

시니어세대 외모관리인식이 헤어스타일 선택의도에 미치는 영향

이미수* · 박은준**+

서경대학교 미용예술대학원 미용예술학과 석사과정*
서경대학교 헤어디자인학과 교수**+

The Influence of Perception of Appearance Management on Hairstyle Selection Intention in Silver Generation

Mi-Su Lee* · Eun-Jun Park**+

Master, Dept. of Beauty Art, Graduate School, SeoKyeong University*
Professor, Dept. of Hair Design, College of Beauty Art, SeoKyeong University**+

투고일 : 2022.02.13 / 수정일 : 2022.07.04 / 게재일 : 2022.09.20

Abstract

This study attempted to investigate the influence of the perception of appearance management on hairstyle selection intention against old women aged 50 or older in consideration of their physical and social capabilities and needs in the aging society. First, for this, a self-reported questionnaire survey was performed against women in their 50s in Seoul, Gyeonggi and Incheon, and a total of 640 copies were used for analysis. Second, selection intention was categorized into 5 factors: pursuit of trend, appearance orientation, dependent appearance management, daily appearance management, aggressive appearance management. In terms of validity and reliability of selection intention, universality and popularity were derived. Third, concerning reliability testing, Cronbach's was 0.822 in both factors, confirming no problem in reliability. As the pursuit of trend increased, universality was lower while popularity was higher. In relationships between daily appearance management and selection intention, the pursuit of trend was the highest, followed by dependent appearance management in terms of positive influence. Therefore, it is anticipated that service improvements and differentiation strategies in beauty industry would enhance profits and increase sales with efficient marketing strategies by suggesting consumption direction for seniors.

Key Words: Silver Generation(시니어 세대), Perception of Appearance Management(외모관리 인식),
Hairstyle Selection Intention(헤어스타일 선택의도)

+Corresponding author: Eun-Jun Park, +82-2-940-7846, E-mail: ayamdream@hanmail.net

I. 서론

아름다운 것에 대해 흥미를 느끼는 것은 인간으로서 자연스러운 일일 것이다. 자연이나 인간, 미술품, 건축물 등 시각적인 것에 감동하고 눈길이 쏠리는 것 또한 인간으로서의 본능이다. 이러한 인간의 미에 대한 흥미가 사회·문화적인 분위기에 영향을 받으면서 자신과 타인에게 만족스런 외모로 보여 지기 위하여 남·녀·노·소구분 없이 각기 다른 형태의 다양한 외모관리 행동의 양상을 나타내고 있다. 현대인들은 외모보완뿐만 아니라 과시적 효과를 향상시키는 등 여러 차원의 외모관리 목적을 지니고 의복이나 체형관리, 피부 및 헤어관리 등의 행동으로 자신의 외모를 증진시키고 더 나아가 아름답고 호감 가는 인상으로 보여 지길 원한다. 적절한 외모관리는 호감을 주는 이미지뿐만 아니라 개인의 능력이나 대인관계에서도 호감을 일으키므로 다른 이에게 자신을 연상시키기 위한 연결고리였던 외모의 개념을 뛰어넘어 오늘날에는 더욱 더 적극적이고 다양한 동기를 지니고 외모관리 행동을 하고 있다¹⁾. 우리나라는 대부분이 청·장년층을 주축으로한 외모관리 산업이 많은 부분을 차지하고 있다. 그러나, 우리나라는 다른 어떤 나라보다 급속도로 초고령화 사회에 진입을 하고 있다. 이에 발맞춰 실버산업과 외모관리행동에 필요한 시장 확대가 필요한 실정이다. 시니어들을 위한 화장품, 의복, 미용, 악세서리, 건강에 관련된 제품이나 프로그램 등이 개발되고 개선되어야 할 것으로 보인다²⁾. 시니어의 외모관리가 중요성을 띠게 된 이유는 자신 혹은 타인에게 신경 쓸 삶의 여유가 없이 살던 힘겨

운 시절을 보내고, 점차 시간적·경제적으로 안정이 오게 되면서 자신을 돌아보지 못하던 사람들도 자기관리에 시간을 갖게 되는 여유가 생겼기 때문이다³⁾. 단시간에 변화를 주어 최대의 효과를 보는 헤어스타일은 시니어세대의 매력을 향상시켜줄 수 있는 합리적소비문화로 자신감을 일으키며 삶의 활력소가 될 수 있다고 보여진다. 경제적·육구적측면에서도 다양성을 포함하는 시니어세대 여성들의 사회활동참여와 자기계발등을 통하여서 외모관리인식과 외모관리행동의 경향이 확대, 일반화 되고 있는 현시점에서 더욱 세분화되어진 외모관리인식의 조건들이 무엇인지를 알아보는 것은 의미가 있다. 중년여성의 외모관리인식의 선행연구들을 살펴보면, 윤상미⁴⁾, 표민경⁵⁾, 이영분⁶⁾, 주영주·이순희⁷⁾의 연구에서 중년여성의 외모관리인식이 외모관리 행동에 영향을 미치는 것으로서 본 연구를 뒷받침 해 줄을 알 수 있다. 그러나, 대부분의 중년여성에 대한 연구가 인구통계학적으로 40대가 50%이상을 차지한다. 본 연구에서는 50세 이상의 포괄적인 나이 즉 시니어 용어를 총괄하는 50대 이상의 모든 여성을 대상으로 하였다. 시니어들이 외모관리인식에 따른 헤어서비스를 선택함에 있어서 보편적인 선택을 할지 대중적인 선택을 할지에 대하여 연구하며 이 선택이 헤어스타일 선택의도와 연관성이 있는지를 알아보는데 의의가 있다. 본 연구를 통하여서 시니어들에게 각각의 리즈에 맞는 소비방향성을 제시하여 미용 산업의 발전과 효율적인 마케팅 전략방향을 제시함으로서 서비스 수준의 향상을 위한 차별화에까지도 도움을 줄 것으로 기대된다. 각각의 리즈에 맞는 차별화 전

약은 미용뷰티산업의 매출 증대에도 영향을 줄 것으로 기대된다.

II. 이론적 배경

1. 시니어세대

고령자에 대하여 ‘시니어(Senior)’, ‘실버(Silver)’, ‘액티브 시니어(Active senior)’, ‘고령자’, ‘어르신’, ‘노인’등 여러 칭호로 불려 지고 있다. 현 시대를 사는 이들은 기대수명 100세를 앞에 두고 있으며 노인이란 용어에 적대감을 나타내며 시니어라는 용어 외에도 그레이(Gray)와 전성기(Renaissance)의 혼합어인 그레이네상스⁸⁾로도 불려지며, ‘시니어(Senior)’는 연장자라는 의미로 나이에 따른 세분화로서 통상적으로 40~50세를 넘은 연령의 나이층을 칭하며 주니어(Junior)의 반대로 쓰인다⁹⁾.

오늘날 시니어의 트렌드를 설명할 수 있는 액티브 시니어, 인터넷, 스마트폰등 스마트기기를 능숙하게 조작하는 시니어들을 일컫는 실버서퍼등 다양한 용어로 일컬어지고 있다¹⁰⁾. 액티브시니어로 통하는 시니어는 전체 인구의 16.4%에 달하는 베이비 붐 세대들로 이전 세대보다 높은 학력과 자립적 성향을 띄고 있으며 이들은 웰빙을 추구한다. 고령자 또는 시니어에 대한 인식 변화는 앞으로 고령자가 될 지금의 청·장년층의 경우, 더욱 확연해 질것이다. 시니어는 사회의 주변인이 아니라, 핵심적인 사회구성원으로서 경제적, 정치적, 문화적 역할을 수행할 수 있을 것이라는 추측을 하게 한다¹¹⁾. 고령화

사회로의 도래에 맞추어 노년층이 중요한 소비층으로 주도적 역할을 하게 될 것이며, 고령사회는 21세기 현대인들의 주축으로 떠오르고 있다. 시니어들의 활발한 경제적 활동을 통하여서 자연스럽게 시니어복지에 관심이 가지고 사회적으로도 시니어들의 일자리창출 활성화 시스템을 가져오고 있다. 백세시대를 말하는 현재 시니어들은 자유로운 소비경향을 나타내는 세대로서 취미생활, 자원봉사, 소득창출등을 하고 있어 기존의 노년층의 사회활동과는 확연한 차이를 볼 수 있다.

2. 외모.외모관리인식

외모는 내면 못지않게 잘 가꿔야 할 중요한 삶의 자산이다. 외모가 인생의 전부를 결정하지는 못하지만 상당한 영향력을 불러일으킨다.

사람의 내적인 아름다움을 중시 여기던 과거와 달리 현재에는 외적인 아름다움을 지향하는 경향이 뚜렷이 나타나고 있다. 다채로운 정보와 매스미디어의 급속한 발전으로 인하여 현대 사회에서는 풍부한 뷰티관련 정보들을 쉽게 접할 수 있어 외모관리는 현대인들에게 중요 이슈가 되고 있다. 이는 자기만족, 대인관계, 사회생활 속에서도 밀접한 관련성이 있다¹²⁾. 피자치.조고미¹³⁾의 연구에서는 직업능력향상활동도 외모관리행동에 중요한 영향을 주고 있는 원인으로 상호간의 밀접한 관계성이 존재하고 있음을 확인 하였다. 장혜선¹⁴⁾의 신체이미지가 대인관계적극성에 미치는 영향 연구에서 자신의 외모에 신경을 많이 쓰고, 관찰하고, 만족할수록 대인관계에서 적극성이 향상되는 것을 알 수 있다.

또 자신의 외모에 관심도가 높고, 신체에 매력이 있다고 생각을 하게 되면 업무자신감이 향상되는 것을 알 수 있다. 외모는 커뮤니케이션에서 이뤄지는 비언어적인 형태로 신체를 통해 나타나는 외적인 모습을 칭하며 신체적 매력 또는 의상, 장신구, 머리연출 또는 상대자의 체형 등을 포괄한다. 외모는 상호간의 관계에 있어서 타인에 대한 인상을 만들고 인식에 영향을 주는 핵심의 요소로 작용한다고 한다¹⁵⁾. 아름다움을 지향하는 것은 남·녀·노·소를 막론하고 미를 추구하는 본능이며, 이 시대의 사회풍조라고 할 수 있다. 현대사회를 살아가는 이들의 사회생활에서 외모관리가 기본적인 요소로 자리 잡고 있다는 것을 알 수 있다. 이는 외모관리는 자기만족과 대인관계에서 긴밀한 연관성이 있음을 보여 준다¹⁶⁾. 통계청이 ‘2019년 생활시간조사’에 따르면 고령자인 65세 이상은 건강, 외모 관리에 사용한 시간이 5년전 보다 17분 증가했다¹⁷⁾는 점이 이를 뒷받침 해주고 있다.

3. 헤어스타일

헤어스타일(Hair style)이란 머리모양이나 머리풍을 일컫는 말로 영어로는 헤어 두(Hairdo)라고도 불려 지며¹⁸⁾, 머리모양이나 머리의 형태, 머리의 유행적 경향을 말하는 것으로서 얼굴 이미지에 영향을 미치는 개인의 외모 변인 중 하나로서 개성을 표현하는 수단이며, 내적 특성을 전달하는 상징적 단서이기도 하다¹⁹⁾.

윤소영²⁰⁾은 인상을 남기는데 영향을 미치는 요인으로 의복이 53.33%, 헤어스타일이 46.67% 나타내지만 신체의 비율로 볼 때 의복보다 헤어

스타일은 신체에서 차지하는 비율이 매우 적어서 헤어스타일의 영향력이 큰 비중을 차지한다고 하였다. 즉, 헤어스타일 연출은 외모에 자신감을 향상시키는 것을 뛰어 넘어서 본인의 능력을 표출할 수도 있고 사회적으로는 관계적 상호작용을 향상시키는 도구로 활용되며 이로 인하여 개인의 자기이미지 형성에 큰 임팩트를 줄 수 있다. 헤어스타일은 짧은 시간에 변화를 주는 장점이 있으며, 상황에 따라 분위기 연출을 하여 다양한 이미지를 효율적으로 표현 할 수 있는 장점을 가진다²¹⁾. 외모관리 행동 중에는 손쉬운 화장에서 복잡한 성형수술로까지 다양한 방법이 이용되지만 상황에 관계없이 생활하는데 있어서 기본적인 것은 헤어스타일이다. 이를 통하여서 나이가 들수록 무너진 얼굴 형태를 충분히 보완할 수도 있다. 앞머리스타일만으로도 본인과 동성에게는 자신감과 능력, 호감 가는 이미지를 이성에게는 부드럽고 내추럴한 이미지로 큰 영향을 끼친다는 결과를 냈다²²⁾. 헤어컬러의 연출은 개인의 타고난 신체색상을 기본으로 가장 잘 어울리는 색을 연출함으로써 얼굴 형이 보완되고 나이보다 젊어 보이며 활기차며 주름살이 흐려 보이는 효과 또한 가질 수 있다. 공차숙²³⁾의 연구에 의하면 단순히 모발의 컬러만 바뀌는 것이 아니라 헤어컬러 색상의 디자인에 의해서 고객이 젊거나 늙어 보이기도, 성격이 활발해 보이거나 정적으로 보이기도 하는 변화된 이미지를 형성한다고 한다. 시즌마다 유행하는 헤어스타일과 색상의 표현은 현대의 시니어들에게 삶의 활력을 주기에 충분하다. 사람의 첫 인상은 그 사람이 어떠한 색을 사용하여 이미지를 표현했는가에 따라 첫 인상의 변화를 가

저울 수 있다. 여기서 머리색의 변화는 사람의 안면과 가장 가까운 곳에서 시선을 집중시키기 때문에 전체적인 인상에서 중요한 역할을 감당한다²⁴⁾. 문혜림²⁵⁾의 연구에서 퍼스널컬러의 변화를 헤어 컬러 중심으로 적용한 남·여의 인상형성의 미치는 영향에서 퍼스널 컬러를 적용한 인상형성에서 긍정적인 반응이 나타났다는 것을 알 수 있다. 얼굴형이나 체형에 맞는 헤어스타일과 유행하는 컬러 연출은 21세기의 시니어들에게 삶의 활력을 주게 되며 실제나이보다 젊어 보이는 효과를 얻게 하기에 충분하다.

III. 내용 및 방법

1. 연구문제

본 연구의 목적은 시니어세대의 외모관리인식이 헤어스타일 선택의도에 미치는 영향을 알아보고자 한다.

연구문제 1. 조사대상의 일반적 특성은 무엇인가?

연구문제 2. 시니어세대의 외모관리인식은 헤어스타일 선택의도에 영향을 미치는가?

연구문제 3. 시니어세대의 외모관리인식이 헤어스타일 선택의도에 미치는 영향은 무엇인가?

2. 연구대상 및 기간

본 연구의 참여자는 서울·경기·인천지역의 50대 이상의 시니어 여성을 대상으로 연구를

진행하였다. 2021년 8월1일부터 11월30일 까지 총 120일 간의 설문조사를 실시하였다. 코로나 19의 거리두기조정으로 인하여서 모임이나 집단의 조사가 불가능하여 설문조사기간이 길어졌으며 설문조사를 실시하기 전에 연구의 목적과 설문내용을 설명한 후 설문에 동의한 사람만을 대상으로 연구는 진행되었다. 50대 이상 연령층의 조사로서 온라인 설문조사는 진행할 수 없었고 설문문의 내용을 파악시키고 자기기입방식(Self-administration)으로 체크를 하는 과정이 진행되어야 됨으로 긴 시간이 소요되었다. 총 650명을 대상으로 설문조사를 실시하고, 최종적으로 640부를 채택하였다

3. 측정도구

본 연구를 위한 자료 수집은 설문지법을 사용하였으며 설문문항은 선행연구를 토대로 1차 작성을 한 뒤 5인의 시니어들에게 설문지 내용을 정확히 설명한 후 수정·보완하였다.

헤어관리인식에 관한 설문문항은 윤상미²⁶⁾의 선행연구를 토대로 선행논문에서는 23개의 문항을 사용하였으나 본 연구에서는 선행논문을 토대로 하여서 19개 항목으로 실시하였으며 선택의도를 묻는 설문문항은 이승환²⁷⁾의 선행연구를 토대로 12개의 문항 중 10개의 문항으로 수정하여 사용하였다.

각 측정 항목에 대해서는 조사대상자가 동의하는 정도를 5점 리커트 척도(전혀아니다 1점, 매우그렇다 5점)로 측정하였다.

인구통계학적 특성으로는 연령, 결혼상태, 학력, 직업, 월평균소득을 조사하였다.

4. 자료처리 방법

자료분석은 SPSS 22.0을 이용하여 빈도분석, 요인분석(주성분분석, 베리맥스사용), 신뢰도 분석, 회귀분석이 사용되었다. 변수 투입 방법은 단계적 방법을 사용하였다.

IV. 분석결과

1. 조사대상자의 일반적 특성

1.1 인구통계학적 특성

조사대상의 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도 분석을 실시한 결과는 다음 <Table 1>과 같다.

<Table 1> Characteristics of Population Statistics

(N=640,%)

항목		합계	
		빈도(N)	퍼센트(%)
연령	50대	283	44.3
	60대	230	35.9
	70대 이상	127	19.8
결혼상태	기혼	491	76.7
	미혼	30	4.7
	재혼	16	2.5
	기타 (이혼, 사별, 결별 등)	103	16.1
학력	중졸 이하	68	10.6
	중졸	97	15.2
	고졸	283	44.2
	대졸	166	25.9
	기타	26	4.1
직업	전업주부	217	33.9
	시간제	94	14.7
	전문직	138	21.6
	자영업	78	12.2
	판매직	29	4.5
	기타	84	13.1
월평균소득	50~ 100만원 미만	70	10.9
	100~ 200만원 미만	172	26.9
	200~ 300만원 미만	143	22.3
	300~ 400만원 미만	113	17.7
	기타	142	22.2
합계		640	100.0

연령은 50대가 44.3%로 가장 높게 나타났고, 다음은 60대 이상 35.9%, 70대 이상 19.8% 순으로 나타났다. 결혼 상태는 기혼이 76.7% 가장 높게 나타났고, 다음은 기타(이혼, 사별, 결별 등) 16.1%, 미혼 4.7%, 재혼 2.5% 순으로 나타났다. 학력을 알아본 결과 고졸이 44.2%로 가장 높게 나타났고, 다음은 대졸 25.9%, 중졸 15.2%, 중졸 이하 10.6%, 기타 4.1% 순으로 나타났다. 직업의 경우 전업주부가 33.9%로 가장 높게 나타났고, 다음은 전문직 21.6%, 시간제 14.7%, 기타 13.1%, 자영업 12.2%, 판매직 4.5% 순으로 나타났다. 월평균 소득을 알아본 결과 100만원에서 200만원 미만인 26.9%로 가장 높게 나타났고, 다음은 200만원에서 300만원 미만 22.3%, 기타 22.2%, 300만원에서 400만원 미만 17.7%, 50만원에서 100만원 미만 10.9% 순으로 나타났다.

2. 시니어세대 외모관리인식, 선택의도의 타당성 및 신뢰도를 알아본다.

2.1 시니어세대 외모관리인식의 타당성 및 신뢰도

외모관리인식 문항의 타당성을 검증하기 위해 요인분석 한 결과 <Table 2>와 같이 다섯 개의 요인이 도출되었다. Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $X^2=5244.833(df=171, Sig=.000)$, KMO값 0.898로 나타났으며, 공통성은 0.476이상으로 나타났다.

첫 번째 요인은 ‘유행추구’ 요인으로 요인적재값은 0.602~0.793로 나타났으며, 고유값은 3.013, 분산설명비율은 15.8%로 나타났다. 두

번째 요인은 ‘외모지향’ 요인으로 요인적재값은 0.569~0.748로 나타났으며, 고유값은 2.951, 분산설명비율은 15.5%로 나타났다. 세 번째 요인은 ‘의존적외모관리’ 요인으로 요인적재값은 0.664~0.761로 나타났으며, 고유값은 2.543, 분산설명비율은 13.3%로 나타났다. 네 번째 요인은 ‘일상적외모관리’ 요인으로 요인적재값은 0.508~0.819로 나타났으며, 고유값은 2.092, 분산설명비율은 11.0%로 나타났다. 다섯 번째 요인은 ‘적극적외모관리’ 요인으로 요인적재값은 0.507~0.771로 나타났으며, 고유값은 1.830, 분산설명비율은 9.6%로 나타났다.

요인분석 결과 도출된 다섯 개의 요인이 전체 분산의 65.4%이상 설명되고 있는 것으로 나타났다.

신뢰도 검증 결과, 다섯 요인 모두 신뢰도 계수인 Cronbach's α 가 0.691~0.821로 나타나, 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

2.2 선택의도의 타당성 및 신뢰도

선택의도 문항의 타당성을 검증하기 위해 요인분석 한 결과 <Table 3>와 같이 두 개의 요인이 도출되었다. Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $X^2=2307.765(df=45, Sig=.000)$, KMO값 0.825로 나타났으며, 공통성은 0.490이상으로 나타났다.

첫 번째 요인은 ‘보편성’ 요인으로 요인적재값은 0.699~0.818로 나타났으며, 고유값은 3.027, 분산설명비율은 30.2%로 나타났다. 두 번째 요인은 ‘대중성’ 요인으로 요인적재값은 0.691~0.803로 나타났으며, 고유값은 2.934, 분산설명비율은 29.3%로 나타났다.

요인분석 결과 도출된 두 개의 요인이 전체 분산의 59.6%이상 설명되고 있는 것으로 나타났다.

신뢰도 검증 결과, 두 요인 모두 신뢰도 계수

인 Cronbach's α 가 0.822로 나타나, 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

〈Table 2〉 Validity and Reliability of Perception of Appearance Management

외모관리인식 문항	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	공통성
	유행 추구	외모 지향	의존적 외모 관리	일상적 외모 관리	적극적 외모 관리	
최신 유행 의복이나 액세서리를 구입한다.	.793	.156	.201	.256	.084	.766
연예인의 옷차림을 모방할 때가 있다.	.784	.273	.223	.124	.023	.755
최신 유행 헤어스타일로 연출하는 편이다	.677	.326	.150	.089	.055	.673
나는 주로 유명브랜드의 옷을 구입하는 편이다	.602	.060	.109	.052	.303	.542
항상 나의 외모를 가꾸기 위해 노력한다.	.174	.748	.037	.339	.074	.711
상대방에게 아름답게 보이는 것은 중요하다.	.015	.710	-.039	.317	.109	.693
나의 외모를 좋게 하기 위해 미용성형을 할 수도 있다.	.262	.689	.135	.063	.198	.605
이성에게 매력적으로 보이는 옷을 입는다.	.315	.645	.055	.036	.005	.686
좋은 몸매 유지를 위해 운동을 하는 편이다.	.223	.569	.274	.154	.063	.476
체중을 줄이기 위해 저칼로리 식품만 골라 먹는다.	.126	.142	.761	.208	.130	.676
나는 눈에 해롭더라도 예뻐 보이기 위해 서클렌즈를 착용한다.	.303	-.072	.742	.032	-.072	.653
체중을 줄이기 위해 약물(이노제, 설사제, 살 빼는 약)을 복용한 적이 있다.	.133	.231	.673	.054	.123	.542
앞 머리 술 보정을 위해 가발을 착용한다.	.032	.016	.664	-.077	.279	.526
좋은 머릿결을 유지하기 위해 두피, 모발 관리를 받고 싶다.	.129	.178	.016	.819	.145	.741
항상 타인 앞에 나가기 전에 나의 모습이 괜찮은지 확인한다.	.142	.304	.063	.757	.130	.707
메이크업에 많이 신경 쓰는 편이다.	.347	.278	.287	.508	.028	.619
나는 퍼머나 염색을 주기적으로 한다.	-.031	.037	.062	.315	.771	.700
외모 관리를 받기 위해 한 달에 1번 이상 미용실에 간다.	.187	.176	.234	.074	.769	.717
나는 피부과나 피부 관리실을 정기적으로 이용한다.	.367	.275	.388	-.148	.507	.641
고유치	3.013	2.951	2.543	2.092	1.830	
설명변량(%)	15.857	15.530	13.385	11.008	9.631	
누적변량(%)	15.857	31.388	44.773	55.781	65.412	
신뢰도계수(Cronbach's α)	.821	.811	.732	.755	.691	

〈Table 3〉 Validity and Reliability of Choice Intention

선택의도 문항	요인1	요인2	공통성
	보편성	대중성	
나는 앞으로도 보편적인 헤어스타일을 유지할 것이다.	.818	-.123	.684
나는 너무 튀지 않는 헤어스타일을 선호하는 편이다.	.799	-.099	.649
대중적인 유행이 자주 바뀌더라도 나의 잦은 헤어스타일 변화 시도는 부담스러울 것 같다.	.785	-.001	.616
나의 헤어스타일이 한 번도 경험해보지 못한 생소한 스타일로 변화된다면 심리적으로 부담스러울 것 같다.	.724	-.063	.529
나는 대중적으로 유행하는 헤어스타일을 따라 하기보다 보편적인 헤어스타일을 선호하는 편이다.	.699	-.045	.490
나는 내가 좋아하는 이성의 호감을 얻기 위해 대중적으로 인기 있는 연예인의 헤어스타일을 따라 한 적이 있다.	-.163	.803	.672
나는 개성 있는 헤어스타일을 시도하고 싶더라도 주변의 조언으로 대중적으로 유행하는 헤어스타일을 선택한 적이 있다.	-.046	.787	.622
유명 연예인들이 자주 하는 헤어스타일을 따라했을 때 자신감이 생기는 편이다.	-.205	.765	.627
나는 대중적으로 유행하는 헤어스타일을 해야 심리적으로 안정이 된다.	-.072	.759	.582
나의 헤어스타일을 선택함에 있어, 내가 속한 또래 집단에서 주로 유행하는 스타일을 고려하는 편이다.	.115	.691	.490
고유치	3.027	2.934	
설명변량(%)	30.266	29.340	
누적변량(%)	30.266	59.606	
신뢰도계수(Cronbach's α)	.822	.822	

3. 시니어세대의 외모관리인식이 선택의도에 미치는 영향을 알아본다.

시니어세대의 외모관리인식이 선택의도에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과는 <Table 4>와 같다.

선택의도의 보편성 요인은 외모관리인식의 유행추구, 일상적외모관리 요인이 유의미하게 ($p<.001$) 영향을 미치는 것으로 나타났고 유행추구, 일상적외모관리 변수가 보편성 요인을 예측하는데 7.1%의 설명력을 갖는 것으로 나타났다. 독립변수의 영향력을 살펴보면 유행추구($\beta=.312$)

으로 유의미하게 부(-)적으로 영향을 미치는 것으로 나타났고, 일상적외모관리($\beta=.119$)으로 유의미하게 정(+)적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 유행추구가 높아질수록 보편성은 낮아지고, 일상적외모관리가 높아질수록 보편성도 높아지고 있음을 의미한다.

선택의도의 대중성 요인은 외모관리인식의 유행추구, 의존적외모관리 요인이 유의미하게 ($p<.001$) 영향을 미치는 것으로 나타났고 유행추구, 의존적외모관리변수가 대중성 요인을 예측하는데 30.4%의 설명력을 갖는 것으로 나타났다. 독립변수의 영향력을 살펴보면 유행추구

〈Table 4〉 Effect of Senior Generation's Perception of Appearance Management on Choice Intention

종속변수 (선택의도)	독립변수 (외모관리인식)	계수(B)	계수의 표준오차 (SE B)	β	t	p
보편성	(상수)	3.919	.103		38.049***	.000
	유행추구	-.237	.033	-.312	-7.080***	.000
	일상적외모관리	.090	.033	.119	2.702**	.007
		조정된 R ² = .071	F= 316.071		p= .000***	
대중성	(상수)	1.056	.092		11.491***	.000
	유행추구	.442	.035	.463	12.467***	.000
	의존적외모관리	.161	.038	.157	4.224***	.000
		조정된 R ² = .304	F= 140.544		p= .000***	

p<.01, *p<.001

($\beta=.463$), 의존적외모관리($\beta=.157$) 순으로 유의미하게 정(+)적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 유행추구, 의존적외모관리가 높아질수록 대중성도 높아지고 있음을 의미한다. 윤상미²⁸⁾의 중년여성의 헤어스타일에 따른 외모관리인식에 관한 연구에서는 유행추구요인이 선호스타일과 현재스타일이 다르게 나온 이유를 유행스타일을 추구함이라고 하여서 본연구의 유행추구요인이 대중적인 헤어스타일 선택의 결과를 보임과 유사점을 보임을 알 수 있고, 강현경²⁹⁾의 중년여성의 사회문화적 태도가 뷰티관리행동에 미치는 영향연구에서 대중매체에 보여 지는 모습을 자신과 비교하면서 적극적인 뷰티활동이 이뤄진다고 하여 본 논문을 뒷받침해주며, 전선희³⁰⁾의 여성노인의 외모관심이 외모관리행동과 자아존중감에 미치는 영향에서 외모관심이 외모관리행동과 자아존중감에 영향을 미친다는 결과가 나타나서 본 연구의 결과를 지지해 주고 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구의 목적은 시니어세대의 외모관리인식이 헤어스타일 선택의도에 미치는 영향을 알아보는 것에 목적이 있다. 조사대상은 서울, 경기, 인천지역의 헤어살롱 이용자를 대상으로 실시하였다. 회수한 640부를 SPSS 22.0통계프로그램을 사용하여 분석하였고, 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, 회귀분석법을 사용하였다.

연구결과는 다음과 같다. 첫째, 인구통계학적 특성을 알아본 결과 연령은 50대가 가장 높게 나타났다. 결혼여부는 기혼이, 최종학력은 고졸이 높게 나타났고, 직업은 전문직이 월 평균 소득은 100만 원에서 200만 원이 가장 높게 나타났다. 둘째, 외모관리인식에 따른 헤어스타일 선택의도에서 보편성이 유행추구, 일상적 외모관리 요인의 선택의도에 유의미하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 보편성요인인 유행추구는 유의미하게 부(-)적으로 영향을 미치는 것으로, 일상적 외모관리로 유의미하게 정(+)적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 대중성은 유행

추구, 의존적 외모관리 요인에 유의미하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 유행추구, 의존적 외모관리순으로 유의미하게 정(+)적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째로, 외모관리 인식이 헤어스타일 선택의도에 미치는 영향으로는, 유행추구가 높아질수록 보편성은 낮아지고, 일상적 외모관리가 높아질수록 보편성은 높아진다. 유행추구와 의존적 외모관리가 높아질수록 대중성도 높아지게 됨을 알 수 있었다. 이상의 결과로 시니어세대의 외모관리인식에 따라 헤어스타일선택의도에 영향을 미치는 것을 알 수 있었다.

이 연구는 초고령화 초저출산의 현대사회에서 확대되어가는 시니어고객을 대상으로 하였다. 50대 이상의 시니어를 대상으로 나이에 한계점을 두지 않았으며, 외모관리인식에 따라 헤어스타일의 선택이 달라지는 점을 알 수 있었다. 이 연구를 활용한다면, 헤어샵에서 시니어 고객의 외모관리인식에 맞게 차별화된 맞춤형

스타일의 서비스에 접근하기에 효율적일 것이며, 뷰티미용산업에 이용하여 서비스수준향상과, 효과적인 마케팅 전략에도 활용한다면 매출을 증대시킬 수 있을 것이라고 사료된다.

지금까지 연구를 실시하면서 나타난 연구의 제한점과 연구방향을 제시해 보면 다음과 같다. 첫째, 본 연구의 대상은 50이상의 여성으로서 본 연구의 결과를 남성에게 적용하기에는 한계를 갖는다. 따라서 추후의 연구에서는 남성과 여성을 대상으로 비교하는 연구가 진행되어야 할 것이며, 연령별 비교분석도 진행되어야 할 것이다. 둘째, 서울 경기 인천지역의 시니어를 대상으로 조사를 했으므로 연구 결과를 일반화 시키는데 제한점을 가질 수 있다. 다음연구에서는 더욱 넓은 지역을 대상으로 실시하여 포괄적이고 다양한 표본을 얻어서 미용업계의 발전에 필요한 다양한 정보를 제공할 수 있는 후속연구가 이루어지길 기대한다.

참고문헌

- 1) 하종경.(2015). 남녀대학생의 외모관리동기에 따른 외모관리행동에 관한 연구. *한국인체미용예술학회지*, 16(4), pp.183-195.
- 2) 이유중.(2010). 노인들의 자아존중감과 신체 매력인지에 따른 외모관리 행동에 관한연구. 대구한의대학교 대학원, 박사학위논문, p.57.
- 3) <https://medicaltv.tistory.com/94>(자료검색일: 2022.02.01.).
- 4) 윤상미.(2014). 중년여성의 헤어스타일에 따른 외모관리 인식. 서경대학교 미용예술대학원, 석사학위논문, p.23.
- 5) 표민경.(2015). 중년여성의 차이연령에 따른 추구이미지와 외모관리행동에 관한 연구. 서경대학교 미용예술대학원, 석사학위논문, p.37.
- 6) 이영분.(2011). 중년여성의 외모관리 행동에 영향을 미치는 요인. 대구한의대학교 대학원, 박사학위논문, pp.37-38.
- 7) 주영주, 이순희.(2011). 한국 중년여성의 외모 관심도가 화장품 구매행동에 미치는 영향. *한국디자인문화학회지*, 22(1), pp.401-410.
- 8) <https://www.news700.kr/8769>(자료검색일: 2022.01.09.).
- 9) 남석순.(2013). 고령사회에서 시니어 세대를 위한 출판독서문화복지에 관한연구. 서울사회복지대학원, 석사학위논문, pp.12-14.
- 10) https://imnews.imbc.com/news/2021/econo/article/6107260_34887.html(자료검색일: 2022.01.09.).
- 11) 조황희, 서지영, 이윤준, 강희중, 한웅규.(2007). 고령자의 삶의 질 증대를 위한 과학기술 활용 방안. *과학기술평생연구원*, p.1.
- 12) 박지현.(2020). 헤어종사자의 피부 관심도와 관리효과 인식이 피부 관리행동의 관계에서 자기의식의 매개효과. 서경대학교 미용예술대학원, 석사학위논문, p.1.
- 13) 피차치, 조고미.(2021). 취업스트레스의 행동 요인과 직업능력향상행동. *한국인체미용예술학회지*, 22(4), pp.369-281.
- 14) 장혜선.(2014). 신체이미지와 외모관리행동이 심리적 안정감에 미치는 영향. 서경대학교 대학원, 박사학위논문, pp.81-82.
- 15) 이승연, 정규엽, 정웅-용.(2013). 호텔직원의 비언어적커뮤니케이션이 직원평가와 고객만족 및 충성도에 미치는 영향. *호텔경영학 연구*, 22(6), pp.275-296.
- 16) 김화숙.(2011). 성인남녀의 외모와 미용성형 수술에 관한 인식 및 관심도. 서경대학교 대학원, 석사학위논문, p.6.
- 17) https://imnews.imbc.com/news/2021/econo/article/6107260_34887.html(자료검색일:2022.01.14.).
- 18) 이영미.(1997). 헤어스타일과 네크라인이 얼굴이미지 및 형태지각에 미치는 영향. 한양대학원, 석사학위논문, p.3.
- 19) 서선옥.(2011). 여성들의 헤어스타일 인식에 따른 미용서비스 구매행동. 서경대학교 미용예술대학원, 석사학위논문, p.7.
- 20) 윤소영.(2001). 메이크업과 헤어스타일이 인상형성에 미치는 영향. 대구카톨릭대학교 대학원, 석사학위논문, p.53.
- 21) 김향원.(2011). 여성의 헤어스타일이 이미지에 미치는 영향에 관한 연구. 숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문, p.2.
- 22) 강평미.(2015). 앞머리 스타일의 선호도에 대한연구. *한국인체미용예술학회지*, 16(1), pp.181-193.
- 23) 공차숙.(2021). 퍼스널 컬러 기반의 헤어컬러 디자인 개발에 따른 이미지 변화에 관한 연구. *한국인체미용예술학회지*, 22(4), pp.299-310.
- 24) 박영혜.(2014). 퍼스널컬러에 따른 계절별인상형성의차이. *대한미용학회지*, 10(3), pp.171-179.
- 25) 문혜림.(2019). 퍼스널컬러의 변화를 헤어 컬러 중심으로 적용한 남·여의 인상형성의 차이. 한남대학교 사회문화행정복지대학원, 석사학위논문, pp.64-66.
- 26) 윤상미.(2014). op. cit., pp.35-36.
- 27) 이승환.(2019). 한국인의 사회적 시선과 문화

- 적인 관습, 관례가 헤어스타일 선택의도에 미치는 영향. 서경대학교 미용예술대학원, 석사학위논문, pp.31-33.
- 28) 윤상미.(2014). op. cit., p.49.
- 29) 강현경.(2021). 중년여성의 사회문화적 태도가 뷰티관리행동에 미치는 영향. 상명대학교 대학원, 박사학위논문, pp.101-103.
- 30) 전선복.(2019). 여성노인의 외모관심이 외모관리행동과 자아존중감에 미치는 영향. *한국인체미용예술학회지*, 20(1), pp.273-287.