

직장인의 직업특성 및 인구통계학적 특성에 따른 외모관리행동의 차이

유 희

가톨릭대학교 의류학전공 조교수

Differences in Appearance Management Behavior according to Occupational Characteristics and Demographic Characteristics of Workers

Hee Yoo

Assistant Professor, Dept. of Clothing & Textiles, The Catholic University of Korea

(received date: 2016. 9. 23, revised date: 2016. 12. 3, accepted date: 2017. 2. 14)

ABSTRACT

The purpose of this study was to present empirically the factors in appearance management behavior, the differences in appearance management behavior according to various occupational characteristics and demographic characteristics, and the degree of efforts to manage appearance for workers. The questionnaire was administered to 1,056 male and female workers in 10 occupational categories in Korea. Data were analyzed using descriptive statistics, factor analysis, analyses of variance (ANOVA) and chi-square tests. The results of the study are as follows. First, the factors of workers' appearance management behavior consist of 'appearance management for decoration' and 'appearance management for a good feeling'. Workers perform appearance management behavior for a good feeling more than appearance management behavior for decoration. Second, there were statistically significant differences in the appearance management behaviors of the workers according to occupational categories, the size of the organization, the presence of the dress code in the workplace. Third, there were statistically significant differences in the management behaviors of workers by gender of demographic characteristics. Fourth, the largest number of monthly average expense for appearance management was 100,000~300,000 won (44.1%), and the largest number of daily average time for appearance management was 30 minutes~1 hour (45.5%). This study presents the tendency of appearance management behaviors according to the occupational characteristics and demographic characteristics of workers and helps the marketer in the appearance industry understand the target customer clearly.

Key words: appearance management behavior(외모관리행동), dress code(복장규정),
impression management(인상관리), personal appearance(외모),
worker's appearance management(직장인의 외모관리)

I. 서론

최근 매력적인 외모가 중요한 경쟁력의 한 요소로 인식되면서 직장인들의 외모관리에 대한 노력과 투자는 당연한 자기개발 활동의 하나로 받아들여지고 있다. 과거에 신체적 매력은 타고나는 것이기 때문에 상황을 개선할 수 있는 것은 거의 없었지만, 현대사회에서는 식이요법과 운동, 성형수술, 헤어, 화장품, 염색, 미용, 보석, 다양한 옷과 액세서리 등 외모를 좋게 할 수 있는 방법이 많아졌다(Hakim, 2013). 종종 매체를 통해서도 여성 직장인들이 '성형수술을 하는 이유'는 '외모경쟁력을 통한 자기발전'을 위함이고, 아름다운 외모가 취업이나 사회생활에 플러스 요인이 되기 때문이라는 기사가 보도되고 있다(Daily Economy, 2011).

이 같은 사회분위기 속에 패션, 뷰티, 성형 등의 외모관련 산업이 급성장 하고 있다. 국내 외모관련 산업은 2016년 기준 약 20조원의 규모로 2020년에는 약 38조원 규모로 연평균 약 13.2%의 성장할 것이라는 전망이다(No, 2016). 외모관련 산업의 마케터들은 시장을 촉진시키기 위해 더욱 자극적인 리서치 또는 연구결과들을 제시하고 있는데, 예를 들면 "입사지원자들의 외모가 학력 못지않게 중요하고 완벽한 이력서를 작성하는 것만큼 매력적인 외모를 가꾸는데 돈과 시간을 투자하라"라는 인사담당자들의 조언을 강조하는 식이다(Digital Times, 2010). 또한 남녀에 정도의 차이는 있지만 체형이 연봉과 상관관계가 있으며(Oreffice & Quintana-Domeque, 2016), 특히 여성의 지위는 외모관리에 투자한 시간에 비례한다고 설명한다(Ferro, 2016).

외모 또는 외모관리에 대한 중시 현상은 외모 불안이나 여러 가지 외모관리의 후유증과 같은 문제들을 야기한다. 외모 불안은 타인으로부터 부정적인 외모평가를 받는 것에 대한 불안을 말하는데(Hart et al., 2008), 사람들이 자신의 신체나 외모가 매력적이지 않다고 판단할 때 공포나

피로움과 같은 불안을 느끼는 현상이다(Jung & Jung, 2011). 또한 외모향상을 위해 행해지는 극심한 다이어트나 미용성형 수술 등은 경제적 손실이나 부담뿐 아니라 심각한 신체적 손상 또는 사망사례를 발생시키고 있다(Kim & Chung, 2016).

외모 프리미엄 효과를 입증한 초기 연구들(Engemann & Owyang, 2005; Fletcher, 2009; Hamermesh & Biddle, 1994)은 타고난 신체조건(키, 얼굴생김새) 등과 같이 신체적 외모에 따른 긍정적 효과에 주목해 왔다. 이후 진행된 외모관리행동 연구들(Jeffes, 1998; Kim & Park, 2016; Lee & Kim, 2010; Park & Lee, 2009; Pfann, Biddle, Hamermesh & Bosman, 2000; Ryu & Ryu, 2016; Sung, Park, Lee, & Kim, 2009)도 의상이나 화장, 헤어, 피부 등 후천적 관리를 통해 경쟁력을 높일 수 있는 외모관리법에 대한 몇 가지 시사점을 제공하고 있을 뿐이다. 이와 같은 상황 속에서 직장인들이 겪을 수 있는 외모불안 또는 외모관리행동의 부작용을 해소하기 위해서는 적어도 자신과 비슷한 직업 특성이나 인구통계학적 특성을 가진 사람들이 어떻게 외모관리행동을 하고 있는지에 대해 이해할 필요가 있을 것이다. 자신과 비슷한 특성을 가진 직장인의 외모관리행동에 대한 현황정보는 심리적 안정감을 제공하거나 자신의 외모관리에 평가나 기준을 세우는데 도움이 될 수 있다. 그러나 아직까지 직장인의 외모관리행동에 대한 실태를 확인할 수 있는 연구는 거의 찾아보기 힘든 상황이다. 때문에 본 연구는 다양한 직업종사자들을 포함시켜 그들이 직장생활을 위해서 관리하는 외모관리의 내용이 무엇이며, 이러한 외모관리행동은 직업 특성이나 인구통계학적 특성에 따라서 어떤 차이를 보이는가를 제시하고자 하였다.

II. 이론적 배경

1. 외모관리행동

외모관리행동은 외모를 기대하는 모습으로 보이게 하기 위해 노력하거나 투자하는 모든 행위를 말한다. 외모는 겉으로 드러나는 자기(self)를 의미하며, 키나 체격, 몸매, 얼굴 생김새 등과 같은 신체적 요소와 의복, 헤어, 메이크업, 피부, 안경, 액세서리 등과 같이 신체를 장식하는 복식 요소뿐 아니라 자세나 태도, 표정, 몸짓, 건강상태, 체취 등 시각적이거나 맥락적으로 인지될 수 있는 행동적 요소를 포괄하는 개념이다(Kaiser, 1990). 외모는 자신을 표현하거나 대인관계 형성에 중요한 영향을 미치는 요인이기 때문에 사람들은 긍정적 대인관계를 형성하기 위하여 외모에 대한 관심을 가지고 외모향상을 위해 외모관리행동을 시도하게 된다(Lee & Ku, 2015). Hakim (2013)이 주장한 바와 같이 사회경제적 효과를 일 수 있는 매력자본으로서의 외모는 타고난 신체의 아름다움보다는 잘 갖춰진 차림새와 같이 성취된 전체적인 외관을 의미하며, 미소나 몸짓 등과 같이 좋은 관계를 형성할 수 있는 자세나 태도를 포함한다.

최근 외모관리행동에 관한 연구들이 활발해지고 있다. Kim & Park(2016)은 20-30대 직장남성은 헤어관리를 가장 적극적으로 하고, 피부 관리도 보편적으로 받아들이지만 손발관리와 메이크업, 성형은 보편적으로 받아들이지 않고 있음을 확인하였다. Ryu & Ryu(2016)는 직장남성이 외모관리를 위해 많은 시간과 돈 낭비를 최소화하는 실용성을 중시하며, 의복스타일은 유행성과 개성성이 동조성보다 더 중시되는 새로운 경향을 확인하였다. 이와 같이 선행연구들(Kim & Chung, 2016; Kim & Park, 2016; Lee & Ku, 2015; Park & Lee, 2009)은 외모관리의 영역을 패션연출, 피부, 헤어스타일, 메이크업, 성형행동, 몸매 등과 같이 주로 신체적인 관리나 변형을 통해 시

각적으로 드러나는 외모나 복식을 통해 형성될 수 있는 외모에 한정하고 있는 경향이다. 그러나 한 개인의 인상이나 대인관계에 긍정적 영향을 주는 외모는 얼굴 표정이나 자세와 같이 행동적이거나 맥락적인 측면이 중요한 영향을 미치기 때문에 행동적으로 나타나는 외모영역에 대한 관리행동도 연구되어야 할 것이다. 따라서 직장인을 대상으로 한 외모관리행동에 대한 연구는 관리해야 할 외모영역을 보다 포괄적인 개념에서 접근할 필요가 있으며, 본 연구에서는 얼굴표정이나 자세 등의 행동적인 외모요소를 포함시키고자 한다.

2. 직업적 특성과 외모관리행동

현대사회에는 매우 다양한 직업이 있다. 직업(occupation)이란 직무상 유사성을 갖고 있는 여러 직무(job)의 묶음으로 정의되며, 직업이 다르다는 것은 수행하여야 할 과업과 이를 위해 필요한 기술이 다르다는 것을 의미한다(Schultz & Schultz, 2008). Korea Employment Information Service(KEIS)는 주기적으로 우리나라의 직업과 직무수행을 위해서 필요하거나 유리한 능력, 성격, 흥미나 적성, 가치관 등에 대해 제시하고 있다. 외모는 직업에 필요한 개인적·사회적·상황적 정체성을 드러내는 도구가 됨으로서 직업 역할수행과정에서 중요한 영향을 미친다.

직장 내에서의 외모에 관한 초기연구는 Form & Stone(1955)에 의해 진행되었는데, 업무수행 중에 착용한 의복의 '적절성'이 착용자의 능력 평가에 긍정적인 영향을 미치고 개인의 인상도 좋아지게 한다. Molloy(1977)도 성공을 위한 옷차림의 첫 번째 요소는 '상식'에 맞는 옷차림이라 하였다. 사람들은 타인을 평가할 때 그 사람의 직업이나 직위와 같은 범주정보에 영향을 받고, 이 범주정보는 객관적인 평가를 가로막는 선입관(bias)으로 인식된다(Park & Hur, 2006). Kim & Ha(2016)에 의하면 직장인은 자신이 종사하

는 직업 영역이나 조직에 존재하는 명시적/암시적 복식규범을 고려하여 호감을 형성하고 신뢰받을 수 있는 인상을 만들기 위해 노력한다. 명시적 복식규범이란 법령, 사규, 공문에 의한 명문화된 외모관리 기준을 말하고, 암시적 복식규범이란 직장 내 하위집단(부서/상사) 구성원에 의해 해석되고 구체화된 경험이나 제재로 확인된 외모관리 기준을 말한다. Jeffes(1998)는 외모가 직업 사회에 중요한 영향을 미치지만, 어떤 직업에 종사하느냐에 따라 그 영향력이 달라진다고 하였고, Kaiser(1990)도 유행과 관련된 직업에 종사하는 사람들(디자이너, 마케터, 제조업자, 소매업자)에게는 감각적이거나 최신 유행을 적용한 스타일이 좀 더 적합하다고 하였다. Kim(2013)은 직장인의 외모관심은 전문직이 비전문직 보다 전반적으로 높다는 것을 확인하였다.

이와 같이 직장인의 외모는 다양한 직업적 특성이나 상황과 관계되어 맥락적으로 평가되기 때문에, 직장인의 외모관리행동은 자신과 같은 직업적 특성을 가지고 있는 사람들의 외모관리행동을 고려하여 행해져야 할 것이다.

3. 인구통계학적 특성과 외모관리행동

외모관리행동은 성별이나 나이, 소득 수준, 결혼 여부 등의 인구통계학적 특성에 따라 달라진다고 한다. 여성은 아름다워야 한다는 사회적 기대들에 의해 미적 기준을 자신의 개인 가치로 받아들이는 내면화 경향이 있고, 동시에 자신의 신체에 대한 대상화된 신체의를 가지고 있어서 남성보다 더 적극적인 외모관리행동을 한다(Kim & Hwang, 2008). 그럼에도 불구하고 현대사회에서는 외모관리행동이 더 이상 여성적 행위로 간주되지 않고 있으며, 남성들의 외모관리도 자연스러운 개성 표현방식이 되고 있다(Lim, 2005). 직장남성의 외모관리에 관한 선행연구(Kim & Park, 2016; Ryu & Ryu, 2016)는 남성들이 외모관리가 비즈니스 경쟁력이나 인간관계 형성 및

유지에 도움이 되기 때문에 적극적으로 행해진다고 한다. Ryu & Ryu(2016)는 직장남성들의 패션에 대한 자신감이 직무만족이나 경력만족, 고용가능성 및 직무성취를 높일 수 있어서 성공적인 직장생활에 도움이 된다고 하였다. 이처럼 외모관리는 직장 남성들에게도 성공적인 직장생활을 위한 필요조건으로 인식되고 있으며 보편화되고 있다.

그러나 아직까지 남성과 여성 외모에 대한 문화적 이중 잣대가 존재하는 것으로 보인다. Wong & Penner(2016)은 신체적 매력의 직장 남녀에게 모두 도움이 되지만 똑같은 방식으로 적용되지는 않는다고 하였다. 즉, 남자의 경우는 타고난 외모(키, 생김새 등)가 때때로 성공에 도움이 되지만, 여자의 경우는 화장, 의상 등 어떻게 치장하느냐가 더 중요하다고 하다는 것이다. 또한 사람의 직위는 타고난 외모보다 외모에 투자한 시간과 더 비례하며, 특히 여성의 경우는 더 그렇다고 한다. 미국 타임지는 칼럼 기사를 통해 페이스 북의 경영진인 “샌드버그(여성)가 저커버그(남성)처럼 자유분방한 캐주얼 차림으로 다닌다면 과연 성공할 수 있을까”라는 질문을 던졌다. 물론 결론을 내리지 않았지만 아마 쉽지 않았을 것이라는 의미를 전하고 있다. 이는 전문직 남녀의 옷차림에서조차 ‘이중 기준’이 존재함을 암시하는 것이며, 전문직 여성들은 항상 단정하게 보여야 한다는 압박을 피할 수 없다는 것을 의미한다(Kim, 2016). Yoo & Choi(2012)는 여성보다 남성이 많은 직업군(산업·IT기술직)이나 보수적인 직업(법률·공공서비스직, 일반사무직)군에 종사하는 여성들은 직업적 성공을 위한 의복으로 권위적인 이미지를 선호한다는 것을 확인하였다.

선행연구들(Kim, 2013; Kim & Lee, 2014; Oh, 2016)은 몸매와 치장 등 외양에 신경을 쓰는 경향이 모든 세대의 공통 관심사이지만 연령이 낮을수록 외모에 대한 관심도가 높은 경향을 보인다고 한다. Lee(2014)는 대부분 기혼인 중년남

성들이 외모관리행동을 하는 가장 중요한 동기는 자기만족을 위해서이며 타인의 시선/사회적 측면, 성공적인 취업/직장생활, 이성간의 호감 순으로 동기가 줄어든다고 하였다. 이와 같이 직장인의 성별이나 나이, 결혼 여부 등은 직장인의 외모관리 행동에 차이를 가져올 것으로 보인다.

연구문제 2는 직장인의 외모관리행동은 직업적 특성에 따라 어떤 차이가 있는지를 확인하는 것이다. 연구문제 3은 직장인의 외모관리행동은 인구통계학적 특성에 따라 어떤 차이가 있는지를 확인하는 것이다. 연구문제 4는 직업적 특성 및 인구통계학적 특성에 따라 외모관리 노력 정도에 차이가 있는가를 확인하는 것이다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구 문제

직장인의 직업적 특성과 인구통계학적 특성에 따른 외모관리 행동 현황을 밝히기 위하여 다음과 같이 연구문제를 설정하였다. 연구문제 1은 직장인의 외모관리행동 요인을 확인하는 것이다.

2. 자료 수집

직장인의 외모관리행동을 밝히기 위하여 KEIS (2006)의 2007 Korea Occupational Outlook을 기초하여 분류한 10개의 직업군에 종사하는 남녀 모두를 포함시키고자 하였다. KEIS는 한국의 직업을 모두 14개 직업군으로 분류하고 있지만, 이

<Table 1> Demographic Characteristics and Job-related Characteristics of Subjects

Characteristics	Item	Frequency (%)	Characteristics	Item	Frequency (%)
Method	Online survey	753 (71.3%)	Education Level	Under High school	139 (13.2%)
	Offline survey	303 (28.7%)		University enrollment or graduation	810 (76.7%)
Gender	Male	464 (43.9%)		Master's student or graduate	85 (8.0%)
	Female	592 (56.1%)		Doctoral student or graduate	22 (2.1%)
Age	20~29	413 (39.1%)	Monthly Income	under 2 million won	404 (38.3%)
	30~39	422 (40.0%)		2~4 million won	454 (43.0%)
	40~49	178 (16.9%)		4~6 million won	141 (13.4%)
	50~59	41 (3.9%)		6~8 million won	27 (2.6%)
60~69	2 (2.2%)	8~10 million won		12 (1.1%)	
Size of Organization	Large firm	260 (24.6%)	Over 10 million won	18 (1.7%)	
	Small & medium-sized businesses	443 (42.0%)	Position	CEO - President	87 (8.2%)
	Individual enterprise	270 (25.6%)		Executive	57 (5.4%)
	Individual freelance	65 (6.2%)		General Manager	80 (7.6%)
Other	18 (1.7%)	Manager		131 (12.4%)	
Working Area	Seoul / Metropolitan	642 (60.8%)		Assistant Manager	214 (20.3%)
	Gyeonggi Province	120 (11.4%)		Junior Employee	487 (46.1%)
	Busan / Gyeongnam	105 (9.9%)		Career	1 year
	Daegu / Gyeongbuk	67 (6.3%)	2~3 year		223 (21.1%)
	Gwangju/South Jeolla	53 (5.0%)	4~6 year		232 (22.0%)
	Daejeon/Chungcheong	54 (5.1%)	7~9 year		132 (12.5%)
	Gangwon	9 (0.9%)	10~19 year		221 (20.9%)
Jeju	6 (0.6%)	More than 20 years	77 (7.3%)		

들 중 건설, 기계 및 재료, 화학환경 및 섬유, 전기전자 및 정보통신, 식품가공 및 농·어업을 기술관련 직업은 직무수행 시 주로 유니폼을 착용하여 직무수행 과정에서 외모의 중요도가 상대적으로 낮은 직업군으로 판단되어 14개 직업군을 10개로 재분류하여 간명성을 높이고자 하였다.

자료 수집은 2009년 9월 7일~18일 사이에 온라인과 오프라인 조사를 통해 진행하였다. 온라인 조사는 전문리서치 기관인 (주)엠브레인(www.embrain.com)을 통해 진행하였고, 이를 통해 753명(71.3%)의 자료가 수집되었다. 오프라인 조사는 온라인 조사로는 표집하기 어려운 전문직이나 부장급 이상의 직위가 높은 직장인의 자료를 수집하기 위해 목적표집방식으로 진행하였다. 오프라인을 통해서선 설문지 400부를 배포하여 329부 수거한 후 불성실한 응답을 한 26부를 제외한 303부(28.7%)의 자료가 수집되었으며, 온·오프라인을 통해 총 1,056명의 자료가 수집되었다. 수집된 자료는 경영·금융·기획직 143명(13.5%), 교육·연구직 86명(8.1%), 법률·공공서비스직 83명(7.9%), 의료·보건직 51명(4.8%), 사회복지·상담직 49명(4.6%), 문화·예술·디자인·창작직 87명(8.2%), 영업·판매직 150명(14.2%), 일반사무직 197명(18.7%), 산업기술·정보통신직 111명(10.5%), 자영업·개인서비스직 99명(9.4%)이다. 이밖에 직업관련 특성과 인구 통계적 특성은 <Table 1>과 같다.

3. 측정도구 개발 및 자료 분석

직장인 대상 외모관리행동 연구가 부족한 상황이었기 때문에 측정도구 개발을 위해서 예비조사를 진행하였다. 예비조사는 직업경력 8년 이상의 직장인 8명을 면접조사 방식으로 2009년 7월 16일~24일 사이에 진행되었다. 면접조사를 통해 직장인들이 직장생활이나 업무수행을 위해서 중요하게 관리하는 외모관리 내용과 외모관리 노력(비용, 시간) 등이 다르다는 것을 확인할 수 있

었다. 따라서 직장인의 외모관리행동의 측정문항은 예비조사 중 언급된 외모관리 영역과 선행연구(Chung, 2003; Park & Park, 2008; Choi & Choy, 2007; Shin & Choi, 2008)에서 진행된 외모관리행동을 참조하여 구성하였다. 응답자들에게 제시한 13개 외모관리 영역에 대하여 직장생활이나 업무를 위해 얼마나 관리하는 가를 7점 리커트척도(매우 그렇다-7점, 전혀 그렇지 않다-1점)로 평가하게 하였다. 또한 13개 외모관리 영역 중 자신이 가장 신경 써서 중요하게 관리하는 행동 한 가지만을 선택하도록 하였다. 행동적으로 나타나는 외모관리 노력정도를 파악하기 위해 일평균 외모관리시간과 월평균 외모관리비용 문항 1개씩 조사하였다. 이밖에 직업적 특성(직업유형, 직위, 조직규모, 직업경력, 직장 내 복장규범, 업무수행 시 복장유형, 근무지역) 7문항과 인구통계학적 특성(성, 나이, 학력, 배우자, 월평균소득) 5문항을 조사하였다.

자료 분석은 SPSS Ver.24.0을 사용하여 진행하였으며, 요인분석, 신뢰도 검증, 기술통계 분석, 일원분산분석(ANOVA), Duncan test, t-test, 카이제곱 검정을 실시하였다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 직장인의 외모관리행동

1) 직장인의 외모관리행동 요인

직장인의 외모관리행동 요인을 밝히기 위하여 조사한 13개 문항에 대해 요인분석을 실시하였다. Varimax회전방식을 이용한 주성분 분석(principal component analysis)을 실시한 결과, 직장인의 외모관리행동은 2개 요인으로 축소할 수 있었다 <Table 2>.

요인 1은 패션 장신구(귀걸이, 팔찌, 목걸이, 문신 등), 네일(손톱, 발톱), 패션소품(안경, 시계, 지갑, 가방, 신발, 향수 등), 헤어스타일, 화장 또

<Table 2> The Result of Factor Analysis of Appearance Management Behavior

Factor	Item	Factor loading	Eigen value	Variance explained % (Cumulative variance %)	Cronbach's alpha
Appearance Management for Decoration	Jewelry or Ornaments	.824	4.464	34.337 (34.337)	.860
	Nail care	.790			
	Fashion Accessories coordination	.755			
	Hair style management	.678			
	Makeup or Beard grooming	.676			
	Skin care	.646			
	Body & Shape	.571			
Appearance Management for a Good Feeling	Face (including plastic surgery)	.539	3.723	28.640 (62.977)	.898
	First Impression	.831			
	Overall appearance	.809			
	Facial Expressions	.776			
	Dress coordination	.627			
Attitude or Posture	.582				

는 수염, 피부, 몸매 또는 체형, 얼굴생김새(성형 포함)와 같이 신체 또는 외모의 일부분을 장식하거나 관리하는 행동으로 구성되어 있어서, '장식 추구 외모관리'로 명명하였다. 요인 1의 고유값은 4.464이고, 총 분산의 34.337%를 설명하며, 문항들의 내적 일관성은 .860으로 신뢰도가 높았다. 요인 2는 첫인상, 전체적인 외관, 얼굴표정, 옷차림 연출, 자세나 태도 등과 같이 전체적인 외모나 인상을 만드는 옷차림, 얼굴표정, 자세나 태도 등 상대방에게 좋은 인상을 전달하기 위해서 관리하는 외모관리 행동으로 구성되어 있어서, '호감추구 외모관리'로 명명하였다. 요인 2의 고유값은 3.723이고 총 분산의 38.640%를 설명하며, 문항들의 내적 일관성은 .898로 신뢰도가 높았다. 두 요인에 의한 총 분산의 설명력은 62.977%로 확인되었다. 즉, 직장인의 외모관리행동은 신체나 외모 일부분의 아름다움을 향상시키기 위한 '장식추구 외모관리'요인과 전체적인 외관이나 표정이나 자세처럼 가변적인 외모를 통해 좋은 인상을 만드는 '호감추구 외모관리'요인으로 구성됨이 확인되었다.

2) 직장인이 중시하는 외모관리행동

직장인의 외모관리행동 중 더 중요하게 관리되

는 행동이 무엇인지 확인하기 위하여 평균값 분석 하였다. 외모관리행동들의 평균값은 <Table 3>과 같이 4.26~5.68의 범위로 모두 7점 척도의 중앙값인 4점보다 크게 나타나서, 직장인들은 본 연구에서 측정된 외모관리 영역에 대해 모두 신경 써서 관리하고 있다고 해석되었다. '장식추구 외모관리' 요인과 '호감추구 외모관리' 요인의 평균값을 비교한 결과, 호감추구 외모관리 요인의 평균값(5.40)이 장식추구 외모관리 요인의 평균값(4.69)보다 컸다. 13개 하위 외모관리행동의 평균값은 첫인상 관리, 전체적인 외관 관리, 얼굴표정 관리, 옷차림 연출 및 관리 문항 순으로 높게 나타났다. 이와 더불어 직장인이 가장 중요하게 생각하는 외모관리행동을 규명하기 위해서, 응답자들에게 제시된 13개 항목 중 자신이 가장 신경 써서 관리하는 외모관리영역 한 가지만을 선택하도록 하여 빈도분석을 실시하였다. <Table 4>의 결과와 같이 직장인이 가장 신경 써서 관리하는 외모관리영역은 전체적인 외관이며, 그 다음은 첫인상, 옷차림 연출, 얼굴표정, 몸매/체형 관리 순이 있었다.

이상의 결과는 직장인의 외모관리행동은 장식을 목적으로 하기보다는 인간관계 형성이나 호감을 높이기 위해서 적극적으로 수행되고 있음을

<Table 3> The Degree of Appearance Management Behavior Factor and Item

Factor	Item	Mean	Standard Deviation
Appearance Management for a Good Feeling	First Impression	5.68	0.904
	Overall appearance	5.59	1.076
	Facial Expressions	5.45	1.016
	Dress coordination	5.28	1.153
	Attitude or Posture	4.99	1.140
	Sub Total	5.40	1.245
Appearance Management for Decoration	Makeup or Beard grooming	5.09	1.059
	Hair style	5.02	1.261
	Body & Shape	4.84	1.217
	Skin care	4.77	1.266
	Fashion Accessories Coordination	4.63	1.324
	Nail care	4.47	1.468
	Face (including plastic surgery)	4.46	1.495
	Jewelry or Ornaments	4.26	1.416
Sub Total	4.69	1.599	

<Table 4> The Frequency of The Most Important Aspect of Appearance Management Behavior

Ranking	Item	Frequency	%	Cumulative %
1	Overall appearance	408	38.6	38.6
2	First Impression	210	19.9	58.5
3	Dress coordination	102	9.7	68.2
4	Facial Expressions	88	8.3	76.5
5	Body & Shape	74	7.0	83.5
6	Hair style	54	5.1	88.6
7	Skin care	45	4.3	92.9
8	Face (including plastic surgery)	22	2.1	95.0
9	Attitude or Posture	21	2.0	97.0
10	Makeup or Beard grooming	20	1.9	98.9
11	Fashion Accessories Coordination	6	0.6	99.4
12	Jewelry or Ornaments	5	0.5	99.9
13	Nail care	1	0.1	100.0

시사하며, Kim(2013)의 연구결과를 지지하는 것이다. Kim & Park(2016)은 20-30대 직장남성들이 가장 적극적 관리를 하는 외모는 헤어관리라고 하였으나 본 결과에서는 중간정도 관리 수준으로 확인되었다. 이는 직장인들이 헤어관리보다

더 중요하게 관리하는 외모(전체적 외관, 첫인상, 표정, 옷차림)가 있다는 것을 의미한다. 또한 Kim & Park(2016)의 연구결과와 같이 손발관리, 성형은 직장인들에게 아직 보편적으로 받아들이지 않는 외모 영역으로 확인되었다.

2. 직업적 특성에 따른 외모관리행동의 차이

직업적 특성에 따른 외모관리행동의 차이를 밝히기 위하여 ANOVA와 Duncan test, t-test를 실시하였다. 직장인의 외모관리행동은 직업유형과 조직규모, 직장 내 복장규범, 업무수행 시 복장유형에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 확인되었으나 직업경력, 직위, 근무지역에 따라서는 유의한 차이가 확인되지 않았다.

직업유형에 따른 차이는 <Table 5>와 같이 두 개의 외모관리행동 요인 모두에서 통계적으로 유의한 차이가 확인되었다. 호감추구 외모관리 요인은 영업·판매직, 경영·금융·기획직, 자영업·개인서비스직, 교육·연구직, 문화·예술·디자인 창작직의 평균값이 다른 직업군의 평균값보다 통계적으로 유의하게 높았다. 즉 이 직업에 종사하는 사람들이 다른 직업군보다 호감추구 외모관리행동을 많이 한다. 그 다음은 사회복지·상담직, 의료·보건직, 일반사무직과 산업기술·정보통신직 순이며, 법률·공공 서비스직이 가장 덜 관리하는 직업군임이 확인되었다.

장식추구 외모관리는 호감추구 외모관리보다 직업에 따라 다양한 차이가 확인되었다. 장식추구 외모관리는 경영·금융·기획관련직의 평균값이 가장 컸고, 그 다음은 영업·판매직, 자영업·

개인서비스직, 문화·예술·디자인 창작직, 의료·보건직이며, 교육·연구직, 일반사무직, 사회복지·상담직 순이었다. 즉 경영·금융·기획직이 장식추구 외모관리행동을 가장 많이 하며, 영업·판매직, 자영업·개인서비스직, 문화·예술·디자인 창작직, 의료·보건직도 중요하게 관리하는 직업임을 알 수 있다. 반면에 산업기술·정보통신직과 법률·공공서비스직은 호감추구 외모관리와 마찬가지로 평균값이 낮은 직업으로 나타나 상대적으로 외모관리 행동을 하지 않는 직업군으로 확인되었다. 선행연구들(Jeffes, 1998; Kaiser, 1990; Yoo & Choi, 2012)과 같이 외모관리는 자신이 어떤 직업에 종사하느냐에 따라 그 노력이나 내용이 달라짐이 확인되었다. 즉, 유통업이나 트렌드 관련 직업에 종사하는 사람들이 보다 장식추구 외모관리에 적극적이며, 이를 통해 감각적이거나 최신 유행에 맞는 스타일 연출을 한다고 해석된다.

조직규모에 따른 외모관리행동의 차이를 확인하기 위하여 ANOVA와 Duncan test를 실시한 결과, <Table 6>과 같이 장식추구 외모관리 요인에서만 통계적으로 유의한 차이가 확인되었다. 개인 프리랜서로 일하는 사람들이 대기업이나 중소기업 종사자보다 장식추구 외모관리행동을 더 많이 하고, 개인기업 종사자는 상대적으로 덜 관

<Table 5> Differences of Appearance Management Behavior according to Occupational Category

Item	Management, Finance, Planning (n=143)	Education, Research (n=86)	Lawyer, Public service (n=83)	Health, Medical care (n=51)	Social welfare, Counsel (n=49)	Culture, art, Design, Creation (n=87)	Sales, Marketing (n=150)	General office work (n=197)	Industrial technology, Information technology (n=111)	Self employed, Private service (n=99)	F
Appearance Management for a Good Feeling (M=5.40)	5.59 A	5.46 A	5.07 C	5.36 AB	5.37 AB	5.45 A	5.61 A	5.30 AB	5.11 BC	5.52 A	4.715***
Appearance Management for Decoration (M=4.69)	4.99 A	4.63 BC	4.27 D	4.80 AB	4.60 BC	4.81 AB	4.88 AB	4.63 BC	4.31 CD	4.82 AB	5.692***

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, a: means b: Duncan's test(A>B>C>D)

<Table 6> Differences of Appearance Management Behavior according to Size of Organization

Item	Large firm (n=260)	Small Business (n=443)	Individual enterprise (n=270)	Individual freelance (n=65)	Other (n=18)	F
Appearance Management for a Good Feeling (M=5.40)	5.44	5.35	5.37	5.64	5.63	2.048
Appearance Management for Decoration (M=4.69)	4.73 AB	4.67 AB	4.60 B	5.04 A	4.84 AB	2.528*

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, a: means b: Duncan's test(A>B>C>D)

<Table 7> Differences of Appearance Management Behavior according to Working Clothes

Item	Formal Wear (n=310)	Business Casual Wear (n=388)	Casual Wear (n=198)	Uniform (n=160)	F
Appearance Management for a Good Feeling (M=5.40)	5.55 A	5.41 A	5.10 B	5.45 A	10.619***
Appearance Management for Decoration (M=4.69)	4.79 A	4.75 A	4.41 B	4.69 A	6.097***

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, a: means b: Duncan's test(A>B>C>D)

<Table 8> Differences of Appearance Management Behavior According to Dress Code

Item	Have (n=689)		Not Have (n=367)		t-value
	Mean	SD	Mean	SD	
Appearance Management for a Good Feeling (M=5.40)	5.46	0.87	5.28	0.96	3.051**
Appearance Management for Decoration (M=4.69)	4.72	1.02	4.64	1.13	1.211

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

리하는 것이 확인되었다. 반면에 호감추구 외모 관리는 조직규모에 따라 통계적으로 유의한 차이가 확인되지 않았다.

직장 내 복장규범 유무에 따른 외모관리행동의 차이를 확인하기 위하여 t-test를 실시한 결과, <Table 7>과 같이 호감추구 외모관리 요인에서만 통계적으로 유의한 차이가 확인되었다. 직장 내

에 복장규범이 있는 경우가 복장규범이 없는 경우보다 호감추구 외모관리행동을 더 많이 하고 있다고 해석된다.

업무수행 시 착용하는 복장유형에 따른 외모관리행동의 차이를 확인하기 위하여 ANOVA와 Duncan test를 실시한 결과, <Table 8>과 같이 호감추구 외모관리 요인과 장식추구 외모관리 요

인 모두에서 통계적으로 유의한 차이가 확인되었다. 정장, 비즈니스 캐주얼, 유니폼(근무복)의 평균값이 캐주얼의 평균값보다 커서, 직장생활을 위해 무엇을 입는지에 따라 외모관리행동이 달라지며, 정장, 비즈니스 캐주얼, 유니폼(근무복)을 입는 직장인이 캐주얼을 입는 사람들보다 외모관리행동을 많이 한다는 것이 확인되었다.

이와 같은 조직규모, 복장규범, 복장유형에 따른 외모관리행동의 차이는 Form & Stone(1955)와 Kim & Ha(2016)의 주장과 같이 직장환경에서 보다 지켜야 할 '적절한'가 존재하며, 사람들은 보다 의식적으로 외모관리행동을 많이 하고 있다고 해석된다. 직장 내 복장규범이 모든 외모관리 기준을 제공하지는 않겠지만, 이러한 직업적 상황은 직장인들이 더 적극적으로 외모관리를 해야 할 이유로 작용한다고 해석된다.

3. 인구통계학적 특성에 따른 외모관리행동의 차이

인구통계학적 특성에 따른 외모관리행동 차이를 확인하기 위하여 ANOVA분석과 t-test를 실시한 결과, 성별에서만 외모관리행동이 통계적으로 유의한 차이가 확인되었으며, 나이, 학력, 배우자, 소득수준에 따라서는 유의한 차이가 확인되지 않았다.

여성과 남성의 외모관리행동은 <Table 9>와 같이 호감추구 외모관리 요인과 장식추구 외모관리 요인 모두에서 통계적으로 유의한 차이가 확

인되었고, 여성이 남성보다 통계적으로 유의하게 높았다. 이는 Wong & Penner(2016)이 언급한 매력적인 외모가 직장 남녀에게 모두 도움이 되지만 똑같은 방식으로 적용되지는 않는다는 제안을 지지하는 결과이다. Lim(2005)의 주장처럼 남성들도 호감추구 외모관리나 장식추구 외모관리를 평균이상하고 있어서 남성들의 생활문화에도 외모관리가 자리를 잡게 되었다고 해석되었다.

4. 직장인의 월평균 외모관리 비용과 일평균 외모관리 시간

직장인의 외모관리 행동지표인 월평균 외모관리비용과 일평균 외모관리 시간을 확인하였다. 직장인의 월평균 외모관리 비용은 10만원 이상~30만원 미만을 사용하는 경우가 44.1%로 가장 많았으며, 10만원 미만 사용하는 경우도 39.7%로 큰 비중을 차지하였다<Table 10>. 직장인의 일평균 외모관리시간은 30분 이상~1시간미만일 경우가 45.5%로 가장 많으며, 30분미만일 경우도 39.9%였다<Table 11>. 즉 대부분의 직장인들은 자신의 외모관리를 위해 월평균 30만원 미만의 비용을 지출하고, 하루에 1시간미만의 시간을 사용하는 것으로 확인되었다.

1) 직업적 특성과 인구통계학적 특성에 따른 월평균 외모관리 비용의 차이

직업적 특성과 인구통계학적 특성에 따라 월평균 외모관리 비용이 다른 지를 확인하기 위해 카

<Table 9> Differences of Appearance Management Behavior according to Gender

Item	Male (n=464)		Female (n=592)		t-value
	Mean	SD	Mean	SD	
Appearance Management for a Good Feeling (M=5.40)	5.33	0.94	5.45	0.87	-2.097*
Appearance Management for Decoration (M=4.69)	4.59	1.13	4.77	1.01	-2.797*

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

이제곱 검정을 실시한 결과, 직업 유형, 직위, 성별, 배우자, 소득수준에 따라 통계적으로 유의한 차이가 확인되었다<Table 10>.

직업 유형에 따라서는 다른 직업군보다 경영·금융·기획직, 보건·의료직, 문화·예술·디자인 창작전문직, 영업·판매직, 자영업·개인서비스직

이, 직위에 따라서는 낮은 직급보다 차·부장급 이상일 경우가 높은 월평균 외모관리비 사용빈도가 기대빈도보다 컸다. 성별에 따라서는 남성보다 여성이, 배우자가 있을 경우보다 없을 경우, 소득수준은 200만원미만이나 600만원 이상일 경우보다 200만원 이상~600만원미만의 직장인이

<Table 10> Difference between Occupational/Demographic Characteristics and Monthly Appearance Management Cost

Item		Under 100,000 won (n=419, 39.7%)	100,000~300,00 won (n=466, 44.1%)	300,000~500,00 won (n=129, 12.2%)	Over 500,00 won (n=42, 4.0%)	χ^2
Job	Management, Finance, Planning	Count(%)	44(10.5%)	68(14.6%)	21(16.3%)	10(23.8%)
		Expected Count	56.7	63.1	17.5	5.7
	Education, Research	Count(%)	40(9.5%)	32(6.9%)	10(7.8%)	4(9.5%)
		Expected Count	34.1	38.0	10.5	3.4
	Lawyer, Public service	Count(%)	42(10.0%)	36(7.7%)	5(3.9%)	0(0.0%)
		Expected Count	32.9	36.6	10.1	3.3
	Health, Medical care	Count(%)	20(4.8%)	20(4.3%)	8(6.2%)	3(7.1%)
		Expected Count	20.2	22.5	6.2	2.0
	Social welfare, Counsel	Count(%)	20(4.8%)	21(4.5%)	5(3.9%)	3(7.1%)
		Expected Count	19.4	21.6	6.0	1.9
	Culture, art, Design, Creation	Count(%)	23(5.5%)	38(8.2%)	21(16.3%)	5(11.9%)
		Expected Count	34.5	38.4	10.6	3.5
	Sales, Marketing	Count(%)	58(13.8%)	65(13.9%)	19(14.7%)	8(19.0%)
		Expected Count	59.5	66.2	18.3	6.0
	General office work	Count(%)	78(18.6%)	95(20.4%)	20(15.5%)	4(9.5%)
		Expected Count	78.2	86.9	24.1	7.8
	Industrial /Information technology	Count(%)	61(14.6%)	46(9.9%)	3(2.3%)	1(2.4%)
		Expected Count	44.0	49.0	13.6	4.4
Self employed, Private service	Count(%)	33(7.9%)	45(9.7%)	17(13.2%)	4(9.5%)	
	Expected Count	39.3	43.7	12.1	3.9	
Position	CEO - President	Count(%)	29(6.9%)	37(7.9%)	12(9.3%)	7(16.7%)
		Expected Count	33.7	37.5	10.4	3.4
	Executive	Count(%)	29(4.8%)	37(4.7%)	12(6.2%)	7(9.5%)
		Expected Count	33.7	37.5	10.4	3.4
	General Manager	Count(%)	25(6.0%)	35(7.5%)	14(10.9%)	2(4.8%)
		Expected Count	30.2	33.5	9.3	3.0
	Manager	Count(%)	64(15.3%)	45(9.7%)	13(10.1%)	4(9.5%)
		Expected Count	50.0	55.6	15.4	5.0

59.076***

29.748*

직장인의 직업특성 및 인구통계학적 특성에 따른 외모관리행동의 차이

	Assistant Manager	Count(%)	75(%)	96(%)	30(%)	10(%)	
		Expected Count	83.7	93.1	25.8	8.4	
	Junior Employee	Count(%)	200(47.7%)	222(47.6%)	46(35.7%)	15(35.7%)	
		Expected Count	191.6	213.1	59.0	19.2	
	Others	Count(%)	6(1.4%)	9(1.9%)	6(4.7%)	0(0.0%)	
		Expected Count	8.3	9.3	2.6	0.8	
Gender	Male	Count(%)	235(41.0%)	191(20.2%)	26(28.6%)	12(43.9%)	60.397***
		Expected Count	184.1	204.8	56.7	18.5	
	Female	Count(%)	184(59.0%)	275(79.8%)	103(71.4%)	30(56.1%)	
		Expected Count	234.9	261.2	72.3	23.5	
Spouse	Have	Count(%)	201(48.0%)	194(41.6%)	40(31.0%)	13(31.0%)	14.545**
		Expected Count	177.8	197.7	54.7	17.8	
	Not Have	Count(%)	218(52.0%)	272(58.4%)	89(69.0%)	29(69.0%)	
		Expected Count	241.2	268.3	74.3	24.2	
Monthly Income	Less than 2 million won	Count(%)	184(43.9%)	178(38.2%)	34(26.4%)	8(19.0%)	59.443***
		Expected Count	160.3	178.3	49.4	16.1	
	2~4 million won	Count(%)	165(39.4%)	207(44.4%)	61(47.3%)	21(50.0%)	
		Expected Count	180.1	200.3	55.5	18.1	
	4~6 million won	Count(%)	53(12.6%)	57(12.2%)	26(20.2%)	5(11.9%)	
		Expected Count	55.9	62.2	17.2	5.6	
	6~8 million won	Count(%)	10(2.4%)	14(3.0%)	1(0.8%)	2(4.8%)	
		Expected Count	10.7	11.9	3.3	1.1	
	8~10 million won	Count(%)	4(1.0%)	2(0.4%)	2(1.6%)	4(9.5%)	
		Expected Count	4.8	5.3	1.5	0.5	
	More than 10 million won	Count(%)	3(0.7%)	8(1.7%)	5(3.9%)	2(4.8%)	
		Expected Count	7.1	7.9	2.2	0.7	

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

높은 월평균 외모관리비 사용 빈도가 기대빈도보다 컸다. 즉 월평균 외모관리비를 많이 쓰는 직장인들은 여성이고, 배우자가 없으며, 직위가 높으며, 직업이 경영·금융·기획직, 보건·의료직, 문화·예술·디자인 창작전문직, 영업·판매직, 자영업·개인서비스직이며, 이들은 외모관리를 위해 더 많은 투자를 하고 있음을 알 수 있다.

2) 직업적 특성과 인구통계학적 특성에 따른 일평균 외모관리 시간의 차이

직업적 특성과 인구통계학적 특성에 따라 일평

균 외모관리 시간이 다른 지를 확인하기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과, 직업 유형, 경력기간, 직위, 성별, 나이, 배우자, 소득수준에 따라 통계적으로 유의한 차이가 확인되었다(Table 11).

직업 유형에 따라서는 다른 직업군보다 경영·금융·기획직, 보건·의료직, 문화·예술·디자인 창작전문직, 영업·판매직, 자영업·개인서비스직이, 경력기간은 7~9년 이하일 경우, 직위는 높은 직급보다 계장-대리급 이하일 경우에 상대적으로 긴 외모관리시간 사용 빈도가 기대빈도보다 컸다. 나이는 30대 이상일 경우보다는 20대가, 성별

<Table 11> Difference between Occupational/Demographic Characteristics and Appearance management time of day

Item		Under 30min (n = 411, 38.9%)	30min~1hour (n = 480, 45.5%)	1~2hours (n = 142, 13.4%)	Over 2 hours (n = 231, 2.2%)	χ^2
Job	Management, Finance, Planning	Count(%)	56(13.6%)	60(12.5%)	24(16.9%)	3(13.0%)
		Expected Count	55.7	65.0	19.2	3.1
	Education, Research	Count(%)	32(7.8%)	40(8.3%)	12(8.5%)	2(8.7%)
		Expected Count	33.5	39.1	11.6	1.9
	Lawyer, Public service	Count(%)	44(10.7%)	32(6.7%)	7(4.9%)	0(0.0%)
		Expected Count	32.3	37.7	11.2	1.8
	Health, Medical care	Count(%)	17(4.1%)	22(4.6%)	11(7.7%)	1(4.3%)
		Expected Count	19.8	23.2	6.9	1.1
	Social welfare, Counsel	Count(%)	16(3.9%)	24(5.0%)	8(5.6%)	1(4.3%)
		Expected Count	19.1	22.3	6.6	1.1
	Culture, art, Design, Creation	Count(%)	21(5.1%)	42(8.8%)	22(15.5%)	2(8.7%)
		Expected Count	33.9	39.5	11.7	1.9
	Sales, Marketing	Count(%)	54(13.1%)	73(15.2%)	20(14.1%)	3(13.0%)
		Expected Count	58.4	68.2	20.2	3.3
	General office work	Count(%)	77(18.7%)	98(20.4%)	17(12.0%)	5(21.7%)
		Expected Count	76.7	89.5	26.5	4.3
	Industrial/ Information technology	Count(%)	61(14.8%)	41(8.5%)	5(3.5%)	4(17.4%)
		Expected Count	43.2	50.5	14.9	2.4
Self employed, Private service	Count(%)	33(8.0%)	48(10.0%)	16(11.3%)	2(8.7%)	
	Expected Count	38.5	45.0	13.3	2.2	
Career	1 year	Count(%)	50(12.2%)	87(18.1%)	30(21.1%)	4(17.4%)
		Expected Count	66.6	77.7	23.0	3.7
	2~3 year	Count(%)	79(19.2%)	106(22.1%)	34(23.9%)	4(17.4%)
		Expected Count	86.8	101.4	30.0	4.9
	4~6 year	Count(%)	88(21.4%)	101(21.0%)	36(25.4%)	7(30.4%)
		Expected Count	90.3	105.5	31.2	5.1
	7~9 year	Count(%)	43(10.5%)	64(13.3%)	21(14.8%)	4(17.4%)
		Expected Count	51.4	60.0	17.8	2.9
	10~19 year	Count(%)	116(28.2%)	86(17.9%)	16(11.3%)	3(13.0%)
		Expected Count	86.0	100.5	29.7	4.8
	More than 20 years	Count(%)	35(8.5%)	36(7.5%)	5(3.5%)	1(4.3%)
		Expected Count	30.0	35.0	10.4	1.7
Position	CEO - President	Count(%)	38(9.2%)	36(7.5%)	9(6.3%)	2(8.7%)
		Expected Count	33.1	38.6	11.4	1.9
	Executive	Count(%)	20(4.9%)	22(4.6%)	9(6.3%)	3(13.0%)
		Expected Count	21.0	24.5	7.3	1.2
	General Manager	Count(%)	42(10.2%)	29(6.0%)	5(3.5%)	0(0.0%)
		Expected Count	29.6	34.5	10.2	1.7

직장인의 직업특성 및 인구통계학적 특성에 따른 외모관리행동의 차이

	Manager	Count(%)	68(16.5%)	50(10.4%)	7(4.9%)	1(4.3%)	
		Expected Count	49.0	57.3	16.9	2.7	
	Assistant Manager	Count(%)	80(19.5%)	95(19.8%)	32(22.5%)	4(17.4%)	
		Expected Count	82.1	95.9	28.4	4.6	
	Junior Employee	Count(%)	156(38.0%)	235(49.0%)	79(55.6%)	13(56.5%)	
		Expected Count	188.0	219.5	64.9	10.5	
	Others	Count(%)	7(1.7%)	13(2.7%)	1(0.7%)	0(0.0%)	
		Expected Count	8.2	9.5	2.8	0.5	
Gender	Male	Count(%)	268(65.2%)	176(36.7%)	17(12.0%)	3(13.0%)	153.598***
		Expected Count	180.6	210.9	62.4	10.1	
	Female	Count(%)	143(34.8%)	304(63.3%)	125(88.0%)	20(87.0%)	
		Expected Count	230.4	269.1	79.6	12.9	
Age	20~29	Count(%)	112(27.3%)	206(42.9%)	81(57.0%)	14(60.9%)	54.917***
		Expected Count	160.7	187.7	55.5	9.0	
	30~39	Count(%)	194(47.2%)	176(36.7%)	46(32.4%)	6(26.1%)	
		Expected Count	164.2	191.8	56.7	9.2	
	40~49	Count(%)	88(21.4%)	76(15.8%)	12(8.5%)	2(8.7%)	
		Expected Count	69.3	80.9	23.9	3.9	
	50~59	Count(%)	16(3.9%)	21(4.4%)	3(2.1%)	1(4.3%)	
		Expected Count	16.0	18.6	5.5	0.9	
60~69	Count(%)	1(0.2%)	1(0.2%)	0(0.0%)	0(0.0%)		
	Expected Count	0.8	0.9	0.3	0.0		
Spouse	Have	Count(%)	224(54.5%)	185(38.5%)	35(24.6%)	4(17.4%)	51.775***
		Expected Count	174.4	203.6	60.2	9.8	
	Not Have	Count(%)	187(45.5%)	295(61.5%)	107(75.4%)	19(82.6%)	
		Expected Count	236.6	276.4	81.8	13.2	
Monthly Income	Less than 2 million won	Count(%)	127(30.9%)	205(42.7%)	67(47.2%)	5(21.7%)	37.126**
		Expected Count	157.2	183.6	54.3	8.8	
	2~4 million won	Count(%)	191(46.5%)	194(40.4%)	53(37.3%)	16(69.6%)	
		Expected Count	176.7	206.4	61.0	9.9	
	4~6 million won	Count(%)	59(14.4%)	61(12.7%)	20(14.1%)	1(4.3%)	
		Expected Count	54.9	64.1	19.0	3.1	
	6~8 million won	Count(%)	17(4.1%)	9(1.9%)	1(0.7%)	0(0.0%)	
		Expected Count	10.5	12.3	3.6	0.6	
	8~10 million won	Count(%)	6(1.5%)	5(1.0%)	0(0.0%)	1(4.3%)	
		Expected Count	4.7	5.5	1.6	0.3	
	More than 10 million won	Count(%)	11(2.7%)	6(1.3%)	1(0.7%)	0(0.0%)	
		Expected Count	7.0	8.2	2.4	0.4	

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

은 남성보다 여성이, 배우자가 있을 경우보다 없을 경우에 상대적으로 긴 외모관리시간이 빈도보다 200만원 이상일 경우에 일평균 외모관리시간이 30분미만으로 짧은 시간을 사용하는 것이 확인되었다. 즉 직장인이 하루 동안 외모관리를 위해 사용하는 시간은 여성이고, 배우자가 없으며, 직위가 낮고, 경력기간이 짧을수록, 직업유형이 경영·금융·기획직, 보건·의료직, 문화·예술·디자인 창작전문직, 영업·판매직, 자영업·개인서비스직일 경우가 상대적으로 긴 시간을 사용하고 있음을 알 수 있다.

이와 같은 결과는 선행연구들(Kim, 2013; Kim & Lee, 2014; Oh, 2016; Ryu & Ryu, 2016; Wong & Penner, 2016)이 제시한 결과와 일치한다. 즉 남성보다 여성이, 연령이 높은 사람보다 젊은 사람이, 배우자가 있을 때보다 없을 때보다 적극적인 외모관리활동이 일어남이 확인되었으며, 남성 직장인들은 외모관리를 위해 많은 시간과 돈 낭비를 최소화하는 실용성을 중시한다는 점도 확인되었다.

V. 결론 및 제언

외모가 직업적 성패에 영향 미친다는 인식이 팽배해지면서 외모관리에 대한 노력과 투자는 직장인들에게 당연한 자기계발 활동의 하나로 받아들여지고 있다. 그러나 직장인들은 자신의 특성에 적합한 외모관리행동에 대한 정보가 부족한 가운데, 좋은 외모(미용성형)에 대한 동경 또는 좌절을 겪거나 외모관리로 인한 경제적·신체적인 부담을 갖게 된다. 본 연구는 직장인들에게 자신의 직업적 특징에 적합한 외모관리행동에 관한 정보를 제공하고자 우리사회에 존재한 10개 직업군에 종사하는 남녀 직장인 모두를 대상으로 하여 직장생활이나 업무수행을 위해 관리하는 외모관리행동에 대한 실태를 조사·분석하였다. 본 연

구의 결과를 토대로 얻게 된 결론은 다음과 같다.

첫째, 직장인의 외모관리행동은 단지 '치장'이나 '꾸밈'을 통한 아름다움을 추구해서가 아니라 직장안팎에서 만나는 사람들과의 인간관계나 호감형성을 위해서 외모관리행동을 한다는 것이다. 즉, 직장인들은 자신의 얼굴생김새(성형), 몸매·체형, 피부, 헤어, 화장, 네일, 패션악세서리 등 신체나 외모의 일부분을 아름답게 만드는 '장식 추구 외모관리' 보다 첫인상, 전체적인 외관, 얼굴 표정, 옷차림, 자세나 태도와 같이 좋은 인상을 만들 수 있는 '호감추구 외모관리'와 관련된 행동을 더 많이 한다는 것이다. 직장인들이 가장 중요하게 관리하는 외모영역은 전체적인 외관 관리 > 첫인상관리 > 옷차림 연출 및 관리 > 얼굴 표정관리 > 화장 및 수염관리 > 헤어스타일 관리 > 자세나 태도관리 > 몸매/체형관리 > 피부관리 > 패션소품 > 네일(손톱, 발톱)관리 > 얼굴생김새(성형)관리 > 패션장신구 관리 순이다.

둘째, 직장인의 외모관리행동은 직업유형, 소속된 조직규모, 직장 내 복장규범의 유무, 일할 때 입는 복장유형에 따라 차이가 있다. 주로 외모관리행동을 많이 하는 직업유형은 Kaiser(1990)이 제시한 것처럼 경영·금융·기획직, 영업·판매직, 자영업·개인서비스직, 문화·예술·디자인 창작직이고, 교육·연구직은 호감추구 외모관리를 중시하지만, 장식추구 외모관리는 덜 하였다. 산업기술·정보통신직과 법률·공공서비스직은 10가지 직업군 중 외모관리행동을 가장 덜 하는 직업이었다.

소속된 직장의 조직규모면에서는 개개인의 능력을 기반으로 일하는 개인 프리랜서가 대기업이나 중소기업 종사자보다 장식추구 외모관리행동을 더 많이 하고, 개인 기업에 다니는 사람들이 외모관리를 가장 덜 하고 있었다. 개인 프리랜서는 자신의 전문성이나 능력을 차별화된 외모로 드러내기 위해 장식추구 외모관리행동을 하는 것으로 해석되고, 개인기업 종사자들은 소속된 기업

규모가 작고 직원이 적거나 친밀한 분위기 속에서 일하는 경우가 많아서 외모관리의 필요성이나 긴장감이 줄어든 것으로 해석된다.

직장 내 복장규범이 있을 경우에는 그렇지 않은 경우보다 호감추구 외모관리행동을 많이 한다. 이는 Kim & Ha(2016)가 주장한 것처럼 직장인은 자신이 종사하는 직업 영역이나 조직에 존재하는 명시적/암시적 복식규범을 고려하여 호감을 형성하고 신뢰받을 수 있는 인상을 만들기 위해 노력하고 있다는 것이 확인된 결과로 해석된다.

업무수행 시 착용하는 복장유형 측면에서는 캐주얼을 입고 일하는 사람들이 정장, 비즈니스 캐주얼, 유니폼(근무복)을 입는 직장인보다 호감추구 외모관리와 장식추구 외모관리행동을 모두 덜하고 있었다. 업무활동 중 캐주얼을 입는다는 것은 Bell(1976)이 제시한 과시적 위반의 유형으로 해석되며, 전통적인 비즈니스 격식이나 기준들에 무관심하거나 자유로운 수평적 조직문화 환경 속에서 일하는 직장인으로 추측된다. 이와 같이 과시적 위반을 추구하거나 수평적 문화를 가진 직장인들은 상대적으로 외모관리행동에 대해 소홀하다는 것을 알 수 있다.

셋째, 직장인의 외모관리행동은 성별에 따라 달라졌는데, 남성보다 여성 직장인이 호감추구 외모관리행동과 장식추구 외모관리행동 모두를 더 많이 하는 것으로 확인되었다. 이러한 결과는 여성들이 전통적으로 아름다움을 추구하는 성향이 강하기 때문인 측면도 있겠지만, (Kim, 2016)에서 지적했듯이 직장환경에서 암묵적으로 존재하는 남녀의 외모평가에 대한 '이중 기준'으로 해석된다. 즉 직장 여성들이 직장 남성보다 외모에 대한 의식적 무의식적인 압력을 많이 받기 때문에 더 열심히 외모관리행동을 한다고 해석된다.

넷째, 외모관리 행동지표로 볼 수 있는 월평균 외모관리비용과 일평균 외모관리 시간을 확인한 결과, 우리나라 직장인들의 대부분(약 84%)은

외모관리를 위해 월평균 30만원 미만의 비용을 지출하고, 하루에 1시간미만의 시간을 사용하는 것으로 확인되었다. 외모관리를 위해서 투자하는 시간이나 비용도 직업적 특성이나 인구통계학적 특성에 따라 다소 차이를 보였는데, 더 많은 비용과 더 많은 시간을 쓰는 특성을 가진 집단들이 외모관련 산업의 마케터들이 주목해야 할 대상으로 보인다.

본 연구의의는 외모관리가 중요해진 현대사회에서 직장인들의 외모관리행동의 양태와 그 차이를 가져오는 변수나 내용에 대해 구체적 현황을 파악하여 제시했다는 점이다. 우리사회의 존재하는 10여종의 직업군의 특성에 따른 차이나 남성/여성 등에 따른 외모관리행동의 차이를 비교·분석할 수 있었다는 점에서 의미가 크다.

본 연구의 제한점과 후속연구에 대해 제언하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 제한점은 연구에서 분석된 자료가 2009년에 수집된 것이기 때문에 현재 시점에서 봤을 때 다소 오랜 기간이 경과되었다는 점이다. 이는 본 연구결과를 고찰함에 있어서 시기적 차이로 인해 직장인의 외모관리행동이 달라질 수 있는 부분에 대해서는 해석에 주의를 기울여야 한다는 한계점이 된다. 또한 자료수집 시점보다 현재 시점은 사회문화적으로 외모가 경쟁력이라는 인식이 더 보편화되었고, 한편으로는 직장인의 복장이 캐주얼 화되고 있는 경향이 있으며, 소비문화 측면에서는 가치소비나 가성비가 중시되고 있어서 현재 시점에서 직장인의 외모관리행동에 어떠한 변화가 생겼을 가능성이 있다. 따라서 후속 연구에서는 시간의 흐름이나 사회문화적 변화들에 따라 직장인의 외모관리행동이 어떠한 변화를 발생시키는 지 확인할 필요가 있을 것이다. 본 연구는 후속 연구의 비교대상이 될 수 있는 정보를 제공하였다는 데에 의미가 있을 것이다.

둘째, 후속연구에서는 본 연구를 통해 상대적으로 외모관리행동을 많이 하는 직업군(예를 들

면 경영·금융·기획직, 영업·판매직, 자영업·개인서비스직, 문화·예술·디자인 창작직 등)이나 사회경제적 활동이 활발한 집단이 어떤 목적으로 어떻게 외모관리하고 있는 지에 대해 집중적으로 연구할 필요가 있을 것이다. 이들의 외모관리행동은 사회적으로나 산업적 가치가 있을 것이기 때문이다.

셋째, 직장인의 외모관리행동에 차이를 가져오는 요인들은 외모관련 산업의 마케팅 전략에 기초자료로 활용될 수 있다. 본 연구결과에서 확인된 바와 같이 외모관리행동에 차이를 가져오는 변수들은 직업유형, 직위, 복장규범 또는 복장유형 등이었다. 이들 정보를 활용하여 새로운 목표시장을 개발하거나 마케팅전략을 세운다면 도움이 될 것으로 사료된다.

References

Bell, Q. (1976). *Human finery 2nd*. New York: Schocken Books.

Choi, Y. S., & Choy, H. S. (2007). A Study on the Fashion Styling for Personal Image Making. *Fashion & Textile Research Journal*, 9(1), 49-54.

Chung, M. S. (2003). The Influence of Self-Perceived Physical Attractiveness on Self-Esteem and Appearance Management Behavior of Adult Women. *Journal of the Korean Society of Costume*, 53(3), 165-179.

Engemann, K. M., & Owyang, M. T. (2005, April 12). *So much for that merit raise: The link between wages and appearance*. The Regional Economist. Retrieved from <https://www.stlouisfed.org/publications/regional-economist/april-2005/so-much-for-that-merit-raise-the-link-between-wages-and-appearance>

Ferro, S. (2016, May 20). A woman who invests more time in looks makes more money. *The Huffington Post Korea*. Retrieved from http://www.huffingtonpost.kr/2016/05/20/story_n_10057062.html

Fletcher, J. M. (2009). Beauty vs. brains: Early labor market outcomes of high school graduates. *Economic letters*, 105, 321-325.

Form, W. H., & Stone, G. P. (1955). *The social significance of clothing in occupational life* (Technical Bulletin 247). East Lansing, MI: State College Agricultural Experiment Station.

Hakim, C. (2013). *Honey money: the power of erotic*

capital. (H. J. Lee, Trans.). Penguin UK. (original work published 2011)

Hamermesh, D. S., & Biddle, J. (1994). Beauty and the labor market. *American Economic Review*, 84(5), 1174-1194.

Hart, T. A., Flora, D. B., Palyo, S. A., Fresco, D. M., Holle, C., & Heimberg, R. G. (2008). Development and examination of the social appearance anxiety scale. *Assessment*, 15(1), 48-59.

How does appearance control work life(2010, July 20). Digital Times, (2010). Retrieved from http://m.dt.co.kr/contents.html?article__no=2010072002019922601086

Jeffes, S. (1998). *Appearance is everything*. Pittsburgh: Sterling House Publisher.

Jung, Y. M., & Jung, S. H. (2011). Body dissatisfaction and social physique anxiety according to the perceived body-image discrepancies in college students. *Korean Journal of Sports Science*, 20(5), 423-437.

Kaiser, S. B. (1990). *The social psychology of clothing: Symbolic appearances in context (2nd ed.)*. NY: Macmillan.

Kim, H. K. (2013). *(A)study on appearance management behavior and information search of males workers in 20s and 30s* (Unpublished doctoral dissertation). Konkuk University, Republic of Korea.

Kim, H. K., & Lee, S. R. (2014). The Research on the Values and Lifestyles of Koreans. *Journal of Education & Culture*, 20(4), 281-314.

Kim, H. K., & Park, M. H. (2016). Effects of Psychological Consciousness on Appearance Management Behaviors of males workers in 20s and 30s. *Digital design*, 14(4), 319-327.

Kim, J. H., & Chung, M. S. (2016). The Effects of Social Appearance Anxiety, Negative Body Image and Appearance Importance on Appearance Management Behavior and Cosmetic Surgery Intention. *Fashion & Textile Research Journal*, 18(5), 625-636.

Kim, J. M. (2016, June 17). 'Sandberg' dressed like 'Zuckerberg' is it successful? *KBS News*. Retrieved from <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3293790>

Kim, T. E., & Ha, J. S. (2016). Clothing Norms & Conflict of 20·30s Women in Work Place : Focus on Types of Work Places. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 40(2), 342-352.

Kim, Y., & Hwang, S. J. (2008). Effects of Socio-cultural Pressure and Objectified Body Consciousness on the Behavior of Women for Appearance Management. *Journal of the Korean Society of Costume*, 58(10), 112-122.

Korea Employment Information Service(KEIS). (2006). *Korea Occupational Outlook, 2007*. Seoul: Korea Employment Information Service.

Lee, H. O., & Ku, Y. S. (2015). Study on the relation-

- ship of Interpersonal Relations Disposition, Appearance Concern, Appearance Management Behavior of Men. *Journal of the Korean Society of Costume*, 65(7), 118-128.
- Lee, M. S. (2014). The Effects of Sociocultural Attitudes toward Appearance on Male Consumers' Apparel Buying Behavior and Appearance Management Behavior. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 16(3), 15-31.
- Lee, S. S., & Kim, J. S. (2010). Influences of self-construals on appearance-related consumption behavior: Mediation of self-presentation and moderation of appearance emphasis situation. *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 11(1), 137-157.
- Lim, I. S. (2005). Men' Acceptance Level of Body-Management and Their Appearance Anxiety. *Korean Journal of Sociology*, 39(6), 87-118.
- Molloy, J. T. (1977). *The women's dress for success book*. NewYork: Warner Books.
- No, K. C. (2016, October). Bio/Healthcare: Endless desire for beauty, I still have to be more beautiful.[PDF document]. *SK securities*. Retrieved from http://hkconsensus.hankyung.com/apps.analysis/analysis.downpdf?report_idx=392696
- Oh, G. S. (2016). The Mediating Effects of Self Efficacy in the Relationship between Appearance Satisfaction and Vocational Adjustment. *Journal of the Korean Society Design Culture*, 22(3), 307-317.
- Oreffice, S., & Quintana-Domeque, C. (2016). Beauty, body size and wages: Evidence from a unique data set. *Economics and Human Biology*, 22, 24-34.
- Park, C. Y., & Hur, T. K. (2006). The impacts of social category information (we/other) versus personality information (warm/cold) on impression formation. *Korean Journal of psychology and Social Issues*, 12(4), 55-75.
- Park, S. H., & Lee, H. J. (2009). The Effects of Physical Appearance of Business Women on their Career-Focused on the Women workers at Commercial Banks in Korea-. *Korean Journal of Human Ecology*, 18(3), 757-768.
- Park, S. J., & Park, K. S. (2008). Male Attitude and Recognition for Appearance Management Behavior. *The Research Journal of the Costume Culture*, 16(3), 533-546.
- Pfann, G. A., Biddle, J. E., Hamermesh, D. S., & Bosman, C. M. (2000). Business Success and Businesses' Beauty capital. *Economics Letters*, 67, 201-207.
- Ryu, E. S., & Ryu, E. Y. (2016). The Effects of Fashion Behaviors and Impression Management Behaviors on Career Success of Male Office Workers : Applying PLS Structural Equation Modeling. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 40(1), 131-147.
- Schultz, D. P., & Schultz, S. E. (2008). *Psychology and work today : an introduction to industrial and organizational psychology*. 9th ed. (Yang, Y., Lee, J. S., & Shin, K. H. Trans.). Seoul: Pakhaksa. (Original work published 2005)
- Shin, J. D., & Choi, J. M. (2008). Appearance Management Behavior and Ornament Wearing Practices in Relation to the Body Satisfaction and Image of Female College Students. *The Research Journal of the Costume Culture*, 16(2), 305-318.
- Sung, Y. S., Park, E. H., Lee, J. W., & Kim, W. S. (2009). Psychological Power of Beauty: Focused on Gender Difference and Life-domain Difference. *The Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 10(3), 461-488.
- Wong, J. S., & Penner, A. M. (2016). Gender and the returns to attractiveness. *Research in Social Stratification and Mobility*, 44, 113-123.
- Yoo, H., & Choi, S. H. (2012). A Study on the Clothing Image of Highly Effective Worker and Professional Image. *Design Forum*, 34, 183-196.
- 63% of women at work have cosmetic surgery (2011, Jun 11). Daily Economy, 2011). Retrieved from <http://www.kdpress.co.kr/news/articleView.html?idxno=25031>