

라이프스타일 집단별 외모관리행동과 삶의 만족도의 차이분석

박광희¹⁾ · 김인숙^{2)†}

¹⁾계명대학교 패션마케팅학과

²⁾신흥대학교 경영학과

Differences of Appearance Management Behaviors and Life Satisfaction among Lifestyle Groups

Kwang Hee Park¹⁾ and In Sook Kim^{2)†}

¹⁾Dept. of Fashion Marketing, Keimyung University; Dague, Korea

²⁾Dept. of Business Administration, Shinheung College; Uijeongbu, Korea

Abstract : We provide an empirical assessment that examines the differences in appearance management behavior, life satisfaction and demographic variables between groups classified by individual lifestyle. Questionnaires were administered to 513 female and male adults over 17 years of age in the Daegu and Kyungbuk metropolitan regions. Descriptive statistics, cluster analysis, Cronbach's α , ANOVA, Duncan test and χ^2 test were applied to analyze data from 513 respondents. The results are as follows. First, we did a cluster analysis on the appearance management behavior of weight training, skin care, hair care, make-up and clothing selection. Four groups (passive, rational, fashion oriented, and active typed) were classified according to individual lifestyle. Second, the rational and active groups were more interested in the social life, environmental stability, health, fashion and economic seeking life. They were also more involved in appearance management behavior and in a higher level of life satisfaction. However, the differences of life satisfaction among the lifestyle group (male) were not statistically significant. Third, females with higher level of income and education (among the demographic variables) belonged to the active group. We found significant differences in appearance management behavior, life satisfaction and demographic variables among male and female groups classified by lifestyle.

Key words: lifestyle(라이프스타일), appearance management behaviors(외모관리행동), life satisfaction(삶의 만족도), demographic variables(인구통계학적 변인)

1. 서 론

현대인에게 외모는 타인에게 자신을 알리는 수단일 뿐 아니라 서로간의 우열과 인생의 성패를 좌우하는 중대한 사회적 지표로써 능력을 판단하게 하는 기준이 되고 있다. 이러한 외모는 타인의 반응에 의해 외모에 대한 자기개념인 자부심이나 굴욕과 같은 감정을 느끼게 함으로써 대인관계에 영향을 주게 된다(Horn, 1975). 따라서 현대인들은 자신의 모습을 타인에게 알리고 표현하는 중요한 요소로 인지하고, 매력적으로 보이기 위해 자신의 외모에 대한 결점을 극복하고자 외모관리를 한다. 특히 아름다운 외모를 가진 사람은 자기 스스로 만족을 느끼고 대인관계를 형성하는데도 긍정적인 자세를 취하기 때문에, 현대인들에게 있어서는 외모관리가 사회생활의 필수적인 요소로 인지되고 있다. 이러한 사회 분위기는 여성 뿐 아니라 남성들

에게도 외모에 대해 많은 관심을 불러일으키고, 그에 따라서 외모관리행동도 성별에 따라 세분화되고 있다.

라이프스타일은 사회생활의 다양한 영역에서 개인이 선택적으로 살아가는 방식으로 사람이 생활하고 시간과 돈을 소비해 나가는 유형(Engel et al., 1997)으로 정의된다. 또한 라이프스타일은 인간의 생활의식이나 가치관, 성격 등의 복합물로서 사람들의 행동전반에 영향을 미치는 중요한 요소이기도 하다. 따라서 라이프스타일은 그 사람의 소비행동(Kim & Choi, 2010) 더 나아가 소비행동의 한 유형인 외모관리행동에 영향을 미칠 것으로 예상된다. 또한 라이프스타일은 그 사람이 설정한 목표를 달성하기 위해서 능동적으로 생활환경에 대처하게 하며 독자적인 해결방법을 찾아서 미래의 목표를 향한 일관된 노력을 하게 만드는 특징을 가지고 있다(Lee, 2005). 그러므로 라이프스타일은 소비행동 뿐만 아니라 모든 인간이 추구하는 삶의 만족도와 관련이 있다고 가정할 수 있다(Park, 2012).

최근 들어 라이프스타일은 마케팅 분야에서 시장을 세분화하는 변인으로 그리고 세분화된 시장에 맞는 마케팅 믹스를 제시하기 위한 변인으로 많이 다루어지고 있다. 본 연구에서는 라

†Corresponding author; In Sook Kim

Tel. +82-31-870-3540, Fax. +82-31-870-3549

E-mail: isk5@shc.ac.kr

이프스타일에 의해 소비자 집단을 분류하여, 분류된 라이프스타일 집단별 외모관리행동, 삶의 만족도, 인구통계학적 특성의 차이를 알아봄으로써 라이프스타일에 의해 유형화된 소비자 집단을 좀 더 이해하고자 한다. 또한 이를 바탕으로 라이프스타일에 의한 외모관리 관련 시장의 세분화 가능성과 마케팅 전략을 제시하며 라이프스타일에 의한 삶의 만족도를 증대하는 방안을 제시하는데 그 목적이 있다.

이제까지 진행된 라이프스타일과 외모관리행동의 연구들은 (Kim, 2011; Oh et al., 2010; Park & Park, 2009; Seo, 2010) 라이프스타일 변인과 외모관리행동 변인 간의 관계 또는 라이프스타일 집단별 외모관리행동의 빈도를 파악하거나, 연구대상을 중장년층 여성, 여대생, 남성, 청소년 등으로 국한하여 연령층과 성별에 있어서 제한적인 연구가 이루어졌다. 본 연구에서는 다양한 연령층의 남녀 모두를 대상으로 하는 연구를 통해 라이프스타일에 의해 유형화된 집단별 외모관리행동 간의 차이를 명확하게 파악함으로써 라이프스타일과 외모관리행동 간의 좀 더 확고한 관계가 정립될 수 있을 것이다. 또한 외모에 대한 관심이 더욱 증대되면서 외모관리행동은 삶의 중요한 일부가 될 것이며 더 나아가 외모관리와 관련된 분야의 새로운 직업, 이에 관련된 상품 및 서비스의 개발 그리고 외모관리 관련 시장도 더욱 확장될 것이다. 그러므로, 소비자들의 라이프스타일에 따라 그들의 의복 뿐 아니라 몸매관리, 화장, 헤어, 피부 등의 외모관리행동의 차이를 알아보는 연구는 외모관련 기업들에게 소비자행동에 대한 유용한 정보로 활용될 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경

2.1. 라이프스타일, 외모관리행동, 삶의 만족도의 개념

라이프스타일은 사회생활의 다양한 영역에서 개인이 선택적으로 살아가는 방식으로 사람이 생활하고 시간과 돈을 소비해 나가는 유형으로 정의된다(Engel et al., 1997). 또한 라이프스타일은 개인의 문화, 사회계층, 준거집단의 영향을 받아 학습된 개인의 가치체계나 성격이 그 사람의 삶과 소비유형으로 나타나는 양식을 의미한다(Joung & Kim, 2002). 따라서 라이프스타일은 그 사람의 소비행동과 밀접한 관련성이 있다고 볼 수 있으며, 자신이 선호하는 라이프스타일과 일치하는 상품을 선택하여 소비한다. 또한 라이프스타일은 소비자의 구매패턴을 반영하기에 유사한 구매패턴을 가진 사람들을 집단으로 묶어 시장을 세분화함으로써 소비자 구매행동을 좀 더 정확하게 파악할 수 있기에 라이프스타일은 시장세분화 기준변수로 중요하게 다루어지고 있다(Choi, 2011; Kim et al., 2009). 1990년대 이후 라이프스타일에 관한 연구에서 라이프스타일은 시장세분화를 위한 기준으로 주로 사용되었으며 의류학 분야에서는 의복 구매나 화장품구매 시 나타나는 소비자의 선호나 경향을 알아보는 변인으로 조사되었다(Chae, 1997; Lee et al., 1999; Hong & Oh, 2001; Park & Yoo, 2000).

Kaiser(1990)는 외모관리를 개인 자신의 신체와 이상적인 신체모습의 차이를 극복하기 위하여 의복, 체중조절, 화장, 성형수술, 피부관리 등의 행동을 통해 자신을 변화시키는 것이라 하였다. Goffman(1965)은 외모관리행동을 타인에게 자신을 표현하는 방법으로써 의복, 화장품, 액세서리, 소품 등과 같은 정체성도구(identity kit)를 사용하는 것이라 정의하였다. 특히 외모는 타고난다는 과거의 통념과는 달리, 현재는 만들어지고 관리되어야 한다는 사회문화적 개념이 형성되면서, 외모관리행동은 외모는 충분히 변할 수 있다는 사고방식에서 기인하고, 자신의 외모를 더욱 아름답게 하고자 하는 의지가 외모관리행동을 하도록 하는 원동력이며 되며, 적절한 외모관리는 그 사람의 일에 대한 능력, 원만한 대인관계, 믿음 등을 통해 긍정적인 평가로까지 연결되고, 서로 영향을 주기 때문에 외모는 경쟁력이라고 까지 믿게 되었다(Lee & Yoo, 2011). 외모관리행동은 대중매체의 발달과 매스미디어의 영향으로 인해 외모에 대한 관심이 증대되면서 자신에 대한 시각적 이미지를 만들어 나갈 뿐만 아니라 상황에 맞추어 자신을 이헤시키는 수단으로 여겨지면서, 사람들의 다양한 행동으로 나타나고 있다.

삶의 만족도는 현재 상황 뿐 아니라 과거에서 현재까지 살아온 삶에 대한 총체적인 만족도이며, 자신의 인생이 어느 정도 만족스러운가, 다시 말해서 물질적이든 정신적이든 간에 인생목표나 욕구 달성에 대한 또는 삶의 질에 대한 개인의 주관적인 평가로 볼 수 있다. 삶의 만족도와 같은 의미로 사용되는 생활만족도는 개인의 정신 건강을 결정짓는 중요한 요소로 개인은 다른 사람과 상호작용을 통해서 기대가 형성되며 이러한 기대는 다른 사람과의 비교를 통해 자신을 평가하는 근거가 된다(Medley, 1980). 따라서, 생활만족도는 개인의 기대수준이 합리적으로 충족되는가에 대한 평가라고 할 수 있으며, 개인의 주관적 만족감 또는 행복감을 뜻하는 포괄적인 의미의 삶의 질(quality of life)을 측정하는 도구로 사용되고 있다. Choi(1985)는 생활만족도를 생활에 대한 기대와 현실적인 충족감의 일치에서 오는 만족감으로 그 개인의 심리적, 환경적 요인은 물론 생활역사를 통해서도 영향을 받는 복합적인 감정으로 정의하였다. Koh(2008)도 생활만족도를 행복과 만족의 주관적 감정이며, 일종의 태도로서 이는 심리적 요인과 환경적 요인에 의해 영향을 받기에 개인의 정신 건강을 결정짓는 중요한 요소라고 하였다.

2.2. 라이프스타일과 외모관리행동 간의 관계 연구

라이프스타일과 외모관리행동의 관계에 대한 선행연구에서, 여성을 연구대상으로 한 연구결과를 살펴보면 다음과 같다. Park and Park(2009)은 여성을 대상으로 라이프스타일의 요인에 의해 군집분석을 실시하여 사고·경제지향, 집단, 유행추구 집단, 보수·경제지향, 집단으로 분류하였다. 사고·경제지향, 집단과 유행추구 집단은 이상적 외모를 가꾸기 위해 체중조절과 체형관리를 가장 선호할 뿐만 아니라 실제로도 가장 많이 투자를 하는 반면에, 보수·경제지향, 집단은 다른 집단에 비해 피부관리를 가장 선호하는 것으로 나타났다. Seo(2010)는

여대생의 라이프스타일을 요인에 의해 조사대상자를 합리형, 소극형, 적극형 세 집단으로 분류하여 집단별 외모관리투자순위와 외모관리행동을 살펴보았다. 그 결과, 합리형은 외모관리투자에서 피부관리실 이용이 가장 높은 반면 화장품구입은 가장 낮았으며, 외모관리행동에 있어서는 화장법의 변화를 많이 시도하는 것으로 나타났다. 소극형은 외모관리투자에서 미용실 이용이 가장 높으며 피부관리실 이용은 가장 낮게 나타났고, 외모관리행동에 있어서는 피부관리를 가장 적게 하는 것으로 나타났다. 적극형은 외모관리투자에서 화장품 구입이 가장 높은 반면 미용실 이용은 가장 낮았고, 외모관리행동에 있어서는 피부관리를 많이 이용하는 것으로 나타났다. Lim and Choi(2010)는 중·노년층 여성의 라이프스타일에 따라 군집분석을 실시하여 경제절약형, 과시적 소비형, 여가 및 가족 중심형의 세 집단으로 분류하였다. 라이프스타일 집단별 피부 관리추구 및 관리생활을 살펴본 결과, 여가 및 가족 중심형 집단이 경제절약형 및 과시적 소비형보다 이러한 생활을 더 많이 하는 것으로 나타났다.

남성의 라이프스타일과 외모관리행동의 관계에 대한 선행연구 결과를 살펴보면 다음과 같다. Kim(2011)은 남성의 패션라이프스타일의 요인에 의해 군집분석한 결과 소극적 패션추구집단, 보수적 실용추구집단, 적극적 유행 및 개성추구집단의 세 집단으로 분류하였다. 이러한 군집별 외모관리행동의 차이를 살펴본 결과, 적극적 유행 및 개성추구 집단은 모든 외모관리행동을 많이 하는 것으로 나타났는데 이는 남성의 라이프스타일 성향이 적극적인 개성을 추구할수록 성공적인 사회생활을 위하여 외모관심과 함께 외모관리행동에 있어서는 적극적인 것을 의미하는 것으로 해석되었다. 보수적 실용추구집단은 사회적 외모관심과 메이크업에 관심이 있으나, 적극적 뷰티행동과 미용성형에는 관심이 적은 것으로 나타났으며, 소극적 패션추구집단은 적극적 뷰티행동과 미용성형에는 관심이 높은 반면, 사회적 외모관심과 메이크업에 대한 관심이 적은 것으로 나타났다. Woo(2005)는 20-30대 남성을 대상으로 라이프스타일에 의해 조사대상자를 유행관심형, 유행주도형, 무관심형, 안정추구형의 네 집단으로 나눈 후, 집단별 외모관리의 경험 유무와 경험하고 싶은 외모관리의 종류를 알아보았다. 그 결과, 현재 경험하고 있는 외모관리는 화장품 사용과 헤어관리로 네 집단에서 모두 나타났고, 미래에 경험하고 싶은 외모관리로는 화장품 사용보다는 미용성형을 더 경험해보고 싶은 것으로 나타났으며, 대체적으로 외모관리를 하는 것에 긍정적인 태도를 가지고 있는 것으로 나타났다. Lee(2003)는 청소년의 라이프스타일 요인과 외모관련행동과의 관계를 살펴본 결과, 적극적 활동성이나 물질지향성이 외모관련행동과 밀접한 관련이 있으며, 남자는 근검절약성이 외모관련행동에 부정적인 영향을 준다고 하였다. Oh et al.(2010)은 웰빙라이프스타일 요인이 자연주의 화장품의 지각된 가치에 미치는 영향을 조사한 결과 건강식생활, 재활동실천, 노화에 대한 관심, 패션/외모에 대한 관심은 자연주의 화장품의 지각된 가치에 유의한 영향을 미친다고 하였다.

라이프스타일과 외모관리행동과의 관계를 살펴본 위의 선행연구 결과를 종합해보면, 분석에 있어서 크게 두 가지로 분류할 수 있다. 첫째는 라이프스타일 요인에 의해 집단을 분류하여 집단별 외모관리행동의 차이를 살펴본 연구들로 그 결과는 라이프스타일 집단별 외모관리행동에 있어서 차이가 있는 것으로 나타났다. 두 번째 방법은 라이프스타일 요인과 외모관리행동과의 관계를 살펴본 연구들로 그 결과는 두 변인 간에는 유의한 관계가 있는 것 또는 라이프스타일 유형이 외모관리행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 라이프스타일 측정 문항에 따라 분류된 변인(요인)이 다르고 외모관리행동 측정 문항도 상이하기에 외모관리행동과 관련이 있는 라이프스타일 변인은 어떤 것이라고 단정하는 데는 어려움이 있지만 위의 연구결과를 요약해 보면 다음과 같다. 사교경제지향 집단, 여가 및 가족 중심형 집단, 적극적 유행 및 개성 추구집단 과 같은 라이프스타일 집단 또는 적극적 활동성, 물질지향성, 적극성 등과 같은 라이프스타일 변인이 전반적인 외모관리, 피부관리, 화장품 구입 등과 관련이 있으며 유행추구 집단은 모뎀관리를 많이 하는 것으로 나타났다. 반면 보수적 실용추구집단, 소극형 집단 또는 근검절약성 등은 피부관리, 뷰티행동, 미용성형 등과 같은 외모관리를 더 적게 하는 것으로 나타났다.

2.3. 라이프스타일과 삶의 만족도 간의 관계 연구

Cho(2012)는 대학생 라이프스타일 요인을 이용하여 군집분석을 통해 유행추구형 집단과 경제지향형 집단의 두 그룹으로 분류하였다. 이 두 집단별 삶의 만족도의 차이를 분석한 결과, 유행추구형 집단이 경제지향형 집단보다 삶의 만족도가 더 높은 것으로 나타났다. Park(2012)은 웰빙라이프스타일 요인을 이용하여 웰빙라이프스타일의 정도가 높은 집단과 낮은 집단으로 분류하여 삶의 만족도의 차이를 분석하였다. 그 결과 웰빙라이프스타일의 정도가 높은 집단이 낮은 집단에 비해 자신의 삶에 대한 만족도가 높은 것으로 나타났다. Kang et al.(2010)은 공공체육시설 참여자의 라이프스타일이 삶의 만족도에 미치는 영향을 알아본 결과, 라이프스타일 요인 가운데 스포츠추구형과 자아추구형이 삶의 만족도에 유의한 영향을 미친다고 하였다.

Jo and Park(2011)은 청소년의 라이프스타일을 사교활동지향형, 고독주의형, 보수지향형, 자기개발형의 네 요인으로 분류하고, 생활만족도에 미치는 영향을 알아보았다. 그 결과 고독주의형은 유의한 영향을 미치지 않으나 사교활동지향형, 보수지향형, 자기개발형의 순으로 생활만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. Lee et al.(2008)의 연구결과에서는 라이프스타일 요인 가운데 문화추구형, 미래지향형, 외향적 활동형이 삶의 만족도에 유의한 영향을 미치며 특히, 외향적 활동형이 가장 큰 영향을 미친다고 하였다. Lee and Jung(2003)의 연구에서는 라이프스타일 요인(안전, 만족, 건강, 성취, 지식, 과시형) 모두가 생활만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Jeon and Goo(2009)는 야구동호인의 라이프스타일 가운데 미래추구, 외모추구, 성취추구가 생활만족도에 정적 영향을 미치

는 반면 건강추구는 부적 영향을 미친다고 하였다.

Yu and Park(2010)은 볼링참여자의 라이프스타일은 생활만족도에 직접적으로 정적인 영향을 미치며, 라이프스타일은 여가태도와 여가몰입을 매개로 하여 생활만족도에 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 자신의 건강을 유지하며 외모를 아름답게 가꾸어오면서 보다 나은 삶을 영위할 수 있지만, 여가에 대한 태도가 좋더라도 너무 몰입하게 되면 삶의 만족도에는 부정적인 결과를 가져올 수 있음을 보여준다. Kim and Choi(2010)의 연구에서는 외향적 도전추구와 보수적 가족추구 라이프스타일이 사회적 노후준비에 대해서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 노후준비도 가운데 신체적 노후준비, 사회적 노후준비, 경제적 노후준비가 삶의 만족도에 유의한 영향을 미치며 특히 사회적 노후준비의 영향력이 가장 높다고 하였다. 이는 규칙적인 생활이나 운동, 충분한 수면, 정기적 건강검진 등으로 신체적 노후준비를 하거나 노년기에 대해 긍정적으로 생각하고, 노후를 위해 경제적으로 준비할수록 인생이 즐겁고 자신의 생활방식에 만족하며, 앞으로 살아가는 것을 희망적으로 여기는 등 삶의 만족도가 더 높다는 것을 의미한다.

Koh(2008)는 생활체육 프로그램 참가 노인을 대상으로 조사한 결과, 라이프스타일 가운데 화합형 생활은 신체적 만족과 새로운 경험만족 그리고 자이존중감을 통해 생활만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 혁신적 생활은 환경만족의 부정적 매개와 자이존중감의 긍정적 매개를 통해 생활만족도에 간접적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 여가형 생활은 지역 사회 기여 만족과 환경 만족, 자이존중감의 매개변인을 통해 생활만족도에 간접적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

라이프스타일과 삶의 만족도의 관계를 알아본 연구를 종합해 보면, 라이프스타일이 삶의 만족도에 미치는 직접적인 영향력을 알아본 연구와 라이프스타일이 매개변인을 통해서 간접적으로 삶의 만족도에 미치는 영향을 분석하는 연구로 분류할 수 있으며 그 연구 결과를 요약하면 라이프스타일은 삶의 만족도에 직접적 또는 간접적으로 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다. 구체적으로 라이프스타일 집단 가운데 유행추구형 집단 또는 외향적 활동형, 스포츠 추구형, 자이추구형, 유행추구형 등과 같은 라이프스타일 변인이 삶의 만족도와 관련이 있는 것으로 나타나 좀 더 외향적이며 활동적이고 유행을 추구하는 라이프스타일 성향이 높을수록 삶의 만족도가 높다고 볼 수 있다.

3. 연구방법

3.1. 측정도구

본 연구에서 라이프스타일은 Ham(2011)이 사용한 36문항을 이용하여 측정하였으며 이는 사회지향성, 경제지향성, 유행추구성, 건강지향성, 환경지향성의 다섯 가지로 구성되어 있고 점수가 높을수록 그러한 성향이 높은 것을 의미한다. 사회지향성은 '다른 사람에 비해 나는 아는 사람이 많다', '생활에 필요한 정보를 다른 사람들에게 전해준다' 등의 문항으로, 경제지향성은

'개인적으로 여유가 있어도 꼭 필요하지 않다면 사지 않는다', '전기 제품이나 냉난방기구 등은 전기료나 연료비가 절약되는 것을 선택한다' 등의 문항으로 구성되었다. 유행추구성 문항은 '무슨 일이든 유행을 의식하여 생활하고 있다', '유행정보에 관심이 많다' 등으로 건강지향성 문항은 '건강관련 정보를 실천하기 위하여 노력한다', '돈보다 건강이 인생에서 중요하다 생각한다' 등의 문항으로 그리고 환경지향성 문항은 '환경보전에 도움이 되는 행동을 실천하려고 노력한다', '생활에 불편을 주어도 환경을 덜 훼손하는 제품을 사용한다' 등으로 구성하였다.

외모관리행동은 Jeon and Chung(2010)이 사용한 몸매관리 5문항, 피부관리 4문항, 헤어관리 6문항, 메이크업 3문항, 의복선택 5문항을 사용하여 측정하였으며 점수가 높을수록 자신의 외모를 향상시키기 위해 체중조절을 위한 운동이나 다이어트, 일상적으로 행하는 피부관리, 헤어관리, 메이크업, 그리고 유행 및 체형보정을 위한 의복선택 및 착용행동을 더 많이 하는 것을 의미한다. 몸매관리 문항은 '식사량을 조절한다', '트레이너에게 체형관리를 받는다' 등으로, 피부관리 문항은 '피부 스케일링, 필링 등을 한 적이 있다', '마사지 혹은 팩을 한다' 등으로 구성되었다. 헤어관리 문항은 '최근 유행하는 헤어스타일을 한다', '두피케어제품을 사용한다' 등으로, 메이크업은 '색조화장을 한다', '눈썹 정리를 한다' 등으로 그리고 의복선택은 '최신유행 의복을 구입한다', '결점을 보완하기 위한 의복스타일을 선택한다' 등의 문항으로 구성되었다.

삶의 만족도는 Huh(2007)가 사용한 10문항을 이용하여 측정하였으며 점수가 높을수록 하는 일, 자신, 인생, 삶에 대해서 만족하는 정도가 높은 것을 의미한다. 문항은 '내 인생에서 성취한 것에 만족한다', '현재 내가 하는 일에 만족한다' 등의 문항으로 구성되었다. 라이프스타일, 외모관리행동 그리고 삶의 만족도 모두 6점 리커트 척도(전혀 그렇지 않다-매우 그렇다)로 측정되었으며 이외에도 인구통계학적 특성을 측정하기 위해서 성별, 연령, 결혼여부, 교육수준, 월평균 소득을 묻는 문항이 첨가되었다.

3.2. 조사대상자

본 연구를 위해 대구 및 경북지역에 거주하는 550명을 대상으로 설문조사를 실시하였으며 그 중 520부가 회수되었고 회수된 설문지 중 불성실한 응답을 한 경우를 제외한 총 513부가 자료 분석을 위해 사용되었다. 조사대상자의 성별은 남성이 42%, 여성이 58%를 차지하였고, 연령대를 살펴보면 10대가 4.1%, 20대가 32.1%, 30대가 22.3%, 40대가 28.8%, 50대 이상이 12.7%이었으며, 결혼여부는 기혼이 54.2%, 미혼이 45.8%이었고, 교육수준은 중학교 졸업 이하가 3.7%, 고등학교 졸업이 35.4%, 전문대학 졸업이 17.9%, 대학교 졸업이 37.9%, 대학원 졸업이 5.1%로 나타났다. 월 평균 소득은 200만원 미만이 21.4%, 200만원~300만원 미만이 21.8%, 300만~400만원 미만이 20.2%, 400만원~500만원 미만이 17.8%, 500만원 이상이 18.8%인 것으로 나타나 연령, 결혼여부, 교육수준 및 소득

Table 1. Descriptive statistics of lifestyle, appearance management behavior, and life satisfaction

	Factor	Mean	Standard deviation	n	Cronbach's α
Lifestyle	Socialization seeking	3.69	0.94	4	0.74
	Economic stability seeking	3.83	1.00	4	0.74
	Fashion seeking	3.30	0.96	6	0.82
	Health seeking	3.77	1.00	4	0.74
	Environmental stability seeking	3.86	1.03	5	0.83
Appearance management behavior	Weight training	2.41	0.99	4	0.71
	Skin care	3.04	1.23	5	0.80
	Hair care	2.87	1.18	6	0.83
	Make-up	2.77	1.47	3	0.78
	Clothing selection	2.96	1.18	5	0.81
	Life satisfaction	4.00	1.02	10	0.91

수준이 비교적 고른 분포를 보였다.

3.3. 분석방법

자료 분석을 위해서는 SPSS 19.0 for Window가 사용되었으며, 측정문항의 신뢰도를 파악하기 위해서 Cronbach의 α 값이 산출되었다. 라이프스타일, 외모관리행동, 삶의 만족도 정도를 알아보기 위해서 평균값을 산출하였으며, 라이프스타일 유형 및 특성을 알아보기 위하여 군집분석을 실시하였다. 라이프스타일 집단별 외모관리행동과 삶의 만족도의 차이를 알아보기 위해서 분산분석과 Duncan test를 실시하였고, 라이프스타일 집단별 인구통계학적 특성의 차이를 알아보기 위해서 χ^2 검증과 분산분석을 실시하였다.

4. 결과 및 논의

4.1. 라이프스타일, 외모관리행동 및 삶의 만족도의 정도

라이프스타일은 선행연구(Ham, 2011; Lee, 2005)에서 분류되었던 다섯 변인(사회지향성, 경제지향성, 유행추구성, 건강지향성, 환경지향성)에 대해 각기 확인적 요인분석을 통해 요인적재치, 공통성(communality), 설명된 총분산 등을 고려하여 분석할 문항에 대해 다음과 같이 확정하였으며 그 결과는 Table 1과 같다. 평균값이 가장 높은 것은 환경지향성으로 3.86이었으며 경제지향성, 건강지향성, 사회지향성, 유행추구성 순으로 나타났으며 이는 Lee(2005)의 연구에서 환경지향 라이프스타일의 평균값이 가장 높게 나타난 결과와 일치한다. 생활수준의 향상과 환경보존에 대한 관심의 증가로 인하여 환경지향성이 높게 나타났고 경기침체로 인한 합리적인 소비의 증가로 인해 경제지향성의 점수도 높게 나타났다고 볼 수 있으며, 이러한 결과는 Ham(2011)의 연구결과와 일치한다. 라이프스타일에 대한 신뢰도를 알아보기 위해서 Cronbach의 α 값을 산출한 결과 0.74 이상으로 비교적 내적 일치도가 높았다.

외모관리행동은 Jeon and Chung(2010)이 분류한 다섯 유형(몸매관리, 피부관리, 헤어관리, 메이크업, 의복선택)을 확인적 요

인분석과 신뢰도 계수 산출을 통해 분석할 문항을 확정하였으며 그 결과는 Table 1과 같다. 평균값을 산출한 결과 평균값이 가장 높은 것은 피부관리 3.04이었으며 의복선택, 헤어관리, 메이크업, 몸매관리 순으로 나타났다. 외모관리행동에 대한 신뢰도는 0.71 이상으로 비교적 내적 일치도가 높은 것으로 나타났다. 외모관리행동 가운데 피부관리의 평균값이 가장 높게 나타난 것은 많은 시간과 비용을 들이지 않으면서도 손쉽게 실행할 수 있는 방법 중의 하나이며 기능성 화장품 생산의 확대로 인하여 피부관리에 대한 관심의 증가하였기에 때문인 것으로 보이며 몸매관리의 경우 상당한 노력과 인내가 필요하기에 이를 실행으로 옮기는 것이 상대적으로 어려운 것으로 볼 수 있다.

삶의 만족도 문항에 대해서 주성분 분석을 이용하여 요인분석을 한 결과 한 요인만이 추출되었으며 신뢰도를 저하시키는 2문항을 제외하여 다시 요인분석한 결과 요인적재치가 0.62 이상으로 나타났고 신뢰도 계수는 0.91로 내적 일치도가 매우 높은 것으로 나타났다. 삶의 만족의 평균값은 4.00으로 나타나 비교적 자신의 일과 삶에 대해 만족하는 것으로 매우 바람직한 결과라고 볼 수 있다. 이러한 결과는 생활수준의 향상 그리고 다른 글로벌 국가들의 경제적 어려움에 비해 우리나라의 경제 상황은 상대적으로 나쁘지 않다고 판단하고 있기에 나타난 결과라고 볼 수 있다.

4.2. 라이프스타일 유형에 따른 집단 분류

조사대상자를 라이프스타일 변인에 따라 동질적인 집단으로 묶기 위해서 라이프스타일 다섯 변인(사회지향성, 경제지향성, 유행추구성, 건강지향성, 환경지향성)의 평균값을 가지고 K-평균군집분석을 실시한 결과 4 군집으로 분류되었다. 분류된 4 집단별 라이프스타일 변인 평균값을 비교하여 각 집단에 대한 성격을 규명한 결과는 Table 2와 같다. 군집 1은 전체의 10.5%를 차지하였으며 사회지향성, 경제지향성, 유행지향성, 건강지향성, 환경지향성 점수가 모두 낮아 ‘소극적 생활형’ 집단이라 명명하였다. 군집 2는 전체의 30.6%를 차지하며 라이프스타일 네 변인 모두가 군집 1, 3보다는 높은 점수를 얻었지만

Table 2. The result of ANOVA for lifestyle

Lifestyle	Group 1	Group 2	Group 3	Group 4	F value
	Passive lifestyle	Rational lifestyle	Fashion oriented lifestyle	Active lifestyle	
Socialization seeking	2.15a	3.69b	3.53b	4.57c	168.78***
Economic stability seeking	2.13a	4.46c	3.32b	4.48c	267.57***
Fashion seeking	2.01a	2.73b	3.58c	4.17d	193.22***
Health seeking	1.91a	3.90c	3.64b	4.61d	206.72***
Environmental stability seeking	1.99a	4.46c	3.38b	4.59c	318.93***

*** $p < .001$

abcd : Duncan test shows that means with different subscripts differ at $p < .05$.

유행추구성은 상대적으로 낮은 점수를 나타내 ‘합리적 생활형’ 집단으로 명명하였다. 군집 3은 전체의 34.5%를 차지하며 유행추구성 점수가 상대적으로 높으나 나머지 라이프스타일 네 변인들의 점수는 상대적으로 낮은 점수를 나타내 ‘유행관심형’ 집단으로 명명하였다. 군집 4는 24.4%를 차지하였으며 라이프스타일 다섯 변인 모두 가장 높은 점수를 나타내 ‘적극적 생활형’ 집단이라고 명명하였다. 이러한 결과는 여대생을 대상으로 한 Seo(2010)의 연구에서 유행추구형, 알뜰구매형, 합리적생활형, 긍정적생활형, 가정중심형, 적극생활형의 라이프스타일 요인에 의한 군집분석 결과 라이프스타일 모든 요인의 값이 높은 ‘적극형’, 모든 라이프스타일 요인의 값이 낮은 ‘소극형’, 그리고 그 중간 값을 가지는 ‘합리형’으로 분류된 결과를 지지한다고 볼 수 있다.

조사대상자 가운데 각 집단별 구성 비율을 비교해 보면 유행관심형 집단이 가장 높고, 합리적 생활형과 적극적 생활형 집단 순이며 소극적 생활형의 비율은 가장 낮았다. 이러한 결과는 소극적 생활형 집단을 제외하고 대부분의 사람들은 사회지향성, 경제적 지향성, 유행추구성, 건강지향성, 환경지향성 등의 라이프스타일을 추구하는 정도가 높은 것으로 해석할 수 있다.

4.3. 라이프스타일 집단별 외모관리행동과 삶의 만족도 차이 분석

라이프스타일 집단별 외모관리행동의 차이를 알아보기 위해서 분산분석과 Duncan test를 실시한 결과 Table 3과 같이 모두 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 적극적 생활형 집단

이 소극적 생활형과 합리적 생활형 집단보다 모든 외모관리행동을 더 많이 하였으며 유행관심형 집단은 소극적 그리고 합리적 생활형 집단보다 몸매관리, 헤어관리, 의복선택을 더 많이 하는 것으로 나타났다. 이는 적극적 생활형 집단의 경우 사회활동에 대한 관심이 높기 때문에 그리고 유행관심형 집단의 경우 자신의 유행추구 성향을 외모관리행동을 통해 표현하고자 하는 욕구가 강하기 때문에 나타난 결과라고 볼 수 있다. 또한 이러한 결과는 몸매관리와 피부관리에 있어서 라이프스타일에 따라 유의한 차이가 나타난 Seo(2010)의 연구결과와 일치한다.

라이프스타일 집단별 삶의 만족도 차이분석에 있어서도 소극적 생활형과 유행관심형 집단보다 합리적 생활형과 적극적 생활형 집단이 자신의 삶에 대해서 더 만족하고 있는 것으로 나타났다. 이는 대인관계 및 사회생활, 건강, 환경, 경제적인 소비 등 다양한 활동에 관심이 높은 사람의 경우 이러한 활동을 통해 자신의 삶의 의미를 찾고 성취감 그리고 자신에 대한 만족감을 얻을 수 있기에 삶의 만족도가 높다고 볼 수 있다. 이러한 결과는 외향적 활동형 라이프스타일이 삶이 만족도에 가장 영향을 많이 미친다는 Lee et al.(2008)의 연구결과를 지지한다고 볼 수 있다.

4.4. 라이프스타일 집단별 인구통계학적 특성의 차이분석

라이프스타일 집단별 인구통계학적 특성의 차이를 알아보기 위해서 χ^2 검증과 분산분석을 실시한 결과는 Table 4와 같이, 성별, 결혼여부, 교육수준, 소득수준, 연령에 있어서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 다시 말해서, 성별의 경우 소극적

Table 3. The differences of appearance management behaviors and life satisfaction among lifestyle groups

Variables	Passive lifestyle	Rational lifestyle	Fashion oriented lifestyle	Active lifestyle	F value
Weight training	1.59a	2.28b	2.41c	2.88c	25.78***
Skin care	1.91a	3.62b	3.65b	4.40c	71.88***
Hair care	1.68a	2.53b	2.94c	3.69d	57.45***
Make-up	1.31a	2.52b	2.78b	3.71c	45.40***
Clothing selection	1.50a	2.53b	3.15c	3.86d	92.00***
Life satisfaction	3.95ab	4.15b	3.87a	4.51c	12.42***

*** $p < .001$

abcd : Duncan test shows that means with different subscripts differ at $p < .05$.

생활형 집단은 남자의 빈도가 높은 반면 합리적 생활형과 적극적 생활형 집단은 여자의 빈도가 높았다. 좀 더 구체적으로 소극적 생활형 집단에 속한 대상자가 여성의 경우 5명(1%)이며 남성의 경우 49명(9.6%)인 반면 적극적 생활형 집단에 속한 대상자가 여성의 경우 93명(18.2%)이며 남성의 경우 32명(6.2%)으로, 남성의 경우 소극적 생활형이 많은 반면 여성의 경우 적극적 생활형이 많은 것으로 나타났다. 이는 남성보다 여성의 경우 상대적으로 시간적 여유가 많고 가족들을 위한 식품, 의류, 가정용품 등을 구매하는 역할을 담당하기에 유행, 건강, 환경, 경제성 등에 관한 관심이 높기 때문에 나타난 결과라고 볼 수 있다. 결혼여부의 경우 소극적 생활형과 합리적 생활형 집단은 기혼의 빈도가 높은 반면 유행관심형 집단은 미혼의 빈도가 높았다. 이는 미혼자의 경우 유행에 대한 관심이 가장 높은 시기이기 때문에 나타난 결과라고 볼 수 있다. 교육수준의 경우 고등학교, 전문대 졸업자의 경우 소극적 생활형의 빈도가 높은 반면 대학교 졸업자의 경우 적극적 생활형의 빈도가 높게 나타났다. 월평균 소득의 경우 합리적 생활형 집단은 월소득이 낮은 반면 소극적 생활형 집단은 400-500만 미만 소득수준의 빈도가 약간 높고 유행관심형 집단은 월소득이 낮았으며 적극적 생활형 집단은 월소득이 높은 것으로 나타났다. 이는 미혼의 경우 월소득이 낮으나 유행에 대한 관심이 높기 때문이며 그리고 월소득이 높은 경우 다양한 활동을 할 수 있는 여건이 되기 때문에 나타난 결과라고 볼 수 있다. 연령의 경우 유행관심형 집단이 가장 낮았고 소극적 생활형 집단이 가장 높게 나타났으며 이는 젊은 미혼의 경우 유행지향성이 높은 반면 연령이 높아갈수록 활동성이 상대적으로 줄어들기 때문에 나타난 결과라고 볼 수 있다.

이를 종합해 보면, 소극적 생활형 집단은 사회지향성, 경제지향성, 유행추구성, 건강지향성, 환경지향성이 모두 가장 낮은

집단으로 외모관리행동에 있어서도 매우 소극적이며 남성과 기혼자의 빈도가 높으나 교육수준은 상대적으로 낮고 월소득은 400-500만원 미만대의 빈도가 약간 높은 편이며 연령도 가장 높은 것으로 나타났다. 합리적 생활형 집단은 라이프스타일에 있어서 유행추구성을 제외한 사회지향성, 경제지향성, 건강지향성, 환경지향성이 상대적으로 높은 집단으로 외모관리행동에 있어서도 중간 정도의 행동을 취하는 편으로 여성의 빈도가 높으나 월소득 수준은 고루 분포되어 있는 것으로 나타났다. 유행관심형 집단은 라이프스타일에 있어서 유행추구성 점수가 상대적으로 높으나 사회지향성, 경제지향성, 건강지향성, 환경지향성은 두 번째로 낮은 집단으로 외모관리행동에 있어서는 몸매관리, 헤어관리와 의복선택은 상대적으로 높은 점수를 얻었으며 미혼의 빈도가 높고 저소득의 빈도가 약간 높게 나타났으며 연령이 가장 낮은 반면 적극적 생활형은 모든 라이프스타일의 점수가 가장 높은 집단으로 외모관리행동에 있어서 모든 점수가 가장 높게 나타났으며 여성의 빈도가 높고 교육수준과 월평균 소득 수준이 높은 편으로 나타났다.

4.5. 성별에 따른 라이프스타일 집단별 외모관리행동과 삶의 만족도 차이분석

라이프스타일 집단별 성별의 차이가 매우 크게 나타났으며 (Table 4), 또한 외모관리행동에 있어서 남녀의 차이가 클 수 있기에, 여성과 남성 집단을 분류하여 라이프스타일 집단별 외모관리행동과 삶의 만족도 차이분석을 실시함으로써 외모관리행동과 삶의 만족도의 차이가 라이프스타일 집단에 의한 것인지 성별에 의한 영향이 큰 것인지를 좀 더 구체적으로 파악하고자 하였으며 그 결과는 Table 5와 Table 6과 같다.

성별 외모관리행동의 평균값을 비교해 보면 여성이 남성에

Table 4. The differences of demographic characteristics among lifestyle group

Classification		Passive lifestyle	Rational lifestyle	Fashion oriented lifestyle	Active lifestyle	χ^2 (or F)
Sex	Male	49 ¹⁾ (22.7) ²⁾	59(65.9)	75(73.9)	32(52.5)	67.75***
	Female	5(31.3)	98(91.1)	101(102.1)	93(72.5)	
Marital status	Single	16(24.3)	59(71.9)	103(80.6)	56(57.2)	21.00***
	Married	37(28.7)	98(85.1)	73(95.4)	69(67.8)	
Level of education	High School	26(21.1)	68(60.6)	68(65.8)	37(48.5)	13.03*
	College	12(9.7)	23(27.7)	36(31.5)	20(22.2)	
	University	16(23.2)	64(66.7)	72(75.7)	67(53.4)	
Average monthly income	Under 2 million	3(11.6)	31(33.7)	40(36.4)	33(26.3)	28.93*
	200-299 million	12(10.9)	36(37.1)	44(37.1)	17(26.8)	
	300-399 million	9(10.1)	36(34.3)	36(34.3)	26(24.8)	
	400-499 million	19(9.6)	22(27.2)	22(27.2)	18(21.9)	
	Over 500 million	11(10.2)	28(28.8)	28(28.8)	29(23.1)	
Age		40.78c	37.01b	33.55a	36.65b	(6.53***)

1) Frequency. 2) Expected frequency.

* $p < .05$, *** $p < .001$

ab : Duncan test shows that means with different subscripts differ at $p < .05$.

Table 4. The differences of demographic characteristics among lifestyle group

Factor	Passive lifestyle(5)	Rational lifestyle(98)	Fashion oriented lifestyle(101)	Passive lifestyle(93)	F value
Weight training	2.45	2.41	2.42	2.92	6.58
Skin care	4.20	3.99	4.24	4.55	7.14
Hair care	3.00a	2.79a	3.26b	3.82b	17.44***
Make-up	2.87a	3.21a	3.42a	4.19b	13.38***
Clothing selection	2.16a	2.81ab	3.36bc	3.95c	24.27***
Life satisfaction	3.23a	4.07b	3.71ab	4.47c	17.04***

*** $p < .001$ abcd : Duncan test shows that means with different subscripts differ at $p < .05$ **Table 5.** The differences of appearance management behaviors and life satisfaction among lifestyle group (female)

Factor	Passive lifestyle(49)	Rational lifestyle(59)	Fashion oriented lifestyle(75)	Active lifestyle(32)	F value
Weight training	1.50a	2.06b	2.42bc	2.75c	14.67***
Skin care	1.68a	3.00b	2.86b	3.92c	39.68***
Hair care	1.55a	2.10b	2.51c	3.31d	25.19***
Make-up	1.16a	1.37a	1.91b	2.31c	14.89***
Clothing selection	1.44a	2.07b	2.84c	3.60d	54.06***
Life satisfaction	4.03	4.29	4.08	4.60	2.47

*** $p < .001$ abcd : Duncan test shows that means with different subscripts differ at $p < .05$

비해 상대적으로 모든 외모관리행동의 평균값이 높게 나타나 남성에게 비해 여성이 외모관리행동을 더 많이 하는 경향이 있다고 볼 수 있다. 성별에 따라 라이프스타일 집단별 외모관리행동과 삶의 만족도 차이를 살펴본 결과, 여성의 경우 몸매관리에 있어서 라이프스타일 집단별 유의한 차이가 없는 것으로 나타났으며 이는 몸매관리가 다른 외모관리행동에 비해 시간과 노력이 많이 요구되는 쉽지 않은 외모관리행동이기 때문에 라이프스타일 집단별 차이가 나타나지 않은 것으로 볼 수 있다. 여성의 경우 피부관리와 헤어관리에 있어서 합리적 생활형 집단의 평균값이 가장 낮은 반면 적극적 생활형 집단의 평균값이 가장 높게 나타났으나 소극적 생활형 집단과 합리적 생활형 집단 간의 차이 그리고 유행관심형 집단과 적극적 생활형 집단 간의 차이는 유의하지 않게 나타났다. 남성의 경우 피부관리와 헤어관리에 있어서 라이프스타일 집단별 모두 유의한 차이가 나타나 소극적 생활형 집단이 가장 피부관리를 적게 하는 반면 적극적 생활형 집단이 가장 많이 하는 것으로 나타났다. 피부관리와 헤어관리의 있어서 소극적 생활형 집단과 합리적 생활형 집단의 차이가 여성의 경우에는 나타나지 않은 반면 남성의 경우 유의한 차이가 나타났다. 이러한 결과는 여성의 경우 합리적 생활형 집단의 경우 경제적인 측면 때문에 피부관리와 헤어관리를 적게 하는 반면 남성의 경우 이에 관한 관심이 적기 때문에 행동도 적게 하는 것으로 볼 수 있다. 삶의 만족도에 있어서 여성의 경우 라이프스타일 집단별 유의한 차이가 나타난 반면 남성의 경우 집단별 유의한 차이가 나타나지 않았으며 여성보다 상대적으로 삶의 만족도 점수가 높은 경향이 있었다.

이는 남성의 경우 상대적으로 사회지향성, 경제지향성, 유행추구성, 건강지향성, 환경지향성 등의 라이프스타일 보다는 사회적 지위, 재산, 명예 등에 의해 삶의 만족도를 평가하기 때문에 라이프스타일 집단별 삶의 만족도가 차이가 나타나지 않았다고 볼 수 있다. 따라서 성별에 따라 외모관리행동 및 삶의 만족도의 차이는 약간 있지만 전반적인 양상은 조사대상자 전체를 갖고 분석한 결과와 유사한 패턴을 보이고 있기에 라이프스타일 집단별 외모관리행동과 삶의 만족도에는 차이가 있다고 볼 수 있다.

5. 결 론

최근 들어 대중매체와 매스미디어의 발달로 외모에 대한 관심이 높아지고 있으며 외모가 개인의 가치와 능력을 판단하는 기준으로 사용되고 있다. 이러한 외모 관심의 증가는 이와 관련된 많은 연구들의 진행과 외모관리 관련 산업의 성장으로 이어지고 있다. 이제까지의 라이프스타일과 외모관리행동 간의 관계를 조사한 선행연구들은 조사대상자들을 여성 또는 특정 연령대에 제한하고 있으며 외모관리행동과 관련변수와의 관계를 부분적으로 살펴본 연구가 주를 이루고 있다. 따라서 본 연구에서는 다양한 연령층의 남녀 성인을 대상으로 그들의 라이프스타일과 외모관리행동 간의 관계를 조사하였으며 그 결과는 외모관리 관련 기업들에게 시장 세분화의 기준과 마케팅 전략 수립하는데 도움을 줄 수 있을 것이다.

본 연구에서는 17세 이상의 남녀를 대상으로 라이프스타일,

외모관리행동 및 삶의 만족도의 정도를 살펴보고 라이프스타일에 따른 집단별 외모관리행동, 삶의 만족도 및 인구통계학적 특성에 차이가 있는가를 알아보려고 하였으며 그 결과는 다음과 같다. 첫째, 라이프스타일 다섯 변인의 평균값을 산출한 결과 환경지향성이 가장 높은 것으로 나타났으며 경제지향성, 건강지향성, 사회지향성, 유행추구성 순으로 나타나 환경 보존과 경제적인 소비에 대한 성향은 높은 반면 상대적으로 유행을 쫓으려는 성향은 낮다고 볼 수 있다. 외모관리행동의 경우 다섯 변인의 평균값을 산출한 결과 기능성화장품 사용, 맛사지 또는 팩 사용, 충분한 수면 등과 같은 피부관리의 점수가 가장 높았고 의복선택, 헤어관리, 메이크업, 몸매관리 순으로 나타나, 편한 시간에 쉽게 집에서 할 수 있는 피부관리를 많이 하는 반면 시간과 노력이 많이 요구되는 몸매관리는 적게 한다고 볼 수 있다. 삶의 만족도의 경우 평균값이 높게 나타나 비교적 자신의 삶에 대해 긍정적으로 평가하며 만족하고 있는 것으로 생각된다.

둘째, 라이프스타일 다섯 변인에 의해 군집분석을 실시한 결과 소극적 생활형, 합리적 생활형, 유행관심형, 적극적 생활형의 네 집단으로 분류되었으며 유행관심형의 구성 비율이 가장 높았고 소극적 생활형이 가장 낮았다. 라이프스타일 집단별 외모관리행동의 차이를 알아본 결과 모두 유의한 차이가 있는 것으로 나타나 소극적 생활형 집단의 경우 외모관리행동 다섯 변인의 모든 값도 가장 낮았으며, 합리적 생활형은 외모관리행동에 있어서 소극적 생활형 집단 다음으로 낮았다. 유행관심형 집단의 경우 몸매관리, 헤어관리와 의복선택의 평균값이 상대적으로 높았으며, 적극적 생활형 집단의 경우 모든 외모관리행동의 평균값이 가장 높았다. 라이프스타일 군집별 삶의 만족도의 차이를 알아본 결과 유의한 차이가 있어 소극적 생활형과 유행관심형 집단에 비해 합리적 생활형과 적극적 생활형 집단의 삶의 만족도가 유의하게 높게 나타났다. 이러한 결과는 사회생활, 환경, 건강, 유행, 경제적인 소비 등 다양한 분야에 대한 관심이 높고 활동을 많이 하는 사람일수록 적극적으로 외모관리행동도 하며 이러한 활동과 행동을 통해 자신의 삶에 대한 만족도 향상된다고 볼 수 있다.

셋째, 라이프스타일 집단별 인구통계학적 특성의 차이를 알아본 결과 소극적 생활형 집단은 남성과 기혼의 빈도가 높았으며 합리적 생활형 집단은 여성의 빈도가 높은 반면 교육 수준은 낮았다. 유행관심형 집단은 여성, 미혼자, 저소득자의 빈도가 높았으며 적극적 생활형 집단은 여성, 고학력자, 고소득자의 빈도가 높았다.

넷째, 라이프스타일 집단별 외모관리행동과 삶의 만족도 차이를 여성과 남성 집단으로 구분하여 분석한 결과 전체집단을 대상으로 분석한 결과와 약간의 차이가 있어 여성의 경우 몸매관리가 그리고 남성의 경우 삶의 만족도가 라이프스타일 집단별 유의한 차이가 나타나지 않았다. 그러나 그 이외의 전반적인 결과는 유사하게 나타났다.

본 연구에서 제시된 결과를 바탕으로 외모관리와 관련한 업

제가 사용할 수 있는 방안을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 외모관리행동 중에서 피부관리를 가장 많이 하는 것은 피부관리가 다양한 연령층에 있어서 가장 관심있는 외모관리행동이며 기능성 화장품, 맛사지 또는 팩 제품에 대한 광고가 많이 되어 다양한 선택이 가능하고 비교적 쉽게 가정에서 할 수 있기 때문인 것으로 생각된다. 따라서 의복선택, 헤어관리, 메이크업, 몸매관리 등에 있어서도 쉽게 할 수 있는 방법이 제시된다면 이러한 활동에 더 많은 사람들이 참여하게 될 것이다. 예를 들어서 케이블 TV에서 방영되고 있는 메이크업 관련 프로그램 시청을 통해서 일반 소비자들도 다양한 제품의 효과, 가격 그리고 제품의 사용방법 등을 알게 됨으로써 메이크업 제품에 대한 구매를 좀 더 많이 하게 될 것이다.

둘째, 라이프스타일에 따라 그들이 선호하는 외모관리행동에 차이가 있기에 라이프스타일이 시장 세분화의 기준으로 사용될 수 있다는 것을 알 수 있다. 또한 합리적 생활형과 적극적 생활형 집단의 경우 외모관리행동에 더 적극적이기에 외모관련 업계에서는 대인관계, 환경보존, 건강관리, 경제적인 소비, 유행추구 등 다양한 분야에 관심이 높고 이러한 활동에 적극적으로 참여하는 소비자를 목표로 시장으로 선정하였을 때 효과적인 결과를 얻을 수 있을 것이다. 또한 이러한 활동 프로그램을 지원하면서 외모관리에 관한 정보와 실용방안 등을 제시할 경우 외모관리행동을 증대시킬 수 있을 것이다.

셋째, 외모관리행동을 상대적으로 적극적으로 하는 유행관심형 집단의 경우 연령이 낮고 저소득자의 빈도가 높았으며 적극적 생활형 집단의 경우 여성, 고학력자 및 고소득자의 빈도가 높았기에 이러한 소비자층을 대상으로 하는 광고와 판매촉진을 통해 외모관리와 관련된 제품 및 서비스 사용의 확대를 유도할 수 있을 것이다.

넷째, 라이프스타일 집단별 삶의 만족도 차이에 있어서도 합리적 생활형과 적극적 생활형 집단이 자신의 삶에 대해서 더 만족하고 있는 것으로 나타났다. 이는 사회활동에 적극적으로 참여하는 사람일수록 이러한 행동을 통해 자신의 삶에 대해 더 만족하는 것으로 볼 수 있다. 따라서 사회활동 참여 기회의 확대는 사람들의 삶에 대한 만족도를 증진시킬 수 있기에 사회기관과 정부는 다양한 연령대의 사람들이 참여할 수 있는 다양한 프로그램 개발과 사회활동의 기회를 확대시킬 필요가 있다.

본 연구의 한계점과 그에 따른 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다. 라이프스타일과 외모관리행동 문항의 경우 신뢰도와 타당도가 충분히 검증된 측정도구가 개발되어 있지 않기에 앞으로의 연구에서는 신뢰도와 타당도가 높은 측정도구가 개발되어야 할 것이며 이를 이용할 경우 보다 확고한 결과를 얻을 수 있을 것이다. 또한, 조사대상자가 지역적으로 대구와 경북으로 한정되어 있기에 연구결과를 해석하는데 있어 신중을 기해야 할 것이며 후속 연구에는 다양한 지역에 거주하는 소비자들을 대상으로 조사되어야 할 것이다. 또한 라이프스타일에 따른 집단 분류에 있어서 성별의 영향이 큰 것으로 나타났기에 그러한 결과에 대한 좀 더 심도 있는 분석이 진행되어야 할 것이다.

References

- Chae, J. M. (1997). *The various types of life style of women in their 50's and 60's and clothing purchase behaviors*. Unpublished master's thesis, Seoul National University, Seoul.
- Cho, S. H. (2012). A study on the difference of between domestic university students and foreign university lifestyle cluster on self-esteem and life satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, 14(2), 283-298.
- Choi, H. (2011). A comparative study of users' behavior on mobile internet service usage according to lifestyle. *Management & Information System Review*, 30(1), 87-105.
- Choi, H. K. (1985). *Family support system and the life satisfaction of the elderly exploring a casual model*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Minard, P. W. (1997). *Consumer Behavior* (8th ed.). Chicago: Dryden Press.
- Goffman, E. (1965). Identity kits. In M. E. Roach & J. B. Eicher (Eds.), *Dress, adornment and the social order*. New York: John Wiley & Sons.
- Ham, Y. H. (2011). *The effect of lifestyle and behaviors-specific cognitions affect of middle and old-aged people on the health promotion behavior*. Unpublished doctoral dissertation, Daegu Han University, Gyeongbuk.
- Hong, S. S., & Oh, E. J. (2001). A study on the make-up expression and purchasing behavior of make-up cosmetics based on the life style. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 39(7), 85-99.
- Huh, K. O. (2007). The effects of well-being trends and purchase behavior of well-being products on the satisfaction of life: Focused on multi-dimensional determinant factors. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 45(9), 89-98.
- Horn, M. J. (1975). *The second skin: An interdisciplinary study of clothing* (3rd ed.). Boston: Houghton Mifflin Harcourt.
- Jeon, H. J., & Chung, M. S. (2010). The effects of sociocultural attitudes toward appearance and objectified body consciousness on the behavior of 20-30's women for appearance management. *Journal of Korea Society of Cosmetology*, 16(2), 590-601.
- Jeon, Y. B., & Goo, K. B. (2009). Relationship among lifestyle, participatory motive, team commitment, and life satisfaction in baseball club members. *Journal of Korean Society for Sport Management*, 14(3), 27-40.
- Jo, Y. J., & Park, S. H. (2011). A study on relations among juveniles' lifestyle, leisure flow and life satisfaction. *The Korea Journal of Sports Science*, 20(3), 415-428.
- Joung, S. H., & Kim, H. J. (2002). A review of studies on lifestyle. *Journal of the Korean Consumption Culture Association*, 5(2), 107-128.
- Kaiser, S. B. (1990). *The Social Psychology of Clothing*. New York: Macmillan.
- Kang, H. W., Min, B. H., & An, D. S. (2010). Relationship among lifestyle, leisure satisfaction, and life satisfaction of participants in public sports facilities. *Journal of Korea Society for Wellness*, 7(1), 1-12.
- Kim, E. K., Sin, G. H., & Song, J. H. (2009). Ecotourist's recognition of well-being and quality of life by lifestyle types. *Journal of Tourism Sciences*, 33(6), 111-130.
- Kim, J. S., & Choi, S. I. (2010). The effects of lifestyle on preparation for old age and life satisfaction. *Korean Journal of Family Welfare*, 15(3), 97-119.
- Kim, C. H. (2011). *A study on appearance concern and appearance management behavior by type of men's fashion lifestyle*. Unpublished doctoral dissertation, Kyungsoong University, Gyeongbuk.
- Koh, Y. J. (2008). *A Study on the effects of participation motives and life styles of old people n sports on life satisfaction -focusing on effects of participation satisfaction, service satisfaction and self esteem-*. Unpublished doctoral dissertation, Hanyang University, Seoul.
- Lee, H. R., Lee, H. Y., & Lee, G. Y. (2008). An exploratory study on the effects of leisure activity and lifestyle on life satisfaction in later life. *Journal of Hotel Administration*, 17(2), 149-165.
- Lee, J. H., & Jung, G. H. (2003). The comparative study regarding the participation motive of golf and the skis participant. *Journal of Korea Sport Research*, 14(2), 75-87.
- Lee, J. Y. (2005). *A study on well-being behaviors in Korea-In relation with perception of well-being and lifestyle-*. Unpublished doctoral dissertation, Sungshin Women's University, Seoul.
- Lee, M. H. (2003). A study of appearance behavior and lifestyle of adolescents. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 27(9/10), 1101-1111.
- Lee, M. H., & Yoo, H. S. (2011). Relationship between Shangri-la Syndrome and appearance management behavior. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 13(2), 194-204.
- Lee, S. S., Kim, S. W., Park, G. Y., & Cho, H. S. (1999). A standard criteria of cosmetic choice for female consumers - focusing on life style and reason for makeup -. *Journal of Human Environment and Art*, 22(1), 125-147.
- Lim, H. K., & Choi, I. R. (2010). A study on the effect of skin management which is based on the lifestyle of middle aged and old age women. *The Research Journal of the Costume Culture*, 18(4), 670-686.
- Medley, M. L. (1980). Life satisfaction across four stages of adult life. *Journal of Aging Human Development*, 11(3), 114-134.
- Oh, M. H., Park, H. J., Lee, S. H., & Park, S. Y. (2010). The effect of well-being lifestyle on perceived value and purchase intention of naturalistic cosmetics. *Korean Journal of Aesthetics and Cosmetology*, 8(3), 175-190.
- Park, K. H. (2012). Consumption values and life satisfaction by types of well-being lifestyles. *Journal of Living Science Research*, 38, 69-80.
- Park, K. Y., & Yoo, T. S. (2000). A relationship with sports casual wear consumer's fashion life style and information source. *Journal of the Korean Society of Costume*, 50(4), 103-115.
- Park, O. L., & Park, J. H. (2009). A study on the degree of interest in appearance by women's lifestyle group. *Korean Journal of Human Ecology*, 18(6), 1257-1266.
- Seo, R. S. (2010). The study about appearance management according to lifestyle of women's college student. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 16(3), 790-800.
- Woo, J. Y. (2005). *Metro-sexual trend and appearance control behavior by life-style of twenties-thirties men*. Unpublished master's thesis, Kyunghee University, Seoul.

Yu, H. S., & Park, M. K. (2010). The constructive relations of lifestyle, leisure attitude, leisure flow and life satisfaction of bowling participants. *Journal of Korean Society for the Study of Physical Education*, 15(3), 109-122.

(Received 5 March 2013; 1st Revised 25 March 2013;
2nd Revised 19 April 2013; Accepted 20 July 2013)

Copyright © The Society of Fashion and Textile Industry. 2013. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Non-Commercial license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.
