

여고생의 뷰티관심도, 뷰티제품 및 멀티기능 뷰티제품 관심도에 따른 뷰티행동 연구

방 기 정

대전대학교 뷰티건강관리학과 조교수

A Study on the Beauty Action of the High-School Girl with the Beauty, Beauty Products, and Multi-function Beauty Product Interest.

Barnng Keejung

Assistant Professor, Dept. of Beauty Health Management, Daejeon University

Abstract

Teenage girls under the influence of the physical changes due to the rapid physical development and appearance are interested. 200 parts were used for the statistical analysis of this research against the common excitement high school student positioned in Seoul. First, there was lots of the girl student managing the appearance due to the psychological satisfaction. And the girl student without the friend of the opposite sex managed the appearance at the psychological satisfaction. Because to be more important, thing including the studying, and etc. was the priority the girl student who doesn't the appearance management did not do the appearance management. Second, the factor found out over one month allowance 50,000 circle to be the very important factor through the beauty action high of the high beauty product concern degree and girl student action of the beauty product concern degree and girl student where there is the friend of the opposite sex. Third, the more the concern degree about the beauty product was high as the concern degree about the beauty was high, the girl student in high school could know that beauty action was high as the concern degree about the multi function beauty product was high.

Key words : beauty behavior(뷰티행동), high-school girls beauty behavior(여고생 뷰티행동), interest in beauty(뷰티관심), interest and beauty products(뷰티제품관심), multi-functional beauty products(멀티기능 뷰티제품)

I. 서론

아름다움에 대한 관심은 여성이라면 누구나 소유하고 있는 것이고, 자신의 외모를 아름답게 가꾸기 위해 여성들은 적극적으로 외모관리를 하고 있다. 여고생은 생물학적 연령기에 해당하며, 외모나 이성에 대한 호기심이 많아 화장을 직접 경험해 봄으로써 아름다워지고 싶은 심리적인 욕구를 해결하려고 한다. 우리사회는 외모를 중요시하는 문화가 큰 관심사로 떠오르고 있으며, 신체적, 정신적 변화를 지나게 되는 청소년기 학생들에게 외모와 신체 이미지에 대한 사회적 영향력이 더욱 더 커지고 있다.¹⁾ 또한, 여성들의 사회진출 증가로 인한 여성의 사회적 지위와 역할, 기능이 다양화 되면서 패션과 뷰티에 대한 관심의 증가와 좋은 신체적 외모가 행복과 성공을 위한 중요한 조건으로 인식되고 있다. 여성들은 자신의 이미지 변화를 위해 패션과 뷰티의 소비생활에 깊이 관여하고 있다. 이는 외모가 개인의 자아존중감, 인간관계, 행동양식 등에 매우 중요한 영향을 미치기 때문이다.²⁾ 전문적으로 메이크업을 한 모습은 더 매력적이고 여성적이며, 섹시하게 지각되고, 타인에게 좋은 인상을 심어주는 사회생활의 커뮤니케이션을 위한 것이라 할 수 있다. 자기만족은 옷차림과 머리모양, 메이크업, 성형, 체중관리 등의 외모관리에 영향을 미치고 더 나아가서는 사회생활과 자신의 삶을 질적으로 향상시키는데 기여한다.³⁾

뷰티제품의 구매연령은 중저가 화장품의 보급과 대중매체의 영향으로 점점 낮아지고 있다. 사회문화적 변화를 통해 청소년들은 중요한 소비주체, 잠재 소비자로 떠오르고 있다. 한류와 아이돌에 의한 뷰티 트렌드에 민감한 청소년의 모방적 뷰티행동을 통해 뷰티제품의 관심은 매우 높다. 자신의 신체 및 외모에 가장 관심이 높은 연령대의 청소년기 여고생은 무시할 수 없는 소비고객이며, 향후 화장품을 구매할 수 있는 잠재 소비자이기도 하다. 유행에 민감한 10대 여고생들의 화장관심도와 화장행동 및 화장

품 사용실태를 파악한다면 미래의 구매력 있는 소비자를 위한 마케팅 전략에 도움이 될 것이다.

따라서 본 연구에서는 고등학교 여학생의 뷰티관심, 뷰티제품 및 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심과 뷰티행동에 대해서 알아보고 이러한 관심이 뷰티행동에 미치는 영향과 뷰티 소비행동에 미치는 영향에 대하여 알아보려고 한다.

여고생의 뷰티관심과 뷰티관련 제품 및 멀티기능 뷰티제품 관심과 뷰티행동의 상관관계를 통해 학문적 기초자료를 제공하고, 관련업계 마케팅 전략수입에 대한 방향을 제공하는데 본 연구의 의의가 있다고 하겠다. 본 연구 결과는 유행에 민감한 청소년의 뷰티행동과 제품관여를 통해 미래의 구매력 있는 소비자를 위한 마케팅 전략에 도움이 될 것이다.

II. 이론적 배경

1. 뷰티 관심도

뷰티의 사전적 의미는 ‘beauty [ˈbjʊ:ti]’ 아름다움, 미, 미모, 아름다운 것, 훌륭한 것으로 시청(視聽)을 매개로 얻어지는 기쁨과 아름다움이라는 뜻을 지니고 있다. 일반적으로 미용이라는 단어를 대신하여 사용되어지고 있으며, 사전적 의미는 ‘얼굴이나 머리를 아름답게 매만지는 것’으로 정의할 수 있다.⁴⁾ 그러나 현대사회에서의 뷰티는 좀 더 확장적인 개념으로 받아들여져, 종전에는 화장품 산업에만 국한되었던 뷰티산업의 범위가 훨씬 더 광대한 영역으로 확장되고 있다.⁵⁾ 우리나라에서 뷰티라는 단어는 미용을 대신하여 사용되어지고 있으며, 미용의 사전적 의미는 ‘얼굴이나 머리를 아름답게 매만지는 것’으로 정의되어 있다.

뷰티 관심도란 ‘뷰티’와 ‘관심’, ‘도’의 합성어로 ‘뷰티’의 미(美)라는 뜻이 현재 패션 및 뷰티업계와 사회전반에서 머리와 얼굴, 손, 발톱 등을 아름답게

단장하는 것을 의미하며, 이러한 관심 등에 마음을 두고 주의를 기울이고 가꾸는 것과 이러한 뷰티산업 전반에 대한 관심도를 의미 한다.⁶⁾ 즉, 사회적 이상형과 자신의 실제 외모와의 차이를 좁히기 위해 메이크업, 피부 관리, 헤어연출, 성형수술, 체중관리 등의 수단을 활용하여 외모를 관리하는 행동과 관심의 정도를 의미한다고 할 수 있다. 신체관리를 비롯하여 여러 가지 도구, 즉 화장품, 외모 관련 제품 등을 사용하여 관리하는 정도를 의미한다.⁷⁾

외모관리는 자신에 대한 시각적 이미지를 만들어 나갈 뿐만 아니라 상황에 맞추어 외모상징의 의미를 전달함으로써 자신을 표현하는 수단이라고 할 수 있다. 인간의 근본적 욕구인 미적 욕구를 충족시켜줌과 동시에 자기 자신을 재발견하여 변화된 새로운 모습으로 바꾸어주어 자신의 모습을 더욱 세련되고 매력적인 이미지, 개성적인 이미지로 나타낼 수 있는 자기표현의 수단이다.⁸⁾ 화장은 자신의 결점을 커버하고 자기 자신의 개성을 더욱 돋보이게 하여 한층 더 자신의 매력을 높이는 행위로 정의된다.⁹⁾ 외모를 보완하고 과시적 효과를 증대시킬 수 있으므로 화장은 이러한 커뮤니케이션을 원활하고 효율적으로 행하기 위한 하나의 도구로 과거에는 결점을 커버하는데 주안점을 두었다면 현재는 오히려 자신의 장점을 살려 자기표현의 수단으로써 사회가 요구하는 외모 조건에 좀 더 밀접하게 갈 수 있는 방법 중의 하나라고 할 수 있다. 화장에 관심이 높은 여학생들의 다수가 높은 가시성과 함께 상황, 장소에 따라 다양한 변화가 가능한 화장행동으로 외모관리를 한다고 볼 수 있다.

정경숙, 서경현의 선행연구에서 뷰티에 대한 관심이 외모향상을 위한 관리노력과 뷰티행동으로 이어지고 그 결과 심리적인 욕구의 충족이 나타난 것¹⁰⁾이라고 하였다. 설현진, 최인려는 여성청소년은 이성친구가 있으며, 연령이 높고, 부모의 교육정도가 낮으며, 용돈이 많을수록, 뷰티관심도가 높고 뷰티행동도 적극적이라고 하였으며, 외모의 자신감과 얼굴 만족도가 높을수록 얼굴 뷰티관심도에 영향을 미친다고 하였다.¹¹⁾ 김영란의 연구에 의하면 뷰티관리가 많이 이루어질수록 긍정적인 효과가 많이 나타나며, 화장에 대한 관심이 높을수록 자기 이해가 높아져 자신의 개성에 맞는 긍정적 외모를 표현함으로써

자신에 대한 만족감이 커지고 자신감과 심리적 안정감을 가지게 되어, 대인관계가 원활하게 유지된다고 하였다.¹²⁾ 심준영, 김현희에 의하면 화장은 자기를 보다 자기답게 나타내 주는 얼굴을 중심으로 행해지는 의도적 표출법으로 화장에 대한 관심은 맨 얼굴과 다른 자기를 연출하고, 자신감을 얻어 자신을 표현하고자 하는 욕구이다.¹³⁾ 박은정, 정명선의 연구에 의하면 우리나라 대다수의 여성들의 화장, 헤어관리, 마시지나 팩의 사용, 기능성 화장품 사용 빈도는 낮지만 체중감소를 위한 다이어트, 설사제와 구토제 복용 및 흡연, 성형 수술 등 위험이나 고통을 수반하는 극단적인 외모관리행동 특성을 보이기도 하며, 자아존중감과 외모관리행동 연구에서 자아존중감이 높을수록 외모관리행동이 높았다.¹⁴⁾ 황윤정, 조기여, 유태순의 연구에 의하면 미용성형 보다는 가벼운 메이크업 등으로 외모관리를 하는 것을 더 선호하는 것으로 나타났다.¹⁵⁾ 장선철, 송미현은 남녀공학보다는 여고생이 외모에 대한 관심이 더 높았고, 자아존중감이 높은 학생이 외모에 대한 만족도 더 높다고 하였다. 또한 외모 만족도와 자아 존중감 및 학교적응 간에 정적인 상관이 있으며, 청소년의 외모만족감 및 학교적응에 매우 중요한 변인으로 나타났다.¹⁶⁾

2. 뷰티제품

뷰티산업은 화장품, 다이어트, 네일아트, 미용수신, 피부 미용관리 등을 통해 신체를 미학적으로 꾸미는 것을 목적으로 하는 산업을 말하며, 뷰티산업의 범위는 외과적 수술을 통하지 않고 몸을 미학적으로 바꾸어 내는 것이라 볼 수 있으며, 인공적인 과정을 통해 '자연' 미인을 만드는 과정 전체를 의미하며 우리 생활 전반에 걸쳐 중요한 자리를 하고 있다.

삼성경제연구소에서는 뷰티산업의 분류를 4개의 영역으로 나누어 설명하고 있는데, 미관(美觀), 미담(美談), 미품(美品), 그리고 신체의 외모를 아름답게 가꾸는 것과 관련된 산업을 미모(美貌)로 분류하고 있다. 뷰티 제품은 뷰티라는 용어를 머리, 얼굴, 손, 손톱 등을 가꾸는 의미로 사용함에 있어서 미모에 해당되는 뷰티산업에 뷰티제품을 대상으로 분류하는

것이 일반적이고 자연스러운 것이다. 그래서 본 연구에서는 미모(美貌)로 분류하는 뷰티산업에 뷰티제품을 대상으로 연구를 진행하고자 한다. 뷰티제품은 ‘사람의 외모를 손질하여 아름답게 꾸미는 물건, 제품’이라고 설명할 수 있다.¹⁷⁾

정은주의 연구에 의하면 여고생들은 로션, 스킨, 폼 클린저를 많이 사용하며, 선크림, 미백의 기능성 화장품을 많이 사용하여 깨끗한 피부가 사회적 현상임을 그대로 받아들였으며, 여자 중·고생 87.5% 기초, 61% 색조화장품을 사용하고 있었다.¹⁸⁾

본 결과를 바탕으로 뷰티제품은 사람의 외모를 손질하여 아름답게 꾸미는 물건 및 제품으로, 멀티기능 뷰티제품은 여러 가지의 기능을 가지고 있는 다기능의 뷰티 제품이라고 설명할 수 있다.

3. 뷰티행동

뷰티행동은 자신의 모습을 더욱 세련되고 매력적인 이미지, 개성적인 이미지로 나타낼 수 있는 자기표현의 수단이며 복잡하고 다양화되는 사회에서 자신을 나타내기 위한 하나의 수단이며 도구로 여겨진다. 뷰티행동은 성별 및 연령이 다양하게 나타나고 있으며, 대상자의 연령 또한 많이 낮아지고 있다. 우리는 의복을 선택하고 화장하는 행동을 포함한 외모를 가꾸는 행동을 통해 다른 사람들이 우리를 어떻게 지각하는가에 많은 영향을 받는다.¹⁹⁾

뷰티행동은 인류의 역사와 더불어 시작되었으며, 현대에는 대중매체의 발달과 생활수준의 향상으로 뷰티산업은 뷰티행동이 대중에게 보편화되는 계기를 마련하였다. 뷰티행동은 사춘기 여고생들의 집단 간 의사소통을 위한 도구의 형태로 나타나고 있다. 여고생들은 중요한 소비주체, 잠재적 소비자이며, 중저가 화장품 보급과 대중매체로 인해서 연령이 낮아지고 있다.²⁰⁾

뷰티행동은 사회문화를 반영하고 의복의 발전과 뷰티산업의 발전과 밀접한 관계를 유지하며 사회 심리학적 관점에서 타인과의 상호작용 시 의사전달 수단²¹⁾ 및 심리적, 장식적 기능을 수행하고 있다.²²⁾ 박수진은 여대생들은 메이크업 시 피부를 보호하는데 관심이 있고, 평소에는 기초화장품을 사용하고 아이섀도나 립스틱 등 색조화장은 잘 사용하지 않는

다. 또한 여대생은 메이크업 유행 트렌드에 따라 민감하고 잘 수용한다고 했다.²³⁾ 최수경은 화장행동이 신체를 보호하고 아름답게 보이기 위한 장식행동일 뿐만 아니라 사회 심리학적 관점에서 타인과의 상호작용 시 의사전달의 수단이 되기도 한다.²⁴⁾ 박선희는 화장행동에 따라 ‘자기 만족형’, ‘자기 과시형’, ‘유행 지향형’, ‘사회 활동형’, 4가지 심리유형 중 현대 여성의 화장행위는 ‘유행 지향형’이 가장 많은 분포를 보였으며, 개인의 개성보다는 화장품 회사에서 제시하는 미용정보나 유행하는 연예인의 화장의 영향을 많이 받는다고 하였다.²⁵⁾ 유창조, 정혜은²⁶⁾은 고등학생의 경우 피부 관리 보다는 메이크업을 더 많이 하고²⁷⁾, 김은주는 성형수술 시기가 주로 고등학교 3학년에서 대학교 1학년 재학 중에, 수술부위는 쌍꺼풀, 코 수술이 많고, 결과는 대체로 만족한다고 하였다.²⁸⁾ 설현진, 최인려의 연구에서는 청소년의 외모만족 형성에는 가족의 영향을 더 많이 받고²⁹⁾, 용돈 수준이 높을수록 얼굴뿐만이 아닌 전체적인 외모관리에 더 적극적이라고 하였다.³⁰⁾

이상의 내용에서 여고생의 뷰티행동에는 뷰티, 뷰티제품, 멀티기능 뷰티제품 관심, 외모관리 유·무 등이 영향력 있는 변인임을 알 수 있으며, 여고생의 뷰티행동은 또래집단 관계에 영향력 있는 변인임을 알 수 있다. 그러므로 본 연구에서는 자신의 신체 및 외모에 가장 관심이 높은 여고생을 대상으로 뷰티 및 뷰티제품, 멀티기능 뷰티제품 관심도의 요인들을 기준으로 뷰티행동과의 상관관계를 알아보고자 한다.

III. 연구 방법

1. 연구문제

- 1) 여고생의 뷰티행동은 뷰티관심도와 유의미한 상관관계가 있는가?
- 2) 여고생의 뷰티행동은 뷰티제품 관심도와 유의미한 상관관계가 있는가?
- 3) 여고생의 뷰티행동은 멀티기능 뷰티제품 관심도와 유의미한 상관관계가 있는가?

2. 연구대상 및 자료수집

본 연구의 분석단위는 개인이며, 서울에 위치하고 있는 고등학교 여학생을 대상으로 비확률 표본추출 방법인 편의추출을 실시하였다. 설문기간은 2012년 3월 1일부터 3월 20일까지 시행하였으며, 설문지를 사용한 조사 연구법이었다. 설문지는 뷰티행동, 뷰티관심, 뷰티제품 관심 및 멀티기능 제품 관심 변인의 내용으로 구성되었다. 설문지 배부는 연구자가 담임선생님을 대상으로 설문조사에 대해 간단히 설명한 후 설문지를 배포하였고, 작성된 설문지는 응답한 후 즉시 회수 하였다. 설문조사 결과 총 230부를 배포하여 212부가 회수되었으며 회수된 자료 중 불완전하거나 불충분하게 작성된 12부를 제외한 총 200부가 본 연구의 통계분석을 위하여 사용되었다.

3. 측정도구

본 연구에서 사용된 조사도구는 설문지를 사용하였으며, 측정도구의 구성은 아래 <표 1>과 같다. 총 4부로 구성되었으며, 1부는 인구통계적 특성에 관한 문항으로 만들어졌으며, 2부는 뷰티관심 관련된 문항으로, 3부는 뷰티제품 관련된 문항으로, 4부는 뷰티행동 관련 문항으로 작성하여 조사하였다. 구성내용은 인구통계적 특성(5문항), 뷰티관심도(8문항), 뷰티제품 관심도(9문항), 멀티기능 뷰티제품 관심도(9문항), 뷰티행동(9문항)의 4개의 영역으로 구성하였으며, 뷰티 및 뷰티제품 관심도, 멀티기능 뷰티제품 관심도, 뷰티행동 4개 영역의 각 문항은 '전혀 그렇지 않다'(1점)에서 '매우 그렇다'(5점)의 5점 Likert 척도로 구성되었다.

1) 인구 통계적 특성

인구 통계적 변인은 학년별, 거주지별, 한 달 용돈별, 이성친구 유무를 조사하였다. 일반적으로 여고생의 학년별, 한 달 용돈과 이성친구의 유무는 뷰티행동과 뷰티제품과 관계가 있으며, 뷰티제품과 멀티기능 뷰티제품에 대한 관여 등에 영향을 줄 수 있을 것으로 판단되어 선정하게 되었다.

2) 뷰티관심도 및 외모관리행동

뷰티관심도와 외모관리행동은 패션 및 뷰티업계와 사회전반에서 머리와 얼굴, 손, 발톱 등을 아름답게 단장하는 것을 의미하고, 이러한 행위 등에 마음을 두고 주의를 기울이고 가꾸는 것과 이러한 뷰티산업 전반에 대한 관심도를 의미한다. 뷰티관심도를 측정하기 위하여 사용된 문항은 선행연구³¹⁾³²⁾³³⁾의 내용을 토대로 연구자가 본 연구의 대상자에 맞게 수정, 보완하였으며, 최종 8문항으로 구성되었다. 이 8문항에 대하여 신뢰도 검사결과 8 문항의 신뢰도는 .89였다. 측정방법은 5점 Likert형 척도를 사용하였으며, 점수가 높을수록 뷰티관심이 더 많은 것을 의미한다.

3) 뷰티제품 및 멀티기능 뷰티제품 관심도

뷰티제품은 사람의 외모를 손질하여 아름답게 꾸미는 물건 및 제품을 뜻하며, 멀티기능 뷰티제품은 여러 가지의 기능을 가지고 있는 다기능의 뷰티제품을 의미한다. 본 연구의 연구대상인 여고생을 고려하여, 인구통계학적 범위를 학년별, 용돈별, 이성친

<Table 1> Measuring Tools Configuration

Number	Measured variables	Number of questions	How to measure
Part I	Demographic characteristics	5	Multiple Choice / technology type
Part II	Interest in Beauty	10	Multiple Choice / 5 steps how to Likert
Part III	Beauty product	18	Step 5 Likert method
Part IV	Beauty Behavior	9	Step 5 Likert method

구 유무별로 분류하였다. 뷰티제품 및 멀티기능 뷰티제품의 관심을 측정하기 위해 사용된 문항은 선행 연구의 내용을 참고로 하여 연구자가 수정 보완하였으며, 뷰티제품 9문항, 멀티기능 뷰티제품 9문항으로 구성되었다. 뷰티제품 관심 9문항에 대하여 신뢰도 검사결과는 .79, 멀티기능 뷰티제품 관심에 대한 9문항의 신뢰도는 .67이었다. 측정방법은 5점 Likert형 척도를 사용하였으며, 점수가 높을수록 뷰티제품 및 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심이 더 많은 것을 의미한다.

4) 뷰티행동

뷰티행동은 자신의 모습을 더욱 세련되고 매력적인 이미지, 개성적인 이미지로 나타낼 수 있는 자기 표현의 수단이며 도구이다. 뷰티행동 측정도구는 외모관리 중 뷰티행동에 관한 문항으로 이루어졌다. 뷰티행동과 관련된 선행연구³⁴⁾³⁵⁾ 그리고 외모관리에 대한 선행연구³⁶⁾³⁷⁾를 기초로 하여 전문가 집단과 토의하여 연구목적에 맞게 수정, 보완하여 작성하였다. 뷰티행동을 측정하기 위해 사용된 문항은 선행연구³⁸⁾에서 본 연구 대상자에 부합하는 9문항을 선택하였다. 이 9문항에 대하여 신뢰도 검사결과 9 문항의 신뢰도는 .95였다. 측정방법은 5점 Likert형 척도를 사용하였으며, 점수가 높을수록 뷰티행동이 더 높다는 것을 의미하였다. 본 연구 측정도구의 신뢰도를 검증한 결과는 아래 <표 2>와 같다.

4. 분석방법

본 연구의 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package

for the Social Science) WIN 15.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 분석기법으로는 연구대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도와 백분율을 산출하였으며, 고등학교 여학생들의 뷰티관심도와 뷰티제품의 관심도, 뷰티행동, 그리고 멀티기능 뷰티제품의 관심도를 알아보기 위해 χ^2 (Chi-square)검증과 t-test(검증), 그리고 One-way ANOVA(일원변량분석)를 실시하였다. 또한 고등학교 여학생들의 뷰티관심도 및 뷰티제품의 관심도, 그리고 멀티기능 뷰티제품의 관심도와 뷰티행동과의 관계를 살펴보기 위해 Correlation(상관관계분석)을 실행하여 변수들의 영향관계를 검증하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 연구대상

연구대상자의 일반적 특성은 아래 <표 3>과 같다. 본 연구결과 200명의 응답자들의 인구통계적 특성을 살펴보면, 학년별로는 3학년이 40.5%로 가장 많았으며, 다음으로 2학년 36.5%, 1학년 23.0% 순으로 나타났다. 거주지별로는 서울지역이 99.5%로 대부분을 차지하였다. 한 달 용돈별로는 2~5만원 미만이 41.0%로 가장 높은 분포를 보였으며, 다음으로 2만원 미만 22.0%, 기타 9.5%, 15만원 이상 3.5%, 10~15만원 미만 3.0% 순으로 차지하였다. 이성친구 유무별로는 단순한 친구가 있는 학생이 48.5%로 가장 많았으며, 다음으로 없다 39.5%, 있다 12.0% 순으로 나타났다.

<Table 2> The reliability of the measurement tool

Division	Number of questions	Alpha
Interest in Beauty	8	0.89
The interest of beauty products	9	0.79
Beauty Behavior	9	0.95
The interest of multi-function beauty products	9	0.67

<Table 3> General characteristics of study subjects

Division		Rate (people)	Percent (%)
Grade	First grade	46	23.0
	Grade 2	73	36.5
	Grade 3	81	40.5
Living	Seoul	199	99.5
	Gyeonggi	1	0.5
Monthly allowance	Less than ₩ 20,000	44	22.0
	Less than 2 to 50,000 won	82	41.0
	Less than 5 to 100,000 won	42	21.0
	Less than 10 to 150,000 won	6	3.0
	More than 150,000 won	7	3.5
	Etc.	19	9.5
Male friends	Have	24	12.0
	Is just a friend	97	48.5
	Not	79	39.5
Total		200	100.0

2. 뷰티 및 뷰티제품 관심도

1) 뷰티 관심도

고등학교 여학생들의 뷰티에 대한 관심은 <표 4>와 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.20으로, 뷰티에 대한 관심이 그다지 높지 않은 것으로 나타났다. 학년별로는 1학년 여학생이 뷰티에 대한 관심도가 가장 높았고, 2학년 여학생은 다른 여학생보다 뷰티에 대한 관심도가 낮았다.

한 달 용돈별로는 5만원 이상 여학생이 뷰티제품에 대한 관심도가 가장 높았고, 기타인 여학생은 다른 여학생보다 뷰티제품에 대한 관심도가 낮았으며, 한 달 용돈에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=2.65, p<.05$). 이성친구 유무별로는 이성친구가 있는 여학생이 그렇지 않은 여학생보다 뷰티에 대한 관심도가 높았으며, 이성친구 유무에 따라 유의미한 차이를 보였다($t=2.44, p<.05$).

이상과 같이 고등학교 여학생들은 뷰티에 대한 관심도가 그다지 높지 않았으며, 이성친구가 있는 여학생이 뷰티에 대한 관심도가 높았다. 즉 고등학교 여학생의 경우 이성친구가 있으며, 5만원 이상의 용돈별 구분에 따라, 학년이 고학년일 경우 뷰티에 대한 관심이 높다고 볼 수 있으며, 더욱 높은 관여를 한다. 그러므로 학년별, 용돈별, 이성 친구 유무의 요인은 뷰티관심에 영향을 미치는 요인이라고 해석할 수 있다. 이러한 결과는 선행연구 설현진, 최인려와 정경숙, 서경현 그리고 장선철, 송미현³⁹⁾의 연구결과와 유사한 결과로 사회적인 환경변화에 따라 고등학교 여학생들의 뷰티관심에 높은 관여 요인으로 청소년기에 이성친구와 학년이 올라갈수록 그리고 용돈에 따라서 다각도로 나타나고 있음을 알 수 있었다.

<Table 4> Interest in Beauty

Division		N	Mean	SD	t(F)	p
Grade	First grade	46	3.31	0.96	2.09	0.127
	Grade 2	73	3.03	0.92		
	Grade 3	81	3.28	0.78		
Monthly allowance	Less than ₩ 20,000	44	3.04	0.93	2.65*	0.050
	Less than 2 to 50,000 won	82	3.14	0.75		
	More than 50,000 won	55	3.46	0.89		
	Etc.	19	2.99	1.14		
Have Male friends	Have	121	3.32	0.84	2.44*	0.016
	Not	79	3.01	0.91		
totality		200	3.20	0.88		

* p<.05

<Table 5> The interest of beauty products

Division		N	Mean	SD	t(F)	p
Grade	First grade	46	2.66	0.67	1.42	0.243
	Grade 2	73	2.59	0.61		
	Grade 3	81	2.76	0.64		
Monthly allowance	Less than ₩ 20,000	44	2.60	0.64	2.98*	0.033
	Less than 2 to 50,000 won	82	2.65	0.58		
	More than 50,000 won	55	2.86	0.66		
	Etc.	19	2.40	0.70		
Have Male friends	Have	121	2.73	0.64	1.62	0.106
	Not	79	2.58	0.63		
totality		200	2.67	0.64		

* p<.05

2) 뷰티제품 관심도

고등학교 여학생들의 뷰티제품에 대한 관심도에 대해 살펴본 결과는 <표 5>와 같이 5점 만점 중 전체 평균이 2.67로, 고등학교 여학생들은 뷰티제품에

대한 관심도가 그다지 높지 않은 것으로 나타났다.

학년별로는 3학년 여학생이 뷰티제품에 대한 관심도가 가장 높았고, 2학년 여학생은 다른 여학생보다 뷰티제품에 대한 관심도가 낮았으나 통계적으로는

유의미한 차이를 보이지 않았다. 한 달 용돈별로는 5만원 이상 여학생이 뷰티제품에 대한 관심도가 가장 높았고, 기타 여학생은 다른 여학생보다 뷰티제품에 대한 관심도가 낮았으며, 한 달 용돈에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=2.98, p<.05$). 이성친구 유무별로는 이성친구가 있는 여학생이 그렇지 않은 여학생보다 뷰티제품에 대한 관심도가 높았으나 유의미한 차이는 아니었다.

이상과 같이 고등학교 여학생들은 뷰티제품에 대한 관심도가 그다지 높지 않았으며, 한 달 용돈이 5만원 이상 여학생이 다른 여학생보다 뷰티제품에 대한 관심도가 높았다. 이상과 같이 고등학교 여학생들은 뷰티에 대한 관심도가 그다지 높지 않았으며, 한 달 용돈이 5만원 이상 여학생이 뷰티제품에 대한 관심이 높았다. 즉 고등학교 여학생의 경우 5만원 이상 용돈별 구분에 따라, 뷰티 제품에 대한 관심이 높다고 볼 수 있으며, 더욱 높은 관여를 한다. 그러므로 용돈별 금액에 따른 요인은 뷰티제품 관심도에 영향을 미치는 요인이라고 해석할 수 있다. 이러한 결과는 선행연구 설현진, 최인려와 정은주의 연구결과와 유사한 결과로, 멀티미디어의 발달과 모방심리가 강한 청소년에게 사회적인 환경변화에 따라 고등학교 여학생들의 용돈에 따른 요인은 뷰티제품에 대한 높은 관여요인으로 나타나고 있음을 알 수 있었다.

3) 멀티기능 뷰티제품 관심도

고등학교 여학생들의 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심도에 대해 살펴본 결과는 <표 6>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 2.75로, 고등학교 여학생들은 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심도가 그다지 높지 않은 것으로 나타났다.

학년별로는 1학년 여학생이 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심도가 가장 높았고, 2학년 여학생은 다른 여학생보다 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심도가 낮았으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 한 달 용돈별로는 5만원 이상인 여학생이 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심도가 가장 높았고, 기타인 여학생은 다른 여학생보다 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심도가 낮았으나 유의미한 차이는 없었다. 이성친구 유무별로는 이성친구가 있는 여학생이 그렇지 않은 여학생보다 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심도가 높았으나 이성친구 유무에 따른 유의미한 차이는 없었다.

이상과 같이 고등학교 여학생들은 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심도가 그다지 높지 않았으며, 학년과 한 달 용돈, 그리고 이성친구 유무별로는 별다른 차이를 보이지 않았다. 이러한 결과는 선행연구 박은정, 정명선의 기능성 화장품의 사용빈도가 낮다는

<Table 6> The interest of multi-function beauty products

Division		N	Mean	SD	t(F)	p
Grade	First grade	46	2.80	0.53	1.40	0.249
	Grade 2	73	2.66	0.59		
	Grade 3	81	2.79	0.49		
Monthly allowance	Less than ₩ 20,000	44	2.73	0.56	0.56	0.643
	Less than 2 to 50,000 won	82	2.76	0.48		
	More than 50,000 won	55	2.80	0.60		
	Etc.	19	2.61	0.60		
Have Male friends	Have	121	2.80	0.53	1.69	0.092
	Not	79	2.67	0.54		
totality		200	2.75	0.54		

연구결과와 유사한 결과로, 멀티미디어의 발달에 따른 사회문화적 배경과는 다르게 멀티기능 뷰티제품에 대한 낮은 관여를 나타나고 있음을 알 수 있었다.

3. 뷰티행동

1) 뷰티행동

고등학교 여학생들의 뷰티행동에 대해 살펴본 결과는 <표 7>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.17로, 고등학교 여학생들은 뷰티행동이 그다지 높지 않은 것으로 나타났다.

학년별로는 1학년 여학생이 뷰티행동이 가장 높았고, 2학년 여학생은 다른 여학생보다 뷰티행동이 낮았으나 유의미한 차이는 없었다. 한 달 용돈별로는 5만원 이상 여학생이 뷰티행동이 가장 높았고, 기타 여학생은 다른 여학생보다 뷰티행동이 낮았으나 한 달 용돈에 따른 유의미한 차이는 없었다. 이성친구 유무별로는 이성친구가 있는 여학생이 그렇지 않은 여학생보다 뷰티행동이 높았으며, 이성친구 유무에 따라 유의미한 차이를 보였다($t=3.43, p<.001$).

이상과 같이 고등학교 여학생들은 뷰티행동이 그

다지 높지 않았으며, 이성친구가 있는 여학생이 그렇지 않은 여학생보다 뷰티행동이 높았다. 즉 고등학교 여학생의 경우 이성친구가 있는 경우가 뷰티행동이 높다고 볼 수 있으며, 이성친구 유무의 요인은 뷰티행동에 영향을 미치는 요인이라고 해석할 수 있다. 이러한 결과는 선행연구 최수경과, 설현진, 최인려 그리고 장선철, 송미현의 연구결과를 지지하였다.

2) 외모관리 이유

고등학교 여학생들이 외모관리를 하는 이유에 대해 살펴본 결과는 <표 8>과 같이 심리적 만족감 때문에 외모관리를 하는 여학생이 54.0%로 가장 많았으며, 기타 21.5%, 원래 스타일에 관심이 많아서 17.0%, 이성 친구에게 호감을 주기 위해서 4.0%, 친구사이 관계가 유리해서 3.5% 순으로 나타났다.

학년별로는 1학년 여학생과 3학년 여학생이 2학년 여학생보다 심리적 만족감 때문에 외모관리를 하였고, 학년이 높은 여성일수록 원래 스타일에 관심이 많아서 외모관리를 하였으나 학년에 따른 유의미한 차이는 없었다. 한 달 용돈별로는 5만원 이상 여학생이 다른 여학생보다 심리적 만족감 때문에 외모관리를 하였고, 기타 여학생은 다른 여성보다 원래

<Table 7> Beauty Behavior

Division		N	Mean	SD	t(F)	p
Grade	First grade	46	3.24	1.18	0.62	0.537
	Grade 2	73	3.05	1.15		
	Grade 3	81	3.23	1.06		
Monthly allowance	Less than ₩ 20,000	44	3.06	1.15	1.98	0.118
	Less than 2 to 50,000 won	82	3.09	0.97		
	More than 50,000 won	55	3.46	1.21		
	Etc.	19	2.89	1.30		
Have Male friends	Have	121	3.38	1.12	3.43***	0.001
	Not	79	2.84	1.05		
totality		200	3.17	1.12		

** p<.001

<Table 8> Appearance management reasons

Division		Psychological satisfaction (Confidence)	Relationship between friends is easy	Reason to give good feelings to a friend	A lot of interest in the original style	Etc.	Total	χ^2 (df)	p
Grade	First grade	25 (54.3)	-	-	6 (13.0)	15 (32.6)	46 (23.0)	11.32 (8)	0.184
	Grade 2	39 (53.4)	2 (2.7)	5 (6.8)	12 (16.4)	15 (20.5)	73 (36.5)		
	Grade 3	44 (54.3)	5 (6.2)	3 (3.7)	16 (19.8)	13 (16.0)	81 (40.5)		
Monthly allowance	Less than ₩ 20,000	17 (38.6)	1 (2.3)	3 (6.8)	7 (15.9)	16 (36.4)	44 (22.0)	20.36 (12)	0.061
	Less than 2 to 50,000 won	48 (58.5)	5 (6.1)	1 (1.2)	12 (14.6)	16 (19.5)	82 (41.0)		
	More than 50,000 won	36 (65.5)	-	3 (5.5)	10 (18.2)	6 (10.9)	55 (27.5)		
	Etc.	7 (36.8)	1 (5.3)	1 (5.3)	5 (26.3)	5 (26.3)	19 (9.5)		
Have Male friends	Have	62 (51.2)	1 (0.8)	7 (5.8)	26 (21.5)	25 (20.7)	121 (60.5)	12.86* (4)	0.012
	Not	46 (58.2)	6 (7.6)	1 (1.3)	8 (10.1)	18 (22.8)	79 (39.5)		
totality		108 (54.0)	7 (3.5)	8 (4.0)	34 (17.0)	43 (21.5)	200 (100.0)		

* p<.05

스타일에 관심이 많아서 외모관리를 하였으나 통계적으로는 유의미한 차이는 없었다. 이성친구 유무별로는 이성친구가 있는 여학생이 그렇지 않은 여학생보다 원래 스타일에 관심이 많아서 외모관리를 하였고, 이성친구가 없는 여학생은 있는 여학생보다 심리적 만족감 때문에 외모관리를 하였으며, 이성친구 유무에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=12.86$, $p<.05$).

이상과 같이 심리적 만족감 때문에 외모를 관리하는 여학생이 가장 많았으며, 이성친구가 없는 여학생이 이성친구가 있는 여학생보다 심리적 만족감 때문에 외모를 관리하였다. 즉 고등학교 여학생의 경우 심리적 만족감 때문에 외모를 관리하고, 이성친구가 없는 여학생이 심리적 만족감 때문에 외모를 관리하였다. 그러므로 이성친구 유무와 심리적 만족감 요인이 외모관리행동에 영향을 미치는 요인이라

고 해석할 수 있다. 이러한 결과는 정경숙, 서경현과 김영란의 연구 심준영, 김현희 그리고 장선철, 송미현의 연구, 최수경 및 김은주의 연구결과와 유사한 결과로, 멀티미디어의 발달과 모방심리가 강한 고등학교 여학생들의 이성친구의 유무와 심리적인 만족감 요인은 외모관리 행동에 대한 높은 관여요인으로 나타나고 있음을 알 수 있었다.

3) 외모관리를 하지 않는 이유

고등학교 여학생들이 외모관리를 하지 않는 이유에 대해 살펴본 결과는 <표 9>와 같이 공부 등 더 중요한 것이 우선이기 때문에 외모관리를 하지 않는 여학생이 21.5%로 가장 많았으며, 다음으로 관심이 없어서 19.0%, 기타 17.5%, 시간이 없어서 17.0%, 경제적 부담으로 9.5%, 학생이 해서는 안 된다고

<Table 9> Why does not the appearance management

Division		The important thing first (studying, etc.)	Appearance is not important	Do not have time	The economic burden	Lack of interest	I think students should not be	Etc.	Total	χ^2 (df)	p
Grade	First grade	7 (15.2)	3 (6.5)	10 (21.7)	6 (13.0)	7 (15.2)	3 (6.5)	10 (21.7)	46 (23.0)	6.81 (12)	0.870
	Grade 2	16 (21.9)	5 (6.8)	11 (15.1)	5 (6.8)	18 (24.7)	5 (6.8)	13 (17.8)	73 (36.5)		
	Grade 3	20 (24.7)	7 (8.6)	13 (16.0)	8 (9.9)	13 (16.0)	8 (9.9)	12 (14.8)	81 (40.5)		
Monthly allowance	Less than ₩ 20,000	7 (15.9)	4 (9.1)	11 (25.0)	5 (11.4)	10 (22.7)	2 (4.5)	5 (11.4)	44 (22.0)	28.34 (18)	0.057
	Less than 2 to 50,000 won	21 (25.6)	5 (6.1)	11 (13.4)	10 (12.2)	20 (24.4)	3 (3.7)	12 (14.6)	82 (41.0)		
	More than 50,000 won	10 (18.2)	3 (5.5)	12 (21.8)	3 (5.5)	6 (10.9)	9 (16.4)	12 (21.8)	55 (27.5)		
	Etc.	5 (26.3)	3 (15.8)	-	1 (5.3)	2 (10.5)	2 (10.5)	6 (31.6)	19 (9.5)		
Have Male friends	Have	25 (20.7)	8 (6.6)	25 (20.7)	12 (9.9)	19 (15.7)	9 (7.4)	23 (19.0)	121 (60.5)	5.17 (6)	0.523
	Not	18 (22.8)	7 (8.9)	9 (11.4)	7 (8.9)	19 (24.1)	7 (8.9)	12 (15.2)	79 (39.5)		
totality		43 (21.5)	15 (7.5)	34 (17.0)	19 (9.5)	38 (19.0)	16 (8.0)	35 (17.5)	200 (100.0)		

생각해서 8.0%, 외모는 중요한 것이 아니어서 7.5% 순으로 나타났다.

학년별로는 학년이 높은 여학생일수록 공부 등 더 중요한 것이 우선이기 때문에 외모관리를 하지 않았고, 2학년 여학생은 다른 학년보다 관심이 없어서 외모관리를 하지 않았으나 통계적으로는 유의미한 차이는 없었다. 한 달 용돈별로는 2만원 미만인 여학생이 다른 여학생보다 시간이 없어서 외모관리를 하지 않았고, 2~5만원 미만인 여학생은 다른 여학생보다 관심이 없어서 외모관리를 하지 않았으나 한 달 용돈에 따른 유의미한 차이는 없었다. 이성친구 유무별로는 이성친구가 있는 여학생이 그렇지 않은 여학생보다 시간이 없어서 외모관리를 하지 않았고,

이성친구가 없는 여학생은 있는 여학생보다 관심이 없어서 외모관리를 하지 않았으나 유의미한 차이는 없었다.

이상과 같이 공부 등 더 중요한 것이 우선이기 때문에 외모관리를 하지 않는 여학생이 가장 많았으며, 학년과 한 달 용돈, 그리고 이성친구 유무별로는 별다른 차이를 보이지 않았다. 이상과 같이 공부 등 더 중요한 것이 우선이기 때문에 외모를 관리하지 않았다. 즉 고등학교 여학생의 경우 공부 등 더 중요한 것이 우선인 요인이 외모관리행동에 영향을 미치는 요인이라고 해석할 수 있다.

4. 뷰티 및 뷰티제품 관심도와 뷰티행동과의 관계

변수들 간의 영향관계를 알아보기 위해 상관관계 분석을 하였다.

1) 뷰티 관심도와 뷰티행동과의 관계

고등학교 여학생들의 뷰티에 대한 관심도와 뷰티 행동과의 관계에 대해 살펴본 결과는 <표 10>과 같다. 뷰티에 대한 관심도는 뷰티행동($r=.732$, $p<.001$)과 통계적으로 유의미한 정(+)적 상관관계를 보였다. 따라서 고등학교 여학생들은 뷰티에 대한 관심도가 높을수록 뷰티행동이 높음을 알 수 있다.

즉 여고생의 경우 뷰티에 대한 관심도가 높을수록 뷰티행동이 높다고 볼 수 있었다. 이러한 결과는 일반적으로 뷰티관심도와 관련이 높으며, 여고생은 뷰티관심과 행동에 더욱 높은 관여를 한다. 그러므로 뷰티행동은 뷰티관심의 반영이라고 해석할 수 있다.

2) 뷰티제품 관심도와 뷰티행동과의 관계

고등학교 여학생들의 뷰티제품에 대한 관심도와 뷰티행동과의 관계에 대해 살펴본 결과는 <표 11>과 같다. 뷰티제품에 대한 관심도는 뷰티행동($r=.694$, $p<.001$)과 통계적으로 유의미한 정(+)적 상관관계를 보여 여학생들은 뷰티제품에 대한 관심도가 높을수록 뷰티행동이 높음을 알 수 있다.

3) 멀티기능 뷰티제품 관심도와 뷰티행동과의 관계

고등학교 여학생들의 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심도와 뷰티행동과의 관계에 대해 살펴본 결과는 <표 12>와 같다. 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심도는 뷰티행동($r=.533$, $p<.001$)과 통계적으로 유의미한 정(+)적 상관관계를 보였으며, 여학생들은 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심도가 높을수록 뷰티행동이 높음을 알 수 있다.

뷰티에 대한 관심도는 뷰티행동($r=.732$, $p<.001$)과 통계적으로 유의미한 정(+)적 상관관계를 보였다. 따라서 고등학교 여학생들은 뷰티에 대한 관심

<Table 10> Interesting relationship between beauty and beauty behavior

Division	Beauty Behavior
Interest in Beauty	0.732*** (0.000)

*** $p<.001$

<Table 11> Interest in beauty products, behavior and relationships and beauty

Division	Beauty Behavior
Interest in beauty products	0.694*** (0.000)

*** $p<.001$

<Table 12> Multi-Function Beauty Products Beauty behavior and the relationship between interest

Division	Beauty Behavior
Interest in multi-function beauty products	0.533*** (0.000)

*** $p<.001$

도가 높을수록 뷰티행동이 높음을 알 수 있다. 뷰티제품에 대한 관심도는 뷰티행동($r=.694, p<.001$)과 통계적으로 유의미한 정(+)적 상관관계를 보여 여학생들은 뷰티제품에 대한 관심도가 높을수록 뷰티행동이 높음을 알 수 있다. 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심도는 뷰티행동($r=.533, p<.001$)과 통계적으로 유의미한 정(+)적 상관관계를 보였으며, 여학생들은 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심도가 높을수록 뷰티행동이 높음을 알 수 있다.

본 연구에서는 고등학교 여학생을 대상으로 뷰티관심도 및 뷰티제품 관심도, 멀티기능 제품관심도가 뷰티행동과 상관관계가 있으며, 유의미한 영향을 미치는 매우 중요한 요인임을 확인하였다.

V. 결론

본 연구는 자신의 신체 및 외모에 가장 관심이 높은 고등학교 여학생을 대상으로 뷰티 및 뷰티제품 관심도, 멀티기능 뷰티제품 관심도의 요인들을 기준으로 뷰티행동과의 상관관계를 알아보는 것을 목적으로 하였으며, 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 고등학교 여학생은 심리적 만족감 때문에 외모를 관리하는 여학생이 많았으며, 이성친구가 없는 여학생은 심리적 만족감에 외모를 관리하였다. 외모관리를 하지 않는 여학생은 공부 등 더 중요한 것이 우선이기 때문에 외모관리를 하지 않았다. 둘째, 고등학교 여학생은 뷰티 및 뷰티제품 관심도, 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심도와 뷰티행동이 그다지 높지 않았으며, 한 달 용돈이 5만원 이상의 여학생이 뷰티제품에 대한 관심도가 높았고 이성친구가 있는 여학생 뷰티행동이 높았다. 이러한 결과로 한 달 용돈 5만원 이상 요인은 높은 뷰티제품 관심도와 이성친구가 있는 여학생의 높은 뷰티행동을 통해 매우 중요한 변인요인임을 알게 되었다. 셋째, 고등학교 여학생은 뷰티에 대한 관심도가 높을수록 뷰티제품에 대한 관심도가 높을수록, 멀티기능 뷰티제품에 대한 관심도가 높을수록 뷰티행동이 높음을 알 수 있었다.

이상에서 볼 때 고등학교 여학생들은 대중매체의 영향으로 유행에 민감한 세대가 되며 새로운 유행의 선두주자가 되기도 한다. 그래서 고등학교 여학생들은 뷰티 및 뷰티제품, 멀티기능제품에 관심이 많은 고등학교 여학생일수록 뷰티행동이 높음을 알 수 있었다. 뷰티행동과 이러한 관심도는 심리적인 요인과 한 달 용돈의 금액에 따른 요인, 이성친구의 유무에 따라 높은 관여를 한다고 해석할 수 있다. 고등학교 여학생들의 뷰티관심에 높은 관여요인으로 10만원이 넘는 명품화장품 구입을 하고, 또래들 사이에 학교서열이 정해진다고 하는데, 이는 ‘신(新)등골브레이커’라는 유행신조어 등을 탄생시키며, 모방심리가 강한 청소년의 무분별한 소비행동을 부추기고 있다. 그러므로 관련 뷰티산업의 발전방향과 추후 후속연구를 하는데, 이러한 고등학교 여학생들의 뷰티행동에 높은 관여요인들을 참고하여야 할 것이다. 본 연구를 통해 고등학교 여학생의 멀티기능 뷰티제품 관심을 통한 뷰티행동의 상관관계를 통해 학문적 기초자료를 제공하고 마케팅 전략수립에 대한 방향을 제시할 수 있을 것으로 기대한다.

연구의 한계점은 지역적 한계로 객관화하기에는 무리가 있으며, 뷰티제품에서도 헤어, 메이크업, 피부, 네일, 두피관리 등을 유행별 세분화와, 상표충성도, 브랜드 인지도 등 다양한 변수들과의 연구가 진행되어야 할 것이다. 또한 뷰티행동과 뷰티제품과의 측정도구가 제한된 문항으로 조사되어 일반화시키는데 한계가 있다고 본다. 따라서 조사대상 지역을 확대하여 특성을 폭넓고 다각적으로 연구할 필요성이 있으며, 뷰티행동과 뷰티제품과의 측정문항을 보다 더 구체화시켜 각 차원과의 관계를 조사할 필요가 있다. 더불어 청소년들의 뷰티행동에 영향을 줄 수 있는 목적과 특성에 따른 문제점을 보다 폭넓게 파악하는 것이 필요하며, 뷰티행동으로 이어지는 문제점을 비교 연구하는 것이 필요하다고 본다.

Reference

- 1) Jeong Heajung, Kim Hayeun, Lee Yuri (2008), "Young People Interested in

- Self-expression and Appearance According to the Uniform Product Purchasing Behavior”, *The Journal of Korea Society of Clothing and Textiles*, 32(5), pp.777-787.
- 2) Park Heanju, Park Sukhyeon(2011), “Fashion and Beauty Consumer Behavior Impact on the Self-satisfaction”, *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 35(11), pp.1285-1296.
 - 3) Lee Meonghee(2009), “Interested in the Appearance of Youth, Looks Study on the Relationship Between Satisfaction and Life Satisfaction”, *The Korea Society of Costume*, 59(8), pp.97-109.
 - 4) Bang Keejung(2012), “Digital Change According to the Beauty Product of the a Mobile Functionality”, *The Journal of Fashion Business*, 16(1), pp.83-102.
 - 5) Jin Uechang(2010), “Beauty Industry Interior Space Planning, Strategic Development Model”, Unpublished master dissertation, Hongik University. p.24.
 - 6) Sual Heunjin(2010), “Youth's Appearance due to Socio-cultural Factors on Appearance Satisfaction and Beauty Behavior”, Unpublished doctor's thesis, Sunshine Woman's University. Seoul. pp.20-24.
 - 7) Kim Taeme(2011), “Multicultural Family Member's Self-esteem and Body Satisfaction Clothing Behavior According to the Interest and Beauty to the Study”, Unpublished doctor's thesis, Sunshine Woman's University, Seoul. pp.22-28.
 - 8) Park Sunhee(2011), “Youth of the Spiritual Impact on Social Development, with a Feeling of Well-being”, Unpublished master dissertation, Catholic University of Daegu School, pp.12-20.
 - 9) Joe Seulgi(2006), “External Image Management Behaviors that Lead to the Appearance of Women Studies”, Unpublished master dissertation, Sungshin Women University, p.8.
 - 10) Jung Gyeongsuk, Soe Gyeonghyeon(2009), “Attitudes of College Women for Hair Beauty and Wellness Relationship Between Variables”, *Journal of Korean Society of Cosmetology*, 15(2), pp.534-543.
 - 11) Lee Hyejung, Ohe Inyoung(2010), “Interest and Act According to the Make-up Makeup Cosmetic use three Minutes Per Group Status (mainly high school girls)”, *Journal of Korean Society of Cosmetology*, 16(2), pp.495-504.
 - 12) Kim Youngran(2010), “Beauty Psychotherapy Training Programs on the Development of a Self-study”, Unpublished master dissertation, Seokyeong University, pp.12-17.
 - 13) Sim Junyoung, Kim Hyunhee(2008), “Girls' Middle School of the Body Satisfaction and Self-esteem Suffered Much Impact on the Make-up”, *The Journal of Korean society of costume*, 58(4), pp.128-138.
 - 14) Park Eeunjung, Jung Meongson(2010), “Narcissistic Personality and Self-Esteem on the Appearance Management Behaviors of Female College Students”, *The Research journal of the costume culture*, 18(4), pp.717-730.
 - 15) Hwang Yunjung, Joe Keyue, Yoo Teasun(2003), “The Study on Cosmetic Surgery Behavior according to Appearance Concern, Body Cathexis, and Self-esteem”, *Journal of fashion business*, 7(4), pp.17-25.
 - 16) Jang Sunchal, Song Mihyeon(2004), “Relationships between High School Students' Appearance Satisfaction and Self-esteem and School-related Adjustment”, *Korean journal of youth studies*, 11(3), pp.115-133.
 - 17) Bang Keejung(2012), op.cit., pp.83-102.
 - 18) Jeong Eunjoo(2007), “A Study on Cosmetics

- Purchasing Behavior of Male and Female High School Students by Their Interest in Appearance and Comestics Purchaing Orientation”, Unpublished master dissertation, Seokyung University, pp.10-15.
- 19) Sual Heunjin(2010), op.cit., p.27.
- 20) Lim Miae, Sual Heunjin, Choi Mira(2009), *History of Make-up & Fashion*, Seoul: Shinjung, p.56.
- 21) Choi Sugyeong(2007), “Factors Make the Impact on Behavior”, Unpublished doctor's thesis, Gyeongsang National University, pp.10-15.
- 22) Kim Heesook(2000), “A Comparative Study on Women's Cosmetic Culture of Korea and the West in the 20th”, *The Journal of the Korean society of costumes*, 50(1) pp.85-96.
- 23) Park Soojin(2006), “A Categorization of Analysis for Young Male's Fashion, Hair, Skin, Body Image : Unified Methods of Contents Analysis, Survey and Q Analysis”, Unpublished doctor's thesis, Chungnam National University, p.27.
- 24) Choi Sugyeong(2007), op.cit., pp.10-15.
- 25) Park Sunhee(2011), op.cit., p.31.
- 26) Yoo Changjo, Jung Hyeen(2002), “Consumer Behavior in Pursuit of Beauty Exploratory Study: Male and Female Clothing in the Makeup, Cosmetic and Fitness Center”, *Journal of consumer studies*, 13(1), pp.211-232.
- 27) Ibid.
- 28) Kim Eunju(2001), “Appearance Management Behaviors of College Women”, Unpublished master dissertation, Ewha Woman's University, pp.53-54.
- 29) Lee Jongsun(2008), “Satisfaction with Physical Appearance, the Management Aspects of Youth Analysis: Clothing, Skin Care, Body Centered Management”, *Journal of Korean Society of Cosmetology*, 14(2), pp.384-395.
- 30) Sual Heunjin, Choi Inryeo(2010), “Junior High School Girls Beauty of Youth Behavior”, *The Research journal of the costume culture*, 18(3), pp.514-525.
- 31) Ibid.
- 32) Kim Youngran(2010), op.cit., p.31.
- 33) Jung Gyeongsuk, Soe Gyeonghyeon(2009), op.cit., pp.534-543.
- 34) Sual Heunjin, Choi Inryeo(2010), op.cit., pp.514-525.
- 35) Ahan Hyeongyeong(2006), “A Study on the Hair Style Production : Focussed on Face Contour & Hair Fashion Feeling of the Capital Area Women in their Twenties”, *Journal of fashion business*, 10(4), pp.29-44.
- 36) Han Dongjeo(2009), “Ethno Graphic Analysis of Male High School Students' Appearance Management Activities : Fashion, Makeup, Body Management, Hair, Skin Care and Cosmetic Surgery”, Unpublished master dissertation, Chungnam University, p.45.
- 37) Hwang Yunjung, Joe Keyue, Yoo Teasun(2008), op.cit., pp.85-95.
- 38) Sual Heunjin, Choi Inryeo(2010), op.cit., pp.514-525.
- 39) Jang Sunchal, Song Mihyeon(2004), op.cit., pp.115-133.

접수일(2013년 6월 12일)
 수정일(2013년 7월 29일)
 게재확정일(2013년 8월 5일)