

## MZ세대의 언택트 시대 지각이 신체의식과 뷰티관리행동에 미치는 영향

나윤영<sup>†</sup>

호남대학교 뷰티미용학과

### Perception in the MZ Generation's Untact Era on Physical Consciousness and Cosmetological Management Behavior

Yunyoung Na<sup>†</sup>

Dept. of Beauty Art, Honam University; Gwangju, Korea

**Abstract:** This study sought to investigate the relationship between perception, body awareness, and beauty management behavior in the untact era in their MZ generation's, and as a result of the study, it was confirmed that there is a causal relationship between variables. For the empirical analysis of the study, a survey was conducted online(Google questionnaire) in Seoul/Gyeonggi area from June 7 to 26, 2021. Of the 548 questionnaires, 512, excluding 36, were analyzed using SPSS V.21.0. Among the sub-factors of perception in the untact era, it was confirmed that the social environment perception and human relationship perception are key factors that negatively affect body consciousness and beauty management behavior, and so does self-awareness( $p < .05$ ). Next, it was confirmed that, among the sub-factors of body consciousness, appearance management awareness and appearance/body care effort were key factors that positively affected beauty management behavior, and that appearance confidence was also an important factor that positively affected beauty management behavior( $p < .05$ ). Therefore, through this study, we intend to provide basic data for product development, programs, and marketing strategies that can cope with changes in the beauty consumption market in preparation for the post-COVID era.

**Key words:** perception of the untact era (언택트시대지각), body consciousness (신체의식), beauty management behavior (뷰티관리행동), post corona (포스트 코로나), MZ generation's (MZ 세대)

## 1. 서 론

현대사회에서 외모는 자기표현의 수단이자 타인과의 차별성 및 사회활동에 있어 하나의 경쟁력을 강화하는 매개체로 인식되고 있다(Kim, 2016; Park 2017). 이에 소비자들은 이미지 상승효과를 위한 외모관리에 시간과 경제적 투자를 아끼지 않으며, 다양한 방법을 강구한다(Kim, 2019; Lee & Lee, 2017). 미(美)에 대한 기준은 사회적 환경의 영향을 받는 것으로 최근에는 외모에 대한 트렌드가 건강한 아름다움을 추구하는 양상을 보이며, 신체전반의 관리에도 건강과 관련한 붐이 일고 있다. 이러한 현상을 반영하듯 뷰티 소비자들의 뷰티관리는 이너뷰티, 홈뷰티 관리, 전문가관리, 메디컬관리 등 다양한 형태로 나타나며, 뷰티 관련 소비 또한 증가하고 있다(Kim, 2021b). 이처럼 사회적·문화적 환경 요인은 신체 의식 및 관리행동에 영향을

을 미치는 중요한 변수라 하겠다.

한편 2019년 COVID-19가 첫 보고된 후 감염이 전 세계로 빠르게 확산되자 세계보건기구는 2020년 3월 팬데믹(pandemic)을 선포하였다. 이에 사회적 거리두기 방역 정책이 시행되고 서로 간의 대면 접촉이 어려워지면서 우리의 일상이 비대면 방식으로 변화하였다(Kim, 2021b), 또한, 마스크 착용이 의무화되면서 신체 의식과 뷰티관리에 대한 의식 및 소비행동에도 많은 변화를 가지고 왔다(Hon, 2018; Kong, 2010). 이렇듯 언택트(untact) 시대의 도래는 곧 소비 의식과 소비패턴에도 영향을 미치며, 사회, 경제 및 산업구조 전반에 걸쳐 언택트 시장이 가속화 하는 계기가 되었다(Kim, 2021a). 이처럼 기업구조와 일상을 빠르게 바꾸어 놓은 팬데믹 상황의 사회적 현상을 주목하며, 이와 관련한 연구의 필요성을 제기한다. 이에 선행연구를 살펴보면 사회적 환경과 소비자 의식, 가치관 그리고 인간의 미의식 및 외모관리 간의 관련성(LIYAQI & Na, 2022; Sohn et al., 2013)이 보고되고 있으며, 본 연구의 변인 간에 개연성을 유추해볼 수 있다.

이에 본 연구는 팬데믹 이후 기업의 언택트 마케팅이 중요시되고 있는 현 시점에 뷰티 분야 주요 소비층인 MZ세대의 언택트 시대 지각과 신체 의식 및 뷰티 관리행동 간의 인과관계 규명을 통해 소비자 의식을 파악하고자 하였다. 이를 통하여 포스트

<sup>†</sup>Corresponding author: YunYoung Na

Tel. +82-62-940-3874

E-mail: na460@honam.ac.kr

©2022 Fashion and Textile Research Journal (FTRJ). This is an open access journal. Articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

코로나(Post-COVID) 시대를 대비한 뷰티 소비시장 변화에 대처할 수 있는 제품 개발과 프로그램 및 마케팅 전략을 위한 기초 자료를 제공하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 언택트 시대 지각

언택트는 2018년 국내 연구기관에서 트렌드를 반영하기 위해 만든 신조어로 ‘콘택트(contact)’의 ‘접촉하다’에 부정 접두사 ‘언(un)’을 합성한 것으로 ‘비접촉비대면’을 의미한다(Kim, 2018). 또한, 키오스크, VR 쇼핑, 온라인 교육 등 직원과 소비자 간 접촉을 최소화한 정보나 상품, 서비스 등을 제공하는 마케팅이자 새로운 소비 경향의 의미로 사용되고 있다.

이처럼 직접 대면이 아닌 비대면을 통한 상품이나 서비스 경험은 변화하는 사회현상 중 하나이다. 사람들은 이러한 사회적 환경을 인식함으로써 타인의 행동을 분류하고 그에 따른 과정을 이해하고자 한다. 지각(知覺)은 사물, 이치 또는 도리를 분별하는 능력이자 심리학적 관점에서 사람의 감각 기관을 통해 대상을 인식하는 것을 의미한다(Kwon, 2016). 지각(知覺)은 사물, 이치 또는 도리를 분별하는 능력이자 심리학적 관점에서 사람의 감각 기관을 통해 대상을 인식하는 것을 의미한다(Kwon, 2016). 사회적 환경지각은 물리적·사회적 현상 지각을 통해 정보를 수집하고, 이를 타인과 교류함으로써 사회환경에 대한 감정, 태도, 욕구, 성격 등의 요소를 지각하는 것이다(Lee & Yang, 2012). 이러한 사회 현상은 개인의 행동과 정서, 사회적 관계 및 상호작용, 물리적 환경 등 사회 구성원들의 생활 전반에 영향을 미친다(Kim, 2004; Pengpeng & Jeong, 2012).

### 2.2. 신체의식

신체의식이란 자신의 신체를 주체적 관점이 아닌 타인 시각에서 관찰하고, 조작할 대상으로 간주하여 자신의 신체를 경험하는 심리적 상태를 의미한다(Mckinley, 1995). 또한, 자신의 신체에 대해 개인의 관점에서 지각, 평가, 감정, 태도 등의 반응을 포함한다(Kim & Kim, 2010). 신체의식은 신체의 크기, 모양 등 외형적 특징으로 분류하며, 이 외에도 신체의 기능과 잠재력 등에 태도적 개념을 내포하고 있다(Kim, 2019). 미(美)의 기준은 시대에 따라 달라진다. 시대는 곧 그 시점의 사회적 분위기를 반영하고, 하나의 유행으로 나타나며, 이에 대응은 반응한다. 따라서 소비자들은 그 시대에 유행하는 외적 이미지를 형성하고자 한다. 이를 통해 사회적 존재이자 타인과의 관계에 자신을 표현하며, 외모에 대한 긍정적 평가를 받고자 시간과 경제적 투자를 아끼지 않는다(Seo, 2012).

### 2.3. 뷰티관리행동

현대인들에게 건강한 아름다움에 대한 관심이 높아지면서 외모를 개선하고 가꾸는데 있어 뷰티관리는 가장 기본이 되는 요

소로 인식되고 있다. 특히 개인 또는 사회적 차원에서 외모가 중요시되는 분위기가 형성되고, 삶의 방식과 직·간접적 관련성을 가지며, 외모에 대한 만족은 곧 사회활동 및 생활 전반에 대한 만족으로 이어진다는 연구결과가 보고되고 있다(Kang & Park, 2009; Kim, 2021b; Kim & Lee, 2019). 이에 사회활동을 함에 있어 이미지는 자신을 표현하는 중요한 수단으로 작용하며, 효과적인 이미지 형성과 추구하는 이미지를 타인에게 각인시키고자 외모관리를 위한 행동이 확대되고 있다(Kim & Na, 2019). 특히 피부관리, 헤어관리, 체형관리, 메이크업, 성형, 시술 등 뷰티 분야별 관심을 가지며, 최근에는 셀프뷰티 관리와 전문샵 관리, 메디컬 관리 등 다양한 형태의 뷰티관리행동으로 이어진다(Kim, 2021b; Kim & Lee, 2019). 또한, 외모관리행동에 있어 연령별 차이를 보이는데 20대의 경우 개성을 추구하며, 30대는 사회적 관계 추구를 위해 외모관리를 하는 양상을 보이며, 단순한 외모관리 외 성형의도에도 영향을 미친다(Ku et al., 2011).

## 3. 연구방법

### 3.1. 연구가설

본 연구의 연구가설은 다음과 같다.

- H1. 언택트 시대 지각은 신체의식에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H2. 언택트 시대 지각은 뷰티관리행동에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H3. 신체의식은 뷰티관리행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2. 측정도구

본 연구의 측정도구는 선행연구를 바탕으로 1차 설계 후 예비조사를 실시한 후 수정·보완하여 본 연구를 위한 측정도구를 설계하였다. 먼저 언택트 시대 지각은 Kim(2021a), Kim(2021b) 등의 연구를 참고하였다. 신체의식은 Kim(2019), Seo(2012) 등의 연구를 참고하였고, 뷰티관리행동은 Kim(2021b), Kim & Na(2019)의 연구를 참고하였다. 변인별 도구는 5점 Likert 척도로 구성하였으며, 일반적 특성은 명목척도로 구성하였다.

### 3.3. 자료수집 및 분석

본 연구는 서울/경기에 거주하는 20·30대 남녀를 대상으로 설문 작성에 동의한 사람을 대상으로 온라인 설문방식(구글 설문지)을 통해 2021년 6월 7일부터 26일까지 설문을 실시하였다. 설문지 587부를 배포하여 548부를 수거하였으며, 응답이 부실하거나 신뢰성이 떨어지는 36부를 제외한 512부를 최종분석에 사용하였다. 수집된 자료는 SPSS V.21.0을 사용하였으며, 빈도분석, 탐색적 요인분석, Cronbach's  $\alpha$  계수를 산출하였고, 기술통계분석 및 상관관계분석, 다중회귀분석을 실시하였다.

조사대상자의 일반적 특성으로 성별은 여성 443명(86.5%), 남성 69명(13.5%)으로 나타났고, 연령은 20대 396명(77.3%), 30대 116명(22.7%)으로 나타났다.

## 4. 결과 및 논의

### 4.1. 측정도구의 타당성 및 신뢰도 검증

본 연구의 요인분석 고유치는 1 이상인 요인만을 선택하였으며, 요인 적재치는 0.40 이상으로 구성개념의 타당성을 검증하였고, 신뢰도 또한 0.60 이상으로 신뢰성을 확보하였다.

#### 4.1.1. 언택트 시대 지각

언택트 시대 지각에 대한 탐색적 요인분석을 실시한 결과, 3개의 요인인 도출되었고, 이들 요인의 전체 변량은 75.377%로 나타났다(Table 1). 또한, KMO 측도는 0.906로 나타났고, 각 하위요인별 ‘사회적 환경지각’ 26.095%, ‘자기인식’ 25.479%, ‘인간관계 지각’ 23.803%로 나타났으며, 각 변수 모두 신뢰성을 확보하였다.

#### 4.1.2. 신체의식

신체의식에 대한 탐색적 요인분석을 실시한 결과, 3개의 요인인 도출되었고, 이들 요인의 전체 변량은 61.021%로 나타났다(Table 2). 또한, KMO 측도는 0.795로 나타났고, 각 하위요인별 ‘외모관리인식’ 20.741%, ‘외모자신감’ 20.635%, ‘외모/신체관리노력’ 19.644%로 나타났으며, 각 변수 모두 신뢰성을 확보하였다.

#### 4.1.3. 뷰티관리행동

뷰티관리행동에 대한 탐색적 요인분석을 실시한 결과 3개의 요인이 도출되었고, 이들 요인의 전체 변량은 67.570%로 나타

났다(Table 3). 또한, KMO 측도는 0.893으로 나타났고, 각 하위요인별 ‘성형/시술관리’ 24.245%, ‘뷰티전문가관리’ 21.742%, ‘셀프뷰티관리’ 21.583%로 나타났으며, 각 변수 모두 신뢰성을 확보하였다.

#### 4.1.4. 기술통계 및 상관관계 분석

주요 변수의 기술통계 및 각 변수간 상관관계를 분석한 결과는 Table 4와 같다. 먼저 주요 변수의 기술통계분석 결과 언택트 시대 지각은 하위요인별 ‘사회적 환경지각’(M=3.57), ‘자기인식’(M=3.04), ‘인간관계 지각’(M=3.03) 순으로 나타났고, 신체의식은 하위요인별 ‘외모관리인식’(M=3.72), ‘외모/신체관리노력’(M=3.32), ‘외모자신감’(M=2.90) 순으로 나타났으며, 뷰티관리행동은 하위문항별 ‘셀프뷰티관리’(M=2.72), ‘뷰티전문가관리’(M=2.03), ‘성형/시술관리’(M=1.93) 순으로 나타났다.

각 변수간 상관관계를 분석한 결과 언택트 시대 지각의 하위요인별 사회적 환경지각, 인간관계 지각, 자기인식은 신체의식의 하위요인별 외모관리인식, 외모자신감, 외모/신체관리노력과 통계적으로 유의미한 부(-)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다( $p < .001$ ), 뷰티관리행동의 하위요인별 셀프뷰티관리, 뷰티전문가관리, 성형/시술관리와도 통계적으로 유의미한 부(-)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다( $p < .001$ ). 또한 신체의식의 하위요인별 외모관리인식, 외모자신감, 외모/신체관리노력은 뷰티관리행동의 하위요인별 셀프뷰티관리, 뷰티전문가관리, 성형/시술관리와 통계적으로 유의미한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다( $p < .01$ ).

**Table 1.** Verification of validity and reliability of the perception of the untact era

Item	Componen			
	Social environment perception	Self-awareness	Interpersonal perception	
Social environment perception	Continuing non-face-to-face situations is a social problem	.842	.188	.226
	The current non-face-to-face situation is a social problem	.824	.192	.270
	Changes in social atmosphere due to non-face-to-face situations caused by COVID-19	.818	.227	.201
	Damage in many ways due to non-face-to-face situations	.747	.304	.282
Self-awareness	Uncertainty about the future due to non-face-to-face situations	.181	.874	.230
	Negative changes in lifestyle due to non-face-to-face situations	.186	.864	.177
	Negative changes in values due to non-face-to-face situations	.234	.774	.282
	Negative changes in life as a whole due to non-face-to-face situations	.391	.717	.291
Interpersonal perception	Difficulty adapting to non-face-to-face social atmosphere	.167	.230	.820
	Non-face-to-face situations are a problem for relationship formation	.249	.167	.796
	Thinking that social activities are cut off due to non-face-to-face situations	.247	.274	.753
	It is difficult to purchase necessary goods in a non-face-to-face situation	.302	.246	.700
	Eigen value	3.131	3.058	2.856
	Variance(%)	26.095	25.479	23.803
	Accumulate variance(%)	26.095	51.574	75.377
	Cronbach's $\alpha$	.898	.903	.857
KMO = .906, Bartlett's test $\chi^2 = 4130.742$ ( $df = 66$ , $p = .000$ )				

**Table 2.** Verification of validity and reliability of body consciousness

	Item	Componen		
		Appearance management recognize	Confidence in appearance	Appearance/Body management effort
Appearance management recognize	Appearance management is necessary to form human relationships	.810	.073	.136
	Appearance is important	.803	.072	.234
	Trying to look better	.752	.182	.173
	I think a slim body makes you look better	.623	-.055	.054
Confidence in appearance	Overall my body is in balance	.033	.830	.094
	Goes well with any style	.172	.781	.125
	I like my reflection in the mirror	-.158	.766	.130
	I look attractive to others	.173	.716	.001
Appearance/Body management effort	Regular home training is important for body shape management	.071	.083	.819
	You can have the look you want as long as you work hard	.045	.121	.731
	Home care helps you take care of your appearance	.204	.060	.719
	Daily home care is important for skin care	.317	.071	.699
Eigen value		2.489	2.476	2.357
Variance(%)		20.741	20.635	19.644
Accumulate variance(%)		20.741	41.376	61.021
Cronbach's $\alpha$		.769	.788	.761
KMO = .795, Bartlett's test $\chi^2 = 1961.468$ ( $df = 66, p = .000$ )				

**Table 3.** Validation of validity and reliability of beauty management behavior

	Item	Componen		
		Plastic surgery/procedure management	Beauty expert management	Self beauty management
Plastic surgery/procedure management	Laser treatment to improve the image	.822	.255	.185
	Procedures such as botox, fillers, and lifting to improve the image	.803	.207	.198
	Periodic use of specialized hospitals to manage my appearance	.788	.386	.181
	Plastic surgery to improve image	.741	.128	.108
Beauty expert management	Regular use of specialized shops/hospitals for body shape management	.331	.798	.114
	Regular use of specialty shops/hospitals for skin care	.385	.757	.081
	Regular use of nail salons for hand/toenail care	.256	.704	.259
	Expert advice when purchasing beauty products	.055	.668	.301
Self beauty management	Continuous beauty care at home for appearance management	.162	.126	.832
	Continuous use of functional cosmetics at home for skin care	.164	.043	.829
	Periodic care at home for scalp and hair care	.116	.262	.707
	Using self-care equipment at home for skin care	.164	.311	.644
Eigen value		2.909	2.609	2.590
Variance(%)		24.245	21.742	21.583
Accumulate variance(%)		24.245	45.987	67.570
Cronbach's $\alpha$		.858	.809	.803
KMO = .893, Bartlett's test $\chi^2 = 2985.498$ ( $df = 66, p = .000$ )				

4.1.5. 가설검증

4.1.5.1. 언택트 시대 지각이 신체의식에 미치는 영향

언택트 시대 지각이 신체의식에 미치는 영향을 미치는 영향

을 분석한 결과는 Table 5와 같다. 먼저 외모관리인식에 있어 설명력( $R^2$ )은 9.4%로 나타났으며 F값은 17.614( $p = 0.000$ )로 통계적으로 유의미한 결과를 나타냈다. 독립변수별로는 언택트 시

**Table 4.** Descriptive statistics and correlation verification

Component	M±SD	Perception of the antact era			Body consciousness		Beauty management behavior			
		Social environment perception	Interpersonal perception	Self-awareness	Appearance management recognize	Confidence in appearance	Appearance/Body management effort	Self beauty management	Beauty expert management	Plastic surgery/procedure management
Social environment perception	3.57 ± 1.019	1								
Interpersonal perception	3.03 ± 1.000	.594***	1							
Self-awareness	3.04 ± 1.059	.576***	.587***	1						
Appearance management recognize	3.72 ± .700	-.200***	-.306***	-.190***	1					
Confidence in appearance	2.90 ± .727	-.261***	-.180***	-.242***	.174***	1				
Appearance/Body management effort	3.32 ± .734	-.285***	-.288***	-.252***	.391***	.237***	1			
Self beauty management	2.72 ± .899	-.387***	-.431***	-.333***	.423***	.264***	.472***	1		
Beauty expert management	2.03 ± .897	-.310***	-.334***	-.304***	.182***	.174***	.225***	.494***	1	
Plastic surgery/procedure management	1.93 ± 1.048	-.348***	-.323***	-.288***	.185***	.124**	.214***	.427***	.598***	1

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

**Table 5.** The effect of perception in the untect era on physical consciousness

Dependent variable	Independent variable	Unstandardized coefficient		Standardized coefficients	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>F</i>	<i>R</i> <sup>2</sup> (Adj. <i>R</i> <sup>2</sup> )
		B	S.E	$\beta$				
Appearance management recognize	(Constant)	4.408	.115		38.346	.000	17.614***	.094 (.089)
	Social environment perception	-.017	.039	-.025	-.454	.650		
	Interpersonal perception	-.201	.040	-.287	-5.068***	.000		
	Self-awareness	-.005	.037	-.007	-.128	.898		
Confidence in appearance	(Constant)	3.639	.120		30.274	.000	14.883***	.081 (.075)
	Social environment perception	-.133	.040	-.187	-3.313**	.001		
	Interpersonal perception	.011	.041	.016	.276	.783		
	Self-awareness	-.099	.039	-.144	-2.568*	.011		
Appearance/Body management effort	(Constant)	4.204	.120		35.137	.000	20.085***	.106 (.101)
	Social environment perception	-.107	.040	-.149	-2.677**	.008		
	Interpersonal perception	-.113	.041	-.155	-2.751**	.006		
	Self-awareness	-.053	.038	-.076	-1.372	.171		

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

대 지각의 하위요인별 인간관계 지각( $\beta = -.287, p < .001$ )이 외모관리인식에 통계적으로 유의미한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위와 같은 결과로 볼 때, 언택트 시대 지각의 하위요인별 인간관계 지각이 높을수록 외모관리인식은 낮아지는 것으로 볼 수 있다. 외모자신감에 있어 설명력( $R^2$ )은 8.1%로 나타났으며  $F$ 값은 14.883( $p = 0.000$ )으로 통계적으로 유의미한 결과를 나타냈다. 독립변수별로는 언택트 시대 지각의 하위

요인별 사회적 환경지각( $\beta = -.187, p < .01$ ), 자기인식( $\beta = -.144, p < .05$ )이 외모자신감에 통계적으로 유의미한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위와 같은 결과로 볼 때, 언택트 시대 지각의 하위요인별 사회적 환경지각, 자기인식이 높을수록 외모자신감은 낮아지는 것으로 볼 수 있다. 외모/신체관리노력에 있어 설명력( $R^2$ )은 10.6%로 나타났으며  $F$ 값은 20.085 ( $p = 0.000$ )로 통계적으로 유의미한 결과를 나타냈다. 독립변수별로는 언

택트 시대 지각의 하위요인별 인간관계 지각( $\beta = -.155, p < .01$ ), 사회적 환경지각( $\beta = -.149, p < .01$ )이 외모/신체관리노력에 통계적으로 유의미한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

4.1.5.2. 언택트 시대 지각이 뷰티관리행동에 미치는 영향

언택트 시대 지각이 뷰티관리행동에 미치는 영향을 분석한 결과는 Table 6과 같다. 먼저 셀프뷰티관리에 있어 설명력( $R^2$ )은 21.4%로 나타났으며  $F$ 값은 46.114 ( $p = 0.000$ )로 통계적으

로 유의미한 결과를 나타냈다. 독립변수별로는 언택트 시대 지각의 하위요인별 인간관계 지각( $\beta = -.288, p < .001$ ), 사회적 환경지각( $\beta = -.182, p < .01$ )이 셀프뷰티관리에 통계적으로 유의미한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위와 같은 결과로 볼 때, 언택트 시대 지각의 하위요인별 인간관계 지각, 사회적 환경지각이 높을수록 셀프뷰티관리는 낮아지는 것으로 볼 수 있다. 뷰티 전문가관리에 있어 설명력( $R^2$ )은 13.9%로 나타났으며  $F$ 값은 27.319 ( $p = 0.000$ )로 통계적으로 유의미한 결과를

Table 6. The effect of perception in the untext era on beauty management behavior

Dependent variable	Independent variable	Unstandardized coefficient		Standardized coefficients	t	p	F	R <sup>2</sup> (Adj.R <sup>2</sup> )
		B	S.E	β				
	(Constant)	4.233	.137		30.805	.000		
Self beauty management	Social environment perception	-.161	.046	-.182	-3.487**	.001	46.114*****	.214 (.209)
	Interpersonal perception	-.259	.047	-.288	-5.463***	.000		
	Self-awareness	-.050	.044	-.059	-1.137	.256		
	(Constant)	3.252	.144		22.646	.000		
Beauty expert management	Social environment perception	-.115	.048	-.131	-2.395*	.017	27.319***	.139 (.134)
	Interpersonal perception	-.167	.049	-.186	-3.369**	.001		
	Self-awareness	-.101	.046	-.120	-2.202*	.028		
	(Constant)	3.424	.167		20.502	.000		
Plastic surgery/ procedure management	Social environment perception	-.221	.056	-.215	-3.949***	.000	28.848***	.146 (.141)
	Interpersonal perception	-.158	.058	-.151	-2.745**	.006		
	Self-awareness	-.075	.053	-.076	-1.409	.159		

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

Table 7. Effect of physical consciousness on cosmetological management behavior

Dependent variable	Independent variable	Unstandardized coefficient		Standardized coefficients	t	p	F	R <sup>2</sup> (Adj.R <sup>2</sup> )
		B	S.E	β				
	(Constant)	-.410	.218		-1.879	.061		
Self beauty management	Appearance management recognize	.344	.052	.268	6.652***	.000	75.149***	.307 (.303)
	Confidence in appearance	.171	.047	.139	3.629***	.000		
	Appearance/Body management effort	.409	.050	.334	8.183***	.000		
	(Constant)	.485	.252		1.923	.055		
Beauty expert management	Appearance management recognize	.128	.060	.100	2.145*	.032	13.605***	.074 (.069)
	Confidence in appearance	.148	.054	.120	2.711**	.007		
	Appearance/Body management effort	.192	.058	.157	3.333**	.001		
	(Constant)	.284	.296		.957	.339		
Plastic surgery/ procedure management	Appearance management recognize	.169	.070	.113	2.416*	.016	11.270***	.062 (.057)
	Confidence in appearance	.097	.064	.068	1.524	.128		
	Appearance/Body management effort	.220	.068	.154	3.245**	.001		

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

나타났다. 독립변수별로는 언택트 시대 지각의 하위요인별 인간관계 지각( $\beta = -.186, p < .01$ ), 사회적 환경지각( $\beta = -.131, p < .05$ ), 자기인식( $\beta = -.120, p < .05$ )이 뷰티 전문가관리에 통계적으로 유의미한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위와 같은 결과로 볼 때, 언택트 시대 지각의 하위요인별 인간관계 지각, 사회적 환경지각, 자기인식이 높을수록 뷰티 전문가관리는 낮아지는 것으로 볼 수 있다. 성형/시술관리에 있어 설명력( $R^2$ )은 14.6%로 나타났으며  $F$ 값은 28.848 ( $p = 0.000$ )로 통계적으로 유의미한 결과를 나타냈다. 독립변수별로는 언택트 시대 지각의 하위요인별 사회적 환경지각( $\beta = -.215, p < .001$ ), 인간관계 지각( $\beta = -.151, p < .01$ )이 성형/시술관리에 통계적으로 유의미한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

#### 4.1.5.3. 신체의식이 뷰티관리행동에 미치는 영향

신체의식이 뷰티관리행동에 미치는 영향을 분석한 결과는 Table 7과 같다. 먼저 셀프뷰티관리에 있어 설명력( $R^2$ )은 30.7%로 나타났으며  $F$ 값은 75.149( $p = 0.000$ )로 통계적으로 유의미한 결과를 나타냈다. 독립변수별로는 신체의식의 하위요인별 외모/신체관리노력( $\beta = .334, p < .001$ ), 외모관리인식( $\beta = .268, p < .001$ ), 외모자신감( $\beta = .139, p < .001$ )이 셀프뷰티관리에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과로 볼 때, 신체의식의 하위요인별 외모/신체관리노력, 외모관리인식, 외모자신감이 높을수록 셀프뷰티관리도 높아지는 것으로 볼 수 있다. 뷰티 전문가관리에 있어 설명력( $R^2$ )은 7.4%로 나타났으며  $F$ 값은 13.605( $p = 0.000$ )로 통계적으로 유의미한 결과를 나타냈다. 독립변수별로는 신체의식의 하위요인별 외모/신체관리노력( $\beta = .157, p < .01$ ), 외모자신감( $\beta = .120, p < .01$ ), 외모관리인식( $\beta = .100, p < .05$ )이 뷰티 전문가관리에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위와 같은 결과로 볼 때, 신체의식의 하위요인별 외모/신체관리노력, 외모자신감, 외모관리인식이 높을수록 뷰티 전문가관리도 높아지는 것으로 볼 수 있다. 성형/시술관리에 있어 설명력( $R^2$ )은 6.2%로 나타났으며  $F$ 값은 11.270( $p = 0.000$ )로 통계적으로 유의미한 결과를 나타냈다. 독립변수별로는 신체의식의 하위요인별 외모/신체관리노력( $\beta = .154, p < .01$ ), 외모관리인식( $\beta = .113, p < .05$ )이 성형/시술관리에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

## 5. 결론 및 논의

본 연구는 MZ세대의 언택트 시대 지각과 신체의식 및 뷰티관리행동 간의 관계를 규명하고자 하였으며, 연구결과 변수 간 인과관계가 존재함을 확인하였다.

먼저, 언택트 시대 지각의 하위요인 중 사회적 환경지각과 인간관계 지각이 신체의식과 뷰티관리행동에 부정적 영향을 미치는 핵심요인이며, 자기인식도 신체의식과 뷰티관리행동에 부정적 영향을 미치는 요인임을 확인하였다. 이러한 결과는 Gwak

and Kim(2020), Hong(2007), Kim(2021a)의 연구결과와는 차이를 보였다. 이는 COVID-19 팬데믹으로 인한 사회적 거리두기와 각종 제재 등 사회적 분위기의 급변화를 소비자들은 사회적 문제로 인식하고 불안과 불만의 감정이 외모 또는 신체 관리에 대한 의식에 부정적으로 작용하는 것을 알 수 있다. 이에 자신감을 고취를 위한 맞춤형 홈 뷰티 프로그램 개발 및 언택트 시대 소비자 의식에 긍정적 작용을 할 수 있는 힐링케어 뷰티 프로그램 개발이 필요함을 시사한다. 따라서 사회적 환경 즉 타인과의 관계 및 사회적 활동 양상에 따라 개인의 외모/신체 관리 의식과 태도가 뷰티전문관리, 셀프뷰티관리, 메디컬 관리 등의 뷰티관리행동이 결정되는 것으로 판단된다. 한편 언택트 상황에서 자기인식이 낮은 경우 외모자신감도 감소하는 것은 대면 활동과 연관성이 있는 것으로 외모는 시각적 요소가 작용하며, 현대인들에게 외모는 타인 관점에서 시각이 가장 중요하게 작용하고 있다는 것을 여실히 보여주는 결과이다. 따라서 뷰티 서비스 종사자 및 관련 기업은 팬데믹과 같은 위험 요소의 지각에 따른 AI 빅데이터 기반 뷰티 소비자 행동 분석이 필요하다. 또한, 언택트 상황에서의 신체가치 의식을 높일 수 있는 프로그램 개발 및 사회 현상이 실시간 반영된 세분화되고 다양한 뷰티 플랫폼을 활용한 뷰티 마케팅 전략 또한 필요함을 시사한다.

다음으로 신체의식의 하위요인 중 외모관리인식과 외모/신체 관리 노력이 뷰티관리행동에 긍정적 영향을 미치는 핵심요인이며, 외모자신감도 뷰티관리행동에 긍정적 영향을 미치는 중요한 요인임을 확인하였다. 이러한 결과는 Kim(2018), Kim and Na(2019)의 연구결과와 유사한 것으로 본 연구의 결과를 지지한다. 이처럼 현대인들은 외모관리를 사회적 관계 형성과 성공에 기본적으로 가장 중요한 요소로 인식하고 있다는 것으로 볼 수 있다. 이는 외모관리를 위하여 기초관리의 기본으로 셀프뷰티관리 및 뷰티전문가 관리 등 뷰티관리가 일상생활로 인식되고 있으며, 라이프스타일로 자리잡고 있는 것으로 볼 수 있다. 한편 외모자신감이 높은 경우 성형이나 시술 등 외적 형태를 바꾸는 형태의 외모관리가 아닌 셀프관리와 전문 뷰티샵을 통해 주기적 관리에 주력하고 있다는 것을 볼 수 있다. 따라서 과거의 단순한 외모관리 형태가 아닌 개인 맞춤형의 기능성과 편리성 등이 가미된 셀프뷰티관리 시스템 및 제품 개발과 전문샵의 경우 AI 기반 헬스케어 뷰티서비스를 위한 뷰티 전문가 양성이 필요함을 시사한다.

본 연구의 한계점으로 한정적 지역과 연령의 제한으로 연구의 결과를 일반화하기에는 다소 한계가 있으므로 후속연구에서는 지역 및 연령의 포괄적 선정을 통한 광범위한 표본 추출이 필요할 것으로 사료된다.

## 감사의 글

본 연구는 2021학년도 호남대학교 교내학술연구비 지원을 받아 수행된 연구임.

## References

- Gwak, J. S., & Kim, D. G. (2020). The effect of face consciousness on makeup behaviors - Focused upon mediating effect of physical concern and conditional effect of self-appearance recognition. *Journal of The Korean Society of Cosmetology*, 26(5), 1091-1099.
- Hon, H. N. (2018). *Female consumer's outward perception and management behavior on pursuing sense of value*. Unpublished master's thesis, Sungshin University, Seoul.
- Hong, S. S. (2007). Cosmetics purchasing behavior of males based on the fashion life style. *Journal of the Korean Society of Costume*, 57(2), 29-44.
- Kang Y. S., & Park, H. J. (2009). The relationship between body image and self-esteem toward appearance care behavior of beauty salon customer - Focused on 20's Customer in Daegu. *Journal of the Korea Society of Cosmetic*, 16(1), 363-373.
- Kim, E. J. (2004). *(A) study on the effect of participatory motives and social influence in online community on commitment*. Unpublished master's thesis, Doog Eui University, Busan.
- Kim, E. J. (2019). *The study of relationship between purchasing behaviors of petit plastic surgery and psychological utility according to the narcissistic tendency and body consciousness*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.
- Kim, E. J. (2021a). *Effects of risk perception in the untact era on consumption value and beauty device purchasing behavior*. Unpublished master's thesis, Han sung University, Seoul.
- Kim, H. J. (2016). *A Research on the Behaviors of Beauty Care and Beauty Lifestyle activities according to the types of values among 20's~30's women*. Unpublished doctoral dissertation, Seo Kyeong University, Seoul.
- Kim, I. O. (2018). *The effect of female body image and beauty interest on beauty management behavior*. Unpublished master's thesis, Han sung University, Seoul.
- Kim, I. O., & Lee, M. H. (2019). A study on the difference between selection attributes of hair salon and beauty management behaviors by lifestyle types. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 25(3), 65-77.
- Kim, J. S., & Kim, N. Y. (2010). The effect of body consciousness on physical self efficacy in dancers. *Korean Journal of Culture and Arts Education Studies*, 5(2), 92-106.
- Kim, N. D. (2018). *Trend Korea*, Seoul: Miraebokjoa.
- Kim, R. S. (2021b). *The influence of aesthetic care behavior on self-esteem among young consumers in their 20s - Focusing on the moderating effects of COVID-19*. Unpublished master's thesis, Honam University, Gwangsan-gu.
- Kim, Y. M., & Na, Y. Y. (2019). The effect of the success orientation of the appearance of adult men on beauty management behavior and pursuit of appearance improvement. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 25(2), 9-91.
- Kong, H. W. (2010). *A Study on the effects of values, consumption values, environment conscious behavior on consumer's attitude and purchase behavior*. Unpublished master's thesis, Chung-Ang University, Seoul.
- Ku, Y. S., Lee, Y. J., & Choo, T. G. (2011). A study on appearance management behavior of male consumers(II) - Examination appearance management motives and body image perception between the groups according to, appearance management behavior. *Fashion & Textile Research Journal*, 13(1), 91-99. doi:10.5805/KSCI.2011.13.1.091.
- Kwon N. K. (2016). *Effect of tourists' perceived risk on attitude, information search, purchase intention and switching intention*. Unpublished master's thesis, Kyung Hee University, Seoul.
- LIYAQI., & Na, Y. Y. (2022). Correlations among values, appearance perception and scalp & hair care behavior in young Chinese women in their 20-30. *The Korean Society of Beauty And Art*, 23(2), 47-59.
- Lee, J. H., & Yang, M. H. (2012). The mediating effect of basic psychological needs in the relationship between perceived social-environmental factors and psychological well-being among athletes. *Korean Journal of Sport Psychology*, 23(1), 59-75.
- Lee J. S., & Lee J. Y. (2017). A study on consumption emotion of the appearance. management behaviors in university students. *Fashion & Textile Research Journal*, 19(6), 712-722. doi:10.5805/SFTI.2017.19.6.712
- Mckinley, N. M. (1995). *Women and objectified body consciousness - A feminist analysis*. Unpublished doctoral of Philosophy, University of Wisconsin-Madison, Wisconsin.
- Seo, E. H. (2012). *A Study on relationship of narcissistic trait, body consciousness, appearance management behavior, and psychological utility in make-up*. Unpublished master's thesis, Sungshin Women's University, Seoul.
- Sohn, D. H., Hong K. N., & Baek, S. E. (2013). On improvements in korean university, value education. *Korean Journal of General Education*, 7(1), 259-294.
- Pengpeng., & Jeong, Y. G. (2012). Influence of service environments on service quality, social interaction, and emotional commitment - Moderating effects of OSL and social appropriateness. *The Korea Contents Association*, 12(4), 290-400. doi:10.5392/JKCA.2012.12.04.390

Received August 8, 2022; 1st Revised September 8, 2022;  
2nd Revised September 29, 2022; 3rd Revised September 30, 2022;  
Accepted October 10 2022)