Journal of the Korean Society of Costume
Vol.52, No.8 (December 2002) pp.99~107

성인 여성들의 모발관리행동과 모발화장품 만족도

김 용 숙* · 이 지 영**
전북대학교 생활과학대학 의류학과 교수* · 전북대학교 의류학과 강사**

Hair Management Behavior and Hair Care Products Satisfaction of Women

Yong-Sook Kim* · Ji-Young Lee**
Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Chonbuk Nat'l University*
Instructor, Dept. of Clothing & Textiles, Chonbuk Nat'l University**
(2002. 10. 14 투고)

ABSTRACT

The purpose of this study was to identify the hair management behavior and satisfaction of hair care products of women.

A self-administered questionnaire developed by researchers was used. The subjects were 500 women who were residing in Chonbuk province from Aug. to Sep. 2002. Frequencies, percentages, means, and standard deviations were calculated. And One-way ANOVA and t-test were done.

The results were as follows:

1. Most women were satisfied with the condition, gloss, and thickness of their hair, but unsatisfied with their hair color. As they were getting older, their satisfaction were lowered about their hair condition and gloss.

2. Most women went to beauty shops once or twice a month to have their hair permanent waved or cut, and some for dyeing or dry. Few women went to beauty shop for make-up and peticures.

3. Women did frequent hair management behaviors such as cleansing, style, and providing nutrition, but caring dandruff and preventing alopecia were relatively less. Older or married women did more frequent hair management behaviors such as caring dandruff, preventing alopecia, dyeing, styling, and providing nutrition. Women used cleansing products to manage their hair, and styling products and nutrients to provide their hair with nutrition.

4. Specially price and efficiency satisfaction of dandruff care products, alopecia preventing products, dyeing products were very low.

Key Words : hair management behavior(모발관리행동), hair care product(모발화장품), price satisfaction(가격만족도), efficiency satisfaction(성능만족도)

Ⅰ. 서 론

후기 산업화사회의 경제적 풍요로움 속에서 인간의 삶은 다양해져 변화를 추구하는 욕구가 증대되고 있다. 변화 추구 욕구는 의식주와 같은 인간의 기본 생활 영역뿐 아니라 개인의 외적 아름다움 추구로 표출되고 있다. 특히 헤어 스타일은 피부나 의복을 통합하는 토탈 코디네이션의 중요한 부분으로 인상 형성에 큰 영향을 주는 것으로 인식됨에 따라 모발관리에 대한 관심도 높아지고 있다[1].

머리를 감싸고 있는 모발은 인체의 최상위에 위치하고 있으며 뇌를 보호하는 기능을 수행하고, 인상형성에 중요한 역할을 한다. 특히 의복의 유행색이 흑백으로 단조로워짐에 따라 대다수 사람들은 자기 특유의 헤어 스타일을 유지하거나 색상을 갖기 위하여 노력하고 있다. 이와 같은 현실 속에서 모발은 매일 반복되는 샤워에 사용되는 강한 샴푸나 드라이어의 열, 그리고 퍼머넌트 웨이브나 염모에 사용되는 화학약품에 의하여 많이 손상되고 있다. 강한 두피 자극, 매연, 스트레스 등에 의하여 탈모나 비듬으로 어려움을 겪고 있으므로 전문적이고 차별화된 모발관리의 필요성이 커지게 되었다[2][3]. 또 모발화장품 산업이 확대되어 많은 사람들이 스스로 헤어 스타일을 다듬고 개성을 나타내는데 도움을 줄 수 있는 무스나 헤어 젤과 같은 정모제가 생산 판매됨에 따라 모발화장품의 시장점유율이 확대 추세이다[4].

그러나 모발화장품에 관한 연구는 샴푸나 린스와 같이 세정제, 퍼머넌트 웨이브용 제품이나 염모제에 의한 모발의 손상과 시술, 그리고 선호하는 헤어 칼라나 제품 선호도, 추구혜택이나 정보원 활용에 관한 연구에 대하여 이루어졌다[5][6][7][8]. 또 외모관리의 기본 단계인 모발관리행동에 관한 연구는 모발의 세정, 스타일, 염모 또는 탈모 등에 대하여 부분적으로 이루어지고 있는 실정이다[9]. 이상과 같이 모발관리는 외모관리의 기본이 되며 성격추리에도 중요하나[10] 의복에 대한 연구에 비하면 미미한 실정이다.

그러므로 본 연구에서는 성인 여성들의 모발관리행동의 영역과 모발관리 화장품의 가격과 성능에 대한 만족도를 분석하여 건강한 모발관리와 모발화장품 생산업체의 상품 기획을 위한 기초 자료를 제공하고자 하였다. 구체적 연구문제는 다음과 같다. 첫째, 성인 여성들의 모발 상태, 미용실 방문 빈도 및 목적을 파악한다. 둘째, 성인 여성들의 모발관리행동을 파악한다. 셋째, 성인 여성들의 모발화장품의 가격과 성능 만족도를 파악한다.

Ⅱ. 문헌고찰

1. 모발관리

모발은 포유동물 만이 소유하고 있는 피부의 부속기관으로 피부 표피에서 자라난다. 또 모발은 추위나 마찰로부터 신체를 보호해 주며, 장식 역할까지 수행한다. 머리에서 자라나는 모발은 태양광선으로부터 두피를 보호하고, 의복과 더불어 신체를 장식하며 헤어 스타일은 한 사람의 외모나 인상을 결정하는데 중요한 역할을 한다[11].

모발관리행동이란 모발의 생태, 형태, 구조, 그리고 화학적, 역학적, 물리적 성질에 따라서 샴푸, 린스, 트리트먼트, 퍼머넌트 웨이브제, 염모제, 정모제, 양모제 등 모발화장품을 사용하여 건강하고 아름답게 가꾸는 것을 말한다[12]. 그러나 모발은 퍼머넌트 웨이브제나 염모제, 드라이어의 열 등에 의하여 손상되고, 두피에 악영향을 받는다. 또 모발은 태양광선, 오염된 공기, 매연, 담배연기 등에 의하여 손상되고, 심리적 스트레스나 두피에 가해지는 장기적 자극은 탈모를 가져온다[13]. 또 여성의 경우 생리, 임신, 폐경 등 생리적 변화와 단백질, 철분, 비타민 등 영양 불균형에 의하여 탈모가 일어나거나 모발이 부석거리게 된다[14].

이상과 같이 모발관리행동은 외모관리에 필수적이나 일부 모발관리 화장품에 의하여 손상되는 경우도 많다. 그러므로 모발관리는 모발의 손상과 보호라는 상반된 결과를 가져 온다고 볼 수 있다.

임인숙[15]은 여대생들은 헤어 스타일에 관심이

많은 경우 퍼머넌트 웨이브를 하지 않고, 염모나 탈모를 많이 한다고 하였다. 또 대학생들의 두피관리와 모발 특성 및 헤어스타일과의 관련성에 대한 연구에 의하면 대학생들의 약 20%가 두피관리행동을 해 본 경험이 있었으며, 남학생보다 여학생들이, 그리고 지성인 경우 두피관리를 위하여 시술을 많이 받았다. 남학생의 경우 염색을 많이 하였으나 여학생은 세팅을 많이 하였다. 또한 남학생 중에는 여학생보다 탈모가 있는 경우가 많았다[16]. 임희정[17]은 여대생들의 헤어스타일 형태와 관심 및 변화에 관한 연구에서 대부분의 여대생은 어깨선 길이의 헤어스타일을 선호했고, 나이가 많아질수록 길이가 짧은 헤어 스타일을 한다고 하였다. 대부분의 여대생은 퍼머넌트웨이브를 하지 않은 자연 모발을 유지했으나, 염색이나 탈색을 선호했다. 헤어스타일은 보통 2-3개월에 1회 정도 바꾸는 경우가 많았고, 4-5 개월에 1회 정도 바꾸는 경우도 많았다.

문인옥과 조성신[18]의 여대생의 모발건강과 질병요인과의 관련성 연구에 의하면 이들은 모발상태에 대하여 보통으로 인지하였다. 그러나 대부분의 여대생은 모발이 거칠고 갈라지고, 윤기가 없고 푸석거리며, 머리가 많이 빠지고 숱이 적음 등 에 대하여 고민하였다.

이상과 같이 대부분의 연구는 대학생들의 두피나 모발관리에 대한 것이었다. 이들은 자연스러운 헤어 스타일을 선호하였으나, 잦은 샤워나 드라이, 그리고 잦은 염색과 탈색 등으로 모발이 거칠어지고 윤기를 잃게 되며, 공해와 스트레스 등 여러 가지 원인으로 인해 탈모에 대한 고민도 많았다.

2. 모발화장품 만족도

화장품법 제2조 1장에 의하여 제정된 화장품의 정의는 '인체를 청결·미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부와 모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것'이며, 단 의약품에 해당하는 물품은 제외한다[19][20]. 특히 화장품은 보건 위생면에서 안전하게 인체를 청결하게 해 줄 뿐만 아니라 예방 및 치료 그리고 외모의 특정 스타일을 만들어 주기 때문에, 특히 여성들이 상당히 민감하게 다루는 제품이다.

모발화장품은 모발관리에 사용되는 모발 및 두피청정제품, 정발제품, 퍼머넌트 웨이브제품, 양모제품, 그리고 염모제품 등으로 나누어 진다. 모발 및 두피청정제품으로는 샴푸와 비누 그리고 린스가 있다. 모발의 보호 및 재생을 위한 제품으로는 헤어 컨디셔너, 헤어 크림이 있으며, 정모제품에는 헤어오일, 포마드, 헤어 리퀴드, 세트로션, 스타일링무스, 헤어 스프레이, 헤어 스타일링 젤 등을 말한다. 퍼머넌트 웨이브제는 퍼머하기 전에 퍼머웨이브가 잘 형성되도록 바르는 제품이고 또한 머리형태를 잘 만들어 주는 제품으로는 셋트 로션이 있다. 양모제는 발모촉진 및 탈모예방을 하여 건강한 모발을 만들어주는 헤어 트리트먼트 제품이다. 염모제는 모발을 착색시키는 것으로 일시적 염모제와 영구적 염모제가 있으며, 모발을 탈색시키는 탈모제품으로는 헤어블리치제가 있다[21].

모발화장품의 기능은 크게 기본 기능, 메이크업 기능, 특수 기능으로 구분된다. 기본 기능은 모발과 두피에 존재하는 피지, 땀, 비듬, 각질, 먼지, 화장품 찌꺼기 등을 씻어내는 세정기능과 모발의 보호와 영양 공급과 같은 양모기능을 포함한다. 메이크업 기능은 퍼머넌트 웨이브나 일시적 드라이와 같은 헤어 스타일과 관련된 정모 기능, 흰머리 염색이나 유행 색상으로 염색하는 염모기능을, 특수기능은 비듬관리와 탈모 방지를 포함한다[22].

모발화장품의 기원은 고대 이집트 여인이 나일강변의 점토를 이용하여 모발을 염색한데서 찾을 수 있다. 또 이집트에서는 헨나색소를 사용하여 금발로 염색하였고, 앗시리아에서도 축제때 사제가 금발로 염색했다는 기록이 있다. 우리나라에서는 동백기름이나 아주까리 기름을 사용한 기록이 있으며, 현재도 사용된다[23].

모발화장품에 관한 선행 연구는 주로 샴푸와 린스의 선택과 사용으로 국한되었으며, 화장품에 관한 연구가 주류를 이류고 있다. 샴푸와 린스에 대한 소비자 선호도를 분석한 연구들[24][25][26]에 의하면 소비자들은 선택시 품질, 향, 가격, 유명 상표, 세정 기능, 양모 기능 등을 고려하였다. 이들 연구

가 이루어졌던 1980년대의 소비자들은 염색에 대하여 부정적이었다. 그러나 2000년대에 이루어진 연구들[27][28]에서는 염모시 모발의 손상과 선호하는 염모제와 색상을 분석하였다.

권태신과 김용숙[29]은 대학생은 모발화장품에 대하여 탈모방지와 자외선으로 부터의 보호와 같은 특수 기능, 유행, 실용성, 유명 상표, 향, 정모, 양모, 영양공급, 경제성 등을 추구한다고 하였다. 또 모발화장품은 실용적 기능뿐 아니라 유행성이 높고 남자 대학생과 여자 대학생들이 모두 관심을 많이 표명하는 고관여 상품으로 자리잡고 있다고 하였다.

성인여성의 화장품 구매에 관한 연구들[30][31][32]에서도 화장품 구입시 불만족스러운 점은 광고에 따르는 높은 가격이었다. 제품의 품질이나 용량에 비해 가격이 너무 비싸다고 느끼거나 과대광고로 인해 소비자들이 화장품에 대한 불만을 느꼈다. 또 성분이나 함량에 대한 불신도 높았으며, 부작용에 대한 우려도 표명하였다. 전업주부들의 화장품 가격에 대한 불만이 높았으며, 주로 구매하는 장소는 할인점이었다. 화장품 선택에 가장 영향을 미치는 요인을 살펴보면 20대는 피부 적합성이고, 30대 이상의 소비자는 가격과 품질이었다.

이상과 같이 소비자들은 일부 모발화장품을 사용함으로서 모발에 손상을 입기도 하지만, 이를 치유하기 위하여 양모제를 사용하여 모발관리를 하고 있었다. 또 화장품의 과대광고에 비해 성능이 떨어지고 가격에 대해 불만족하였다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구 도구

연구자들은 설문지를 작성하기 위하여 대학생 30명을 대상으로 예비조사를 실시하였다. 대학생들이 행하고 있는 모발관리행동에 대하여 자유기술한 자료와 문헌조사 내용을 기초로 모발관리행동에 관한 문항을 만들었다. <표 1>과 같이 모발관리행동은 세정, 탈모방지, 비듬관리, 염모, 스타일, 영양공급의 5영역으로 구분되었으며, 이 구분법은 모발화장품 구분에도 적용되었다[33][34].

<표 1> 모발관리행동의 영역

모발관리행동의 영역	명칭 및 Cronbach's alpha
· 머리를 감을 때 샴푸를 사용한다 · 머리를 감을 때 마다 린스나 트리트먼트를 사용한다	세정 Cronbach's alpha = .89
· 머리를 감을 때 탈모방지 샴푸를 사용한다 · 탈모방지용 약을 먹거나 바른다 · 헤어 스타일을 위하여 부분 가발을 사용한다 · 숱이 많아 보이도록 부분 가발을 사용한다	탈모방지 Cronbach's alpha = .76
· 머리를 감을 때 비듬관리 샴푸를 사용한다 · 머리 비듬을 관리하기 위하여 약을 먹거나 바른다	비듬관리 Cronbach's alpha = .59
· 모발에 유행색으로 염색한다 · 모발에 정기적으로 코팅한다 · 모발에 정기적으로 브리치한다 · 흰모발을 감추기 위하여 염색한다 · 모발에 헤어스프레이를 뿌리거나 틴트를 바른다	염모 Cronbach's alpha = .62
· 매일 헤어 드라이를 한다 · 정기적으로 퍼머넨트를 한다 · 헤어 스프레이, 무스, 젤 등을 하용한다	스타일 Cronbach's alpha = .73
· 손상된 모발을 치료하기 위하여 미용식에서 헤어크리닉을 한다 · 두피의 혈액순환을 위하여 자주 빗질하거나 마사지한다 · 가늘고 손상된 모발을 치료하고 영양을 공급하기 위하여 헤어팩을 하거나 트리트먼트를 한다	영양공급 Cronbach's alpha = .69

본조사용 설문지는 대상자의 인구통계적 변인에 관한 2문항, 모발 상태에 관한 5문항, 미용실 관련 변인으로 이용 빈도에 관한 1문항, 이용 목적에 관한 11문항, 모발관리행동에 관한 19문항, 모발화장품의 가격과 성능 만족도에 관한 60문항으로 총 98문항으로 구성되었다.

2. 연구 대상자 및 기간

예비조사는 2002년 6월 중에 전라북도내 대학생 30명을 대상으로 실시되었다. 본조사는 2002년 7월 20일부터 8월 10일 이었으며, 대상자는 전라북도내 중·소도시에 거주하는 20대 이상의 성인 여성 500명이었다. 20대가 40.0%로 많았고, 30대와 40대가 25.0-26.0%로 비슷하였으나, 50대는 10.0% 정도였다. 미혼 여성이 39.7%, 기혼 여성이 60.3%였다. 성의없이 응답되었다고 판정된 설문지를 제외하고, 477매가 최종 분석에 사용되었다.

3. 분석방법

SPSS PC를 사용하여 빈도, 백분율, 평균, 표준편차, Cronbach's alpha, 등을 구하였으며, One-way ANOVA와 t-test를 사용하여 비교분석하였다. 추후검증법으로는 Duncan's multiple range test가 사용되었다.

Ⅳ. 연구결과

1. 성인 여성들의 모발 상태와 미용실 이용 빈도 및 목적

성인 여성들의 모발 상태와 미용실 이용 빈도는 <표 2>와 같다. 성인 여성들은 모발 건강 상태, 색상, 광택, 굵기에 대하여 보통이라 응답한 경우가 제일 많았으나, 숱에 대하여는 불만이라 응답한 경우가 더 많았다. 또 성인 여성들은 1달에 1-2회 미용실을 방문하는 경우가 제일 많았다. 가정에서 간단하게 전문적 기술이 적어도 헤어 스타일을 관리할 수 있는 무스나 젤이 생산되기 때문에[35] 성인 여성들의 미용실 이용빈도는 과거보다 적어지고 있다고 생각되었다.

<표 2> 성인 여성들의 모발 상태와 미용실 이용 빈도

항목			빈도(명)	백분율(%)
모발 상태	건강 상태	만족	102	21.4
		보통	198	41.5
		불만족	177	37.1
	색상	만족	133	27.9
		보통	240	50.3
		불만족	104	21.8
	광택	만족	98	20.6
		보통	197	41.3
		불만족	182	38.1
	굵기	만족	128	26.8
		보통	192	41.9
		불만족	157	31.3
	숱	만족	134	28.1
		보통	158	33.1
		불만족	185	38.7
미용실 이용빈도		0회	169	35.7
		1-2회	278	58.6
		3회 이상	27	5.7

미용실 이용 목적을 분석한 결과는 <표 3>과 같다. 주된 목적이 컷, 퍼머넌트 웨이브, 염모인 경우가 제일 많았으나, 화장이나 발관리인 경우는 적었다. 이는 필요에 따라 화장이나 발관리 전문 점포를 이용하기 때문에 나타난 결과라 생각되었다. 임희정[36]은 미용실에서 퍼머넌트 웨이브를 하는 사람은 25세 이상인 여성이 주류를 이루고, 컷과

<표 3> 성인 여성들의 미용실 이용 목적

항목	빈도(명)	백분율(%)
컷	344	99.42
퍼머넌트	328	98.83
염색	204	42.77
코팅	112	23.48
드라이	83	17.4
모발클리닉	43	9.01
피부관리	11	2.31
손톱관리	6	1.26
고대	5	1.05
화장	3	.63
발관리	3	.63

염모가 많이 이루어진다고 하여 본 연구 결과와 같았다.

성인 여성들의 인구통계적 변인과 미용실 이용 빈도에 따른 모발 상태의 차이를 분석한 결과는 <표 4>와 같다. 나이가 적고, 미혼인 여성들이 모발의 건강 상태, 광택, 굵기 등에 대하여 더 만족하고 있었다. 이는 성인 여성들이 나이가 들어가거나 염모를 반복할 때 모발 손상이 심해지고, 이로 인하여 모발에 대한 만족이 낮아지기 때문에[37] 나타난 결과라 생각되었다.

<표 5> 모발관리행동의 영역별 기술 통계량

영역	평균	표준편차
세정	3.57	.45
비듬 관리	1.84	.85
탈모 방지	1.34	.52
염모	2.05	.72
스타일	2.47	.82
영양 공급	2.77	1.00

<표 4> 성인 여성들의 인구통계적 변인에 따른 모발 상태와 미용실 이용 빈도 차이

인구통계적 변인		모발 상태					미용실 이용빈도
		건강상태	색상	광택	굵기	숱	
나이	20대	2.29(A)	1.94	2.30(A)	2.09	2.07	1.71
	30대	2.03(B)	1.88	2.08(AB)	2.20	2.15	1.69
	40대	2.05(B)	1.94	2.06(B)	2.17	2.15	1.73
	50대	2.12(B)	2.12	2.22(AB)	2.17	2.00	1.68
	F	4.18**	1.26	3.64**	.53	.59	.20
결혼여부	미혼	2.28	1.93	2.28	2.21	2.06	1.72
	기혼	2.08	1.95	2.11	2.05	2.15	1.69
	t	2.92**	.25	2.35*	2.12*	1.12	.68

* P< .05, ** P<.01

2. 성인 여성들의 모발관리행동

성인 여성들의 모발관리행동 6영역을 비교한 결과는 <표 5>와 같다. 세정행동이 가장 보편적으로 행해졌고, 이어 영양 공급, 스타일, 염모 순으로 빈도가 높았으나, 비듬 관리나 탈모 방지는 부분적으로 비듬이나 탈모 문제를 갖는 경우에만 행해지고 있었다. 과거에는 칠흑같이 검은 모발의 색상을 선호하고 검정이나 검정갈색 이외의 색상으로 염모하는 것을 기피했으나[38], 모든 연령층에 걸쳐서 자유로운 색상으로 염모하는 것이 모발의 컷이나 퍼머넌트 웨이브를 주는 것과 같이 보편적으로 퍼져나가기 때문에[39] 염모의 빈도가 높게 나타난 것으로 생각되었다.

성인 여성들의 인구통계적 변인과 미용실 이용 빈도에 따른 모발관리행동의 차이를 분석한 결과는 <표 6>과 같다. 성인 여성들의 모발관리행동은 나이, 결혼 여부, 미용실 이용 빈도에 따라 차이가 있었다. 나이가 많거나 결혼한 성인 여성들은 비듬 관리, 탈모 방지, 염색, 스타일, 영양공급을 위한 모발관리행동을 많이 행하고 있었다. 또 미용실 이용 빈도가 높은 성인 여성들이 탈모 방지, 스타일, 영양 공급을 위한 모발관리행동을 더 많이 행하고 있었다.

<표 6> 인구통계적 변인과 미용실 이용 빈도에 따른 모발관리행동의 차이

변인			세정	비듬 관리	탈모 방지	염모	스타일	영양 공급
인구통계적 변인	나이	20대	3.61	1.70(B)	1.31(B)	1.92(C)	2.38(B)	2.57(B)
		30대	3.52	1.83(AB)	1.28(B)	2.01(BC)	2.41(AB)	2.87(A)
		40대	3.55	2.01(A)	1.38(B)	2.21(AB)	2.64(A)	2.85(A)
		50대	3.60	1.99(A)	1.56(A)	2.34(A)	2.65(A)	2.96(A)
		F	1.12	3.66**	3.12*	6.15***	3.37*	7.78***
	결혼 여부	미혼	3.59	1.69	1.31	1.94	2.40	3.09
		기혼	3.56	1.94	1.36	2.12	2.52	3.54
		t	.79	3.03**	1.02	2.72**	1.58	5.91***
미용실 이용 빈도		0회	3.57	1.76	1.28(B)	1.84(B)	2.13(B)	2.45(B)
		1-2회	3.57	1.86	1.37(AB)	2.14(A)	2.64(A)	2.91(A)
		3회 이상	3.52	2.08	1.51(A)	2.38(A)	2.75(A)	3.21(A)
		F	.20	1.74	2.98*	12.29***	22.69***	13.77***

* P< .05, ** P< .01, *** P< .001

3. 성인 여성의 모발화장품 만족도

성인 여성들의 모발화장품의 가격만족도와 성능만족도를 비교한 결과는 <표 7>과 같다. 모든 제품의 가격 만족도와 성능만족도는 3.0미만으로 낮은 편이었다. 특히 매일 사용하는 세정과 스타일용 모발화장품에 대한 가격 만족도가 낮았다. 또 비듬 관리, 탈모 방지, 염모용 모발화장품은 가격만족도에 비하여 성능만족도가 낮았다. 소비자들은 화장품 구매시에도 가격과 품질을 크게 고려한다고 한 김숙례[40], 김은경[41], 김현희[42]의 연구와 같은 맥락이었다. 또 과다한 광고나 복잡한 유통 구조는 가격을 높이는 원인이 되므로 때문에 인터넷 이용자를 대상으로 마케팅을 전개해 나가는 것도 소비자 만족도를 높일 수 있는 방법이라고 권태신과 김용숙[43]은 제안하였다.

<표 7> 모발화장품 만족도

구분 / 모발화장품	가격 만족도		성능만족도		t
	평균	표준편차	평균	표준편차	
세정	2.23	.39	2.18	.33	1.33
비듬 관리	2.49	.40	2.10	.31	10.96***
탈모 방지	2.55	.45	2.02	.33	13.69***
염모	2.43	.42	2.12	.32	7.86***
스타일	2.35	.40	2.13	.27	5.77***
영양 공급	2.54	.38	2.33	.35	6.04***

*** P< .001

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 성인 여성들의 모발관리행동의 영역과 모발화장품 만족도를 분석하여 성인 여성들을 위한 모발관리행동과 모발화장품 생산 기획에 필요한 기초 자료를 제공하고자 하였다.

본 연구 결과는 다음과 같았다.

첫째, 성인 여성들은 모발 건강 상태, 색상, 광택, 굵기에 대하여 보통이라 응답한 경우가 제일 많았으나, 숱에 대하여는 불만인 경우가 더 많았다. 또 성인 여성들은 1달에 1-2회 미용실을 이용하는 경우가 제일 많았다. 미용실 이용 목적은 컷, 퍼머넌트 웨이브, 염모인 경우가 제일 많았으나, 화장이나 발관리인 경우는 적었다. 나이가 적고 미혼인 여성들이 모발의 건강 상태, 광택, 굵기 등에 대하여 더 만족하고 있었다.

둘째, 성인 여성들의 모발관리행동 6영역 중 세정행동이 가장 빈번하게 널리 행해졌고, 영양 공급, 스타일, 염모 순으로 빈도가 높았으나, 비듬 관리나 탈모 방지는 부분적으로 행해졌다. 나이가 많거나 결혼한 성인 여성들은 비듬 관리, 탈모 방지, 염색, 스타일, 영양공급을 위한 모발관리행동을 많이 행했다. 또 미용실 이용 빈도가 높은 성인 여성들이 탈모 방지, 스타일, 영양 공급을 위한 모발관리행동을 더 많이 행했다.

셋째, 성인 여성들의 모발화장품의 가격만족도

와 성능만족도를 비교한 결과 모든 항목에서 만족도는 낮았으며, 특히 가격만족도에 비하여 성능만족도가 낮았다. 특히 매일 사용하는 세정과 스타일용 모발 화장품에 대한 가격 만족도가 낮았고, 비듬 관리, 탈모 방지, 염모제품에 대한 성능 만족도도 낮았다.

이상의 결과를 바탕으로 다음과 같은 결론을 얻을 수 있었다. 성인 여성들은 자신의 모발 색상에 대하여 불만을 느끼고 유행하는 색상으로 염색을 많이 하였다. 그러나 매일 반복되는 샤워와 드라이, 퍼머넌트 웨이브와 염모용 화장품, 매연 등에 의하여 모발 상태가 나빠지고 있었으며, 특히 나이가 들어감에 따라 광택이 저하되고 탈모에 의하여 숱이 적어지는 문제를 갖고 있었다. 또 일부 성인 여성들이 사용하는 비듬 방지나 탈모 방지용 화장품의 성능에 비하여 가격은 비싸다는 불만을 갖고 있었다. 그러므로 관련업체에서는 성능이 높은 비듬 관리나 탈모 방지 제품 개발에 주력해야 할 것이다.

본 연구 대상자는 전라북도에 거주하는 성인여성들로 한정되었으므로 본 연구결과를 확대해석하는데 한계가 있다.

참고문헌

1) Workman, J. E. & Johnson, K. K. P.(1991). The role of cosmetics in impression formation. *Clothing & Textile Research Journal, 10*(1), 63-67.
2) 김성남 · 안신호 · 남윤자(2002). 성인들의 헤어컬러 선택시 영향을 미치는 요인. *한국의류산업학회지, 4*(3), 111-114.
3) 임희정(2001). 대학생들의 헤어스타일 형태와 관심 및 변화에 관한 연구: 영동지역 여대생을 중심으로. 관동대 교육대학원 석사학위논문.
4) www.cosmetictribune.co.kr.
5) 권태신 · 김용숙(2000). 대학생의 모발화장품 추구혜택과 정보원 활용. *복식, 50*(7), 97-111.
6) 김성남 · 남윤자(2002). 헤어 디자이너들의 헤어컬러 및 헤어컬러 제품 선호도. *한국의류산업학회지, 4*(2), 188-191.
7) 김성남, 안신호, 남윤자. *앞의 책*, pp.11-114.
8) 윤지성(2000). 헤어컬러에 따른 이미지 변화에 관한 연구. 세종대 대학원 석사학위논문, pp.100-102.
9) 김정희(2001). 대학생들의 두피관리 행위와 모발특성 및 헤어스타일과의 관련성. 조선대 환경보건대학원 석사학위논문, pp.29-35.
10) Jouhar, A. J. & Graham, J. A.(1985). Psychological studies of cosmetics. In The psychology of cosmetic treatments. New York: Praeger Pub., pp.52-57.
11) 김한식(1997). *모발 생리학*. 서울: 현문사, pp.29-31.
12) 하병조(1999). *화장품학*. 서울: 수문사, pp.50-55.
13) 김순희(1999). 헤어미용 시술실태와 모발 건강 지식 및 지식실천에 관한 조사 연구. *마산대 논문집, 21*(2), pp.579-595.
14) 박윤기(1987). 탈모증의 정의와 종류. *임상약학, 8*, pp.63-67.
15) 임인숙 (2000). 건강 모발을 유지하기 위한 연구. *인체예술학회지, 1*(2), pp.79-86.
16) 김정희. 앞의 책, pp.34-35.
17) 임희정. *앞의 책*, pp.94-99.
18) 문인옥, 조성신 (2000). 여대생의 모발건강과 질병요인과의 관련성. *한국보건통계학회지, 25*(2), pp.51-59.
19) www.cosmetictribune.co.kr.
20) www.hjp.co.kr.
21) 김경순, 류은주, 조성태, 최영희, 황희순 (1995). *모발관리학*. 서울: 청구문화사, pp.115-166.
22) 하병조(1999). *화장품학*. 서울: 수문사, pp.135-150.
23) 전완길(1987). *화장문화사*. 서울: 열화당, pp.182-220.
24) 박노현(1989). 샴푸 마케팅 전략에 관한 실증적 연구. 세종대 대학원 석사학위논문, pp.35-52.
25) 신기석(1988). 샴푸제품의 소비자행동에 따른 마케팅전략. 경북대 경영대학원 석사학위논문, pp.42-45.
26) 이유석(1987). 한국 여성의 두발 화장품 소비행동에 관한 실증적 고찰: 특히 미용실 이용 실태 분석을 중심으로. 고려대 경영대학원, 석사학위논문, pp.30-42.
27) 김성남, 남윤자. *앞의 책*, pp.188-191.
28) 김성남, 안신호, 남윤자. *앞의 책*, pp.111-114.
29) 권태신, 김용숙. *앞의 책*, pp.97-111.
30) 김숙례(2001). 성인여성의 화장품 사용실태에 관한 연구. 경상대 교육대학원 석사학위논문, pp.53-55.
31) 김은경(2002). 화장품 소비자의 불만족과 상표전환행동. 경희대 대학원 석사학위논문, pp.71-74.
32) 이승신, 기시월, 박기영, 조향숙 (1999). 여성 소비자의 화장품 소비선택 기준에 관한 연구. *건국대 생활문화예술논집, 2*, pp.125-147.
33) 김경순, 류은주, 조성태, 최영희, 황희순. *앞의 책*, pp.115-166.
34) 하병조. *앞의 책*, pp.50-55.
35) 권태신, 김용숙. *앞의 책*, pp.97-111.
36) 임희정. *앞의 책*, pp.94-99.

37) 김성남, 안신호, 남윤자. *앞의 책*, pp.111-114.
38) 이유석. *앞의 책*, pp.30-42.
39) 윤지성. *앞의 책*, pp.100-102.
40) 김숙례. *앞의 책*, pp.53-55.
41) 김은경. *앞의 책*, pp.71-74.
42) 김현희(2002). 화장품의 상품선호도에 관한 연구. 동국대 경영대학원 석사학위논문, pp.25-32.
43) 권태신, 김용숙. *앞의 책*, pp.97-111.