



# 여성의 외모유용성, 외모관심, 외모관리행동의 관련성 연구

이 현 옥 · 구 양 속<sup>+</sup>

경북대학교 의류학과 강사 · 경북대학교 의류학과 교수<sup>+</sup>

## Study on the Relationship of Appearance Instrumentality, Appearance concern and Appearance management behavior of Women

Hyun-Ok Lee · Yang-Suk Ku<sup>+</sup>

Lecturer, Dept. of Clothing & Textiles, Kyungpook National University  
Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Kyungpook National University<sup>+</sup>  
(received date: 2017. 9. 8, revised date: 2017. 11. 2, accepted date: 2018. 1. 4)

### ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the relationship of women's appearance instrumentality, appearance concern and appearance management behavior. Data were collected from questionnaires of 243 women in their 20s and 30s living in Daegu. The data were statistically analyzed using frequency analysis, Cronbach's  $\alpha$ , factor analysis, logistic regression analysis, multiple regression analysis and t-test. Factor analysis was used for appearance instrumentality and appearance management behavior, and appearance concern was classified into two groups based on their mean value after factor analysis. This was used to analyze the study problem. The results of this study were as follows: Appearance instrumentality did not significantly influence the appearance concern group and appearance instrumentality significantly influenced appearance management behavior. Social achievement significantly influenced speciality beauty management behavior and basic beauty management behavior, and lover relationship significantly affected plastic surgery behavior and fashion behavior. However interpersonal relationship did not significantly affect appearance management behavior. There was a significant difference in the appearance concern group for all five factors of appearance management behavior(speciality beauty management behavior, body management behavior, plastic surgery behavior and basic beauty management behavior, hair management behavior, fashion management behavior). In conclusion, this study provides basic data for formulating marketing strategies for appearance industry-related markets according to the perception of appearance instrumentality. In addition it has research significance by providing useful support for the development of specialized product ideas according to each type of appearance instrumentality.

Key words: appearance concern(외모관심), appearance instrumentality(외모유용성), appearance management behavior(외모관리행동)

## I. 서론

인간은 사회 속에서 타인들과 끊임없이 상호작용하며 삶을 영위해 나간다. 비언어적 커뮤니케이션의 역할을 하는 외모는 이러한 인간의 사회적 삶에 중요한 영향력을 미치는 것으로 외모에 대한 사회적 기준에 따라 긍정적, 부정적으로 평가하기도 하고 평가되기도 한다. 특히 현대사회는 외모와 행복, 외모와 성공을 등치시키며, 아름다운 외모가 자신감을 증가시키고 사회적 성공과도 연결된다는 인식이 강화되고 있다(Ku, et al., 2015).

외모는 인간이 삶을 지속하는 동안 그들의 행동에 영향을 주는 것으로 외모가 매력적인 사람이 같은 상황에서 덜 매력적인 사람들보다 더 많은 지원을 받는다는 사실과 데이트 상황에서도 남성들이 매력적인 외모를 가진 여성들에게 매력적이지 않은 여성보다 더 많은 호감을 보이는 것으로 나타났으며, 직장에서도 고용을 결정할 때 의사결정권자들은 종종 매력적인 남성과 여성을 선택하게 된다(Lee, Lee & Shin, 2006). 이는 외모가 연인관계, 대인관계, 직업활동 등 사회생활의 여러 장면에서 유용한 도구로 사용되는 외모유용성을 의미하는 것으로(Gim, Kwon, & Ryu, 2010; Kwon, 2008; Lee, 2012) 인간 삶에 영향을 미치는 중요한 요인으로 받아들여지고 있다.

특히 여성에게는 외모매력에 대한 사회적 압력을 더 크게 느끼는 것으로, 외모와 승진의 영향관계 연구에서, 매력적 외모를 가진 여성은 자아존중감이 높아지고 그것이 대인관계를 원활하게 만들게 되고 원활한 대인관계는 승진에도 남들보다 상대적인 우위에 설 수 있다는 인과적 결과를 보였고(Lim, 2007), 한국갤럽 조사 결과 여성이 남성보다 외모를 더 중시하며 외모에 더 신경을 쓰는 것으로 나타났으며, '결혼을 위해 여성은 성형수술을 할 수 있다'는 응답에 여성(72%)이 남성(59%)보다 더 높게 나타났고, 특히 20-30대 여성 응답자 80% 이상이 성형수술을 할 수 있다고 하였다

(Korea gallup, 2015. 5. 21). 여대생을 대상으로 외모차별과 성형경험에 대한 연구에서 이들 대부분은 여성의 외모는 자본화가 될 수 있다는 인식을 가지고 있었으며 실제로 외모 차별을 경험한 후 성형을 하는 경우가 많았다(Lim, 2004). 이는 여성의 경우 외적매력이 남성에 비해 필요한 요인으로 인식되며, 이들의 사회생활에 중요한 요인으로 여겨져 외모에 많은 비중과 관심을 두고 관리하게 된다(Lee & Ku, 2006). 또한 여성에게 외모란 자신의 가치증명과 개선 그리고 과시를 위한 상징적 자원으로써 사회적으로 인정을 받기 위해 아름다운 외모를 갖추어야 된다고 생각한다(Park & Lee, 2009).

이러한 연구결과는 외모가 대인활동과 연애관계, 취업 등의 사회적 영역에 영향을 미치는 요인이라는 사실을 입증하였으며, 이는 사람들이 외모가 사회적 영역의 경쟁력에 도움이 되는 요인이라는 인식을 가지게 되고 이로 인해 사회에서 요구되는 외모에 가까이 가기위해 외모에 관심을 보이게 되며 더 나은 외모를 위해 외모관리행동을 시도한다는 것을 알 수 있게 되었다.

외모유용성 관련 연구를 살펴보면 주로 외모유용성 척도개발 연구와 청소년 대상의 연구였으며, 대학생 대상의 연구에서도 외모유용성을 각 유형별로 세분화 하지 않고 하나의 변인으로 연구를 진행한 것이(Gim et al., 2010; Kwon, 2008; Lee, 2012) 대부분이었다. 이는 외모유용성이 외모관련 변인에 영향을 끼친다는 사실은 알 수 있었지만 선행연구(Gim et al., 2010; Kwon, 2008)에서 개발된 외모유용성 척도(연인관계, 사회적 성취, 대인관계)의 각 유형별 집단이 외모관련변인에 끼치는 영향에 대한 연구는 Lee & Ku(2017)의 연구 외에 거의 이루어지지 않은 실정이며, 특히 성인 여성을 대상으로 한 연구도 거의 이루어지지 않은 실정이다. 이에 본 연구는 여성들이 지각하고 있는 외모유용성에 대한 영역을 분류함으로써 각 영역에 대한 인식의 정도를 파악할 수 있으며, 영역

에 따른 외모관심의 정도와 외모관리행동 경향을 살펴봄으로써 이들을 대상으로 한 외모관련 기초적 이론을 설계하는데 도움이 될 것으로 사료된다.

## II. 이론적 배경

### 1. 외모유용성

외모유용성은 외모가 대인관계, 연인관계, 사회적 성취차원 등의 사회적 영역에서 가지는 유용성에 대한 개인의 믿음 또는 신념이라 정의되며, 이러한 외모는 다양한 사회적 상황에서 자신이 목적으로 하는 것을 성취하기 위한 중요한 수단으로 사용될 수 있다(Gim et al., 2010). 이는 연애와 배우자 관계의 연인관계, 취업활동과 승진 및 직업장면에서의 성공을 일컫는 사회적 성취, 타인에게 인기 및 호감 받기의 대인관계의 세 가지 차원으로 구분된다. 연인관계의 외모유용성은 배우자를 선택할 때 매력적인 외모가 장점으로 작용하고, 대인관계의 외모유용성은 외적으로 매력적인 사람이 비 매력적인 사람에 비해 타인들에게 더 인기가 많으며 도움이 필요한 경우 쉽게 도움을 받을 수 있으며 사회적 성취의 외모유용성은 매력적인 외모를 가진 사람들은 매력적이지 않은 사람에 비해 직장생활에서 더 나은 대우를 받는다(Kwon, 2008).

트렌드모니터가 19-59세 성인남녀 1000명을 대상으로 외모 관리에 대한 조사결과 여성과 젊은 세대가 외모관리의 필요성에 더욱 많이 공감하였고, 86.6%가 외모관리가 필요하다고 생각하는 것으로 나타나, 현대인들에게 외모관리가 사회적으로 중요한 영역을 차지하고 있다는 것을 보여준 것으로 응답자의 88.9%가 남들보다 좀 더 나은 외모는 삶을 살아가는데 유익한 점이 많은 것으로 인식했다. 특히 남성보다는 여성이 좋은 외모가 삶에 유익한 부분이 많다는 인식과 10명 중 6명이상이 얼굴이 예쁜 여성이 결혼도 잘 하는 것 같다는 시각을 나타냈다(The Daily Life "toc toc",

2016. 10. 7). 또한 여자 청소년의 경우 외모의 사회적 유용성에 대해 높게 지각하고 있는 것으로 나타났으며, 특히 외모유용성 세 영역(연인관계, 대인관계, 사회적 성취) 중 연인과 이성친구 관계형성에 대한 외모의 유용성이 가장 높은 것으로 지각되었고, 외모관리행동에 대한 수행의도도 높은 것으로 나타났다(Lee, 2012). 대학 신입생을 대상으로 외모에 대한 인식 및 미용성형수술 실태 조사결과 취직을 위해서 성형을 한다는 응답이 12.7%로, 이는 외모이미지가 취업을 위한 경쟁력 향상에 수단으로 작용된다는 것을 나타낸 것으로(Lee, Lee, & Shin, 2006) 취업과 승진의 사회적 성취영역에서의 외모유용성에 대한 중요한 영향력이 있다는 사실을 입증하였으며, 이는 외모관리행동에 영향을 미치는 요인으로 작용되었다. 또한 남녀의 외모도구성이 외모관리소비행동 의도에 미치는 영향력 검증에서 여성의 외모도구성만이 외모관리소비행동에 영향을 미치는 것으로 나타났다(Kwon, 2008).

이와 같이 외모유용성은 외모가 가진 사회적 의미의 신념으로 외모 발전을 위한 관리행동에 영향을 줄 수 있다. 이는 외모유용성에 대한 지각 정도가 높은 사람은 그들의 연애와 직장생활, 사회적 성취에 외모가 영향을 준다는 생각에 의해 외모를 통한 유익한 이점을 가지기 위해 더 많은 외모관심과 외모향상을 위한 행동을 시도 할 것이다(Kwon, 2008).

### 2. 외모관심

외모란 겉으로 드러나 보이는 외형적인 모습으로 타인과의 첫 만남에서 그 사람의 첫인상을 결정짓는 중요한 요인이다(Ku et al., 2015). 이는 사회적 상호작용 시 개개인의 인상형성에 영향을 줄 뿐만 아니라 스스로 자신의 가치를 평가할 때 중요한 역할을 한다(Park, 2015). 특히 여성은 남성에 비해 외적매력이 필수적이고 중요한 요인으로 인식되며, 타인을 의식하여 외모에 많은 비중

을 두고 관심을 가지게 된다(Lee & Ku, 2006).

외모관심은 매력적인 외모를 위해 패션, 화장, 헤어스타일, 장신구 등 외적 장식에 대한 관심을 보이는 것으로, 남녀 고등학생의 신체만족도와 외모관심도 연구에서 여학생이 남학생 보다 외모관심이 높은 것으로 나타났고(Jung & Shin, 2006), 대학생의 외모관심 동기분석 결과 이성의 호감 유발과 사회적 성공을 위한 사회적 외모관심에 긍정적 영향을 나타냈고(Kim, 2008), 대인관계성향이 외모관심의 고, 저에 영향을 주었다(Lee & Ku, 2014).

이러한 외모관심은 외모관리행동에 영향을 미치는 것으로 외모에 대한 관심이 높은 여성일수록 메이크업을 통해 자신의 매력을 높이기 위해 노력하였고(Moon & Yu, 2003), 유행에 대한 관심과 유행제품구매를 위해 백화점과 화장품매장을 자주 방문하였으며(Joo & Lee, 2016), 기능성화장품 사용을 통해 자신의 외모를 개선시키려는 의지가 높았으며, 기능성화장품 사용 후 만족도가 높은 것으로 나타났다(Lee & Ku, 2008). 또한 중년여성의 외모관심 정도가 외모관리행동에 미치는 영향력에 대한 분석결과 외모에 관심이 많을수록 외모관리행동에 밀접한 영향력이 있는 것으로 나타났으며(Kim, Hong & Lee, 2013), 20대에서 50대 여성을 대상으로 한 연구에서도 외모관심은 외모관리행동에 높은 영향관계를 나타내었다(Lee & Ku, 2009).

이처럼 외모관심은 개인이 자신의 신체외모를 가꾸기 위한 관심으로써 외모의 치장과 수정행동을 통해 매력적인 자신의 외양을 표현하는 것이다. 이는 향상된 자신의 외모에 대한 만족감과 타인에게 자신의 이미지를 좋게 평가 받고자 하는 기대감으로 의복, 화장품, 피부관리, 헤어관리, 성형 등의 외모관리에 많은 투자를 하는 것을 알 수 있다.

### 3. 외모관리행동

외모관리행동이란 의복과 화장품, 피부관리, 체

중관리, 성형 등을 통해 자신의 외향적 모습을 타인에게 보여 주고자 하는 것을 의미하는 것으로(Lee & Ku, 2015) 현대인들은 자신의 외모가 사회구성원들이 이상적으로 생각하는 매력적인 외모에 부합되어 사회적으로 유용한 혜택을 얻기 위한 방향으로 외모관리를 시도하고자 한다.

연구에 의하면 외모가 승진에 영향을 미친다는 결과(Lim, 2007)와 20-30대 여성의 80%가 결혼을 위해 성형수술을 할 수 있다는 응답(Korea Gallup, 2015. 5. 21) 그리고 여성의 54.1%가 외모도 취업경쟁력이라는 인식에 의해 외모관리를 하는 것으로 나타난 것("Job seekers", 2016)을 볼 때 현대인의 삶에 외모는 중요한 경쟁수단으로 인식되며, 이러한 사회적 흐름은 현대인들에게 외모중시경향을 보다 더 뚜렷하게 나타나게 하였으며 다양한 방법을 동원하여 자신의 외모관리에 노력을 기울이고 있다(Jung, 2011). 이는 개인의 외모를 중시하는 사회적 가치와 미적 기준의 내면화 정도가 높을수록 자신의 외모에 대한 감시와 외모불만을 형성하게 하고, 이러한 단점 개선과 해소를 위해 여성들은 자신의 외모를 향상시킬 수 있는 방법으로 의복, 화장, 액세서리 등을 적극적으로 활용한다(Park, 2003). 외모에 대한 사회문화적 태도와 외모관리행동과의 관계 연구결과 20대 여성의 경우 외모에 대한 사회적 기준에 대한 인식이 높을수록 피부관리, 메이크업, 의복선택 등의 순으로 외모관리행동을 더 많이 하는 것으로 나타났다(Park, 2012).

특히 여성의 경우 사회활동 시 겪게 되는 대인관계 상황에서 자신만의 개성 표현과 타인에게 평가되는 자신의 모습에 대한 의식으로 인해 외모관리행동에 적극적이 된다(Noh, 2011). 외모의 사회적 유용성을 중요시 하는 대학생 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 불만족스러운 자신의 외모에 대해 다이어트, 화장품 소비, 성형수술 등을 통한 외모관리와 외모향상 경향이 높게 나타났고(Gim et al., 2010) 여자 청소년의 외모의 사회적 유용성

유형에 따른 외모관리행동 수행의도에 대한 차이를 분석 결과 외모유용성을 높게 지각하는 수용형이 외모유용성을 낮게 지각하는 비수용형에 비해 외모관리행동 수행의도가 높은 것으로 나타났다(Lee, 2012).

이와 같이 외모관리는 개개인에 대한 긍정적인 평가뿐만 아니라 타인에게도 영향을 미치는 중요한 사회적인 표현수단으로(Park, 2006) 특히 취업과 결혼 같은 외모유용성이 높아지는 상황이 되면 사람들은 외모가 가진 유용성을 높게 인식하게 되고 외모관리행동을 많이 하고자 한다(Gim et al., 2010). 이는 외모유용성과 외모관리행동이 관련성이 있는 변인임을 알 수 있다.

### Ⅲ. 연구방법 및 절차

#### 1. 연구문제

여성의 외모유용성이 외모관심, 외모관리행동에 미치는 영향을 실증해보기 위해 다음과 같은 연구문제를 설계하였다.

- 연구문제1: 외모유용성이 외모관심에 미치는 영향을 알아본다.
- 연구문제2: 외모유용성이 외모관리행동에 미치는 영향을 알아본다.
- 연구문제3: 외모관심에 따라 외모관리행동에 어떠한 차이가 나타나는지 알아본다.

#### 2. 자료수집 및 분석

본 연구는 대구지역 20-30대 여성을 대상으로 2016년 4월 5일부터 4월 30일 까지 설문조사를 실시하였으며, 배부된 총 300부의 설문지 중 미회수와 불성실한 응답의 설문지를 제외한 총 243부가 최종분석에 사용되었다.

표본의 특성을 살펴보면 연령은 20대가 75.7%로 분포되었고, 30대가 24.2%로 나타났으며, 직업

은 학생이 70.8%로 가장 많았고, 사무직 및 관리직 14.4%, 판매/서비스직 13.6%, 기타 1.2%로 나타났으며, 결혼관계는 미혼이 88.5%, 기혼이 11.5%로 나타났다. 월평균가계소득은 300-400만원미만이 24.3%로 높게 나타났고 200-300만원미만이 21.0%, 200만원미만이 15.6%, 500-600만원미만이 14.4%, 400-500만원미만이 13.2%, 600만원이상 11.5%의 순이었고, 외모관리에 소비되는 월평균지출은 10-20만원미만이 41.2%로 높게 나타났으며, 20-30만원미만 22.6%, 10만원미만이 22.2%, 30만원이상 14.0%의 순으로 나타났다.

자료 분석은 SPSS 20.0을 사용하여 외모유용성과 외모관리행동 변수는 요인분석을 실시하였고, 외모관심 변수는 요인분석 후 각 요인에 대해 평균값을 기준으로 하여 고, 저 집단으로 분류하였다. 연구문제1의 분석은 로지스틱회귀분석, 연구문제2의 분석은 다중회귀분석, 연구문제3의 분석은 t-test를 실시하였다.

#### 3. 변수의 정의와 측정

본 연구를 위해 사용된 변수들의 정의와 측정 도구는 다음과 같으며 측정문항 모두 5점 Likert 척도로 측정되었다.

외모유용성: 외모가 사회생활에서 유용한 수단적 역할로 사용되는 것을 의미하는 것으로 Kwon (2008), Gim et al.(2010)의 연구에서 발췌하여 19 문항을 사용하였다.

외모관심: 자신의 외모를 향상하기 위한 여러 분야(미용과 패션, 헤어, 피부, 체형 등)에 대한 관심의 정도로 Lee & Ku(2014, 2015)의 연구와 연구자가 개발한 연구 내용에 적합한 9문항을 사용하였다.

외모관리행동: 패션과 피부관리, 화장품사용, 헤어관리, 몸매관리, 성형 등 외모향상을 위한 관리행동에 관한 것으로 Lee & Ku(2014, 2015)의 연구에서 발췌하여 수정한 22문항을 이용하였다.

표본의 특성을 파악하기 위한 인구통계학적 변

인에 대해서는 연령과 직업, 결혼여부, 월평균 가계소득, 외모관리에 지출되는 월평균 지출액을 측정하였다.

#### IV. 결과 및 논의

##### 1. 연구변수의 구조

###### 1) 외모유용성

외모유용성 19개 측정항목에 대해 주성분분석과 Varimax 직교회전법으로 요인분석을 실시한 결과 3개 요인이 도출되었고 총 변량 중 63.63%

의 설명력을 보였다<Table 1>.

요인1은 매력적인 외모는 승진에 유리하고 사회적으로 능력 있어 보이며 인정을 받게 되고 직장생활에서 더 많은 기회를 얻으며, 사회적 성공에 도움을 주고 업무상 상대방에게 더 믿음을 준다는 내용으로 구성되어 사회적 성취로 명명하였고 0.903의 신뢰도로 높게 나타났다. 요인2는 매력적인 외모는 이성의 관심을 끌기 위해 중요하며 데이트의 기회와 애프터신청의 용이함과 연애에 도움을 주며 성적매력과 호감을 얻기 쉽다는 내용으로 이루어져 연인관계로 명명하였고 신뢰도는 0.874를 나타냈다. 요인3은 매력적인 외모는 모임

<Table 1> Factor analysis of appearance instrumentality

Factor	Factor loading	Eigen value	Variance % (Cumulative %)	Cronbach's α
Factor 1: Social achievement Having an attractive appearance is more advantageous to get a promotion. It seems to have social ability if you have an attractive appearance. If you have an attractive appearance, it is easier to have a better social recognition. An attractive appearance gives you more chance to your career. An attractive appearance helps social success. if you have an attractive appearance, that gives more trust to your business partner.	.805 .799 .765 .756 .706 .695	4.225	22.239 (22.239)	0.903
Factor 2: Love relationship An attractive appearance is important to attract opposite sex's attention. An attractive appearance is advantageous to get a boyfriend/girlfriend. It is easier to be asked out or to ask out if you have an attractive appearance. An attractive appearance helps having a relationship. It is easier to get a date if you have an attractive appearance. It is easy to get a good feeling from opposite sex if you have an attractive appearance. It is sexually attractive if you have an attractive appearance.	.789 .774 .761 .759 .720 .650 .553	4.117	21.670 (43.908)	0.874
Factor 3: Interpersonal relationship It is easier to get invitations to parties or social gatherings if you have an attractive appearance. It is easier to make more friends if you have an attractive appearance. It is easier to get helps from others if you have an attractive appearance. People are nicer to people who have attractive appearance. It is easier to get words of consolation from others when you have emotionally hard times if you have an attractive appearance. People are more generous to people who have an attractive appearance.	.792 .782 .753 .676 .642 .568	3.747	19.723 (63.632)	0.877

에 초대받기 쉽고 친구를 많이 사귄 수 있으며 도움이 필요할 때 도움 받기 쉽고 정서적인 어려움에 처할 때 위로 받기 쉬우며 매력적인 외모를 가진 사람의 실수에 관대하며 더 친절하게 대한다는 내용으로 대인관계라 명명하였고 신뢰도는 0.877로 높게 나타났다

**2) 외모관심**

외모관심 9개 측정항목에 대해 주성분분석과 Varimax 직교회전법으로 요인분석을 실시하였으며, 요인의 신뢰성을 높이기 위해 설명력이 낮은 1개 문항을 제거하였다. 그 결과 8개 문항이 1개의 요인으로 추출되었으며 총 변량 중 51.76%의 설명력과 0.862로 신뢰도는 높게 나타났다<Table 2>.

요인 분석에 의해 타당도가 인정된 외모관심

변수에 대해 평균값(3.65)을 기준으로 점수가 요인의 평균보다 높은 고 집단과 점수가 요인의 평균보다 낮은 저 집단으로 분류하였고<Table 3>, 이를 연구문제 분석에 이용하였다.

**3) 외모관리행동**

외모관리행동 22개 측정항목에 대해 주성분분석과 Varimax 직교회전법으로 요인분석을 실시하였으며, 요인의 신뢰성을 높이기 위해 설명력이 낮거나 요인적재치의 경계가 모호하게 분산된 5문항을 제거하였다. 그 결과 17개 문항이 5개의 요인으로 추출되었고 총 변량 중 65.36%의 설명력을 보였다<Table 4>.

요인1은 네일관리와 피부관리를 위해 피부병원 혹은 전문관리실을 이용하며 유행 헤어스타일을

<Table 2> Factor analysis of appearance concern

Factor	Factor loading	Eigen value	Variance % (Cumulative %)	Cronbach's α
I have many products to make my appearance better.	0.834	4.141	51.760	.862
I am interested in appearance, I try my best to make my appearance better.	0.821			
I have a lot of interest in fashion coordination, and I am good at matching clothing.	0.752			
I spend long time to prepare before I go outside.	0.723			
I take care of my skin condition a lot.	0.682			
I specially care about my hair style.	0.670			
I like to use cosmetic products.(sunscreen, BBcream, perfume etc)	0.662			
I enthusiastically make an effort to keep my body in a good shape.	0.576			

<Table 3> Group classification of appearance concern

Variables		N	Min.	Max.	M	SD
Appearance concern	High	117	3.75	5.00	4.19	.38
	Low	126	2.00	3.63	3.14	.43
Total		243	2.00	5.00	3.65	.66

M: Mean SD: Standard deviation

위한 전문 미용실 이용과 염색을 통한 헤어스타일 변화, 헤어스타일링 제품을 사용 등의 내용으로 이루어져 전문뷰티관리행동이라 명명하였으며 0.749의 신뢰도를 보였고, 요인2는 슬림한 체형을 위한 저칼로리음식의 선호와 살이 찌는 음식을 자제하고, 체중감소를 위한 다이어트와 체형을 만들기 위한 운동 등의 내용으로 구성되어 체형관리행동이라 명명하였고 신뢰도는 0.800으로 높게 나타났다. 요인3은 성형시술과 성형수술의 경험과 의도, 대인관계를 위해 성형수술이 필요하다는 등의 내용으로 성형행동이라 명명하였고 0.786의 높은 신뢰도를 나타냈으며, 요인4는 기초적인 피부관리

를 위한 팩과 마사지, 기초화장품을 바르며 외출 시 기초적 피부화장품을 사용하는 내용으로 구성되어 기초뷰티관리행동이라 명명하였고 신뢰도는 0.613으로 나타났다. 요인5는 의복과 액세서리의 연출과 유행스타일의 의복과 액세서리를 구입하는 등 패션연출에 대한 내용으로 구성되어 패션관리행동이라 명명하였고 신뢰도는 0.789로 높게 나타났다.

2. 외모유용성이 외모관심에 미치는 영향

외모유용성에 따른 외모관심의 영향을 파악하

<Table 4> Factor analysis of appearance management behavior

Factor	Factor loading	Eigen value	Variance % (Cumulative %)	Cronbach's α
Factor 1: speciality beauty management behavior				
I get nail and toenail cares (by myself or go to nail shops).	.725	2.650	15.586 (15.586)	.749
I go to a hair salon to change my hair-style according to the trend.	.697			
I use hairstyling products for hairstyle.	.683			
I go to a dermatology or skin care shop for skin care.	.630			
I get hair dying to change my hair-style.	.525			
Factor 2: Body management behavior				
I prefer low calorie food to make slim body fit.	.840	2.600	15.296 (30.882)	.800
I would rather not eat food I like if it is fattening food..	.817			
I have done a diet for losing weight.	.807			
I do workout for managing my body shape.	.627			
Factor 3: Plastic surgery behavior				
I have had cosmetic procedure.	.856	2.149	12.639 (43.521)	.786
I have had plastic surgery to have a better appearance. (I want to have plastic surgery)	.839			
It is valuable to have a plastic surgery to get a better personal relationship.	.761			
Factor 4: Basic beauty management behavior				
I do massage or use (face)pack for skin care (by myself).	.845	1.905	11.205 (54.725)	.613
I tend to put skin cosmetics(BB or CC cream) when I go outside.	.773			
I tend to use functional cosmetic to take care of my skin.	.546			
Factor 5: Fashion management behavior				
I tend to match accessories with clothing.	.842	1.808	10.635 (65.361)	.789
I tend to buy clothing or accessories according to the new trend.	.737			



<Table 5> The effect of appearance instrumentality on appearance concern

(N: 243)

Variable	$\beta$	SE	Wals	p-value	Exp( $\beta$ )
Constant	1.398	.966	2.095	.148	4.046
Social achievement	-.193	.228	.719	.396	.824
Love relationship	-.265	.279	.901	.342	.767
Interpersonal relationship	.106	.244	.187	.665	1.111

$\chi^2 = 2.616, p\text{-value} = 0.455$

기 위해 외모유용성 3개요인(사회적성취, 연인관계, 대인관계)을 독립변수로, 고, 저로 분류된 외모관심 이산형 변수를 종속변수로 하여 로지스틱 회귀분석을 실시하였다<Table 5>. 모형전체에 대한 적합도 검증결과 ( $\chi^2 = 2.616, p\text{-value} = 0.455$ ) 유의하지 않게 나타났다. 또한 독립변수 3개 요인의 p-value가 모두 0.05보다 크므로 유의하지 않았다. 따라서 외모유용성은 외모관심의 집단에 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 이는 대

학생을 대상으로 외모유용성과 외모관심의 차이분석 결과 유의하지 않는 것으로 나타나(Lee & Ku, 2017) 본 연구결과를 지지하는 것으로 해석된다.

### 3. 외모유용성이 외모관리행동에 미치는 영향

외모유용성이 외모관리행동에 미치는 영향을 알아보기 위하여 외모유용성 요인을 독립변수로 외모관리행동 요인을 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석결과<Table 6> 전문뷰티관

<Table 6> The effect of appearance instrumentality on appearance management behavior

Dependent variable	Independent variable	$\beta$	t-value	R <sup>2</sup>	F
speciality beauty management behavior	Social achievement	.211	2.442*	0.040	3.361*
	Love relationship	.060	.787		
	Interpersonal relationship	-.073	-.818		
Body management behavior	Social achievement	.001	.007	0.002	0.137
	Love relationship	.002	.026		
	Interpersonal relationship	.040	.435		
Plastic surgery behavior	Social achievement	.007	.078	0.051	4.273**
	Love relationship	.242	3.177**		
	Interpersonal relationship	-.449	.654		
Basic beauty management behavior	Social achievement	-.206	-2.367*	0.034	2.824*
	Love relationship	.138	1.804		
	Interpersonal relationship	-.001	-.013		
Fashion management behavior	Social achievement	.009	.107	0.053	4.465**
	Love relationship	.260	3.419**		
	Interpersonal relationship	-.895	.372		

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

리행동( $F=3.361, p=0.019$ ), 성형행동( $F=4.273, p=0.006$ ), 기초뷰티관리행동( $F=2.824, p=0.039$ ), 패션행동( $F=4.465, p=0.005$ )에 대한 회귀모형이 적합하게 나타났고, 체형행동( $F=0.137, p=0.938$ )은 회귀모형이 적합하지 않은 것으로 나타났다. 외모 유용성의 3요인 중 사회적 성취는 전문뷰티관리행동과 기초뷰티관리행동에 유의한 영향을 나타냈고, 연인관계는 성형행동과 패션행동에 유의한 영향을 나타내었다. 대인관계는 외모관리행동에 유의한 영향을 나타내지 않았다. 사회적 성취의 경우 전문뷰티관리행동은 정(+)<sup>의 영향관계를 나타냈는데 기초뷰티관리행동은 부(-)의 관계를 나타냈다.</sup>

이는 사회적 성취가 전문뷰티관리행동에는 높게 지각하고 있으나 기초뷰티관리행동에는 낮게 지각한다고 해석된다. 여자청소년의 경우 외모도 구성이 외모관리행동 모두에 유의한 영향을 보였는데, 유형 중에서 전문기관을 통한 헤어와 피부 관리의 외모관리행동 의도가 더 적극적으로 높게 나타난(Lee, 2013b) 것은 본 연구결과의 일부를 지지하는 것으로 해석된다. 연인관계의 경우 대학생의 외모유용성 고, 저에 따른 외모관리행동 차이 분석 결과, 연인관계 유용성이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 성형행동과 패션관리행동이 더 높은 것으로 나타나(Lee & Ku, 2017) 연인관계가

성형행동과 패션행동에 유의한 영향을 보여 준 본 연구결과와 일치함을 알 수 있었고, 결혼을 위한 성형수술 의도에 대한 설문조사 결과 20-30대 여성 응답자 80% 이상이 성형수술을 할 수 있다는 결과(Korea gallup, 2015. 5. 21)에서도 본 연구결과를 지지한다고 해석할 수 있다.

#### 4. 외모관심과 외모관리행동의 차이검증

외모관심과 외모관리행동과의 차이를 검증하기 위하여 외모관심의 고, 저 집단과 외모관리행동 5요인에 대해 독립표본 *t*검정을 하였다. 결과 <Table 7>를 살펴보면 외모관심의 고, 저 집단에 따라 외모관리행동의 5요인(전문뷰티관리행동( $t=7.635, p=.000$ ), 체형관리행동( $t=4.399, p=.000$ ), 성형행동( $t=4.259, p=.000$ ), 기초뷰티관리행동( $t=8.060, p=.000$ ), 패션관리행동( $t=8.912, p=.000$ )) 모두 유의한 차이를 나타냈다(Table 5). 이는 외모에 높은 관심을 가진 집단이 외모에 낮은 관심을 가진 집단 보다 외모관리행동을 위한 평가가 통계적으로 높은 유의수준을 나타낸 것으로 여성들의 외모관심의 고, 저에 따라 외모관리행동은 차이가 있다는 것을 알 수 있다.

<Table 7> Differences in appearance management behavior according to appearance concern

Appearance management behavior	Appearance concern		<i>t</i>
	High (n = 117)	Low (n = 126)	
	<i>M</i> ( <i>SD</i> )	<i>M</i> ( <i>SD</i> )	
speciality beauty management behavior	3.07(0.66)	2.41(0.68)	7.635***
Body management behavior	2.94(0.87)	2.48(0.72)	4.399***
Plastic surgery behavior	3.27(1.11)	2.71(0.90)	4.259***
Basic beauty management behavior	4.50(0.35)	3.96(0.67)	8.060***
Fashion management behavior	4.29(0.64)	3.47(0.79)	8.912***

M: Mean, SD: Standard deviation

\*\*\* $p < .001$

## V. 결론

외모는 과거에서 현재에 이르기까지 인간의 관심사로 회자되고 있다. 특히 과거의 미에 대한 의미란 그들 사이에서 비교되는 아름다움의 표현에 치중하였으나 현대에서의 미의 의미는 '외모가 권력', '외모가 경쟁력' '외모가 실력'이라는 다양한 매체에서 쏟아내는 미에 대한 의미 확대에 의해 사회생활의 다양한 부분에서 외모가 중요한 영향력을 미친다는 외모의 사회적 유용성에 대한 개념이 더 큰 의미를 부여하고 있다. 사람들은 자신들과 상호작용하는 상대의 외모에 신경을 쓰기 때문에 외모는 경제적 거래에서 중요한 영향을 미친다. 즉 좋은 외모에 대해서는 호의적이고 나쁜 외모에 대해서는 차별대우를 하는 것으로, 외모가 소득에 미치는 영향 조사 결과 평균이상의 점수를 받은 여성들의 소득이 평균외모의 여성들에 비해 8%가 높게 나타났고, 평균이하 여성들의 경우 평균외모의 여성들에 비해 4%가 낮게 나타났다. 이러한 결과는 외모가 나쁜 경우에는 소득에 패널티가 있고 외모가 좋은 경우에는 프리미엄이 있다는 것을 보여준다(Hamermesh, 2012).

이에 본 연구는 여성들의 삶에 사회적으로 유용한 수단으로 사용되는 외모유용성과 외모관심, 외모관리행동이 어떤 영향과 차이가 있는지를 보고자 하는 것으로 본 연구의 결과를 통해 여성들이 가지는 외모유용성의 유형별 특성에 대한 기초자료 제공과 외모관련 산업의 시장세분화 전략에 기초정보를 제시하고자 하였다.

연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 외모유용성 세 요인과 외모관심 고, 저 집단의 영향관계를 알아보기 위해 로지스틱회귀분석을 실시한 결과 유의한 영향관계는 나타나지 않았다. 이는 외모유용성 각 유형이 외모관심의 고, 저 집단에 영향을 미치지 않는다는 것을 보여 준 것으로, 대학생의 외모유용성과 외모관심의 차이 분석 결과 유의하게 나타나지 않은 Lee & Ku

(2017)의 결과와 일치함을 알 수 있다.

둘째, 외모유용성이 외모관리행동에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석결과 외모유용성 세 요인 중 사회적 성취는 전문뷰티관리행동과 기초뷰티관리행동에 유의한 영향을 나타냈고, 연인관계는 성형행동과 패션행동에 유의한 영향을 나타냈으나 대인관계는 외모관리행동에 유의한 영향을 나타내지 않았다. 대학생을 대상으로 한 외모유용성과 외모관련 변인들과의 연구에서 연인관계 고, 저 집단에 따라 성형행동과 패션관리행동에 유의한 차이를 나타냈고 (Lee & Ku, 2017), 외모의 사회적 유용성과 외모관리행동과의 영향관계 분석결과에서도 연인관계에 유의한 영향관계를 나타낸 (Gim et al., 2010) 연구를 볼 때, 외모의 사회적 유용성 의식은 외모향상을 위한 외모관리행동에 관심을 기울이게 되고 또한 실행에 까지 이르게 되는 것으로, 사회적 성취와 연인관계가 외모관리행동에 유의한 영향을 나타낸 본 연구결과는 지지되는 것으로 해석 된다.

셋째, 외모관심에 따라 외모관리행동에 차이가 있는지를 검증 하기위해 t-test로 분석한 결과, 외모관심 고, 저 집단은 외모관리행동(전문뷰티관리행동, 체형관리행동, 성형행동, 기초뷰티관리행동, 패션관리행동) 5요인 모두에 유의한 차이를 보였다.

외모에 대한 관심이 높은 여성은 자신의 매력향상 노력의 수단으로 메이크업을 하였고(Moon & Yu, 2003), 외모관심이 높은 여성일수록 기능성화장품 사용을 통해 자신의 외모를 개선시키려는 의지가 높게 나타났다(Lee & Ku, 2008). 외모관심도를 매개변수로 대인관계성향과 외모관련소비행동과의 영향관계에서도 외모관심도가 큰 영향력을 미치는 변수로 나타난 Lee(2013a)의 연구결과와도 일치함을 보였다.

본 연구의 결과는 여성을 대상으로 외모유용성과 외모관심, 외모관리행동이 어떤 차이와 영향관계가 있는지를 규명하고자 한 것이다. 이를 통해 여성들이 지각하고 있는 외모유용성(사회적 성취,

연인관계, 대인관계)에 대한 개념정리와 각 영역에 따라 영향을 나타내는 외모관리행동 경향을 파악할 수 있었다. 이는 외모유용성 유형에 따른 시장세분화와 특화된 제품 개발 아이디어 제공에 유익한 도움을 주는 것으로 연구에 대한 의의를 가지며, 기대효과와 후속연구를 진행하기 위한 제언 및 활용방안을 다음과 같이 제시한다.

첫째, 여성들에게 지각된 외모유용성과 외모관심, 외모관리행동의 차이와 영향관계를 분석해 봄으로써, 현대인들의 삶에서 펼쳐지는 취업과 승진, 연애, 결혼 등 사회적 활동에서의 외모 중요성을 강조하는 사회적 현상에 실증적 자료를 보여준다.

특히 외모유용성의 경우 연구대상자가 연애와 취업에 대한 관심사가 많은 비중을 차지하는 20-30대 여성이라는 점에서 사회적성취와 연인관계 영역에 대한 인식이 집중되는 것을 알 수 있었으며, 외모관리행동 경향에도 영향을 주고 있기에 외모유용성은 외모관리행동 경향을 판단하는데 기초자료로 활용될 수 있다는 것을 알 수 있었다. 이를 통해 외모유용성 영역에 따른 외모 관련 상품 정보를 제공하여 적극적 상품제안을 함으로써 마케팅전략에 도움이 될 것으로 사료된다.

둘째, 외모관심과 외모관리행동에 대한 차이분석은 여성들에게 외모에 대한 관심의 높고 낮음이 외모관리행동의 각 요인에 유의한 차이가 있다는 것을 규명하였고, 특히 여성들은 기초뷰티관리와 패션관리를 통한 외모관리를 더 많이 하는 것으로 나타난 결과를 통해 연구대상자들의 연령대가 선호하는 외모관리 경향을 알 수 있음으로 인해 향후 외모관리시장 방향 수립에 도움이 될 것이라 기대한다.

본 연구는 사회적 성취와 연애, 취업을 위한 외모의 유용성에 대한 남녀 간의 인식에 차이를 보일 수도 있으나 여성만을 대상으로 분석을 한 것으로 후속연구에서는 남성을 대상으로 하여 그들이 인식하고 있는 외모유용성에 대한 영향관계 분석을 제안한다. 또한 연구대상을 선정함에 있어

편의표본 추출과 지역적인 제한에 의한 조사를 실시한 것으로 지역의 확대에 의한 연구결과의 일반화에 도움을 줄 수 있는 보완된 후속연구를 기대한다.

## References

- Gim, W. S., Kwon, J. H., & Ryu, Y. J. (2010). Social instrumentality of appearance: Sacle development and validation. *The Korean Journal of Health psychology, 15*(3), 549-568.
- Hamermesh, D. W. (2012). *Beauty pays*. (Ahn, G. M. Trans.). Princeton, U.S: Princeton University press (Original work published 2011).
- 'Job seekers' 49% "Appearance is competitive of employment" .(2016, September 22). *00news*, Retrieved June 7, 2017, from <http://www.00news.co.kr/news/articleView.html?idxno=45953>
- Joo, Y. J., & Lee, S. H. (2016). The effects of interest level in appearance of korean middle aged women on purchasing pattern of cosmetic products. *Journal of The Korean Society Design Culture 22*(1), 401-410.
- Jung, J. Y., & Shin, H. W. (2006). The appearance management behaviors and clothing benefits sought according to body cathexis and appearance interest of high school students. *Journal of Korean Home Economics Education Association, 18*(4), 13-23.
- Jung, Y. M. (2011). The effect of sociocultural attitudes toward appearance, objected body consciousness, and social physique anxiety on physical activity of university students. *Journal of Sport and Leisure Studies, 43*(2), 959-971.
- Kim, S. J. (2008). *Interest in appearance, skin care and dietary behavior of male and female college students: The mediating effect of knowledge* (Unpublished master's thesis). Hanyang University, Seoul, Republic of Korea. *Journal of The Korean Society of Cosmetology, 19*(6), 1186-1196.
- Kim, S. K., Hong, S. H., & Lee, H. Y. (2013). Degree of interest in the appearance of middle-aged women factors affecting the appearance management behavior. *Journal of The Korean Society of cosmetology, 19*(6), 1186-1196.
- Korea Gallup. (2015. 5. 21). *Survey of appearance and plastic surgery, gallup report*(656).
- Ku, Y. S., Kim, H. E., Lee, S. H., Kwon, G. Y., Choi, J. H., Lee, H. O., & Huh, J. H. (2015). *Fashion & daily life*. Daegu: Kyungpook National University Press.
- Kwon, J. H. (2008). *(The) belief about body instrumentality: body instrumentality and body-re-*

- lated consumption behavior (Unpublished master's thesis). Ajou University, Suwon, Republic of Korea.
- Lee, H. O., & Ku, Y. S. (2006). A study on the motives of women's appearance-management behavior -focusing on plastic surgery and obesity treatment-. *Fashion & Textile Research Journal*, 8(1), 113-122.
- Lee, H. O., & Ku, Y. S. (2008). The effects of body cathexis on usage behavior of cosmeceuticals. *Family and Environment Research*, 47(4), 73-81.
- Lee, H. O., & Ku, Y. S. (2009). A structural study on social-efficacy, appearance concern, body cathexis, appearance management behavior. *Fashion & Textile Research Journal*, 11(2), 271-277.
- Lee, H. O., & Ku, Y. S. (2014). Study on the effects of college students' interpersonal relations disposition on appearance concern and appearance management behavior. *Fashion & Textile Research Journal*, 16(6), 888-896. doi:10.5805/SFTI.2014.16.6.888
- Lee, H. O., & Ku, Y. S. (2015). Study on the relationship of interpersonal relations disposition, appearance concern, appearance management behavior of men. *Journal of the Korean Society of Costume*, 65(7), 118-128. doi: 10.7233/jksc.2015.65.7.118
- Lee, H. O., & Ku, Y. S. (2017). Study on the relationship of appearance instrumentality and appearance-related variables of college students. *Fashion & Textile Research Journal*, 19(1), 30-39. doi:10.5805/SFTI.2017.19.1.30
- Lee, H. O. (2013a). Appearance-related consumption behavior according to interpersonal relations and masculinity-mediated effect of appearance concern-. *Fashion & Textile Research Journal*, 15(5), 777-786. doi:10.5805/SFTI.2013.15.5.777
- Lee, I. J., Lee, K. H., & Shin, H. J. (2006). *Psychology of dress*. Seoul: Kyomunsa. Seoul, Republic of Korea: Kyomunsa.
- Lee, M. S. (2012). The effects of social instrumentality of appearance on body satisfaction and appearance management behaviors of female adolescents. *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association*, 14(4), 163-177.
- Lee, M. S. (2013b). The effects of appearance instrumentality on adolescents' body satisfaction and appearance management behaviors. -Focusing on the comparative analysis by adolescents' sex-. *Korean Journal of Human Ecology*, 22(1), 75-88.
- Lim, C. H. (2007). The effects of physical attractiveness on women employees' promotion: The mediating role of self-esteem and interpersonal relations. *Korean Management Review*, 36(3), 597-621.
- Lim, I. S. (2004). The experience and intention of cosmetic surgery in the looks-discriminatory society. *Korean Association of Women's Studies*, 20(1), 95-121.
- Moon, H. K., & Yoo, T. S. (2003). A study of the self-esteem, degree of appearance concern, clothing attitude and make-up. *Journal of the Korean Society of Costume*, 53(4), 101-112.
- Noh, S. O. (2011). *Study on hair style behavior and make-up motivation associated with interpersonal relation and life satisfaction: focusing on women in their 20s, 30s, and 40s* (Unpublished doctoral dissertation) Sungshin Women's University, Seoul, Republic of Korea.
- Park, E. A. (2003). Cross-cultural study of the effect of body-esteem to subjective well-being: korean and u.s. female college students. *Korean Journal of Psychology: General*, 22(2), 35-56.
- Park, E. A. (2015). Relationship between self-construals and appearance-oriented person perception. *Ewha Journal of Social Sciences*, 31(1), 159-192.
- Park, K. H. (2012). Transactions : correlations among cognitive age, sociocultural attitudes towards appearance, and appearance management behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 36(7), 756-766. doi:10.5850/JKSC.2012.36.7.756
- Park, S. J. (2006). *A categorization of analysis for young male's fashion, hair, skin, body image : unified methods of contents analysis, survey and Q analysis* (Unpublished doctoral dissertation). Chungnam National University, Daejeon, Republic of Korea.
- 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.
- [The Daily Life "toc toc" of Kim hyun ju]. (2016, October, 7). *Segye Ilbo*. Retrieved June 20, 2017, from <http://www.segye.com/newsView/20161006002012>