

碩士學位論文

염모제발달과 트렌드에 따른
소비행동에 관한 연구

2006年

漢城大學校 藝術大學院

뷰티藝術學科

헤어디자인 專攻

金 京 仁

碩 士 學 位 論 文
指 導 教 授 申 仁 淑

염모제발달과 트렌드에 따른
소비 행동에 관한 연구

A Study on the Action of Consume Based on Trend
and Progression of Hair Color Products

2005年 11月

漢城大學校 藝術大學院

뷰티藝術學科

헤어디자인 專攻

金 京 仁

碩 士 學 位 論 文
指 導 教 授 申 仁 淑

염모제발달과 트렌드에 따른
소비 행동에 관한 연구

A Study on the Action of Consume Based on Trend
and Progression of Hair Color Products

이 論文을 藝術學 碩士學位論文으로 提出함

2005年 12月

漢城大學校 藝術大學院

뷰티藝術學科

헤어디자인 專攻

金 京 仁

金京仁의 藝術學碩士學位 論文을 認定함

2005年 12月

審査委員長_____㉠

審査委員_____㉠

審査委員_____㉠

목 차

제 1 장 서론

1. 연구의 목적	1
2. 연구 내용	3
3. 연구 범위 및 방법	4

제 2 장 염모제 발달과 트렌드

1. 염모제 발달과 분류	6
1-1. 모발 염색과 염모제의 발달	6
1-2. 모발 염색의 원리	13
1-3. 염모제 종류와 분류	16
2. 염모제와 트렌드	27
2-1. 염모제 소비자 트렌드	27
2-2. 염모제 생산 산업 트렌드	32
3. 소비 행동 연구에 대한 일반적 정의	39
4. 염모제 시장의 영향으로 인한 소비행동	41
4-1. 전문성 결여가 소비행동에 미치는 영향	41
4-2. 자체 개발의 어려움이 소비행동에 미치는 영향	42
4-3. 전문 교육과 인식 부족이 소비행동에 미치는 영향	44

제3장 트렌드와 염모제 소비행동 분석

1. 조사개요	46
1-1. 조사대상 및 기관	46
1-2. 조사내용 및 방법	46
1-3. 자료 처리 및 분석	48
2. 조사대상자의 일반적 특성 및 모발의 특성	49

3. 염색에 대한 소비자 트렌드 조사	54
3-1. 염색 소비 유,무에 대한 요인	54
3-2. 염색 시 선호 색상	60
3-3. 염색 시 색상 결정 요인	63
3-4. 염색 시 시술 방식에 따른 선호 형태	65
3-5. 염색에 대한 소비자 만족도	67
4. 염모제에 대한 소비자 선호도 및 소비행동 조사	71
4-1. 염모제 선택 결정의 요인	71
4-2. 염모제 소비 빈도 및 희망 지속 기간	77
4-3. 염모제 가격과 품질에 따른 소비행동	80
4-4. 염모제 의사 결정 과정에 따른 소비행동	83
4-5. 국내 염모제에 대한 소비행동	89
4-6. 해외 염모제에 대한 소비행동	92

제 4 장 결론 및 제언

1. 결 론	99
2. 제 언	107

참고문헌	108
------------	-----

Abstract	110
----------------	-----

설문지	112
-----------	-----

표 / 그림 목 차

<표1>모발 염색 이유	6
<표2>염모제의 기간에 따른 분류	19
<표3>탈색제의 종류	24
<표4>과산화수소 강도에 따른 분류	26
<표5>유통경로 별 시장 점유비	30
<표6>국내 염모제 시장 추이	33
<표7>염모제 생산 및 수입 현황	34
<표8>주요 업체별 전략 및 주력 브랜드	37
<표9>소비 행동 연구 과정	39
<표10>소비 행동에 영향을 미치는 요소	40
<표11>염모제 신제품 출시 사항	43
<표12>설문지 조사 내용	47
<표13>조사대상자의 일반적 특성	49
<표14-1>조사 대상자의 모발의 특성-모발색	50
<표14-2>조사 대상자의 모발의 특성-모발형태	51
<표14-3>조사 대상자의 모발의 특성-모발성질	52
<표15>조사 대상자의 염색 경험 여부	54
<표16>조사 대상자의 모발 염색을 하는 이유	55
<표17>조사 대상자의 염색을 하지 않는 이유	56
<표18>조사 대상자의 염색 계획이 있는지 여부	57
<표19>조사 대상자의 좋아하는 헤어컬러	60
<표20>염색 시 가장 해보고 싶은 색상	61
<표21>모발 염모 시 염색 색상 결정 요인	63
<표22>모발염색 시 선호하는 염모 방법	65
<표23>염색 후 결과에 대한 만족도 차이	67

<표24>염색 후 손상 정도에 대한 만족도차이	68
<표25>염색 후 손질의 필요성 정도 비교	60
<표26>선택한 염모제의 사용하는 이유	71
<표27>염모제 구입 시 구입 조건	73
<표28>염모에 대한 정보원	75
<표29>모발 염색 주기	77
<표30>모발 염모가 지속되기를 바라는 기간	78
<표31>염색을 위한 연 평균 투자정도	80
<표32>염모제 가격을 고려하는 정도 차이	82
<표33>염모제 의사결정시 브랜드고려정도	83
<표34>염모제 의사결정시 색상 고려 정도	84
<표35>의사결정시 염색 시간 고려 정도	85
<표36>염모제 의사 결정 시 냄새 고려 정도	86
<표37>염모제 의사 결정 시 인체 유해 고려 정도	87
<표38>염모제 의사 결정 시 모발에 해롭다 여기는 정도	88
<표39>국내 염모제에 대한 만족도 차이	89
<표40>국내 염모제의 가격의 만족도 차이	89
<표41>국내 염모제의 질에 대한 만족도 차이	90
<표42>국내 염모제의 색상의 만족도 차이	90
<표43>국외 염모제를 사용 경험 여부	92
<표44>국외 염모제를 사용하는 이유	94
<표45>국외 염모제의 전체적인 만족도 차이	96
<표46>국외 염모제의 가격의 만족도 차이	96
<표47>국외 염모제의 질에 대한 만족도 차이	97
<표48>국외 염모제의 색상의 만족도 차이	97
<그림1>염모제 수입 현황	35

국 문 초 록

모발 조형의 요소 중 하나인 염색은 인간에게 생리적, 심리적 영향을 준다. 즉, 색은 인간의 감성적 욕구가 잘 반영될 수 있는 도구로써 디자인의 가치를 한층 높여주고, 새로움을 주기 위한 이미지 전환에 큰 역할을 한다.

소비자들은 더 나은 자신의 이미지를 창출하기 위해 혹은 사회 전반의 흐름과 관련이 깊은 트렌드에 영향을 받아 모발의 색에 관심을 갖고, 염색을 하기 시작했다.

그러나, 모발의 염색과 탈색 등의 기술이 잦아질수록, 모발 손상에 문제가 발생하였는데, 이로 인해 대부분의 소비자들은 모발 관리를 증진시킬 수 있는 방안의 염모제에 관심을 갖게 되었다.

이에 따라 본 연구는 염모제에 대한 소비 행동을 분석함으로써 염모제에 대한 소비자의 사회적 인식과 염모제의 발전 방향을 제시해 모발염색의 트렌드에 관련된 기초 자료를 제공하는데 그 목적을 두고 있다.

본 연구에서는 서울, 경기, 전라 지역에 살고 있는 남녀 265명을 표본으로, SPSS win Ver.12.0 프로그램을 이용하여, t-test 와 One-Way Anova를 실시하였다.

본 연구의 목적은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 일반적인 특성인 성별, 나이, 거주지, 직업 등으로 제한하였으며, 이로 인해 좀 더 구체적이고 종합적으로 파악하고자 했다.

둘째, 본 연구는 염모제에 관한 현실적인 실태를 분석하고, 일반 소비자의 의식에 영향을 주는 모발 염색의 트렌드 경향에 초점을 두어 분석하고자 했다.

셋째, 본 연구는 모발 염색의 사회적인 인식에 따른 반응과 일반적인 특성에 의한 소비자의 소비행동을 연구하고자 했다.

넷째, 향후 발전을 위한 방향으로 우리나라와 외국간의 적절한 기술 제휴와 염색 교육기관의 확산, 염모제의 과학적 분석, 생산 업체의 꾸준한 개발과 노력 등을 제시하고자 했다.

제 1 장 서론

1. 연구의 목적

현대사회는 산업과 경제의 눈부신 발전으로 생활 문화의 수준이 향상되면서 자신의 건강과 외모를 중요시하는 질적인 삶을 추구하게 되었다. 특히 대중매체의 발전으로 정보화 시대, 개성주의 시대를 맞이하게 되었으며, 이에 따라 현대인들은 자신의 아름다움을 추구하기 위하여 남녀노소를 막론하고 많은 노력을 기울이고 있다. 이러한 미에 대한 욕구는 패션산업과 더불어 미용 산업의 발전에 많은 영향을 주었다. 특히 매스미디어의 발달로 모든 디자인에 색상의 활용도가 높아져 가고 있다.

이러한 경향으로 모발의 염색은 개성을 중시하는 현대인들에게 의상이나 메이크업과 더불어 자신의 장점을 부각 시키는 수단이 되었고, 더욱 다양한 염색을 통해 자신의 기대와 욕구에 만족되는 이미지를 표현할 수 있게 되었다.

현재 염색은 패션을 선도하는 연예인이나 모델을 중심으로 다양한 모발 색에 관심이 증가하였으며, 해마다 여러 염모제 회사와 미용관련 업체를 중심으로 주도되는 컬러 트렌드에 의해 고차원적인 모발염색을 선호하게 되었다.

처음 염색이 시작되던 고대를 살펴보면 지금처럼 다양한 색과 종류의 염모제가 존재하지 않았으며, 모발염색이 자신의 이미지를 표현하는 도구로 사용되지 않았다. 모발염색의 역사는 B. C 3천년 전부터 시작되었고, B.C 2000년 전에 이집트인들이 로소히에티미스(lawsomia tharmis)라는 풀의 잎을 갈아서 가루를 만들어 모발에 색을 입혔으며,¹⁾ 1986년 산화수를 이용한 것에서 그 기원을 찾을 수 있다. 고대의 염색은 주로 장식의 개념이나 여성본능인미를 추구하고자 하는 단순한 목적으로 사용되어졌으며, 염모제도 자연자원

1) 조정혜 외 2인, “염색시장분석에 관한 이론적 고찰”, 한국 미용학회지, 8(2), 2002, p. 1

을 활용한 염모제가 대부분이었다.

16세기에 접어들면서 화학반응의 원리를 이용하는 방법으로 염색이 사람들에게 일반적으로 인식되었고, 17세기에는 탈색의 개념이 적용되면서 18세기를 거쳐 염색유지와 염색제거의 기법이 나오게 되었다. 19세기에는 과산화수소의 발견으로 산화염료에 의한 염색기술이 발달되면서 더욱 다양한 색상을 만들어 낼 수 있게 되었다.²⁾

염색시장이 세분화되면서 모발염색은 기존의 늘어난 흰머리 염색과 같은 단순한 기능에서 이미지 변화를 주기 위한 염색이 주목을 받기 시작하면서 1990년대 이후에는 모발 염색이 급격히 유행하여 염모제의 색상이 25-35 가지로 늘어나기 시작했다.³⁾

현대의 모발염색은 미용계의 주요 서비스 산업으로 등장하게 되었고, 청소년과 젊은 층 사이에 이미 패션 테마의 한 분야로 인식되어 염색을 중심으로 시장이 확대되었다. 따라서 염색 인구가 증가함은 물론 제품 시장의 규모 또한 확대되어 각 업체에서는 염모제를 주력 상품으로 전면에 내세우고, 제품력과 가격, 교육 프로그램 등으로 차별화 전략을 마련하였고, 염모제의 판매와 더불어 염색 색상을 유지시켜주는 관련 제품의 시너지 효과를 노리게 되었다.

이러한 소비자의 욕구에 따른 다양한 색상의 염모제가 출시되면서 시장에서 우위 확보를 위해서는 소비자의 욕구 파악이 무엇보다 가장 중요한 문제로 대두되게 되었다.

그러나 1990년대 후반에 우리나라의 금융위기의 시기를 거치면서 소비자들을 중심으로 전문적인 미용실의 염색보다는 가정에서 저렴하고 손쉽게 직접 시술할 수 있는 자가 염색 기술이 확산되기 시작했다.

소비자들은 점판 시장에서 중저가 염모제를 선호하였고, 약국이나 마켓 등

2) 고영주 “헤어컬러가 이미지변화에 미치는 영향 및 인구 통계적 변수에 따른 헤어컬러 선호도와 관계” 조선대학교 산업대학원 석사학위논문 .2002 .p 29

3) 최귀자, “일부 여성의 모발 염색 실태와 관련 요인 분석”, 경산대학교 석사학위 논문, 2001, p.28

비전문 유통을 더 이용하게 되었다.⁴⁾

이로 인해 염색은 대중화 되었으나, 비전문적이고 무분별한 염색 기술로 모발 손상 또한 많아져 모발의 건강에 대한 관심이 고조되기 시작했다 .

사회 전체에 웰빙(well-being)이 우리 생활 스타일에 있어 중요한 요소로 인식 확산 되어 새로운 생활의 트렌드로 자리 잡았고, 일반 대중들은 더욱더 건강한 삶으로 나아가려는 경향이 두드러졌다.

과거 몇대기 염색의 비중이 많았던 것에 비해 현재는 모발 염색 후 손상을 염려하여 현재는 모발의 관리, 두피의 영양 상태 등에 보다 초점이 모아지고 있다.

즉, 기존의 백모를 감추거나 단지 모발의 색상변화만을 위한 염색이 아니라 이제는 자신의 개성을 표현하는 것에 그치지 않고 손상으로부터 모발을 보호하고자 하는 추세로 변화하고 있는 것이다.

이와 같이 일반 소비자들의 염모제에 대한 기초 상식 부족, 생산자의 부정확한 소비자의 행동 분석 등은 국내 염모제 시장이 트렌드에 대응하는 경쟁력을 뒷받침 하지 못하고 있는 실정이다.

이에 본 연구는 소비자들의 측면에서 염모제 선호도와 염모제 소비 행동에 관한 실태를 분석하여 보다 과학적이고 체계적인 세부 시장 분석이 이루어지도록 하며 앞으로의 염모제 산업과 모발 산업의 발전 방향에 기초를 제시하고자 한다.

2. 연구 내용

현대의 토탈 패션 시대에는 색상이 다양한 뭉을 차지하고, 모발에서의 색상도 다양하면서 대담한 변화를 주고 있는 추세이다.⁵⁾ 따라서 자신의 기호,

4) 박옥경 “헤어염색에 있어서 트리트먼트가 헤어칼라에 미치는 영향에 관한 연구” 조선대학교 산업대학원, 석사학위논문 , 2003,p.1

5) 황희순, 「미용학개론」, (서울: 청구문화사), 1996, p. 25

의상 및 메이크업이나 헤어스타일의 분위기에 따라 모발 색상을 바꾸는 것은 토탈 패션 시대에서는 당연한 결과이며, 풍부하게 나오고 있는 여러 가지 색상 및 다양한 종류의 염, 탈색제를 통해 모발 염색의 기술이 진보하여 다양해지고 있음을 확인할 수 있다.

이렇듯 모발 염색이 생활 주변의 다양한 변화와 어울려 더욱 발전하고 서로 조화의 관계를 유지하고 있어서 근본적으로 모발이라는 소재의 변화에 대응하여 염모제를 중심으로 다양한 연구가 행해지고 있으며, 그 결과의 산물인 다양한 신제품의 종류 개발이 끊임없이 진행되고 있다.⁶⁾

특히 염모제 시장의 경우 그 사회 주변을 둘러싸고 있는 시대 문화의 발달과 밀접한 관련이 있으므로 소비자들의 모발 염색 트렌드를 분석하는 것은 매우 중요하다고 판단된다.

이에 본 연구에서는

첫째, 소비자들의 헤어 컬러 선호도를 분석하여 염모제 소비 시장의 색채 트렌드를 분석하고자 한다.

둘째, 소비자들의 염모 활동과 염모제 소비 행동을 분석하여 구매 시 선택 기준과 소비 현황을 살펴보고자 한다.

셋째, 국내외 염모제 사용 실태와 만족도 분석을 통해 앞으로의 염모제 시장에서 고려할 점과 대안을 모색하고자 한다.

3. 연구 범위 및 방법

연구를 위한 기본 설계에서 연구의 범위는 염모제의 다양한 특성 중 미용 전문가를 포함한 일반 소비자들의 헤어 컬러 선호도와 소비 행동 실태에 관한 각종 자료와 설문조사, 문헌 분석에 중점을 두고자 한다. 또, 염모제와 관련된 전문 서적, 논문, 정부 간행물 등 문헌과 관련된 화장품 업계와 의약계,

6) 김막례, “미용 종사자의 염모제에 대한 지식 및 사용실태에 관한 연구”, 숙명여대 대학원 석사학위논문, 2004, p. 1(참조)

기타 관련 기관의 자료를 수집하여 논문 작성에 기초를 두어 활용하고자 한다.

연구 방법은 소비자들의 직접적인 의식과 실태를 알아보기 위해 일반소비자를 대상으로 설문지를 통한 실증분석을 함께 하고자 한다.

본 연구는 모두 4장으로 구성하였으며

제 1장에서는 연구의 목적과 내용 및 방법.

제 2장에서는 염모제의 발달과정과 염모제를 소비하는 소비자 중심의 트렌드와 염모제 시장의 유통 현황을 분석.

제 3장에서는 트렌드에 따른 염모제의 소비행동을 설문지 조사를 토대로 실증적으로 분석.

제 4장에서는 결론에서는 염모제 소비자 성향을 정리하고, 염모제 시장의 효율적이고 합리적인 운영과 소비자들의 욕구가 반영된 시장 확대를 위한 개선점과 제언을 위주로 요약 정리하고자 한다.

제 2 장 염모제 발달과 트렌드

1. 염모제의 발달과 분류

1-1. 모발 염색과 염모제의 발달

가. 모발 염색

색은 우리의 감정이나 기분에 미묘하게 작용하여 우리가 의식하거나 혹은 무 의식하는 상태에서 인간의 감정에 영향을 준다. 색은 사물과 관계에 있어 내재된 성격이나 다양성을 표현하는 특성을 가지고 있다.

이러한 기본적인 심리로 인해 모발 염색은 모발의 색을 변화시키는 것으로 인공색소를 도포하고 혼합하여 모발에 원하는 색상이 시술되어진다. 즉, 염색은 자연의 모발 색상에 과학기술을 응용하여 아름다움을 추구하는 인간 욕구의 예술적 행위라 할 수 있다.⁷⁾

또한 염색이란 모발의 색소를 기여 색소로 인공색소를 더한 것으로, 백발을 본래의 모발 색처럼 만들거나 또는 인공적인 모발의 색으로 수정해 모발에 적극적인 색의 다양함을 줌으로써 패션의 수단으로 사용하는 것을 의미한다.⁸⁾ 즉, 인간의 신체에 시술하는 모발 염색은 색을 통해 다양하면서도 확실하게 이미지를 변화 시킬 수 있는 중요한 요소라 할 수 있다.

모발 염색은 색채 문화의 발달, 패션의 토털화, 개성시대의 자기표현, 이미지 변신 등의 필요성에 따라 시술되어지며,⁹⁾ 모발 염색의 목적은 다음과 같다.

첫째, 노화에 의한 흰머리를 감추기 위해 백모 염색을 한다.

7) 황정원, 권대순, 김세옥, 최영진, 「Hair color design 염·탈색이론 및 실기」, 고문사, 2002, p. 38

8) 김막례, “미용 종사자의 염모제에 대한 지식 및 사용실태에 관한 연구”, 숙명여대 대학원 석사학위논문, 2004, p. 8

9) 구본미 외 5, 「Hair color dressing」, 청구문화사, 2000, p. 23

둘째, 오래된 스타일에 대한 변화 욕구나 기분 전환을 위해 염색을 한다.

셋째, 개인의 성격이나 패션 경향이 잘 표현되고 창조되며 직업에 따른 자신만의 전문적 이미지를 창출하기 위해 염색을 한다.

넷째, 예술성을 가미하여 스타일을 보다 완성도 높게 보이도록 만들거나 색상의 착시 효과를 주어 얼굴 이미지를 향상되어 보이게 염색을 한다.

다섯째, 윤기가 나고 건강한 모발로 보이는 색상으로의 전환하기 위해 염색을 한다. 염색을 하는 일반적인 이유는 다음의 표와 같다.¹⁰⁾

<표1> 모발 염색 이유

모발 염색의 이유	목 적
백발이나 새치염색	백발이나 새치염색을 통해 전체적으로 깔끔하게 모발 색상을 정돈, 유지시키기 위하여.
새로운 것의 시도	오래된 자신의 스타일에 대한 변화 욕구나 기분 전환을 위하여.
이미지 변화	개인의 성격이나 패션 경향이 잘 표현되고 창조 될 수 있도록 현재의 모발 색상 변화, 작업에 따른 전문적인 이미지 창출을 위하여.
예술성 가미	스타일을 보다 완성도 높게 보이도록 만들거나 색상의 착시효과를 줌으로써 얼굴형을 작게 또는 더 향상 되어 보이도록 만들기 위하여.
모발 관리	손상된 모발의 부분을 복원하기 보다는 건강한 모발로 보이는 색상으로 전환 또는 윤기를 주기 위하여.

자료: 이원경, 「Hair concepts & application」¹¹⁾

나. 염모제의 발달

인류의 모발 염모제의 발견은 고대 이집트, 그리스, 로마까지 거슬러 올라간다. 기록에 의하면 인류 역사상 가장 오래된 염색의 기원은 약 3000여년

10) 이은지 “모발색이 체형 및 이미지에 미치는 영향” 동아대학교 석사학위 논문, 2002 p.11

11) 이원경, 「Hair concepts & application」, (서울: 청구문화사), 2001, p. 206

전 고대 이집트의 3왕조때 자연추출물인 헤나(henna)로 염색한 것이라 한다. 사용법은 미세하게 가루 낸 헤나를 물과 반죽하여 이중 스텍 냄비에 끓인 후 도포하였으며, 시술 전에 고객의 이마와 귀 끝의 피부에 물이 스며드는 것을 방지하기 위해 바셀린을 발랐다¹²⁾는 기록이 있다. 주로 동물의

피와 기름을 섞는 방법, 동물의 땀을 기름에 데운 것, 올챙이를 말려서 기름에 넣고 뿜은 것, 고양이 자궁과 새의 알을 함께 기름에 데운 것 등을 모발 염색약으로 사용하였으며 또한 식물의 추출물로 염색을 하였다고 한다. 흰머리를 보안하기 위해 검은 암소의 피와 거북의 등껍질, 새의 목 부분을 기름에 익힌 것을 사용하였다고 전해지고 또한 모발 뿐 아니라 짙은 눈썹을 가지고 싶어서 아편과 당나귀 간을 기름에 익혀 작은 경단모양으로 만들어 사용하였다¹³⁾고 한다.

이집트인들의 모발 염색은 후에 중동아시아와 아시리아까지 퍼져 나갔다고 전해진다. 중동 아시아와 아시리아인들은 화장품과 모발 염색약을 사용하는데 있어서는 이집트인에 못지않아서 남, 여 모두 눈썹과 속눈썹을 까맣게 칠하거나 염색하였다고 한다. 아수르바니팔왕(King Assurbanipal)은 B.C 7세기에 살았는데 진하게 화장을 하고 향수를 뿌리며 남자들은 헤나로 수염, 두발 그리고 눈썹을 물들였다¹⁴⁾고 전해진다.

그리스에서는 남녀 모두 금발 머리를 선호해서 햇빛이 탈색에 효과가 있다는 사실을 알고 아테네에서 특별히 만든 연고를 머리에 바르고 햇볕에 앉아서 아름다운 금발 머리로 변하기를 기다리기도 하고, 금발 머리로 가발을 만들어 사용하는 등 모발의 색을 변화시키기 위해 적극적인 행동을 하였다¹⁵⁾

12) 고영주 “헤어컬러가 이미지 변화에 미치는 영향 및 인구 통계적 변수에 따른 영향 및 인구 통계적 변수에 따른 헤어컬러 선호도와 관계”, 조선대학교산업대학원, 석사학위 논문, 2002, 10 p.22

13) 김막례, “미용 종사자의 염모제에 대한 지식 및 사용실태에 관한 연구”, 숙명여대 대학원 석사학위논문, 2004, p.5(참조)

14) 심미자, “미용관련학과 학생들의 염모제에 대한 의식 조사”, 경산대학교 보건대학원, 석사학위논문, 2000. p.10

15) 남윤자 외, “전문미용인의 헤어 컬러색상 선호도 조사”, 한국의류산업학회지 연구논문, 2002, p.2

고 한다.

로마에서는 머리염료를 만들기 위한 제조법도 소개 되었고, 사용법으로 햇볕 아래에서 두피에 문지르면 칠흑같이 아름답게 될 것이라 여겼다고 한다. 한편 줄리어스 시이저(Julius Caesar)는 고을(Gaul)지역을 정복한 후에 로마로 금발미녀를 잡아갔다는데, 검은 머리를 가진 로마여성들은 그 광경에 큰 충격을 받았고, 처음에 잡혀온 고을 지역의 금발여성의 모발을 잘라서 가발을 만들었다고 한다. 그것이 한계에 이르자 기름과 재를 혼합하여 그들의 모발을 탈색시켰다고 한다. 금발의 유행으로 블론드 워시 (Blonde Wash)라는 말이 생겨날 정도로 염색기술이 대단히 우수했다¹⁶⁾고 한다.

그 후 중세에 와서는 자연미가 대부분의 남자들과 시인들에 의해 찬미되었고, 따라서 헤나 등을 이용해서 모발을 염색함으로써 모발을 유연하고 부드럽게 보이려는 노력을 하였는데 이 시대는 헤어스타일은 화장 기법에 있어서의 변화보다 더 빨리 받아들여졌다고 한다. “빛으로 머리를 염색하는 용액으로 알려진 헤나에 대한 책이 있을 정도로 염색이 일반화 되었다”¹⁷⁾ 고 한다.

그러나 르네상스 시대인 1548년 이탈리아 수도자이자 문인이었던 휘렌주올라(Firenzuola)는 “여성의 아름다움에 관한 대화”라는 책을 통해 르네상스 시대의 이상적인 미인에 대한 모발의 묘사에서 “모발은 꿀벌과 같이 금빛으로 반드시 가늘고 금발이며 태양의 빛나는 빛과 번쩍임 같이 물결치고 풍부한 술을 지녀야 한다.”¹⁸⁾고 하여 금발이 그 시대의 미의 기준이었음을 추정할 수 있다. 베네치아 여인들은 금발머리를 좋아해 솔라나(Solana)라고 불리는 캡(cap)이 없는 모자를 쓰고 온종일 햇빛에 나가서 베네치아 풍의 붉은 금발색조를 만들어 냈다고 한다.

16세기의 염색은 은을 모발염색에 사용하였는데 이것은 은이 햇빛에 노출

16) 고영주, “헤어컬러가 이미지 변화에 미치는 영향 및 인구 통계적 변수에 따른 영향 및 인구 통계적 변수에 따른 헤어컬러 선호도와 관계”, 2002, 10 p.24 (참조)

17) 류은주, “Clinical Hair Coloring”, 청구문화사, 2001 p.26 (참조)

18) 문창배, “모발염색용 산성 매염 염료 개발과 염색성에 관한 연구”서울대학교 대학원 석사학위 논문, 2003, p.1

되었을 때 산화되어 색상이 검게 변하는 화학반응의 원리를 이용한 것이었다. 1595년 출판된 스티븐 고슨(Stephen Gosson)목사의 책에 그 시대상을 표현한 것에 “곤두선 머리털이 불타는 듯한 머리를 가진 이들”¹⁹⁾이라는 표현을 볼 수 있는데 여기서 불타는 듯한 머리들은 엘리자벳 여왕이 빨간 머리 가발에 어울리도록 물들인 것으로 추정된다. 1602년 휴 플랫(Hugh Plat)은 그의 저서에서 “삼십분 만에 머리카락이나 수염을 염색하는 법”²⁰⁾을 지도했다. 이러한 문장의 표현을 통해 그 당시 염색이 아주 일반화 된 것을 추정할 수 있다.

17세기에는 둥그스름한 붉은 입술에 큰 눈, 길은 눈썹과 길은 머리색이 미의 기준이었고, 이 시기의 남성들은 금발이나 빨간 머리의 여성보다 검은색 또는 밤색 머리를 선호하였고, 이러한 머리가 잘 어울리는 피부색을 갖춘 사람을 찾았다²¹⁾고 전해진다.

18세기에는 여성들이 생식회가 들어있는 탈모제를 집에서 만들어 사용하기도 하였고, 화장품 가게에서 탈모제를 사기도 했다²²⁾고 한다.

이 후 1785년 발행된 식물성 화장품이라는 뜻의 더 토일렛 오프 플로라 “The toilet of Flora”란 책에서는 “모발의 색을 바꾸려면 모발 염색의 방법으로 머리를 샘물에 가서 씻고 주석 기름에 빗을 담가서 햇볕아래에서 빗어야 하고, 이 시술을 하루에 3번씩 하면 늦어도 8일 안에는 모발이 검정색이 되었을 것이다”라고 소개한다. 이 책에서는 빗으로 머리를 염색하는 액에 대한 제조법이 포함되어 있고, 모발을 여러 가지 방법으로 다루는 법이 실려 있다.²³⁾

19) 김막례, “미용 종사자의 염모제에 대한 지식 및 사용실태에 관한 연구”, 숙명여대 대학원 석사학위논문, 2004, p.6

20) 이의수, “모발과학” 수문사, 1998, p7(참조)

21) 김경순 외, “퍼머넌트 웨이브 및 헤어 컬러링”, 청구문화사, 1998, p.21(참조)

22) 고영주, “헤어컬러가 이미지 변화에 미치는 영향 및 인구 통계적 변수에 따른 영향 및 인구 통계적 변수에 따른 헤어컬러 선호도와와의 관계”, 조선대학교 산업대학원 석사학위 논문, 2002, 10 p.26

23) 남윤자 외, “전문 미용인의 헤어컬러 색상 선호도 조사”, 2002, p.2

19세기에는 모발을 위한 화장품은 얼굴에 사용된 화장품보다 빨리 받아들여졌다. 천연재료가 아닌 합성 염모제의 개발로 염색과 탈색의 획기적인 발전의 계기가 된 것은 1818년 자크 테나르(Jacques Thenard)가 과산화수소(H_2O_2)를 발견한 후부터이다.²⁴⁾ 이후 탈색의 방법이 더 간단해졌으며, 1860년 나폴레옹의 애인 코라(Cora)는 진주(pearl)로 모발을 밝게 염색²⁵⁾하기도 했다고 한다. 1863년 독일의 호프만(Hoffmann, August Wilhelm)에 의해 파라페닐렌디아민(Paraphenylene Diamine : P.P.D)의 산화에 의해 탈색된다는 사실을 발견하면서 산화염료에 의한 안전한 염색기술이 가능하게 되었다. 1888년 독일의 E.에트르만(E. Etrman)이 아미노페놀(Aminophenol)염모제를 발표하였고, 1907년에는 화학자 유젠 슈엘르 (Euge'ne Schueller)에 의해 합성염모제가 개발되었고, 독일의 하우스먼(Haussman)이 인공합성염료제로 사용허가를 얻어 사용하게 된 것이 현대 염색의 시초²⁶⁾라 할 수 있는데 이 염모제들은 현대에 사용하는 유사한 특징을 지니고 있는 것을 볼 수 있다. 기본은 염기성이고 대략 암모니아수이며 불과 알코올에 녹으며 쉽게 산화되고 모발에 매우 자연스러운 색상을 만들어 낼 수 있을 뿐 아니라 모발내의 케라틴(keratin)속에 있을 때 공기에 대한 저항력이 있어 오랫동안 색상을 유지하게 되었다.

20세기에는 안전한 시판용 염모제가 1090년 프랑스에서 개발되었는데 그 시대 대부분의 여성들은 여배우만이 염색을 한다는 인식으로 염색을 선호하지 않았다고 한다. 그러나 모발염색은 유행과 모델, 배우들의 모발 색상에 영향을 입어 점차 대중화 되었고 1931년 미국에서는 미국여성 75%가 염색을 하였다²⁷⁾고 한다.

21세기에는 색채를 이용한 여러 가지 마케팅 전략이 성공을 거두기 시작

24) 김미선 외, "Hair Coloring", 도서출판 예림, 2002, p.9(참조)

25) 류은주, "Clinical Hair Coloring", 청구문화사, 2001, p.2 (참조)

26) 고영주, "헤어컬러가 이미지 변화에 미치는 영향 및 인구 통계적 변수에 따른 영향 및 인구 통계적 변수에 따른 헤어컬러 선호도와 관계", 2002, 10 p28

27) 문창배, "모발염색용 산성 매염 염료 개발과 염색성에 관한 연구" 서울대학교 대학원 석사학위 논문, 2003, p.1

했다. 더욱 다양한 염모제가 쏟아져 나왔고 개성을 살릴 수 있는 다양한 컬러의 대대적인 유행의 흐름과 더불어 자신의 이미지와 피부색에 어울리는 모발색에 관심을 갖게 되었다.

1930년에 이르러서는 79개의 특허가 출원되는 등 본격적인 합성염료를 이용한 산화 염모제와 산성 염모제가 개발 되었고,²⁸⁾ 현재는 염색 산업이 패션의 일부분으로 인식되는 산업 분야로 발전되었다. 1990년도를 접어들면서 모발형태보다 모발색이 더 중요하게 여겨졌으며 또한 인류의 고령화로 노화된 연령층이 증가하면서 염모제 소비량은 계속 증가 했으며, 중 장년층의 흰머리를 감추기 위한 염색뿐 아니라 유행 색에 민감한 젊은층들의 염색의 수요도 점차 증가되었다.²⁹⁾ 2000년대에는 모발색이 화려해져 갖가지 다채로운 색들이 새천년의 희망적 분위기를 타고 패션, 메이크업, 모발 등에 다양하게 적용되었다.³⁰⁾ 이에 따라 염색의 기법도 다양한 각자의 개성을 표현할 수 있을 만큼 확대되었고, 급변하는 시대를 살아가는 현대인에게 모발 색을 변화하는 것은 중요한 관심사가 되었다.

이와 같이 현대에는 개인의 독창성이 중요시되고 다채로운 모발색이 유행하게 되면서 인간의 다양한 감성을 표현하는 도구로 모발염색이 주목받게 되었고, 이제는 모발색 뿐 아니라 윤기 나고 빛나는 머릿결이 중요시 되고 있다. 또한 염색의 횟수가 늘어나면서 되풀이 되는 화학적 시술로 인한 모발의 손상(damage)이 증가되었고, 사회 환경적인 측면에서도 심각한 환경 오염문제로 인해 좀더 환경 친화적인 염색이 요구되었다.³¹⁾ 소비자들 또한 가정에서 행해졌던 자가 염색보다는 미용실에서 전문적으로 기술을 제공받으려는 인식이 점차 확산되고 있고, 인권과 자연보호에 대한 관심과 의식이 높아져 자연

28) 김경순 외, “퍼머넌트 웨이브 및 헤어컬러링”, 청구문화사, 1998, p.79-87 (참조)

29) 박옥경, “헤어염색에 있어서 트리트먼트가 헤어 컬러에 미치는 영향에 관한 연구 ” 조선대학교 산업대학원 석사학위논문, 2003, p.16

30) 김막례, “미용 종사자의 염모제에 대한 지식 및 사용실태에 관한 연구”, 숙명여대 대학원 석사학위논문, 2004, p.8(참조)

31) 김한식 외, “모발미용학”, 현문사, 1997, p.12(참조)

스러운 모발형태와 자연친화적인 색상 위주로 염색시장이 변화되고 있는 추세이다.

1-2. 염색의 원리

염색은 모발에 염모제가 작용하여 모발의 화학적인 성질이 특정염모제의 종류에 따라 다르게 작용함으로써 그 원리를 설명할 수 있다.

염색의 원리를 알아보기에 앞서 염색의 작용이 행해지는 모발에 대한 기본적인 이해가 선행 되어져야 한다.

모발은 포유동물만이 가지고 있으며 피부의 부속으로 피부 표피로부터 생성된 것이다. 모발의 발생은 모체의 태내에서부터 시작하고 태아의 모모세포는 부모의 유전성을 받아 계승된다. 태아의 피부 면에 생긴 모모세포는 태아의 성장과 같이 피부 내에 깊게 침투해 모낭(hair follicle)을 형성한다. 모낭의 제일 깊은 곳에 모유두(hair papilla)가 형성되는데 ,이 모유두에서 모발이 생성된다.

이러한 모유두의 기능이 저하되면 모발 생성에 문제가 생겨나게 된다.

그 원인으로는 첫째 단백질 합성효소에 호르몬 및 비타민 ,미네랄 등의 보조적 요소가 결핍되어 그 기능이 저하된다.³²⁾

둘째 아미노산을 수송하는 모세혈관에 이상이 생겨 모발 제조가 어렵다. 셋째 모유두가 화학적인 요인으로 외상을 입거나 염증에 의해 크게 손상을 받은 경우 심하게는 모발에 탈모현상까지 일어나게 되는 것이 문제점으로 들 수 있다.

모발은 피부 내에 있는 모근부와 피부 밖에 있는 모간부로 나뉘고 일반적으로 사람들이 모발이라고 알고 있는 부분은 바로 이 모간부(hair shaft)인데 모간부는 다시 모표피(cuticle), 피질(cortex), 수질(medula)로 나뉜다.

모표피는 모발의 가장 바깥층으로 멜라닌색소가 없어 반투명의 비늘 모양

32) 한경희 외, “모발과학”, 훈민사, 2002, p.17(참조)

을 하고 있고 황성분과 친수성의 성질을 가지고 있다.

모피질은 모발의 중간층으로 모발의 80~90%를 차지하고 있으며 멜라닌 과립이 산재해 있어 염색이 행해지고 인공색소의 직접적인 영향을 받는 층으로 모발의 물리적 화학적 성질을 좌우한다.

모수질은 모발의 가장 안층으로 공기를 함유해 보온유지와 모발의 탄력성에 결정력을 행사하는 부분이다.

다양한 모발의 색과 피부색을 결정하는 색소는 멜라닌(melanin) 이라고 하는데 이것은 모모세포층에 분포되어있는 멜라노 사이트(melanocytes) 라고 하는 세포로부터 형성된다. 천연모발의 색상을 결정짓는 멜라닌은 크게 3가지 형태로 나눌 수 있다.

첫째, 유 멜라닌(Eu melanin)은 흑갈색과 같은 짙은 색소로 동양인의 모발에 많이 들어있어 모발색의 농도를 결정한다. 모발에 유 멜라닌이 많고 적음에 따라 밝은 황금색에서 검정색까지 나타나며, 화학적 처치를 계속적으로 하게 되면 쉽게 탈색되어진다.

둘째, 트리코시테린(Tricosiderine)은 빨강과 오렌지를 지닌 색소로 유 멜라닌에 비해 크기가 훨씬 미세하여 전자 현미경을 통해서만 관찰이 가능하다. 이것은 모발 섬유질의 중간층에 집중적으로 분포되어 있어 추출해 내기가 쉽지 않다.

셋째, 페오 멜라닌(Pheo melanin)은 가장 밝은 색을 지닌 색소이다. 황금빛 계통의 모발색을 결정짓고, 모발의 가장 안쪽에 분포되어 있고 탈색에 가장 강한 저항력을 가지고 있어 늘 노랑색으로 남게 된다.³³⁾ 모발의 색조를 결정하는 주 역할을 하고 있는 멜라닌 과립(melanin granules)은 방장형 (장경 약 0.8-1.8 μ 단경 약0.3-0.4 μ)을 하고 있다. 색소 과립의 성장, 크기 ,조합에 따라 모발의 색조가 결정된다.³⁴⁾

멜라닌 생성기구에 관해서는 많은 연구가 이루어지고 있지만, 이용 상 고

33) David Adams "The Art Of Hair Coloring"2001. p.144(참조)

34) 프레그랑스 저널3(3), 1975,p.12 (참조)

분자 물질로 되어 있고, 생체 내에서 단백질과 결합하고 있어 조직에서 분리 정체의 어려움으로 아직 확실한 연구가 이루어지고 있지 못한 실정이다.

현재 일반적으로 사용되고 있는 탈색제는 알칼리성 과산화수소로 멜라닌 과립을 산화 분해하는 것으로, 이 조작에 따라 한국인의 흑색 모발을 갈색이나 황색 등으로 변화시키는 것이 가능하다. 그러나 과산화수소에 따른 멜라닌의 산화 분해는 모발 내 단백질 결합에 중대한 손상을 주는 것이 단점임으로 염색 시 선택적으로 사용하는 것이 중요하다.

이처럼 사람마다 가지고 있는 멜라닌 과립의 양에 따라 모발 색은 차이가 나기 때문에 화학적인 염색의 과정을 통해 인공적으로 모발 색을 바꾸기 위해서 많은 방법이 선행되어 왔고, 현재는 연구를 거듭하여 다양한 염색제가 개발 되었다. 그 대표적인 염색의 원리는 크게 두 가지로 분류하여 살펴볼 수 있는데 이는 이온 염착의 원리와 산화중합반응의 원리이다.

먼저 이온 염착의 원리는 모발이 가지고 있는 약 18종류의 아미노산(amino acids)이 양이온과 음이온으로 결합 되어 있는 전기적인 성질을 이용해 염료를 전기적으로 마이너스(-) 이온상태로 만들어 모발 내, 외 부분에 전기적인 상태로 흡착시켜 원하는 인공염료를 침투시키는 방법이다. 이온 염착의 경우 화학적인 변성이 거의 일어나지 않는 것이 특징이다.

산화중합반응의 원리는 제1제인 알칼리(alkali)성의 디아민(diamine)계 염료와 제2제인 과산화수소(H_2O_2)를 동시에 혼합해 염모제와 산소가 결합하는 산화중합이라는 작용을 일으켜 모발 내에서 탈색과 발색을 시켜 모발 색을 내는 원리이다. 이 원리는 알칼리제의 종류와 함량에 따라 또는 과산화수소의 농도(%)에 따라 탈색과 발색의 정도가 조절된다.

그러나 과산화수소가 강하게 모발에 작용되는 경우 모발의 결합을 파괴해 모발 손상이 극심해지고 모발 탄력성까지 잃어 단모의 원인이 되기도 하므로 사용상 주의가 요구되기도 한다.

염색한 모발은 태양광선에 잦은 노출, 부적절한 샴푸제의 지속적인 사용,

열 스타일링(styling)기구 사용, 화학적 처리의 반복 등을 통해 모발이 퇴색한다. 이렇게 발생하는 퇴색을 지연시키는 방법으로는 “염색 분자와 같은 기 및 핵을 갖는 무색을 첨가하는 것도 염색의 퇴색 속도를 억제하는 효과가 있다”³⁵⁾고 한다. 또한 모발을 고유의 약산성으로 돌려주어 모발에 윤기를 더하는 등의 모발 보호 위주의 염색이 더욱 많은 관심을 모으고 있다.

1-3. 염모제 종류와 분류

가. 염모제의 종류

모발 염색제는 제1제 (염료, 알칼리제)와 제2제(산화제)로 구성된다. 제1제 염료는 다양한 색조를 나타내는 인공색소가 들어 있으며, 알칼리인 암모니아(ammonia)가 모발의 바깥층인 모표피를 팽창시켜 과산화수소의 침투를 쉽게 한다. 제2제 산화제는 모피질에 있는 멜라닌 색소를 탈색시키는 역할을 한다.

모발 색상을 변화하는 방법은 크게 세 가지로 구분할 수 있다.

첫째 탈색을 시술하여 모발의 기본 색상을 밝게 하거나,

둘째 인공색소를 모발에 첨가하거나,

셋째 탈색 후 밝아진 모발에 인공색소를 첨가하는 방법이 있다.

염모제는 배합 원료에 따라 천연 식물성 염료(natural-based hair dyes), 금속성 염료(metallic dyes), 합성 염모제인 산화 염료(oxidation dyes), 이온성 염료(ionic dyes) 또는 반응성 염료(reactive dyes)등으로 나눌 수 있다.

또, 합성염모제인 산화 염료는 화학적 작용으로 두 종류로 분류할 수 있는데, 색소를 모발 표면에 부착시켜 자연스럽게 퇴색된 모발에 윤기만을 부여하는 저 알칼리성 산화 염료와 색소를 모발 내부에 화학적으로 침투시켜 염색하는 알칼리성 산화 염료로 나눌 수 있다.

35) 하완식, “몇가지 Azo계 직접 염료의 셀로판 막 위에서의 이상 광 퇴색에 관한 이론적 고찰”, 서울대학교 박사학위 논문, 1974.p.78

(1)식물성 염료

주로 꽃이나 식물에서 추출한 염료를 사용한 염모제로서 부작용이 거의 없으나, 자주 사용할 때는 모발이 건조해지고 뻣뻣해지는 단점이 있다. 헤나와 같은 식물성 염료는 식물의 꽃, 열매 등의 색소가 산성 용액 속에서 케라틴을 염색 시킬 수 있는 성질을 이용하여 만들었으며, 색조는 붉은색으로 단조롭다. 식물성 염료가 모피질 안에 축적되면 모발 색이 탁해지고, 퍼머넌트 웨이브(permanent wave)와 산화 염색제의 침투가 어렵다.³⁶⁾ 그러나, 이러한 단점에도 불구하고 자연 추출물을 선호하는 트렌드 경향으로 꾸준히 선호되고 있는 염료 유형이다.

(2)금속성 염료

금속성 염모제는 납, 철, 카드뮴, 비스마스, 동 등을 기초로 한 염색소로 이들 금속은 철을 제외하고 대부분이 유독한 성분을 가지고 있기 때문에 사용에 제한이 있다. 또한 은, 납 성분을 함유해 퍼머넌트 웨이브나 산화 염색제를 사용할 때에는 모발로부터 미리 염료를 제거해야 되기 때문에 모발의 손상을 우려하는 트렌드 경향에 벗어나 요즘은 잘 사용되지 않고 있다.

(3)합성 염모제

합성 염모제는 그 성질에 따라 산성 염료, 염기성 염료, 및 산화 염료로 구분할 수 있다. 산성염료나 염기성 염료는 일시적으로 또는 가볍게 할 수 있는 염색제로 컬러 린스(color rinse) 컬러 스프레이(color spray) 형태로 사용되며, 염색소, 계면 활성제, 용해제, 기포제, 엉킴 방지제 등의 성분을 포함한다. 산화 염료는 염료 중간체, 염료 수정체, 산화 방지제, 알칼리제, 계면 활성제 등이 포함된 크림타입 (cream type) 또는 액상타입 (water type)의 영구 염색제로 현재 가장 많이 사용되고 있다.

산화형 염모제는 두 가지로 나눌 수 있는데 저 알칼리성 산화 염모제와 알칼리성 산화염모제로 나눌 수 있다.

36) 김미선 외, "Hair Coloring", 예림.2002, p.42(참조)

① 저 알칼리성 산화염모제 (Oxidation Without Ammonia)

저 알칼리성 산화 염모제는 암모니아(ammonia)농도가 약하고 3% 산화제를 합성해 탈색작용이 활발하지 않은 염모제로 자연 멜라닌은 탈색되지 않고 원래 모발 색상과 겹쳐져 많이 밝아지지 않는다. 염색 후 새로 자라나는 모발과 눈에 띄게 차이가 나지 않아 자연스러우며, 이미 밝은 모발을 자라 나온 모발과 같은 색으로 더 어둡게 색상을 맞추고자 할 때, 명도(level)는 바꾸고 싶지 않고 햇빛에서 보이는 반사 빛(reflection)만을 원할 때 권할 수 있는 염색이다. 색상은 4-6주간 유지되며 백모염색은 30-50% 정도 가능하다. 퍼머넌트(permanent) 직후 바로 시술할 수 있는 장점이 있으며, 특히 자연적으로 색이 퇴색된 모발에 윤기와 색상의 선명도를 주고 모발의 손상을 줄일 수 있어 현재 많이 사용되어지고 있다.

② 알칼리성 산화 염모제 (Oxidation With Ammonia)

알칼리성 산화 염모제는 제 1제 암모니아(ammonia) 성분과 제 2제 과산화수소를 섞어 탈색작용과 착색작용이 동시에 이루어지며, 제 1제의 암모니아 분자들이 모피질(cortex) 안에 깊이 들어가 팽창하여 제 2제 산화제에 들어 있는 산소가 작용하여 멜라닌 색소를 분해 시키면 염모제와 산소가 결합하는 산화중합반응을 일으켜 색상이 만들어 지는데, 염색 후 색상이 밖으로 빠져나오기 힘들어 영구적이나 오랜 시간이 지나가면 차차 퇴색되기도 한다. 알칼리성 산화 염모제는 색상을 어둡게 또는 밝게 하거나, 색조만 띄게 할 수 있어 어떤 염색이든지 가능하다. 따라서 다양한 색을 시도하고자 하는 젊은 층에게 선호되고, 특수한 패션 컬러 연출 시에 많이 사용되는 염모제 형태이다.

합성 염모제는 일반적으로는 염색의 견뢰도에 따라 지속되는 기간을 기준으로 일시적 염모제(temporary color), 반영구적 염모제(semi-permanent color), 영구적 염모제(permanent color)의 3종류로 분류된다.

<표2> 염모제의 기간에 따른 분류

	일시적 염모제	반영구적 염모제	영구적 염모제
기간별	1-2회 샴푸로 지워짐	2-4주간 지속	6주 이상 지속
제형별	오일, 액, 스프레이, 스틱	액, 젤, 크림	분말, 액, 크림
PH 37)	3-4	3-7	9-12
염료별	유성염료, 산성염료	산성염료	산화염료
형태적	모표피에 부착	피질외측과 모표피	피질과 수질
화학적	고분자 수지에 의해 집착	아미노기와 결합	피질과 수질
약사법상	화장품	화장품	의약부외품
제형별	제1제형	제1제형이 주로 사용됨	제1·2제형

표 : 이은지 “모발색이 체형 및 이미지에 미치는 영향” 38)

나. 염모제의 기간별 분류

(1) 일시적 염모제(Temporary Color)

일시적 염모제는 한번 하면 바꿀 수 없는 영구 염모제와는 달리 간편하면서도 손쉽게 할 수 있는 염색 제품이다. 안료가 두발 표면의 표피에만 일시적으로 흡착하므로 한번의 세척으로도 곧바로 제거되고 순하고 안전한 염색제이며 과산화수소나 암모니아가 들어 있지 않아 여러 번 사용해도 모발이 건조해지거나 부스러지지 않는다. 일시적 염모제는 선택한 종류와 색조에 따라 가장 평이한 색에서 특이한 색까지 모발 색의 변화를 가져올 수 있어 염색제의 중 가장 광범위하게 이용되고 있다. 일시적인 착색의 효과로 인해 특별한 날 의상과 메이크업에 맞추어 부분 칼라로 코디하여 변화를 주는데 용

37) PH : Power Of Hydrogen. 수소이온농도 지수. 덴마크의 생화학자인 소렌슨(Sorensen)이 처음 쓰기 시작한 것으로 용액속의 수소 이온 농도를 수치화하여 0에서부터 14까지 분류하고 있다.

38) 이은지 “모발색이 체형 및 이미지에 미치는 영향” 동아대학교 석사학위 논문, 2002 p.12

이하며 원할 때 바로 사용하며 간단히 제거된다는 것이 장점이자 단점으로 작용한다. 일시적 염모제의 경우 컬러 마스카라(mascara), 스틱(stick), 젤(gel), 스프레이(spray), 무스(mousse) 등 여러 종류가 있고, 종류에 따라 사용방법이 다양하고, 모발에 1회적으로만 염색되는 특수성이 있어 모발 손상의 부담이 없이 색 연출을 할 수 있다 .

(2) 반영구적 염모제(Semi-permanent color)

반영구적 염모제는 염료를 표피 내부까지만 침투시켜 모발 내부에 화학적으로 착색하는 것으로, 코팅(coating)제, 산성 염모제, 제1제만으로 구성되어 있어 직접 염모제라고도 하며, 헤어 메니큐어(hair manicure)와 컬러 린스(color rinse)가 여기에 해당 한다. 산성염모제인 반영구 염모제는 이온결합을 이용한 염색방법이다. 모발안의 음이온과 양이온의 결합은 여러 가지 요인으로 인한 손상으로 음이온만 남게 되는데 모발에 윤기와 부드러움을 주는 양이온이 사라져 푸석거리고 거친 모발이 된다. 이때 양이온을 가지고 있는 산성 염모제를 시술하면 모발의 이온 결합이 정상화 되어 윤기를 되찾는 것이다.³⁹⁾ 일반적으로 “ PH가 약산성일 때에는 모표피가 수축 할 뿐만 아니라 자연스러운 광택을 유지하며, 모표피 층이 서로 엉키지 않는다.”⁴⁰⁾ 고 알려져 있다.

시술방법은 영구 염색과 달리 손을 이용해 문질러 주거나 빗으로 빗겨 주어야 하며 음이온만 남은 손상모일 수록 염착력이 뛰어나고 모표피의 결이 경 케라틴(keratin)으로 이루어진 동양인에게 용이하다.

일반적인 반영구염모제의 지속력은 7-8회이나 색상이 유지될 수 있도록 샴푸에 어느 정도는 견딜 만큼의 염착성이 있어 6주까지도 유지가 가능하며, 알레르기 반응도 잘 일어나지 않는다는 장점이 있다.

39) 이상근,안현경, 양선미, 전선정, 「전문가를 위한 모발 염색 디자인」, (서울: 형설출판사), 1999, p. 97

40) 김미선 외, “Hair Coloring”, 2002, 도서출판 예림. p.45

그러나 헤어 메니큐어의 경우 피부에 대한 염착성이 높아, 미용사에 의해서만 시술이 가능하며, 이와 관련하여 두피에 때가 묻기 어려운 도포 도구의 개발과 용제의 개발 및 염색 방법에 대한 연구들이 이루어지고 있다. 이에 비해 컬러린스는 가정에서도 사용할 수 있다는 장점이 있으나, 멜라닌(melanin)을 탈색시키는 작용이 없어 다양한 색의 연출에 한계가 있다.

또 손질되었을 때의 색상은 원래 모발의 색에 겹쳐져 보이기 때문에 모발의 색이 어두운 만큼 선명함을 내기 어렵다는 단점이 있다.

백모의 경우 10-30%까지 착색시킬 수 있으며, 퍼머넌트, 영구적인 염색, 탈색을 한 후에 모발의 색을 단기간 동안만 변화시키고 싶을 때 사용할 수 있는 장점이 있어, 변화하는 소비자의 욕구에 잘 맞는 염색 시술 방법으로 자리 잡고 있다.

(3) 영구적 염모제(Permanent hair color)

영구적 염모제는 모발의 색을 영구적으로 변화시켜 모발 본래의 색으로 돌아오지 못하게 영구적인 색상의 변화를 주는 것으로 염모제 중 가장 염색 효과가 뛰어나다. 디아민(diamine)계 염료를 과산화수소의 산화력으로 반응시켜 발색하는 원리의 염모제로 다양한 염료를 사용하여 염색을 한다.

그 중에서도 산화염모제(Oxidation dye)가 가장 널리 사용되고 있다. 산화염모제는 무색이고 저 분자량의 염료 중간체인 산화염료와 산화제를 알칼리제에 의해 팽윤된 모발 속에 침투시켜 중합하고 발색하는 산화 중화반응으로 고분자화한 색소가 모피질 밖으로 빠져 나오지 못하고 모발에 정착하여 염색성을 높이게 되고, 불용성이기 때문에 샴푸 후에도 영구적으로 모피질 안에 존재하므로 모발에 색을 발현하게 된다.

영구 염모제의 경우 분자가 모 피질 내부까지 침투하여 발색하며, 발색 후의 염료는 모표피의 틈 사이 보다 커지므로 모발 바깥으로 유출되기 어렵고 퇴색이 적다는 장점을 갖는다.

또한 이때 모발 내의 멜라닌 색소를 동시에 산화 분해하여 멜라닌색소를 탈색하면서 염색이 되므로 검은 모발의 밝기를 조절해 밝게 하고 색을 완전히 바꾸는 것도 가능하다.

영구 염모제는 흰머리 염색에서 벗을 내기 위한 염색까지 다양한 색의 연출이 가능하지만, 사람에 따라서는 부작용을 일으키므로 사전에 피부반응을 알아보기 위해 실시하는 첩포 실험(patch test)을 하는 것이 의약 외 상품에 의무화가 되어 있다.

염모제의 부작용은 크게 모발 손상과 피부장애로 나타난다. 과산화수소가 발생시키는 산소는 멜라닌 색소를 분해, 탈색할 정도로 강해 모발 성분의 단백질인 켈라틴이 손상돼 갈라지고 끊어지며 탄력이 없는 약한 모발이 된다.⁴¹⁾

특히 밝은 색조로 염색하기 위해서는 상대적으로 강하게 탈색을 해야 함으로 과산화수소의 농도를 높이기도 하고 시간을 길게 함으로써 모발의 손상이 크므로 주의해야 할 필요성이 있다.

영구 염모제는 사람들에게 시술되어지는 염모제 중 가장 다양한 모발 색을 가지고 있어 선택의 폭이 넓고 한번 시술하면 인공색소가 거의 영구적으로 모발 안에 잔재해 있기 때문에 모발 손상은 약간 있으나 다양한 색상을 낼 수 있고, 같은 색상이라도 반영구 염모제에 비해 은은하고 멋스러운 색을 볼 수 있다는 장점이 있어, 현 업계는 모발 손상을 최소화 하면서 색을 영구적으로 내기 위한 여러 가지 영구 염모제를 개발 하고 있는 추세이다.

(4) 기타 염색제

① 톤 온 톤 염모제 (Ton-On-Ton Color)

톤 온 톤 염모제⁴²⁾는 주로 외국에서 많이 사용하는 제품으로 모발에 광택

41) 한국소비자보호원 소비자 안전국, “사용할 때 각별한 주의가 필요한 염모제”, 소비자시대, 2000, p. 31

42) 톤 온 톤 염색제 : 자연모 색상의 명도를 그대로 유지하면서 반사 빛만을 주는 염모제 예)로레알 -다이아 컬러, 웰라 -컬러터치 등

이나 윤기를 주며, 모발의 손상을 방지할 수 있는 염모제이다. 제 1제와 제 2제로 구성되어 있으며, 산화제가 2.3~3% 이하이므로 밝은 염색보다는 이미 염색된 밝은 모발 상태를 어둡게 하거나, 자라난 모발과 같은 컬러로 더 어둡게 할 때 사용한다. 자연 모발의 색상보다 더 어둡게 또는 그대로 유지하면서 흰머리 염색 시 40~50% 까지 착색된다. 퍼머넌트 이후 바로 사용할 수 있는 장점이 있다.⁴³⁾

② 콘센트레이트 염모제 (Concentrate Color)⁴⁴⁾

콘센트레이트 염모제는 강렬한 반사 빛을 표현하기 위해, 강조하고 싶은 반사빛(reflection)만을 첨가하는 것이며, 혼합사용 시 제1제 70%와 강조색 30%를 분할해 제2제와 섞어 사용 가능하다. 유화형 크림 젤 타입으로 주성분은 산화 염료이고 색은 다양하나, PH 8-9 의 농도로 모발 손상이 있다.

③ 하이리프트 염모제 (High-Lift Color)

하이리프트 계열의 염모제⁴⁵⁾는 탈색에 대응할 수 있는 염모제로, 한번 시술로 모발의 명도를 약30~55분시간의 간격을 두고 3~5단계까지 밝게 조절할 수 있으며, 어두운 갈색모를 최고 밝은 황금색으로 표현 할 수 있는 염모제이다. 제 2제와 혼합하여 사용 할 때에 염모제와 산화제를 1:2~3비율을 중심으로 자유롭게 사용 가능하며 반사 빛의 선명도에 따라 제 2제의 혼합비율을 조절할 수 있다. 단, 이런 종류의 염모제를 자주 사용할 경우 모발 손상을 초래 하므로 요즈음과 같이 모발의 건강을 우선시 하는 트렌드가 대두하는 시기에 소비자들에게는 그다지 선호 되지 않는 제품이다.

43) 조정혜 외, “Hair Best Color”, 훈민사, 2002, p.77-81 (참조)

44) 콘센트레이트 염모제: 혼합 농축 색상으로 원하는 반사 빛의 선명도에 따라 강조하고자 하는 색과 2제의 비율을 혼합 조절하는 염모제.

45) 하이리프트 염모제: 높은 명도의 색상으로 레벨 업이 가능한 신 개념의 염모제.

예) 로레알-마지리프트, 레브론-수퍼블론드 엑스트라 라이트 등.

④ 탈색제 (Bleach)

탈색제는 엄밀히 말해서 염모제에 해당하지 않으나, 모발 색을 단시간 내에 바꾸는 효과를 내어 염모제 못지않게 사용되고 있으므로 함께 설명하고자 한다.

탈색제의 종류에는 액체형(Oil type), 크림형(Cream type), 분말형(Powder type)의 3가지가 있으며, 그 내용은 <표3>와 같다.

<표3> 탈색제의 종류

종류	성분	특징	용도	작용시간
분말타입	과 황산암모늄	빠른 작용이 두피에 손상을 줌	하이라이트용	빠름
크림타입	라놀린+과산화수소	모발 손상도 낮음	손상모, 전체 탈색 이중 처리제 (가루+크림)	중간
오일타입	유황유+과산화수소	모발 손상도 최소화	민감성 피부	느림

표 : 황정원, 권대순, 김세옥, 최영진, “ Hair color design ”⁴⁶⁾

탈색제의 주성분은 과산화수소와 모발 표피의 팽윤을 유발하여 모발의 산화 과정을 촉진시키는 휘발성 물질의 암모니아수로, 산화염모제에서 염료를 뺀 것이다. 탈색 정도가 심하면 모발의 손상이 크므로 염색 후의 모발 관리를 철저히 해주는 것이 중요하다.⁴⁷⁾

액체 탈색제는 암모니아와 과산화수소가 혼합되어 제조된 것으로 탈색 반응이 약하기 때문에 기존의 모발 색보다 한두 단계 밝게 할 때 사용하며 사용 시 약제의 흘러내림을 주의해야 한다.⁴⁸⁾

46) 황정원, 권대순, 김세옥, 최영진, Hair color design - 염. 탈색 이론 실기, 고문사, p.36 (참조)

47) 이은지 “모발색이 체형 및 이미지에 미치는 영향”. 동아대학교 석사학위 논문 ,2002 p.14

48) 배선향, “ 화학약품에 의한 모표피의 형태학적 변화”, 고신대학원 석사학위논문, 2001, p. 29

크림 탈색제는 모발 색의 밝기 조절이 용이하여 사용하기 쉽고, 흐르거나 떨어지지 않는 장점이 있다.

분말 탈색제는 강한 작용과 빠른 탈색 효과를 얻기 위해 산화제와 촉진제가 사용되는데 가루가 날려 자극의 요인이 되기도 하지만 크림 탈색제와 함께 가장 대중적으로 사용되고 있다.

다. 산화제 (Oxidation)

(1) 산화제의 정의

산화제는 모피질 층에 있는 멜라닌 색소를 파괴시키면서 염료가 들어갈 수 있는 공간을 만들어 착색시키는 역할을 한다.

과산화수소는 물과 산소로 구성되어 있는데 %로 말할 때는 100g 당 용액에 과산화수소가 얼마나 있는가를 의미한다. 볼륨은 부피의 단위이며 과산화수소에 함유되어 있는 산소의 양을 의미한다.⁴⁹⁾

우리나라의 경우 산화제를 6%~9% 정도로 사용한다. 12% 산화제의 경우 외국에서는 허용하고 있으며, 우리나라의 경우 모발 손상을 이유로 특별한 상황을 제외하고는 사용하지 않고 있다. 산화제의 양이 많으면 1제의 색상이 희석되며 퇴색이 빠르나 산화제의 양이 적으면 모발이 불충분하게 밝아지며 색상표현이 제대로 되지 않는다. 또, 산화제의 농도가 강하면 모발은 필요 이상으로 예민해지고 반대로 산화제의 농도가 약하면 모발이 불충분하게 밝아 지나 손상은 줄어든다.

따라서, 이러한 성분에 대해 잘 이해하지 못하고 잘못된 방식의 기술이 반복되거나 산화제의 볼륨이 지나치게 높아 명도는 밝게 되지만 모발의 손상이 심하게 초래되고, 퇴색도 빠르므로 주의 깊게 그 용도별로 사용할 필요가 있다. 과산화수소의 강도에 따른 분류는 다음의 <표4>과 같다.

49) 조정혜, 이청자, 문영숙, 이종섭, "Hair Best Color", 훈민사, 2002, p.80 (참조)

<표4> 과산화수소 강도에 따른 분류

강 도	작 용 / 특 성
3% (10vol)	퍼머넌트 후 바로 멧내기 염색이나 백모 염색을 시술할 때 사용 명도에는 변화없이 따뜻함 또는 차가움만의 색조를 내고자 할 때 사용
6% (20vol)	천연모발의 명도를 1~2레벨정도 밝게 하고자 할 때 사용 모발을 어둡게, 같은 톤으로 하고자 할 때 사용 백모나 새치커버를 명도 5,6 까지 나오게 하고자 할 때 사용 일반적인 염색이 용이
9% (30vol)	천연모발의 명도를 2~3레벨 정도 밝게 하고자 할 때 사용 경모에 명도 5정도의 백모 염색 시 사용 경모에 빨리 색을 밝게 하고자 하는 멧내기 염색 시 사용
12% (40vol)	원색컬러를 내고자 할때 사용 천연모발을 3~4레벨 정도 밝게 하고자 할 때 사용 자연모를 8 레벨 이상으로 밝게 하고자 할 때 사용 탈색을 하고자 할 때 사용

표 : 조정혜 ,이청자, 문영숙, 이중섭, “Hair Best Color”⁵⁰⁾

(2) 산화제의 형태

① 오일 타입 (Oil Type)

오일 타입의 산화제는 가장 약한 탈색력을 가지므로 색상을 기존 모발보다 한, 두 단계 정도만 밝게 할 때 사용되거나 한 가지 색상으로 모발 전체의 색상을 약간만 변화 시키고 싶을 때 사용된다.

특히 모발 손상을 최소화 하고 모발의 PH에 많은 영향을 주지 않는 것이 특징이며, 모발의 명도를 급격히 변화시키는 것이 보다는 모발 색을 자연스럽게 유지하고 또는 햇빛에 비쳤을 때 반사빛 만을 보이게 하는 정도의 색감을 원할 때 사용할 수 있다.

② 분말 타입 (Powder Type)

분말타입의 산화제는 현재 액상의 과산화수소 용매에 강도를 올리는데 주

50) 조정혜 ,이청자, 문영숙, 이중섭, “Hair Best Color”, 훈민사, 2002, p.82

로 사용된다. 일반적으로 모발 내에 어두운 인공 염료를 넣어야 하는 흰머리 염색 시에는 잘 사용하지 않고 있다.

그러나 모발 색의 명도를 급격히 변화하고자 하는 멋내기 염색 시 혹은 희망색 자체가 기존의 색과 반대되는 성향의 색으로 변화하고자 할 때 과산화수소에 촉진제의 역할을 하기 위해 첨가하는 방식으로 쓰이고 있다 .

③ 크림 타입 (Cream Type)

크림 타입 산화제는 현재 가장 많이 사용되고 있는 형태로 무색의 투명한 과산화수소 용액을 액상 타입으로 만들고 거기에 점성을 더하여 크림 타입으로 만든 것이다.

부드러운 질감으로 염색 도포 시 손쉽고 빠르게 진행할 수 있게 해주며, 현재 흰머리 염색이나 멋내기 염색에서 꾸준히 사용되고 있는 산화제이다.

위와 같이 산화제는 염모제와의 정확한 혼합 비율을 요구할 뿐만 아니라 과산화수소의 강도가 모발 손상과도 밀접한 관계가 있어 사용하는데 주의가 필요하며, 이러한 성분의 반응으로 인해 소비자들은 더욱 건강한 모발 염색을 선호하는 경향이 트렌드로 나타나고 있다.

2. 염모제와 트렌드

2-1. 염모제 소비자 트렌드

염색은 과거 연예인이나 특정 직업인들에 한해 이루어지는 것으로 인식되어 왔으나 근래에 들어와서 국민소득의 증가와 함께 생활이 윤택해지는 가운데 미와 개성을 살리는 아름다운 헤어스타일을 연출하기 위해 젊은 층과 청소년들이 염색을 하기 시작했다.⁵¹⁾

51) 심미자, “미용관련학과 학생들의 염모제에 대한 의식 조사”, 경산대학교 보건대학원, 석사학위논문 ,2000. p.9

한국인의 두발은 거의 흑색 또는 흑갈색이고, 예로부터 검은색의 모발이 건강하고 귀하게 여겨졌기 때문에 이전에는 백발을 검게 하는 염색이 일반적이었다.

그러나 21세기에 들어서 다양한 색과 특색 있는 개성의 모발 색을 선호하는 트렌드가 대두되었고, 이로 인해 모발의 색을 흰색이나 회색, 파랑, 빨강, 노랑 등 다채롭고 밝은 색조로 염색하기 시작했다.

또, 의상과 메이크업 등에 어울리게 하는 토탈 패션 컬러 디자인(Total Fashion Color Design)이 등장하게 되면서 모발의 색 변화를 위한 염모제와 그에 관련된 향장품의 수요까지 증가하게 되었다. 여기에 더해 모발의 멜라닌을 빼내 모발 명도를 밝게 하는 탈색이 또 하나의 멋내기 염색의 유형으로 나타나 염색과 탈색이 대중화되었다.

일본의 경우 파머위크(Pharmaweek)지가 일본인 1000명을 대상으로 실시한 염색약 사용 실태에 대한 조사에 따르면 염색약을 “항상 사용하고 있다” 때 때로 사용하는 일상적인 사용자 층이 약 70%를 넘는 것으로 조사되었으며,⁵²⁾일본 호유(Hyou)사에서 2001년 6월 수도권의 15-69세의 여성 1087명을 대상으로 한 조사 결과에서는 염모제 사용자는 작년대비 4%로 증가했고, 일본 여성의 68%가 염모제를 사용해본 경험이 있거나 현재 사용하고 있는 것으로 나타났으며, 경제 산업성의 출하 통계 데이터에서는 2000년 염모제 시장이 처음 1,000억 엔을 돌파하였고, 1,053억 엔을 기록하고 2001년 1~5월의 매출액은 샴푸를 제외한 두발 화장품 가운데 최고 매출 품목으로 조사되었다.⁵³⁾ 이는 일본에서도 이제 염색이 완전히 대중화되었음을 추정할 수 있다.

미국의 경우 시장조사업체로 뉴욕(New York)주에 본부를 두고 있는 크라이언트 &컴퍼니(Client & Company)사는 ‘인구변동과 퍼슨널 케어(Personal Care)산업’ 보고서에서 고객지원부의 책임자 ‘렌카 콘트레라스’(Renca

52) 이은지, “모발색이 체형 및 이미지에 미치는 영향” 동아대학교 석사학위 논문, 2002. p15(참조)

53) 김막례, “미용 종사자의 염모제에 대한 지식 및 사용실태에 관한 연구”, 숙명여대 대학원 석사학위논문, 2004, p.43 (참조)

Conreras)는 퍼슨널 케어의 증가의 한 원인으로 염모제 소비량이 크게 늘고 있는 현실을 지목할 수 있다고 했으며 실제로 2000년도의 경우 미국 성인들 가운데 염모제를 사용하는 비율은 90년도에 비해 70% 이상 증가 한 것으로 추정되고 있다⁵⁴⁾고 했다.

이렇듯 성장세를 분석해 보면 10대 청소년 층 사이에 불고 있는 다양한 색의 멋내기 염색의 성장과 흰머리를 감추기 위한 베이비 붐 세대들의 염모제 사용이 염모제 시장 활성화의 주된 요인이라고 볼 수 있다.

또한 히스패닉(hispanic)계의 미국인들 55%이상이 2000년도에 염모제를 구입했으며, 지난 10년간 히스패닉 인구가 미국 전체 인구에서 점유율이 58%이다⁵⁵⁾라고 나타난 통계를 보면, 미국 내에서 염모제 시장이 얼마나 대중적 인기를 차지하고 있는지를 추정해볼 수 있다.

우리나라의 경우에도 태평양이 2000년 3월 국내 여성 500명을 대상으로 실시한 설문 조사에 따르면 여성들 가운데 79%가 염색을 한 적이 있으며, 연령별로는 10대 후반과 20대가 89%로 가장 많은 것으로 나타났다. 또, 예상과는 달리 시판 제품을 사는 연령 대는 흰머리 염색을 주로 하는 40~50대였고, 전문적인 염색을 하기 위해 20~30대가 미용실을 찾는 것으로 나타났다. ⁵⁶⁾

이러한 조사를 살펴볼 때 우리나라의 경우에도 염색을 선호하는 세대는 외국의 경우와 같이 자신의 외모에 가장 관심이 많은 10대 후반부터 20대층, 그리고 흰머리 염색을 지속적으로 해야 하는 40~50대의 노년층임을 알 수 있다.

화장품 신문에서 발췌한 소비자의 유통 경로에 관한 자료인 <표5>에 의하면 2000년 모발 염색을 미용실에서 한다는 대답이 51%에서 2004년 43%로 감소했고, 반면에 화장품 전문점의 시판 제품으로 직접 한다는 사람이 33%

54)55) 이은지, “모발색이 체형 및 이미지에 미치는 영향” 동아대학교 석사학위 논문, 2002, p15 (참조)

56) 김막례, “미용 종사자의 염모제에 대한 지식 및 사용실태에 관한 연구”, 숙명여대 대학원 석사학위논문, 2004, p.43 (참조)

에서 39%증가했으며, 약국이나 기타 유통로를 이용하는 경우가 16%에서 18%로 증가 한 것을 알 수 있다. 이는 염색시장이 더욱 보편화되고 대중화 되고 있는 추세를 보여준다.

<표5> 유통경로 별 시장 점유비.

(단위 : %)

구 분	1997	1998	1999	2000	2001
미용실	58	55	53	51	48
화장품전문점	19	24	29	33	37
약국 및 기타	22	21	18	16	15

표 : 이은지, “모발색이 체형 및 이미지에 미치는 영향”⁵⁷⁾

또한 최근 우리나라의 트렌드는 웰빙(well-being)시대를 맞아 모발에 손상을 덜 가게 하는 헤어케어가 선풍적인 인기를 끌고 있는 추세이다.

손상도가 덜한 산성염모제나 자연추출물인 헤나와 같은 식물성 염모제의 판매가 꾸준히 늘고 있다⁵⁸⁾고 조사된 바가 있으며, 이는 다음과 같은 모발 손상 요인들로 인해 소비자들 사이에 모발 건강에 대한 관심이 증대하고 있다고 볼 수 있다.

가. 손상받기 쉬운 주변 환경

산업화 되고 현대화 되면서 각종 공해 물질, 공기 오염, 오존의 변화 등 환경적인 자극으로 인해 현대인의 모발은 손상받기 쉬운 상태에 있다.

꾸준한 모발 관리와 깨끗한 세척 등 전문적인 관심이 요구되나, 비용과 대중의 기초적인 지식이 부족해 모발 손상의 악순환은 계속되고 있는 실정이다

57) 이은지, “모발색이 체형 및 이미지에 미치는 영향” 동아대학교 석사학위 논문, 2002. p.16
(참조 / 자료 재인용)

58) 김순희, “퍼머, 염색, 탈색 시술에 따른 두발의 역학적 영양학적 변화와 전자 현미경 관찰” 고려대학교 교육 대학원 석사 학위 논문, 1996, p.28

나. 무분별한 모발 기술의 확대

과거에 비해 잦아진 염색과 무분별한 기술 방법 등이 계속해서 반복되어 모발 손상이 많이 일어나고 있다. 또, 전문적으로 모발을 다루는 미용실에서조차 매출을 위해 무분별하게 염색과 퍼머넌트를 한번에 기술하는 경우가 많아서, 모발 손상은 더욱 심각한 문제가 되고 있는 실정이다. 또, 일반 소비자들이 모발 손상을 초래하는 저가의 스타일링 제품을 장기적으로 사용해 모발의 손상도는 더욱더 높아지고 있다.

다. 스트레스(Stress)의 증가

현대인들은 나날이 증가하는 육체적, 정신적 스트레스로 인해 탈모나 모발 이상현상이 심각해져 모발 관리에 대한 욕구도 차츰 증가하는 추세이다. 즉, 새로운 스타일을 창조하는 것도 중요하지만 스타일링의 기본 소재가 되는 모발의 관리가 소홀하면 인간의 가장 중요한 신체의 건강함에 큰 문제가 되기 때문에 스트레스가 많은 현대인에게 모발 관리는 중요한 과제로 떠오르고 있는 것이다.

현재 프랑스를 기저로 미국, 일본 등 선진국가의 모발 관리는 꾸준히 개발되어 정착 되어 가고 있으며 우리나라에서도 서서히 도입을 시도하고 있다⁵⁹⁾고 한다.

하지만 헤어 케어 전문가의 수가 극히 미비할 뿐만 아니라 단지 몇몇 제품 회사에서 헤어 케어 제품 일부를 수입하거나 단일 제품만을 국내 생산 하고 있어서 소비자들은 그러한 보호를 위한 염모제의 대중화를 고대하고 있는 실정이다.

59) 심미자, “미용관련학과 학생들의 염모제에 대한 인식 조사”, 경산대학교 보건대학원, 석사학위논문, 2000.p.65-66(참조)

2-2. 염모제 생산 산업 트렌드

가. 염모제 생산 시장의 트렌드

염모제 시장의 규모는 최근 2-3년 전부터 여성들을 중심으로 한 멋내기용 염색인구가 크게 증가하면서 볼륨이 확대되고 있으며, 지난 3년간 매년 15% 씩 성장하여 1천 7백억 원대의 시장형성을 눈앞에 두고 있다⁶⁰⁾고 한다.

현재 염모제 시장은 약국, 전문점, 미용실, 슈퍼 등의 유통경로에서 각 업체들이 시장 점유를 위해 각 유통경로에 맞는 마케팅 기법과 더불어 시장 우위를 위한 노력을 하고 있다.

세계의 염색 시장은 그 규모가 2000년 61억 달러에 이르고 있다⁶¹⁾는 통계를 통해 이제 염색이 이미지 산업의 일종으로 발전하였음을 알 수 있다, 또, 그 수요가 점점 증가 추세에 있는 것을 고려해 볼 때, 고부가가치를 창출할 수 있는 분야로 이미 성장했음을 추정해 볼 수 있다.

염모제 시장은 두발 화장품 전체 시장의 상당 부분을 점유하고 있는 것이 현재 업체 관계자들의 추정으로 최근 몇 년간 염모제의 생산실적에서도 알 수 있듯이 앞으로도 높은 성장률을 보일 것을 예상할 수 있다.

또, 일진 코스메틱은 모발 손상이 거의 없는 신 개념의 염모제 TD칼라를 새롭게 출시하고 중성염모제 시장 확대를 위한 과감한 마케팅 프로모션과 지방 순회 교육을 진행 중이며, 소망화장품은 순수 내추럴 헤나 성분을 활용한 트리트먼트 개념의 염모제 ‘인큐스 헤나 칼라 파우더’ 6가지 컬러를 선보이고 지나친 모발손상으로 헤어 컬러링이 불가능한 고객들에게 접근하고 있다. 이와 같은 추세는 염모제가 점차 손상모를 회복할 수 있는 염모제의 생산의 트렌드로 대두 되고 있음을 보여준다.

60) 조정혜 외 2인, “염색시장분석에 관한 이론적 고찰”, 한국 미용학회지, 8(2), 2002, p 4

61) <http://www.salonweb.com>

나. 국내 염모제 시장의 현황

유행과 증가한 수요에도 불구하고 모발 염색제의 개발 동향은 이전에 비해서 비약적인 기술의 발전보다는 유행 색상 창출이나 제형화 개선을 통한 사용감 증진의 방향으로 흘러온 것을 다음을 통해 추이해 볼 수 있다.

염모제는 크게 화장품, 수입품, 의약부의품 등으로 대별되어 각 부분별 출시 품목수를 보면 화장품은 20개사에서 45개 품목이 295제형으로 출시되고 있고, 수입품은 19개사에서 36개 품목이 329 제형으로 수입 시판되었으며 의약 부의품의 경우 15개사에서 106품목이 508개의 제형으로 생산되고 있다. 또한 시장규모 추이에 관한 내용은 90년 이전까지 연간 150억 규모에 불과했던 국내 염모제 시장은 98년 920억, 99년 1100억에 이어 2000년대는 1300억 원으로 90년도 초에 비해 9배가량이 증가하여 최근 3년간 20%대에 육박하는 높은 성장률을 기록하고 있다.⁶²⁾

위와 같은 통계 자료에 의하면 전체적인 시장 규모가 의약부의품인 유행색 위주의 산화 알칼리성 염모제의 소비가 월등히 크게 조사되었는데, 이렇게 시장이 모발제품 위주로 변화하는 이유는 최근 화장품 업계가 메이크업 시장이 포화상태에 이르자 모발 관리 제품으로 관심을 전환한데서 찾을 수 있으며, 한국의 경제적 위기 이후 소비자들이 저렴하게 스스로 머리색을 스스로 바꾸는 자가 염색의 풍조가 확산되고 있기 때문인 것으로 분석된다.

<표6> 국내 염모제 시장 추이

	1997	1998	1999	2000	2001
출하액(억)	740	920	1100	1300	1568
성장률(%)	5	25	17	18	22.3

표 : 이은지, “모발색이 체형 및 이미지에 미치는 영향” 63)

또, 한국의약품수출입협회에 따르면 전체 두발용 제품 중 염모제가 차지하

62) 이은지, “모발색이 체형 및 이미지에 미치는 영향” 동아대학교 석사학위 논문, 2002.p16 (참조)

63) 이은지, “모발색이 체형 및 이미지에 미치는 영향” 동아대학교 석사학위 논문, 2002.p16
(참조 / 자료 재인용)

는 비중 역시 26.7%로 업계의 주력 품목 중 하나가 되고 있으며, 염모용 제품의 2000년 생산액은 91억 6801만원 규모로 99년에 비해 2.9% 증가했으며 특히 산성컬러제품의 출시가 증가추세인 것으로 나타났다. 이를 통해 국내 염모제 시장은 점차 모발의 손상을 줄이는 제품들이 더욱 선호 하고 있음을 추정 할 수 있다. 그러나 2001년 이후 국내 영구 염모제의 시장 규모는 1,135 억원으로 시장 감소세가 지속되고 있는 것으로 조사 되었고, 의약 외 품으로 생산된 영구 염모제는 45,880,638개, 금액은 1,134억원으로 2002년 1,255억원 에 비해 10%가 줄어든 것으로 조사되었다.⁶⁴⁾

이는 염모제의 수입이 늘어난 것과는 대조를 이루는 결과로 염모제 시장에도 수입염모제의 비율이 높아지고 있는 것을 추정하게 한다.

다. 수입 염모제 시장

미용실의 견양한 염모제 시장의 경우 약 27%가 직수입품으로 나타나고 있으며 , 2003년 제형별 시장 점유율을 살펴보면 화장품 및 수입품으로 약 100 억원 대의 시장을 형성하고 있는 화장품 염모제 시장은 웰라 코리아, 동성제 약을 중심으로 새한 화장품, 현대 화장품이 그 뒤를 잇고 있으며, 유미 화장품, 일진 화학, 에바스 등이 시장 확대에 주력하고 있다고 한다.

<표7> 염모제 생산 및 수입 현황 ⁶⁵⁾

최근 3년간 염모제 생산 및 수입실적						
구분	분류	2003년	증감률(%)	2002년	증감률(%)	2001년
염모제	생산금액	1,135	-9.6	1,255	-10	1,568
	수입금액	12,444	27.8	9,738	-39.5	16,097

〈단위 : 생산-억원, 수입-천달러〉

2004년 국내에서 생산된 염모제 시장 규모의 경우 1235억원으로 2003년 대비 8.8%가 성장한 것으로 나타났다. 수량 역시 4803만 8270개로 전년대비 4.7%가 늘어난 것으로 발표되고 있으며, 수입 염모제 역시 32%로 성장하여

64) 김하형 “ 염모제 생산액 감소 추세 지속 ”, 2004.09.24 , 화장품 신문 (자료참조)

65) 김하형 “ 염모제 생산액 감소 추세 지속 ”, 2004.09.24 , 화장품 신문 (표 참조)

염모제 시장의 성장세를 뒷받침하고 있다고 한다. 염모제를 가장 많이 생산한 업체는 동성제약으로 848만 1971개로 249억 2594만원으로 가장 높았고, 이어 웰라 코리아는 505만 4711개, 217억 2856만원 정도를 생산하였고, 소망 화장품은 523만 252개, 137억 8245만원 정도를 투자하였고, 수량 부분 역시 동성제약이 가장 많았고, 소망 화장품, 웰라 코리아, 태평양, 웰코스 순으로 많이 투자 하고 있다⁶⁶⁾고 발표되었다. 위의 조사를 통해 볼 때 염모제 시장의 수입은 꾸준히 증가하고 있는 추세임을 추정할 수 있다.

브랜드별로는 대표적인 새치 머리용 염모제인 동아제약의 비겐 크림톤(Vigen Creamton)이 503만 4897달러로 가장 많이 수입되었고, 로레알 액셀랑스(Roreal Acelance)가 120만 9356달러, 미용실 용 염모제인 마지렐(majiral)·마지리프트(majilift)가 66만 8228달러로 나타나 수요의 양을 예상할 수 있다.⁶⁷⁾ 위의 자료를 토대로 수입 염모제의 경우 몇내기 염색을 위주로 한 염모제 시장의 확대보다 손상된 모발과 새치 모발을 위한 컬러 시장의 다양화와 시장 확대가 이루어 질 가능성을 예상할 수 있다

<그림1> 염모제 수입 현황 ⁶⁸⁾



66) 김하형 “2004년 염모제 수입”, 2004.03.03, 화장품 신문 (자료참조)

67) 김하형 “2004년 염모제 수입”, 2004.03.03, 화장품 신문 (자료참조)

68) 한국의약품수입협회, 2005.03

라. 염모제 개발 동향

<표8>에서 보여 지는 주요 업체별 전략 및 주력 브랜드를 살펴보면 염모제 출시 각 업체마다 고객을 만족시키는 염모제를 출시하기 위한 노력을 많이 하고 있는 것을 알 수 있다. 대체로 다음과 같은 차별화된 트렌드를 제시하며 제품을 출시하고 있다.

첫째, 다양한 색상의 염모제를 개발하고 있다.

이는 염색이 단순히 백모를 가리는 것에서 벗어나 개성을 추구하는 단계로의 변화 하는 현 업계의 트렌드에 발맞춘 업계의 동향으로 볼 수 있다.

둘째, 소비자의 욕구를 반영한 염모제를 연구하고 있다.

점차 염색은 미용실 서비스의 고부가가치가 되면서, 염색 시술 도구의 전문화를 위해 소비자의 욕구를 만족시킬 수 있는 제품이 선호되고 있다. 시간 단축, 암모니아 냄새의 최소화와 같은 소비자의 의견을 반영한 염모제등도 꾸준히 개발되어 업체마다 남다른 전략을 구상하고 있다.

셋째, 복합적 기능의 염모제가 개발하고 있다.

잦은 염색으로 인한 모발 손상을 최소화 시키는 모발 보호형 염모제, 혹은 퇴색을 방지하고 색상을 오래 유지하게 하는 칼라 지속형 염모제와 같은 부수적인 기능을 포함한 복합적 기능의 염모제들이 몇몇 업체에서 이미 개발이 되어 출시 된 바 있으며 이러한 모발 건강과 관련된 염모제는 꾸준히 개발하고 있는 추세이다.

넷째, 모발 건강 관련 제품들이 출시되고 있다.

염색이 대중화되면서 동시에 손상된 머리결의 복원과 건강모 관리의 욕구가 증대해 모발 건강 관련 제품들이 계속적으로 주목받고 있다. 염색 시장에서 상반기와 하반기의 매출액에서 염모제가 가장 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났고, 따라서 염색 후 손상된 머릿결 관리하고자 하는 소비자의 욕구가 확대된 것이다. 모발 건강 관련 제품은 염모제와 더불어 판매 시너지 효과가 커져 모발 손상에 관련 된 제품은 앞으로도 더 출시될 전망이다.

이를 통해 모발 관리에 관심이 많은 소비자 의견을 수렴하여 제조하고자 하는 염모제 제조업체의 적극적인 전략이 트렌드화 되고 있음을 알 수 있다.

<표8> 주요 업체별 전략 및 주력 브랜드

업체명	주요 전략	주력 브랜드
웰라코리아	중성 염모제 활성화 헤어 케어 시장적극 공략	콜레스톤 퍼펙트 컬러터치
로레알코리아	동양인의 흑모용 염색제 공략 헤어 케어 시장 적극 육성	마지텔 디아리체스
아모스 프로페셔널	고객중심상품개발 및 육성 대리점 역량 강화 고객 마일리지제도 적극 활용	비저블 헤어메니큐어 헤어턴트
일진코스메틱	회사 이미지 제고 브랜드 리뉴얼 유통 조직 밀착관리	아리미노 TRS
웰코스	제품 품목 정비 밀착영업 위한 유통조직 정비 뮤겐스 스튜디오 오픈	뮤겐스 메트로 클리닉 서브 브랜드
사랑새 화장품	지속적인 고가전략 직관 영업 강화 중국수출 확대	이네누
그리에이트	기구, 염모제, 펌, 라인별 신 브랜드 중심 역매 유통 조직 강화 수출 확대	셀렉티브 셀리브 글리치 컴비칼라, 무스칼라
오비에스	신 브랜드 역매 패밀리 샵 200개 구축	데미밀레니엄 데미 애시드
포쉬에 코스메틱	회사 이미지 제고 프랜차이즈 집중공략 유통 시스템 강화 효율성 제고	탐석 컬러린스

김막례, “미용 종사자의 염모제에 대한 지식 및 사용실태에 관한 연구”⁶⁹⁾

69) 김막례, “미용 종사자의 염모제에 대한 지식 및 사용실태에 관한 연구”, 숙명여대 대학원 석사학위논문, 2004, p.42

(1) 국내 염모제 개발 동향

식약청은 의약품 표준제조기준을 개정 고시함으로써 염모제 제조 성분의 확대를 통해 사용이 불가능했던 염료가 대거 포함됨에 따라 최근 트렌드 경향인 색깔의 깔끔한 느낌의 색상이나 애시·카키·계열의 색상을 마음껏 연출할 수 있게 변화를 시도하고 있는 것으로 나타났다. 삼흥 제약은 5가지 천연 허브 성분이 함유된 염모제를 개발하여 두피와 모발에 자극을 최소화하였고 모표피와 모피질에 영향을 보장하면서 작용하도록 하였으며, 소비자들에게 문제점으로 인식되고 있는 냄새 발생정도를 줄이는 효과를 얻어냈다고 한다. 나드리 화장품의 경우 역시 식물 성분인 허브와 알로에, 녹차 등을 활용한 염모제를 개발하여 출시하였고, 헤어 시장에서의 노하우와 우리 체형에 맞는 염모제를 개발하는 데 주력하였고, 염모제 특유의 암모니아 냄새를 배제한 개발이 이루어지면서 비릿한 잔취를 없애고 안전한 염색과 자극이 적은 제품을 개발하고 있다.⁷⁰⁾ 이를 통해 국내 염모제 개발 업계의 동향은 천연 재료를 이용한 염모제 개발이 나날이 확대되고, 더불어 과학적인 염색기술이 융합되어 모발의 손상 정도를 줄이는 웰빙(well-being) 염모제 개발에 전력을 다하고 있음을 추정해 볼 수 있다.

(2) 해외 염모제 개발 동향

미국 캘리포니아주에서는 나노 테크놀로지(Nano-Technology)와 헤어케어(hair care)와의 결합을 통해 새로운 개념의 염모제가 출시되고 있다. 나노 테크놀로지를 이용해 유효성분을 모간 깊숙이 전달하는 21세기형 헤어케어제품임을 표방한 제품이라고 한다.⁷¹⁾

나노 테크놀로지란 10억분의 1단위에 해당하는 원자나 분자 수준에서 물질을 제어하고 합성하는 첨단 신기술로 염모제에 적용함으로써 모발의 손상

70) 박제홍, “헤어, 바디 전문 브랜드 출시”, 2005.0906, 화장품 신문 (자료참조)

71) 이덕규, “나노 테크놀로지와 헤어 케어의 만남”, 2005,08,06, 화장품신문 (자료참조)

을 방지하기 위한 황산염과 염분 등을 전혀 함유하지 않는 것이 특징이다. 이러한 나노미터 단위의 분자 물질들은 모간에 깊숙이 침투할 수 있어 유효 성분을 전달하므로 기존의 염모제들에 비해 극대화된 착색효과와 오발 상태 개선효과, 손상된 모발의 재생효과 등을 기대할 수 있다.

3. 소비 행동 연구에 대한 일반적 정의

3-1. 소비 행동 연구 정의

소비 행동 연구는 환경 분석을 통하여 시장기회를 발견하고 개발 대상 제품 분야에 대한 소비자 욕구분석을 통하여 구체적인 목표시장을 명확히 하는 작업이다. 따라서 모든 제품을 개발할 때, 혹은 마케팅 전략을 세우기 위해서는 소비행동연구를 필수적으로 조사, 분석해야 하며, 이로 인해 소비행동 연구는 요즘과 같은 고객 중심의 시장에서 가장 핵심이 되는 연구이다.

3-2. 소비 행동 연구 목적

소비 행동 연구는 소비자가 자신의 욕구충족을 위해 제품이나 서비스를 언제, 어디서, 어떻게 구매하고, 평가하며, 처분하는지, 또 기업의 마케팅활동에 어떻게 반응을 보이는지를 연구하는 것으로, 이를 통해 효율적 마케팅활동에 필요한 정보나 자료를 수집하고, 마케팅전략에 활용 할 수 있다.

<표9> 소비 행동 연구 과정 72)

마케팅 활동		소비 행동 분석		소비자의 반응
- 마케팅 수단: 제품,가격,유통,광고,판촉등	→	-소비의 특성	→	- 제품선택, 상표선택
- 기타환경: 정치,경제,사회,문화 등		-구매의사결정과정		- 유통선택
				- 구매 시기, 구매량 등 반응의 특징, 패턴
In put				Out put

72) <http://cafe.daum.net/rdproperty> -출처: 마케팅 클럽

3-3. 소비 행동에 영향을 미치는 요소

소비 행동 연구는 소비자의 구매 의사 결정에 영향을 주는 환경 분석을 통하여 소비자의 반응에 대한 분석을 하는데, 그러한 소비 행동에 영향을 미치는 요소는 다음의 <표10>와 같다.

<표10> 소비 행동에 영향을 미치는 요소 73)

문화적 요소	1) 제도, 민속, 법률, 풍속 등 2) 어떤 사회에서 공유되어 내려오는 학습된 신념, 가치, 태도, 습관. 3) 시대의 흐름에 따라 변화
사회적 요소	1) 준거집단(Reference Model) 1. 개인이 자신의 판단, 선호, 신념, 행동을 결정하는데 있어서 기준으로 사용하는 집단의 유형으로 개인행동에 영향을 줌. 2. 회원집단(소속집단/정당), 자동집단(연령층/성/결혼여부), 예상 집단(취미/동호회) 2) 사회계층집단 (Social Position Model) 1. 가치관, 라이프스타일, 행동, 관심, 의견이 유사한 집단 2. 연령에 따라: 노년층/젊은층/학생층 3. 부의 정도, 교육수준에 따라: 상류층/중류층/하류층 3) 가족 집단 (Family Model) 1. 가장 중요한 소비단위로 구성된 개인행동에 밀접한 영향 2. 사용자와 구매자가 다른 경우가 많다.
개인적 요소	1) 연령에 따른 라이프 스타일 - 연령에 따라 기호가 다르고 구입상품이 다름 2) 시대에 따른 라이프 스타일 - 사회일부 또는 전체계층의 행동, 관심, 의견에 따라 구분 (식민시대/전쟁시대/베이붐세대/풍요1세대/풍요2세대 등) 3) 개성과 자아개념에 따른 라이프 스타일 - 개인의 취향과 성격이 구매 행동에 영향을 줌.

73) <http://cafe.daum.net/rdproperty> -출처: 마케팅 클럽

심리적 요소	1) 구매 동기 - 구매동기를 유발하는 인간욕구 5단계 (H. 머슬로우) 생리적욕구/안전욕구/애정욕구/자존욕구/자기실현욕구 2) 지각 - 구매행동에 영향을 미치는 요소 중에서 가장 중요한 개념 - 소비자가 갖는 개인적 관심이나 인식 - 똑같은 제품도 어떻게 소비자에게 지각되었느냐에 따라 서로 다른 제품으로 받아들여지기도 함. 3) 학습 - 학습은 이전의 경험의 결과로 구매행동의 변화를 가져오게 되며 소비자의 지각에도 영향을 줌. 4) 신념과 태도 - 신념과 태도는 마음가짐으로 어떤 제품의 향후 구입 의향이 높게 나타나면 시장 점유율의 증가를 예상할 수 있을 만큼 구매 행동에 가장 큰 영향을 미치므로 매출이나 시장점유율의 선행지표가 됨.
--------	---

4. 염모제 시장의 영향으로 인한 소비 행동

염색이 대중화 되고 염모제 소비량도 확대 되었으나, 이에 비해 국내 염모제 시장은 해외 수입품의 점유율이 여전히 더 우위를 차지하고 있는 실정이다. 국내 염모제 시장의 전문성이 결여되고, 자체적인 염모제 개발이 어려우며, 전문적인 염모제 교육기관의 부족 등으로 발전이 늦춰지고 있는 것이다. 따라서, 다음에서 위와 같은 각 문제점들을 상세히 지적하고자 한다.

4-1. 전문성 결여가 소비 행동에 미치는 영향

첫째, 미용실에서 직접 시술을 하는 기술적 전문가인 미용사들의 경우 염모제에 대한 깊은 지식이 부족해 기존의 염색 방법과 특정 염모제만을 고집하는 경우가 많아 전문성이 결여된다고 볼 수 있다.

둘째, 염모제에 대한 전문지식을 보유한 제품 전문가들의 경우 미용의 기술적 분야에 경험이 적고, 영업적인 활용을 위한 지식에 치중하는 경우가 많아 염모제의 실질적인 활용이 많이 뒤떨어지는 경우를 들 수 있다.

셋째, 동양인들은 모발 색상이 밝지 않아 미용인들 스스로 모발의 특징을 이해하지 못한 자체적인 이유도 있을 수 있다.

이러한 경향은 염모제 이용의 증가가 단기간에 이루어진 관계로 정확한 사용 방법이 아닌 단순히 색깔을 표현하거나 바르는 것에 주안점을 두어 염색을 체계적으로 발전시키지 못했기 때문이라고 할 수 있다.

모발 염색에 있어 화학적인 원리의 이해와 예술적인 기술의 접목이 자연스럽게 이루어지고, 체계적인 교육과 새로운 염모제 출시 등 전문적인 시장의 체계가 요구되어 지는 실정이다.

4-2. 자체 개발의 어려움이 소비 행동에 미치는 영향

우리나라의 경우 자체적인 염모제를 개발하게 된 것이 불과 10년 정도로 염모제 개발 역사가 짧은 편이다. 따라서 현재 미용 전문가들은 경쟁력을 갖추기 위해 더욱더 시대적 흐름에 맞는 염모제를 개발하는 것이 필수적이라 할 수 있다.

<표11>은 현재 개발되어 있는 신 염모제의 출시 사항을 보여주고 있는데, 다음과 같은 여러 가지 문제점으로 자체 개발에 많은 어려움을 겪고 있다.

첫째, 현재로서는 염모제 제조가 가능할 만큼 역량이 되는 회사가 많지 않다. <표11>에서 보는바와 같이 일진 화장품이나 사랑새 화장품 등이 꾸준히 염모제 생산을 하고 있는 대표적인 업체이나 염모제만을 주력하여 생산하는 외국의 업체와 경쟁할 만큼 역량이 되지 않는 것이 문제이다.

둘째, 전문적인 지식과 풍부한 임상 경험을 지닌 연구원들이 부족하다.

국내의 경우 염모제만을 전문적으로 연구하는 정통적인 연구 체계가 부족

해 전문적인 지식을 지닌 실력 있는 연구원들이 육성되지 못하고 있는 실정이며 이로 인해 제대로 실력을 갖춘 연구원들을 찾아보기가 어려운 것이다.

셋째, 외국 염모제 수입에 의존하고, 염모제 연구가 외국 업체의 지원을 받는 기술 제휴의 방식으로만 이루어지고 있는 것이 문제이다. 선진국의 경우 자체적으로 염모제를 연구하는 기관이 있고, 그 기관에서 연구원들은 다양한 실험을 할 수 있어 다채로운 색상뿐만 아니라 실제로 시술 시 결과를 신뢰할 수 있는 확실한 제품을 꾸준히 연구하고 있다.

또한 자체적 개발 연구와 더불어 현실에 적용 가능한 테크닉까지 제시해 신 염모제의 활성화를 촉진하고 있으며, 요즘은 모발 손상도 측정을 통해 기본적으로 모발 관리의 부분까지 고려한 제품을 만들고 있어 경쟁력이 날로 높아지고 있다. 이러한 현실을 볼 때 우리나라의 염모제 시장이 수입품에 의존하는 악순환이 한동안은 계속 될 것으로 예상 된다.

이와 같이 자체적인 개발이 부족한 국내 염모제의 뒤떨어진 개발 환경은 소비자들의 소비행동에 많은 영향을 주고 있다.

<표11> 염모제 신제품 출시 사항

업체명	제품명	색상 (개)	특 징
레브론 프로페셔널	롱레스팅컬러	25	컬러 지속형, 다공성, 손상모발회복형 염모제
로레알 프로페셔널	마지리프트	6	4단계 레벨 업, 동양인 흑모를 위해 개발
일진코스메틱	아르떼코코	20	다양한 색조 연출, 지속력 높임
사랑새 화장품	이네누	22	우수한 발색력과 지속력, 모발에 윤기제공
현대 화장품	VOI노블컬러	16	윤기있는모발, 두피, 모발손상, 암모니아 최소화
뮤겐스	뮤겐스컬러	18	다양한 색상, 풍부한 색의 자연스러운 연출
새한 화장품	컬러플러스	14	물빠짐 현상 개선, 개성있는 컬러
오비에스	데미아시도	18	고품격컬러, LPP첨가로 트리트먼트 효과연출
그리에이트	셀렉티브	33	컬러 체인지 용이, 트리트먼트 동시 가능

표: 김미선, 김정희, 배선향, 유유정, 유현주 외 “The Hair Coloring” 74)

74) 김미선, 김정희, 배선향, 유유정, 유현주 외 “The Hair Coloring(모발염색)”, 2002. 예림, P.14

4-3. 전문 교육과 인식 부족이 소비 행동에 미치는 영향

현재 염모제 회사마다 출시되고 있는 새로운 제품을 중심으로 염모제 사용 방법, 기본적인 염색 지식 교육, 활용 가능한 염색 테크닉까지 교육을 하고 있으나, 아직도 모발에 다양한 색상표현을 하거나, 현재 주목 받고 있는 트렌드인 모발의 건강 유지를 위한 염색기술이 뒤떨어지고 있는 실정이다.

미용인들의 전문적이지 못하고 잘못된 염색방법과 사용자들의 신 염모제에 대한 소극적인 인식의 전환, 전문적인 교육 기관 등이 부족한 것이 그 원인이며, 이는 염모제 소비 행동에 많은 영향을 미치고 있다고 볼 수 있다. 각각의 원인을 자세히 열거해보면 다음과 같다.

가. 미용인들의 비전문적 자세

대부분의 미용인들은 많은 모발형태를 다루고, 다양한 염색을 기술을 통해 쌓은 임상 경험으로 작업 기술이 이미 습관화 되어 있으며, 이로 인해 새로운 것을 받아들이는 것이 어렵고, 새 기술을 기존의 것과 접목하여 활용하는 데에도 상당히 시간이 걸리고 있다.

또한, 일부 미용사들은 잘못된 모발 염색 방법을 고수하거나 무분별한 기술로 결국 모발 손상을 일으키는 비전문적인 작업결과를 일으키고 있다. 이는 미용사들이 기술 시 일어날 실패에 대한 두려움으로 새로운 교육을 받은 후에도 실행하지 않는 경우가 많기 때문으로 추정되며, 이러한 이유로 일부는 교육 자체를 기피하는 현상까지 생겨나는 등 염모제 소비행동에 문제점으로 나타나고 있다

나. 신 염모제에 대한 소극적인 자세

소비자들은 새로운 염모제가 출시되어도, 먼저 사용했던 제품을 믿고 계속해서 기존의 제품만을 고집하는 경우가 많다. 이러한 염모제 시장의 특수성

으로 인하여 신제품의 경우 실제 교육에 참여하는 성향이 높지 않으며, 또한 새로운 염모제의 시범적 사용에 대해서도 상당히 소극적인 자세를 보이고 있다. 즉, 월등한 성능의 새로운 제품이 개발 되었다 하더라도 사용자는 경험에 의해 신뢰를 쌓은 기존의 염모제를 더 선호하며, 실제 사용하지 않을 것을 예상하여 신제품 교육에 관심을 갖는 수요가 적은 것이다. 이에 따라 제품 회사들은 새로운 염모제를 출시한 후 사용자들의 관심을 끌기 위해 많은 노력을 하고 있는 실정이다.

다. 전문적인 염색교육기관의 부족

대부분의 염모제 회사는 전문적인 제품 교육을 하고 있는데, 이 교육은 일반 전문 미용실에 제품을 홍보하기 위한 교육이 많으며, 혹 일반인에게 제공되는 사교육의 경우에도 교육비가 저렴하지 않아 염색 교육의 대중화가 이루어지지 못하는 실정이다. 염색 역사가 길지 않은 우리나라의 경우 염모제에 대한 지식과 경험이 매우 부족하다. 일반인들의 경우 색상 차트(Chart)에 나타난 색상이 모발에 도포 시 그대로 표현되는 것으로 알고 있는 경우도 있어 전문적인 교육이 매우 시급한 상황이다.

이와 같이 미용사들이 제품에 대한 정확한 지식이 없고, 색상 선택과 실제 표현되는 색상과의 차이를 인식하지 못해 신 개념의 염모제가 출시되어도 시행착오를 많이 경험하고 있으며, 염색교육기관이 대중화 되지 않아서 염색과 모발에 대한 교육이 매우 부족하다.

이처럼 교육의 기초가 부실한 상태에서 무차별한 염색기술의 확대는 소비자들의 모발 손상을 극대화시키고 있으며, 이로 인해 사회 전반의 염색 트렌드인 모발 케어중심의 염모제가 선호되고 있으며, 소비자의 소비 행동에도 많은 영향을 미치고 있다.

제 3 장 염모제 소비행동 분석

1. 조사 개요

1-1. 조사 대상 및 기간

본 조사는 2005년 09월01일부터 2005년 10월 20일까지 약50일 간에 걸쳐 실시하였다. 본 연구를 위한 대상자는 일반인을 대상으로 조사하였으며, 자료 수집 방법은 서울, 경기,전라도 등 지역에 거주하는 미용실 종사자와 미용 대학의 학생들을 포함한 일반인 남, 녀를 대상으로 총 300부를 배포한 후 회수 하였다. 회수된 300부 중 응답이 부족하거나 자료가 불충분한 35부를 제외하고 265부를 분석 자료로 사용 하였다.

1-2. 조사 내용 및 방법

본 조사에 사용된 설문지의 문항 수는 총 35항목이었으며, 연구 대상자의 일반적 특성과 염모제 소비자 구조분석을 성별, 연령별, 직업별, 월 평균 소득별, 학력별, 주거지별로 분류하였다.

트렌드에 따른 염모제의 소비 행동을 구매의사 결정 과정과 염모제 구매 시 선택기준, 염모제 선호형태, 국내외 염모제 소비 만족도, 소비빈도로 등으로 분류해 조사하였다.

조사 대상자의 일반적 특성으로 성별, 연령, 결혼여부, 교육정도, 직업, 거주지 등으로 총 6문항으로 구성하였다.

조사 대상자의 모발의 특징을 염색 전 색상, 모발 형태, 모발 성질 등으로 총 3문항으로 구성하였다.

염모제의 컬러 선호도와 트렌드에 따른 염모제 소비 행태를 알아보기 위해 선호컬러, 염색을 하거나 하지 않는 이유, 염모제 구입 조건 등 염모제 활동의 의사 결정 과정 시 고려 요건 등에 관해 총 16문항으로 구성하였다.

국내외 염모제의 사용과 활동에 관해 알아보기 위해 국내 염모제 염색 후

만족도와 국외 염모제 사용 후 만족도에 대해 총 10문항으로 구성하였다.

<표12> 설문지 조사 내용

이론 변수	문항	질 문 구 성
일반적 특성	A1-6	① 성별 ② 연령 ③ 결혼 여부 ④ 교육 ⑤ 직업 ⑥ 거주지
모발의 특성	B1-3	① 모발 색상 ② 모발 형태 ③ 모발 성질
염모 활동 시행 여부와 이유	C1-4	① 염모 활동 여부 ② 염모 활동 시행 이유 ③ 염모 활동 시행 계획 여부
헤어 컬러 선호도	D1-3	① 좋아하는 헤어컬러 ② 해보고 싶은 염모 색상
염모제 소비행동	E1-9	① 선호하는 헤어 컬러 선호도 ② 염모 주기와 지속력에 관한 소비행동 ③ 염모제 구매 시 선택 기준 ④ 염모 후 모발 건강과 손질에 관한 소비행동
국내외 염모 제품 활동 만족도	F1-10	① 국내 염모제 사용 만족도 ② 국외 염모제 사용 만족도

연구 문제 1 : 조사대상자의 일반적 특성에 따라 선호하는 헤어 컬러에 차이가 있을 것이다.

- 성별에 따른 헤어 컬러 선호도
- 연령에 따른 헤어 컬러 선호도
- 직업에 따른 헤어 컬러 선호도
- 월 평균 소득에 따른 헤어컬러 선호도
- 학력에 따른 헤어 컬러 선호도
- 주거지에 따른 헤어 컬러 선호도

연구 문제 2: 조사대상자의 일반적 특성에 따라 염모제 소비 행동에 차이가 있을 것이다.

- 조사 대상자의 일반적 특성에 따라 염모제 소비 빈도나 희망지속기간에

는 차이가 있을 것이다.

- 조사 대상자의 일반적 특성에 따라 염모제 구매 시 선택 기준과 선호 형태는 차이가 있을 것이다.

- 조사 대상자의 일반적 특성에 따라 염색 후 모발 건강과 손질에 관한 소비자의 관심도에 차이가 있을 것이다.

연구 문제 3: 국내외 염모제 소비활동과 제품에 대한 만족도에는 차이가 있을 것이다.

- 조사 대상자의 일반적 특성에 따라 국내 염모제 구매 시 선택 기준과 선호 형태는 차이가 있을 것이다.

- 조사 대상자의 일반적 특성에 따라 해외 염모제 구매 시 선택 기준과 선호 형태는 차이가 있을 것이다.

1-3. 자료처리 및 분석

통계처리는 통계 패키지 프로그램인 SPSS/win (Ver. 12.0) 프로그램을 사용하였으며, 자료 처리 방법은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적인 특성을 알아보기 위하여 명목척도는 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

둘째, 인구통계학적인 사항에 따른 염모제 소비 실태와 선호 유형을 살펴보기 위하여, 교차분석 $\chi^2(p)$ 을 실시하여 집단간의 차이를 살펴보았다.

본 연구의 실증분석은 모두 유의미성의 판단을 위해 사회 과학에서 일반적으로 사용하는 95%의 신뢰 수준 p 값이 (0.05) 이하를 기준으로 즉, $p < .05$, $p < .01$, $p < .001$ 에서 검증하고자 하였다.

셋째, 일반적인 특성에 따라 염모제의 만족도와 소비행동의 차이를 살펴보기 위하여 평균차이 검증인 t -test와 일원변량분석(One way Anova)과 그에 따른 사후 검증을 실시하였다.

2. 조사대상자의 일반적 특성 및 모발의 특성

2-1. 일반적 특성

<표13> 조사대상자의 일반적 특성

		빈도	퍼센트
성별	남	86	32.5
	여	179	67.5
연령	19세 이하	26	9.8
	20-29세	159	60.0
	30-39세	80	30.2
결혼상태	미혼	194	73.2
	기혼	71	26.8
학력	고졸	53	20.0
	대학 재학	153	57.7
	대졸	59	22.3
직업	전문직	18	6.8
	서비스직	48	18.1
	사무직	19	7.2
	학생	157	59.2
	주부	23	8.7
거주지	대도시	107	40.4
	중소도시	102	38.5
	읍, 면지역	56	21.1
	합계	265	100.0

<표10>에서 보는 바와 같이 일반적 사항에 대해 살펴보면 성별에 따라서는 여자가 67.5%, 남자가 32.5%로 나타났고, 연령에 따라서는 20-29세가 60.0%, 30-39세가 30.2%로 나타났다. 결혼상태에 따라서는 미혼이 73.2%, 기혼이 26.8%로 나타났고, 학력에 따라서는 대학 재학이 57.7%, 대졸이 22.3%, 고졸이 20.0%로 나타났다. 직업에 따라서는 학생이 59.2%, 서비스직이 18.1%로 나타났고 거주지에 따라서는 대도시가 40.4%, 중소도시가 38.5%, 읍, 면지역이 21.1%로 나타났다.

2-2 .모발의 특성

<표14-1> 인구 통계학적 변인에 따른 조사 대상자의 모발의 특성-모발색

		흑색	갈색	새치머리	기타	전체	$\chi^2(p)$
성별	남	63	16	1	6	86	3.900 (.272)
		73.3%	18.6%	1.2%	7.0%	100.0%	
	여	118	52	1	8	179	
		65.9%	29.1%	.6%	4.5%	100.0%	
연령	19세 이하	23	3	0	0	26	7.635 (.266)
		88.5%	11.5%	.0%	.0%	100.0%	
	20-29세	101	47	1	10	159	
		63.5%	29.6%	.6%	6.3%	100.0%	
	30-39세	57	18	1	4	80	
		71.3%	22.5%	1.3%	5.0%	100.0%	
결혼상태	미혼	130	52	1	11	194	1.301 (.729)
		67.0%	26.8%	.5%	5.7%	100.0%	
	기혼	51	16	1	3	71	
		71.8%	22.5%	1.4%	4.2%	100.0%	
학력	고졸	37	13	0	3	53	15.770* (.015)
		69.8%	24.5%	.0%	5.7%	100.0%	
	대학 재학	93	48	1	11	153	
		60.8%	31.4%	.7%	7.2%	100.0%	
	대졸	51	7	1	0	59	
		86.4%	11.9%	1.7%	.0%	100.0%	
직업	전문직	6	11	0	1	18	23.653* (.023)
		33.3%	61.1%	.0%	5.6%	100.0%	
	서비스직	33	10	1	4	48	
		68.8%	20.8%	2.1%	8.3%	100.0%	
	사무직	18	1	0	0	19	
		94.7%	5.3%	.0%	.0%	100.0%	
	학생	105	42	1	9	157	
		66.9%	26.8%	.6%	5.7%	100.0%	
거주지	대도시	71	27	1	8	107	6.426 (.377)
		66.4%	25.2%	.9%	7.5%	100.0%	
	중소도시	76	23	1	2	102	
		74.5%	22.5%	1.0%	2.0%	100.0%	
	읍,면지역	34	18	0	4	56	
		60.7%	32.1%	.0%	7.1%	100.0%	
	전체	181	68	2	14	265	
		68.3%	25.7%	.8%	5.3%	100.0%	

*p<.05

<표14-2> 인구 통계학적 변인에 따른 조사 대상자의 모발의특성-모발형태

		직모	곱슬머리	강한 곱슬머리	가는 모발	기타	전체	$\chi^2(p)$
성별	남	12	51	1	18	3	85	13.136* (.011)
		14.1%	60.0%	1.2%	21.2%	3.5%	100.0%	
	여	33	84	15	25	20	177	
		18.6%	47.5%	8.5%	14.1%	11.3%	100.0%	
연령	19세 이하	3	4	15	1	3	26	141.482*** (.000)
		11.5%	15.4%	57.7%	3.8%	11.5%	100.0%	
	20-29세	31	81	0	32	12	156	
		19.9%	51.9%	.0%	20.5%	7.7%	100.0%	
	30-39세	11	50	1	10	8	80	
		13.8%	62.5%	1.3%	12.5%	10.0%	100.0%	
결혼 상태	미혼	33	87	16	34	21	191	15.610** (.004)
		17.3%	45.5%	8.4%	17.8%	11.0%	100.0%	
	기혼	12	48	0	9	2	71	
		16.9%	67.6%	.0%	12.7%	2.8%	100.0%	
학력	고졸	3	22	15	10	3	53	80.424*** (.000)
		5.7%	41.5%	28.3%	18.9%	5.7%	100.0%	
	대학 재학	34	68	0	30	18	150	
		22.7%	45.3%	.0%	20.0%	12.0%	100.0%	
	대졸	8	45	1	3	2	59	
		13.6%	76.3%	1.7%	5.1%	3.4%	100.0%	
직업	전문직	4	9	0	4	1	18	32.464** (.009)
		22.2%	50.0%	.0%	22.2%	5.6%	100.0%	
	서비스직	3	29	1	10	4	47	
		6.4%	61.7%	2.1%	21.3%	8.5%	100.0%	
	사무직	4	15	0	0	0	19	
		21.1%	78.9%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
	학생	31	64	15	28	17	155	
		20.0%	41.3%	9.7%	18.1%	11.0%	100.0%	
	주부	3	18	0	1	1	23	
		13.0%	78.3%	.0%	4.3%	4.3%	100.0%	
거주지	대도시	24	30	16	19	17	106	60.706*** (.000)
		22.6%	28.3%	15.1%	17.9%	16.0%	100.0%	
	중소도시	18	66	0	13	4	101	
		17.8%	65.3%	.0%	12.9%	4.0%	100.0%	
	읍,면지역	3	39	0	11	2	55	
		5.5%	70.9%	.0%	20.0%	3.6%	100.0%	
	전체	45	135	16	43	23	262	
		17.2%	51.5%	6.1%	16.4%	8.8%	100.0%	

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

<표14-3> 인구 통계학적 변인에 따른 조사 대상자의 모발의특성-모발성질

		건성	중성	지성	기타	전체	$\chi^2(p)$
성별	남	19	16	49	2	86	36.022*** (.000)
		22.1%	18.6%	57.0%	2.3%	100.0%	
	여	36	97	43	2	178	
		20.2%	54.5%	24.2%	1.1%	100.0%	
연령	19세 이하	5	17	4	0	26	18.161** (.006)
		19.2%	65.4%	15.4%	.0%	100.0%	
	20-29세	41	55	58	4	158	
		25.9%	34.8%	36.7%	2.5%	100.0%	
	30-39세	9	41	30	0	80	
		11.3%	51.3%	37.5%	.0%	100.0%	
결혼상태	미혼	48	78	63	4	193	9.044* (.029)
		24.9%	40.4%	32.6%	2.1%	100.0%	
	기혼	7	35	29	0	71	
		9.9%	49.3%	40.8%	.0%	100.0%	
학력	고졸	10	21	21	1	53	11.609 (.071)
		18.9%	39.6%	39.6%	1.9%	100.0%	
	대학 재학	41	60	49	2	152	
		27.0%	39.5%	32.2%	1.3%	100.0%	
	대졸	4	32	22	1	59	
		6.8%	54.2%	37.3%	1.7%	100.0%	
직업	전문직	2	7	9	0	18	31.870*** (.001)
		11.1%	38.9%	50.0%	.0%	100.0%	
	서비스직	6	13	28	1	48	
		12.5%	27.1%	58.3%	2.1%	100.0%	
	사무직	4	11	4	0	19	
		21.1%	57.9%	21.1%	.0%	100.0%	
	학생	41	64	48	3	156	
		26.3%	41.0%	30.8%	1.9%	100.0%	
	주부	2	18	3	0	23	
		8.7%	78.3%	13.0%	.0%	100.0%	
거주지	대도시	23	55	25	4	107	38.683*** (.000)
		21.5%	51.4%	23.4%	3.7%	100.0%	
	중소도시	18	51	32	0	101	
		17.8%	50.5%	31.7%	.0%	100.0%	
	읍,면지역	14	7	35	0	56	
		25.0%	12.5%	62.5%	.0%	100.0%	
	전체	55	113	92	4	264	
		20.8%	42.8%	34.8%	1.5%	100.0%	

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

<표14-1>에서와 같이 염색 전 모발 색상에 대해 살펴보면 전체적으로 흑색이 68.3%, 갈색이 25.7%로 나타났다. 남자, 19세 이하, 기혼, 대졸, 사무직, 중소도시에서는 흑색이라는 응답이 높게 나타났고 여자, 20-29세, 미혼, 대학 재학, 읍, 면지역에서는 갈색이라는 응답이 더 높게 나타났는데, 이는 자연모발색이 대부분 흑색인 우리나라 사람의 모발이 예상외로 요즘은 갈색도 존재함을 알 수 있었다.

<표14-2>에서는 모발 형태에 대해 살펴보았는데, 전체적으로 곱슬머리가 51.5%로 가장 많은 응답을 보였으며, 직모 17.2%, 가는 모발 16.4% 순으로 나타났다. 특히 남자는 곱슬머리, 가는 모발 순으로 높게 조사되었고, 여자는 곱슬머리, 직모 순으로 높게 나타났다. 또, 19세 이하의 경우 강한 곱슬머리가 많은 것으로 조사되었으며, 이는 모발 성질과 형태가 염색 시 인공 염료의 염착이 잘 되느냐의 문제와 관련이 있으므로 시술시 중요하게 고려해야 할 사항이다.

<표14-3>에서 보는 바와 같이 모발 성질에 대해 살펴보면 전체적으로 중성이 42.8%로 가장 많은 응답을 보였으며 지성 34.8%, 건성 20.8% 순으로 나타났다. 여자, 기혼은 각각 중성이라는 응답이 타 집단에 비해 높게 나타났다. 남자, 30-39세, 19세 이하의 경우 각각 지성이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났다. 또, 미혼은 건성이라는 응답이 기혼보다 더 높게 나타났다. 이를 통해 본래 타고난 모발은 건강모의 약간 지성이므로, 손상을 경험한 모발의 경우 건성이 되기 쉽다고 볼 수 있다. 따라서, 미혼의 여성의 경우 모발 시술을 많이 경험했다고 추정 할 수 있다.

3. 염색에 대한 소비자 트렌드 조사

3-1. 염색 시 소비 유,무 요인

<표15> 인구 통계학적 변인에 따른 조사 대상자의 염색 경험 여부

		예	아니오	전체	$\chi^2(p)$
성별	남	83	3	86	1.391 (.238)
		96.5%	3.5%	100.0%	
	여	155	12	167	
		92.8%	7.2%	100.0%	
연령	19세 이하	26	0	26	3.363 (.186)
		100.0%	.0%	100.0%	
	20-29세	138	12	150	
		92.0%	8.0%	100.0%	
	30-39세	74	3	77	
		96.1%	3.9%	100.0%	
결혼상태	미혼	171	14	185	3.314 (.069)
		92.4%	7.6%	100.0%	
	기혼	67	1	68	
		98.5%	1.5%	100.0%	
학력	고졸	49	2	51	2.702 (.259)
		96.1%	3.9%	100.0%	
	대학 재학	141	12	153	
		92.2%	7.8%	100.0%	
	대졸	48	1	49	
		98.0%	2.0%	100.0%	
직업	전문직	16	1	17	8.109 (.088)
		94.1%	5.9%	100.0%	
	서비스직	33	6	39	
		84.6%	15.4%	100.0%	
	사무직	19	0	19	
		100.0%	.0%	100.0%	
	학생	150	7	157	
		95.5%	4.5%	100.0%	
거주지	주부	20	1	21	2.070 (.355)
		95.2%	4.8%	100.0%	
	대도시	98	9	107	
		91.6%	8.4%	100.0%	
	중소도시	98	4	102	
		96.1%	3.9%	100.0%	
	읍,면지역	42	2	44	
		95.5%	4.5%	100.0%	
	전체	238	15	253	
		94.1%	5.9%	100.0%	

**p<.01

<표16> 인구 통계학적 변인에 따른 조사 대상자의 모발 염색을 하는 이유

		모발관리를 위해	탈색을 감추기 위해	이미지 향상을 위해	예술성을 위해	기타	전체	$\chi^2(p)$
성별	남	3	5	68	1	0	77	11.185* (.025)
		3.9%	6.5%	88.3%	1.3%	.0%	100.0%	
	여	0	4	141	3	6	154	
		.0%	2.6%	91.6%	1.9%	3.9%	100.0%	
연령	19세 이하	1	2	22	1	0	26	10.418 (.237)
		3.8%	7.7%	84.6%	3.8%	.0%	100.0%	
	20-29세	2	7	115	3	4	131	
		1.5%	5.3%	87.8%	2.3%	3.1%	100.0%	
	30-39세	0	0	72	0	2	74	
		.0%	.0%	97.3%	.0%	2.7%	100.0%	
결혼상태	미혼	3	9	144	4	4	164	7.037 (.134)
		1.8%	5.5%	87.8%	2.4%	2.4%	100.0%	
	기혼	0	0	65	0	2	67	
		.0%	.0%	97.0%	.0%	3.0%	100.0%	
학력	고졸	0	1	45	1	2	49	7.994 (.434)
		.0%	2.0%	91.8%	2.0%	4.1%	100.0%	
	대학 재학	3	8	117	3	3	134	
		2.2%	6.0%	87.3%	2.2%	2.2%	100.0%	
	대졸	0	0	47	0	1	48	
		.0%	.0%	97.9%	.0%	2.1%	100.0%	
직업	전문직	0	0	15	0	1	16	12.008 (.743)
		.0%	.0%	93.8%	.0%	6.3%	100.0%	
	서비스직	1	0	30	0	2	33	
		3.0%	.0%	90.9%	.0%	6.1%	100.0%	
	사무직	0	1	18	0	0	19	
		.0%	5.3%	94.7%	.0%	.0%	100.0%	
	학생	2	8	127	4	2	143	
		1.4%	5.6%	88.8%	2.8%	1.4%	100.0%	
	주부	0	0	19	0	1	20	
		.0%	.0%	95.0%	.0%	5.0%	100.0%	
거주지	대도시	1	2	89	2	4	98	18.169* (.020)
		1.0%	2.0%	90.8%	2.0%	4.1%	100.0%	
	중소도시	2	1	85	1	2	91	
		2.2%	1.1%	93.4%	1.1%	2.2%	100.0%	
	읍,면지역	0	6	35	1	0	42	
		.0%	14.3%	83.3%	2.4%	.0%	100.0%	
	전체	3	9	209	4	6	231	
		1.3%	3.9%	90.5%	1.7%	2.6%	100.0%	

* $p < .05$

<표17> 인구 통계학적 변인에 따른 조사 대상자의 염모를 하지 않는 이유

		본래 내 머리색이 좋아서	모발손상의 우려가 있어서	기타	전체	$\chi^2(p)$
성별	남	1	2	0	3	.313 (.855)
		33.3%	66.7%	.0%	100.0%	
	여	3	8	1	12	
		25.0%	66.7%	8.3%	100.0%	
연령	20-29세	3	9	0	12	4.688 (.096)
		25.0%	75.0%	.0%	100.0%	
	30-39세	1	1	1	3	
		33.3%	33.3%	33.3%	100.0%	
결혼상태	미혼	4	10	0	14	15.000*** (.001)
		28.6%	71.4%	.0%	100.0%	
	기혼	0	0	1	1	
		.0%	.0%	100.0%	100.0%	
학력	고졸	0	1	1	2	7.750 (.101)
		.0%	50.0%	50.0%	100.0%	
	대학 재학	4	8	0	12	
		33.3%	66.7%	.0%	100.0%	
	대졸	0	1	0	1	
		.0%	100.0%	.0%	100.0%	
직업	전문직	1	0	0	1	18.125** (.006)
		100.0%	.0%	.0%	100.0%	
	서비스직	1	5	0	6	
		16.7%	83.3%	.0%	100.0%	
	학생	2	5	0	7	
		28.6%	71.4%	.0%	100.0%	
	주부	0	0	1	1	
		.0%	.0%	100.0%	100.0%	
거주지	대도시	2	6	1	9	1.271 (.866)
		22.2%	66.7%	11.1%	100.0%	
	중소도시	1	3	0	4	
		25.0%	75.0%	.0%	100.0%	
	읍,면지역	1	1	0	2	
		50.0%	50.0%	.0%	100.0%	
	전체	4	10	1	15	
		26.7%	66.7%	6.7%	100.0%	

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

<표18> 인구 통계학적 변인에 따른 조사 대상자의 염색 계획이 있는지 여부

		하지 않겠다	하겠다	그 때 가봐야 알 것 같다	전체	$\chi^2(p)$
성별	남	0	1	2	3	.339 (.844)
		.0%	33.3%	66.7%	100.0%	
	여	1	4	6	11	
		9.1%	36.4%	54.5%	100.0%	
연령	20-29세	1	4	6	11	.339 (.844)
		9.1%	36.4%	54.5%	100.0%	
	30-39세	0	1	2	3	
		.0%	33.3%	66.7%	100.0%	
결혼상태	미혼	1	5	7	13	.808 (.668)
		7.7%	38.5%	53.8%	100.0%	
	기혼	0	0	1	1	
		.0%	.0%	100.0%	100.0%	
학력	고졸	0	1	1	2	2.434 (.656)
		.0%	50.0%	50.0%	100.0%	
	대학 재학	1	3	7	11	
		9.1%	27.3%	63.6%	100.0%	
	대졸	0	1	0	1	
		.0%	100.0%	.0%	100.0%	
직업	전문직	0	0	1	1	3.733 (.713)
		.0%	.0%	100.0%	100.0%	
	서비스직	0	2	4	6	
		.0%	33.3%	66.7%	100.0%	
	학생	1	3	2	6	
		16.7%	50.0%	33.3%	100.0%	
	주부	0	0	1	1	
		.0%	.0%	100.0%	100.0%	
거주지	대도시	1	2	5	8	1.444 (.837)
		12.5%	25.0%	62.5%	100.0%	
	중소도시	0	2	2	4	
		.0%	50.0%	50.0%	100.0%	
	읍,면지역	0	1	1	2	
		.0%	50.0%	50.0%	100.0%	
	전체	1	5	8	14	
		7.1%	35.7%	57.1%	100.0%	

<표15>에서 보는 바와 같이 염모를 한 경험이 있는지 여부에 대해 전체적으로 ‘예’가 94.1%로 나타났다.

남자가 염모를 한 경험이 있다는 응답이 오히려 여자보다 더 높게 나타났다. 19세 이하, 기혼, 대졸, 사무직, 중, 소도시 거주자는 각각 염모를 한 경험이 있다는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고, 20-29세, 미혼, 대학 재학, 서비스직, 대도시거주자는 각각 염모를 한 경험이 없다는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났다.

위의 통계를 살펴볼 때, 염모를 경험한 경우가 94.1%로 이제 국내 소비자들 사이에 염색은 일반화 되어진 것을 추정할 수 있다.

<표16>에서와 같이 모발 염색을 하는 이유에 대해 살펴보면 전체적으로 이미지 향상을 위해가 90.5%로 나타났다.

여자, 30~39세, 기혼, 대졸자, 주부는 각각 이미지 향상을 위해라는 응답이 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.05$)

거주지에 따라서는 읍, 면지역은 탈색을 감추기 위해라는 응답이 타 집단보다 더 높았고, 중소도시는 이미지 향상을 위해라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.05$)

<표17>에서와 같이 염색을 하지 않는 이유에 대해 살펴보면 전체적으로 모발손상의 우려가 있어서가 66.7%, 본래 내 머리색이 좋아서가 26.7%로 나타났다.

남자, 30~39세, 기혼, 전문직은 본래 내 머리색이 좋아서라는 응답이 타 집단보다 더 높게 조사 되었다.

반면, 여성, 20-29세, 미혼, 서비스직은 각각 모발손상의 우려가 있어서라는 응답이 다른 집단보다 더 높게 나타났다.

학력에 따라서는 대졸은 모발손상의 우려가 있어서라는 응답이 타 집단보

다 월등히 높게 나타났다.

거주지에 따라서는 읍, 면지역은 본래 내 머리색이 좋아서라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 중소도시는 모발손상의 우려가 있어서라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났다.

위를 조사를 통해 모발 손상을 우려해 염색을 하지 않는 경우가 66.7 %의 요인으로 작용하는 것으로 보아 염색에 대한 소비자의 의식이 점차 모발 관리와 두피건강에 관심을 두고 있는 추세임을 짐작할 수 있다.

<표18>에서와 같이 기회가 있다면 염색을 할 계획이 있는지 여부에 대한 응답을 살펴보면 전체적으로 그 때 가 봐야 알 것 같다가 57.1%, 하겠다가 35.7%로 나타났다.

남자, 30-39세, 기혼, 대학 재학, 전문직과 주부는 각각 그 때 가 봐야 알 것 같다는 모호한 응답이 더 높게 나타났다.

반면, 여자, 20-29세, 미혼, 대졸 은 하겠다는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났다.

거주지에 따라서는 대도시는 그 때 가 봐야 알 것 같다는 응답이 타 집단보다 월등히 높게 나타났다.

위와 같은 통계를 살펴 볼 때, “그때 가 봐야 알겠다”라는 모호한 대답이 57.1%차지한 것으로 보아, 염색에 관한 소비자의 신뢰나 시술 후 결과 만족도가 그다지 높지 않음을 추정 할 수 있다.

3-2. 염색 시 선호하는 색상

<표19> 인구 통계학적 변인에 따른 조사 대상자의 좋아하는 헤어컬러

	검은 색	초록 색	황금 색	포도 주색	갈색	흰색	빨간 색	보라 색	파 란 색	회색	노란 색	기 타	전체	$\chi^2(p)$
남	22	3	11	2	37	2	2	0	0	6	0	1	86	31.761* ** (.001)
	25.6%	3.5%	12.8%	2.3%	43.0%	2.3%	2.3%	.0%	.0%	7.0%	.0%	1.2%	100.0%	
여	43	6	39	16	43	0	17	2	1	2	4	4	177	193.209 *** (.000)
	24.3%	3.4%	22.0%	9.0%	24.3%	.0%	9.6%	1.1%	.6%	1.1%	2.3%	2.3%	100.0%	
19세 이하	3	1	1	0	4	0	16	0	0	0	0	1	26	193.209 *** (.000)
	11.5%	3.8%	3.8%	.0%	15.4%	.0%	61.5%	.0%	.0%	.0%	.0%	3.8%	100.0%	
20-2 9세	54	3	14	14	54	2	3	0	1	8	2	2	157	193.209 *** (.000)
	34.4%	1.9%	8.9%	8.9%	34.4%	1.3%	1.9%	.0%	.6%	5.1%	1.3%	1.3%	100.0%	
30-3 9세	8	5	35	4	22	0	0	2	0	0	2	2	80	193.209 *** (.000)
	10.0%	6.3%	43.8%	5.0%	27.5%	.0%	.0%	2.5%	.0%	.0%	2.5%	2.5%	100.0%	
미혼	57	8	17	15	58	2	19	0	1	8	3	4	192	64.483* ** (.000)
	29.7%	4.2%	8.9%	7.8%	30.2%	1.0%	9.9%	.0%	.5%	4.2%	1.6%	2.1%	100.0%	
기혼	8	1	33	3	22	0	0	2	0	0	1	1	71	64.483* ** (.000)
	11.3%	1.4%	46.5%	4.2%	31.0%	.0%	.0%	2.8%	.0%	.0%	1.4%	1.4%	100.0%	
고졸	8	1	9	3	16	0	15	0	0	0	0	1	53	150.776 *** (.000)
	15.1%	1.9%	17.0%	5.7%	30.2%	.0%	28.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.9%	100.0%	
대학 재학	54	8	10	4	54	2	4	0	1	8	2	4	151	150.776 *** (.000)
	35.8%	5.3%	6.6%	2.6%	35.8%	1.3%	2.6%	.0%	.7%	5.3%	1.3%	2.6%	100.0%	
대졸	3	0	31	11	10	0	0	2	0	0	2	0	59	150.776 *** (.000)
	5.1%	.0%	52.5%	18.6%	16.9%	.0%	.0%	3.4%	.0%	.0%	3.4%	.0%	100.0%	
전문 직	5	1	2	1	3	0	0	1	0	1	2	1	17	133.030 *** (.000)
	29.4%	5.9%	11.8%	5.9%	17.6%	.0%	.0%	5.9%	.0%	5.9%	11.8%	5.9%	100.0%	
서비 스직	5	1	12	10	17	2	0	1	0	0	0	0	48	133.030 *** (.000)
	10.4%	2.1%	25.0%	20.8%	35.4%	4.2%	.0%	2.1%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
사무 직	3	0	10	0	6	0	0	0	0	0	0	0	19	133.030 *** (.000)
	15.8%	.0%	52.6%	.0%	31.6%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
학생	50	7	12	5	51	0	19	0	1	7	1	3	156	133.030 *** (.000)
	32.1%	4.5%	7.7%	3.2%	32.7%	.0%	12.2%	.0%	.6%	4.5%	.6%	1.9%	100.0%	
주부	2	0	14	2	3	0	0	0	0	0	1	1	23	133.030 *** (.000)
	8.7%	.0%	60.9%	8.7%	13.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.3%	4.3%	100.0%	
대도 시	26	8	12	3	28	2	17	2	1	2	2	4	107	86.102* ** (.000)
	24.3%	7.5%	11.2%	2.8%	26.2%	1.9%	15.9%	1.9%	.9%	1.9%	1.9%	3.7%	100.0%	
중소 도시	27	0	28	1	37	0	1	0	0	5	1	1	101	86.102* ** (.000)
	26.7%	.0%	27.7%	1.0%	36.6%	.0%	1.0%	.0%	.0%	5.0%	1.0%	1.0%	100.0%	
읍,면 지역	12	1	10	14	15	0	1	0	0	1	1	0	55	86.102* ** (.000)
	21.8%	1.8%	18.2%	25.5%	27.3%	.0%	1.8%	.0%	.0%	1.8%	1.8%	.0%	100.0%	
전체	65	9	50	18	80	2	19	2	1	8	4	5	263	86.102* ** (.000)
	24.7%	3.4%	19.0%	6.8%	30.4%	.8%	7.2%	.8%	.4%	3.0%	1.5%	1.9%	100.0%	

***p<.001

<표20> 인구 통계학적 변인에 따른 염모 시 가장 해보고 싶은 색상

		갈색톤	무채색 톤	황금색 톤	파스텔 톤	본인모발 동일계열	흑색 톤	기타	전체	$\chi^2(p)$
성별	남	37	2	24	7	5	3	1	79	28.627*** (.000)
		46.8%	2.5%	30.4%	8.9%	6.3%	3.8%	1.3%	100.0%	
	여	35	4	59	55	6	10	8	177	
		19.8%	2.3%	33.3%	31.1%	3.4%	5.6%	4.5%	100.0%	
연령	19세 이하	4	0	20	1	0	1	0	26	62.866*** (.000)
		15.4%	.0%	76.9%	3.8%	.0%	3.8%	.0%	100.0%	
	20-29세	50	5	47	22	9	11	6	150	
		33.3%	3.3%	31.3%	14.7%	6.0%	7.3%	4.0%	100.0%	
	30-39세	18	1	16	39	2	1	3	80	
		22.5%	1.3%	20.0%	48.8%	2.5%	1.3%	3.8%	100.0%	
결혼 상태	미혼	55	4	68	30	9	12	7	185	25.452*** (.000)
		29.7%	2.2%	36.8%	16.2%	4.9%	6.5%	3.8%	100.0%	
	기혼	17	2	15	32	2	1	2	71	
		23.9%	2.8%	21.1%	45.1%	2.8%	1.4%	2.8%	100.0%	
학력	고졸	15	0	29	5	1	1	2	53	89.826*** (.000)
		28.3%	.0%	54.7%	9.4%	1.9%	1.9%	3.8%	100.0%	
	대학 재학	48	6	46	18	9	12	5	144	
		33.3%	4.2%	31.9%	12.5%	6.3%	8.3%	3.5%	100.0%	
	대졸	9	0	8	39	1	0	2	59	
		15.3%	.0%	13.6%	66.1%	1.7%	.0%	3.4%	100.0%	
직업	전문직	5	2	4	4	2	1	0	18	72.088*** (.000)
		27.8%	11.1%	22.2%	22.2%	11.1%	5.6%	.0%	100.0%	
	서비스 직	16	2	13	14	1	0	2	48	
		33.3%	4.2%	27.1%	29.2%	2.1%	.0%	4.2%	100.0%	
	사무직	4	0	3	10	0	1	1	19	
		21.1%	.0%	15.8%	52.6%	.0%	5.3%	5.3%	100.0%	
	학생	46	2	60	17	7	11	5	148	
		31.1%	1.4%	40.5%	11.5%	4.7%	7.4%	3.4%	100.0%	
	주부	1	0	3	17	1	0	1	23	
		4.3%	.0%	13.0%	73.9%	4.3%	.0%	4.3%	100.0%	
거주 지	대도시	20	5	47	17	5	5	6	105	29.962** (.003)
		19.0%	4.8%	44.8%	16.2%	4.8%	4.8%	5.7%	100.0%	
	중소도 시	32	1	19	29	4	7	3	95	
		33.7%	1.1%	20.0%	30.5%	4.2%	7.4%	3.2%	100.0%	
	읍,면지 역	20	0	17	16	2	1	0	56	
		35.7%	.0%	30.4%	28.6%	3.6%	1.8%	.0%	100.0%	
	전체	72	6	83	62	11	13	9	256	
		28.1%	2.3%	32.4%	24.2%	4.3%	5.1%	3.5%	100.0%	

p<.01,*p<.001

<표19>에서 보는 바와 같이 좋아하는 헤어컬러에 대해 살펴보면 전체적으로 갈색이 30.4%로 가장 많은 응답을 보였으며 검은색 24.7%, 황금색 19.0% 순으로 나타났다. 여자, 기혼, 30-39세, 대졸자, 주부는 황금색이라는 응답이 각각 타 집단보다 더 높게 나타났고, 남자는 갈색이라는 응답이 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$) 19세 이하는 빨간색이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$) 미혼, 대학 재학은 각각 검은색이라는 응답이 기혼보다 더 높게 나타났고 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

위의 통계를 살펴 볼 때, 황금색을 선호하는 경우가 대부분 연령층이 있는 여성의 경우가 많은 것으로 볼 때, 생기 있고 자연스러운 성숙미를 풍기는 노란빛의 헤어 컬러를 선호 한다는 것을 추정할 수 있으며, 대학생이나 미혼의 여성의 경우 검은 색을 선호해 자연스러운 건강미를 더 선호함을 알 수 있다. 특히 19세 이하는 개성을 표현 할 수 있는 붉은 색을 선호하는 경우가 있어 연령대별 선호색이 확연히 차이가 나는 것을 볼 수 있다.

<표20>에서 보는 바와 같이 염모 시 가장 해보고 싶은 색상에 대해 살펴 보면 전체적으로 황금색톤이 32.4%로 가장 많은 응답을 보였으며 갈색톤 28.1%, 파스텔톤 24.2% 순으로 나타났다. 남자는 갈색톤이라는 응답이 더 높게 나타났고 여자, 기혼, 대졸, 주부는 파스텔톤이라는 응답이 각각 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

미혼, 19세 이하, 고졸, 학생은 각각 황금색톤이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

위의 통계를 살펴 볼 때, 실제 모발에 재현하는 모발색보다 모두 더 높은 명도의 염색을 해보고 싶어 하는 욕구가 있는 것으로 보여 지며, 이는 사회적인 인식과 트렌드로 인해 희망색을 자유롭게 못하는 소비자의 실정을 짐작하게 한다.

3-3. 염색 색상 결정 요인

<표21> 인구 통계학적 변인에 따른 모발 염모 시 염색 색상 결정 요인

		헤어스타일 에 맞게	모임행사를 고려하여	주변의 권유로	최신유행 스타일따라	본인의상 에 맞게	기타	전체	x ² (p)
성별	남	64	1	2	4	2	4	77	3.795 (.579)
		83.1%	1.3%	2.6%	5.2%	2.6%	5.2%	100.0%	
	여	114	1	11	9	5	14	154	
		74.0%	.6%	7.1%	5.8%	3.2%	9.1%	100.0%	
연령	19세 이하	24	0	0	0	1	1	26	20.155 * (.028)
		92.3%	.0%	.0%	.0%	3.8%	3.8%	100.0%	
	20-29세	88	2	9	11	6	15	131	
		67.2%	1.5%	6.9%	8.4%	4.6%	11.5%	100.0%	
	30-39세	66	0	4	2	0	2	74	
		89.2%	.0%	5.4%	2.7%	.0%	2.7%	100.0%	
결혼 상태	미혼	121	2	8	11	7	15	164	7.531 (.184)
		73.8%	1.2%	4.9%	6.7%	4.3%	9.1%	100.0%	
	기혼	57	0	5	2	0	3	67	
		85.1%	.0%	7.5%	3.0%	.0%	4.5%	100.0%	
학력	고졸	42	1	4	2	0	0	49	23.639 ** (.009)
		85.7%	2.0%	8.2%	4.1%	.0%	.0%	100.0%	
	대학 재학	91	1	8	10	7	17	134	
		67.9%	.7%	6.0%	7.5%	5.2%	12.7%	100.0%	
	대졸	45	0	1	1	0	1	48	
		93.8%	.0%	2.1%	2.1%	.0%	2.1%	100.0%	
직업	전문직	12	0	1	0	1	2	16	27.683 (.117)
		75.0%	.0%	6.3%	.0%	6.3%	12.5%	100.0%	
	서비스직	23	2	2	4	1	1	33	
		69.7%	6.1%	6.1%	12.1%	3.0%	3.0%	100.0%	
	사무직	18	0	1	0	0	0	19	
		94.7%	.0%	5.3%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
	학생	107	0	7	9	5	15	143	
		74.8%	.0%	4.9%	6.3%	3.5%	10.5%	100.0%	
	주부	18	0	2	0	0	0	20	
		90.0%	.0%	10.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
거주 지	대도시	65	1	5	7	7	13	98	20.112 * (.028)
		66.3%	1.0%	5.1%	7.1%	7.1%	13.3%	100.0%	
	중소도시	77	1	5	4	0	4	91	
		84.6%	1.1%	5.5%	4.4%	.0%	4.4%	100.0%	
	읍,면지 역	36	0	3	2	0	1	42	
		85.7%	.0%	7.1%	4.8%	.0%	2.4%	100.0%	
전체		178	2	13	13	7	18	231	
		77.1%	.9%	5.6%	5.6%	3.0%	7.8%	100.0%	

*p<.05,**p<.01

<표21>에서 보는 바와 같이 모발 염모 시 염모 색상을 결정할 때 가장 중요하게 생각하는 것에 대해 살펴보면 전체적으로 헤어스타일에 맞게 하는 것이 77.1%로 나타났다.

성별에 따라서는 남자는 헤어스타일에 맞게라는 응답이 여자보다 더 높게 나타났다.

연령에 따라서는 19세 이하는 헤어스타일에 맞게라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 20-29세는 기타라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.05$)

결혼상태에 따라서는 기혼은 헤어스타일에 맞게라는 응답이 미혼보다 더 높게 나타났다.

학력에 따라서는 대졸은 헤어스타일에 맞게라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 대학 재학은 기타라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.01$)

직업에 따라서는 사무직은 헤어스타일에 맞게라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 전문직은 기타라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났다. 거주지에 따라서는 읍, 면지역은 헤어스타일에 맞게라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났다.

3-4. 염색 시술 방식에 따른 선호 형태

<표22> 인구 통계학적 변인에 따른 모발 염색 시 선호하는 염모 방법

		영구적 염모	반영구적 염모(코팅)	일시적 염모(칼라왁스 ,칼라샴푸 등)	전체	x ² (p)
성별	남	61	21	1	83	4.567 (.102)
		73.5%	25.3%	1.2%	100.0%	
	여	93	60	1	154	
		60.4%	39.0%	.6%	100.0%	
연령	19세 이하	8	18	0	26	17.737*** (.001)
		30.8%	69.2%	.0%	100.0%	
	20-29세	92	43	2	137	
		67.2%	31.4%	1.5%	100.0%	
	30-39세	54	20	0	74	
		73.0%	27.0%	.0%	100.0%	
결혼 상태	미혼	106	62	2	170	2.352 (.309)
		62.4%	36.5%	1.2%	100.0%	
	기혼	48	19	0	67	
		71.6%	28.4%	.0%	100.0%	
학력	고졸	17	32	0	49	35.006*** (.000)
		34.7%	65.3%	.0%	100.0%	
	대학 재학	94	44	2	140	
		67.1%	31.4%	1.4%	100.0%	
	대졸	43	5	0	48	
		89.6%	10.4%	.0%	100.0%	
직업	전문직	9	6	1	16	25.012** (.002)
		56.3%	37.5%	6.3%	100.0%	
	서비스직	15	17	1	33	
		45.5%	51.5%	3.0%	100.0%	
	사무직	16	3	0	19	
		84.2%	15.8%	.0%	100.0%	
	학생	95	54	0	149	
		63.8%	36.2%	.0%	100.0%	
	주부	19	1	0	20	
		95.0%	5.0%	.0%	100.0%	
거주 지	대도시	57	41	0	98	13.683*** (.000)
		58.2%	41.8%	.0%	100.0%	
	중소도시	75	21	1	97	
		77.3%	21.6%	1.0%	100.0%	
	읍,면지역	22	19	1	42	
		52.4%	45.2%	2.4%	100.0%	
전체		154	81	2	237	
		65.0%	34.2%	.8%	100.0%	

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

<표22>에서 보는 바와 같이 모발염모를 할 때 선호하는 염모 방법에 대해 살펴보면 전체적으로 영구적 염모가 65.0%, 반영구적 염모(코팅)가 34.2%로 나타났다.

성별에 따라서는 남자는 영구적 염모라는 응답이 여자보다 더 높게 나타났고 여자는 반영구적 염모(코팅)라는 응답이 남자보다 더 높게 나타났다.

연령에 따라서는 30-39세는 영구적 염모라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 19세 이하는 반영구적 염모(코팅)라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

결혼상태에 따라서는 기혼은 영구적 염모라는 응답이 미혼보다 더 높게 나타났다.

학력에 따라서는 대졸은 영구적 염모라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 고졸은 반영구적 염모(코팅)라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

직업에 따라서는 주부는 영구적 염모라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 서비스직은 반영구적 염모(코팅)라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.01$)

거주지에 따라서는 중소도시는 영구적 염모라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 읍, 면지역은 반영구적 염모(코팅)라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

위의 통계를 살펴볼 때, 머릿결을 생각하는 미혼 여성의 경우나, 모발의 색을 영구적으로 바꾸고 싶어 하지 않는 19세 이하의 학생 등의 경우 반영구 염모제를 사용하고자 했으며, 대부분의 경우 지속성이 큰 영구적 염모제를 선호하고 있음을 추정할 수 있다.

3-5. 염색에 대한 소비자 만족도

<표23> 인구 통계학적 변인에 따른 염색 후 결과에 대한 만족도 차이

		N	M	SD	t	p
성별	남	73	3.4932	.80144	.944	.346
	여	168	3.4048	.60177		
연령	19세 이하	23	3.1739	.38755	5.119**	.007
	20-29세	145	3.3793	.75525		
	30-39세	73	3.6164	.48962		
결혼 상태	미혼	176	3.3523	.70976	-3.084**	.002
	기혼	65	3.6462	.48188		
학력	고졸	48	3.3333	.51914	1.839	.161
	대학 재학	137	3.4088	.76268		
	대졸	56	3.5714	.49935		
직업	전문직	17	3.5882	.61835	3.263*	.013
	서비스직	41	3.3659	.48765		
	사무직	18	3.6667	.48507		
	학생	144	3.3472	.74157		
	주부	21	3.8095	.40237		
거주지	대도시	92	3.3696	.76629	.757	.470
	중소도시	96	3.4896	.63237		
	읍,면지역	53	3.4340	.53742		

*p<.05,**p<.01

<표23>에서 보는 바와 같이 염모 후 결과에 대한 만족도 차이에 대해 살펴보면 성별에 따라서는 남자가 3.4932점, 여자가 3.4048점으로 여자보다 남자가 염모 후 결과에 대한 만족도가 더 높게 나타났다.

연령에 따라서는 19세 이하가 3.1739점, 20-29세가 3.3793점, 30-39세가 3.6164점으로 30-39세가 염모 후 결과에 대한 만족도가 가장 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.(p<.01)

결혼상태에 따라서는 미혼이 3.3523점, 기혼이 3.6462점으로 미혼보다 기혼이 염모 후 결과에 대한 만족도가 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.(p<.01)

학력에 따라서는 고졸이 3.3333점, 대학 재학이 3.4088점, 대졸이 3.5714점으로 대졸이 염모 후 결과에 대한 만족도가 가장 높게 나타났다.

직업에 따라서는 전문직이 3.5882점, 서비스직이 3.3659점, 사무직이 3.6667점, 학생이 3.3472점, 주부가 3.8095점으로 주부가 염모 후 결과에 대한 만족도가 가장 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.05$) 거주지에 따라서는 대도시가 3.3696점, 중소도시가 3.4896점, 읍, 면지역이 3.4340점으로 대도시가 염모 후 결과에 대한 만족도가 가장 높게 나타났다.

<표24> 인구 통계학적 변인에 따른 염색 후 손상 정도에 대한 만족도차이

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	73	3.4932	.80144	.944	.346	·
	여	168	3.4048	.60177			
연령	19세 이하	23	3.1739	.38755	5.119**	.007	B
	20-29세	145	3.3793	.75525			AB
	30-39세	73	3.6164	.48962			A
결혼 상태	미혼	176	3.3523	.70976	-3.084**	.002	·
	기혼	65	3.6462	.48188			
학력	고졸	48	3.3333	.51914	1.839	.161	·
	대학 재학	137	3.4088	.76268			
	대졸	56	3.5714	.49935			
직업	전문직	17	3.5882	.61835	3.263*	.013	AB
	서비스직	41	3.3659	.48765			B
	사무직	18	3.6667	.48507			AB
	학생	144	3.3472	.74157			B
	주부	21	3.8095	.40237			A
거주지	대도시	92	3.3696	.76629	.757	.470	·
	중소도시	96	3.4896	.63237			
	읍,면지역	53	3.4340	.53742			

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

<표25> 인구 통계학적 변인에 따른 염색 후 모발손질의 필요 정도 비교

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	73	2.4247	.89625	-1.343	.181	·
	여	167	2.5868	.84487			
연령	19세 이하	23	2.0435	.47465	4.597*	.011	A
	20-29세	145	2.5586	.91193			B
	30-39세	72	2.6528	.80770			B
결혼 상태	미혼	176	2.4545	.89326	-2.499*	.013	·
	기혼	64	2.7656	.72904			
학력	고졸	47	2.2766	.79951	6.993***	.001	B
	대학 재학	137	2.4891	.94025			B
	대졸	56	2.8750	.57406			A
직업	전문직	17	2.4706	1.12459	3.092*	.017	B
	서비스직	41	2.4878	.92526			B
	사무직	18	3.0556	.41618			A
	학생	144	2.4444	.85916			B
	주부	20	2.9000	.55251			AB
거주지	대도시	92	2.4457	.93013	1.695	.186	·
	중소도시	95	2.6632	.75245			
	읍,면지역	53	2.4717	.91155			

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

<표24>에서 보는 바와 같이 염모 후 모발 손상 정도에 대한 만족도 차이에 대해 살펴보면 성별에 따라서는 남자가 2.4247점, 여자가 2.5868점으로 남자보다 여자가 염모 후 모발 손상 정도에 대한 만족도가 더 높게 나타났다. 연령에 따라서는 19세 이하가 2.0435점, 20-29세가 2.5586점, 30-39세가 2.6528점으로 30-39세가 염모 후 모발 손상 정도에 대한 만족도가 가장 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.05$)

결혼상태에 따라서는 미혼이 2.4545점, 기혼이 2.7656점으로 미혼보다 기혼이 염모 후 모발 손상 정도에 대한 만족도가 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.05$) 학력에 따라서는 고졸이 2.2766점, 대학 재학이 2.4891점, 대졸이 2.8750점으로 대졸이 염모 후 모발 손상 정도에 대한 만족도가 가장 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였

다.($p<.001$) 직업에 따라서는 전문직이 2.4706점, 서비스직이 2.4878점, 사무직이 3.0556점, 학생이 2.4444점, 주부가 2.9000점으로 사무직이 염모 후 모발 손상 정도에 대한 만족도가 가장 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.05$) 거주지에 따라서는 대도시가 2.4457점, 중소도시가 2.6632점, 읍, 면지역이 2.4717점으로 중소도시가 염모 후 모발 손상 정도에 대한 만족도가 가장 높게 나타났다.

<표25>에서 보는 바와 같이 염모 후 모발 손질의 필요성이 있다고 생각하는 정도 차이에 대해 살펴보면 성별에 따라서는 남자가 3.9726점, 여자가 4.0065점으로 남자보다 여자가 염모 후 모발 손질의 필요성이 있다고 생각하는 정도가 더 높게 나타났다.

연령에 따라서는 19세 이하가 3.0000점, 20-29세가 4.0379점, 30-39세가 4.2714점으로 30-39세가 염모 후 모발 손질의 필요성이 있다고 생각하는 정도가 가장 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

결혼상태에 따라서는 미혼이 3.9085점, 기혼이 4.2222점으로 미혼보다 기혼이 염모 후 모발 손질의 필요성이 있다고 생각하는 정도가 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.05$)

학력에 따라서는 고졸이 3.6087점, 대학 재학이 4.0815점, 대졸이 4.1304점으로 대졸이 염모 후 모발 손질의 필요성이 있다고 생각하는 정도가 가장 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.01$)

직업에 따라서는 전문직이 4.3333점, 서비스직이 4.2333점, 사무직이 4.2222점, 학생이 3.8611점, 주부가 4.1500점으로 전문직이 염모 후 모발 손질의 필요성이 있다고 생각하는 정도가 가장 높게 나타났다.

거주지에 따라서는 대도시가 3.9362점, 중소도시가 3.9355점, 읍, 면지역이 4.2750점으로 읍, 면지역이 염모 후 모발 손질의 필요성이 있다고 생각하는 정도가 가장 높게 나타났다.

4. 염모제에 대한 소비자 선호도 및 소비행동조사

4-1. 염모제 선택 시 결정 요인

<표26> 인구 통계학적 변인에 따른 선택한 염모제의 사용하는 이유

		가격 만족	색상 만족	사용이 간편	주변사람의 권유	포장디자인 만족	기타	전체	$\chi^2(p)$
성별	남	1	21	4	17	0	32	75	49.294*** (.000)
		1.3%	28.0%	5.3%	22.7%	.0%	42.7%	100.0%	
	여	7	92	17	19	2	12	149	
		4.7%	61.7%	11.4%	12.8%	1.3%	8.1%	100.0%	
연령	19세 이하	1	18	1	4	0	2	26	18.242 (.051)
		3.8%	69.2%	3.8%	15.4%	.0%	7.7%	100.0%	
	20-29세	7	55	16	16	2	30	126	
		5.6%	43.7%	12.7%	12.7%	1.6%	23.8%	100.0%	
	30-39세	0	40	4	16	0	12	72	
		.0%	55.6%	5.6%	22.2%	.0%	16.7%	100.0%	
결혼 상태	미혼	8	75	18	24	2	32	159	7.858 (.164)
		5.0%	47.2%	11.3%	15.1%	1.3%	20.1%	100.0%	
	기혼	0	38	3	12	0	12	65	
		.0%	58.5%	4.6%	18.5%	.0%	18.5%	100.0%	
학력	고졸	0	21	4	12	0	10	47	29.155*** (.001)
		.0%	44.7%	8.5%	25.5%	.0%	21.3%	100.0%	
	대학 재학	8	54	16	22	2	27	129	
		6.2%	41.9%	12.4%	17.1%	1.6%	20.9%	100.0%	
	대졸	0	38	1	2	0	7	48	
		.0%	79.2%	2.1%	4.2%	.0%	14.6%	100.0%	
직업	전문직	0	8	5	1	0	2	16	42.337** (.002)
		.0%	50.0%	31.3%	6.3%	.0%	12.5%	100.0%	
	서비스직	1	8	1	12	0	10	32	
		3.1%	25.0%	3.1%	37.5%	.0%	31.3%	100.0%	
	사무직	0	13	1	2	0	3	19	
		.0%	68.4%	5.3%	10.5%	.0%	15.8%	100.0%	
	학생	7	68	12	20	2	29	138	
		5.1%	49.3%	8.7%	14.5%	1.4%	21.0%	100.0%	
	주부	0	16	2	1	0	0	19	
		.0%	84.2%	10.5%	5.3%	.0%	.0%	100.0%	
거주 지	대도시	5	50	10	16	2	13	96	33.434*** (.000)
		5.2%	52.1%	10.4%	16.7%	2.1%	13.5%	100.0%	
	중소도시	2	54	7	5	0	20	88	
		2.3%	61.4%	8.0%	5.7%	.0%	22.7%	100.0%	
	읍,면지역	1	9	4	15	0	11	40	
		2.5%	22.5%	10.0%	37.5%	.0%	27.5%	100.0%	
전체		8	113	21	36	2	44	224	
		3.6%	50.4%	9.4%	16.1%	.9%	19.6%	100.0%	

p<.01,*p<.001

<표26>에서 보는 바와 같이 선택한 염모제를 사용하는 이유에 대해 살펴보면 전체적으로 색상 만족이 50.4%로 가장 많은 응답을 보였으며 기타 19.6%, 주변사람들의 권유 16.1% 순으로 나타났다.

성별에 따라서는 여자는 색상 만족이라는 응답이 남자보다 더 높게 나타났고 남자는 기타라는 응답이 여자보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

연령에 따라서는 19세 이하는 색상 만족이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 20-29세는 기타라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났다.

결혼상태에 따라서는 기혼은 색상 만족이라는 응답이 미혼보다 더 높게 나타났다.

학력에 따라서는 대졸은 색상 만족이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 고졸은 주변사람들의 권유라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

직업에 따라서는 주부는 색상 만족이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 서비스직은 주변사람들의 권유라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.01$)

거주지에 따라서는 중소도시는 색상 만족이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 읍, 면지역은 주변사람들의 권유라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.

<표27> 인구 통계학적 변인에 따른 염모제 구입 조건

		기업의 인지도	제품의 품질	다양한 칼라	기타	전체	x ² (p)
성별	남	23	36	5	19	83	34.638*** (.000)
		27.7%	43.4%	6.0%	22.9%	100.0%	
	여	27	67	49	7	150	
		18.0%	44.7%	32.7%	4.7%	100.0%	
연령	19세 이하	16	4	3	3	26	52.472*** (.000)
		61.5%	15.4%	11.5%	11.5%	100.0%	
	20-29세	26	75	20	16	137	
		19.0%	54.7%	14.6%	11.7%	100.0%	
	30-39세	8	24	31	7	70	
		11.4%	34.3%	44.3%	10.0%	100.0%	
결혼상태	미혼	42	80	25	19	166	22.495*** (.000)
		25.3%	48.2%	15.1%	11.4%	100.0%	
	기혼	8	23	29	7	67	
		11.9%	34.3%	43.3%	10.4%	100.0%	
학력	고졸	22	19	1	7	49	73.632*** (.000)
		44.9%	38.8%	2.0%	14.3%	100.0%	
	대학 재학	21	74	23	18	136	
		15.4%	54.4%	16.9%	13.2%	100.0%	
	대졸	7	10	30	1	48	
		14.6%	20.8%	62.5%	2.1%	100.0%	
직업	전문직	2	11	3	0	16	56.646*** (.000)
		12.5%	68.8%	18.8%	.0%	100.0%	
	서비스직	5	17	4	7	33	
		15.2%	51.5%	12.1%	21.2%	100.0%	
	사무직	2	6	10	1	19	
		10.5%	31.6%	52.6%	5.3%	100.0%	
	학생	39	66	22	18	145	
		26.9%	45.5%	15.2%	12.4%	100.0%	
	주부	2	3	15	0	20	
		10.0%	15.0%	75.0%	.0%	100.0%	
거주지	대도시	25	50	17	1	93	46.511*** (.000)
		26.9%	53.8%	18.3%	1.1%	100.0%	
	중소도시	22	32	33	11	98	
		22.4%	32.7%	33.7%	11.2%	100.0%	
	읍,면지역	3	21	4	14	42	
		7.1%	50.0%	9.5%	33.3%	100.0%	
전체		50	103	54	26	233	
		21.5%	44.2%	23.2%	11.2%	100.0%	

***p<.001

<표27>에서 보는 바와 같이 염모제 구입 시 구입 조건에 대해 살펴보면 전체적으로 제품의 품질이 44.2%로 가장 많은 응답을 보였으며 다양한 칼라 23.2%, 기업의 인지도 21.5% 순으로 나타났다.

성별에 따라서는 여자는 다양한 칼라라는 응답이 남자보다 더 높게 나타났고 남자는 기타라는 응답이 여자보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

연령에 따라서는 19세 이하는 기업의 인지도라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 20-29세는 제품의 품질이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

결혼상태에 따라서는 미혼은 기업의 인지도라는 응답이 기혼보다 더 높게 나타났고 기혼은 다양한 칼라라는 응답이 미혼보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

학력에 따라서는 대학 재학은 제품의 품질이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 대졸은 다양한 칼라라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

직업에 따라서는 전문직은 제품의 품질이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 주부는 다양한 칼라라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

거주지에 따라서는 대도시는 제품의 품질이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 중소도시는 다양한 칼라라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

<표28> 인구 통계학적 변인에 따른 염모에 대한 정보원

		영상매체 (TV,라디오 등)	헤어 디자이너	패션잡지	미용강좌	인터넷	기타	전체	$\chi^2(p)$
성별	남	22	24	12	0	7	18	83	17.139** (.004)
		26.5%	28.9%	14.5%	.0%	8.4%	21.7%	100.0%	
	여	24	62	41	2	13	13	155	
		15.5%	40.0%	26.5%	1.3%	8.4%	8.4%	100.0%	
연령	19세	3	18	2	0	1	2	26	50.053*** (.000)
	이하	11.5%	69.2%	7.7%	.0%	3.8%	7.7%	100.0%	
	20-29	23	32	49	2	13	19	138	
	세	16.7%	23.2%	35.5%	1.4%	9.4%	13.8%	100.0%	
	30-39	20	36	2	0	6	10	74	
	세	27.0%	48.6%	2.7%	.0%	8.1%	13.5%	100.0%	
결혼 상태	미혼	25	56	51	2	16	21	171	26.164*** (.000)
		14.6%	32.7%	29.8%	1.2%	9.4%	12.3%	100.0%	
	기혼	21	30	2	0	4	10	67	
		31.3%	44.8%	3.0%	.0%	6.0%	14.9%	100.0%	
학력	고졸	16	19	4	0	3	7	49	52.185*** (.000)
		32.7%	38.8%	8.2%	.0%	6.1%	14.3%	100.0%	
	대학 재학	25	33	47	2	13	21	141	
		17.7%	23.4%	33.3%	1.4%	9.2%	14.9%	100.0%	
	대졸	5	34	2	0	4	3	48	
		10.4%	70.8%	4.2%	.0%	8.3%	6.3%	100.0%	
직업	전문직	3	6	3	0	3	1	16	53.375*** (.000)
		18.8%	37.5%	18.8%	.0%	18.8%	6.3%	100.0%	
	서비스 직	14	4	6	0	1	8	33	
		42.4%	12.1%	18.2%	.0%	3.0%	24.2%	100.0%	
	사무직	3	14	1	0	0	1	19	
		15.8%	73.7%	5.3%	.0%	.0%	5.3%	100.0%	
	학생	24	48	43	2	13	20	150	
		16.0%	32.0%	28.7%	1.3%	8.7%	13.3%	100.0%	
거주 지	주부	2	14	0	0	3	1	20	36.482*** (.000)
		10.0%	70.0%	.0%	.0%	15.0%	5.0%	100.0%	
	대도시	18	34	25	1	9	11	98	
		18.4%	34.7%	25.5%	1.0%	9.2%	11.2%	100.0%	
	중소도 시	11	47	22	1	9	8	98	
		11.2%	48.0%	22.4%	1.0%	9.2%	8.2%	100.0%	
	읍,면지 역	17	5	6	0	2	12	42	
		40.5%	11.9%	14.3%	.0%	4.8%	28.6%	100.0%	
전체		46	86	53	2	20	31	238	
		19.3%	36.1%	22.3%	.8%	8.4%	13.0%	100.0%	

p<.01,*p<.001

<표28>에서 보는 바와 같이 모발 염모에 대한 정보원에 대해 살펴보면 전체적으로 헤어디자이너가 36.1%로 가장 많은 응답을 보였으며 패션잡지 22.3%, 영상매체(TV, 라디오 등) 19.3% 순으로 나타났다.

성별에 따라서는 여자는 헤어디자이너라는 응답이 남자보다 더 높게 나타났고 남자는 기타라는 응답이 여자보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.01$)

연령에 따라서는 19세 이하는 헤어디자이너라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 20-29세는 패션잡지라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

결혼상태에 따라서는 기혼은 영상매체(TV, 라디오 등)라는 응답이 미혼보다 더 높게 나타났고 미혼은 패션잡지라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

학력에 따라서는 대졸은 헤어디자이너라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 대학 재학은 패션잡지라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

직업에 따라서는 서비스직은 영상매체(TV, 라디오 등)라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 사무직은 헤어디자이너라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

거주지에 따라서는 읍, 면지역은 영상매체(TV, 라디오 등)라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 중소도시는 헤어디자이너라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

4-2 . 염모제 소비 빈도 및 희망 지속 기간

<표29> 인구 통계학적 변인에 따른 모발 염색 주기

		수시로 바꾼다	1개월에 한번	2개월에 한번	2개월 이상	특별 할 때에만	전체	x ² (p)
성별	남	4	0	14	15	49	82	7.575 (.108)
		4.9%	.0%	17.1%	18.3%	59.8%	100.0%	
	여	14	5	19	41	75	154	
		9.1%	3.2%	12.3%	26.6%	48.7%	100.0%	
연령	19세 이하	0	1	1	6	18	26	32.225*** (.000)
		.0%	3.8%	3.8%	23.1%	69.2%	100.0%	
	20-29세	14	4	17	45	56	136	
		10.3%	2.9%	12.5%	33.1%	41.2%	100.0%	
	30-39세	4	0	15	5	50	74	
		5.4%	.0%	20.3%	6.8%	67.6%	100.0%	
결혼 상태	미혼	15	4	18	52	80	169	21.621*** (.000)
		8.9%	2.4%	10.7%	30.8%	47.3%	100.0%	
	기혼	3	1	15	4	44	67	
		4.5%	1.5%	22.4%	6.0%	65.7%	100.0%	
학력	고졸	0	0	16	4	29	49	48.435*** (.000)
		.0%	.0%	32.7%	8.2%	59.2%	100.0%	
	대학 재학	14	5	15	47	58	139	
		10.1%	3.6%	10.8%	33.8%	41.7%	100.0%	
	대졸	4	0	2	5	37	48	
		8.3%	.0%	4.2%	10.4%	77.1%	100.0%	
직업	전문직	6	0	0	3	6	15	54.830*** (.000)
		40.0%	.0%	.0%	20.0%	40.0%	100.0%	
	서비스직	1	1	12	5	14	33	
		3.0%	3.0%	36.4%	15.2%	42.4%	100.0%	
	사무직	2	0	1	2	14	19	
		10.5%	.0%	5.3%	10.5%	73.7%	100.0%	
	학생	9	4	17	45	74	149	
		6.0%	2.7%	11.4%	30.2%	49.7%	100.0%	
	주부	0	0	3	1	16	20	
		.0%	.0%	15.0%	5.0%	80.0%	100.0%	
거주 지	대도시	11	2	12	26	45	96	23.181** (.003)
		11.5%	2.1%	12.5%	27.1%	46.9%	100.0%	
	중소도시	4	3	8	19	64	98	
		4.1%	3.1%	8.2%	19.4%	65.3%	100.0%	
	읍,면지역	3	0	13	11	15	42	
		7.1%	.0%	31.0%	26.2%	35.7%	100.0%	
전체		18	5	33	56	124	236	
		7.6%	2.1%	14.0%	23.7%	52.5%	100.0%	

p<.01.*p<.001

<표30> 인구 통계학적 변인에 따른 모발 염모가 지속되기를 바라는 기간

		샴푸를 1-2회 하면 없어지는 정도	1주일 가량	4-6주 가량	2-3개월	3-4개월 가량	6개월 이상	전체	x ² (p)
성별	남	1	0	6	41	24	11	83	6.184 (.289)
		1.2%	.0%	7.2%	49.4%	28.9%	13.3%	100.0%	
	여	1	3	23	94	34	19	174	
		.6%	1.7%	13.2%	54.0%	19.5%	10.9%	100.0%	
연령	19세 이하	0	0	2	22	1	1	26	31.762*** (.000)
		.0%	.0%	7.7%	84.6%	3.8%	3.8%	100.0%	
	20-29세	2	2	25	71	29	23	152	
		1.3%	1.3%	16.4%	46.7%	19.1%	15.1%	100.0%	
	30-39세	0	1	2	42	28	6	79	
		.0%	1.3%	2.5%	53.2%	35.4%	7.6%	100.0%	
결혼 상태	미혼	2	3	27	95	34	26	187	17.095** (.004)
		1.1%	1.6%	14.4%	50.8%	18.2%	13.9%	100.0%	
	기혼	0	0	2	40	24	4	70	
		.0%	.0%	2.9%	57.1%	34.3%	5.7%	100.0%	
학력	고졸	0	0	2	29	19	2	52	44.894*** (.000)
		.0%	.0%	3.8%	55.8%	36.5%	3.8%	100.0%	
	대학 재학	2	2	25	58	34	25	146	
		1.4%	1.4%	17.1%	39.7%	23.3%	17.1%	100.0%	
	대졸	0	1	2	48	5	3	59	
		.0%	1.7%	3.4%	81.4%	8.5%	5.1%	100.0%	
직업	전문직	0	0	2	9	3	4	18	39.896** (.005)
		.0%	.0%	11.1%	50.0%	16.7%	22.2%	100.0%	
	서비스직	1	1	3	17	19	2	43	
		2.3%	2.3%	7.0%	39.5%	44.2%	4.7%	100.0%	
	사무직	0	0	1	16	1	1	19	
		.0%	.0%	5.3%	84.2%	5.3%	5.3%	100.0%	
	학생	1	2	23	74	32	23	155	
		.6%	1.3%	14.8%	47.7%	20.6%	14.8%	100.0%	
	주부	0	0	0	19	3	0	22	
		.0%	.0%	.0%	86.4%	13.6%	.0%	100.0%	
거주 지	대도시	1	3	15	44	20	19	102	33.534*** (.000)
		1.0%	2.9%	14.7%	43.1%	19.6%	18.6%	100.0%	
	중소도시	1	0	13	65	16	5	100	
		1.0%	.0%	13.0%	65.0%	16.0%	5.0%	100.0%	
	읍,면지역	0	0	1	26	22	6	55	
		.0%	.0%	1.8%	47.3%	40.0%	10.9%	100.0%	
전체		2	3	29	135	58	30	257	
		.8%	1.2%	11.3%	52.5%	22.6%	11.7%	100.0%	

p<.01,*p<.001

<표29>에서 보는 바와 같이 모발 염모 주기에 대해 살펴보면 전체적으로 특별할 때만이 52.5%로 가장 많은 응답을 보였으며 2개월 이상 23.7%, 2개월에 한번 14.0% 순으로 나타났다.

성별에 따라서는 여자, 20-29세, 미혼, 대학 재학, 대도시 거주자는 각각 2개월 이상이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고, 남자, 19세 이하, 기혼, 대졸자, 주부, 중소도시 거주자는 각각 특별할 때 만이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났다. 특이하게 전문직의 경우는 수시로 바꾼다는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났다.

<표30>에서 보는 바와 같이 모발 염모가 지속되기를 바라는 기간에 대해 살펴보면 전체적으로 2-3개월이 52.5%로 가장 많은 응답을 보였으며 3-4개월 가량 22.6%, 6개월 이상 11.7% 순으로 나타났다.

여자, 19세 이하, 대졸, 주부, 중소도시는 2-3개월이라는 응답이 남자보다 더 높게 나타났고 남자, 30-39세, 기혼, 고졸, 서비스직은 3-4개월 가량이라는 응답이 더 높게 나타났다.

4-3. 염모제 가격과 품질에 따른 소비행동

<표31> 인구 통계학적 변인에 따른 염색을 위한 연 평균 투자정도

		5만원 미만	5만원이상 -10만원 미만	10만원 이상-15만 원 미만	15만원 이상-2만 원 미만	20만원 이상	전체	x ² (p)
성별	남	48	18	7	0	9	82	15.277** (.004)
		58.5%	22.0%	8.5%	.0%	11.0%	100.0%	
	여	68	51	26	5	5	155	
		43.9%	32.9%	16.8%	3.2%	3.2%	100.0%	
연령	19세 이하	9	2	15	0	0	26	83.710*** (.000)
		34.6%	7.7%	57.7%	.0%	.0%	100.0%	
	20-29세	83	31	16	4	3	137	
		60.6%	22.6%	11.7%	2.9%	2.2%	100.0%	
	30-39세	24	36	2	1	11	74	
		32.4%	48.6%	2.7%	1.4%	14.9%	100.0%	
결혼 상태	미혼	98	33	33	4	2	170	64.703*** (.000)
		57.6%	19.4%	19.4%	2.4%	1.2%	100.0%	
	기혼	18	36	0	1	12	67	
		26.9%	53.7%	.0%	1.5%	17.9%	100.0%	
학력	고졸	14	9	16	0	10	49	76.499*** (.000)
		28.6%	18.4%	32.7%	.0%	20.4%	100.0%	
	대학 재학	88	30	14	4	4	140	
		62.9%	21.4%	10.0%	2.9%	2.9%	100.0%	
	대졸	14	30	3	1	0	48	
		29.2%	62.5%	6.3%	2.1%	.0%	100.0%	
직업	전문직	7	1	5	1	2	16	113.211*** (.000)
		43.8%	6.3%	31.3%	6.3%	12.5%	100.0%	
	서비스직	15	7	1	0	10	33	
		45.5%	21.2%	3.0%	.0%	30.3%	100.0%	
	사무직	5	13	0	1	0	19	
		26.3%	68.4%	.0%	5.3%	.0%	100.0%	
	학생	87	30	27	3	2	149	
		58.4%	20.1%	18.1%	2.0%	1.3%	100.0%	
	주부	2	18	0	0	0	20	
		10.0%	90.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
거주 지	대도시	48	21	25	2	2	98	64.749*** (.000)
		49.0%	21.4%	25.5%	2.0%	2.0%	100.0%	
	중소도시	43	45	6	2	2	98	
		43.9%	45.9%	6.1%	2.0%	2.0%	100.0%	
	읍,면지역	25	3	2	1	10	41	
		61.0%	7.3%	4.9%	2.4%	24.4%	100.0%	
전체		116	69	33	5	14	237	
		48.9%	29.1%	13.9%	2.1%	5.9%	100.0%	

p<.01.*p<.001

<표31>에서 보는 바와 같이 염모를 위한 연 평균 투자 금액에 대해 살펴 보면 전체적으로 5만원 미만이 48.9%로 가장 많은 응답을 보였으며 5만원 이상-10만원 미만 29.1%, 10만원 이상-15만원 미만 13.9% 순으로 나타났다.

성별에 따라서는 남자는 5만원 미만이라는 응답이 여자보다 더 높게 나타났다. 여자는 5만원 이상-10만원 미만이라는 응답이 남자보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.01$)

연령에 따라서는 30-39세는 5만원 이상-10만원 미만이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 19세 이하는 10만원 이상-15만원 미만이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

결혼상태에 따라서는 미혼은 5만원 미만이라는 응답이 기혼보다 더 높게 나타났고 기혼은 5만원 이상-10만원 미만이라는 응답이 미혼보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

학력에 따라서는 대학 재학은 5만원 미만이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 대졸은 5만원 이상-10만원 미만이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

직업에 따라서는 학생은 5만원 미만이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 주부는 5만원 이상-10만원 미만이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

거주지에 따라서는 읍, 면지역은 5만원 미만이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 중소도시는 5만원 이상-10만원 미만이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

<표32> 인구 통계학적 변인에 따른 염모제 가격을 고려하는 정도 차이

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	72	3.7222	.92268	3.599***	.000	·
	여	153	3.2418	.93911			
연령	19세 이하	25	3.2800	.61373	3.215*	.042	AB
	20-29세	130	3.5308	.90809			A
	30-39세	70	3.1857	1.10719			B
결혼 상태	미혼	162	3.5062	.87935	2.819**	.005	·
	기혼	63	3.1111	1.09414			
학력	고졸	46	3.6522	.70608	19.257***	.000	A
	대학 재학	133	3.5564	.92453			A
	대졸	46	2.6739	.94409			B
직업	전문직	15	3.3333	1.23443	11.555***	.000	B
	서비스직	30	3.9000	.84486			A
	사무직	18	2.7222	.89479			BC
	학생	142	3.5141	.85665			AB
	주부	20	2.4500	.75915			C
거주 지	대도시	93	3.4409	.81377	13.790***	.000	B
	중소도시	93	3.0968	.98978			B
	읍,면지역	39	4.0000	.91766			A

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

<표32>에서 보는 바와 같이 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 가격을 중요하게 고려하는 정도 차이에 대해 살펴보면 성별에 따라서는 남자가 3.7222점, 여자가 3.2418점으로 여자보다 남자가 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 가격을 중요하게 고려하는 정도가 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.(p<.001)연령에 따라서는 19세 이하가 3.2800점, 20-29세가 3.5308점, 30-39세가 3.1857점으로 20-29세가 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 가격을 중요하게 고려하는 정도가 가장 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.(p<.05)결혼상태에 따라서는 미혼이 3.5062점, 기혼이 3.1111점으로 기혼보다 미혼이 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 가격을 중요하게 고려하는 정도가 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.(p<.01) 학력에 따라서는 고졸이 3.6522점, 대학 재학이 3.5564점, 대졸이 2.6739점으로 고졸이 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 가격을 중요하게

고려하는 정도가 가장 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$) 직업에 따라서는 전문직이 3.3333점, 서비스직이 3.9000점, 사무직이 2.7222점, 학생이 3.5141점, 주부가 2.4500점으로 서비스직이 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 가격을 중요하게 고려하는 정도가 가장 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$) 거주지에 따라서는 대도시가 3.4409점, 중소도시가 3.0968점, 읍, 면지역이 4.0000점으로 읍, 면지역이 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 가격을 중요하게 고려하는 정도가 가장 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

4-4. 염모제 의사결정 과정에 따른 소비 행동

<표33> 인구 통계학적 변인에 따른 염모제 의사결정시 브랜드고려정도

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	71	3.7606	.86956	1.320	.188	·
	여	153	3.5948	.87688			
연령	19세 이하	25	4.4400	.82057	13.448***	.000	A
	20-29세	129	3.5969	.81509			B
	30-39세	70	3.4571	.86285			B
결혼 상태	미혼	161	3.7143	.84726	1.839	.067	·
	기혼	63	3.4762	.93078			
학력	고졸	46	4.2826	.98122	18.166***	.000	A
	대학 재학	132	3.5227	.81462			B
	대졸	46	3.3696	.60951			B
직업	전문직	15	3.5333	.99043	4.396**	.002	AB
	서비스직	30	3.9000	.92289			A
	사무직	18	3.0556	.63914			C
	학생	141	3.7376	.87542			AB
	주부	20	3.2500	.55012			C
거주 지	대도시	91	3.8022	.96862	3.742*	.025	A
	중소도시	93	3.4624	.73068			B
	읍,면지역	40	3.7250	.90547			A

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

<표33>에서 보는 바와 같이 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 브랜드를 중요하게 고려하는 정도 차이에 대해 살펴보면 남자가 3.7606점, 19세 이하가 4.4400점, 미혼이 3.7143점, 고졸이 4.2826점, 서비스직이 3.9000점, 대도시가 3.8022점으로 각각 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 브랜드를 중요하게 고려하는 정도가 타 집단보다 더 높게 나타났다.

<표34> 인구 통계학적 변인에 따른 염모제 의사결정시 색상 고려 정도

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	73	4.6438	.67433	1.191	.235	·
	여	154	4.5260	.70663			
연령	19세 이하	25	3.7600	.96954	22.851***	.000	B
	20-29세	132	4.6288	.63493			A
	30-39세	70	4.7286	.47917			A
결혼 상태	미혼	164	4.5000	.75535	-2.247*	.026	·
	기혼	63	4.7302	.48214			
학력	고졸	46	4.0435	.84213	21.915***	.000	C
	대학 재학	135	4.6296	.63176			B
	대졸	46	4.8913	.37879			A
직업	전문직	15	4.5333	.91548	2.704*	.031	AB
	서비스직	30	4.5000	.57235			AB
	사무직	18	4.9444	.23570			A
	학생	144	4.4931	.74793			B
	주부	20	4.8500	.36635			AB
거주 지	대도시	94	4.3191	.85776	11.621***	.000	B
	중소도시	93	4.7849	.46273			A
	읍,면지역	40	4.6250	.54006			A

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

<표34>에서 보는 바와 같이 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 색상(색깔)을 중요하게 고려하는 정도 차이에 대해 살펴보면 남자가 4.6438점, 여자가 4.5260점으로, 30-39세가 4.7286점으로, 기혼이 4.7302점으로, 대졸이 4.8913점으로, 사무직이 4.9444점, 중소도시가 4.7849점으로 각각 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 색상(색깔)을 중요하게 고려하는 정도가 타 집단에 비해 더 높게 나타났다.

<표35> 인구 통계학적 변인에 따른 염모제 의사결정시 염색 시간 고려 정도

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	73	3.7123	4.87761	-2.431*	.016	.
	여	150	7.2267	11.86114			
연령	19세 이하	25	3.7600	.366332	2.998	.052	.
	20-29세	132	3.3939	.89747			
	30-39세	66	3.2273	.76047			
결혼 상태	미혼	160	3.5414	.87222	2.898**	.004	.
	기혼	63	3.1587	.67696			
학력	고졸	46	3.6327	.10791	2.621***	.075	.
	대학 재학	131	3.4122	.89331			
	대졸	46	3.0870	.69366			
직업	전문직	15	3.6000	.91026	1.455	.217	.
	서비스직	30	3.2000	.84690			
	사무직	18	3.1111	.67640			
	학생	140	3.4863	.88072			
	주부	20	3.2000	.41039			
거주 지	대도시	90	3.6392	.75257	7.272***	.001	A B A
	중소도시	93	3.1720	.88002			
	읍,면지역	40	3.4000	.87119			

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

<표35>에서 보는 바와 같이 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 염색에 걸리는 시간을 중요하게 고려하는 정도 차이에 대해 살펴보면 여자가 7.2267점으로, 19세 이하가 3.7600점,미혼이 3.5414점,고졸이 3.6327점, 학생이 3.4863점, 대도시가 3.6392점으로 각각 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 염색에 걸리는 시간을 중요하게 고려하는 정도가 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.

<표36> 인구 통계학적 변인에 따른 염모제 의사 결정 시 냄새 고려 정도

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	73	4.1507	.79357	.495	.621	·
	여	154	4.0974	.73892			
연령	19세 이하	25	4.7600	.43589	12.825***	.000	A B B
	20-29세	132	4.0985	.77025			
	30-39세	70	3.9143	.69663			
결혼 상태	미혼	164	4.1951	.77442	2.626**	.009	·
	기혼	63	3.9048	.66513			
학력	고졸	46	4.3261	.89578	2.372	.096	·
	대학 재학	135	4.0741	.76908			
	대졸	46	4.0217	.49392			
직업	전문직	15	4.1333	.51640	1.067	.373	·
	서비스직	30	3.9000	.95953			
	사무직	18	3.9444	.41618			
	학생	144	4.1736	.78740			
	주부	20	4.1500	.48936			
거주지	대도시	94	4.1915	.83314	.893	.411	·
	중소도시	93	4.0753	.57553			
	읍,면지역	40	4.0250	.91952			

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

<표36>에서 보는 바와 같이 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 냄새를 중요하게 고려하는 정도 차이에 대해 살펴보면 남자가 4.1507점, 여자가 4.0974점으로, 19세 이하가 4.7600점, 미혼이 4.1951점, 고졸이 4.3261점, 학생이 4.1736점, 대도시 거주자가 4.1915점으로 각각 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 냄새를 중요하게 고려하는 정도가 타 지역보다 더 높게 나타났다.

<표37> 인구 통계학적 변인에 따른 염모제 의사 결정 시
인체의 유해 정도를 중요하게 고려하는 정도

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	73	4.7123	.53953	.100	.920	·
	여	152	4.7039	.60723			
연령	19세 이하	25	4.9600	.20000	3.675*	.027	A
	20-29세	131	4.6336	.67032			B
	30-39세	69	4.7536	.46671			AB
결혼 상태	미혼	163	4.7178	.60358	.462	.645	·
	기혼	62	4.6774	.53636			
학력	고졸	45	4.7333	.44721	4.279*	.015	AB
	대학 재학	134	4.6269	.66797			B
	대졸	46	4.9130	.35441			A
직업	전문직	15	4.9333	.25820	2.735*	.030	AB
	서비스직	30	4.5667	.56832			AB
	사무직	18	4.8333	.38348			AB
	학생	143	4.6573	.65116			B
	주부	19	5.0000	.00000			A
거주 지	대도시	92	4.6522	.68636	3.132*	.046	B
	중소도시	93	4.8172	.46500			A
	읍,면지역	40	4.5750	.54948			B

*p<.05,**p<.01

<표37>에서 보는 바와 같이 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 인체의 유해 정도를 중요하게 고려하는 정도 차이에 대해 살펴보면 성별에 따라서는 남자가 4.7123점, 19세 이하가 4.9600점, 미혼이 4.7178점, 대졸이 4.9130점, 주부가 5.0000점, 중소도시가 4.8172점으로 각각 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 인체의 유해 정도를 중요하게 고려하는 정도가 타 집단보다 더 높게 나타났다.

<표38> 인구 통계학적 변인에 따른 염모제 의사 결정 시
염모행동이 건강이나 모발에 해롭다고 생각하는 정도

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	73	3.8082	.71991	4.369***	.000	·
	여	154	3.2987	.86417			
연령	19세 이하	25	2.7600	1.01160	12.695***	.000	B
	20-29세	132	3.6364	.85848			A
	30-39세	70	3.3857	.62073			A
결혼 상태	미혼	164	3.5549	.94156	2.666**	.008	·
	기혼	63	3.2222	.49004			
학력	고졸	46	3.0435	.86811	10.239***	.000	B
	대학 재학	135	3.6519	.88367			A
	대졸	46	3.3261	.51873			A
직업	전문직	15	3.4667	.91548	.994	.412	·
	서비스직	30	3.4333	.56832			
	사무직	18	3.3333	.48507			
	학생	144	3.5278	.96036			
	주부	20	3.1500	.48936			
거주 지	대도시	94	3.4574	.96904	.138	.871	·
	중소도시	93	3.4409	.77266			
	읍,면지역	40	3.5250	.75064			

p<.01,*p<.001

<표38>에서 보는 바와 같이 염모행동이 건강이나 모발에 해롭다고 생각하는 정도 차이에 대해 살펴보면 남자가 3.8082점, 20-29세가 3.6364점, 미혼이 3.5549점, 대학 재학이 3.6519점, 학생이 3.5278점, 읍, 면지역이 3.5250점으로 각각 염모행동이 건강이나 모발에 해롭다고 생각하는 정도가 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.

4-5. 국내 염모제 소비행동

<표39> 인구 통계학적 변인에 따른 국내 염모제에 대한 만족도 차이

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	73	3.4384	.57702	-.874	.383	·
	여	146	3.5137	.61292			
연령	19세 이하	23	3.9130	.41703	7.686***	.001	A
	20-29세	128	3.3984	.63171			B
	30-39세	68	3.5147	.53232			B
결혼 상태	미혼	157	3.4713	.63610	-.675	.500	·
	기혼	62	3.5323	.50303			
학력	고졸	45	3.4222	.49949	10.893***	.000	B
	대학 재학	129	3.3876	.64117			B
	대졸	45	3.8444	.42403			A
직업	전문직	13	3.5385	.66023	2.990*	.020	AB
	서비스직	30	3.2333	.43018			C
	사무직	18	3.7222	.46089			A
	학생	139	3.4748	.64078			AB
	주부	19	3.7368	.45241			A
거주 지	대도시	86	3.5465	.64456	9.817***	.000	
	중소도시	93	3.5914	.55632			
	읍,면지역	40	3.1250	.46340			

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

<표40> 인구 통계학적 변인에 따른 국내 염모제의 가격의 만족도 차이

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	73	3.6575	6.13555	-1.566	.120	·
	여	148	3.3333	.61498			
연령	19세 이하	23	3.6647	.57735	6.682	.002**	A
	20-29세	130	3.0538	.73991			B
	30-39세	68	3.3971	.52233			AB
결혼 상태	미혼	159	3.1548	.61102	-3.598*	.000** *	·
	기혼	62	3.3871	.55382			
학력	고졸	45	3.8571	.36314	11.066***	.000	A
	대학 재학	131	3.0458	.73236			A
	대졸	45	3.6444	.48409			B
직업	전문직	15	3.2667	.59362	2.166	.074	·
	서비스직	30	3.1000	.40258			
	사무직	18	3.5000	.61835			
	학생	139	3.6619	16.18980			
	주부	19	3.7368	.45241			
거주 지	대도시	88	3.5345	.62732	.976	.380	·
	중소도시	93	3.2258	.76796			
	읍,면지역	40	3.2000	.60764			

<표41> 인구 통계학적 변인에 따른 국내 염모제의 질에 대한 만족도 차이

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	73	3.0411	.56368	-3.242***	.001	·
	여	148	3.3311	.65349			
연령	19세 이하	23	3.6957	.63495	8.020***	.000	A
	20-29세	130	3.1385	.55341			B
	30-39세	68	3.2647	.72519			A
결혼상태	미혼	159	3.2327	.58672	-.096	.923	·
	기혼	62	3.2419	.76148			
학력	고졸	45	3.1556	.73718	8.695***	.000	B
	대학 재학	131	3.1450	.58339			B
	대졸	45	3.5778	.58344			A
직업	전문직	15	3.0667	.45774	5.840***	.000	C
	서비스직	30	2.8667	.57135			C
	사무직	18	3.5000	.61835			AB
	학생	139	3.2446	.61198			B
	주부	19	3.6316	.76089			A
거주지	대도시	88	3.2955	.64610	5.053**	.007	A
	중소도시	93	3.3011	.62180			A
	읍,면지역	40	2.9500	.59700			B

p<.01,*p<.001

<표42> 인구 통계학적 변인에 따른 국내 염모제의 색상의 만족도 차이

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	73	3.9315	3.53290	-2.112*	.036	·
	여	147	6.1837	8.75701			
연령	19세 이하	23	3.0870	.41703	3.741*	.025	B
	20-29세	129	3.3643	.82857			AB
	30-39세	68	3.5441	.53067			A
결혼 상태	미혼	158	3.3354	.75385	-1.827*	.069	·
	기혼	62	3.5323	.61983			
학력	고졸	45	3.2000	.45726	5.141***	.007	B
	대학 재학	130	3.3615	.83530			B
	대졸	45	3.6667	.47673			A
직업	전문직	15	3.2667	.59362	2.267	.063	·
	서비스직	30	3.3333	.54667			
	사무직	18	3.6667	.48507			
	학생	138	3.5942	9.28828			
	주부	19	3.7368	.56195			
거주 지	대도시	87	3.2529	.70246	4.072*	.018	A
	중소도시	93	3.5484	.74478			B
	읍,면지역	40	3.3250	.65584			AB

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

<표39>에서 보는 바와 같이 국내 염모제에 대한 전체적인 만족도 차이는 남자가 3.4384점, 19세 이하가 3.9130점, 기혼이 3.5323점, 대졸이 3.8444점, 주부가 3.7368점, 중소도시 거주자가 3.5914점으로 각각 국내 염모제에 대한 전체적인 만족도가 타 집단에 비해 가장 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.

<표40>에서 보는 바와 같이 국내 염모제의 가격에 대한 만족도 차이에 대해 살펴보면 여자가 8.1959점, 19세 이하가 37.0435점, 미혼이 7.9874점, 고졸이 20.3778점, 학생이 8.6619점, 대도시 거주자가 11.9545점으로 국내 염모제의 가격에 대한 만족도가 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.

<표41>에서 보는 바와 같이 국내 염모제의 질에 대한 만족도 차이에 대해 살펴보면 여자가 3.3311점으로, 19세 이하가 3.6957점, 기혼이 3.2419점으로, 대졸이 3.5778점, 주부가 3.6316점으로, 중소도시가 3.3011점으로 각각 국내 염모제의 질에 대한 만족도가 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.

<표42>에서 보는 바와 같이 국내 염모제의 색상에 대한 만족도 차이에 대해 살펴보면 여자가 6.1837점으로, 19세 이하가 22.6522점, 미혼이 6.1835점, 고졸이 13.2000점, 학생이 6.5942점, 대도시가 8.4253점으로 국내 염모제의 색상에 대한 만족도가 타 지역보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.

4-6. 국외 염모제 소비 행동

<표43> 인구 통계학적 변인에 따른 국외 염모제 사용 경험 여부

		예	아니오	전체	$\chi^2(p)$
성별	남	26	46	72	30.081*** (.000)
		36.1%	63.9%	100.0%	
	여	102	34	136	
		75.0%	25.0%	100.0%	
연령	19세 이하	3	7	10	11.109** (.004)
		30.0%	70.0%	100.0%	
	20-29세	73	56	129	
		56.6%	43.4%	100.0%	
	30-39세	52	17	69	
		75.4%	24.6%	100.0%	
결혼 상태	미혼	82	64	146	5.977* (.014)
		56.2%	43.8%	100.0%	
	기혼	46	16	62	
		74.2%	25.8%	100.0%	
학력	고졸	14	16	30	14.546*** (.001)
		46.7%	53.3%	100.0%	
	대학 재학	75	57	132	
		56.8%	43.2%	100.0%	
	대졸	39	7	46	
		84.8%	15.2%	100.0%	
직업	전문직	12	3	15	16.404** (.003)
		80.0%	20.0%	100.0%	
	서비스직	14	15	29	
		48.3%	51.7%	100.0%	
	사무직	15	3	18	
		83.3%	16.7%	100.0%	
	학생	70	57	127	
		55.1%	44.9%	100.0%	
주부	17	2	19		
	89.5%	10.5%	100.0%		
거주 지	대도시	58	19	77	13.431*** (.001)
		75.3%	24.7%	100.0%	
	중소도시	54	38	92	
		58.7%	41.3%	100.0%	
	읍,면지역	16	23	39	
		41.0%	59.0%	100.0%	
전체		128	80	208	
		61.5%	38.5%	100.0%	

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

<표43>에서 보는 바와 같이 국외 염모제를 사용한 경험이 있는지 여부에 대해 살펴보면 전체적으로 예가 61.5%, 아니오가 38.5%로 나타났다.

성별에 따라서는 여자는 국외 염모제를 사용한 경험이 있다는 응답이 남자보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

연령에 따라서는 30-39세는 국외 염모제를 사용한 경험이 있다는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 19세 이하는 사용한 경험이 없다는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.01$)

결혼상태에 따라서는 기혼은 국외 염모제를 사용한 경험이 있다는 응답이 미혼보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.05$)

학력에 따라서는 대졸은 국외 염모제를 사용한 경험이 있다는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 고졸은 사용한 경험이 없다는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

직업에 따라서는 주부는 국외 염모제를 사용한 경험이 있다는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 서비스직은 사용한 경험이 없다는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.01$)

거주지에 따라서는 대도시는 국외 염모제를 사용한 경험이 있다는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 읍, 면지역은 사용한 경험이 없다는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

<표44> 인구 통계학적 변인에 따른 국외 염모제 사용 이유

		원하는 색상이 가능	냄새에 만족해서	국산과 비슷한 가격	외국산이 좋다는 인식으로	기준에 사용해 왔으므로	기타	전체	x ² (p)
성별	남	12	1	2	3	3	5	26	7.741 (.171)
		46.2%	3.8%	7.7%	11.5%	11.5%	19.2%	100.0%	
	여	24	6	8	13	9	46	106	
		22.6%	5.7%	7.5%	12.3%	8.5%	43.4%	100.0%	
연령	19세 이하	0	0	2	0	1	0	3	41.627*** (.000)
		.0%	.0%	66.7%	.0%	33.3%	.0%	100.0%	
	20-29세	21	7	7	13	9	19	76	
		27.6%	9.2%	9.2%	17.1%	11.8%	25.0%	100.0%	
	30-39세	15	0	1	3	2	32	53	
		28.3%	.0%	1.9%	5.7%	3.8%	60.4%	100.0%	
결혼 상태	미혼	22	7	10	13	10	24	86	20.278*** (.001)
		25.6%	8.1%	11.6%	15.1%	11.6%	27.9%	100.0%	
	기혼	14	0	0	3	2	27	46	
		30.4%	.0%	.0%	6.5%	4.3%	58.7%	100.0%	
학력	고졸	10	0	0	4	0	0	14	48.331*** (.000)
		71.4%	.0%	.0%	28.6%	.0%	.0%	100.0%	
	대학 재학	19	7	9	10	11	23	79	
		24.1%	8.9%	11.4%	12.7%	13.9%	29.1%	100.0%	
	대졸	7	0	1	2	1	28	39	
		17.9%	.0%	2.6%	5.1%	2.6%	71.8%	100.0%	
직업	전문직	2	1	1	2	1	6	13	41.547** (.003)
		15.4%	7.7%	7.7%	15.4%	7.7%	46.2%	100.0%	
	서비스직	10	0	1	2	0	2	15	
		66.7%	.0%	6.7%	13.3%	.0%	13.3%	100.0%	
	사무직	3	0	0	1	1	10	15	
		20.0%	.0%	.0%	6.7%	6.7%	66.7%	100.0%	
	학생	19	6	8	10	10	19	72	
		26.4%	8.3%	11.1%	13.9%	13.9%	26.4%	100.0%	
	주부	2	0	0	1	0	14	17	
		11.8%	.0%	.0%	5.9%	.0%	82.4%	100.0%	
거주 지	대도시	17	7	4	13	6	13	60	39.428*** (.000)
		28.3%	11.7%	6.7%	21.7%	10.0%	21.7%	100.0%	
	중소도시	9	0	5	3	4	34	55	
		16.4%	.0%	9.1%	5.5%	7.3%	61.8%	100.0%	
	읍,면지역	10	0	1	0	2	4	17	
		58.8%	.0%	5.9%	.0%	11.8%	23.5%	100.0%	
전체		36	7	10	16	12	51	132	
		27.3%	5.3%	7.6%	12.1%	9.1%	38.6%	100.0%	

p<.01,*p<.001

<표44>에서 보는 바와 같이 국외 염모제를 사용하는 이유에 대해 살펴보면 전체적으로 기타가 38.6%로 가장 많은 응답을 보였으며 원하는 색상으로 나오기 때문에 27.3%, 외국산이 좋다는 인식 때문에 12.1% 순으로 나타났다.

성별에 따라서는 남자는 원하는 색상으로 나오기 때문이라는 응답이 여자보다 더 높게 나타났고 여자는 기타라는 응답이 남자보다 더 높게 나타났다.

연령에 따라서는 19세 이하는 가격이 국산과 비슷해서라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 30-39세는 기타라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

결혼상태에 따라서는 기혼은 기타라는 응답이 미혼보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

학력에 따라서는 고졸은 원하는 색상으로 나오기 때문이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 대졸은 기타라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

직업에 따라서는 서비스직은 원하는 색상으로 나오기 때문이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 주부는 기타라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.01$)

거주지에 따라서는 읍, 면지역은 원하는 색상으로 나오기 때문이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 중소도시는 기타라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

<표45> 인구 통계학적 변인에 따른 국외 염모제의 전체적인 만족도 차이

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	24	3.6667	.56466	.609	.544	·
	여	104	3.5865	.58477			
연령	19세 이하	3	3.6667	.57735	6.682**	.002	A
	20-29세	72	3.4444	.62549			B
	30-39세	53	3.8113	.44100			A
결혼상태	미혼	82	3.4634	.63236	-3.784***	.000	·
	기혼	46	3.8478	.36316			
학력	고졸	14	3.8571	.36314	11.066***	.000	A
	대학 재학	75	3.4133	.61717			B
	대졸	39	3.8718	.40907			A
직업	전문직	13	3.6154	.65044	3.187*	.016	AB
	서비스직	14	3.7857	.42582			AB
	사무직	15	3.8000	.41404			AB
	학생	69	3.4493	.63097			B
	주부	17	3.8824	.33211			A
거주지	대도시	58	3.5345	.62732	.976	.380	·
	중소도시	54	3.6296	.52472			
	읍,면지역	16	3.7500	.57735			

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

<표46>인구 통계학적 변인에 따른 국외 염모제의 가격의 만족도 차이

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	24	2.6667	.56466	-3.052**	.003	·
	여	104	3.1442	.71622			
연령	19세 이하	3	3.0000	.00000	8.097***	.000	AB
	20-29세	72	2.8472	.62031			B
	30-39세	53	3.3396	.75812			A
결혼 상태	미혼	82	2.8659	.58293	-4.260***	.000	·
	기혼	46	3.3913	.80217			
학력	고졸	14	2.4286	.51355	31.269***	.000	C
	대학 재학	75	2.8667	.60030			B
	대졸	39	3.6410	.58432			A
직업	전문직	13	2.8462	.55470	11.703***	.000	B
	서비스직	14	2.7857	.89258			B
	사무직	15	3.5333	.74322			A
	학생	69	2.8551	.57587			B
	주부	17	3.8235	.39295			A
거주 지	대도시	58	2.8793	.53238	9.737***	.000	B
	중소도시	54	3.3519	.73092			A
	읍,면지역	16	2.6875	.87321			B

<표47> 인구 통계학적 변인에 따른 국외 염모제의 질에 대한 만족도 차이

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	24	3.7083	.55003	2.526*	.013	·
	여	104	3.3462	.65016			
연령	19세 이하	3	3.6667	.57735	1.486	.230	·
	20-29세	72	3.4861	.75046			
	30-39세	53	3.3019	.46347			
결혼상태	미혼	82	3.4878	.72425	1.737	.085	·
	기혼	46	3.2826	.45524			
학력	고졸	14	3.8571	.53452	5.794**	.004	B
	대학 재학	75	3.4400	.72111			B
	대졸	39	3.2051	.40907			A
직업	전문직	13	3.3077	.75107	3.583**	.008	ABC
	서비스직	14	3.7143	.46881			A
	사무직	15	3.1333	.35187			BC
	학생	69	3.5217	.71965			AB
	주부	17	3.0588	.24254			C
거주지	대도시	58	3.6034	.67381	14.877***	.000	B
	중소도시	54	3.0926	.48636			A
	읍,면지역	16	3.8125	.54391			A

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

<표48> 인구 통계학적 변인에 따른 국외 염모제의 색상의 만족도 차이

		N	M	SD	t	p	Duncan
성별	남	24	3.2917	.99909	-2.178*	.031	·
	여	104	3.6923	.76421			
연령	19세 이하	3	4.0000	1.00000	.329	.720	·
	20-29세	72	3.6111	.84845			
	30-39세	53	3.6038	.79275			
결혼상태	미혼	82	3.6341	.85364	.310	.757	·
	기혼	46	3.5870	.77678			
학력	고졸	14	3.1429	1.16732	4.063*	.020	B
	대학 재학	75	3.5867	.85572			A
	대졸	39	3.8462	.48874			A
직업	전문직	13	3.4615	1.05003	4.860***	.001	A
	서비스직	14	2.8571	.94926			B
	사무직	15	3.9333	.45774			A
	학생	69	3.6522	.81936			A
	주부	17	3.9412	.24254			A
거주지	대도시	58	3.7759	.77331	7.195***	.001	A
	중소도시	54	3.6481	.73092			A
	읍,면지역	16	2.9375	.99791			B

<표45>에서 보는 바와 같이 국외 염모제의 전체적인 만족도 차이에 대해 살펴보면 남자가 3.6667점, 30-39세가 3.8113점, 기혼이 3.8478점, 대졸이 3.8718점, 주부가 3.8824점, 읍, 면지역이 3.7500점으로 국외 염모제의 전체적인 만족도가 타 집단에 비해 더 높게 나타났다.

<표46>에서 보는 바와 같이 국외 염모제의 가격에 대한 만족도 차이에 대해 살펴보면 여자가 3.1442점, 30-39세가 3.3396점, 기혼이 3.3913점, 대졸이 3.6410점, 주부가 3.8235점, 중소도시가 3.3519점으로 각각 국외 염모제의 가격에 대한 만족도가 타집단에 비해 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.

<표47>에서 보는 바와 같이 국외 염모제의 질에 대한 만족도 차이에 대해 살펴보면 남자가 3.7083점, 19세 이하가 3.6667점, 미혼이 3.4878점, 고졸이 3.8571점, 서비스직이 3.7143점, 읍, 면지역이 3.8125점, 전문직이 3.5138점, 으로 각각 국외 염모제의 질에 대한 만족도가 타집단에 비해 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.

<표48>에서 보는 바와 같이 국외 염모제의 색상에 대한 만족도 차이에 대해 살펴보면 여자가 3.6923점으로, 19세 이하가 4.0000점, 미혼이 3.6341점, 대졸이 3.8462점, 주부가 3.9412점, 대도시가 3.7759점으로 각각 국외 염모제의 색상에 대한 만족도가 타 집단에 비해 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.05$)

제 5 장 결론 및 제언

1. 결 론

본 연구는 염모제에 대한 소비 행동을 분석함으로서 염모제에 대한 소비자의 사회적 인식과 염모제의 발전 방향을 제시해 모발염색의 트렌드에 관련된 기초 자료를 제공하기 위해 수행 되었다.

2005년 현재 서울, 경기, 전라 지역에 살고 있는 남, 녀 265명을 표본으로 한 본 연구의 결과는 다음과 같다.

1-1. 모발 염색에 대한 인식 분석

<표15>에서 보는 바와 같이 염모를 한 경험이 있는지 여부에 대해 전체적으로 ‘예’가 94.1%로 나타났다. 위의 통계를 살펴볼 때, 염모를 경험한 경우가 94.1%로 이제 국내 소비자들 사이에 염색은 일반화 되어진 것을 추정할 수 있다.

<표16>에서와 같이 모발 염색을 하는 이유에 대해 살펴보면 전체적으로 이미지 향상을 위해가 90.5%로 나타났다. 여자, 30~39세, 기혼, 대졸자, 주부는 각각 이미지 향상을 위해라는 응답이 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.

<표17>에서와 같이 염색을 하지 않는 이유에 대해 살펴보면 전체적으로 모발손상의 우려가 있어서가 66.7%, 본래 내 머리색이 좋아서가 26.7%로 나타났다. 남자, 30~39세, 기혼, 전문직은 본래 내 머리색이 좋아서라는 응답이 타 집단보다 더 높게 조사 되었다. 반면, 여성, 20-29세, 미혼, 서비스직은 각각 모발손상의 우려가 있어서라는 응답이 다른 집단보다 더 높게 나타났다. 위를 조사를 통해 모발 손상을 우려해 염색을 하지 않는 경우가 66.7 %의

요인으로 작용하는 것으로 보아 염색에 대한 소비자의 의식이 점차 모발 관리와 두피건강에 관심을 두고 있는 추세임을 짐작할 수 있다.

<표18>에서와 같이 기회가 있다면 염색을 할 계획이 있는지 여부에 대한 응답을 살펴보면 전체적으로 그 때 가봐야 알 것 같다가 57.1%, 하겠다가 35.7%로 나타났다. 위와 같은 통계를 살펴 볼 때, “그때 가봐야 알겠다”라는 모호한 대답이 57.1%차지한 것으로 보아, 염색에 관한 소비자의 신뢰나 시술 후 결과 만족도가 그다지 높지 않음을 추정 할 수 있다.

1-2. 염색 선호도에 따른 트렌드 분석

<표19>에서 보는 바와 같이 좋아하는 헤어컬러에 대해 살펴보면 전체적으로 갈색이 30.4%로 가장 많은 응답을 보였으며 검은색 24.7%, 황금색 19.0% 순으로 나타났다. 여자, 기혼, 30-39세, 대졸자, 주부는 황금색이라는 응답이 각각 타 집단보다 더 높게 나타났고, 남자는 갈색이라는 응답이 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$) 19세 이하는 빨간색이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$) 미혼, 대학 재학은 각각 검은색이라는 응답이 기혼보다 더 높게 나타났고 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

위의 통계를 살펴 볼 때, 황금색을 선호하는 경우가 대부분 연령층이 있는 여성의 경우가 많은 것으로 볼 때, 생기 있고 자연스러운 성숙미를 풍기는 노란빛의 헤어 컬러를 선호 한다는 것을 추정할 수 있으며, 대학생이나 미혼의 여성의 경우 검은 색을 선호해 자연스러운 건강미를 더 선호함을 알 수 있다. 특히 19세 이하는 개성을 표현 할 수 있는 붉은 색을 선호하는 경우가 있어 연령대별 선호색이 확연히 차이가 나는 것을 볼 수 있다.

<표20>에서 보는 바와 같이 염모 시 가장 해보고 싶은 색상에 대해 살펴보면 전체적으로 황금색톤이 32.4%로 가장 많은 응답을 보였으며 갈색톤

28.1%, 파스텔톤 24.2% 순으로 나타났다. 남자는 갈색톤이라는 응답이 더 높게 나타났고 여자, 기혼, 대졸, 주부는 파스텔톤이라는 응답이 각각 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

미혼, 19세 이하, 고졸, 학생은 각각 황금색톤이라는 응답이 타 집단보다 더 높게 나타났고 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$) 위의 통계를 살펴 볼 때, 실제 모발에 재현하는 모발색보다 모두 더 높은 명도의 염색을 해보고 싶어 하는 욕구가 있는 것으로 보여지며, 이는 사회적인 인식과 건강한 모발을 중요시 하는 사회적 트렌드로 인해 희망색을 자유롭게 시술하지 못하는 소비자의 실정을 짐작하게 한다.

<표22>에서와 같이 모발염모를 할 때 선호하는 염모 방법에 대해 살펴보면 전체적으로 영구적 염모가 65.0%, 반영구적 염모(코팅)가 34.2%로 나타났다. 위의 표를 살펴볼 때, 머릿결을 생각하는 미혼 여성의 경우나, 모발의 색을 영구적으로 바꾸고 싶어 하지 않는 19세 이하의 학생 등의 경우 반영구 염모제를 사용하고자 했으며, 대부분의 경우 지속성이 큰 영구적 염모제를 선호하고 있음을 추정할 수 있다.

1-3. 염색 만족도에 따른 트렌드 분석

<표23>에서 보는 바와 같이 염모 후 결과에 대한 만족도 차이에 대해 살펴보면 성별에 따라서는 남자가 3.4932점, 30-39세가 3.6164점으로 염모 후 결과에 대한 만족도가 가장 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.01$) 또, 기혼이 3.6462점으로 미혼보다 염모 후 결과에 대한 만족도가 더 높게 나타났으며, 대도시가 3.3696점, 대졸이 3.5714점으로 각각 타 집단보다 염모 후 결과에 대한 만족도가 가장 높게 나타났다.

<표24>에서 보는 바와 같이 염모 후 모발 손상 정도에 대한 만족도 차이에 대해 살펴보면 성별에 따라서는 남자가 2.4247점으로 , 30-39세가 2.6528

점으로 ,기혼이 2.7656점으로, 대졸이 2.8750점으로 각각 염모 후 모발 손상 정도에 대한 만족도가 가장 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.001$)

위와 같은 통계에 의하면, 모발의 손상에 대해 염색을 가장 많이 선호하는 여성 ,미혼자 ,20-29세의 경우 만족도가 많이 저조한 것을 특징으로 볼 수 있다. 이는 현재 트렌드가 모발 건강 위주인 것을 증명해주며, 소비자의 다수가 손상을 우려해 모발 케어 염색에 관심을 보이고 있음을 보여준다.

1-4. 염모제 소비 행동 분석

가. 염모제 소비 행동에 영향을 주는 요인 분석

<표26>에서 보는 바와 같이 선택한 염모제를 사용하는 이유에 대해 살펴보면 전체적으로 색상 만족이 50.4%로 가장 많은 응답을 보였으며 기타 19.6%, 주변사람들의 권유 16.1% 순으로 나타났다.

<표27>에서 보는 바와 같이 염모제 구입 시 구입 조건에 대해 살펴보면 전체적으로 제품의 품질이 44.2%로 가장 많은 응답을 보였으며 다양한 칼라 23.2%, 기업의 인지도 21.5% 순으로 나타났다.

<표28>에서 보는 바와 같이 모발 염모에 대한 정보원에 대해 살펴보면 전체적으로 헤어디자이너가 36.1%로 가장 많은 응답을 보였으며 패션잡지 22.3%, 영상매체(TV, 라디오 등) 19.3% 순으로 나타났다.

<표30>에서 보는 바와 같이 모발 염모가 지속되기를 바라는 기간에 대해 살펴보면 전체적으로 2-3개월이 52.5%로 가장 많은 응답을 보였으며 3-4개월가량 22.6%, 6개월 이상 11.7% 순으로 나타났다.

<표31>에서 보는 바와 같이 염모를 위한 연 평균 투자 금액에 대해 살펴보면 전체적으로 5만원 미만이 48.9%로 가장 많은 응답을 보였으며 5만원 이상-10만원 미만 29.1%, 10만원 이상-15만원 미만 13.9% 순으로 나타났다.

위의 통계 자료를 살펴 볼 때, 소비자는 염모제를 선택할 때 주로 제품의 품질을 우선시 하며 원하는 희망색을 가장 중요한 염모제 선택의 기준으로 삼고 있음을 추정할 수 있다.

나. 염모제 의사 결정 과정에 따른 소비행동 분석

<표33>에서 보는 바와 같이 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 브랜드를 중요하게 고려하는 정도 차이에 대해 살펴보면 성별에 따라서는 남자가 3.7606점, 19세 이하가 4.4400점, 미혼이 3.7143점, 고졸이 4.2826점, 대도시 거주자가 3.8022점으로 각각 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 브랜드를 중요하게 고려하는 정도가 더 높게 나타났다.

<표34>에서 보는 바와 같이 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 색상(색깔)을 중요하게 고려하는 정도 차이에 대해 살펴보면 남자가 4.6438점, 여자가 4.5260점으로, 30-39세가 4.7286점으로, 기혼이 4.7302점으로, 대졸이 4.8913점으로, 사무직이 4.9444점, 중소도시가 4.7849점으로 각각 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 색상(색깔)을 중요하게 고려하는 정도가 타 집단에 비해 더 높게 나타났다.

<표35>에서 보는 바와 같이 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 염색에 걸리는 시간을 중요하게 고려하는 정도 차이에 대해 살펴보면 여자가 7.2267점으로, 19세 이하가 27.7600점, 미혼이 7.2250점, 고졸이 16.6522점, 학생이 7.7500점, 대도시가 10.2667점으로 각각 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 염색에 걸리는 시간을 중요하게 고려하는 정도가 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.

<표36>에서 보는 바와 같이 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 냄새를 중요하게 고려하는 정도 차이에 대해 살펴보면 남자가 4.1507점, 여자가 4.0974점으로, 19세 이하가 4.7600점, 미혼이 4.1951점, 고졸이 4.3261점, 학생이 4.1736점, 대도시 거주자가 4.1915점으로 각각 염모제와 염모 활동 의사 결정

시 냄새를 중요하게 고려하는 정도가 타 지역보다 더 높게 나타났다.

<표37>에서 보는 바와 같이 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 인체의 유해 정도를 중요하게 고려하는 정도 차이에 대해 살펴보면 성별에 따라서는 남자가 4.7123점, 19세 이하가 4.9600점, 미혼이 4.7178점, 대졸이 4.9130점, 주부가 5.0000점, 중소도시가 4.8172점으로 각각 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 인체의 유해 정도를 중요하게 고려하는 정도가 타 집단보다 더 높게 나타났다.

<표38>에서 보는 바와 같이 염모행동이 건강이나 모발에 해롭다고 생각하는 정도 차이에 대해 살펴보면 남자가 3.8082점, 20-29세가 3.6364점, 미혼이 3.5549점, 대학 재학이 3.6519점, 학생이 3.5278점, 읍, 면지역이 3.5250점으로 각각 염모행동이 건강이나 모발에 해롭다고 생각하는 정도가 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.

이러한 염모제에 대한 의식구조로 인해 염모제에 대한 소비행동에 많은 제약이 따르고 있으며, 위의 통계를 통해 소비자들이 전반적으로 염색 후 모발 손상을 기피하는 트렌드가 염모제 소비행동의 중심이 되고 있음을 볼 수 있다.

다. 국내, 외 염모제에 대한 만족도 비교와 소비행동 분석

(1) 국내, 외 염모제 염모제에 대한 만족도 비교

<표39>에서 보는 바와 같이 국내 염모제에 대한 전체적인 만족도 차이는 남자가 3.4384점, 19세 이하가 3.9130점, 기혼이 3.5323점, 대졸이 3.8444점, 주부가 3.7368점, 중소도시 거주자가 3.5914점으로 각각 국내 염모제에 대한 전체적인 만족도가 타 집단에 비해 가장 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다. <표45>에서 보는 바와 같이 국외 염모제의 전체적인 만족도 차이에 대해 살펴보면 남자가 3.6667점, 30-39세가 3.8113점, 기혼이 3.8478점, 대졸이 3.8718점, 주부가 3.8824점, 읍, 면지역이 3.7500점으로 국외

염모제의 전체적인 만족도가 타 집단에 비해 더 높게 나타났다.

(2)국내외 염모제 가격에 대한 만족도 비교

<표40>에서 보는 바와 같이 국내 염모제의 가격에 대한 만족도 차이에 대해 살펴보면 여자가 8.1959점, 19세 이하가 37.0435점, 미혼이 7.9874점, 고졸이 20.3778점, 학생이 8.6619점, 대도시 거주자가 11.9545점으로 국내 염모제의 가격에 대한 만족도가 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.<표46>에서 보는 바와 같이 국외 염모제의 가격에 대한 만족도 차이에 대해 살펴보면 여자가 3.1442점, 30-39세가 3.3396점, 기혼이 3.3913점, 대졸이 3.6410점, 주부가 3.8235점, 중소도시가 3.3519점으로 각각 국외 염모제의 가격에 대한 만족도가 타집단에 비해 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.

(3)국내외 염모제 질에 대한 만족도 비교

<표41>에서 보는 바와 같이 국내 염모제의 질에 대한 만족도 차이에 대해 살펴보면 여자가 3.3311점으로, 19세 이하가 3.6957점, 기혼이 3.2419점으로, 대졸이 3.5778점 ,주부가 3.6316점으로, 중소도시가 3.3011점으로 각각 국내 염모제의 질에 대한 만족도가 타 집단보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.<표47>에서 보는 바와 같이 국외 염모제의 질에 대한 만족도 차이에 대해 살펴보면 남자가 3.7083점, 19세 이하가 3.6667점, 미혼이 3.4878점, 고졸이 3.8571점, 서비스직이 3.7143점, 읍, 면지역이 3.8125점, 전문직이 3.5138점, 으로 각각 국외 염모제의 질에 대한 만족도가 타집단에 비해 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.

(4) 국내외 염모제 색상에 대한 만족도 비교

<표42>에서 보는 바와 같이 국내 염모제의 색상에 대한 만족도 차이에 대해 살펴보면 여자가 6.1837점으로, 19세 이하가 22.6522점, 미혼이 6.1835점, 고졸이 13.2000점, 학생이 6.5942점, 대도시가 8.4253점으로 국내 염모제의 색상에 대한 만족도가 타 지역보다 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다. <표48>에서 보는 바와 같이 국외 염모제의 색상에 대한 만족도 차이에 대해 살펴보면 여자가 3.6923점으로, 19세 이하가 4.0000점, 미혼이 3.6341점, 대졸이 3.8462점, 주부가 3.9412점, 대도시가 3.7759점으로 각각 국외 염모제의 색상에 대한 만족도가 타 집단에 비해 더 높게 나타났으며 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.($p<.05$)

(5) 국외 염모제에 대한 소비행동

<표43>에서 보는 바와 같이 국외 염모제를 사용한 경험이 있는지 여부에 대해 살펴보면 전체적으로 예가 61.5%, 아니오가 38.5%로 나타났다.

<표44>에서 보는 바와 같이 국외 염모제를 사용하는 이유에 대해 살펴보면 전체적으로 기타가 38.6%로 가장 많은 응답을 보였으며 원하는 색상으로 나오기 때문에 27.3%, 외국산이 좋다는 인식 때문에 12.1% 순으로 나타났다.

염색이 대중화 되고 염모제 소비량도 확대 되었으나, 이에 비해 국내 염모제 시장은 해외 수입품의 점유율이 여전히 더 우위를 차지하고 있는 실정이다. 이는 위와 같이 소비자들의 해외 염모제에 대한 신뢰도가 크고, 국내 염모제 시장의 전문성이 그만큼 결여되어 있는 것이 큰 문제이다. 또, 자체적인 염모제 개발이 어려우며, 전문적인 염모제 교육기관의 부족 등으로 발전이 늦춰지고 있는 실정이다.

2. 제 언

본 연구는 트렌드에 따른 염모제 소비 행동을 분석함으로서 소비자의 사회적 인식 개선을 위한 모색을 하고, 앞으로 나아갈 염모제의 발전 방향을 제시하고자 했다. 다음은 본 연구의 수행 과정에서 나타난 한계점과 향후 연구 과제에 대해 다음과 같이 제언하고자 한다.

2-1. 연구의 한계점

첫째, 본 연구는 일반적인 특성인 성별, 나이, 거주지, 직업 등으로 제한하였으나 너무 광범위한 대상자를 상대로 조사해 좀 더 구체적이고 자세한 집단의 소비자 성향 파악이 어려웠다.

둘째, 본 연구는 남성과 40~60대의 설문 인원 비율이 저조해 통계적 균형에 문제가 있었던 것이 문제점이었다.

2-2. 제 언

향후 염모제의 시장의 발전을 위해 본 연구에서 제언 하고자 하는 점은 우리나라와 외국간의 적절한 기술 제휴와 염색 교육기관의 확산, 염모제의 과학적인 분석, 생산 업체의 꾸준한 개발과 노력 등이 요구 되며, 또 나날이 급변하는 트렌드를 재빨리 분석하고 ,정확한 소비시장의 선호도와 소비자의 소비행동연구를 파악하는 등 현실적인 실태 분석에 관한 연구가 계속 되어야 한다는 것이다.

참 고 문 헌

<국내 문헌>

- 김경순 외, 「퍼머넌트 웨이브 및 헤어 컬러링」, (서울: 청구문화사), 2000
- 김막례, “미용 종사자의 염모제에 대한 지식 및 사용실태에 관한 연구”,
숙명여대 대학원 석사학위논문, 2004
- 김미선 외, 「헤어 컬러링」, (서울: 도서출판 예림), 2002
- 김순희, “퍼머, 염색, 탈색 시술에 따른 두발의 역학적 영양학적 변화와 전
자 현미경 관찰” 고려대학교 교육 대학원 석사 학위 논문, 1996
- 김한식 외, 「모발미용학」, (서울:현문사), 1997
- 고영주, “헤어컬러가 이미지 변화에 미치는 영향 및 인구 통계적 변수에
따른 헤어 컬러 선호도와와의 관계”, 조선대학교 산업대학원 석사학
위 논문, 2002
- 구본미 외 5인, 「Hair color design」, (서울: 청구문화사), 2000
- 남윤자 외 “전문미용인의 헤어 컬러 색상 선호도 조사”, 한국의류산업학회
지 연구논문, 2002
- 류은주, 「Clinical Hair Coloring」, (서울: 청구문화사), 2001
- 문창배, “모발 염색용 산성 매염 염료 개발과 염색성에 관한 연구”, 서울대
학교 대학원 석사학위논문, 2003
- 박옥경, “헤어염색에 있어서 트리트먼트가 헤어칼라에 미치는 영향에 관
한 연구”, 조선대학교 산업대학원 석사학위논문, 2003
- 배선향, “화학약품에 의한 모소피의 형태학적 변화”, 고신대학원 석사학위
논문, 2001
- 심미자, “미용관련학과 학생들의 염모제에 대한 의식 조사” 경산대학교 보
건대학원, 석사학위 논문, 2000
- 이은지, “모발색이 체형 및 이미지에 미치는 영향”, 동아대학교 석사학위
논문, 2002
- 이원경, 「Hair concepts & application」, (서울: 청구문화사), 2001
- 이의수, 「모발과학」, (서울:수문사), 1998
- 이상근, 안현경, 양선미, 전선정, 「전문가를 위한 모발 염색 디자인」,
(서울: 형설출판사), 1999

조정혜 외 2인 , “염색시장분석에 관한 이론적 고찰”, 한국미용학회지, 8(2),2002

조정혜 외 , 「Hair Best Color」, (서울 : 훈민사), 2002

최귀자 , “일부 여성의 모발 염색 실태와 관련 요인 분석”경산대학교 석사 학위 논문, 2001

황희순 , 「미용학개론」, (서울: 청구문화사), 1996

황정원 , 권대순 , 김세욱 , 최영진 , 「Hair color design 염 · 탈색이론 및 실 기」, (서울: 고문사), 2002

한경희 외 , 「모발과학」, (서울 :훈민사), 2002

하완식 , “몇 가지 Azo계 직접 염료의 셀로판 막 위에서의 이상 광 퇴색에 관한 이론적 고찰” ,서울대학교 박사학위 논문, 1974

한국소비자보호원 소비자 안전국, “사용할 때 각별한 주의가 필요한 염모 제”, 소비자시대, 2000

프레그랑스 저널3(3), 12, 1975

<외국 문헌>

David Adams 「The Art Of Hair Coloring」 2001

H. Zahm.J. CoC. Cosmet, Chem, 17, 687, 1966

Erdmann, H. and . Erdmann, Deutsch. Rep. Patents 47349, 51073, 80814, 92006, 98431, 1888

<참고인터넷사이트>

webmaster@hjp.co.kr

김하형, “염모제생산액 감소 추세 지속” 2004,09,24, 화장품신문

김하형, “2004년 염모제 수입”,2005,03,03, 화장품신문

박재홍, “헤어,바디 전문 브랜드 출시”2005.09.06,화장품신문

이덕규, “나노 테크놀로지와 헤어 케어의 만남” 2005,08,06 ,화장품신문

<http://www.salonweb.com>

<http://cafe.daum.net/rdproperty>

ABSTRACT

A Study on the Action of Consume Based on Trend and Progression of Hair Color Products

Kim , Kyoung In

Major in Hair Arts

Dept. of Beauty Art

Graduate School Of Fine Arts

Han sung University

The hair color, one of the modeling facts of hair design, affects people's biologic and psychologic aspect. Color that reflects an emotional request heightens value added and it is also regarded more greatly as strategy to show a fresh feeling.

Therefore, consumer became to change their hair color for the better image or the effect of trend related to social currents.

Since People use permanent hair dyes and hair bleach on the hair a lot , the hair damages is frequently occurred. Most consumer is interested in improving the treatment methods of hair color products.

The Purpose of this study is offer a basic data of the trend of hair coloring by analyzing the action of consume, people's consciousness on the hair dye, and suggesting social recognition on hair dyeing, developmental direction of hair dyeing.

This study selected 265 male and female who lives in Seoul, Kyung-gi, and Geun-la, and executed t-test and One-way Anova by using SPSS win Ver. 12.0 program.

The result of this study were as follow :

First, this study was limited to general characteristics by sex, residential quarters, ages, economic condition, occupation. Therefore, the study can some more concretely and synthetically grasp consciousness of consumers.

Second, this study was focused on analyzing actual trend condition related to hair-dye and currents of consciousness of consumers.

Third, this study was showed response in the case of social recognition on hair-dye and the action of consume by general characteristic.

Fourth, for the future developmental direction, joint technology between Korean and foreign company, spread of training of educational institutes, scientific analysis of hair-dyeing, and effort of manufactures was suggested.

염모제 발달과 트렌드에 따른 소비행동에 관한 연구

안녕하십니까?

본 설문은 **염모제 발달과 트렌드에 따른 소비행동**에 관련된 연구를 위한 것입니다. 귀하의 평소 선호하는 헤어컬러에 대한 생각과 염모제 소비행동을 알아보기 위한 것으로 귀하의 모든 응답은 통계법 제 13조의 규정에 의거하여 통계적 목적이외의 다른 용도로 사용하지 않을 것입니다.

귀하께서 주신 의견은 미용산업의 헤어컬러와 염모제의 발전방향에 기초 자료로 제공될 것입니다.

바쁘시더라도 시간을 할애해주시면 연구에 좋은 자료가 될 것입니다.

한성 대학교 예술 대학원

뷰티 예술학과

헤어 디자인 전공

김 경 인

※ 다음은 귀하의 일반적 특성에 관한 내용입니다. 가장 알맞은 곳에
V표 하십시오. (1-6)

1. 귀하의 성별은?

- ① 남 ② 여

2. 귀하의 연령은?

- ① 19세 이하 ② 20-29세 ③ 30-39세 ④ 40-49세 ⑤ 50-59세
⑥ 60세 이상

3. 귀하의 결혼여부는?

- ① 미혼 ② 기혼 ③ 독신(이혼, 사별, 별거 포함)

4. 귀하의 교육 정도는?

- ① 초졸 이하 ② 중졸 ③ 고졸 ④ 대학 재학 ⑤ 대졸 ⑥ 대졸 이상

5. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- ① 전문직 ② 생산직 ③ 서비스직 ④ 사무직 ⑤ 학생 ⑥ 주부
⑦ 기타()

6. 귀하의 현 거주지는 어디입니까?

- ① 대도시 ② 중소도시 ③ 읍, 면지역

※ 다음은 귀하의 모발 특성에 관련된 질문입니다. 알맞은 곳에 V표 하십시오.
오.(1-3)

1. 귀하의 염색 전 모발 색상은 어떠했습니까?

- ① 흑색 ② 갈색 ③ 새치머리 ④ 흰색 ⑤ 기타()

2. 귀하의 모발 형태는 어떠합니까?

- ① 직모 ② 곱슬 모발 ③ 강한 곱슬 모발 ④ 가는모발 ⑤ 기타()

3. 귀하의 모발 성질은 어떠합니까?

- ① 건성 ② 중성 ③ 지성 ⑤ 기타()

※ 다음은 귀하의 염색 시행 여부와 이유에 관한 질문입니다.

가장 알맞은 곳에 V표 하십시오. (1-4)

1. 귀하는 염모를 한 경험이 있습니까?

① 예 ② 아니오 (①번은 2번, ②번은 3번,4번으로)

2. 귀하가 염모를 하는 이유는 무엇입니까?

① 모발 관리를 위해 ② 흰머리나 탈색을 감추기 위해 ③ 이미지 향상을 위해

④ 예술성을 위해 ⑤ 남들이 하니까 ⑥ 기타()

3. 귀하가 염모를 하지 않는 이유는 무엇입니까?

① 본래 내 머리색이 좋아서 ② 보기 좋지 않을 것 같아서

③ 경제적인 이유로 인해 ④ 눈이 나빠진다고 해서 ⑤ 마음에 드는 색상이 없어서

⑥ 모발 손상의 우려가 있어서 ⑦ 기타()

4. 앞으로 기회가 있다면 염모를 하실 계획이 있습니까?

① 하지 않겠다 ② 하겠다 ③ 그 때 봐야 알 것 같다

※ 다음은 헤어 컬러선호도와 모발 색상 결정 요인에 관한 질문입니다.

알맞은 곳에 V표 하십시오. (1-3)

1. 모발 색상을 결정할 때 가장 중요하게 생각하는 것은 무엇입니까?

① 헤어스타일에 맞게 ② 모임 및 행사를 고려하여 ③ 주변 사람의 권유

④ 최신 유행 스타일에 따라 ⑤ 보유하고 있는 의상에 따라 ⑥ 기타()

2. 평소 좋아하는 헤어컬러는 어느 것입니까?

① 검은색 ② 초록색 ③ 황금색 ④ 포도주색 ⑤ 갈색 ⑥ 흰색 ⑦ 빨간색

⑧ 보라색 ⑨ 파란색 ⑩ 회색 ⑪ 노란색 ⑫ 12가지색 복합 ⑬ 기타()

3. 모발 염모 시 가장 해보고 싶은 색상은?

① 갈색톤 ② 무채색톤 ③ 황금색톤 ④ 파스텔톤 ⑤ 본인 모발과 동일한 계열

⑥ 흑색톤 ⑦ 기타()

※ 다음은 염모제의 소비행동에 관한 질문입니다. 알맞은 곳에 V표 하십시오.
오.(1-9)

1. 귀하의 모발 염모제 소비 주기는?

- ① 수시로 바꾼다 ② 1개월에 한번 ③ 2개월에 한번 ④ 2개월 이상
⑤ 특별할 때만

2. 귀하는 모발 염모제가 어느 정도 지속되기를 원하는가?

- ① 샴푸를 1-2회 하면 없어지는 정도 ② 1주일 가량 ③ 4-6주 가량
④ 2-3개월 ⑤ 3-4개월 가량 ⑥ 6개월 이상

3. 염모제 연평균 투자 정도는?

- ① 5만원 미만 ② 5만원 이상-10만원 미만 ③ 10만원 이상-15만원 미만
④ 15만원 이상-20만원 미만 ⑤ 20만원 이상

4. 귀하의 염모제에 대한 정보원은 무엇입니까?

- ① 영상 매체(TV, 라디오 등) ② 헤어디자이너 ③ 패션잡지 ④ 미용강좌
⑤ 인터넷 ⑥ 기타 ()

5. 다음은 귀하가 염모제와 염모 활동 의사 결정 시 상대적으로 중요하게 고려하는 요인들을 알아내기 위한 문항들입니다. 해당 사항에 V표 하십시오.

항 목	전혀 중요하지 않다	중요하지 않다	보통이다	중요하다	매우 중요 하다
1) 가격	①	②	③	④	⑤
2) 디자인	①	②	③	④	⑤
3) 브랜드	①	②	③	④	⑤
4) 색상(색깔)	①	②	③	④	⑤
5) 염색 시 걸리는 시간	①	②	③	④	⑤
6) 냄새	①	②	③	④	⑤
7) 인체의 유해 정도	①	②	③	④	⑤
8) 주변 사람의 권유	①	②	③	④	⑤

6. 염모제 구입 시 구입 조건은?

- ① 가격 만족 ② 색상 만족 ③ 사용하기 간편한 특성 ④ 주변사람들의 권유
⑤ 포장디자인의 만족 ⑥ 기업의 인지도 ⑦ 기타()

7. 귀하가 선호하는 염모제는 무엇입니까?

- ① 영구적 염모제 ② 반영구적 염모제(코팅)
 ③ 일시적 염모제(칼라스프레이, 칼라샴푸 등)

8. 귀하는 염모제 사용이 건강이나 모발에 해롭다고 생각하십니까?

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

9. 염색 후 모발 손질의 필요성이 있다고 생각하십니까?

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

※ 다음은 국·내외 염모제 사용과 활동의 만족도에 관한 질문입니다.

가장 알맞은 곳에 V표 하십시오. (1-10)

구분	항 목	전혀 만족하지 않는다 - 보통이다 - 매우 만족한다				
		①	②	③	④	⑤
국내 염모제 (사용 경험이 있는 사용자만 응답)	1. 전체적인 만족도	①	②	③	④	⑤
	2. 염모제 가격	①	②	③	④	⑤
	3. 염모제 질	①	②	③	④	⑤
	4. 염모제 색상	①	②	③	④	⑤
	5. 염모제 냄새	①	②	③	④	⑤
국외 염모제 (사용 경험이 있는 사용자만 응답)	6. 전체적인 만족도	①	②	③	④	⑤
	7. 염모제 가격	①	②	③	④	⑤
	8. 염모제 질	①	②	③	④	⑤
	9. 염모제 색상	①	②	③	④	⑤
	10. 염모제 냄새	①	②	③	④	⑤