)	95(100.0)	104(100.0)	54(100.0)	373(100.0)	373
인 지	알고 있다	45(36.6)	31(32.3)	17(15.9)	5(9.1)	98(25.7)	25.99***
	대충알고있다	68(55.3)	53(55.2)	72(67.3)	38(69.1)	231(60.6)	
	전혀 모른다	10(8.1)	12(12.5)	18(16.8)	12(21.8)	52(13.6)	
전체		123(100.0)	96(100.0)	107(100.0)	55(100.0)	381(100.0)	381
주 기	1개월 미만	12(9.8)	12(12.5)	20(18.3)	7(12.5)	51(13.3)	30.35**
	1개월~2개월 미만	28(22.8)	24(25.0)	41(37.6)	25(44.6)	118(30.7)	
	2개월~3개월 미만	34(27.6)	32(33.3)	28(25.7)	15(26.8)	109(28.4)	
	3개월 이상	49(39.8)	28(29.2)	20(18.3)	9(16.1)	106(27.6)	
전체		123(100.0)	96(100.0)	109(100.0)	56(100.0)	384(100.0)	384
가 격	5000원 미만	2(1.7)	5(5.3)	7(6.4)	8(14.5)	22(5.8)	17.25
	5000~10000원 미만	60(50.0)	50(52.6)	52(47.7)	19(34.5)	181(47.7)	
	10,000~12000원 미만	49(40.8)	31(32.6)	42(38.5)	23(41.8)	145(38.3)	
	12,000원 이상	9(7.5)	9(9.5)	8(7.3)	5(9.1)	31(8.2)	
전체		120(100.)	35(100.0)	109(100.0)	55(100.0)	379(100.0)	379

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

지는 현상임을 알 수 있다.

연령에 따른 퍼머넌트 웨이브 지출비용은 20~50대에서 전체 200명(52.6%)가 30,000~50,000원미만

이 가장 많이 나타나 연령대별 유의한 차이를 보였다. 20, 30대의 경우는 30,000~50,000원 미만 다음으로 50,000원 이상, 20,000~30,000원 미만의

순으로 나타난 반면 40, 50대의 경우는 30,000~50,000원 미만 다음으로 20,000~30,000원 미만 순으로 나타나 연령대가 낮을수록 퍼머넌트 웨이브의 지출비용이 높아지며, 연령대가 높을수록 퍼머넌

트 웨이브의 지출비용이 낮아짐을 알 수 있었다. 이 또한 컷 길이의 영향이 미치는 것으로 나타났다 <표 5>.

<표 5> 연령별 퍼머넌트 웨이브에 대한 태도

(빈도 %)

항목	연령	20대	30대	40대	50대	전체	$\chi^2$ 값
권유	자신의 선택	88(71.5)	72(78.2)	80(74.1)	41(75.9)	281(74.5)	8.55
	디자이너권유	22(17.9)	10(10.9)	22(20.4)	9(16.7)	63(16.7)	
	주변권유	13(10.6)	10(10.9)	6(5.6)	4(7.4)	33(8.8)	
전체		123(100.0)	92(100.0)	108(100.0)	54(100.0)	377(100.0)	377
태도	변화	65(53.3)	44(47.3)	44(42.3)	24(46.2)	177(47.7)	33.12*
	호기심	13(10.7)	6(6.5)	7(6.7)	2(3.8)	28(7.5)	
	예뻐지려고	5(4.1)	4(4.3)	8(7.7)	3(5.8)	20(5.4)	
	웨이브약해서	8(6.6)	11(11.8)	18(17.3)	11(21.2)	48(12.9)	
	유행	7(5.7)	5(5.4)	4(3.8)	0(0.0)	16(4.3)	
	기분전환	17(13.9)	12(13.9)	5(4.8)	2(3.8)	36(9.7)	
	손질의 용이함	7(5.7)	11(11.8)	18(17.3)	10(19.2)	46(12.4)	
전체		122(100.0)	93(100.0)	104(100.0)	52(100.0)	371(100.0)	371
스타일	내추럴	75(61.5)	49(54.4)	49(49.0)	25(52.1)	198(55.0)	56.41***
	큐트	21(17.2)	10(11.1)	3(3.0)	3(6.3)	37(10.3)	
	엘레강스	4(3.3)	9(10.0)	24(24.0)	13(27.1)	50(13.9)	
	핑크	12(9.8)	8(8.9)	4(4.0)	2(4.2)	26(7.2)	
	모던	6(4.9)	13(14.4)	20(20.0)	4(8.3)	43(11.9)	
	히피	4(3.3)	1(1.1)	0(0.0)	1(2.1)	6(1.7)	
전체		122(100.0)	90(100.0)	100(100.0)	48(100.0)	360(100.0)	360
유행인지	알고 있다	39(33.6)	24(25.3)	18(17.7)	4(7.8)	85(23.4)	19.55*
	대충알고있다	64(55.2)	58(61.1)	66(64.1)	38(74.5)	226(62.1)	
	전혀 모른다	13(11.2)	13(13.7)	18(17.6)	9(17.7)	53(14.5)	
전체		116(100.0)	95(100.0)	102(100.0)	51(100.0)	364(100.0)	364
주기	1개월 미만	2(1.6)	6(6.5)	6(5.6)	4(7.3)	18(4.8)	39.40***
	2개월 미만	26(21.3)	28(30.1)	42(39.3)	30(54.5)	126(33.4)	
	3개월미만	40(32.8)	29(31.2)	40(37.4)	14(25.5)	123(32.6)	
	4개월 이상	54(44.3)	30(32.3)	19(17.8)	7(12.7)	110(29.2)	
전체		122(100.0)	93(100.0)	107(100.0)	55(100.0)	377(100.0)	377
가격	2만원 미만	2(1.6)	3(3.2)	8(7.4)	7(13.7)	20(5.3)	53.71***
	2~3만원 미만	15(12.2)	10(10.6)	24(22.2)	20(36.4)	69(18.2)	
	3~5만원 미만	64(52.0)	48(51.1)	62(57.4)	26(47.3)	200(52.6)	
	5만원~10만원 미만	36(29.3)	30(31.9)	12(11.1)	2(3.6)	80(21.1)	
	10만원 이상	6(4.9)	3(3.2)	2(1.9)	0(0.0)	11(2.9)	
전체		123(100.0)	94(100.0)	108(100.0)	55(100.0)	380(100.0)	380

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

4) 퍼머넨트 웨이브 방법 선호도

5점 리커트 척도에 의해 조사된 연령에 따른 퍼머넨트 웨이브 방법의 선호도 차이는 일반 퍼머넨트 웨이브에서만 0.05% 수준에서 유의한 차이를 보였으며, 그 중 50대가 20, 30, 40대보다 선호하는 것으로 나타났다.

모든 연령대별 선호도가 가장 높은 퍼머넨트 방법은 세팅 퍼머넨트 웨이브를 선호하였고, 그 다음 크리닉 퍼머넨트 웨이브였다<표 6>.

5. 모발 염색에 대한 태도

연령대별 유의한 차이가 있었다<표 7>.

1) 모발 염색 경험과 권유

연령에 따른 모발 염색 경험은 20대에서 50대까지 전체 332명(80%) 이상이 '경험 있다'로 나타났다. 누구에 의해 모발 염색을 하는가는 연령에 관계없이 '자신의 선택'이 전체 268명(71.8%)으로 가장 많았고, 다음으로 '디자이너의 권유' 82명(22.2%), '주변 사람의 영향'이 23명(6.2%)으로 나타났으며, 연령 따라 통계적으로 유의한 차이가 없었다<표 7>.

2) 모발 염색 동기와 유행색 인지

연령에 따른 모발 염색 동기는 연령별로 유의한 차이를 보였는데, 1순위는 20~40대까지 주로 '변화를 위해서'가 65명(54.2%), 47명(50.0%), 51명(48.1%)으로 나타났으며, 50대는 23명(45.1%) '흰 머리 모발 염색'으로 다른 연령대와 차이를 보였다.

그 밖에 20대는 '기분전환', 30대는 '손질의 용이함', 40대는 '흰머리 염색', 50대는 '변화를 위해서'로 나타났다<표 7>.

현재 유행하는 모발 염색 인지를 살펴본 결과 연령에 관계없이 주로 '대충 알고 있다'가 전체 203명(60.6%)으로 가장 높게 나타났으며, 연령대별 유의한 차이가 없었다.

3) 모발 염색주기

연령에 따른 염색 주기는 20, 30대는 4개월 이상이 가장 높고, 40대는 2개월 미만, 50대는 1개월 미만이었다. 즉, 연령대가 높아질수록 염색 주기가 짧아짐은 흰머리커버를 위한 것임을 알 수 있었다<표 7>.

연령에 따른 코팅(매니큐어) 주기는 유의한 차이가 없었다. 20,30대는 4개월 이상이 각각 41명(38.0%), 29명(37.7%)으로 가장 많았다. 40, 50대는 2개월이 각각 16명(42.9%), 9명(42.9%)으로 가장 많이 나타났다. 연령대별 주기의 차이를 보였다. 특히 20대는 3~4개월 미만> 2~3개월 미만>1~2개월 미만의 순으로 나타나 다른 연령에 비해 특히 코팅(매니큐어)의 주기가 길게 나타나는 것을 알 수 있었다.

전체적으로 연령과 코팅(매니큐어)의 주기는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 그러나 연령에 따른 천연 염색(헤나) 주기는 20~40대는 4개월 이상이 가장 많이 나타났고, 50대에서는 2개월이 7명(35.0%)으로 나타나 연령별 유의한 차이를 보였다.

한편 모발 탈색(bleach) 주기는 모든 연령대에서 4개월 이상이 114명(55.1%)으로 가장 높게 나타났

<표 6> 퍼머넨트 웨이브 스타일링 방법 선호도

연령 \ 권유	20대	30대	40대	50대	F값
일반퍼머넨트	2.70 B	2.61 B	2.80 B	3.17 A	3.03*
세팅퍼머넨트	<b>3.50</b>	<b>3.66</b>	<b>3.46</b>	<b>3.49</b>	.85
크리닉퍼머넨트	3.13	3.05	3.0	2.78	.91
특수퍼머넨트	2.98	2.77	2.68	2.66	1.50

\*p<.05

고, 그 다음은 3~4개월 미만>2~3개월 미만>1~2개월 미만의 순으로 주로 모발 염색이나 코팅에 비해 탈색 주기가 길게 나타났으나 연령에 따른 유의한 차이는 없었다.

4) 모발 염색 지출 비용

연령에 따른 모발 염색을 위한 지출비용은 20, 30대는 30,000~50,000원 미만이 각각 65명(55.1%), 37명(47.4%)으로 나타났고, 다음으로 20,000~30,000원 미만> 50,000원 이상의 순으로 나타났다.

40, 50대는 20,000~30,000원 미만이 각각 20명(33.3%), 17명(54.8%)의 순으로 가장 많았으며, 그 다음 순위에서는 40대는 20,000~30,000원 미만>30,000~50,000원 미만>20,000원 미만>50,000원 이상의 순 이었고, 50대는 20,000~30,000원 미만>20,000원 미만으로 나타나 연령에 따른 코팅(매니큐어) 지출비용은 20, 30대는 각각 56명(50.5%), 39명(51.3%)으로 3~5만원 미만이 가장 많이 나타났고, 다음으로 2~3만원 미만>5만원 이상>2만원 미만의 순 이었다. 40대는 2만원 미만이 15명(30.6%)로 가장 많았다. 50대는 2~3만원이 12명

(63.2%)으로 가장 많이 나타나 연령별 유의한 차이가 있었는데, 연령이 높아질수록 코팅(매니큐어)에 지출하는 금액이 낮아짐을 알 수 있었다. 이는 연령대에 따른 선호 모발길이가 지출 소비가격에 영향이 있었다.

연령에 따른 탈색(bleach) 지출가격은 20대는 3~5만원 미만이 46명(45.1%)로 가장 많이 나타났고, 다음으로 2~3만원 미만> 5만원 이상> 2만원 미만의 순이었다. 30대는 3~5만원 미만이 22명(36.7%) 가장 많았으며, 2~3만원 미만>2만원 미만> 5만원 이상의 순으로 나타났다. 그러나 40, 50대는 2~3만원 미만이 각각 14명(42.4%), 7명(53.8%)으로 가장 많이 나타났다.

천연 염색지출비용은 20~50대 모두 3~5만원 미만이 98명(43.4%)이 1순위로 가장 많이 나타났고 20, 30대는 5만원 이상> 2~3만원 미만 순으로 2순위였다. 그러나 40, 50대는 2~3만원 미만> 5만원 이상의 순으로 20, 30대와 지출비용의 차이를 보여 천연 염색스타일링 지출 비용은 연령별 유의한 차이가 있었다. 여기서는 연령대에 따른 지출 소비비용 순위는 동일하나 그 순위의 지출소비비용이 다른 것도 선호 모발 길이의 영향을 미치고 있었다<표 7>.

<표 7> 연령별 모발 염색에 대한 태도

빈도(%)

항목		연령					χ <sup>2</sup> 값
		20대	30대	40대	50대	전체	
권유	자신의 선택	95(79.8)	65(69.9)	72(66.1)	36(69.2)	268(71.8)	6.78
	디자이너 권유	17(14.3)	22(23.7)	30(27.5)	13(25.0)	82(22.0)	
	주변사람	7(5.9)	6(6.5)	7(6.4)	3(5.8)	23(6.2)	
전체		119(100.0)	93(100.0)	109(100.0)	52(100.0)	373(100.0)	373
동기	변화	65(54.2)	47(50.0)	51(48.1)	20(39.2)	183(49.3)	84.33***
	호기심	12(10.0)	7(7.4)	3(2.8)	2(3.9)	24(6.5)	
	예뻐지려고	1(0.8)	3(3.2)	5(4.7)	3(5.9)	12(3.2)	
	흰머리모발 염색	2(1.7)	7(7.4)	26(24.5)	23(45.1)	58(15.6)	
	유행	10(8.3)	8(8.5)	6(5.7)	1(2.0)	25(6.7)	
	기분전환	20(16.7)	8(8.5)	6(5.7)	2(3.9)	36(9.7)	
전체		120(100.0)	94(100.0)	106(100.0)	51(100.0)	371(100.0)	371
유행	알고있다	27(25.0)	16(19.3)	16(16.5)	4(8.5)	63(18.8)	9.52
	대충 알고있다	60(55.6)	53(63.9)	62(63.9)	28(59.6)	203(60.6)	
	전혀모른다	21(19.4)	14(16.9)	19(19.6)	15(31.9)	69(20.6)	
전체		108(100.0)	83(100.0)	97(100.0)	47(100.0)	335(100.0)	335

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

<표 7> 연령별 모발 염색에 대한 태도

빈도(%)

연령		20대	30대	40대	50대	전체	$\chi^2$ 값
염색 주기	1~2개월 미만	19(16.5)	4(5.1)	11(19.6)	<b>11(39.3)</b>	45(16.2)	32.30**
	2~3개월 미만	22(19.1)	26(32.9)	<b>17(30.4)</b>	9(32.1)	74(26.6)	
	3~4개월 미만	30(26.1)	20(25.3)	14(25)	6(21.4)	70(25.2)	
	4개월 이상	<b>44(38.3)</b>	<b>29(36.7)</b>	14(25)	2(7.1)	32(31.9)	
	전체	115(100.0)	79(100.0)	56(100.0)	28(100.0)	278(100.0)	
코팅 주기	1~2개월 미만	13(12.0)	6(7.8)	6(12.2)	0(0.0)	25(9.8)	12.73
	2~3개월 미만	18(16.7)	21(27.3)	<b>16(32.7)</b>	<b>9(42.9)</b>	64(25.1)	
	3~4개월 미만	36(33.3)	21(27.8)	13(26.5)	4(19.0)	74(29.0)	
	4개월 이상	<b>41(38.0)</b>	<b>29(37.7)</b>	14(28.6)	8(38.1)	92(36.1)	
	전체	108(100.0)	77(100.0)	49(100.0)	21(100.0)	255(100.0)	
천연 염색 주기	1~2개월 미만	3(3.0)	3(4.8)	7(15.2)	4(20.0)	17(7.4)	21.07*
	2~3개월 미만	17(16.8)	17(27.0)	9(19.6)	<b>7(35.0)</b>	50(21.7)	
	3~4개월 미만	27(26.7)	11(17.5)	13(28.3)	4(20.0)	55(23.9)	
	4개월 이상	<b>54(53.5)</b>	<b>32(50.8)</b>	<b>17(37.0)</b>	5(25.0)	108(47.0)	
	전체	101(100.0)	63(100.0)	46(100.0)	20(100.0)	230(100.0)	
탈색 주기	1~2개월 미만	4(4.0)	3(5.1)	5(14.7)	1(6.7)	13(6.3)	7.60
	2~3개월 미만	15(15.2)	10(16.9)	7(20.6)	3(20.0)	35(16.9)	
	3~4개월 미만	22(22.2)	11(18.6)	8(23.5)	4(26.7)	45(21.7)	
	4개월 이상	<b>58(58.6)</b>	<b>35(59.3)</b>	<b>14(41.2)</b>	<b>7(46.7)</b>	114(55.1)	
	전체	99(100.0)	59(100.0)	34(100.0)	15(100.0)	207(100.0)	
염색 지출 비용	2만원 미만	3(2.5)	4(5.1)	16(26.7)	10(32.3)	33(11.5)	61.79***
	2~3만원 미만	35(29.7)	25(32.1)	<b>20(33.3)</b>	<b>17(54.8)</b>	97(33.8)	
	3~5만원 미만	<b>65(55.1)</b>	<b>37(47.4)</b>	18(30.0)	4(12.9)	126(43.9)	
	5만원 이상	15(12.7)	10(12.8)	4(6.7)	0(0.0)	29(10.1)	
	10만원 이상	0(0.0)	2(2.6)	0(0.0)	0(0.0)	2(0.7)	
전체	118(100.0)	78(100.0)	60(100.0)	31(100.0)	287(100.0)	287	
코팅 지출 비용	2만원 미만	4(3.6)	3(3.9)	<b>15(30.6)</b>	3(15.8)	25(9.8)	52.26***
	2~3만원 미만	29(26.1)	22(28.9)	10(20.4)	<b>12(63.2)</b>	73(28.6)	
	3~5만원 미만	<b>56(50.5)</b>	<b>39(51.3)</b>	14(28.6)	4(21.1)	113(44.3)	
	5만원 이상	22(19.8)	11(14.5)	10(20.4)	0(0.0)	43(16.9)	
	10만원 이상	0(0.0)	1(1.3)	0(0.0)	0(0.0)	1(0.4)	
전체	111(100.0)	79(100.0)	49(100.0)	19(100.0)	255(100.0)	255	
탈색 지출 비용	2만원 미만	12(11.8)	14(23.3)	6(18.2)	2(15.4)	34(16.3)	15.88
	2~3만원 미만	24(23.5)	15(25.0)	<b>14(42.4)</b>	<b>7(53.8)</b>	60(28.8)	
	3~5만원 미만	<b>46(45.1)</b>	<b>22(36.7)</b>	10(30.3)	4(30.8)	82(39.4)	
	5만원 이상	19(18.6)	8(13.3)	3(9.1)	0(0.0)	30(14.4)	
	10만원 이상	1(1.0)	1(1.7)	0(0.0)	0(0.0)	2(1.0)	
전체	102(100.0)	60(100.0)	33(100.0)	13(100.0)	208(100.0)	208	
천연 염색 지출 비용	2만원 미만	4(4.0)	1(1.6)	4(8.9)	2(10.5)	11(4.9)	26.57**
	2~3만원 미만	12(11.9)	10(16.4)	11(24.4)	6(31.6)	40(17.7)	
	3~5만원 미만	<b>43(42.6)</b>	<b>30(49.2)</b>	<b>18(40.0)</b>	<b>8(42.1)</b>	98(43.4)	
	5만원 이상	40(39.6)	17(27.9)	7(15.6)	3(15.8)	67(29.6)	
	10만원 이상	2(2.0)	3(4.9)	5(11.1)	0(0.0)	10(4.4)	
전체	101(100.0)	61(100.0)	45(100.0)	19(100.0)	226(100.0)	226	

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



<표 8> 모발 염색 선호색상

빈도(%)

연령 색 선호	20대	30대	40대	50대	전체	$\chi^2$ 값
블루&블랙	25(20.7)	25(27.5)	22(21.0)	9(17.7)	81(22.0)	53.39**
갈색	<b>37(30.6)</b>	<b>37(40.7)</b>	<b>49(46.7)</b>	<b>27(52.9)</b>	150(40.7)	
오렌지색	7(5.8)	10(11.0)	3(2.9)	2(3.9)	22(6.0)	
검정색	<b>37(30.6)</b>	10(11.0)	14(13.3)	9(17.7)	70(19.0)	
와인색	4(3.3)	5(5.5)	11(10.5)	4(7.8)	24(6.5)	
미색	3(2.5)	0(0.0)	1(1.0)	0(0.0)	4(1.1)	
회색	4(3.3)	1(1.1)	1(1.0)	0(0.0)	6(1.6)	
카키색	1(0.8)	1(1.1)	0(0.0)	0(0.0)	2(0.5)	
청색	2(1.7)	1(1.1)	0(0.0)	0(0.0)	3(0.8)	
기타	1(0.8)	1(1.1)	4(3.8)	0(0.0)	6(1.6)	
전체	121(100.0)	91(100.0)	105(100.0)	51(100.0)	368(100.0)	

\*\* $p < .01$

<표 9> 선호 모발 염색 종류

연령 종류	20대	30대	40대	50대	F값
모발 염색	2.87	2.93	2.95	3.07	.375
코팅(매니큐어)	<b>3.20</b>	<b>3.35</b>	3.29	3.17	.744
탈색(bleach)	2.45	2.45	2.55	2.67	.427
천연모발 염색(헤나)	3.12 B	3.24 B	<b>3.42 AB</b>	<b>3.71 A</b>	3.24*

\* $p < .05$

5) 모발 염색 선호 색상 및 염색 종류

선호 모발 염색은 모든 연령대에서 갈색이 전체의 150명(40.7%)으로 가장 높았다. 다음으로 블루&블랙 컬러가 81명(22.0%)으로 나타났으며, 이는 연령에 따라 유의한 차이가 나타났다<표 8>.

모발 염색 종류에 따른 선호 모발 염색 종류는 20, 30대는 코팅(매니큐어)을 가장 선호하였고, 40, 50대는 천연모발 염색(헤나)을 가장 선호하는 것으로 나타나 연령에 따른 유의한 차이가 있었다<표 9>.

V. 결론

21세기는 소비자가 직접 생산에 참여하는 프로슈머의 시대이다. 이는 일반인들도 전문가 버금가는 많은 정보를 습득하며 유행에 민감하고 자신을 개성 있게 표현하는데 익숙하다는 것을 의미한다. 뷰티분야에서도 예외는 아니어서 헤어스타일을 통해 자신의 이미지를 관리하는 인구수가 증가하고 있으며, 동시에 급속히 변화하는 유행 주기에 따라 다양한 헤어스타일의 개발도 요구되고 있다. 이와 같이 헤어 뷰티 분야에 있어 헤어스타일링에 대한 실태조사는 이 시대의 유행흐름을 파악함과 동시에 유행 소비자들의 의식을 이해하는 데 중요하다.

본 연구에서는 미용실에 방문한 여성고객을 대상으로 연령을 기준으로 하여 헤어스타일 분야 중 헤어 커트, 퍼머넌트 웨이브, 모발 염색에 대한 선호도 및 헤어스타일링 기법과 관리 현황에 대한 실태를 조사 분석하여 유행의 흐름을 살펴보고, 동시에 소비자들의 의식을 파악하여 뷰티 관련 산업 컨설팅 연구자료 및 마케팅 기초 자료로 활용하고자 하였다. 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 인구통계적 특성에서는 응답자의 연령별 구성이 20대가 가장 많았고 다음으로 40대, 30대, 50대의 순으로 나타났다. 직업별 구성은 직장인, 주부가 가장 많았고, 학력은 고졸이 1위였으며, 가족의 월수입별 구성은 1위가 200~400만원으로 가장 많은 부분을 차지하였다.

둘째, 헤어스타일 정보 및 미용실 선택 기준에 있어서 연령별로 유의한 차이를 보였는데 20~40대는 주로 '대중매체의 영향'을, 40~50대의 경우는 '주변 사람의 영향'을 많이 받았음을 알 수 있었다. 미용실 선택 기준은 연령대별 유의한 차이를 보였으며 20,30대는 '주위 소개'가, 40대는 '교통시설의 편의', 50대는 '가까운 거리'가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 헤어스타일에 대한 태도는 헤어커트에서 '자신의 선택'으로 하는 경우가 연령대 상관없이 가장 많았고, 동기에서도 연령에 관계없이 '변화를 주고 싶은 이유'가 가장 많이 나타났다. 헤어 커트의 선호길이는 연령에 따라 유의한 차이를 보이며 20, 30대는 긴 길이, 40, 50대는 중간 길이를 선호 하였다. 유행 커트 인식 조사에서는 주로 '대충 알고 있다'가 연령에 상관없이 가장 많이 나타나 연령에 따라 유의한 차이를 보임을 알 수 있었다.

넷째, 퍼머넌트 웨이브는 연령에 관계없이 90% 이상이 경험한 것으로 나타났으며, 그 선택 기준 또한 연령에 관계없이 '자신의 선택'에 의한 것이 많았다. 동기도 연령에 관계없이 '변화를 주기 위함'으로가 가장 많았다. 특히 퍼머넌트 웨이브 선호 스타일은 연령에 따라 유의한 차이를 보였는데 연령대 차이 없이 '내추럴 스타일'이 1순위였고, 2순위는 연령대별로 차이를 보였다. 유행 인지에서는 연령에 따라 유의한 차이로 '대충 알고 있음'이 가장 많이 나타

났고, 시술기법 선호도에서는 모든 연령대에서 '세팅 퍼머넌트 웨이브'를 가장 선호하는 것이 특징적임을 알 수 있었다.

다섯째, 모발 염색은 20대에서 50대까지 80% 이상 경험이 있었으며, 이 역시 '자신의 선택'에 의한 것이 많았다. 연령에 따른 동기는 연령별로 유의한 차이가 있었는데 20~40대가 '변화를 주기 위한' 것이 모발 염색 동기라면 50대 이후는 '흰머리 염색'으로 다른 연령대와 차이를 보였다. 유행색 인지에서는 연령에 관계없이 주로 '대충 알고 있다'가 많았으며, 연령대별 유의한 차이가 없었다. 선호 색상 역시 연령과 상관없이 '갈색'을 가장 선호하였다. 모발 염색 종류에 따른 선호는 20, 30대는 주로 '반영구적인 코팅'을, 40, 50대는 '천연 염색'을 선호하는 것으로 나타나 연령에 따른 유의한 차이가 있었다.

여섯째, 관리에 대한 태도는 연령이 낮을수록 커트, 퍼머넌트, 염색, 코팅, 탈색 주기가 길었고, 또한, 퍼머넌트, 염색, 코팅, 탈색 지출비용도 높았지만, 연령이 높을수록 커트, 퍼머넌트, 염색, 코팅 주기는 짧고, 커트 지출 비용이 많았고, 탈색 주기는 길게 나타났다.

이상의 결과를 보면 헤어스타일링 선택 기준은 연령대와는 상관없이 자신의 선택에 의해 이루어짐을 알 수 있어 소비주관이 매우 뚜렷함을 확인할 수 있었다. 그러나 헤어스타일 유행정보원이나 미용실 선택기준, 선호스타일에서는 연령에 따른 차이를 알 수 있었으며 연령이 높을수록 오히려 지출비용은 낮으며 관리주기도 비교적 길게 나타남을 알 수 있었다. 이러한 결과는 이제 소비자들 많은 정보를 가지고 있어 과거 헤어디자이너 의존에서 벗어나 개성적인 모습 연출에 적극적임을 알 수 있으며 따라서 헤어디자이너나 미용실에서는 기술개발과 함께 고급 정보를 갖추어 고객을 관리해야하는 전략이 절실함을 알 수 있었다. 본 연구를 확대 적용하기에는 제한점이 있으며 앞으로 전국적인 조사를 통해 우리나라 여성의 헤어스타일링 태도와 행동에 대한 연구를 기대한다.

### 참고문헌

- 1) 장미숙·양숙희(2002), “비달 사순(Vidal Sassoon) 헤어디자인의 조형적 특성 연구”, *패션비즈니스*, 6(1), pp.53-70.
- 2) 최수정 · 조오순 · 박혜원(2003), “모발 염색에 관한 실태조사”, *패션비즈니스*, 7(1), pp. 116-134
- 3) 황연순 · 구양숙(2005), “헤어샵 이용 소비자의 구전정보가 방문의도에 미치는 영향”, *한국의류산업학회지*, 7(2), pp.218-224
- 4) 한명숙(2002), “퍼스널 컬러에 대한 컬러 선택 요인 및 만족도 연구 -헤어 · 메이크업 컬러를 중심으로-”, *한국의류산업학회지*, 4(4), pp.369-375
- 5) 머리카락을 헤어 컷트, 퍼머넌트 웨이브, 모발 염색, 블루(blow) 드라이, 업스타일 등 헤어스타일을 표현하는 행위를 포함하는 것을 의미
- 6) 류지원(2006), “남성의 외모 및 지각자의 인구 통계학적 특성이 대인지각에 미치는 영향 -헤어 컬러와 길이를 중심으로-”, *한국메이크업디자인학회지*, 2(2) p.111
- 7) Ibid., p.119
- 8) 이연희(2006), “화장색 이미지평가와 선호도 차이(제2보)-지각자의 연령과 거주지를 중심으로-”, *한국의류학회지*, 30(5), p22
- 9) Ibid., p.23
- 10) 이연희(2002), “인구통계적 변인에 따른 부분색 채화장 이미지지각과 선호도에 관한 연구”, *한국의류학회지*, 26(3/4), p.141
- 11) 김성남 · 이경숙(2007), “20-40대 여성의 외모관심도에 따른 외모관리행동”, *패션비즈니스*, 11(4), p.31,재인용, “한국여성들 예뻐야 대접...외모지상주의 '루키즘' 확산" (2002,8,15), *동아일보*, p.8
- 12) 이화편찬위원회(1994), “*이화100년사 자료집*”, 이화여대출판부, pp.327~328

접수일(2008년 1 월 4일)

수정일(1차 : 2008년 3월 3일, 2차 : 4월 23일),

게재확정일(2008년 4월 28일)