



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

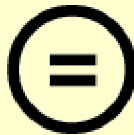
다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

高齡者 女性의 毛髮 染色 實態와 染色
施術 滿足度 調査

2010年



漢城大學校 大學院

뷰티藝術學科

헤어디자인 專攻

金 槿 慈

碩士學位論文

指導教授 崔昞姬

高齡者 女性의 毛髮 染色 實態와 染色
施術 滿足度 調査

A Study on the State of Hair Coloring and Satisfaction with Hair
Coloring Procedure in Elderly Women

2010年 06月 日

漢城大學校 大學院

뷰 티 藝 術 學 科

헤어디자인 專 攻

金 槿 慈

碩士學位論文

指導教授 崔昞姬

高齡者 女性의 毛髮 染色 實態와 染色
施術 滿足度 調査

A Study on the State of Hair Coloring and Satisfaction with Hair
Coloring Procedure in Elderly Women

위 論文을 藝術學 碩士學位 論文으로 제출함

2010年 06月 日

漢城大學校 大學院

뷰티藝術學科

헤어디자인 專攻

金 槿 慈

金 槿 慈 의 藝 術 學 碩 士 學 位 論 文 을 認 准 함

2010年 06月 日

審 查 委 員 長 _____ 印

審 查 委 員 _____ 印

審 查 委 員 _____ 印

목 차

제 1 장 서론	1
제 1 절 연구의 배경	1
제 2 절 연구의 목적	3
제 3 절 연구문제	4
제 2 장 이론적 배경	5
제 1 절 탐색	5
1. 배경	5
2. 정의 및 종류	7
제 2 절 고령자 여성의 외모 관리행동	9
제 3 절 고령자 여성의 인구 현황과 사회 참여도	14
1. 노인과 노화	14
2. 여성의 인구 현황	18
제 4 절 실버산업	21
1. 실버의 개념	21
2. 실버산업의 개념	22
제 3 장 연구방법 및 절차	24
제 1 절 연구대상 및 방법	24
제 2 절 측정도구	24
제 3 절 자료 분석	25
제 4 장 연구결과 및 고찰	26
제 1 절 조사대상자의 일반적 특성	26

제 2 절	여성 노인의 외모 만족도 및 외모 관리요인	28
제 3 절	염색행동 실태조사	29
제 4 절	조사대상의 일반적 특성에 따른 외모 관심도	36
제 5 절	조사대상의 일반적 특성에 따른 염색실태	39
제 6 절	외모 관심도에 따른 염색실태	57
제 5 장	결론	65
제 1 절	요약	65
제 2 절	조사의 한계 및 제언	68
【참고문헌】		69
【부 록】		73
ABSTRACT		77



HANSUNG
UNIVERSITY

【 표 목 차 】

[표2- 1] 헤어컬러의 변천사	6
[표2- 2] 장래 인구 추계 표	15
[표2- 3] 사회 환경 변화에 따른 노인 의식의 변화	16
[표2- 4] 연령계층별 인구 및 노령화 지수 추이	18
[표2- 5] 평균 수명 추이	19
[표2- 6] 성별 및 연령별 경제 활동 참가율	20
[표 3] 설문지 구성	24
[표4- 1] 조사대상자의 일반적 특성	27
[표4- 2] 여성 노인의 외모 만족도 및 외모 관리요인	28
[표4- 3] 염색횟수 및 장소	29
[표4- 4] 염색제품 사용 실태	30
[표4- 5] 염색시작 시기 및 염색비용과 시간	31
[표4- 6] 염색목적 및 염색 시 고려사항	32
[표4- 7] 염색 후 부작용 여부 및 종류	33
[표4- 8] 염색색상 선택기준 및 현재색상과 염색 후 기분 상태	34
[표4- 9] 염색 전·후 만족, 불만족 이유	35
[표4-10] 연령별 외모 만족도	36
[표4-11] 연령별 외모 관리요인	37
[표4-12] 지역별 외모 만족도	38
[표4-13] 연령별 염색장소	39
[표4-14] 연령별 염색제품 사용 전 설명서 확인	40
[표4-15] 연령별 1회 평균 염색비용	41

[표4-16] 연령별 염색 시 고려사항	42
[표4-17] 연령별 염색장소 차이 인식도	44
[표4-18] 연령별 염색색상 선택기준	45
[표4-19] 연령별 염색 전 불만족 이유	46
[표4-20] 연령별 염색 후 불만족 이유	47
[표4-21] 연령별 현재 염색색상 차이	48
[표4-22] 지역별 월 평균 염색횟수	50
[표4-23] 지역별 반복구매여부	51
[표4-24] 지역별 염색제품 사용 전 설명서 확인	52
[표4-25] 지역별 1회 평균 염색비용	53
[표4-26] 지역별 염색 시 고려사항	54
[표4-27] 지역별 염색색상 선택기준	55
[표4-28] 지역별 염색 전 불만족 이유	56
[표4-29] 지역별 염색 후 불만족 이유	57
[표4-30] 외모 만족도에 따른 염색장소	58
[표4-31] 외모 만족도에 따른 1회 평균 염색비용	59
[표4-32] 외모 만족도에 따른 염색색상 선택기준	60
[표4-33] 외모 만족도에 따른 염색 후 기분	61
[표4-34] 외모 관리요인별 월 평균 염색횟수	62
[표4-35] 외모 관리요인별 염색장소	63
[표4-36] 외모 관리요인별 염색 후 기분	64

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경

오늘날 노인 인구는 의학의 발달과 소득 수준의 향상에 따른 생활 개선으로 인해 평균수명이 상당히 연장되었다. 통계청¹⁾자료에 따르면 우리나라는 2000년 노인 인구 비율이 7.2%로 고령화 사회에 진입한 후 계속 증가하여 2005년 노인 인구는 9.1%이며, 2018년에는 14.4%로 고령 사회에 진입하고, 2026년에는 20.8%로 초 고령 사회에 진입 할 전망이다. 우리나라 고령화 속도는 세계적으로 유래가 없을 만큼 빠르게 진행 되고 있다. 그로 인해 오늘날 사회 변화의 큰 흐름 중 하나인 고령화 증가는 사회적 문제로 대두되고 있는 실정이다. 이것은 우리 사회에서 노인의 인구가 다수의 집단이 되었다는 의미로 이에 따라 과학자들 또한 인간 수명의 한계에 도전하고 노년기의 욕구나 삶의 질에 대한 의견도 다각적으로 제시 되고 있다.

고령 사회는 여러 가지 문제를 안고 있지만 전반적으로 국민 소득 향상으로 고령층 경제력이 향상됨에 따라 현대의 중년층이 노인층으로 진입하면서 현재의 노인층보다 더욱 자산 규모가 향상 될 것으로 본다. 그로 인해 노인 세대가 퇴직 후에 사회 활동 감소로 인한 여가 시간 활용, 행복하고 풍요로운 생활로 인해 자아 존중감 및 외모 관리를 위한 행동에도 적극적인 자세로 변화할 것이라 생각된다. 옛날의 노인들은 자식들을 위해 근면, 절약 및 희생을 하여 나이가 들어서에는 경제적 및 사회적으로 소외를 당했으나 현재의 노인들은 자녀에게 의지하지 않고 자기 주도적 노후 설계로 이 시기를 제2의 인생기라 여기며 경제적 독립으로 본인들 노후에 적극적이다. 이렇듯 과거 노인의 이미지와는 달리 늙지 않는 몸과 마음을 가지고 정신적, 육체적으로 건강하며 많은 노인들이 고령화 사회 진입으로 인해 사회적으로 중요한 역할을 할 수 있는 생산적 노인층으로 변화 되었다.

1) 통계청(2005), 「장래인구추계표 : 연령계층별 구성비 추이」

현재의 노인들은 이성 및 동성 간의 친구, 친인척, 가족들에게도 깨끗하고 호감 가는 이미지를 심어 주고자 청년 또는 장년층과 마찬가지로 자신의 외모관리에 대한 관심이 많으며 자신을 더 아름답고 건강하게 보이기 위해 이미지에 변화를 주고 호감 가는 외모를 가꾸기 위해 노력을 하고, 삶에 대한 긍정적인 평가를 위해 주름개선 및 피부탄력을 위한 고가의 기능성 화장품을 구매하며 연예인들이 즐겨 입는 비슷한 이미지의 의상 구매, 액세서리 착용, 염색, 펌 등 외모관리에 적극적이다²⁾.

대중매체의 발달과 문화 예술의 생활화, 사회생활의 다양화로 현대인들의 외모 중심주의 욕구가 날로 증가 하는데 노인들 또한 예외라 할 수 없다. 이렇듯 노년기를 행복하게 보내기 위해서는 주위 사람들의 시선에 소극적인 자세 보다 환경에 대처하는 적극적 자세가 필요하다. 특히 여성의 학력 수준이 높아지고 사회에서 여성들의 지위가 향상되어 남성과 대등한 위치에까지 이르게 되었는데 이는 오랜 가부장제 내에 있던 여성이 사회에 진출함으로 여성의 경제 활동 참여율이 증가 되면서 겪는 변화라 하겠다. 여성의 경제 활동 참여율의 증가는 사회적 위치에 따른 외모 가꾸기의 욕구 증가로 이를 바꿔 생각해 보면 여성의 소비력 증가라고 볼 수 있으며 앞서 언급한 것과 같이 평균 수명의 향상으로 미래에는 미용 산업의 주요 소비자층은 고령자 여성들이 젊은 세대보다 증가하여 더욱 시장 점유율에 영향을 줄 것이라 본다. 따라서 고령자 층의 다양한 욕구를 충족시키기 위해 소비자 측면에 맞춰 시장을 올바르게 이해하여 새로운 시장에 적합한 서비스 추구가 필요하다고 생각한다.

새로운 시장의 한 예로는 실버산업을 들 수 있다. 다양한 실버산업을 형성해서 건강하고 유익한 노인들을 위한 국가 정책도 병행해야 할 것이다. 실버산업은 소비자 측면에서는 삶의 질을 향상시키고 기업 측면에서는 성장 기회를 가지게 하는 복합적인 성격을 지니고 있는 것이다. 이러한 실버산업의 배경이 되는 실버 소비자 시장을 올바르게 이해하여 기업에서는 새로운 시장에 적합한 제품과 서비스를 개발해야 한다³⁾.

2) 이윤희(2010), 「노인들의 자아존중감과 신체매력인지에 따른 외모관리 행동에 관한 연구」, 대구한의대학교 박사학위논문, p.2

3) 이의훈 외(2004), 「라이프 스타일을 통한 실버 시장 세분화 연구」, 『한국노년학회지』, p.1

보건복지부에 따르면 2006년 전국 미용실은 8만개 이상으로 인구 600명당 1개 꼴로 그 수는 포화상태이며 매출 또한 줄어들어 많은 미용실이 폐업을 하는 것으로 추정되고 업계에서 미용 업계에의 IMF가 시작 될지도 모른다는 위기의식이 팽배해 있다⁴⁾. 현재 미용 산업의 초점은 20~30대에 맞춰져 있어 실버세대를 위한 서비스 개발과 연구는 미비한 실정이다. 미용 산업 발전을 위해 노인들의 미적 욕구가 어느 정도 인지 파악하고 질적으로 높은 서비스를 제공하기 위해 다각적인 연구가 필요하다고 여겨진다.

제 2 절 연구의 목적

인간의 아름다움에 대한 욕구는 무한하며 건강하고 아름답게 노후를 맞이하고 싶은 마음은 모든 인간의 희망일 것이다. 미에 대한 탐구는 그 기준을 원시시대로까지 거슬러 올라가서 생각할 수 있으며 오늘 날과 같이 고도로 문명이 발달한 사회에서의 미용은 인간의 외모를 과학적, 예술적, 기초의학적, 보조학적, 사회학적 측면에 기초를 두어 인체를 창조할 수 있도록 하는데 있다⁵⁾.

그래서 최근 들어 많은 사람들이 건강 뿐 아니라 아름다움에 대한 관심이 높아지고 있다. 노년기의 여성들도 외모를 아름답게 꾸밀 수 있는 방법으로 자신을 표현하고 자신감을 가질 수 있도록 도와주는 도구로써 미용서비스에 많은 관심을 두고 있다⁶⁾.

미래 사회는 노인 인구의 증가와 더불어 노인들은 경제적으로 여유 있는 행복하고 건강한 생활을 위해 안락한 생활을 요구할 것으로 전망된다. 연구자가 노인들의 외모 관심도가 높아지고 있는 실정에서 염색 만족도를 조사한 이유는 펴이나 커트는 전문가의 손을 빌려야 하지만 염색은 전문가의 손을 빌리지 않아도 누구나 쉽게 할 수 있는 것이라 생각하고 시중 어디서나 손쉽게 염모제를 구입하여 무분별하게 행해지고 있는데 이때 잘못된 시술로 인해 원하는 컬러도 표현되지 않고 모발에 치명

4) 국민일보, 2006년 11월 21일

5) 원정재(2007), 「미용 복지 봉사 활동의 현황과 활성화 방안에 관한 연구 - 경기 북부 지역을 중심으로」, 한성대학교 석사학위논문, p.4

6) 오은정(2009), 「여성노인의 미용서비스 이용실태와 미용시술이 우울감과 자아존 중감에 미치는 영향」, 한성대학교 석사학위논문, p.2

적인 손상만 주는 결과를 낳는다. 한번 손상된 모발은 회복하기가 어려운데 이런 결과가 되지 않게 전문가의 손을 빌려 시술을 할 수 있게 만들고자 하는 의미에서 이 연구를 실시했다. 그 결과를 토대로 고령화 시대로 변화되는 사회적 요인의 하나인 미용 산업에서 고령화 여성의 염색 실태를 이해하여 실버산업 가운데 미용 산업의 발전 모색에 기초적인 자료를 제공 하고자 한다.

제 3 절 연구문제

본 연구는 조사대상의 인구 통계적 특성을 연령, 거주지, 학력, 월평균 가구 소득, 월평균 용돈으로 구분하고 여성 노인의 염색 실태와 외모 만족도 및 외모 관리 요인을 구분한 후 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 여성 노인의 모발 염색 실태를 알아본다.

연구문제 2. 여성 노인의 일반적 특성에 따른 외모 관심도를 알아본다.

연구문제 3. 여성 노인의 일반적 특성에 따른 염색 실태를 알아본다.

연구문제 4. 여성 노인의 외모 관심도에 따른 염색 실태를 알아본다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 염색

1. 배경

염색의 시기는 정확히는 알 수 없으나 고대 문명부터 시작되었으리라 추정하며, 약 3300년 전 고대 이집트의 공주가 헤나를 사용하여 모발을 염색한 것이 최초로 기록되었다⁷⁾. 현재 널리 사용되고 있는 산화염모제가 개발된 것은 1863년 독일의 호프만 (Hoffmann)에 의해 「파라페닐렌디아민」이 발명되고 난 후 부터이며 2차 세계 대전 후 미국에서 「뿔내기 염색」이 유행하여 헤어컬러의 새로운 장이 열려 현재에 이르고 있다⁸⁾. 헤어디자인에 있어서 모발염색이 차지하는 비중이 점점 높아지는 것은 모발염색이 일상의 패션으로 자리매김 한다는 것을 의미한다. 역사적 헤어컬러의 변천사를 [표2-1]로 간략히 살펴보면 아래와 같다⁹⁾.



7) 송 은(2002), 「헤어컬러 디자인의 배색계획」, 한성대학교 석사학위논문, p.5

8) <http://www.wella.co.kr/gomenu.asp?go=22>

9) 박명학(2006), 「헤어컬러별 특성과 염색기술의 정보조사」, 동명정보대학교 대학원 석사학위논문, p.15

[표 2-1] 헤어컬러의 변천사

시 대	유행컬러	염색재료	염 색 법
고 대	이집트	갈색, 진한청색, 황금색	헤나, 금속합성물질, 풀뿌리, 울챙이, 나무껍질, 새끼사슴의 뿔, 계의 담즙, 암소의 피, 거북의 등껍질, 새의 목. -헤나가루를 다른 식물 추출물이나 금속합성물질과 섞어서 사용. -풀뿌리, 나무껍질, 새끼사슴의 뿔을 기름에 데운 것과 계의 담즙, 울챙이를 말려서 기름에 넣어 사용. -검은 암소의 피, 거북의 등껍질, 새의 목 부분을 기름에 익혀 사용
	그리스	금발	-젓물로 표백. -청동과 오배자를 혼합하여 사용. -연고로 머리를 감은 후 햇볕에 앉아서 모발을 탈색.
	로마	금발, 붉은 색	-딱충나무 열매, 호두 따위의 껍질, 식초침전물로 만들어진 로션이나 풀을 이용
중 세		금발, 푸른 색	
근 세	르네상스 시대 (16세기)	금발, 붉은 머리 은	-부식성 용액에 모발을 적서 햇볕에 쬔었다. -황과 함께 구워서 납 가루와 생석회를 같은 분량으로 물에 섞어 모발에 바른 후 15분가량 마르도록 두었다가 깨끗하게 씻고, 마지막으 비누와 물로 바른다. -은을 모발에 바르고 햇볕에 쬔었다.
	바로크 시대 (18세기)	검은색, 밤 색	샤프란을 끓인 액으로 모발에 사용

(표계속)

	로코코시대 (18세기)	다양한 색상 (핑크, 흰색, 보라색 등)	헤어파우더, 주석, 아마	-가짜 모발을 감추기 위해 파우더 사용. -머리를 샘물에 씻고 주석기름에 빗을 담가서 햇볕 아래에서 머리를 하루에 3번씩 8일 동안 빗는다.
근대	19세기	어두운 갈색, 검은 모발	헤나, 과산화수소수, 파라페닐렌디아민,	산화염료를 이용.
현대	20세기	다양한 색상 (금발, 백발 등)	합성 염모제, 일시적 염모제, 블리치	하이라이트 테크닉, 보색 테크닉 등을 이용.
현재	21세기	다양한 색상	다양한 염모제	전체염색, 부분염색, 여러 가지색을 사용하는 염색 등 다양한 테크닉 시도.

(박명학(2006), 「헤어컬러별 특성과 염색기술의 정보조사」, 동명정보대학교 대학원 석사학위논문, p.15)

고대에는 염색이 사회적 신분을 나타내는 상징으로 쓰였으며 인공 염모제가 나오기 시작한 과거에는 흰머리를 감추기 위해 사용했다면 현대에는 토털 미용의 시대로 그 때, 그 분위기에 맞는 염색을 하고 있다.

2. 정의 및 종류

염색이란 모발에 인공색소를 착색시키는 것으로 제1제와 제2제를 혼합하여 산화현상과 중합반응에 의해 생성된 염색 색소들이 두발의 케라틴에 결합되어 이루어지는 것이다. 모발염색과정은 단지 모발색을 밝게 변화시키는 탈색과는 달리 자연모발, 염색모발, 그리고 탈색 처리된 모발 등 다양한 색상을 착색시킬 수 있다는 것으로 정의 할 수 있다¹⁰⁾.

10) 송준옥(2008), 「대학생들의 모발염색에 관한 인식도」, 대구한의대학교 보건대학원 석사학위논문, p.4

염모제의 종류는 식물성 염모제, 금속성 염모제, 합성 염모제로 나눌 수 있지만 금속성 염모제의 경우 현대에 와서는 사용하지 않고 있으므로 여기서는 언급하지 않기로 한다¹¹⁾. 합성 염모제에는 일시적 염모제, 반영구 염모제, 영구 염모제, 탈색이 있다. 식물성 염모제는 산화적과정이 없으므로 명도를 변화시키는 역할을 하지 못하며 다만 색조를 더할 뿐인 염모제로 헤나와 카모마일이 있다¹²⁾.

일시적 염모제는 영구 염모제와 달리 색을 다양하게 변화 할 수 있는 것으로 모표피에만 염모제가 입혀져 샴푸로 제거 되는 것을 말한다. 종류로는 컬러린스, 컬러과우더, 컬러크레용, 컬러스프레이, 컬러크림 등이 있다¹³⁾.

반영구적 염모제는 직접 염료제라고도 불리며 시술을 위해 산화제와의 배합이 필요한 제품으로 산성칼라라고도 불린다. pH가 8.0-9.0정도이기 때문에 모발이 팽윤하고 이것은 곧 모표피를 열어 표피 안으로 색을 침투시키는 염기성작용을 하는데 이는 약염기성이기 때문에 팽창과 열림이 제한되어 색소입자가 깊숙이 침투할 수 없고 건강한 자연 모발에는 그다지 영향을 주지 못한다¹⁴⁾. 모발의 모표피와 소량이 모피질에 들어간다.

영구적 염모제는 모발의 색상을 영구적으로 바꿀 수 있는 염모제를 말하며 1제(염모제)와 2제(산화제)로 구성되어 있으며 1제는 색상을 표현하는 알칼리 성분이고 2제의 과산화수소와 반응하여 산소를 발생시킴으로 멜라닌색소와 염료색소의 산화를 촉진시킨다¹⁵⁾. 제1제는 알칼리(암모니아)가 산화염모제에 포함되면 모표피를 부풀려 주며 제2제는 과산화수소를 산화작용을 일으키는 촉매제로서 반응하여 산소를 분해하고 탈색시켜 염료가 들어갈 수 있는 공간을 만드는 것으로 즉 산화제와 알칼리 반응으로 발생한 산소로 인하여 염모제속에 인공색소는 고분자 화합물로 변화 탈색 현상을 일으키는 것을 말한다¹⁶⁾.

탈색은 자연 모발색을 변화시키는 것으로써 모피질내 있는 멜라닌 색소의 산화 과정을 통해 이루어지는 것으로 자연 모발색은 검정에서 갈색을 나타내는 유 멜라닌,

11) 최근희 외 11인(2001), 『모발과학』, 수문사, p.210

12) 상계서, p.210

13) 이진옥(2004), 『모발과학』, 형설출판사, p.119

14) 송준옥(2008), 전계논문, p.9

15) 박원경(2005), 「미용학과 학생들의 염색에 대한 인식과 염모제 사용실태에 관한 연구」, 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문, p.7

16) 이진옥(2004), 전계서, p.123

오렌지 색상에서 붉은 색을 나타내는 페오 멜라닌 색소의 양과 분산정도에 따라 갈색에서 붉은 오렌지, 금발로 변화 된다¹⁷⁾.

제 2 절 고령자 여성의 외모 관리행동

인간이란 누구나 자신을 남에게 드러내어 인정받고 싶은 본능적인 욕구를 가지고 있으며 항상 보다 나은 존재가 되려고 노력하는 과정 속에 있으며 이러한 형성과정을 인간 본성의 본질적인 것으로 간주하였다¹⁸⁾. 그것은 남녀노소 관계없이 모든 사회 속에 사는 사람이라면 누구나 갖고 있는 본능으로 남들 속에서 두드러지고 싶은 욕망을 가지고 있다.

인간의 수명이 늘어나고 사회적으로 안정되면서 노인들 또한 타인으로부터 긍정적인 이미지를 갖기 위해 외모에 관심을 보이고 있다. 예전에는 외모 관리는 경제적 여유가 있는 사람들이 하는 일종의 사치의 개념으로 인식되었다면 현대 사회에서의 외모 관리는 자아실현 뿐 아니라, 대인관계를 형성하는 커뮤니케이션적인 성격을 가지고 있다고 인식되고 있다¹⁹⁾. 특히 전업주부들은 자녀들의 독립과 젊음의 상실, 신체적 노화, 폐경 등으로 실존적인 고민과 또래 여성의 사회 활동을 보면서 느끼는 위축감 등으로 인해 지금까지 해왔던 일들을 모두 폄하하는데 이를 극복하기 위해 외모에 관심을 가지게 된다. 여성의 생각이 바뀌면서 점점 아름답게 늙어 가자는 여성이 많아지고 건강관리로 젊음을 유지하고 건강한 생활 방법을 통하여 노화 예방을 하게 되어 신체적, 정신적, 사회적 건강증진에 기여하며 자아 이미지나 자아 인식을 깨우쳐 심리적으로 자기성취, 자기실현을 충족하게 됨으로서 삶의 질, 삶에 대한 만족감과 행복을 느끼게 되는 걸 알 수 있다. 여성들이 지금까지는 나라는 존재를 잊고 있었지만 생활의 편리함으로 인해 시간적 여유가 많아지면서 아름다움에 관심이 많아졌다.

17) 최근희 외 11인(2001), 전계서, p.219

18) 이숙영(2005), 「중년여성의 심리적 특성과 외모에 대한 태도가 피부관리실 방문에 미치는 영향」, 대전대학교 보건스포츠대학원 석사학위논문, p.13

19) 이상영(2009), 「중년여성의 외모 관심도 및 화장품 구매 행동에 관한 연구」, 동명대학교 대학원 석사학 위논문, p.2

레논 S,J 그리고 루드 N,A(Lennon, S.J and Rudd, N.A 1994)는 가장 이상적인 외모로 그들의 외모를 창조하고 이상적 기준에 접근하기 위하여 의복이나 화장과 같은 외모관리 행동이 동기화 되어 구체적인 행동을 이끌어 낸다고 연구 하였듯이 노인들의 외모 관리행동의 영향은 퇴직 전·후와 유사하게 행복감과 사회활동참여 및 자아 존중감을 형성함으로써 사회의 구성원으로써 소속감을 갖게 되며 더불어 삶에 대한 목표가 긍정적으로 형성되고 평안하고 행복한 노년시기를 보낼 수 있게 한다²⁰⁾.

또 외모는 개인의 사회적인 지위나 성공, 부를 상징하는 기준이 될 만큼 중요한 요소로 자리 잡고 있다. 그 중 여성들의 사회진출로 인하여 여성들의 외모관리 또한 점점 증가하고 있다. 외모가 아름다운 여성이 좀 더 긍정적인 자기 개념을 갖게 되어 자신감과 자아 존중감을 갖고 적극적인 사회생활을 할 수 있고 현대 사회에서 여성이 아름다워야 한다는 것은 하나의 사회 규범처럼 되었으며 외모나 신체 조건은 단순히 개인자신을 가꾸는 차원이나 아름다워지고 싶은 개인적 욕망을 넘어서 우리 생활에 중요한 요소로 자리 잡고 있다²¹⁾.

여성들의 자기 외모에 긍정적인 사고는 개인의 자아 존중감을 고양시키는 반면 자신의 신체에 대한 부정적인 사고는 자신감을 없애고 사회적 활동을 어렵게 만드는 계기가 되며 이 같은 결과는 현대 여성에게 외모관리가 매우 중요한 부분이며 사회적 인식으로도 필수적인 요소라는 생각을 하게 한다²²⁾. 외모가 사회에 미치는 영향이 크다는 것은 누구나 알고 있듯이 카이저(Kaiser, S 1990)가 언급한 외모 특징을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 외모는 비언어적 특성을 갖는다. 외모는 언어로 표현하기 어려운 정서나 감정을 시각적 형태로 전달한다.

둘째, 외모는 다중 메시지로서 모호성을 반영한다. 이러한 특성을 외모가 갖는 복합적 의미로 표현하고 있다.

셋째, 외모는 총체적인 특성을 갖는다.

20) Lennon,S.J.and Rudd,N.A,Linkage between attitude toward gender roles, body satisfaction, self-esteem, and appearance management behaviors in wome. Family and Consumer Sciences Research Journal ,23,1994, pp97-117

21) 이경숙(2007), 「성인여성의 외모관심도에 따른 추구 이미지와 외모관리행동」, 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문, p.20

22) 김성남 외(2007), 「20-40대 여성의 외모관심도에 따른 외모관리 행동」, 『한국패션비즈니스학회』, 제11권 4호, p.30

넷째, 외모는 상황(맥락)의 영향을 많이 받는다. 외모는 복합적이고 총체적으로 그 의미를 전달되기 때문에 맥락에 따라 그 의미가 다르게 해석 될 수 있다.

다섯째, 외모는 그 의미가 전달되는 대상의 범위가 넓어 통제하기가 어렵다.

여섯째, 외모는 국면 전환이 어려운 전달수단이다.

일곱째, 외모는 착용자가 가지고 있는 상품 형태로 존재할 수 있다. 우리는 더 나아가 그 상대방의 성격, 능력, 감정상태, 사상, 취미 등을 추측한다 했다. 이러한 외모 관리를 통해서 자신의 상황에서 갖고자 하는 정체성을 타인에게 보여주고 모습을 착용자가 보여주는 모습을 보고 연관시켜 지각함으로써 서로 상호 작용을 한다²³⁾.

외모 또한 마찬가지로 어떤 상황에 요구 되는 외모를 하고 그 역할을 실행하면 외모는 개인이 생활속에서 정체성을 구축하는 것뿐만 아니라 더 나아가 자기 개념의 확립에 도움이 준다. 외모는 사치의 한 수단이 아닌 사회에서의 자아실현을 위한 중요한 요소로 인식되고 있다.

외모 관리행동²⁴⁾이란 자기 자신의 외모에 대한 관심도에 따라 자신의 신체적 외모에 대한 평가 및 만족도를 향상시키기 위하여 외모를 호감가는 이미지로 변환시키고 아름다움을 유지 관리하기 위하여 실천하는 주·객관적 행동이다. 현대인들은 사회생활을 하면서 의식적·무의식적으로 무리 속에서 두드러지고 매력적으로 보이게 노력한다. 자기표현의 한 예로써 매력적인 이미지를 전달하는 수단으로 외모 관리에 관심을 가진다.

그래서 현대사회는 개인의 능력과 외모에서 주는 이미지가 사람을 평가하는 도구가 되어가면서 외모 지상주의가 모든 이에게 영향을 줬다고 본다. 외모 지상주의 현상은 남녀노소를 막론하고 자신의 외모를 향상시키려 하는데 이런 사회현상을 두고 보수적인 시각을 가진 사람은 외모만 중요시 하고 내면적 가치에는 무관심한 세태를 우려하기도 하지만 각종 대중매체를 통해 감각적 자극을 끊임없이 접하는 요즘 외모에 대한 관심은 높을 수밖에 없으며, 외적이미지가 좋은 사람이 취직도 잘되고 더 대접 받는 것이 당연한 현실이다 보니 외모 가꾸기가 남보다 더 좋은 조건을 가지려는 경쟁사회의 한 단면이라고 볼 수 있다²⁵⁾.

23) 이상영(2009), 「중년여성의 외모 관심도 및 화장품 구매 행동에 관한 연구」, 동명대학교 대학원 석사학위논문, pp.18-19

24) 이유흥(2010), 「노인들의 자아존중감과 신체 매력인지에 따른 외모관리행동에 관한 연구」, 대구한의대학교 대학원 박사학위논문, p.14

25) 임숙자 외(2002), 『현대의상사회심리학』, 수학사, pp.41-69

즉 다른 사람에게 자신의 모습을 나타내 보일 때 자신이 기대하는 대로 보이도록 하기 위하여 여러 도구, 즉 의복, 화장품, 액세서리, 소품 등을 사용하는 것을 의미하며 이 도구를 정체성 도구라고도 한다²⁶⁾.

신체적 매력 효과는 그 사람을 친절하고 재미있고 사교적인 사람으로 보는 경향이 강하며 이는 랜디 ,D 와 로손 ,E(Landy, D & Aronson, E)²⁷⁾의 연구에서 후광효과가 때론 공정성이 매우 필요한 모의재판에서도 피의자의 신체매력 후광효과가 매력적인 사람보다 매력적이지 못한 사람이 부당한 형량을 부여하게 된 결과가 있었듯이 후광효과란 다른 사람에 대한 호의적, 비호의적 인상이 다른 사람을 평가하는데 중요한 판단의 영향을 주는 것을 말한다. 이런 효과는 사회생활에 매우 중요하며 많은 도움을 받을 수 있다. 잘생긴 외모나 인상이 그 사람을 긍정적이고 좋게 보는 경우가 많다. 이런 후광효과는 일상생활에 많이 쓰이고 있으며 이를 이용하여 노인들에게 필요한 신체매력의 후광효과가 이루어 졌으면 한다. 이런 외모에 대한 가치 부여는 단순한 외양의 특성 뿐 아니라 하나의 능력이라 생각하는 사람이 많아진다. 여기에는 얼굴관리행동, 체형관리행동, 헤어관리행동, 의복관리행동이 있다.

얼굴관리행동²⁸⁾은 자신의 외모를 좀 더 돋보이게 하기 위해 얼굴의 주름완화, 잡티보완, 탄력유지를 위해 피부 이용, 화장 등의 방법을 이용하여 아름답게 하는 행위다. 이는 자기표현과 미적욕구를 충족시키는 표현 행위로 자기 창조에 의해 달라진다. 신체외적인 건강과 아름다움에 대한 욕구가 강해지고 경제수준 향상과 함께 피부미용에 관심이 증가하는데 아름다운 피부를 갖고 싶어 하는 욕구가 연령이 높고, 생활수준과 외모 만족도가 높을수록 피부미용에 더욱 관심이 많은 것으로 나타난다.

26) 김정애, 김용숙(2001), 「여고생의 신체만족도와 외모관리 행동에 관한 연구」, 『한국가정과 교육학회지』, 14(1), pp.55-73

27) Landy, D, Aronson, E, "The Influence of the character of the criminal and his victim on the descisions simulated jurors" journal of experimental social psychology, Vol.5, 1969. pp.141-152

28) 이유중(2010), 전계논문, p.20

체형관리행동²⁹⁾은 고 칼로리에 신경을 쓰거나 식사량 조절과 운동 등으로 정상적이며 일상적 생활 범위 안에서 외모 관리를 함으로 건강하고 실루엣 있는 매력적인 체형을 만드는 행동이다. 날씬한 여성의 신체가 사회적으로 가장 바람직하다는 고정관념이 여성들에게 날씬함에 대한 압력으로 작용하여 남성보다 여성의 섭식장애가 더욱 심각한 현상을 보이고 있다³⁰⁾. 모든 여성들이 마른 체형을 선호하며 정상 체형인 여성들 또한 비만이라도 생각해서 체중감량을 하는 것으로 나타났다. 이런 생각은 여성들이 자기 신체를 끊임없이 관찰 하고 의식하는데 있고 사회적 기준에 따르느냐 못 따르느냐는 개인의 능력이며 못생기거나 뚱뚱한 여성들은 사회적으로 인정받지 못하고 불이익을 받으며 이런 책임은 모두 자신에게 있다고 생각한다. 그래서 사회적 기준에 이르기 위해 정상체형이지만 끊임없이 노력하는 것을 볼 수 있다.

헤어관리행동³¹⁾은 헤어 미용에 대한 머리 모양과 두피관리 등을 실천하여 건강하고 탄력 있는 모발을 위해 관리하고 손질하여 자신을 매력적으로 표현하는 것을 의미한다. 머리 모양은 우리 인상의 70%를 좌우하는 것으로 다양한 외모 표현의 하나이며 젊은이들의 개성 표현 도구가 되기도 한다. 현대인들은 헤어를 이용해 외모를 치장하며 머리 모양을 자신만의 이미지를 표현하는 방법으로 생각해 건강한 모발 관리에도 신경을 쓴다. 고령의 남녀사이에서도 다양한 색상으로 염색을 해서 자기의 개성을 표현하는 사람을 볼 수 있듯이 머리 모양을 어떻게 하나에 따라 그 사람의 이미지를 긍정적, 부정적으로 보이게 할 수도 있다.

의복관리행동³²⁾은 의복에 대한 흥미, 관심, 습관, 구매, 착용행동을 표시하며 다양한 의복 코디네이션방법을 이용하여 자기 자신만의 이미지를 연출하여 매력적으로 표현하는 것을 의미한다. 의복행동이란 의복에 대한 태도, 관심, 선호 그리고 착용 습관 등을 말하는데 의복은 착용한 사람과 밀접한 관계를 갖고 있기 때문에 의복행동에 대한 연구는 한 개인의 자아개념 및 내적 특성을 이해하는데 유용한 정보를 제공해 준다고 말하고 있다³³⁾. 의복은 제2의 피부로 신체와 밀접한 관계가 있고 의복을 통해 자신감 있는 행동과 위축된 행동을 하기도 한다. 의복은 자신의 매력을

29) 이유중(2010), 전계논문, p.21

30) Brodie, D, A, Bagley, K. and slade, P. D. *Body-image perception in pre-and post adolescent females. perceptual and Motor skills*,78,1994. pp.147-154

31) 이유중(2010), 전계논문, p.22

32) 상계논문, p.23

33) 강혜원(1999), 『의상사회심리학』, 교문사, p.39

돈보이게 하며 타인에게 좋은 평가를 주기도 한다. 다양한 외모 관리행동을 통하여 자신이 원하는 이상적인 외모를 갖기 위해 현대인들은 외모 관리에 과감한 투자를 시도하고 있다. 과거에는 부유한 계층만 외모 관리를 한다고 생각 했지만 현대 사회에서는 자기에게 유리하게 작용하는 외모 관리행동을 남녀노소 모두 행하며 이는 사회 현상의 하나로 외모 관리는 점점 높아지며 이에 맞는 산업 또한 발전되고 있다. 외모 관리는 젊은 층만의 전유물이 아닌 빠른 고령화 사회에 맞게 노인들을 위한 외모관리에 필요한 다양한 실버산업시장이 형성되어야 한다고 본다.

이러한 현상을 현대여성은 외모가 긍정적이고 적극적인 사회의 경쟁력이 되는 현상은 선천적으로 아름답게 태어난 과거의 개념과는 다르게 오늘날 여성의 외모는 적극적으로 만들어지고 형성되는 것이고 여성들이 외모 관리에 대한 중요성을 지속적으로 사회 현상과 더불어 증대 시키는 결과를 가져옴으로써 그 결과 다른 사람들에게 호감 가는 좋은 이미지를 위하여 미용 산업시장과 미용의료산업의 급속한 발전을 가져 왔다고 한다³⁴⁾. 즉 외모 관리행동에 필요한 다양한 실버산업시장이 형성되어야 한다고 사료된다.

제 3 절 고령자 여성의 인구 현황과 사회 참여도

1. 노인과 노화

노인이란 늙은이 또는 나이 많은 자 라는 사전적 의미를 지니고 있다. 여기서 고령자는 고령자 고용촉진법에 따라 55세 이상인자를 말한다. 노인³⁵⁾이란 인간의 노령화 과정에서 나타나는 생리적, 육체적, 심리적, 정서적, 환경적 및 행동의 변화가 상호 작용하는 복합 형태의 과정에 있는 사람으로 이러한 과정에 있는 사람을 노인이라 하며 그 과정을 노년기라고 한다. 따라서 노인은 육체적 또는 생리적인 능력이 감소하고 사회변화에 적응이 어려우며 사회발전의 중심적 역할에서 주변적 역할로의 사회지위가 변화되고 심리적, 정서적으로 욕구가 변화되는 노령화 과정에 있는 사람이

34) 허미영(1997), 「여성의 체형관리 경험에 대한 여성학적 접근 비비드 체형 관리실 사례분석」, 계명대학교 대학원 석사학위논문, p.7

35) 최대현(2000), 「도시거주 노인의 여가 활동유형에 따른 여가참여욕구, 여가장애, 고독감의 관계」, 충남대학교대학원 석사학위논문, p.11

라 정의 할 수 있다. 노화는 연령의 증가로 인해 오는 필연적인 것으로 인간이 극복하기 어려운 커다란 과제라 볼 수 있다.

통계청 자료에 따르면 최근 노인 인구가 급속히 증가하고 있으며 [표2-2]에서 보는 바와 같이 알 수 있다.

[표2-2] 장래 인구 추계 표

연 도	전체인구 (천명)	노인인구(천명)		노인인구비율(%)	
		65세 이상	80세 이상	65세 이상	80세 이상
2002	47,639	3,772	553	7.9	1.2
2005	48,461	4,366	686	9.0	1.4
2010	49,594	5,302	957	10.7	1.9
2015	50,352	6,345	1,352	12.6	2.7
2020	50,650	7,667	1,805	15.1	3.6
2025	50,649	9,689	2,156	19.1	4.3
2030	50,296	11,604	2,571	23.1	5.1

자료 : 통계청, 2001, 재구성

1951년 국제노인학회에서 노인을 인간의 노령화 과정에서 나타나는 생리적, 심리적, 환경적 변화와 행동의 변화가 상호작용하는 복합형태의 과정에 있는 사람이라고 정의 한바 있다. 이 정의에 따르면 노인은 ① 환경 변화에 적절히 대응할 수 있는 신체조직의 결손이 있는 사람 ② 자신을 통합하려는 능력이 감퇴되어 가는 시기에 있는 사람 ③ 신체의 조직 기능에 쇠퇴현상이 일어나는 시기에 있는 사람 ④ 생활에 있어서 적응성이 적극적으로 결손 되어 가고 있는 사람 ⑤조직 및 기능 축적의 소모로 적응 감퇴 현상이 나타나는 사람을 뜻한다³⁶⁾. 흔히 노인은 늙은이라 해서 보호 받아야 할 만큼 나약한 존재로 인식되었지만 최근 노인들은 당당하고 힘 있는 모습으로 보이고 있다. 노인을 소외된 계층으로만 치부하지 말고 이들 또한 경제력을 가지고 있고 자기 개발과 자기 성찰지수가 높고 심지어는 젊어서 시간이 없어서 해보지 못했던 사회봉사나 취미 생활을 즐기고 있다.

노인들은 변하고 있는데 사회 일각에서는 여전히 노인에 대한 시각이 바뀌어 지지 않고 있다. 이제 노인에 대한 인식도 바뀌어야 하며 노인들은 노후를 틈틈이 준비하고 있으며 이들이 과연 노인인가 하고 의문이 들 정도로 노인은 나름의 역할을 새

36) 김태현(1982), 「가족해체와 공동체 위기」, 고려대학교 대학원 박사학위논문, pp.63-67

롭게 만들어가고 있으며 이들이 과연 노인인가 하고 의문이 들 정도로 노인은 나름의 역할을 새롭게 만들어 가고 있다³⁷⁾.

점차적으로 노년기를 단순히 우울하거나 두렵게 느끼지 않고 긍정적 태도나 마인드를 가지고 있으며 이런 마인드는 노년기에 대한 개인적 삶에도 그대로 반영되어 노인이 된 후에도 새로운 지식을 배우고 교양을 쌓고 있다³⁸⁾. 이런 변화된 점에서 노인층의 변화 양상³⁹⁾을 [표2-3]과 같이 정리 할 수 있다.

[표 2-3]사회 환경 변화에 따른 노인 의식의 변화

구 분	기존의 노인층	현 노인층
신 체	병약, 노쇠	건강, 생기
경 제	궁핍, 절약, 경제력 미약	가처분 소득증가, 부유
심 리 (가치관)	보수적, 소극적, 불안, 위축, 희생적, 헌신	자유적, 독자적, 개성증가, 적극적
교육수준	저학력	고학력(교육수준향상)
변 화	변화를 두려워 함	변화에 능동적
소 비	저소비(중속적)	독립된 소비주체(고소비)
전 통	무조건복종, 전통적인 부모 봉양, 가문과 가족 중시	실용적, 합리적인 방법, 개인성공, 행복의 가치추구
여 가	일우선	여가우선
가족형태	부양가족	독립가족
구매성향	물리적 상품, 저가격지향제품, 오래된 제품 선호	젊음, 친밀성을 추구하는 상품, 건강, 복지, 레저, 관광 등 시간소비상품, 긴급 상황에 대한 반응상품 선호

(조경훈(2007), 『실버산업의 이해』, 두남사, p.20)

위 표에서 알 수 있듯이 기존 노인층과 현 노인층을 확연히 구분할 수 있다. 이에 발맞춰 노인층에 대한 시각도 달라지고 대비 또한 달라진 이들이 행복한 노후를 보낼 수 있도록 해야 한다.

37) 추명아(2010), 「고령화 사회에 대한 사회적 대응과 노인 사회 교육 방안연구」, 전남대학교 산학협력대학원 석사학위논문, p.2

38) 상계논문, p.9

39) 조경훈(2007), 『실버산업의 이해』, 두남사, p.20

노년에 대한 개념은 생활주기의 최종단계에 있는 연령집단을 의미한다. 노년에 대한 공식적인 정의는 없으나 미국은 60세로 보고 있으며 우리나라의 경우 퇴직 연령이 사회적 및 법률적으로 55세에서 65세이고 연금수령은 60세이며 노인복지법상 노인은 65세 이상이다.

노년층에 대한 연령은 조사자들 간에 일치가 거의 이루어지지 않고 있어 본 연구자는 55세 이상인 분을 연구했다. 노화는 나이가 들면서 발생하는 생존 능력 및 생식력의 저하, 특히 성숙기 이후에 있어서의 저하 현상으로 생리학적으로 불가피한 변화의 총화 또는 그 결과가 육체적으로 표출되어 나타나는 현상을 의미 한다⁴⁰⁾.

노화의 특성⁴¹⁾은 다음과 같다.

첫째, 노화는 시간의 경과에 따라 세포나, 조직, 기관 등의 유기체 전반에 걸쳐서 일어나는 점진적인 변화이다.

둘째, 노화는 시간의 경과에 따라 생기며 시간적 과정에 관련되거나 혹은 제약되는 것으로 환경의 변화에 적절히 반응하게 되는 조직과 기능의 결합이다.

셋째, 노화는 본질적으로 생물체에 내재하고 있는 필연적인 과정으로 외상이나 전염병 혹은 외적으로나 환경적인 자에 의해서 발생하는 것이 아닌 내재성을 갖는다.

넷째, 노화는 연령에 따라 생리적인 기능의 저하, 예비력의 저하 또는 병에 걸리기 쉽고 죽음의 확률이 증가하는 현상을 말한다. 인생의 마지막 단계에서 신체적, 정신적 기능이 쇠퇴하고 사회적 역할이 감소되며 이에 따라 특수한 성격을 갖는 사람으로 사회의 인구, 경제 및 사회, 문화적 요인의 복합적인 작용에 의해서 생활기능을 정상적으로 발휘 할 수 없는 사람⁴²⁾이라 하였으나 현대에 이르러서는 이 시기를 제2의 황금기라 여기고 사회생활에 참여 하는 노인들이 늘어나고 있다. 우리나라의 고령화 진입은 가히 다른 나라에 비해 너무 빠르게 진행되었다. 프랑스가 156년, 영국이 92년, 미국 86년, 이탈리아와 독일이 80년, 일본이 36년이 소요 됐는데 우리나라는 26년에 불과하다. 다른 나라는 20-30년 전부터 고령화 사회를 예견해서 준비 했지만 우리나라는 준비할 시간이 턱없이 부족해서 이 문제에 대해 심각한 대처가 필요하다고 본다.

40) 강은숙(2004), 「노인테마파크 여가프로그램 개발에 관한 연구 - 시니어레저타운 개발을 중심으로」, 명지대학교 대학원 석사학위논문, p.6

41) 최혜경, 정순희(2001), 『노인과 실버산업』, 동인사, pp11-32

42) 서병숙(1993), 『노인 연구』, 교문사

2. 여성의 인구 현황

우리나라는 평균수명의 연장과 노인인구의 급증은 사회문제로까지 되었다. 노인들은 가족이라는 테두리 안에서 사회와 연결되어 왔는데 가족이라는 울타리가 사라지면서 경제적, 신체적 보호기능에 대한 새로운 보완이 필요한 시기가 되었다. 2006년 통계청 사회 통계국 인구 동향과의 보고서에 의하면 2009년 노인인구(65세 이상)구성비는 10.7%에서 2015년에는 12.9%, 그리고 2020년에는 15.1%를 차지한다고 한다. 고령화 사회는 노인 인구 비중이 7%이상인 사회, 고령 사회는 14%인 사회, 20%이상은 초 고령사회로 구분 짓는다. [표2-4]을 보면 한국의 연령계층별 인구 및 노령화 지수 추이를 알 수 있다.

[표2-4] 연령계층별 인구 및 노령화 지수 추이

(단위 : 천명, %)

	1990	1997	2000	2006	2007	2010	2016	2018	2026
총 인 구	42,869	45,954	47,008	48,297	48,456	48,875	49,312	49,340	49,039
65세이상	2,195	2,929	3,395	4,586	4,810	5,357	6,585	7,075	10,218
<구성비>	5.1	6.4	7.2	9.5	9.9	11.0	13.4	14.3	20.8
노년부양비	7.4	8.9	10.1	13.2	13.8	15.0	18.2	19.7	30.9
노령화지수	20.0	28.6	34.3	51.0	55.1	67.7	100.7	112.5	178.6
노인 1명당 생산가능 인구(명)	13.5	11.2	9.9	7.6	7.3	6.6	5.5	5.1	3.2

자료 : 통계청, 「장래인구추계」, 2006

우리나라의 노령인구는 다른 나라에 비해 급증하고 있는데 그 비율이 여자는 80.8세, 남자는 73.9세로 남성에 비해 여성이 대략 7년 정도 오래 사는 것으로 나타났다⁴³⁾. 그렇지만 실제로 결혼 연령 차이까지 따지면 여성이 혼자 오래 사는 비율은 7년보다 훨씬 길다. 2006년 통계청 자료에 의하면 여성의 경제 활동 인구는 1천만 명

43) 통계청(2006), 『 장래인구특별추계 』

으로 50%의 여성이 경제 활동에 참여하고 있는 것으로 나타났다. 앞으로 이런 고령자 여성을 어떻게 하느냐에 따라 미용 산업의 발전에 어떻게 흐르느냐를 결정할 수 있겠다. 남녀 평균 수명 추이는 [표 2-5]와 같다.

[표 2-5]평균 수명 추이

(단위 : 세)

	1997	1980	1990	2000	2005	2010	2020	2030	2050
기대 수명	62.3	65.7	71.3	76.0	78.6	79.6	81.5	83.1	86.0
남자	59.0	61.8	67.3	72.3	75.1	76.1	78.0	79.8	82.9
여자	66.1	70.0	75.5	79.6	81.9	82.9	84.7	86.3	88.9
차이	7.1	8.2	8.2	7.3	6.8	6.7	6.6	6.5	6.0

자료: 통계청, 2007, 10월

여성노인은 배우자 보다 오래 살면서 경제적 궁핍, 건강적 문제, 사회적 소외로 인해 노후를 걱정하며 살아갔는데 점점 여성노인의 사회 참여율이 많아지면서 이러한 현상에서 탈피하고 있다고 볼 수 있다.

우리나라 여성들은 유교적 사상 때문에 사회 활동에 많은 제약을 받았지만 최근에는 사회적 변화 때문에 여성의 사회 진출이 많아지고 있다. 최근 노년인구의 구조적 특성을 살펴보면 남성노인에 비해 여성노인의 비율이 높고 여성이 남성보다 장수하고 있는 실정으로 노년기 복지문제는 특히 여성노인의 복지문제라 해도 과언이 아니다. 서서히 여성의 사회 진출이 늘어나고 있지만 아직도 완벽한 독립적 여성노인이 아니기 때문에 사회적 상황에 맞게 생활실태를 구체적으로 분석하는 것이 필요하다. 이제 여성들에게도 사회 참여형의 여가 활동을 통해 여가 선용적 차원뿐 아니라 개인의 자존심과 자긍심을 높여 주어 지금까지 겪어보지 못했던 새로운 삶, 즉 2의 인생경험을 영위할 수 있게 해주어야 하며 지금까지의 부정적인 이미지를 고양시킴으로써 노인 스스로 복지수혜자가 아니라 복지시혜자라는 인식을 하고 그 역할을 적극적으로 수행하는 발상의 전환이 필요한 이유도 이런 점과 무관할 수 없다⁴⁴⁾.

44) 추명아(2010), 전계논문, p.11

[표 2-6]은 남·녀 연령계층별 경제활동 참가율을 보여주고 있다.

[표 2-6] 성별 및 연령별 경제 활동 참가율

(단위 : %)

연도	15세 이상			55~59세			60~64세			65세 이상		
	평균	남	여	평균	남	여	평균	남	여	평균	남	여
1999	62.1	75.5	49.5	69.1	83.2	55.6	58.9	66.9	51.8	32.9	44.2	26.0
2003	62.1	75.1	49.8	66.4	81.5	51.4	55.5	66.0	46.1	31.4	42.6	24.1
2005	62.5	74.6	51.1	65.9	81.3	50.0	56.8	68.5	45.9	31.9	42.7	24.6
2006	62.4	74.3	51.1	66.7	80.7	52.9	58.5	70.8	47.0	33.4	44.2	25.9

자료 : 통계청, 2006.

위 표에서 보는 바와 같이 여성의 경제활동이 예전보다는 늘어났지만 아직도 부족한 상태이고 임금 또한 고정적이지 않고 경제적 위치 또한 매우 열악하다고 나와 있다. 여성노인의 인구가 늘어나고 경제활동 또한 늘어나고 있기 때문에 이런 여성노인들을 위한 개선 방안 프로그램이 더욱 빨리 발전 되었으면 한다. 성공적인 노후생활을 위해서 일상생활수준에서의 경제적 안정성 유지뿐 아니라 적극적인 소비생활을 할 수 있는 기반을 갖추도록 지원할 필요성이 높다. 마지막으로 여성노인들의 수명이 더욱 길어질 전망 속에서 이들의 생산 활동 촉진과 더불어 소비활동에도 관심을 기울여야 할 것 이다. 여성노인들은 스스로 소비재를 구입하는 소비의 주체자로서의 역할을 원하고 있고 이런 자신의 행동이 단순한 소비 행위가 아닌 사회적 존재를 확인 할 수 있는 행위라고 여기고 즐기며 인생의 활력소가 되기도 한다. 이런 여성노인들이 소비력을 자신의 외모 가꾸기에 올바르게 사용 할 수 있도록 발전시켜 미용 산업의 분야에 적용시켜 노년의 삶에 질을 보다 향상 시킬 수 있게 했으면 한다.

제 4 절 실버산업이란

1. 실버의 개념

노인의 흰머리를 은에 비유해 미화시켜 표현한 단어로 ‘노인’을 뜻한다. 이 단어가 처음 쓰이기 시작한 것은 1970년대 말 일본에서 유래되었다는 의견이 지배적이다⁴⁵⁾.

이것의 유래는 2차 대전 참전용사들이 퇴역 후 허무감으로 인해 사회에 적응하지 못하는 현상이 나타나 이 문제가 사회적으로 고민이 되었는데 이를 해결하기 위해 그들에게 동기를 부여해 모여 살게 한 것으로부터 유래가 되었다. 하지만 이 계획은 일본인의 특성상 성공하지 못했지만 이때부터 실버라는 단어가 55세 이상 장·노년층을 지칭하는 말로 쓰였다. 현재는 고령자 고용촉진법에 따라 55세 이상인자를 고령자라고 정의했다. 실버세대의 범주는 생물학적 기준, 심리학적 기준, 사회학적 기준으로 나누며 이런 기준은 개인차가 심하므로 모든 사람에게 공평하게 적용할 수 있는 생활연령을 근거로 한 연대기적 기준을 사용 한다⁴⁶⁾.

실버세대는 신체적으로 피부는 안드로겐의 감소로 피지분비가 줄어들고 피부가 건조하며 근력의 저하로 피부의 늘어짐 및 주름이 생기며 두피 또한 얇아져 딱딱해지고 탄력이 없어진다. 모발 또한 모량이 감소하고 멜라노 사이트 기능저하로 백모가 많아지고 가늘어진다. 심리적으로는 상실되는 시기로 보수성이 강하여 기존의 환경상태를 고수하고 소외감과 고독감이 심하게 나타나서 우울증 경향이 증가된다. 의존성이 강하여 타인의 도움을 얻어 자신의 심리적 안정과 가치를 유지하려 하며 내향성 및 수동성이 강해지며 자기 중심적이다⁴⁷⁾.

그래서 현대 실버소비자들의 라이프 스타일을 유행별로 나누어 보면 안정 지향성, 물질 추구형, 소극적 생활형, 성취도전형, 유행 및 건강 추구형 등을 들 수 있다⁴⁸⁾. 이는 노인들이 가치 있게 여기는 여가 활동과 문화생활, 패션, 건강 분야 등이 다양하게 변하며 자기 자신에 맞는 맞춤 소비가 늘어날 것이라는 것을 보여준다. 미래에 늘어나는 노인층들을 어떻게 다양하게 맞춰주는 서비스를 제공할 것인가에 초점을

45) 한은영(2004), 「실버세대의 화장품 사용 실태에 관한 연구」, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, p.5

46) 김호정(2006), 「실버세대의 미용실 이용실태 및 만족도에 관한 연구」, 용인대학교 경영대학원 석사학위논문, p.3

47) 박연철(1999), 「고령화 사회에 있어서 제품 디자인 방법 연구」, 건국대학교 대학원 석사학위논문

48) 김호정(2006), 전제논문, p.6

맞춰주는 사업이 발전 될 수밖에 없다고 본다. 그래서 생긴 사업이 실버산업이라 할 수 있겠다.

2. 실버산업의 개념

실버산업은 고령자의 정신적, 육체적 기능을 향상시키거나 유지시키고 고령자의 완전한 사회 활동을 위하여 민간이 시장경제에 입각해서 상품이나 서비스를 공급하는 산업이라 규정할 수 있다⁴⁹⁾. 즉 시장원리에 입각하여 노년층의 소비자에게 필요한 시설, 상품, 서비스 등을 개발하여 공급하는 영리성 사업을 말한다⁵⁰⁾.

실버산업은 고령자를 대상으로 하며 공익성과 수익성이 결부되고 강한 지역성을 갖고 있어서 타 산업과 구별되며 그래서 실버산업의 발전은 직접 소비가 가능한 중산층 이상 노인이 많아야 존재 할 수 있다.

실버산업의 사회적 배경⁵¹⁾은 자녀와의 별거선호증가, 부양의식의 변화, 노인 욕구의 변화, 노인 경제력 향상, 노인 복지 예산의 부족, 여성의 사회 참여 증가 등 다양한 양상을 나타내고 있지만 실버산업을 사회복지의 한 영역인 노인 복지에만 한정된 것이기 보다는 노인과 관련된 여러 가지 학문과 실천영역의 복합적인 의미를 지니고 있다고 본다.

실버산업이 생기게 된 배경에 따라 그 분야를 발전시키기 위한 구체적 발전방안⁵²⁾으로는 첫째, 국가와 지방 정부가 함께 실버산업을 진흥하고 감독해서 각종 프로그램을 마련하고 전문가를 양성하고 육성해 가야할 것이다. 둘째, 실버산업이 수익성만 추구할 것이 아니라 공익성 측면이 우선되고 민간이 공동으로 참여할 수 있어야 할 것이다. 셋째, 실버산업서비스 소비자의 자각과 사회적 활동이 요구된다. 소비자 자신이 실버서비스에 대한 정확한 지식을 가지고 개선, 보완할 수 있도록 요청하는 것이 필요하다. 넷째, 우리의 미풍양속에 맞는 실버산업제도를 만들어 노부모를 공경하는 전통을 잘 보존해야 한다. 다섯째, 정부의 사회 교육제도를 마련하여 젊어서부터 노후 복지에 관심을 갖고 대책을 마련하는 교육이 필요할 것이다.

49) 삼성 경제 연구소 삼우설계 (1992), 『실버산업의 현황과 전망』

50) 한은영(2004), 전계논문, p.12

51) 김광주·최정옥(1999년 9월), 「실버산업의 실태분석과 발전방안」, 『산경연구』 제 6권 제1호, p.237

52) 상계논문, p.247

마지막으로 각종 실천 프로그램을 만들어 구체적으로 실버산업을 발전시켜 가야 할 것이다. 이것을 잘 이해하고 발전·보완시켜 실버산업의 다양한 발전 방안에 도움이 되었으면 한다.

실버산업은 곧 탁월 고령화 사회와 21세기 고령사회의 진입과 함께 노인층의 소득 수준 향상과 중산층 급증으로 노인복지에 대한 수요가 증대할 것이며 이를 시장 경제 원리에 입각하여 보다 나은 복지 시스템을 공급하기 위한 것으로 21세기에는 실버산업이 본격적으로 대두될 것이라 본다⁵³⁾. 즉 21세기는 경제력 있고 학력 수준이 높으며 자립심이 높은 노인층이 형성될 것으로 예상되므로 거기에 맞게 노인들의 복지시설 또한 전문적이고 다양한 프로그램과 서비스 개발이 생겨야 한다고 본다. 그러기 위해서 국가와 개인 기업이 서로 상호 보완하는 정책이 필요하다. 실버산업이 잘되기 위해서 우리나라에 필요한 점은 하루 빨리 우리 실정에 맞는 실버산업이 정착되어 그것을 위해서가 아닌 우리 자신들을 위해 우리 모두의 의식 전환이 필요하다고 생각 한다⁵⁴⁾.



53) 김현옥(2000), 「고령사회의 실버산업 발전 방안에 관한 연구」, 대명대학교 대학원 석사학위논문, p.38

54) 상계논문, p.39

제 3 장 연구방법 및 절차

제 1 절 연구대상 및 방법

본 연구의 조사 대상은 수도권과 지방에 거주하는 55세 이상의 여성노인을 대상으로 설문조사를 실시하였으며 노인의 특성상 자기기입식 설문조사가 어렵기 때문에 FGI (focus group interview) 방식을 통하여 실시하였다. 조사기간은 2010년 2월 8일부터 12일까지 사전조사를 실시하여 설문지를 수정·보완한 후, 2010년 2월 16일부터 2월 28일까지 본 조사를 실시하였다. 본 조사에는 총300부의 설문지를 가지고 실시하였고 295부가 회수되었으며, 응답이 불성실 하거나 불충분한 5부를 제외한 290부의 설문지가 최종분석 자료로 사용되었다.

제 2 절 측정도구

측정도구로 사용된 설문지는 크게 조사대상자의 일반적 사항에 관한 질문 6문항, 외모관심도에 관한 질문 2문항, 모발 염색에 관한 질문 21문항으로 등 총 29문항으로 구성되었다. 본 연구에 사용된 설문지의 구성은 다음 [표 3]과 같다.

[표 3] 설문지 구성

연구변수	측정항목	문항 수
일반적 사항	연령, 거주지, 학력, 월평균 가구 소득, 월평균 용돈	6
외모관심도	외모 만족도, 외모 관리요인	2
모발염색	염색횟수, 장소, 비용, 시간, 염색시작 연령, 염색 목적, 염색시 고려요인, 부작용 경험여부, 현재의 염색상태, 색상선택시 고려요인 등	21

제 3 절 자료 분석

수집한 자료는 SPSS 16.0 프로그램을 이용하여 분석하였으며, 사용된 분석방법은 다음과 같다. 조사 대상자의 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 하였다. 고령자 여성의 모발 염색 실태를 알아보기 위해 빈도분석을 하였다. 조사대상의 일반적 특성에 따른 외모관심도를 알아보기 위해 교차분석(χ^2 -test)을 하였다. 조사대상의 일반적 특성에 따른 염색 실태를 알아보기 위해 교차분석(χ^2 -test)을 하였다. 조사대상의 외모관심도에 따른 염색 실태를 알아보기 위해 교차분석(χ^2 -test)을 하였다.



제 4 장 연구결과 및 고찰

제 1 절 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적인 특성은 연령, 거주지, 학력, 월평균 가구 소득, 월평균 용돈에 따라 분석하였다. [표4-1]에서 보는 바와 같이 조사대상자는 수도권 거주자가 53.1%, 지방 거주자가 46.9%로 나타났으며, 연령은 50대 후반이 30.7%, 60대 전반이 22.8%, 60대 후반이 23.8%, 70세 이상이 22.8%로 나타났다. 학력은 초·중졸이 59%로 가장 높게 나타났으며 고졸이 27.9%, 대졸이 6.9%, 대학원 재학이상 0.7%, 기타가 5.5%로 나타났다. 월평균 가구소득은 50만원 미만이 26.9%으로 가장 많고, 50-100만 미만이 18.6%, 100-200만 미만 19.3%, 200-300만 미만 15.2%, 300-400만 미만 14.1%, 400만 이상은 5.9%로 조사 되었다. 권정순⁵⁵⁾의 보고에 의하면 노인 가구의 월평균 가계소득은 48만원이었으며 100만원 이상이 12.3%, 100만원 미만이 87.7%인데 반해 20만원의 소득을 가진 경우도 33.3%에 이르는 것으로 조사되었다. 월평균 용돈은 조사대상자에게만 쓰이는 것으로 10만 미만 21.4% , 10-20만 미만 22.1%, 20-30만 미만이 22.1%, 30-40만원 미만 11.7%로 10-30만 미만이 가장 많은 것으로 조사되었다. 이런 조사결과를 통해서 노인들의 월 평균 사용하는 금액이 많아지는 것으로 보아 고소득자가 점점 증가하고 있다고 사료된다. 고소득자가 증가하는 추세에 발맞춰 이제는 염색을 혼자 집에서 하지 않고 미용실을 이용하는 노령인구가 증가할 것으로 여겨지며 이들을 위한 전문 샵이 필요하며 일반 미용실에서도 차별화된 서비스 품질의 개선 등이 준비되어야 할 것으로 사료된다.

55) 권정순(2008), 「노인의 미용복지 서비스 이용실태와 만족도」, 한성대학교 예술대학원 석사학위논문, p.25

[표4-1] 조사대상자의 일반적 특성

항목		빈도(명)	백분율(%)
연령	55~59세	89	30.7
	60~64세	66	22.8
	65~69세	69	23.8
	70세 이상	66	22.8
	합계	290	100.0
거주지	수도권	154	53.1
	지방	136	46.9
	합계	290	100.0
학력	초, 중졸	171	59.0
	고졸	81	27.9
	대졸	20	6.9
	대학원 재학 이상	2	.7
	기타	16	5.5
	합계	290	100.0
월평균 가구소득	50만원 미만	78	26.9
	50만원이상~100만원 미만	54	18.6
	100만원 이상~200만원미만	56	19.3
	200만원 이상~300만원 미만	44	15.2
	300만원 이상~400만원 미만	41	14.1
	400만원 이상	17	5.9
	합계	290	100.0
월평균 용돈	10만원 미만	62	21.4
	10만원 이상~20만원 미만	64	22.1
	20만원 이상~30만원 미만	64	22.1
	30만원 이상~40만원 미만	34	11.7
	40만원 이상~50만원 미만	32	11.0
	50만원 이상	34	11.7
	합계	290	100.0

제 2 절 여성 노인의 외모 만족도 및 외모 관리요인

조사대상자의 외모 만족도 및 외모 관리요인을 살펴보면 [표4-2]에 조사되었듯이 외모에 대한 만족도는 보통이다가 52.4%로 가장 높았고 만족한다 23.4%와 만족하지 못한다 24.1%가 유사한 비율을 보였다. 외모 관리요인은 가운데 주로 헤어스타일 38.6%와 의상 32.4% 순이었으며 그 외에 장신구 10.7%와 메이크업 9.3% 등으로 나타났다. 다양한 외모 관리행동을 통하여 자신이 원하는 이상적인 외모를 갖기 위해 현대인들은 외모 관리에 과감한 투자를 시도하고 있다. 과거에는 부유한 계층만 외모 관리를 한다고 생각 했지만 현대 사회에서는 자기에게 유리하게 작용하는 외모 관리행동을 남녀노소 모두 행하며 이는 사회 현상의 하나로 외모 관리는 점점 높아지며 이에 맞는 산업 또한 발전되고 있다. 외모 관리는 젊은 층만의 전유물이 아닌 빠른 고령화 사회에 맞게 노인들을 위한 외모관리에 필요한 다양한 실버산업시장이 형성되어야 한다고 본다. 외모 관리요인 가운데 특히 헤어스타일에 대한 요인이 중요한 것으로 조사되었듯이 고령 여성들의 염색시장을 보다 전문화 시켜줄 수 있다면 이들의 외모에 대한 만족도도 더욱 증가할 수 있을 것으로 사료된다.

[표4-2] 여성 노인의 외모 만족도 및 외모 관리요인

항목		빈도(명)	백분율(%)
외모 만족도	만족한다	68	23.4
	보통이다	152	52.4
	만족하지 못한다	70	24.1
	합계	290	100.0
외모 관리요인	장신구(시계, 팔찌, 반지, 목걸이 등)	31	10.7
	패션잡화(신발, 가방, 모자, 스카프 등)	26	9.0
	헤어스타일(머리모양, 머리색 등)	112	38.6
	메이크업(화장)	27	9.3
	의상(옷)	94	32.4
	합계	290	100.0

제 3 절 염색 행동 실태 조사

1. 염색횟수 및 장소

염색횟수 및 장소에 대한 결과는 [표4-3]과 같다. 월평균 염색횟수는 한 달에 1번이 31.7%, 두 달에 1번이 25.9%로 조사 되었다. 대부분의 여성 노인의 경우 최소한 1~2개월에 한 번씩 주기적으로 염색을 하는 것을 알 수 있다. 이러한 연구결과는 이들의 외모관리 요인이 헤어스타일에 높게 나온 것과 상관관계가 있는 것으로 여겨지며 반면 여섯 달에 1번(3.4%), 1년에 1번(2.1%), 불규칙적으로(12.1%) 한다고 응답한 응답자수의 경우 기회가 없어서 인지 아니면 다른 무슨 이유가 있는지 그 사유를 향후 더욱 더 조사하여 문제를 해결할 필요가 있다고 본다. 염색장소는 집(54.8%), 미용실(42.1%)로 집에서 염색을 많이 하며 자원봉사시설의 비율이 낮은 이유는 염색은 샴푸 시설이 갖추어져야하는 전제 조건이 필요하기 때문으로 사료되며 보다 적극적인 염색 봉사활동을 할 수 있는 노인미용복지시설이 마련된다면 충분히 전문적인 미용서비스가 가능할 것이라고 본다.

[표4-3] 염색 횟수 및 장소

항목		빈도(명)	백분율(%)
월평균 염색 횟수	한 달에 2번 이상	30	10.3
	한 달에 1번	92	31.7
	두 달에 1번	75	25.9
	세 달에 1번	42	14.5
	여섯 달에 1번	10	3.4
	1년에 1번	6	2.1
	불규칙적으로	35	12.1
	합계	290	100.0
염색 장소	미용실	122	42.1
	집	159	54.8
	자원봉사시설	6	2.1
	기타	3	1.0
	합계	290	100.0

2. 염색제품 사용실태

조사 대상자들의 염색제품의 사용실태를 조사해본 결과를 [표4-4]에 나타냈다. 염색제품의 주 구입자는 본인이 71.1%로 가장 많았고 제품을 구입할 때 동일제품을 반복구매 한다는 응답자가 61.6%로 가장 높게 조사되었다. 염색제품 선택 시 고려사항은 사용 시 편리함(56.6%) 때문에 선택을 한다가 가장 많았고 염색제품 사용 시 설명서의 확인여부는 가끔 읽는다가 41.5%, 전혀 읽지 않는다가 33.3%로 조사되었다. 이런 결과를 통해서 여성 노인들이 사용하는 염색 제품이 가격 면에 있어서나 사용의 편리성에 있어서 일반 염모제와는 차별화된 실비용 전용 염모제품의 개발이 필요할 것이며 일반 미용실이나 노인 대학을 통하여 노인들의 올바른 염색 제품 사용교육도 필요할 것으로 사료된다.

[표4-4] 염색제품 사용 실태

항목		빈도(명)	백분율(%)
염색제품 주구입자	본인	113	71.1
	자녀	28	17.6
	배우자	12	7.5
	기타	6	3.8
	합계	159	100.0
동일제품 반복구매 여부	예	98	61.6
	아니요	61	38.4
	합계	159	100.0
염색제품 선택 시 고려사항	냄새(자극)	31	19.5
	사용 시 편리함	90	56.6
	가격	22	13.8
	브랜드	16	10.1
	합계	159	100.0
염색제품 사용 시 설명서 확인 여부	전혀 읽지 않는다	53	33.3
	가끔 읽는다	66	41.5
	항상 읽는다	40	25.2
	합계	159	100.0

3. 검색시작 시기 및 평균검색 비용 및 소요시간

조사대상자들의 검색시작 시기 및 평균검색 비용 및 소요시간을 조사해 본 결과 1회 평균 검색비용은 1만원 미만이 48.6%로 가장 많았는데 이는 집에서 검색을 한다는 응답자 수가 많은 이유로 여겨진다[표4-5]. 평균 검색시간은 1시간 미만이다 라고 답한 응답자 수가 78.6%로 가장 많았으며 검색시작 시기는 50대 부터시작했다 라고 응답한 수가 36.9%로 높게 조사되었다. 이러한 연구 결과를 통해서 미용 산업에 종사하는 미용인들이 고령화 사회에 맞춰 이들을 대상으로 한 검색시장의 활성화 방안을 모색해야 할 것으로 여겨진다.

[표4-5] 검색시작 시기 및 검색비용과 시간

항목		빈도(명)	백분율(%)
1회 평균 검색비용	1만원 미만	141	48.6
	1만원 이상~2만원 미만	70	24.1
	2만원 이상~3만원 미만	43	14.8
	3만원 이상~4만원 미만	19	6.6
	4만원 이상~5만원 미만	11	3.8
	5만원 이상	6	2.1
	합계	290	100.0
1회 평균 검색시간	1시간 미만	228	78.6
	2시간 미만	52	17.9
	2시간 이상	10	3.4
	합계	290	100.0
검색 시작 시기	20대부터	5	1.7
	30대부터	29	10.0
	40대부터	96	33.1
	50대부터	107	36.9
	60대 이후	53	18.3
	합계	290	100.0

4. 염색목적 및 염색 시 고려사항

조사대상자들의 염색목적 및 염색 시 고려사항을 조사해본 결과 단정해(깨끗해)보이기 위해서가 52.1%로 가장 많이 조사되었고 짧아 보이기 위해서가 31.4%로 조사되었다[표4-6]. 본 연구자의 생각으로는 대부분의 응답자가 짧아 보이기 위해서라고 응답할 것으로 여겨졌는데 오히려 단정해 보이기 위해서라고 답한 응답자수가 가장 많았다. 이는 연령에 따른 사고의 차이라고 생각되며 미용 서비스 대상자에 따라 미용인들의 탄력적인 사고가 매우 중요할 것으로 여겨진다. 염색 시 고려사항은 새치커버 32.8%, 염색할 색상이 나에게 어울리는지의 여부가 30.3%로 조사되었다. 이러한 조사 결과를 통하여 미용 산업에 종사하는 전문가들이 여성 노인들의 염색의 목적이나 염색 시 고려사항을 잘 이해하고 접근한다면 보다 수준 높은 염색 서비스를 실시 할 수 있을 것으로 사료된다.

[표4-6] 염색목적 및 염색 시 고려사항

항목		빈도(명)	백분율(%)
염색 목적	짧아 보이기 위해	91	31.4
	단정해(깨끗해) 보이기 위해	151	52.1
	좋은 인상을 주기 위해	37	12.8
	기타	11	3.8
	합계	290	100.0
염색 시 고려사항	염색할 색상이 나에게 어울리는지의 여부	88	30.3
	염색 후 모발이 손상되는 정도	52	17.9
	염색한 색상이 유지되는 기간	37	12.8
	염색가격	12	4.1
	새치커버	95	32.8
	기타	6	2.1
	합계	290	100.0

5. 염색 후 부작용 여부

조사대상자들의 염색 후 부작용 여부를 조사한 결과 부작용을 경험하지 않았다가 68.6%, 경험이 있다가 31.4%로 조사되었고 염색 후 부작용을 경험했다고 답한 응답자를 대상으로 경험한 부작용의 종류를 조사한 결과 두피가 가렵거나 따가웠다가 61.5%로 가장 많았고 다음으로 눈이 가렵거나 따가웠다가 27.5%로 조사되었다[표4-7]. 이러한 연구 결과를 통해서 부작용을 줄일 수 있는 방법을 모색해야 할 것이며 염색이란 시술 과정이 집에서 쉽게 할 수 있는 것이 아님을 홍보하고 가능하면 전문가의 손길을 통해서 이루어져야 함을 인식시키는 과정이 필요하리라고 여겨진다.

[표4-7] 염색 후 부작용 여부 및 종류

항목		빈도(명)	백분율(%)
염색 후 부작용 경험 여부	아니요	199	68.6
	예	91	31.4
	합계	290	100.0
염색 후 경험한 부작용의 종류	눈이 가렵거나 따가웠다	25	19.5
	두피가 가렵거나 따가웠다	56	43.8
	모발이 거칠어지고 잘 끊어 졌다	29	22.7
	모발이 탈모가 됐다	3	2.3
	구토가 났다	1	.8
	현기증이 났다	3	2.3
	기타	11	8.6
합계		128	100.0

6. 염색색상 선택기준 및 현재색상 염색 후 기분상태

조사대상자들의 염색색상 선택기준이 무엇인가를 조사해본 결과 흰 머리를 커버할 수 있는 색이 63.8%로 가장 높았고 나에게 어울리는 색이 14.5%로 조사되었다[표4-8]. 여성 노인은 흰 머리의 커버를 중요하게 생각하지만 거기에 맞게 나에게 어울리는 색인지 또한 고민을 하고 있다고 볼 수 있다. 또한 조사대상자들의 현재 색상은 흰 머리를 커버하는 어두운 갈

색이 34.8%, 흑색이 32.1%, 갈색이 21.0%, 조금 밝은 갈색이 9.0%, 기타 3.1% 순으로 조사되었다. 흰 머리를 커버하는 어두운 색이 많지만 갈색과 조금 밝은 갈색을 선호하는 응답자 또한 많은 것으로 보아 나에게 어울리는 색인지에 대하여 고민을 하고 있다고 볼 수 있다. 조사대상자들의 염색 후 기분 상태가 어떠한지 묻는 질문에 좋다고 답한 응답자가 64.5%, 보통이다가 35.5%로 염색을 하면 대부분이 기분이 좋은 걸로 조사 되었다. 여성의 경우 폐경기에 접어들면서 많은 사람들이 우울증과 같은 정신적 문제를 일으키는데 이 때 염색이나 기타 미용 기술을 통하여 기분이 좋아질 수 있다는 것을 증명하는 연구 결과라고 여겨진다.

[표4-8] 염색색상 선택기준 및 현재색상과 염색 후 기분상태

항목		빈도(명)	백분율(%)
염색 색상 선택 기준	흰 머리를 커버할 수 있는 색	185	63.8
	내가 좋아하는 색	31	10.7
	나에게 어울리는 색	42	14.5
	헤어디자이너가 권해주는 색	27	9.3
	기타	5	1.7
	합계	290	100.0
현재 염색 색상	1N(흑색)	93	32.1
	3N(어두운 갈색)	101	34.8
	5N(갈색)	61	21.0
	6N(조금 밝은갈색)	26	9.0
	기타	9	3.1
	합계	290	100.0
염색 후 기분상태	1_좋다	187	64.5
	2_보통이다	103	35.5
	합계	290	100.0

7. 염색 전·후 만족, 불만족 이유

조사대상자들의 염색 전·후 만족, 불만족 이유를 조사해 본 결과 염색 전 불만족 이유는 흰 머리가 많이 보여서가 60.7%, 나이 보다 늙어 보여서가 24.8%로 조사되었고 염색 후 만족이유는 새치커버가 잘되어서가 51.7%, 색상이 나와 잘 어울려서가 22.8%로 조사되었다[표4-9]. 염색 후 불만족 이유는 새치커버가 안되어서 40.0%, 색상이 나와 잘 어울리지 않아서가 18.6%로 조사되었다. 이 결과를 보면 노인은 흰 머리가 많이 보이면 나이보다 늙어 보여서 염색을 하는 걸로 조사되었고 앞의 결과와 같이 새치커버가 잘되는 것도 중요하지만 그 색상이 나와 잘 어울리면 만족도가 더욱 높고 반대로 새치커버도 되지 않고 색상도 나와 어울리지 않으면 만족도가 낮은 것으로 조사되었다.

[표4-9]염색 전·후 만족, 불만족 이유

항목		빈도(명)	백분율(%)
염색 전 불만족 이유	흰 머리가 많이 보여서	176	60.7
	나이보다 늙어 보여서	72	24.8
	우울해 저서	16	5.5
	기타	26	9.0
	합계	290	100.0
염색 후 만족 이유	색상이 예뻐	38	13.1
	색상이 나와 잘 어울림	66	22.8
	염색한 색상이 유지되는 기간	25	8.6
	염색가격	2	.7
	새치커버가 잘 됨	150	51.7
	기타	9	3.1
	합계	290	100.0
염색 후 불만족 이유	색상이 안 예뻐	29	10.0
	색상이 나와 잘 어울리지 않음	54	18.6
	염색한 색상이 유지되는 기간	39	13.4
	염색가격	9	3.1
	새치커버가 안 됨	116	40.0
	기타	43	14.8
	합계	290	100.0

제 4 절 조사대상의 일반적 특성에 따른 외모 관심도

1. 연령별 외모 만족도

조사대상자의 연령별 외모 만족도는 [표4-10]에서 보듯이 50대 후반은 만족한다가 41.2%로 가장 높았고, 보통이다가 31.6%로 그 뒤를 이었다. 60대 전반은 만족한다가 27.9%로 가장 높았고, 만족하지 못한다 21.4%와 보통이다 21.1%는 비슷한 비율을 보였다. 60대 후반은 만족하지 못한다가 27.1%로 가장 높았고, 보통이다가 25.7%로 그 뒤를 이었다. 70세 이상 역시 만족 하지 못한다가 32.9%로 가장 높았고, 보통이다가 21.7%로 그 뒤를 이었다($P<.05$). 이러한 결과를 통해 연령이 증가할수록 자신에 외모에 대한 만족도가 낮아지는 것을 알 수 있다. 특히 노년기 여성의 외모 만족도는 60대 후반으로 접어들면서 급속히 낮아지는 것을 확인할 수 있었다. 이는 사회생활을 하는 연령대에 속하는 50대 후반의 외모 만족도가 다른 연령대의 여성보다 상대적으로 높게 나타난 것이라 추측된다.

[표4-10] 연령별 외모 만족도

연령	55~59세	60~64세	65~69세	70세 이상	Row total(%)
외모 만족도					
만족한다	28 41.2% 31.5%	19 27.9% 28.8%	11 16.2% 15.9%	10 14.7% 15.2%	68 100.0% 23.4%
보통이다	48 31.6% 53.9%	32 21.1% 48.5%	39 25.7% 56.5%	33 21.7% 50.0%	152 100.0% 52.4%
만족하지 못한다	13 18.6% 14.6%	15 21.4% 22.7%	19 27.1% 27.5%	23 32.9% 34.8%	70 100.0% 24.1%
Column total(%)	89 30.7% 100.0%	66 22.8% 100.0%	69 23.8% 100.0%	66 22.8% 100.0%	290 100.0%
$\chi^2(df)$	14.235* (6)				

* $P<.05$

2. 연령별 외모 관리요인

조사대상자의 연령별 외모 관리요인은 [표4-11]과 같이 조사되었다. 50대 후반의 조사대상자는 헤어스타일에 54.2%로 관심이 많았고 70세 이상의 조사대상자는 의상에 34.0%의 관심을 보였다($P<.01$). 이런 결과를 보면 사람은 나이에 관계없이 외모에 대한 관심은 계속됨을 알 수 있다. 류 현혜⁵⁶⁾보고에서도 노인여성들 공적·사적 자의식의 수준에 따라 외모관리 행동에 있어서 차이가 나타났으므로 소비자의 사적 자의식의 수준의 차별화에 맞춰 제품의 질과 서비스 향상을 높여야 한다고 주장했다. 본 연구 결과에서도 보듯이 70세 이상 조사대상자들이 의상에 관심이 많았듯이 장안화⁵⁷⁾연구에서도 실버세대 여성의 의복디자인 선호도를 조사한 결과를 기반으로 향후 실버세대 여성을 위한 의복을 보다 세분화 디자인하여 이들의 욕구에 대처해야 한다고 주장하였다.

[표4-11] 연령별 외모 관리요인

연령 외모 관리요인	55~59세	60~64세	65~69세	70세 이상	Row total(%)
장신구(시계, 팔찌, 반지, 목걸이 등)	9 29.0% 10.1%	9 29.0% 13.6%	10 32.3% 14.5%	3 9.7% 4.5%	31 100.0% 10.7%
패션잡화(신발, 가방, 모자, 스카프 등)	11 42.3% 12.4%	5 19.2% 7.6%	7 26.9% 10.1%	3 11.5% 4.5%	26 100.0% 9.0%
헤어스타일(머리모양, 머리색 등)	47 42.0% 52.8%	21 18.8% 31.8%	20 17.9% 29.0%	24 21.4% 36.4%	112 100.0% 38.6%
메이크업(화장)	5 18.5% 5.6%	9 33.3% 13.6%	9 33.3% 13.0%	4 14.8% 6.1%	27 100.0% 9.3%
의상(옷)	17	22	23	32	94

56) 류현혜(2006), 「노인여성의 외모관리 행동 분석」, 『국제뷰티산업학회지』, 제 1권 제 2호

57) 장안화(2006), 「실버세대 여성의 의복디자인 선호도-60대 이상을 중심으로」, 『한국의류산업학회지』, 제8권 제5호

(표계속)

	18.1%	23.4%	24.5%	34.0%	100.0%
	19.1%	33.3%	33.3%	48.5%	32.4%
	89	66	69	66	290
Column total(%)	30.7%	22.8%	23.8%	22.8%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
$\chi^2(df)$	28.407** (12)				

**P<.01

3. 거주지에 따른 외모 만족도

조사대상자의 거주지별 외모 만족도를 다음 [표4-12]에 나타내었다. 수도권 조사대상자가 자신의 외모에 대하여 만족한다가 70.6%로 많았으며 지방 조사대상자는 61.4%로 만족하지 못한다가 높게 조사되었다(P<.01%). 이런 지역적인 차이는 외모를 가꾸는 미적 욕구가 여성이면 누구에게나 있기 마련이지만 수도권보다는 지방으로 갈수록 경제적인 측면이나 시간적인 여유 면에 있어서 부족함이 많기 때문이라고 여겨진다.

[표4-12] 지역별 외모 만족도

거주지	수도권	지방	Row total(%)
외모 만족			
만족한다	48 70.6%	20 29.4%	68 100.0%
	31.2%	14.7%	23.4%
보통이다	79 52.0%	73 48.0%	152 100.0%
	51.3%	53.7%	52.4%
만족하지 못한다	27 38.6%	43 61.4%	70 100.0%
	17.5%	31.6%	24.1%
Column total(%)	154 53.1%	136 46.9%	290 100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%
$\chi^2(df)$	14.361** (2)		

**P<.01

제 5절 조사대상의 일반적 특성에 따른 염색실태

조사대상의 일반적 특성에 따른 염색 실태를 살펴본 결과는 다음과 같다.

1. 연령별 염색실태

1) 염색장소

연령에 따른 염색장소의 차이를 조사한 결과 자원봉사시설이나 기타에 답한 응답자수가 적어서 이를 제외시키고 미용실과 집으로 답한 응답자수를 대상으로 교차분석을 실시하였다[표4-13]. 그 결과 50대 후반은 집에서 보다 미용실을 이용하는 응답자가 45.1%로 많았고, 연령이 증가하여 70세 이상의 경우에는 미용실 보다는 집에서 염색을 한다는 응답자가 32.1%로 많았다($P<.001$). 이는 같은 여성 노인의 범주에 속하긴 하지만 조금 더 연령이 낮은 50대 후반의 조사대상자는 직업과 생활적으로 여유가 있기 때문에 전문가의 손길을 필요로 하는 미용실에서의 비율이 높게 나타났고 70세 이상의 고령 여성의 경우 대부분 경제적, 시간적, 건강상의 문제로 인하여 미용실을 이용한 경우가 낮다고 볼 수 있다.

[표4-13] 연령별 염색장소

연령 염색장소	55~59세	60~64세	65~69세	70세 이상	Row total(%)
미용실	55	31	26	10	122
	45.1%	25.4%	21.3%	8.2%	100.0%
	62.5%	48.4%	38.2%	16.4%	43.4%
집	33	33	42	51	159
	20.8%	20.8%	26.4%	32.1%	100.0%
	37.5%	51.6%	61.8%	83.6%	56.6%
Column total(%)	88	64	68	61	281
	31.3%	22.8%	24.2%	21.7%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
$\chi^2(df)$	32.578*** (3)				

*** $P<.001$

2) 연령에 따른 염색제품 사용 전 설명서 확인

조사 대상자들의 연령에 따른 염색제품 사용 전 설명서 확인 여부를 조사한 결과 50대 후반의 경우 항상 읽는다가 42.5%로 가장 높았고, 70세 이상은 읽지 않는다가 49.1%로 높게 조사 되었다[표4-14]($P<.001$). 70세 이상 여성 노인의 경우는 집에서 자가 염색한다는 응답자가 많고 또한 오랫동안 습관적으로 쓰는 제품을 계속 사용하는 경우가 많기 때문에 대부분 설명서를 읽지 않고 염색을 시술하는 것으로 조사된 반면에 50대 후반 여성 노인의 경우에는 주로 염색을 미용실에서 하는 경우가 많고 시간적 제약으로 인해 집에서 자가 염색 시 익숙하지 않는 제품이기 때문에 설명서를 잘 살펴보는 것으로 여겨진다. 이러한 연구 결과는 앞서 보고한 조사 대상자들의 염색 후 부작용 여부를 조사한 결과 부작용 경험이 있다가 31.4%로 조사된 것과 연관성이 있다고 여겨진다. 염색 제품을 사용하기 전에 정확한 사용법이나 주의사항 등에 대한 설명서를 읽는다면 이러한 부작용을 최소화 할 수 있을 것으로 사료된다.

[표4-14] 연령별 염색제품 사용 전 설명서 확인

연령 제품 사용 전 설명서 확인	55~59세	60~64세	65~69세	70세 이상	Row total(%)
전혀 읽지 않는다	5 9.4% 15.2%	5 9.4% 15.2%	17 32.1% 40.5%	26 49.1% 51.0%	53 100.0% 33.3%
가끔 읽는다	11 16.7% 33.3%	20 30.3% 60.6%	18 27.3% 42.9%	17 25.8% 33.3%	66 100.0% 41.5%
항상 읽는다	17 42.5% 51.5%	8 20.0% 24.2%	7 17.5% 16.7%	8 20.0% 15.7%	40 100.0% 25.2%
Column total(%)	33 20.8% 100.0%	33 20.8% 100.0%	42 26.4% 100.0%	51 32.1% 100.0%	159 100.0%
$\chi^2(df)$	28.370*** (6)				

*** $P<.001$

3) 연령별 1회 평균 염색비용

조사 대상자들의 연령에 따른 1회 평균 염색비용을 조사한 결과 연령별로 유의한 차이($P<.001$)를 보였다[표4-15]. 50대 후반의 경우 1회 평균 염색비용이 3만원 이상이다라고 답한 응답자 수가 61.1%로 가장 많이 차지한 반면에 연령이 증가할수록 1회 평균 염색비용이 점점 낮아짐을 알 수 있었다. 송준옥⁵⁸⁾의 연구에서는 대학생들을 대상으로 이들이 지출하는 염색비용을 조사한 결과 1회 염색비용이 2-3만원이 가장 높았고 2만원 이하가 27.9%로 그 다음으로 많았다고 보고하였다. 따라서 실제로 염색만을 위하여 미용실을 찾는 고객의 경우는 젊은 사람들보다 연령이 높은 경우가 많기 때문에 이들이 지출하는 비용의 통계적인 수치를 잘 파악하여 뷰티 서비스의 질적인 수준을 향상 시킬 수 있는 방안을 더욱 모색해야 할 것으로 여겨진다.

[표4-15] 연령별 1회 평균 염색비용

연령 1회 평균 염색비용	55~59세	60~64세	65~69세	70세 이상	Row total(%)
1만원 미만	22 15.6% 24.7%	30 21.3% 45.5%	39 27.7% 56.5%	50 35.5% 75.8%	141 100.0% 48.6%
1만원 이상~2만원 미만	24 34.3% 27.0%	18 25.7% 27.3%	16 22.9% 23.2%	12 17.1% 18.2%	70 100.0% 24.1%
2만원 이상~3만원 미만	21 48.8% 23.6%	10 23.3% 15.2%	9 20.9% 13.0%	3 7.0% 4.5%	43 100.0% 14.8%
3만원 이상	22 61.1% 24.7%	8 22.2% 12.1%	5 13.9% 7.2%	1 2.8% 1.5%	36 100.0% 12.4%
Column total(%)	89 30.7% 100.0%	66 22.8% 100.0%	69 23.8% 100.0%	66 22.8% 100.0%	290 100.0% 100.0%

58) 송준옥(2008), 「대학생들의 모발염색에 관한 인식도」, 대구한의대학교 대학원 석사학위논문, p.28

(표계속)

$\chi^2(df)$	51.168*** (9)
--------------	---------------

***P<.001

4) 연령별 염색 시 고려사항

연령에 따라서 염색 시 고려사항에 차이가 있는지를 조사한 결과 50대 후반은 새치커버에 목적도 있지만 모발의 손상과 색상이 나에게 어울리는가에 관심이 많은 것으로 조사되었고, 반면에 70세 이상은 염색색상이 유지되는 시간과 염색가격이 주요 고려사항인 것으로 조사되었다[표 4-16](P<.001). 박 원경⁵⁹⁾연구에서는 미용학과 학생들을 대상으로 설문을 실시한 결과 염색 시 주의해야 할 사항에 대해 우선순위는 모발의 손상도라는 응답이 가장 높았고 두피자극, 모발색상이 각각 높은 비율로 조사되었으며 반면 디자인이라고 답한 응답자 수는 매우 낮은 것으로 보고하였다. 이러한 원인은 부의 가치가 증가 할수록 건강한 모발에 신경을 쓰는 것으로 여겨지며 본 연구결과 50대 후반의 여성 노인의 경우 경제적 여유를 가지고 있기 때문에 새치커버의 주된 목적뿐만 아니라 모발손상 여부에까지 신경을 쓰는 것으로 생각된다. 70세 이상의 여성 노인의 경우에는 모발의 손상이나 색상여부보다는 더욱 현실적인 것으로 가격과 색상유지기간이라고 응답을 한 것으로 보고 색상이 오래가길 원하는 이유 또한 경제적, 시간적인 여유가 없기 때문이라고 생각된다.

[표4-16] 연령별 염색 시 고려사항

연령	55~59세	60~64세	65~69세	70세 이상	Row total(%)
염색 시 고려사항					
염색할 색상이 나에게 어울리는지의 여부	32	20	22	14	88
	36.4%	22.7%	25.0%	15.9%	100.0%
	36.0%	30.3%	32.4%	23.0%	31.0%
염색 후 모발이 손상되는 정도	31	12	6	3	52
	59.6%	23.1%	11.5%	5.8%	100.0%
	34.8%	18.2%	8.8%	4.9%	18.3%

59) 박원경(2005), 「미용학과 학생들의 염색에 대한 인식과 염모제 사용실태에 관한 연구」, 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문, p.32

(표계속)

	6	5	12	14	37
염색한 색상이 유지되는 기간	16.2%	13.5%	32.4%	37.8%	100.0%
	6.7%	7.6%	17.6%	23.0%	13.0%
염색가격	1	1	6	4	12
	8.3%	8.3%	50.0%	33.3%	100.0%
	1.1%	1.5%	8.8%	6.6%	4.2%
새치커버	19	28	22	26	95
	20.0%	29.5%	23.2%	27.4%	100.0%
	21.3%	42.4%	32.4%	42.6%	33.5%
Column total(%)	89	66	68	61	284
	31.3%	23.2%	23.9%	21.5%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
$\chi^2(df)$	48.952*** (12)				

***P<.001

5) 연령별 염색장소에 따른 차이 인식도

조사대상자들의 연령별 염색 장소에 따른 차이 인식도를 조사한 결과 연령에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다(P<.05). [표4-17]에서 보면 알 수 있듯이 50대 후반은 제품차이로 인식하는 응답자가 57.7%로 가장 많았고 그 다음은 전문인과의 기술차이라고 인식한 것으로 조사되었다. 70세 이상의 경우에는 제품의 차이보다는 전문인과의 기술차이, 기분 상으로 인식한 응답자가 많은 것으로 조사되었다. 의외의 결과로 50대 후반이 제품차이라는 대답이 많았는데 이는 미용실에서 염색을 계속했기 때문에 전문인의 기술차이는 당연한 걸로 생각했으며 내 머릿결이 좋은 이유를 제품이 좋아서 염색할 때 차이가 난다고 생각하는 것으로 여겨지며 70세 이상 응답자의 경우에는 염색을 주고 집에서 하는 경우가 많기 때문에 만약 미용실을 이용하게 되면 기분 상 신뢰가 가고 이로 인하여 전문인의 기술력에 차이가 있을 것으로 인식한 것으로 사료된다. 송 준옥⁶⁰⁾의 연구 결과에서도 대학생들 역시 집과 미용실 장소 간 모발염색 차이는 전문인과의 기술차이가 48.3%라고 대답했는데 본 연구자와 같은 고령자나 대학생들도 장소에 따른 차이는 전문인과의 기술차이라고 대답을 한 것으로 보면 일

60) 송준옥(2008), 전계논문

반인들이 생각할 때 미용실에서의 염색을 실시하는 것에 대한 신뢰도가 높고 기술력에 긍정적인 생각을 가지고 있다고 여겨진다. 따라서 염색이란 과정이 집에서 누구나 쉽게 접근할 수 있는 미용 분야이기는 하지만 보다 건강한 모발의 유지와 색상, 디자인 등을 생각한다면 전문가를 찾는 것이 고객을 위해서 가장 최선의 방법이라고 사료된다.

[표4-17] 연령별 염색장소에 따른 차이 인식도

연령 미용실염색과 집 염색차이	55~59세	60~64세	65~69세	70세 이상	Row total(%)
기분상	10	10	16	12	48
	20.8%	20.8%	33.3%	25.0%	100.0%
	11.2%	15.2%	23.2%	18.2%	16.6%
제품 차이	15	2	6	3	26
	57.7%	7.7%	23.1%	11.5%	100.0%
	16.9%	3.0%	8.7%	4.5%	9.0%
전문인과의 기술차이	59	46	39	48	192
	30.7%	24.0%	20.3%	25.0%	100.0%
	66.3%	69.7%	56.5%	72.7%	66.2%
기타	5	8	8	3	24
	20.8%	33.3%	33.3%	12.5%	100.0%
	5.6%	12.1%	11.6%	4.5%	8.3%
Column total(%)	89	66	69	66	290
	30.7%	22.8%	23.8%	22.8%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
$\chi^2(df)$	19.244* (9)				

*P<.05

6) 연령별 염색색상의 선택기준

연령별 염색색상 선택기준을 살펴보면 50대 후반은 헤어디자이너가 권해주는 색과 나에게 어울리는 색이 59.3%, 40.5%로 가장 많이 응답하였고 연령이 점점 증가할수록 헤어디자이너가 권해주는 색이나 나에게 어울리는 색 보다는 흰 머리를 커버할 수 있는 색상을 더 많이 선택하는 것으로 조사되었다(P<.05). [표4-18]을 보면 알 수 있듯이 50대 후반 여성 노인의

경우에는 염색을 집에서 보다는 주로 미용실에서 하시는 응답자가 많기 때문에 헤어디자이너가 권해주는 색상을 선택하는 경우가 많을 것이며 이와 반대로 연령이 증가할수록 미용실 보다는 집에서 염색을 하는 경우가 많고 또한 염색의 목적 자체가 디자인 보다는 흰머리를 감추기 위한 것이기 때문에 이러한 결과가 나타난 것으로 사료된다.

[표4-18] 연령별 염색색상 선택기준

연령 염색색상 선택기준	55~59세	60~64세	65~69세	70세 이상	Row total(%)
흰 머리를 커버할 수 있는 색	44	41	48	52	185
	23.8%	22.2%	25.9%	28.1%	100.0%
	50.6%	63.1%	69.6%	81.2%	64.9%
내가 좋아하는 색	10	9	7	5	31
	32.3%	29.0%	22.6%	16.1%	100.0%
	11.5%	13.8%	10.1%	7.8%	10.9%
나에게 어울리는 색	17	10	10	5	42
	40.5%	23.8%	23.8%	11.9%	100.0%
	19.5%	15.4%	14.5%	7.8%	14.7%
헤어디자이너가 권해주는 색	16	5	4	2	27
	59.3%	18.5%	14.8%	7.4%	100.0%
	18.4%	7.7%	5.8%	3.1%	9.5%
Column total(%)	87	65	69	64	285
	30.5%	22.8%	24.2%	22.5%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
$\chi^2(df)$	21.487* (9)				

*P<.05

7) 거주지에 따른 염색 전 불만족 이유

거주지별 염색 전 불만족 이유를 조사한 결과를 다음 [표4-19]에 나타냈다(P<.01). 수도권에 거주하는 여성 노인의 경우에는 염색을 하지 않으면 우울해 저서, 흰 머리가 많이 보여서, 나이보다 늙어 보여서 라는 순으로 응답하였고 지방에 거주하는 여성 노인의 경우에는 나이보다 늙어 보여서, 흰 머리가 많이 보여서 라는 순으로 응답하였다. 시술 전 우울감은 오 은정⁶¹⁾ 연구에서와 같이

노화로 인한 자신의 외모에 대해 만족하지 못한다는 결과를 보여 주고 나이가 들어감에 따라 사회에서의 역할 상실로 인해 자신이 가치 있는 일을 더 이상 못할 거라는 노인의 특성을 보여준다. 이러한 결과를 통해서 염색이란 과정이 노인의 외모 만족도와 우울감과 같은 정서에 얼마나 중요한 영향을 미칠 수 있는지를 보여주며 음악치료나 미술치료와 같이 미용치료의 필요성이 대두되어야 할 것으로 사료된다.

[표4-19] 거주지별 염색 전 불만족 이유

거주지 불만족 이유	수도권	지방	Row total(%)
흰 머리가 많이 보여서	100	76	176
	56.8%	43.2%	100.0%
	64.9%	55.9%	60.7%
나이보다 늙어 보여서	33	39	72
	45.8%	54.2%	100.0%
	21.4%	28.7%	24.8%
우울해 저서	14	2	16
	87.5%	12.5%	100.0%
	9.1%	1.5%	5.5%
기타	7	19	26
	26.9%	73.1%	100.0%
	4.5%	14.0%	9.0%
Column total(%)	154	136	290
	53.1%	46.9%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%
$\chi^2(df)$	17.260** (3)		

**P<.01

61) 오은정(2009), 전계논문, p.40

8) 연령별 염색 후 불만족 이유

조사대상자의 염색 후 불만족 이유는 연령에 따라 유의한 차이를 보였다 ($P<.05$). [표4-20]에서 보면 알 수 있듯이 50대 후반 여성 노인의 경우에는 염색 색상 유지 기간이나 가격 면에 있어서 불만족 요인이 많은 것으로 조사되었고 70세 이상 여성 노인의 경우에는 새치커버가 잘 안 되었을 경우에 불만족하다고 답한 응답자수가 가장 높게 조사되었다. 박 명학⁶²⁾의 염색 후 만족도를 조사한 결과에서는 색상이 나와 잘 어울리는 경우 가장 만족하다고 답한 응답자가 가장 많았다고 보고하였는데 이는 조사 대상자가 특정 연령이 아니고 일반인을 대상을 한 것이기 때문에 본 연구 결과와 다소 차이가 있는 것으로 사료된다. 이러한 연구결과를 통해서 노령 인구를 대상으로 하는 염색시술 시 연령별로 그 차이를 인식하고 고객이 원하는 염색의 목적에 부합되게 시술을 하지 않으면 만족도를 높일 수 없음을 인지해야 할 것으로 사료된다.

[표4-20] 연령별 염색 후 불만족 이유

연령	55~59세	60~64세	65~69세	70세 이상	Row total(%)
염색 후 불만족 이유					
색상이 안 예쁨	10 34.5%	5 17.2%	9 31.0%	5 17.2%	29 100.0%
	11.2%	7.6%	13.0%	7.6%	10.0%
색상이 나와 잘 어울리지 않음	15 27.8%	12 22.2%	16 29.6%	11 20.4%	54 100.0%
	16.9%	18.2%	23.2%	16.7%	18.6%
염색한 색상이 유지되는 기간	18 46.2%	12 30.8%	7 17.9%	2 5.1%	39 100.0%
	20.2%	18.2%	10.1%	3.0%	13.4%
염색가격	4 44.4%	3 33.3%	1 11.1%	1 11.1%	9 100.0%
	4.5%	4.5%	1.4%	1.5%	3.1%

62) 박명학(2006), 「헤어컬러별 특성과 염색 시술의 정보조사」, 동명정보대학 석사학위논문, p.67

(표계속)

새치커버가 안 됨	34	23	30	29	116
	29.3%	19.8%	25.9%	25.0%	100.0%
기타	8	11	6	18	43
	18.6%	25.6%	14.0%	41.9%	100.0%
Column total(%)	9.0%	16.7%	8.7%	27.3%	14.8%
	89	66	69	66	290
	30.7%	22.8%	23.8%	22.8%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
$\chi^2(df)$	26.597* (15)				

*P<.05

9. 연령별 현재 염색색상 차이

조사대상자들의 현재 염색 색상의 차이를 연령별로 조사한 결과 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다(P<.001). [표4-21]에서 보면 알 수 있듯이 50대 후반 여성 노인의 경우 갈색과 조금 밝은 갈색이 47.5%, 42.3%로 가장 높게 조사 되었고 70세 이상 여성 노인의 경우에는 흑색이 39.8%로 가장 높게 조사되었다. 이런 결과는 젊은 여성 노인의 경우에는 흰머리를 감추는 염색보다는 염색 색상이 나에게 어울리면서 새치커버도 되는 색을 선택한 경우로 보여 지며 연령이 높아질수록 자가 염색이 많기 때문에 가 능하면 흰머리를 커버할 수 있는 어두운 색상을 가장 많이 선택하는 것으로 생각된다.

[표4-21] 연령별 현재 염색색상 차이

연령 현재 염색색상	55~59세	60~64세	65~69세	70세 이상	Row total(%)
	17	17	22	37	93
1N(흑색)	18.3%	18.3%	23.7%	39.8%	100.0%
	19.1%	25.8%	31.9%	56.1%	32.1%
3N(어두운 갈색)	28	23	29	21	101
	27.7%	22.8%	28.7%	20.8%	100.0%
	31.5%	34.8%	42.0%	31.8%	34.8%

(표계속)

5N(갈색)	29	17	11	4	61
	47.5%	27.9%	18.0%	6.6%	100.0%
	32.6%	25.8%	15.9%	6.1%	21.0%
6N(조금 밝은갈색)	11	8	5	2	26
	42.3%	30.8%	19.2%	7.7%	100.0%
	12.4%	12.1%	7.2%	3.0%	9.0%
기타	4	1	2	2	9
	44.4%	11.1%	22.2%	22.2%	100.0%
	4.5%	1.5%	2.9%	3.0%	3.1%
Column total(%)	89	66	69	66	290
	30.7%	22.8%	23.8%	22.8%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
$\chi^2(df)$	38.852*** (12)				

***P<.001

2. 지역별 염색실태

1) 지역별 월 평균 염색횟수

조사대상자들의 지역별 월 평균 염색횟수를 살펴보면 수도권 조사대상자는 불규칙적으로가 88.6%로 가장 많은 답을 하였고, 지방 조사대상자는 한 달에 2번 이상이 56.7%, 한 달에 한번이 56.5%로 응답하여 지역별로 유의한 차이(p<.001)를 보였다. 이런 결과를 살펴보면 여성 노인 경우 젊은 사람과 마찬가지로 수도권 거주자는 외출 시 헤어스타일뿐만 아니라 의상, 액세서리, 메이크업에도 신경을 썼지만 지방 거주자의 경우 외출 시에도 적은 비용으로 최대 효과를 낼 수 있는 헤어스타일 가운데 염색에 많이 의존을 하는 것으로 사료되며 수도권에 거주하는 여성 노인의 경우에는 염색을 주고 미용실에서 하는 경우가 많기 때문에 염색을 자주하지 못하지만 지방에 거주하는 여성 노인의 경우에는 집에서 염색하는 비율이 높기 때문에 월 평균 염색횟수가 더 많은 것으로 생각된다.

[표4-22] 지역별 월 평균 염색횟수

거주지	수도권	지방	Row total(%)
월 평균 염색횟수			
한 달에 2번 이상	13 43.3% 8.4%	17 56.7% 12.5%	30 100.0% 10.3%
한 달에 1번	40 43.5% 26.0%	52 56.5% 38.2%	92 100.0% 31.7%
두 달에 1번	37 49.3% 24.0%	38 50.7% 27.9%	75 100.0% 25.9%
세 달에 1번	21 50.0% 13.6%	21 50.0% 15.4%	42 100.0% 14.5%
여섯 달~1년에 1번	12 75.0% 7.8%	4 25.0% 2.9%	16 100.0% 5.5%
불규칙적으로	31 88.6% 20.1%	4 11.4% 2.9%	35 100.0% 12.1%
Column total(%)	154 53.1% 100.0%	136 46.9% 100.0%	290 100.0%
$\chi^2(df)$	25.923*** (5)		

***P<.001

2) 지역별 염모제 반복구매 여부

조사대상자들의 지역별 염색제품 반복구매 여부를 조사한 결과를 보면 수도권 조사대상자와 지방 조사대상자 사이에 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다($p<.001$). [표4-23]을 보면 알 수 있듯이 수도권에 거주하는 여성 노인의 경우 염색제품을 반복적으로 구매한다고 응답한 수는 39.0%인 반면에 지방에 거주하는 여성 노인은 82.9%가 한번 사용한 염색제품을 반복적으로 구매한다고 응답하였다. 이러한 결과를 통해 수도권에 거주하는 조사대상자는 미용실에서 염색을 하는 응답자가 많고 가끔씩 집에서 할

경우 제품구매선택이 불규칙하기 때문에 반복구매를 하지 않는 것으로 생각되며 이와 반면에 지방 조사대상자는 오랫동안 집에서 자가 염색을 한다는 응답자가 많으며 한번 써서 편안한 제품을 반복 사용하기 때문이라고 생각된다.

[표4-23] 지역별 염색제품 반복구매 여부

반복구매여부	거주지		Row total(%)
	수도권	지방	
예	30	68	98
	30.6%	69.4%	100.0%
	39.0%	82.9%	61.6%
아니요	47	14	61
	77.0%	23.0%	100.0%
	61.0%	17.1%	38.4%
Column total(%)	77	82	159
	48.4%	51.6%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%
$\chi^2(df)$		32.462*** (1)	

***P<.001

3) 지역별 염색제품 사용 전 설명서 확인

지역별 염색제품 사용 전 설명서 확인을 조사한 결과 수도권 조사대상자와 지방 조사대상자 사이에 유의한 차이가 있었다(P<.001). [표4-24]에서 보면 알 수 있듯이 수도권에 거주하는 여성 노인의 경우 염색제품 사용 전 설명서를 항상 읽는다가 37.7%인 반면에 지방에 거주하는 여성 노인은 13.4%로 낮게 조사되었다. 이런 결과는 수도권 조사대상자는 불규칙적 동일제품 구입여부로 인해 시술시 제품이 다르기 때문에 설명서를 꼭 읽는다고 응답하였고 지방 조사대상자는 규칙적인 동일제품 사용자가 많기 때문에 한번 숙지한 사용법을 알고 있기 때문에 매번 염색을 실시할 때마다 설명서를 읽을 필요를 느끼지 못하는 것으로 생각된다.

[표4-24] 지역별 염색제품 사용 전 설명서 확인

구입 전 설명서 확인	거주지	수도권	지방	Row total(%)
전혀 읽지 않는다		13	40	53
		24.5%	75.5%	100.0%
		16.9%	48.8%	33.3%
가끔 읽는다		35	31	66
		53.0%	47.0%	100.0%
		45.5%	37.8%	41.5%
항상 읽는다		29	11	40
		72.5%	27.5%	100.0%
		37.7%	13.4%	25.2%
Column total(%)		77	82	159
		48.4%	51.6%	100.0%
		100.0%	100.0%	100.0%
$\chi^2(df)$		21.962*** (2)		

***P<.001

4) 지역별 1회 평균 염색비용

조사대상자들의 지역별 1회 평균 염색비용을 조사한 결과 지역에 따라 유의한 차이($p<.001$)를 보였다[표4-25]. 수도권 조사대상자의 경우 1회 평균 염색비용이 3만원 이상인 경우가 91.7%로 가장 높게 응답하였고, 그 다음이 2만원 이상~3만원 미만, 1만원 이상~2만원 미만, 1만원 미만의 순으로 조사되었다. 이와 반대로 지방 조사대상자의 경우에는 1만원 미만, 1만원 이상~2만원 미만, 2만원 이상~3만원 미만, 3만원 이상의 순으로 조사되었다. 이런 결과는 아무래도 염색비용은 생활수준과 문화적 차이 때문에 수도권 조사대상자에 비하여 지방 조사대상자는 자가 염색을 많이 하기 때문인 것으로 사료된다.

[표4-25] 지역별 1회 평균 염색비용

1회 평균 염색비용	거주지		Row total(%)
	수도권	지방	
1만원 미만	56 39.7% 36.4%	85 60.3% 62.5%	141 100.0% 48.6%
1만원 이상~2만원 미만	39 55.7% 25.3%	31 44.3% 22.8%	70 100.0% 24.1%
2만원 이상~3만원 미만	26 60.5% 16.9%	17 39.5% 12.5%	43 100.0% 14.8%
3만원 이상	33 91.7% 21.4%	3 8.3% 2.2%	36 100.0% 12.4%
Column total(%)	154 53.1% 100.0%	136 46.9% 100.0%	290 100.0%
$\chi^2(df)$	32.772*** (3)		

***P<.001

5) 지역별 염색 시 고려사항

조사대상자들의 지역별 염색 시 고려사항을 조사한 결과 두 집단 간에 유의한 차이를 보였다($p<.001$). 수도권 조사대상자는 염색 시 모발의 손상도에 가장 많이 신경을 썼으며 이와 반대로 지방 조사대상자는 새치커버를 염색 시 가장 고려하는 것으로 조사되었다[표4-26]. 수도권 조사대상자는 미용실에서 염색시술을 하는 응답자 많아서 새치커버는 당연히 된다고 생각하고 그 외에 건강한 모발에 더 관심을 가진 것으로 생각되며 지방 조사대상자는 자가 염색이 많아서 모발손상보다는 우선적으로 새치가 보이지 않아야만 된다는 염색목적에 두고 염색을 하기 때문이라고 사료된다.

[표4-26] 지역별 염색 시 고려사항

염색 시 고려사항	거주지		
	수도권	지방	Row total(%)
염색할 색상이 나에게 어울리는지의 여부	43	45	88
	48.9%	51.1%	100.0%
	28.3%	34.1%	31.0%
염색 후 모발이 손상되는 정도	42	10	52
	80.8%	19.2%	100.0%
	27.6%	7.6%	18.3%
염색한 색상이 유지되는 기간	19	18	37
	51.4%	48.6%	100.0%
	12.5%	13.6%	13.0%
염색가격	7	5	12
	58.3%	41.7%	100.0%
	4.6%	3.8%	4.2%
새치커버	41	54	95
	43.2%	56.8%	100.0%
	27.0%	40.9%	33.5%
Column total(%)	152	132	284
	53.5%	46.5%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%
$\chi^2(df)$		20.571*** (4)	

***P<.001

6) 지역별 염색색상 선택기준

조사대상자의 지역별 염색색상 선택기준은 수도권 조사대상자와 지방 조사대상자에서 [표4-27]과 같이 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다 ($p<.001$). 수도권 조사대상자는 미용실에서 염색시술을 한다는 응답자가 많아 헤어디자이너와의 상담 후 권해주는 염색색상을 선택하는 경우가 많은 반면에 지방 조사대상자는 자가 염색을 하는 경우가 많아 스스로 선택한 염색약이기 때문에 당연히 본인이 좋아하는 색상을 선택하는 경우가 많으며 또한 염색의 목적이 흰머리를 커버하는 것이라고 생각하기 때문에 염색색상을 선택하는 주요 기준이 된다고 생각된다.

[표4-27] 지역별 염색색상 선택기준

거주지 염색색상 선택기준	수도권	지방	Row total(%)
흰 머리를 커버할 수 있는 색	93 50.3% 60.8%	92 49.7% 69.7%	185 100.0% 64.9%
내가 좋아하는 색	10 32.3% 6.5%	21 67.7% 15.9%	31 100.0% 10.9%
나에게 어울리는 색	27 64.3% 17.6%	15 35.7% 11.4%	42 100.0% 14.7%
헤어디자이너가 권해주는 색	23 85.2% 15.0%	4 14.8% 3.0%	27 100.0% 9.5%
Column total(%)	153 53.7% 100.0%	132 46.3% 100.0%	285 100.0% 100.0%
$\chi^2(df)$	19.265*** (3)		

***P<.001

7) 지역별 염색 전 불만족 이유

지역별 염색 전 불만족 이유를 조사한 결과 두 집단 간에 유의한 차이를 보였다($p<.001$). 수도권 조사대상자의 경우 우울해져서가 87.5%로 가장 많이 응답하였고, 그 다음에 흰머리가 많이 보여서, 나이보다 늙어 보여서의 순으로 조사되었다. 반면에 지방 조사대상자의 염색 전 불만족의 이유는 나이보다 늙어 보여서가 54.2%, 흰머리가 많이 보여서가 43.2%로 조사되었다[표4-28]. 이런 결과는 여성 노인의 염색을 하는 목적과 일치함을 알 수 있다. 즉 수도권에 거주하는 여성 노인의 경우에는 흰머리를 감추기 위함 보다는 염색을 통하여 기분이 전환되며 우울감이 다소 해소 될 수 있다는 기대치가 높을 것이며 지방에 거주하는 여성 노인의 경우에는 염색을 하지 않으므로 인하여 나이가 더 많아 보이는 것이 싫어서 염색을 자주 하는 것으로 여겨진다.

[표4-28] 지역별 염색 전 불만족 이유

거주지 염색 전 불만족 이유	수도권	지방	Row total(%)
흰 머리가 많이 보여서	100	76	176
	56.8%	43.2%	100.0%
	64.9%	55.9%	60.7%
나이보다 늙어 보여서	33	39	72
	45.8%	54.2%	100.0%
	21.4%	28.7%	24.8%
우울해 쳐서	14	2	16
	87.5%	12.5%	100.0%
	9.1%	1.5%	5.5%
기타	7	19	26
	26.9%	73.1%	100.0%
	4.5%	14.0%	9.0%
Column total(%)	154	136	290
	53.1%	46.9%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%
$\chi^2(df)$	17.260** (3)		

**P<.01

8) 지역별 염색 후 불만족 이유

지역별 염색 후 불만족 이유를 조사한 결과 두 집단 간에 유의한 차이를 보였다($p<.001$). 수도권 조사대상자의 경우에는 염색 후 불만족 이유가 주로 색상이 예쁘지 않거나(62.1%) 색상이 본인과 잘 어울리지 않을 때(61.1%), 그리고 새치커버가 안되었을 때(61.2%)가 불만족의 원인으로 조사되었고, 지방 조사대상자의 경우에는 염색 후 불만족 이유가 주로 염색한 색상이 유지되는 기간에 48.7%로 높게 응답하였다[표4-29]. 이러한 연구결과를 통해서 수도권 조사대상자의 경우에는 주로 미용실에서 염색시술을 많이 하기 때문에 미용 산업에 종사하는 전문가들이 이들의 불만족 원인을 잘 이해하고 있을 때 보다 효과적인 실버 미용 산업에 대체 할 수 있을 것으로 여겨진다.

[표4-29] 지역별 염색 후 불만족 이유

거주지	수도권	지방	Row total(%)
염색 후 불만족 이유			
색상이 안 예뻐	18 62.1% 11.7%	11 37.9% 8.1%	29 100.0% 10.0%
색상이 나와 잘 어울리지 않음	33 61.1% 21.4%	21 38.9% 15.4%	54 100.0% 18.6%
염색한 색상이 유지되는 기간	20 51.3% 13.0%	19 48.7% 14.0%	39 100.0% 13.4%
염색가격	5 55.6% 3.2%	4 44.4% 2.9%	9 100.0% 3.1%
새치커버가 안 됨	71 61.2% 46.1%	45 38.8% 33.1%	116 100.0% 40.0%
기타	7 16.3% 4.5%	36 83.7% 26.5%	43 100.0% 14.8%
Column total(%)	154 53.1% 100.0%	136 46.9% 100.0%	290 100.0% 100.0%
$\chi^2(df)$	28.873*** (5)		

***P<.001

제 6 절 외모 관심도에 따른 염색실태

조사대상자들의 외모 관심도에 따른 염색 실태를 조사해 분석하였다.

1. 외모 만족도에 따른 염색실태

1) 외모 만족도에 따른 염색장소

조사대상자들의 외모 만족도에 따른 염색장소를 조사했다[표4-30]. 외모

만족도에 따라 염색 장소에 유의한 차이를 보였는데($P<.05$) 즉, 외모에 대한 만족도가 높은 여성 노인일수록 염색을 집에서보다 미용실에 하는 경우가 많았다. 외모 관리행동⁶³⁾이란 자기 자신의 외모에 대한 관심도에 따라 자신의 신체적 외모에 대한 평가 및 만족도를 향상시키기 위하여 외모를 호감가는 이미지로 변환시키고 아름다움을 유지 관리하기 위하여 실천하는 주·객관적 행동이다. 여성 노인의 경우에도 자기표현의 한 예로써 매력적인 이미지를 전달하는 수단으로 외모 관리에 관심을 가진다고 볼 수 있으며 이러한 외모를 관리하는데 있어서 전문가의 손길을 더욱 필요로 하고 있음을 알 수 있으며 미용 산업적인 측면에 있어서도 실버 뷰티산업에 더욱 관심과 투자가 필요할 것으로 사료된다.

[표4-30] 외모 만족도에 따른 염색장소

염색장소	외모 만족		만족하지 못한다	Row total(%)
	만족한다	보통이다		
미용실	39	59	24	122
	32.0%	48.4%	19.7%	100.0%
	58.2%	39.6%	36.9%	43.4%
집	28	90	41	159
	17.6%	56.6%	25.8%	100.0%
	41.8%	60.4%	63.1%	56.6%
Column total(%)	67	149	65	281
	23.8%	53.0%	23.1%	100.0%
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
$\chi^2(df)$		7.968* (2)		

* $P<.05$

2) 외모 만족도에 따른 1회 평균 염색비용

조사대상자들의 외모 만족도에 따른 1회 평균 염색비용을 조사했다[표 4-31]. 외모 만족도에 따라 1회 평균 염색비용에 유의한 차이를 보였는데 ($P<.001$) [표4-31]에서 보면 알 수 있듯이 외모에 대한 만족도가 높을수록

63) 이유종(2010), 「노인들의 자아존중감과 신체 매력인지에 따른 외모관리행동에 관한 연구」, 대구한의대학교 대학원 박사학위논문, p.14

1회 평균 염색비용이 높은 것을 알 수 있었다. 인간의 수명이 늘어나고 사회적으로 안정되면서 노인들 또한 타인으로부터 긍정적인 이미지를 갖기 위해 외모에 관심을 보이고 있다. 예전에는 외모 관리는 경제적 여유가 있는 사람들이 하는 일종의 사치의 개념으로 인식되었다면 현대 사회에서의 외모 관리는 자아실현 뿐 아니라, 대인관계를 형성하는 커뮤니케이션적인 성격을 가지고 있다고 인식되고 있다⁶⁴⁾. 따라서 노인을 소외된 계층으로만 치부하지 말고 이들 또한 경제력을 가지고 있고 자기 개발과 자기 성찰지수가 높다는 사고를 가지고 있어야 할 것으로 사료된다.

[표4-31] 외모 만족도에 따른 1회 평균 염색비용

외모 만족	만족한다	보통이다	만족하지 못한다	Row total(%)
1회 평균 염색비용				
1만원 미만	18 12.8% 26.5%	76 53.9% 50.0%	47 33.3% 67.1%	141 100.0% 48.6%
1만원 이상~2만원 미만	17 24.3% 25.0%	41 58.6% 27.0%	12 17.1% 17.1%	70 100.0% 24.1%
2만원 이상~3만원 미만	13 30.2% 19.1%	22 51.2% 14.5%	8 18.6% 11.4%	43 100.0% 14.8%
3만원 이상	20 55.6% 29.4%	13 36.1% 8.6%	3 8.3% 4.3%	36 100.0% 12.4%
Column total(%)	68 23.4% 100.0%	152 52.4% 100.0%	70 24.1% 100.0%	290 100.0% 100.0%
$\chi^2(df)$	36.587*** (6)			

***P<.001

3) 외모 만족도에 따른 염색색상 선택기준

64) 이상영(2009), 「중년여성의 외모 관심도 및 화장품 구매 행동에 관한 연구」, 동명대학교 대학원 석사학 위논문, p.2

조사대상자들의 외모 만족도에 따른 염색색상 선택기준을 조사했다[표 4-32]. 외모 만족도에 따라 염색색상 선택기준에 유의한 차이를 보였는데 ($P<.05$) [표4-32]에서 보면 알 수 있듯이 외모에 대한 만족도가 높을수록 헤어디자이너가 권해주는 색을 선택하는 것으로 조사되었다. 즉 외모에 대한 만족도가 높은 사람일수록 전문성을 인식하고 있다고 생각된다.

[표4-32] 외모 만족도에 따른 염색색상 선택기준

외모 만족 염색색상 선택기준	만족한다	보통이다	만족하지 못한다	Row total(%)
흰 머리를 커버할 수 있는 색	34 18.4% 50.7%	98 53.0% 65.3%	53 28.6% 77.9%	185 100.0% 64.9%
내가 좋아하는 색	9 29.0% 13.4%	17 54.8% 11.3%	5 16.1% 7.4%	31 100.0% 10.9%
나에게 어울리는 색	12 28.6% 17.9%	26 61.9% 17.3%	4 9.5% 5.9%	42 100.0% 14.7%
헤어디자이너가 권해주는 색	12 44.4% 17.9%	9 33.3% 6.0%	6 22.2% 8.8%	27 100.0% 9.5%
Column total(%)	67 23.5% 100.0%	150 52.6% 100.0%	68 23.9% 100.0%	285 100.0% 100.0%
$\chi^2(df)$	16.798* (6)			

* $P<.05$

4) 외모 만족도에 따른 염색 후 기분

조사대상자들의 외모 만족도에 따른 염색 후 기분에 대한 조사 결과를 다음 [표4-33]에 나타내었다. 외모 만족도에 따라 염색 후 기분에 유의한 차이를 보였는데($P<.05$) [표-4-33]에서 보면 알 수 있듯이 외모에 대한 만족도가 높을수록 염색 후 기분이 좋다 라고 답한 응답자 수가 더 많은 것으로 조사되었다.

[표4-33] 외모 만족도에 따른 염색 후 기분

외모 만족 염색 후 기분	만족한다	보통이다	만족하지 못한다	Row total(%)
좋다	53 28.3% 77.9%	92 49.2% 60.5%	42 22.5% 60.0%	187 100.0% 64.5%
보통이다	15 14.6% 22.1%	60 58.3% 39.5%	28 27.2% 40.0%	103 100.0% 35.5%
Column total(%)	68 23.4% 100.0%	152 52.4% 100.0%	70 24.1% 100.0%	290 100.0% 100.0%
$\chi^2(df)$	7.031* (2)			

*P<.05

2. 외모 관리요인에 따른 염색실태

1) 외모 관리 요인별 월 평균 염색횟수

조사대상자들의 외모 관리요인에 따른 염색실태 가운데 월 평균 염색횟수에 대한 조사 결과를 다음 [표4-34]에 나타내었다. 외모관리 요인을 ① 장신구(시계, 팔찌, 반지, 목걸이 등) ② 패션잡화(신발, 가방, 모자, 스카프 등) ③ 헤어스타일(머리모양, 머리색 등) ④ 메이크업(화장) ⑤ 의상(옷)으로 구분하였고 각 항목에 따른 월 평균 염색 횟수에 유의한 차이를 보였다(P<.05). [표-4-33]에서 보면 알 수 있듯이 헤어스타일 요인에서 월 평균 염색횟수가 더 많은 것으로 조사되었다. 실버산업은 곧 닥칠 고령화 사회와 21세기 고령사회의 진입과 함께 노인층의 소득 수준 향상과 중산층 급증으로 노인복지에 대한 수요가 증대할 것이며 이를 시장 경제 원리에 입각하여 보다 나은 복지 시스템을 공급하기 위한 것으로 21세기에는 실버산업이 본격적으로 대두될 것이라 본다⁶⁵⁾. 즉 21세기는 경제력 있고 학력 수준이 높으며 자립심이 높은 노인층이 형성될 것으로 예상되므로 거기에 맞게 노인들의 복지시설 또한 전문적이고 다양한 프로그램과 서비스 개발이 생

65) 김현옥(2000), 「고령사회의 실버산업 발전 방안에 관한 연구」, 대명대학교 대학원 석사학위논문, p.38

겨야 한다고 본다. 그러기 위해서 국가와 개인 기업이 서로 상호 보완하는 정책이 필요하다. 실버산업이 잘되기 위해서 우리나라에 필요한 점은 하루 빨리 우리 실정에 맞는 실버산업이 정착되어 그것을 위해서가 아닌 우리 자신들을 위해 우리 모두의 의식 전환이 필요하다고 생각 한다⁶⁶⁾.

[표4-34] 외모 관리요인별 월 평균 염색횟수

외모 관리요인 월 평균 염색횟수	장신구 ①	패션잡화 ②	헤어스타일 ③	메이크업 ④	의상 ⑤	Row total(%)
한 달에 2번 이상	4 13.3% 12.9%	4 13.3% 15.4%	14 46.7% 12.5%		8 26.7% 8.5%	30 100.0% 10.3%
한 달에 1번	10 10.9% 32.3%	9 9.8% 34.6%	35 38.0% 31.2%	6 6.5% 22.2%	32 34.8% 34.0%	92 100.0% 31.7%
두 달에 1번	7 9.3% 22.6%	7 9.3% 26.9%	39 52.0% 34.8%	5 6.7% 18.5%	17 22.7% 18.1%	75 100.0% 25.9%
세 달에 1번	3 7.1% 9.7%	5 11.9% 19.2%	16 38.1% 14.3%	2 4.8% 7.4%	16 38.1% 17.0%	42 100.0% 14.5%
여섯 달~1년에 1번	2 12.5% 6.5%		4 25.0% 3.6%	3 18.8% 11.1%	7 43.8% 7.4%	16 100.0% 5.5%
불규칙적으로	5 14.3% 16.1%	1 2.9% 3.8%	4 11.4% 3.6%	11 31.4% 40.7%	14 40.0% 14.9%	35 100.0% 12.1%
Column total(%)	31 10.7% 100.0%	26 9.0% 100.0%	112 38.6% 100.0%	27 9.3% 100.0%	94 32.4% 100.0%	290 100.0%
$\chi^2(df)$	46.086** (20)					

*P<.05

- ① 장신구(시계, 팔찌, 반지, 목걸이 등) ② 패션잡화(신발, 가방, 모자, 스카프 등)
③ 헤어스타일(머리모양, 머리색 등) ④ 메이크업(화장) ⑤ 의상(옷)

66) 상계논문, p.39

(표계속)

2) 외모 관리요인별 염색장소

조사대상자들의 외모 관리요인에 따른 염색실태 가운데 염색장소에 대한 조사 결과를 다음 [표4-35]에 나타내었다. 외모관리 요인 가운데 장신구와 헤어스타일 요인에 있어서 염색장소별로 유의한 차이를 보였다($P<.05$). 헤어관리 행동⁶⁷⁾은 헤어 미용에 대한 머리 모양과 두피관리 등을 실천하여 건강하고 탄력 있는 모발을 위해 관리하고 손질하여 자신을 매력적으로 표현하는 것을 의미한다. 머리 모양은 우리 인상의 70%를 좌우하는 것으로 다양한 외모 표현의 하나이며 남녀 노소를 불문하고 개성 표현 도구가 되기도 한다. 현대인들은 헤어를 이용해 외모를 치장하며 머리 모양을 자신만의 이미지를 표현하는 방법으로 생각해 건강한 모발 관리에도 신경을 쓴다. 고령의 남녀사이에서도 다양한 색상으로 염색을 해서 자기의 개성을 표현하는 사람을 볼 수 있듯이 머리 모양을 어떻게 하나에 따라 그 사람의 이미지를 긍정적, 부정적으로 보이게 할 수도 있다. 따라서 염색을 집에서 혼자하기 보다는 전문가가 있는 미용실을 이용하는 비율이 높은 것으로 사료된다.

[표4-35] 외모 관리요인별 염색장소

외모 관리요인 염색장소	장신구 ①	패션잡화 ②	헤어스타일 ③	메 이 크 업④	의상 ⑤	Row total(%)
미용실	16 13.1% 55.2%	11 9.0% 42.3%	57 46.7% 51.8%	8 6.6% 32.0%	30 24.6% 33.0%	122 100.0% 43.4%
집	13 8.2% 44.8%	15 9.4% 57.7%	53 33.3% 48.2%	17 10.7% 68.0%	61 38.4% 67.0%	159 100.0% 56.6%
Column total(%)	29 10.3% 100.0%	26 9.3% 100.0%	110 39.1% 100.0%	25 8.9% 100.0%	91 32.4% 100.0%	281 100.0% 100.0%
$\chi^2(df)$	10.176* (4)					

* $P<.05$

① 장신구(시계, 팔찌, 반지, 목걸이 등) ② 패션잡화(신발, 가방, 모자, 스카프 등)

③ 헤어스타일(머리모양, 머리색 등) ④ 메이크업(화장) ⑤ 의상(옷)

67) 이유중(2010), 전계논문, p.22

(표계속)

3) 외모 관리요인별 염색 후 기분

조사대상자들의 외모 관리요인에 따른 염색실태 가운데 염색 후 기분에 대한 조사 결과를 다음 [표4-36]에 나타내었다. 외모관리 요인 가운데 장신구와 헤어스타일, 의상 요인에 있어서 염색 후 기분에 유의한 차이를 보였다 ($P<.01$). 즉 앞서 언급한 세 가지 요인에 있어서 염색 후 기분이 좋다고 답한 응답자 수가 많은 것으로 조사되었다.

[표4-36] 외모 관리요인별 염색 후 기분

외모 관리요인 염색 후 기분	장신구 ①	패션잡화 ②	헤어스타일 ③	메이크업 ④	의상 ⑤	Row total(%)
좋다	23 12.3% 74.2%	13 7.0% 50.0%	78 41.7% 69.6%	10 5.3% 37.0%	63 33.7% 67.0%	187 100.0% 64.5%
보통이다	8 7.8% 25.8%	13 12.6% 50.0%	34 33.0% 30.4%	17 16.5% 63.0%	31 30.1% 33.0%	103 100.0% 35.5%
Column total(%)	31 10.7% 100.0%	26 9.0% 100.0%	112 38.6% 100.0%	27 9.3% 100.0%	94 32.4% 100.0%	290 100.0% 100.0%
$\chi^2(df)$	14.105** (4)					

** $P<.01$

- ① 장신구(시계, 팔찌, 반지, 목걸이 등) ② 패션잡화(신발, 가방, 모자, 스카프 등)
③ 헤어스타일(머리모양, 머리색 등) ④ 메이크업(화장) ⑤ 의상(옷)

제 5장 결 론

제 1 절 요약

본 연구는 노인들의 외모 관심도가 높아지고 있는 실정에서 여성 노인의 염색 실태 및 염색 만족도를 조사하여 보다 효과적인 염색 서비스를 제공하며 미용 산업적인 측면에서 그 결과를 토대로 뷰티실버산업의 발전에 기여하고자 본 연구의 목적을 두었다. 본 연구 결과를 요약해 보면 다음과 같다.

조사대상자는 50대 후반이 30.7%로 가장 많았으며 학력은 초·중졸이 59.0%로 가장 많았다. 월 평균가구소득은 50만원 미만이 26.9%로 조사되었으며 300-400만원 미만도 14.0%로 조사되어 고소득의 노인을 예측할 수 있으며 월평균 용돈은 10-30만원 미만이 22.0%로 조사되었다.

외모 관심도는 조사대상자의 나이에 따라 만족한다는 23.4%, 만족하지 못한다는 24.1%로 조사되었으며 외모 관리요인에서는 헤어스타일 요인이 38.6%로 가장 높게 나타났다. 조사대상자의 염색 실태를 조사한 결과 월 평균 염색횟수는 한 달에 1번이 31.7%로 가장 높게 조사되었다. 염색장소는 집 54.8%, 미용실 42.1%로 나타났으며 집에서의 염색 시 제품 구입처는 본인이 71.1%로 동일제품을 구입하는 것으로 조사되었으며 염색 제품선택 시 고려사항은 사용 시 편리함을 가장 우선시 하는 것으로 조사되었으며 1회 평균 염색비용은 1만원 미만이 48.6%로 가장 많았다. 염색의 목적은 단정(깨끗)해 보이기 위해서가 52.1%로 연령이 증가하여도 남들이 어떻게 보는가에 신경을 많이 쓰는 것으로 조사되었으며 염색 시 고려사항은 염색할 색상이 나에게 어울리는지 여부가 30.3%로 높게 조사되었다. 미용실 염색과 집 염색의 차이 인식은 차이가 있다고 인식하는 응답자가 58.6%로 나타났으며 차이의 원인은 전문인과의 기술차이라는 답이 66.2%로 조사 되었다. 염색색상 선택기준은 흰 머리를 커버할 수 있는 색이 63.8%로 조사되었으며 염색 전 불만족 이유는 흰머리가 많이 보여서 60.7%로 조사되었고 염색 후 만족 이유는 새치커버가 잘되어서 51.7%, 염색 후 불만족은 새치커버가 잘 안되어서 40.0%로 나타났다. 염색 실태에

서 조사대상자는 흰머리 커버를 하기위해 염색을 하며 잘되면 만족하고 잘 되지 않으면 불만족이라 답하였고 그 결과에 따라 만족도가 높거나 낮게 변화였다.

조사대상의 일반적 특성에 따른 외모 관심도 조사에서 연령별 외모 만족도는 50대 후반의 경우 만족한다가 41.2%로 높았고 70세 이상의 경우 만족하지 못한다고 32.9%로 응답하였다. 즉 연령이 높을수록 외모에 대한 만족도는 점점 낮아지는 것으로 조사되었다. 연령별 외모 관리요인은 50대 후반은 패션잡화, 헤어스타일이 42.3%, 42.0%로 조사되었고 70세 이상은 의상에 34.1%, 헤어스타일에 21.4%로 답하였다. 지역별 외모 관심도 조사는 수도권 조사대상자는 만족한다가 70.6%, 지방 조사대상자는 만족하지 못한다가 61.4%로 수도권과 지방의 경제적 특성과 문화적 특성의 차이를 알 수 있었다.

조사대상자의 일반적 특성에 따른 염색실태 중 연령별 염색실태 조사결과 염색장소는 50대 후반은 45.1%가 미용실이라 답하였고 70세 이상은 집이라는 답이 32.1%로 조사되었다. 염색제품 사용 전 설명서 확인은 50대 후반은 항상 읽는다 42.5%, 70세 이상은 전혀 읽지 않는다 49.0%로 조사되었고 1회 평균 염색비용은 50대 후반은 3만원 이상이 61.1%, 70세 이상은 1만원 미만이 35.5%로 답하였다. 염색 시 고려사항에 있어서도 50대 후반은 모발 손상도에 59.6%로 응답하였고, 70세 이상은 염색색상이 유지되는 기간이 37.8%로 조사되었으며 염색색상 선택기준도 50대 후반은 헤어디자이너가 권해주는 색이 59.3%, 70세 이상은 흰머리를 커버 할 수 있는 색에 28.1%로 조사되었다. 염색 전 불만족 요인은 50대 후반은 우울해져서 50.0%, 70세 이상은 나이보다 늙어보여서 27.8%로 조사되었으며 염색 후 불만족 요인의 경우에는 50대 후반은 염색색상 유지에 문제가 있을 때 불만족 하는 것으로 응답하였고 70세 이상은 새치커버가 안되었을 경우 불만족 하는 것으로 조사되었다. 지역별 염색 실태를 살펴보면 수도권 조사대상자는 1회 평균염색비용이 3만원 이상이 91.7%로 염색은 불규칙적으로 하며 미용실에서 하는 분이 많은 이유로 제품의 반복구매는 하지 않고 그 결과 설명서는 꼭 읽으며 염색 후 모발 손상도에 신경을 쓰며 헤어

디자이너가 권해주는 색으로 염색을 한다고 응답하였다. 염색 전 불만족은 우울해져서 염색을 하며 염색 후 불만족은 색상이 예쁘지 않아서 라고 답하였다. 지방 조사대상자는 1회 평균염색비용이 1만원 미만이 60.3%이며 염색은 규칙적으로 한 달에 1번은 꼭하며 집에서 하는 분이 많은 이유로 편안한 제품을 반복구매하고 설명서는 읽지 않는다고 답하였다. 염색은 새 치커버에 목적을 두며 본인이 하기 때문에 내가 좋아 하는 염색을 하고 나이보다 젊어 보여 염색을 하며 염색을 한 후 색상이 오래 유지되길 원한다고 답하였다. 외모 만족도에 따른 염색 실태에서 외모에 대한 만족도가 높을수록 염색장소는 집에서 보다는 미용실을 이용하는 것으로 조사되었고 1회 평균염색비용도 외모의 만족도가 높을수록 금액이 증가하는 것으로 조사되었다. 외모 관리요인에 따른 염색 실태는 헤어스타일 요인의 경우 염색 횟수도 많고 염색 후 기분이 좋은 것으로 조사되었다.

결론적으로 노인들의 월 평균 사용하는 금액이 많아지는 것으로 보아 고소득자가 점점 증가하고 있다고 생각되며 고소득자가 증가하는 추세에 발맞춰 이제는 염색을 혼자 집에서 하지 않고 미용실을 이용하는 노령인구가 증가할 것으로 여겨지며 이들을 위한 전문 샵이 필요하며 일반 미용실에서도 차별화된 서비스 품질의 개선 등이 준비되어야 할 것이다. 과거에는 부유한 계층만 외모 관리를 한다고 생각 했지만 현대 사회에서는 자기에게 유리하게 작용하는 외모 관리행동을 남녀노소 모두 행하며 이는 사회 현상의 하나로 외모 관리는 점점 높아지며 이에 맞는 산업 또한 발전되고 있다. 외모 관리는 젊은 층만의 전유물이 아닌 빠른 고령화 사회에 맞게 노인들을 위한 외모관리에 필요한 다양한 실버산업시장이 형성되어야 한다고 본다. 외모 관리요인 가운데 특히 헤어스타일에 대한 요인이 중요한 것으로 조사되었듯이 고령여성들의 염색시장을 보다 전문화 시켜줄 수 있다면 이들의 외모에 대한 만족도도 더욱 증가할 수 있을 것으로 사료된다. 또한 여성 노인들이 사용하는 염색 제품이 가격 면에 있어서나 사용의 편리성에 있어서 일반 염모제와는 차별화된 실비용 전용 염모제품의 개발이 필요할 것이며 일반 미용실이나 노인 대학을 통하여 노인들의 올바른 염색 제품 사용교육도 필요할 것으로 사료된다.

제 2 절 조사의 한계 및 제언

우리 인간들은 누구나 아름답고자 하는 욕망이 있다. 노인들 또한 아름답고자 하는 욕구를 가지고 있지만 현실은 그것을 간과하고 있다. 고령화 사회 및 초 고령화 사회가 되어가고 있는 현 시점에서 노인의 의식 또한 고학력으로 인해 변화되고 있다. 이런 사회적인 현상에 발맞춰 미용인들 또한 젊은 세대의 위주가 아닌 노인들에게 맞춘 실버 미용 산업을 발전시켜 노인의 만족도를 높일 수 있는 맞춤 미용서비스가 발전 되었으면 한다. 하지만 아직 미용인들과 조사 대상자인 여성 노인들이 여기에 맞는 필요성 인식이 부족한 현실로 인해 조사의 한계점을 가지고 있다.

첫째, 본 연구는 조사대상자를 수도권 중에 동작구와 양천구를 중심으로 조사대상자를 선정했으며 지방은 전북지역을 중심으로 선정했기 때문에 그 결과를 전국적으로 일반화하기에 어려움을 가지고 있다.

둘째, 조사대상자들이 연구의 특성상 여성노인을 대상으로 실시하여 미용서비스가 남성 또한 점점 늘어가고 있는 실정에서 어떤 영향을 미치는지에 대해 일반화하기에 어려움을 가지고 있다.

본 연구 결과를 토대로 향후 발전된 연구를 하기 위해 몇 가지 제언을 하고자 한다.

첫째, 노인 인구가 급증하고 있는 특성상 노인이 아름다운 노후를 맞이할 수 있도록 인구 통계학적 특성을 파악해 거기에 맞는 서비스를 제공해야 한다.

둘째, 지역별 특성에 맞는 미용 복지 프로그램과 나이가 많아질수록 미용실 보다 집에서 더욱더 염색을 하고 있는 실정이므로 이들에 대한 시스템이 필요하다고 생각한다.

셋째, 고령자 분들의 심리적 특성을 파악하여 적절하게 활용하여 만족도를 높여야 한다.

넷째, 미용인들 또한 고령자 특성에 맞게 미용 복지 전문 인력을 양성해서 고령화 사회에 맞는 미용 서비스 영역이 확대 될 수 있도록 후속 연구가 이루어졌으면 할 것이라 생각된다.

【참고문헌】

1. 국내저서

- 강혜원(1999) 『의상사회심리학』, 교문사,
서병숙(1993) 『노인 연구』, 교문사
이진옥(2004) 『모발과학』, 형설출판사
임숙자,황선진,이종남,이승희(2002) 『현대의상사회심리학』, 수학사
조경훈(2007) 『실버산업의 이해』, 두남사
최근희,김순희,이근광,김문주,곽형심,김태원,이문환,정지영,봉재환,유유정,김희선,
권대순(2001) 『모발과학』,수문사
최혜경, 정순희(2001) 『노인과 실버산업』, 동인사

2.국외저서

- Brodie, D, A, Bagley, K. and slade, P. D. *Body-image perception in pre-and post adolescent females. perceptual and Motor skills*,78,1994. pp.147-154
Lennon,S.J.and Rudd,N.A,*Linkage between attitude toward gender roles, body satisfaction, self - esteem, and appearancemanagement behaviors in wome.* Family and Consumer Sciences Research Journal ,23,1994, pp97-117

3. 국내 학위논문

- 강은숙(2004) 「노인테마파크 여가프로그램 개발에 관한 연구 - 시니어레저타운 개발을 중심으로」, 명지대학교 대학원 석사학위논문
권정순(2008) 「노인의 미용복지 서비스 이용실태와 만족도」, 한성대학교 예술대학원 석사학위논문
김태현(1982) 「가족해체와 공동체 위기」, 21세기논단,12,고려대학교 박사학위논문

- 김호정(2006) 「실버세대의 미용실 이용실태 및 만족도에 관한 연구」, 용인대학교 경영대학원 석사학위논문
- 김현옥(2000) 「고령사회의 실버산업 발전 방안에 관한 연구」, 대명대학교 석사학위논문
- 박원경(2005) 「미용학과 학생들의 염색에 대한 인식과 염모제 사용실태에 관한 연구」, 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문
- 박명학(2006) 「헤어컬러별 특성과 염색 기술의 정보조사」, 동명정보대학 석사학위논문
- 박언철(1999) 「고령화 사회에 있어서 제품 디자인 방법 연구」, 건국대학교 석사학위논문
- 송 은(2002) 「헤어컬러 디자인의 배색계획」, 한성대학교 석사학위논문
- 송준옥(2008) 「대학생들의 모발염색에 관한 인식도」, 대구한의대학교 보건대학원 석사학위논문
- 오은정(2009) 「여성노인의 미용서비스 이용실태와 미용기술이 우울감과 자아존중감에 미치는 영향」, 한성대학교 석사학위논문
- 이경숙(2007) 「성인여성의 외모관심도에 따른 추구 이미지와 외모관리행동」, 서경대학교 미용 예술대학원 석사학위논문
- 이상영(2009) 「중년여성의 외모 관심도 및 화장품 구매 행동에 관한 연구」, 동명대학교 석사학위논문
- 이숙영(2005) 「중년여성의 심리적 특성과 외모에 대한 태도가 피부관리실 방문에 미치는 영향」, 대전대학교 보건스포츠대학원 석사학위논문
- 이유중(2010) 「노인들의 자아존중감과 신체매력인지에 따른 외모관리 행동에 관한 연구」, 대구한의대학교 박사학위논문
- 원정재(2007) 「미용 복지 봉사 활동의 현황과 활성화 방안에 관한 연구 - 경기 북부 지역을 중심으로」, 한성대학교 석사학위논문
- 추명아(2010) 「고령화 사회에 대한 사회적 대응과 노인 사회 교육 방안연구」, 전남대학교 산학협력대학원 석사학위논문
- 최대현(2000) 「도시거주 노인의 여가 활동유형에 따른 여가참여욕구, 여가장애, 고독감의 관계」, 충남대학교대학원 석사학위논문

- 한은영(2004) 「실버세대의 화장품 사용 실태에 관한 연구」, 숙명여자 대학교 석사학위논문
- 허미영(1997) 「여성의 체형관리 경험에 대한 여성학적 접근」, 계명대학교 대학원 석사학위논문

4. 국외 학위논문

Landy, D, Aronson, E, “The Influence of the character of the criminal and his victim on the descisions simulated jurors” journal of experimental social psychology, Vol.5, 1969. pp.141-152

<정기 간행물>

국민일보, 2006년 11월 21일

김광주·최정옥(1999년 9월) 「실버산업의 실태분석과 발전방안」, 『산경연구원』

김성남·이경숙 「20-40대 여성의 외모관심도에 따른 외모관리 행동」, 『한국패션비즈니스학회지』

김정애, 김용숙(2001) 「여고생의 신체만족도와 외모관리 행동에 관한 연구」, 『한국가정과 교육학회지』

대한통계협회(1991) : 한국의 사회 지표

류현혜(2006) 「노인여성의 외모관리 행동 분석」, 『국제뷰티산업학회지』

삼성 경제 연구소 삼우설계 (1992), 실버산업의 현황과 전망

이의훈·신주영(2004) 「라이프 스타일을 통한 실버 시장 세분화 연구」, 『한국노년학회지』

장안화(2006) 「실버세대 여성의 의복디자인 선호도-60대 이상을 중심으로」, 『한국 의류산업학회지』

통계청(2005), 장래인구추계표 : 연령계층별 구성비 추이

통계청, 장래인구특별추계, 2006.8

이의훈·신주영(2004) 「라이프 스타일을 통한 실버 시장 세분화 연구」, 『한국노년학회지』

<인터넷 사이트>

<http://www.wella.co.kr/gomenu.asp?go=22>



【부 록】

<설문지 : 모발 염색 실태와 모발염색 전·후 만족도 조사>

안녕하십니까?

본 설문지 목적은 귀하의 모발 염색 실태와 모발 염색 전과 후의 만족도 변화를 알아보는 것입니다. 본 설문지 결과는 익명으로 처리되며, 오직 학문연구를 위해서만 사용될 것을 약속드립니다. 바쁘신 중에도 본 연구에 협조해 주셔서 대단히 감사합니다.

한성대학교 예술대학원 뷰티예술학과

지도교수 : 최 근 희

연구자 : 김 근 자

(200413605@naver.com)

I 다음은 귀하의 일반적 사항에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 연세는 어떻게 되십니까?
① 55~59세 ② 60~64세 ③ 65~69세 ④ 70세 이상
2. 귀하의 거주지는 어떻게 되십니까?
① 수도권 ② 지방
3. 귀하의 성별을 어떻게 되십니까?
① 남 ② 여
4. 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까?
① 중졸 이하 ② 고졸 ③ 대졸 ④ 대학원 재학 이상 ⑤ 기타
5. 귀하 가정 전체의 한 달 평균 소득은 어떻게 되십니까?
① 50만원 미만 ② 100만원 미만 ③ 100만원 이상~200만원 미만
④ 200만원 이상~300만원 미만 ⑤ 300만원 이상~400만원 미만 ⑥ 400만원 이상

6. 귀하는 한 달 용돈을 얼마나 쓰십니까?

- ① 10만원 미만 ② 10만원 이상~20만원 미만 ③ 20만원 이상~30만원 미만
④ 30만원 이상~40만원 미만 ⑤ 40만원 이상~50만원 미만 ⑥ 50만원 이상

II 다음은 귀하의 외모 관심도에 관한 질문입니다.

각 문항마다 귀하의 생각과 일치하는 번호에 ‘V표’ 해주십시오.

1. 귀하는 현재 자신의 모습에 만족하십니까?

- ① 만족한다 ② 보통이다 ③ 만족하지 못한다

2. 귀하는 자신의 외모 가운데 무엇에 신경을 쓰십니까?

- ① 장신구(시계, 팔찌, 반지, 목걸이 등) ② 패션잡화(신발,가방,모자,스카프 등)
③ 헤어스타일(머리모양, 머리색 등) ④ 메이크업(화장) ⑤ 의상(옷)

III 다음은 귀하의 모발 염색에 관한 질문입니다.

각 문항마다 귀하의 생각과 일치하는 번호에 ‘V표’ 해주십시오.

1. 귀하는 평균적으로 몇 달에 한 번 염색을 하십니까?

- ① 한 달에 2번 이상 ② 한 달에 1번 ③ 두 달에 1번 ④ 세 달에 1번
⑤ 여섯 달에 1번 ⑥ 1년에 1번 ⑦ 불규칙적으로

2. 귀하는 주로 어디서 염색을 하십니까?

- ① 미용실 ② 집 (☞ 아래 ‘3-1번’~‘3-4번’ 문항에 응답) ③ 자원봉사시설
④ 기타

3-1. 염색 제품은 누가 구입하는 편입니까?

- ① 본인 ② 자녀 ③ 배우자 ④ 기타

3-2. 귀하는 항상 같은 염색 제품을 구입하십니까? ① 예 ② 아니요

3-3. 염색 제품을 선택할 때 어떤 점을 가장 고려하십니까?

- ① 냄새(자극) ② 사용 시 편리함 ③ 가격 ④ 브랜드

3-4. 염색 제품을 구입하시기 전에 설명서를 읽어보십니까?

- ① 전혀 읽지 않는다 ② 가끔 읽는다 ③ 항상 읽는다

4. 한 번 염색할 때 지불하는 비용은 평균 얼마입니까?
 ① 1만원 미만 ② 1만원 이상~2만원 미만 ③ 2만원 이상~3만원 미만
 ④ 3만원 이상~4만원 미만 ⑤ 4만원 이상~5만원 미만 ⑥ 5만원 이상
5. 모발을 염색하는데 걸리는 시간은 평균 어느 정도입니까?
 ① 1시간 미만 ② 2시간 미만 ③ 2시간 이상
6. 귀하는 언제부터 염색을 하기 시작하십니까?
 ① 20대부터 ② 30대부터 ③ 40대부터 ④ 50대부터 ⑤ 60대 이후
7. 귀하께서 염색을 하는 목적은 무엇입니까?
 ① 젊어 보이기 위해 ② 단정해(깨끗해) 보이기 위해
 ③ 좋은 인상을 주기 위해 ④ 기타
8. 귀하는 염색을 할 때 무엇을 가장 고려하십니까?
 ① 염색할 색상이 나에게 어울리는지의 여부 ② 염색 후 모발이 손상되는 정도
 ③ 염색한 색상이 유지되는 기간 ④ 염색가격 ⑤ 새치커버 ⑥ 기타
9. 나는 ‘미용실에서 염색했을 때’와 ‘집에서 염색했을 때’, 염색에 차이가 난다고
 생각합니까?
 ① 그렇다 ② 보통이다 ③ 그렇지 않다
10. ‘미용실에서 염색했을 때’와 ‘집에서 염색했을 때’, 염색에 차이가 난다면
 그 원인은 무엇이라고 생각하십니까?
 ① 기분상 ② 제품 차이 ③ 전문인과의 기술차이 ④ 기타
11. 귀하는 모발 염색 후 부작용을 경험한 적이 있으십니까?
 ① 아니요 ② 예 (☞ 아래 ‘21번’ 문항에 응답)
12. 모발 염색 후 생긴 부작용은 무엇이었습니다? (경험하신 부작용을 모두 표시)
 ① 눈이 가렵거나 따가웠다 ② 두피가 가렵거나 따가웠다
 ③ 모발이 거칠어지고 잘 끊어 졌다 ④ 모발이 탈모가 됐다
 ⑤ 구토가 났다 ⑥ 현기증이 났다 ⑦ 기타

13. 귀하께서 염색할 색상을 선택하는 기준은 무엇입니까?
① 흰 머리를 커버할 수 있는 색 ② 내가 좋아하는 색
③ 나에게 어울리는 색 ④ 헤어디자이너가 권해주는 색 ⑤ 기타
14. 귀하는 염색 시술 전 불만족 했다면 그 이유는 무엇입니까?
① 흰 머리가 많이 보여서 ② 나이보다 늙어 보여서
③ 우울해 저서 ④ 기타
15. 귀하는 염색 시술 후 그 결과에 만족했다면 그 이유는 무엇입니까?
① 색상이 예뻐 ② 색상이 나와 잘 어울림 ③ 염색한 색상이 유지되는 기간
④ 염색가격 ⑤ 새치커버가 잘 됨 ⑥ 기타
16. 귀하는 염색 시술 후 , 그 결과에 만족하지 못했다면 그 이유는 무엇입니까?
① 색상이 안 예뻐 ② 색상이 나와 잘 어울리지 않음
③ 염색한 색상이 유지되는 기간 ④ 염색가격 ⑤ 새치커버가 안 됨 ⑥ 기 타
17. 염색 후 기분은 어떠했습니까?
① 좋다 ② 보통이다 ③ 나쁘다
18. 제시된 차트를 보신 후, 질문과 가장 가까운 색상을 선택해 주세요.
- 18-1. 귀하의 현재 염색 색상은 무엇입니까?
① 1N(흑색) ② 3N(어두운 갈색) ③ 5N(갈색) ④ 6N(조금 밝은갈색) ⑤ 기타

- 설문에 참여해 주셔서 대단히 감사합니다 -

ABSTRACT

A Study on the State of Hair Coloring and Satisfaction with Hair Coloring Procedure in Elderly Women

Kim Keun-ja

Major in Hair Design

Department of Beauty Art

Graduate School of Art

Hansung University



There is no end to human desire for beauty, and everybody wants to lead a healthy and beautiful life in old age. Human inquiry into beauty has continued since the primitive age, and in today's highly civilized society, beauty refers to the new creation of the body from scientific, artistic, medical and sociological perspectives.

Lately, lots of people pay growing attention to beauty as well as health, and elderly women also have much interest in beauty service as one of the best

ways to make their appearance more beautiful, express themselves and build confidence.

In future society, the elderly population is expected to be on the rise, and they are expected to live a more affluent, happier, healthier and more comfortable life and to be increasingly interested in their looks. Usually, people find it necessary to ask help from experts when they get a haircut or perm. In terms of hair coloring, however, a hair-dye is very accessible to anybody, and some people color their own hair for themselves indiscreetly as they think everybody can do it without seeking help from experts. But they don't find it easy to color their hair exactly as they want, and inappropriate hair coloring results in doing fatal damage to hair. Once hair is damaged, it's difficult to recover it.

The purpose of this study was to examine the state of elderly women's hair coloring and their satisfaction level with it in the beauty industry in an attempt to provide some information on how to step up the development of the elderly beauty industry, part of the elderly market.

Hairstylists should provide elderly people with customized beauty service to raise their satisfaction level to accelerate the development of the elderly beauty industry, instead of merely focusing on the younger generations, in order to stay abreast with current trends. This study has the following limitations since hairdressers and elderly customers weren't aware of the necessity of such customized service:

First, the subjects in this study were primarily selected from Dongjak-gu and Yangcheon-gu in Seoul and from North Jeolla Province, and the findings might

not be generalizable.

Second, given the characteristics of this study, just elderly women were examined, and the findings might not be generalizable, either, since the number of men who use beauty service is on the increase.

Based on the findings of the study, there are some suggestions on future research efforts:

First, the demographic characteristics of the elderly population should be grasped to offer appropriate service tailored to their characteristics to let them lead a better life in old age.

Second, the development of beauty welfare programs tailored to local characteristics is required, and it's needed to take some actions to successfully deal with older people who color their own hair at home, as they have a stronger tendency to color their own hair for themselves.

Third, the psychological traits of the elderly should be utilized properly to boost their satisfaction level.

Fourth, beauty welfare experts who are qualified to take care of elderly customers in light of their characteristics should be nurtured to extend the scope of beauty service to keep up with aging society.

