

목욕습관실태 및 목욕타올에 대한 요구도 조사

- 20대에서 50대까지의 도시여성을 대상으로 -

Investigation of bathing habits and consumer's needs for bathing towel

- Focusing on aged from the 20's to 50's women in urban area -

김정화 · 이정순* · 이선영
충남대학교 의류학과

Jeong Hwa Kim · Jung Soon Lee* · Sun Young Lee
Dept. of Clothing & Textiles, Chungnam National University

Abstract

The purpose of this study is to investigate bathing habits and behaviors, and to find out consumers' needs for washcloth, which in this case refers to Korean exfoliating cloth for bathing purpose. Subjects of this study were females of 20s to 50s living in urban area. Four hundred and twenty-six (426) women were interviewed with a structured questionnaire. Data were analyzed by ANOVA, factor analysis, correlation analysis, MDS.

The results of this study are briefly summarized as follows: The most popular bathing type was shower (84.9%). Personal hygiene was one of the commonest purpose of bathing, and other purposes included health maintenance, stress alleviation, and beauty in order. Dimensions of consumer needs for washcloth were extracted from factor analysis as following properties: tactile, tough, aesthetic, constructive, and hygienic. The preference for washcloth type was related to skin type. "Non-skin damage property" was the most important parameter to choose washcloth and the other parameters included massage effect, tactile property, foaming property, and easy-to-use property.

Key Words : bathing habits, bathing behaviors, consumer's needs, washcloth

I. 서론

인간의 행동과 생활양식은 자신이 속한 사회, 문화내의 가치관에 따라 결정되기 때문에 목욕문화와 습관도 자신이 속한 사회적 특성에 따라 다르다고 볼 수 있겠다. 핀란드의 경우 예로부터 건강유지와 질병예방을 위해 사우나를 행하여 왔으며 실제로 사우나는 신체적 이완 뿐 아니라 스트레스 해소와 정신적, 사회적 즐거움을 가져다 줌으로써 건강에 긍정적 영향을 미친다는 보고가 있다 (Keast & Adamo, 2000; Perasalo, 1988; Sorri, 1988; Sudakov, Sinitchkin & Khasanov, 1988; Valtakari, 1988).

목욕문화가 발달한 민족으로는 일본인과 아랍인을 꼽을 수 있는데 일본인들이 흔하게 널린 온천을 이용하여 로텐부로(노천탕)와 같은 특이한 목욕문화를 일궈냈다고

한다면, 아랍인들은 척박한 땅에서 항상 모래바람을 맞으며 살아가야 했기 때문에 몸의 청결은 필수조건이었다. 또한 그들의 삶이 원거리 무역형태인 캐러밴(대상)으로 상징되는 이동문화여서 장시간 이동에서 오는 피로를 풀기 위한 시설인 아랍식 목욕탕, hammam(함맘)의 발달을 가져왔다고 한다(권삼운의 비교문화 기행 '목욕문화 vs 함맘', 1988).

우리나라의 경우 '삼국사기'의 기록에 의하면 고구려 서천왕이 온탕을 즐겼다는 기록과 신라시대에는 절안에 제례적 의식을 위한 대중목욕탕 시설이 있었다고 전해진다. 또한 '고려도경'에 의하면 개성의 큰 강이나 냇가에서 남녀가 한데 어울려 목욕을 했다고 적고 있다(목욕의 역사, 2004). 그러나 조선시대에 들어오면서 유교적 풍습으로 인해 목욕문화는 퇴색하였으며, 조선시대가 지나고 일제 강점기 때 인, 1920년 6월 4일 평양에 최초로 대중목

* Corresponding author: Jung Soon Lee
Tel: 042) 821-6830, Fax: 042) 821-8887
E-mail: jungsoon@cnu.ac.kr

욕탕이 생겼고, 5년 뒤인 1925년에 서울에 처음으로 대중 목욕탕이 생겼다. 그 후 1970년대가 되면서 아파트의 보급이 확산되어 청결과 피로회복효과로서의 목욕문화가 생기게 되었다(한영준, 1999).

최근에는 웰빙(Well-being)이라는 단어가 새로운 문화 코드로 떠오르면서 온천, 사우나 등의 입욕업소에서 물을 이용한 피부관리, 체형관리, 마사지, 치료요법 등을 실시하여 하나의 상품으로 개발함으로써 목욕이 지니는 의미는 점차 다양해지고 있다(이두영, 2003).

목욕에 대한 선행연구로는 신체적, 정신적 건강과 목욕의 관련성을 다룬 연구(최희정, 이은옥, 2002; Huffman, 2000), 목욕의 피로회복 효과를 다룬 연구(Lee, B., Chung, S., Jun, T., & Jang, C, 1996)와 목욕과 사우나가 안압, 혈압, 맥박, 체온에 미치는 영향(이기중, 오중협, 1989)등의 연구가 있다. 그런데 선행 연구들은 특정 질환을 지닌 사람들에 대한 목욕의 신체적, 정신적 효과나, 또는 사우나와 같은 특정 목욕유형의 건강상태와 관련한 효과에 대한 연구가 대부분이다. 그러므로 특정 질환을 지니지 않은 일반인들을 대상으로 목욕 실태 및 목욕타올에 대한 소비자의 요구를 조사할 필요성이 있다. 따라서 본 연구에서는 일반인들의 목욕습관과 실태를 조사하고, 이 때 사용하는 목욕타올에 대한 조사를 통해 목욕타올에 대한 소비자의 요구를 파악하여 상품개발자로 하여금 제품개발에 반영할 수 있도록 도움을 주고자 하였다.

II. 연구방법

1. 연구대상자

대전지역에 거주하는 20대-50대까지의 도시 여성들을 대상으로 하였으며 총 426명의 여성이 연구대상자로 참여하였다.

2. 연구도구

1) 목욕습관과 실태파악을 위한 설문지 구성

목욕습관과 실태를 조사하는 설문지를 구성하기 위해 문헌 고찰 후 이들 문항의 분석을 통해 목욕습관과 실태에 관한 문항으로 설문지를 구성하였다. 설문지는 목욕유형, 목욕목적, 목욕빈도, 목욕시간, 목욕장소, 사용하는 세

정제의 종류, 피부마찰여부와 시간 등을 묻는 문항들로 이루어졌다.

2) 목욕타올에 대한 설문지 구성

목욕타올에 대한 조사를 위한 문항들은 요인분석을 통해 측정개념의 타당성을 검증하였으며 그 결과 5가지 요인으로 도출되었고, 각 요인별 측정의 내적 일관성 신뢰도(Cronbach's α)는 0.7831이었다.

3) 자료수집 기간 및 방법

자료수집은 2004년 9월 1일- 11월 30일까지 개인면접을 통한 설문조사로 이루어졌으며 연령대별 조사를 실시하였다.

4) 자료분석 방법

설문지를 구성하기위한 문헌조사와 문항분석을 실시하였다. 설문지를 통해 측정된 자료는 SPSS 10.0을 이용하여 다음과 같이 분석하였다. 연구대상자의 목욕습관 및 실태에 관해서는 빈도분석과 분산분석, 상관분석을 실시하였고, 목욕타올에 관한 조사 결과에 대해서는 요인분석, 분산분석, 상관분석, 다차원 퍼기 분석을 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 연구대상의 특성

1) 연구대상자의 연령

전체 응답자 426명중 20대가 251명으로 전체의 58.9%를 차지해 가장 많았고, 그 다음이 50대가 68명으로 16%, 40대가 56명으로 13.1%, 30대가 51명으로 12%를 차지하였다.

〈표 1〉 연구대상자의 연령층 비율

	20대	30대	40대	50대	전체
빈도	251	51	56	68	426
백분율(%)	58.9	12.0	13.1	16.0	100.0

2) 연구대상자의 피부타입

전체 응답자 425명 중 45.2%가 자신의 피부유형이 복합성이라고 응답하였다.

다음으로 건성이 34.4%, 지성이 12.9%, 민감성이 7.5%의 순으로 나타났다.

〈표 2〉 연구대상자의 피부유형

피부유형	건성	복합성	지성	민감성	전체
빈도(명)	146	192	55	32	425
백분율(%)	34.4	45.2	12.9	7.5	100

2. 목욕습관에 대한 실태 조사

전체 응답자 426명의 목욕습관에 대한 결과 분석을 위해 SPSS의 빈도분석을 실시하였다.

1) 목욕유형

20대에서 50대까지의 도시여성이 즐기는 목욕유형은 통목욕(15.1%)보다는 샤워(84.9%)로 나타났다. 연령별 목욕 유형은 모든 연령대에서 통목욕보다 샤워를 더 많이 하는 것으로 조사되었다. 통목욕의 비율은 20-40대는 10% 내외에 머무르나, 50대에서는 42%로 현저히 높게 나타났다.

〈표 3〉 목욕유형

목욕유형	전체		20대		30대		40대		50대	
	빈도	백분율(%)	빈도	백분율(%)	빈도	백분율(%)	빈도	백분율(%)	빈도	백분율(%)
통목욕	64	15.1	25	10.0	5	9.8	6	10.7	29	42.6
샤워	361	84.9	226	90.0	46	90.2	50	89.3	39	57.4
전체	425	100	251	100	51	100	56	100	68	100

2) 통목욕의 목적

목욕의 목적에 대한 분석을 위해 SPSS의 비모수적 통계방법 중 Friedman의 서열척도를 이용하였다. 결과의 서열평균은 점수가 1에 가까울수록 순위가 높은 것을 나타낸다. 목욕의 목적은 청결효과가 가장 우선순위로 나타났다. 그다음으로 신체적 건강유지, 스트레스 완화, 미

용효과의 순으로 나타났다. 통목욕의 목적을 연령대 별로 살펴보면 20대는 청결효과, 스트레스 완화, 미용효과, 신체적 건강유지의 순으로 응답하였고, 30대는 신체적 건강유지, 스트레스 완화, 청결효과, 미용효과의 순으로 답하였다. 40대는 청결효과, 스트레스 완화, 신체적 건강유지, 미용효과 순이었으며, 50대는 신체적 건강유지, 청결효과, 스트레스 완화, 미용효과의 순으로 답하여, 통목욕 목적의 1순위로 20대, 40대는 청결효과를, 30대와 50대는 신체 건강유지를 꼽았다.

〈표 4〉 통목욕의 목적

통목욕 목적	전체	20대	30대	40대	50대
	서열 평균	서열 평균	서열 평균	서열 평균	서열 평균
청결 효과	1.99	1.52	2.45	1.96	2.04
신체적 건강 유지	2.35	2.84	2.14	2.38	2.02
스트레스 완화	2.50	2.81	2.18	2.33	2.68
미용효과	3.16	2.83	3.23	3.33	3.26

3) 샤워의 목적

샤워의 목적은 청결효과가 가장 우선 순위로 나타났으며, 그 다음으로는 신체적 건강유지, 스트레스 완화, 미용효과의 순이었다. 또한 모든 연령대에서 샤워목적의 1순위는 청결효과라고 응답하였으나, 청결효과 이외의 샤워목적의 중요도 순서에 있어서는 연령대별 차이가 있었다. 즉, 20대는 신체건강, 미용효과, 스트레스 완화의 순으로 응답하였고, 30대는 스트레스 완화, 신체건강, 미용효과 순으로 응답하였으며, 40대는 신체건강, 스트레스 완화, 미용효과 순으로, 50대는 신체건강, 스트레스완화, 미용효과 순으로 응답하였다.

〈표 5〉 샤워의 목적

샤워목적	전체	20대	30대	40대	50대
	서열 평균	서열 평균	서열 평균	서열 평균	서열 평균
청결 효과	1.18	1.14	1.12	1.16	1.28
신체적 건강 유지	2.76	2.96	2.95	2.63	2.49
스트레스 완화	2.95	3.08	2.64	2.87	3.21
미용효과	3.12	2.83	3.29	3.34	3.02

4) 목욕의 주시간대

① 통목욕을 하는 주시간대

통목욕을 하는 주시간대는 저녁이 가장 많으며(41.9%) 취침전도 26.6%으로 비교적 높게 나타났다. 통목욕을 하는 주시간대는 저녁, 취침전, 아침, 점심순으로 나타났고 낮시간에도 14.5%의 비율을 나타냈다.

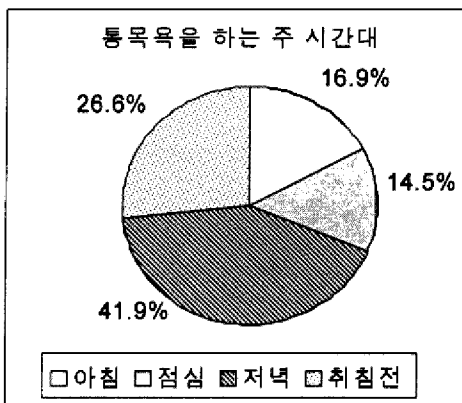
② 샤워를 하는 주시간대

샤워를 하는 주시간대는 통목욕을 하는 시간대가 저녁 시간이 율등했던 것과는 달리 저녁, 취침전, 아침 시간에 골고루 분포되는 결과를 나타내었다. 저녁시간이 34.4%로 가장 많은 비율로 응답하였고, 아침시간도 33.6%로 비교적 높은 비율로 응답하였다.

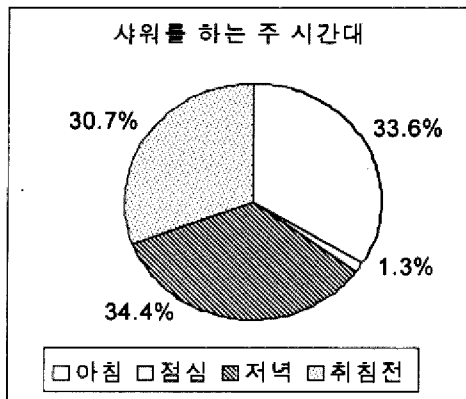
5) 목욕횟수

① 통목욕을 하는 횟수

통목욕을 즐기는 사람은 일반적으로 주 1-2회의 횟수



[그림 1] 통목욕을 하는 주 시간대



[그림 2] 샤워를 하는 주 시간대

(76.4%)로 통목욕을 하는 것으로 조사되었다.

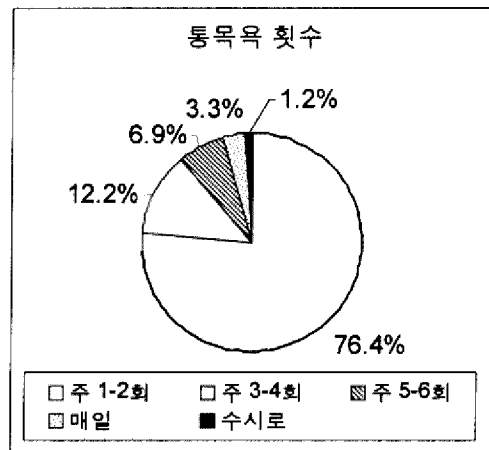
② 샤워를 하는 횟수

샤워를 하는 횟수는 매일 한다가 44.6%로 가장 높게 나타났다. 주 5-6회를 포함하면 거의 매일 샤워하는 비율이 65.3%를 차지하며, 이들에 한번(주 3-4회)정도의 횟수가 20.7%를 차지하여 샤워를 즐기는 사람은 대부분 매일 하며 적어도 이들에 한번은 하는 것으로 조사되었다.

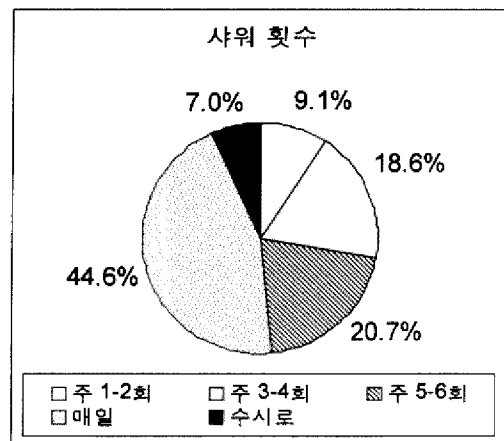
6) 목욕 소요시간

① 통목욕의 소요시간

일반적으로 통목욕을 하는데 걸리는 시간은 1-2시간이 39.8%로 가장 높고 30-60분도 33.9%의 비율로 나타났다. 연령대별 통목욕에 걸리는 시간은 20대는 44.5%, 50대는



[그림 3] 통목욕을 하는 횟수



[그림 4] 샤워를 하는 횟수

〈표 6〉 통목욕의 소요시간

통목욕 소요 시간	전체		20대		30대		40대		50대	
	빈 도	백분 율 (%)	빈 도	백분 율 (%)	빈 도	백분 율 (%)	빈 도	백분 율 (%)	빈 도	백분 율 (%)
10-20 분	32	12.6	11	8.6	5	15.6	6	17.6	10	16.4
30-60 분	86	33.9	40	31.3	15	46.9	20	58.8	12	19.7
1-2 시간	101	39.8	57	44.5	12	37.5	7	20.6	25	41.0
2시간 이상	35	13.8	20	15.6	0	0.0	1	2.9	14	23.0
전체	254	100	128	100	32	100	34	100	61	100

41.0%가 1-2시간이라고 응답하는 비율이 높았으며, 30대는 46.9%, 40대는 58.8%가 가장 많이 통목욕의 소요시간이 30-60분이라고 응답하였다. 20대와 50대는 30, 40대보다 더 오랜 시간 통목욕을 하는 것을 알 수 있다.

② 샤워의 소요시간

샤워를 하는데 걸리는 시간은 10-20분이 40.4%, 20-30분이 37.3%로 대부분 10에서 30분 이내에 샤워를 하고 있음을 알 수 있다. 연령대별 샤워의 소요시간을 살펴보면 20대는 46.2%가 20-30분으로 다른 연령대에 비해 좀 더 오래 소요하는 것으로 나타났으며, 30대는 54.2%, 40대는 39.6%, 50대는 44.2%가 10-20분이 걸린다고 응답하였다. 20대는 다른 연령층에 비해 샤워시간이 더 오래 걸리는 것으로 나타났다.

〈표 7〉 샤워의 소요시간

샤워 소요시 간	전체		20대		30대		40대		50대	
	빈 도	백분 율 (%)	빈 도	백분 율 (%)	빈 도	백분 율 (%)	빈 도	백분 율 (%)	빈 도	백분 율 (%)
10분 이내	50	13.0	19	8.1	9	18.8	14	26.4	8	15.4
10-20 분	156	40.4	87	37.2	26	54.2	21	39.6	23	44.2
20-30 분	144	37.3	108	46.2	12	25.0	12	22.6	12	23.1
30-40 분	31	8.0	17	7.3	1	2.1	5	9.4	8	15.4
40분 이상	5	1.3	3	1.3	0	0.0	1	1.9	1	1.9
전체	386	100	234	100	48	100	53	100	52	100

7) 목욕장소

① 통목욕을 하는 주된 장소

통목욕을 하는 주된 장소는 집(41.8%)이, 목욕탕(38.9%) 보다 약간 높게 나타나 아파트 문화의 발달 등 주거 환경의 변화를 반영하고 있는 것을 알 수 있다. 찜질방이나 온천탕도 10.7%, 8.6%를 보여 근래의 찜질방 문화의 확산과 건강에 대한 관심도를 나타내는 결과를 보여주었다. 연령대별로 살펴보면 50대는 55.9%가 주로 목욕탕에서 한다고 응답하였으며, 20대는 45.6%, 30대는 40%, 40대는 50%가 주로 집에서 한다고 답하였다. 다른 연령층과는 달리 50대는 통목욕을 할 때 주로 목욕탕을 이용하는 것을 알 수 있다. 20대도 상당수 응답자(39.5%)들이 통목욕을 할 때 목욕탕을 이용하는데, 이는 30, 40대보다도 높은 비율이다. 그런데 30, 40대는 20, 50대에 비해 상대적으로 온천의 이용율이 높은 것으로 나타났는데 이는 본 연구에서는 나타나지 않은 목적이 있기 때문으로 보이며 추후 심층 연구가 필요할 것으로 사료된다.

〈표 8〉 통목욕을 하는 주된 장소

통목욕 장소	전체		20대		30대		40대		50대	
	빈도	백분율 (%)	빈도	백분율 (%)	빈도	백분율 (%)	빈도	백분율 (%)	빈도	백분율 (%)
집	117	41.8	67	45.6	14	40.0	20	50.0	17	28.8
목욕탕	109	38.9	58	39.5	11	31.4	7	17.5	33	55.9
찜질방	30	10.7	16	10.9	2	5.7	5	12.5	7	11.9
온천탕	24	8.6	6	4.1	8	22.9	8	20.0	2	3.4
전체	280	100	147	100	35	100	40	100	59	100

② 샤워를 하는 주된 장소

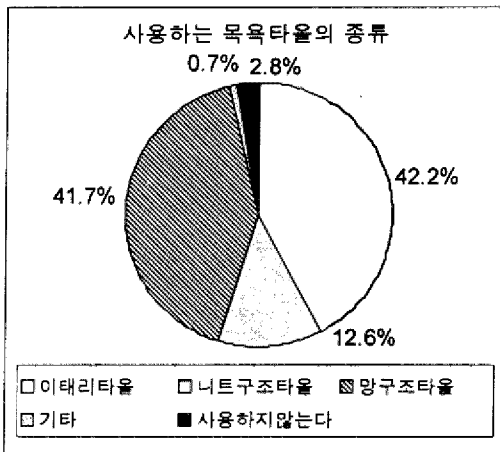
샤워를 하는 주된 장소로는 연령층에 상관없이 응답자들 중 95.7%가 집이라고 응답하였다

〈표 9〉 샤워를 하는 주된 장소

장소	집	목욕탕	찜질방	온천탕	전체
빈도 (명)	374	8	5	4	391
백분율 (%)	95.7	2.0	1.3	1.0	100

8) 사용/선호하는 목욕타올의 종류

사용하는 목욕타올은 이태리 타올이 42.2%로 가장 높았고, 망구조 41.7%, 니트구조 12.6%의 순으로 나타났다. 사용하지 않는다고 응답한 경우도 2.8%가 응답하였다. 종래의 전통적인 목욕타올로 인식되어 오던 이태리 타올보다는 망구조와 니트구조 같은 부드러운 목욕타올을 점차 많이 사용하고 있음을 알 수 있다. 이와같이 이태리 타올을 망구조 제품으로 대체하고 있다는 것은 목욕타올에 대한 소비자의 감성이 변화하고 있음을 반영하는 것이라 볼 수 있다. 선호하는 목욕타올은 여전히 이태리 타올, 망구조의 타올이 높게 나타났으나 그러나 니트구조의 경우 12.6%가 사용하고 있다고 응답했던 니트구조의 타올이 선호도에서 19.0%로 증가하는 것은 주목할만하다.



[그림 5] 사용하는 목욕타올의 종류

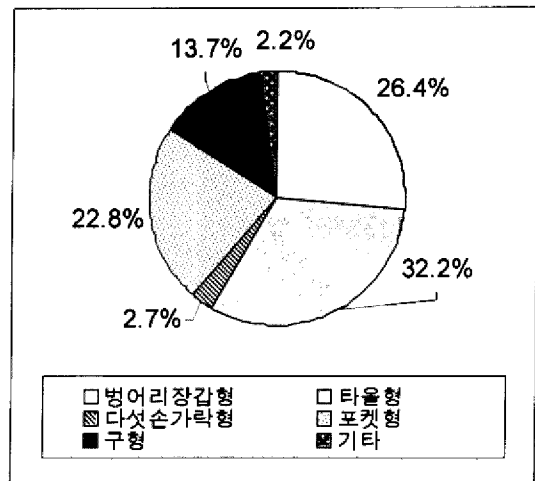
9) 사용/선호하는 목욕타올의 형태

사용하는 목욕타올의 형태는 타올형이 32.2%로 가장 높고, 병어리 장갑형 26.4%, 포켓형 22.8%, 구형 13.7%의 순으로 나타났다.

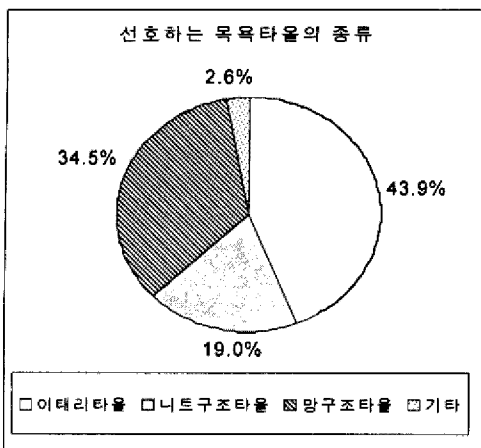
병어리 장갑형이 35%로 높게 나타났고, 다섯손가락형도 9.3%로 사용하는 목욕타올의 형태 비율보다는 더 선호도가 증가된 결과를 보였다.

10) 피부마찰 여부 및 시간

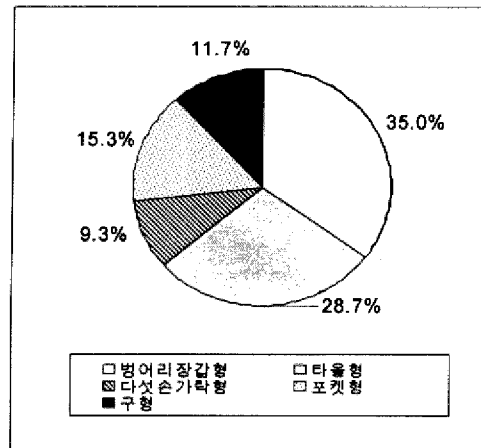
각질층 제거를 위해서 피부마찰을 하는 사람은 63.9%, 하지 않는 사람은 36.1%로 조사되었다. 10분 이내의 피부마찰을 하는 사람의 응답비율이 49.4%로 높게 나타났으며, 10-30분의 피부마찰도 34.2%로 비교적 높게 나타났다.



[그림 7] 사용하는 목욕타올의 형태

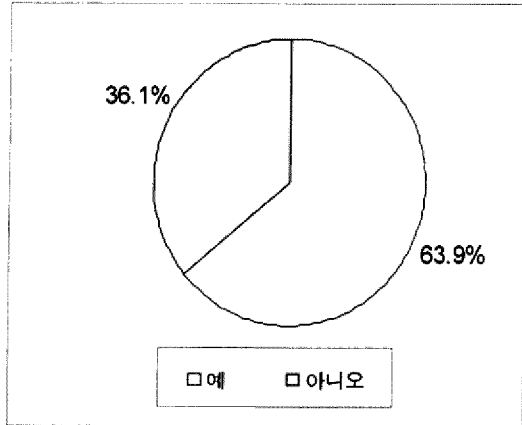


[그림 6] 선호하는 목욕타올의 종류



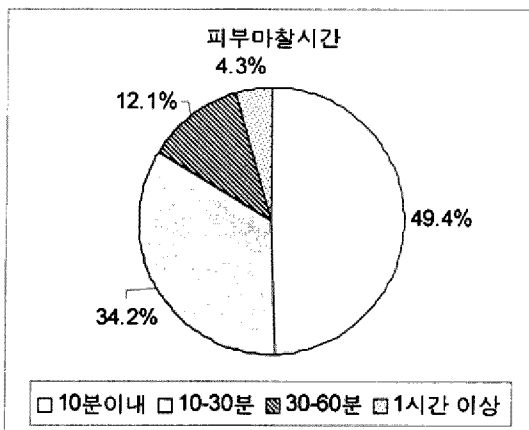
[그림 8] 선호하는 목욕타올의 형태

11) 연령, 피부변인의 목욕습관과의 상관 관계



[그림 9] 피부마찰 여부

목욕습관에 관한 각 변인들간의 상관성을 살펴보기위해 SPSS의 상관분석을 실시하여 표로 제시 하였다. 그 결과 <표 10>에서 보는 바와 같이 연령은 피부, 목욕유형, 사용타올, 선호타올과 부적상관 즉 나이가 많을수록 건성피부가 많고, 이태리타올을 많이 사용하고 선호함을 나타냈다. 피부타입은 사용타올과 선호타올에 정적상관 즉, 민감성피부일수록 부드러운 타올을 선호하는 것으로 나타났다. 목욕유형은 사용타올, 선호타올, 마찰여부와 정적상관 즉 샤워를 즐길수록 부드러운 타올을 좋아하고 각질제거를 하지 않는 것으로 나타났다. 사용하는 타올과 형태가 선호하는 타올과 형태에 영향을 많이 주며 마찰여부와도 밀접한 관계를 가지는 것을 알 수 있었다.



[그림 10] 피부마찰시간

3. 목욕타올에 대한 소비자 요구사항

1) 목욕타올에 대한 소비자 요구사항

소비자들이 목욕타올을 선택할 때, 일반적으로 중요하다고 생각하는 요구사항 19개 항목을 추출하여 5점 척도로 표시하도록 하여 분석에 이용하였다. 요인추출방법은 Principal component analysis를 사용하였고, 요인의 수는 고유값 1의 기준으로 결정하였으며 각 요인들의 주어진 변인을 명확하게 반영하기 위하여 Varimax 직교회전법을 사용하여 분석하였다. 회전결과에 의한 각 요인별 요구사항은 요인적재값이 0.5 이상인 것만을 선정하여 17개의 항목을 변인으로 채택하였으며 요인분석 결과와 요인별 문항 및 명칭은 <표 11>과 같다.

각 요인에 속한 요구사항의 요인의 의미를 살펴보면, 요

<표 10> 연령, 피부변인의 목욕습관과의 상관 관계

	연령	피부	목욕유형	사용타올	선호타올	타올형태	선호형태	마찰 여부
피부	-0.323**							
목욕유형	-0.272**	0.090						
사용타올	-0.181**	0.133**	0.246**					
선호타올	-0.134**	0.190**	0.131**	0.526**				
타올형태	0.037	0.015	0.030	0.199**	0.138**			
선호형태	0.000	0.035	0.012	0.039	0.061	0.486**		
마찰여부	-0.094	0.016	0.126**	0.195**	0.165**	0.106*	0.101*	
마찰시간	-0.058	0.034	0.014	-0.072	-0.043	0.055	0.066	0.085

*P< 0.05, ** P< 0.01

〈표 11〉 목욕타올에 대한 소비자 요구사항의 구성차원

요인	소비자 요구사항	요인적재값	고유값	누적분산(%)	cronbach's α
요인1: 촉감특성	기포력	0.731	4.47 (2.18)*	23.55 (11.46)*	0.69
	표면마찰	0.677			
	촉감	0.656			
	소재	0.505			
요인2: 내구성특성	사용후 형태유지	0.732	2.10 (2.11)*	34.59 (22.56)*	
	가격	0.697			
	색상견뢰도	0.618			
요인3: 디자인특성	내구성	0.507	1.58 (2.10)*	42.89 (33.66)*	
	색상	0.836			
	브랜드	0.815			
요인4: 구성특성	디자인	0.589	1.18 (2.02)*	49.13 (44.30)*	
	신축성	0.757			
	속건성	0.631			
요인5: 위생성능특성	봉재성	0.528	1.15 (1.79)*	55.16 (53.75)*	
	피부손상 주지않음	0.784			
	맛사지 효과	0.700			
	위생성	0.635			

* : 최종통계치

인 1은 목욕타올의 촉감과 소재와 관련된 요구사항으로 구성되어 있으므로 촉감특성 요인이라 명명하였으며, 고유값은 2.28이고 전체분산의 11.46을 설명하며 소비자가 목욕타올을 선택할 때 가장고려하는 중요한 구성차원으로 나타났다. 요인 2는 사용 후 형태유지, 색상견뢰도, 내구성과 관련된 요구사항으로 구성되어 내구성 특성 요인이라 명명하였고 고유값은 2.11이고 전체분산의 11.1%를 차지하였다. 요인 3은 색상, 브랜드, 디자인을 포함하여 디자인 특성요인이라 하였으며, 고유값은 2.10이고 전체분산의 10.9%를 차지하였다. 요인 4는 신축성, 속건성, 봉재성을 포함하여 구성특성이라 명명하였으며 고유값은 2.02이고 전체분산의 10.64%를 차지하였다. 요인 5는 피부손상 주지않음, 맛사지 효과, 위생성과 관련된 요구사항으로 위생성능이라 명명하였으며 고유값은 1.79이고 전체분산의 9.45%를 차지하였다. 또한 각요인별 신뢰도를 보기위하여 Cronbach's α 값을 계산한 결과 5개의 요인 모두 0.63이상으로 좋은 내적 일관성을 나타내었다.

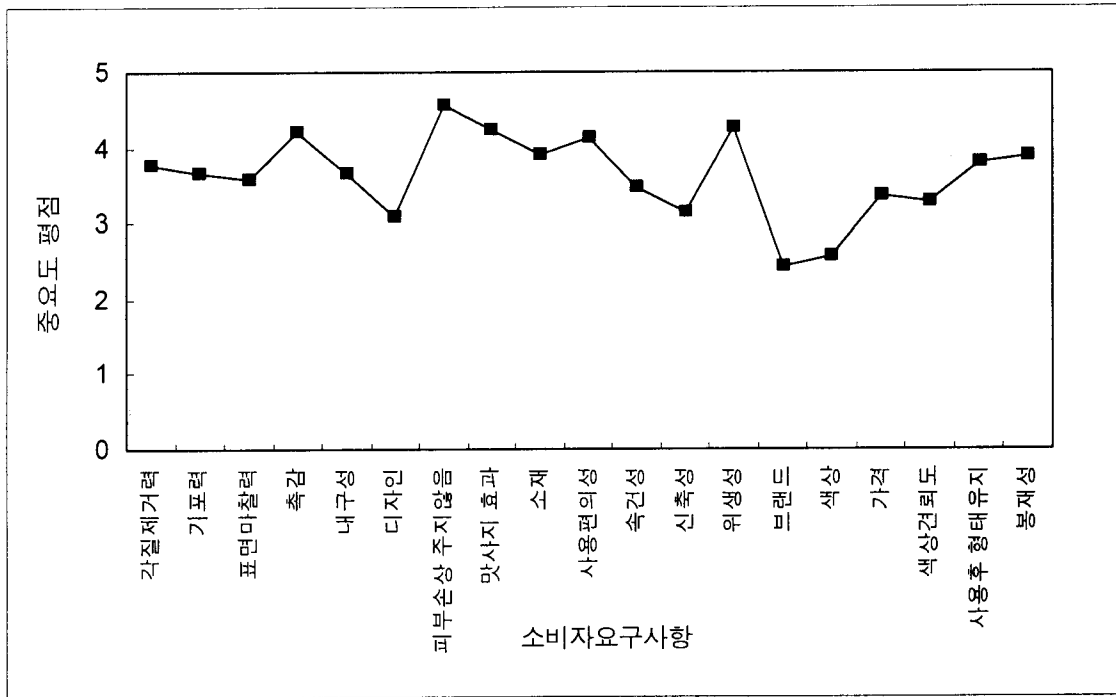
2) 소비자 요구사항의 중요도 평점

목욕타올에 대한 소비자의 요구를 제품개발에 반영하고 상품 개발자로 하여금 소비자의 요구사항 중 어떤 항목이 가장 중요하며, 또 어떤 것들이 다른 속성으로 대체될 수 있는가를 파악하기 위하여 19개의 소비자 요구사항에 대하여 중요도 평점을 조사하여 <표 12>에 나타내었다. 추출된 각각의 요구사항에 대하여 일관성 있는 가

〈표 12〉 소비자 요구사항의 중요도 평점

소비자 요구사항	중요도 평점	소비자 요구사항	중요도 평점
각질제거력	3.76	속건성	3.46
기포력	3.67	신축성	3.15
표면마찰력	3.59	위생성	4.27
촉감	4.21	브랜드	2.42
내구성	3.65	색상	2.57
디자인	3.08	가격	3.37
피부손상 주지않음	4.56	색상견뢰도	3.27
맛사지 효과	4.23	사용후 형태유지	3.81
소재	3.92	봉재성	3.89
사용편의성	4.13		

중치 비교를 위해 1-5점까지의 중요도 점수를 부여하도록 하였다. 중요도 점수는 5: 가장 중요하다, 4: 매우 중요하다, 3: 중간정도로 중요하다, 2: 약간 중요하다, 1: 전혀 중요하지 않다고 분류하였다. [그림 11]에서 보는 바와 같이 목욕타올 선택 시 소비자 요구사항 중 "피부손상 주지 않음"이 가장 중요하게 고려되는 항목으로 나타났으며 그 다음으로는 "위생성", "맛사지 효과", "촉감", "사용 편의성", "소재"등을 중요하게 고려하는 것으로 나타났다.



[그림 11] 소비자 요구사항의 중요도 평점

3) 연령에 따른 목욕타올에 대한 소비자 요구사항의 분석

목욕타올의 요구사항에 대하여 응답자들의 연령에 따라 어떠한 차이를 나타내는 지를 구체적으로 검증하기 위하여 ANOVA를 실시하였고 그 결과는 <표 13>과 같다. 표에서 보는 바와 같이 목욕타올에 대한 소비자의 요구사항을 연령별로 분석해 본 결과, 각질 제거력, 기포력, 표면마찰력, 촉감, 내구성, 피부손상 주지않음, 맛사지 효과, 소재, 사용편의성, 속건성, 위생성, 봉제성 등 디자인 특성과 가격을 제외한 모든 항목에 대하여 연령대별 유

의미한 차이를 나타내었다.

4) 연령에 따른 목욕타올에 대한 다중범위 검정

<표 14>에서 보는 바와 같이 목욕타올의 각질제거력에 대한 연령대별 의식의 차이를 살펴보면 3,40대보다는 20대가 목욕타올의 각질제거력을 더 중요하게 고려하는 것으로 나타났으며, 기포력에 대해서는 50대에 비해 20, 40대 응답자들이 통계적으로 유의미하게 더 중요하다고 대답하였다. 또한 표면 마찰력, 피부손상 주지않음, 소재, 속건성, 봉제성 등의 항목에 대한 응답자들의 연령대별

<표 13> 연령에 따른 목욕타올에 대한 분산분석 결과

소비자 요구사항	F값	소비자 요구사항	F값
각질 제거력	5.193**	속건성	5.703***
기포력	15.792***	신축성	2.021
표면마찰력	9.756***	위생성	14.290***
촉감	24.713***	브랜드	1.300
내구성	2.917*	색상	1.294
디자인	0.869	가격	0.427
피부손상 주지않음	12.677***	색상견뢰도	1.550
맛사지 효과	4.236**	사용후 형태유지	0.851
소재	10.851***	봉제성	6.806***
사용편의성	2.680*		

*P< 0.05, ** P< 0.01, *** P< 0.001

<표 14> 연령에 따른 목욕타올에 대한 다중범위 검정

소비자 요구사항	연령대	평균	Duncan 다중범위검정	F-값
각질제거력	40	3.536	a	5.193**
	30	3.550	a	
	50	3.621	ab	
	20	3.892	b	
기포력	50	3.062	a	15.792***
	30	3.647	b	
	20	3.777	bc	
	40	3.946	c	
표면마찰력	50	3.092	a	9.756***
	40	3.509	b	
	30	3.628	b	
	20	3.733	b	

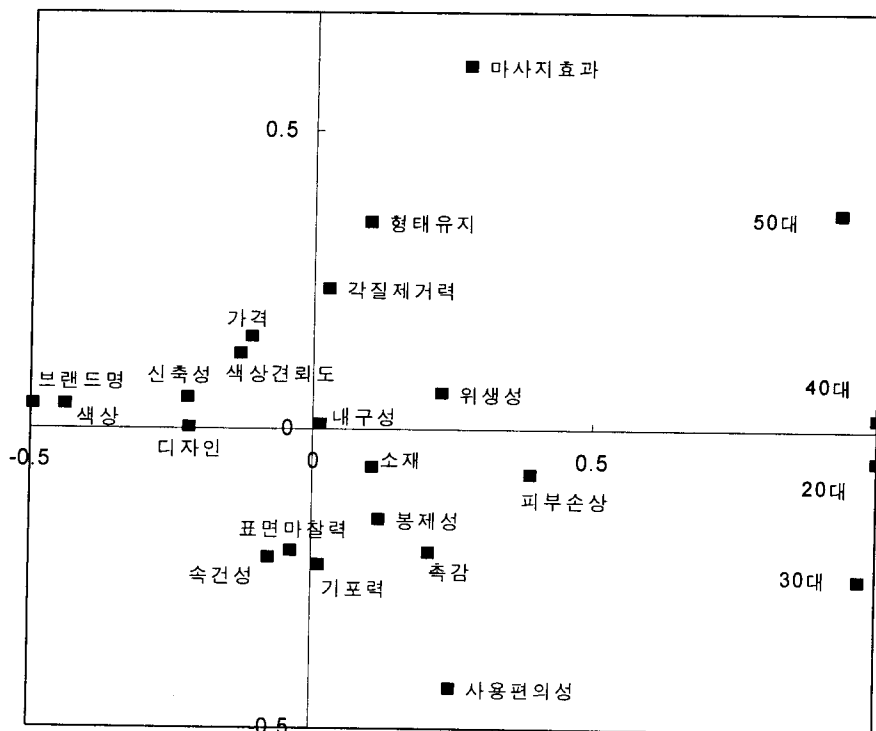
〈표 14〉 -계속

소비자 요구사항	연령대	평균	Duncan 다중범위검정	F-값
촉감	50	3.621	a	24.713***
	40	3.982	b	
	30	4.216	c	
	20	4.420	c	
피부손상 주지않음	50	4.091	a	12.677***
	40	4.571	b	
	30	4.608	b	
	20	4.669	b	
소재	50	3.439	a	10.851***
	30	3.824	b	
	40	3.982	b	
	20	4.060	b	
속건성	50	3.000	a	5.703***
	40	3.500	b	
	20	3.542	b	
	30	3.568	b	
위생성	50	3.879	a	14.290***
	40	4.000	a	
	30	4.098	a	
	20	4.474	b	
봉재성	50	3.455	a	6.806***
	20	3.932	b	
	40	4.036	b	
	30	4.060	b	

의식 차이는 50대 보다는 나머지 20, 30, 40대에서 더 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 연령별 유의차에 대한 가장 높은 F값을 보인 촉감에 대해서는 50대보다는 40대가, 40대보다는 20, 30대가 목욕타올의 요구사항으로 촉감을 매우 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 내구성에 대하여는 50대보다는 20, 40대 응답자들이 더 중요하다고 대답하였고, 피부손상 주지않음의 항목에 대해서는 50대와 비교하여 나머지 연령대 응답자들이 보다 더 중요하게 고려한다고 답하였다. 맛사지 효과에 대하여는 30대보다 20, 40, 50대 응답자들이 더 중요하게 인식하는 것으로 나타났으며, 사용 편의성에 대해서는 30대가 유의미하게 50대보다 더 중요하게 생각하는 사항으로 나타났다. 또한 위생성 항목에 대하여는 20대가 다른 연령대보다도 매우 중요하게 고려하는 항목으로 나타났다. 외관특성과 관련된 요구사항들, 즉, 디자인, 색상, 사용후 형태유지등의 항목과 가격, 브랜드와 같은 성능외적인 요인들에 대해서는 연령대별 유의미한 의식 차이를 보이지 않았다.

5) 목욕타올에 대한 소비자 요구사항과 연령간의 다차원 퍼기

연령별 목욕타올 선택시 고려하는 요인과의 상호 관련성을 평가하기 위하여 목욕타올 선택시 요구사항에 따른



〔그림 12〕 목욕타올의 요구사항과 연령간의 다차원 퍼기

연령의 위치도를 작성하기 위하여 DOS용 다차원퍼기 전용 프로그램인 MDPREF(박광배, 2000)를 사용하여 다차원 퍼기(multidimensional unfolding)를 실시하였다.

[그림 12]는 목욕타올 선택시 고려하는 요소와 연령과의 관계를 나타내기위해서 MDPREF를 사용하여 다차원 퍼기를 하여 시각적으로 표현한 것이다. 모든 연령대에서 브랜드명, 색상, 신축성, 디자인 가격, 색상건뢰도, 속건성, 표면마찰력은 그다지 중요하게 여기지 않는 요소로 나타났다. 40, 50대는 목욕타올의 마사지효과, 형태유지, 각질제거력을 중요한 요소로 여기는 것으로 나타났으며, 20, 30대는 피부손상, 촉감, 기포력, 사용편의성, 소재 등을 중요한 요소로 여기는 것으로 나타났다.

IV. 결론 및 제언

본 연구는 도시에 거주하는 20대에서 50대까지의 여성 426명을 대상으로 목욕에 대한 습관 및 실태를 파악하고 목욕타올에 대한 요구사항을 조사하여 상품개발자로 하여금 제품개발에 반영할 수 있는 데이터 베이스를 제공하고자 하였다. 426명의 설문 조사결과를 수집하여 분석한 결과는 다음과 같다.

1. 도시여성의 목욕유형으로는 샤워를 선호한다는 응답이 84.7%, 통목욕을 주로 한다는 응답이 15%로 나타났다.

2. 목욕의 목적은 청결효과가 가장 우선 순위로 나타났으며, 그 다음으로 신체적 건강유지, 스트레스 완화, 미용효과의 순으로 나타났다.

3. 목욕시간, 목욕빈도, 목욕장소, 사용하는 타올, 선호 타올, 피부마찰 여부 및 시간등을 조사한 결과, 통목욕을 하는 주시간대는 저녁이 가장 많으며(41.9%), 샤워를 하는 횟수는 매일 한다가 44.6%로 가장 높게 나타났다. 통목욕을 하는데 걸리는 시간은 1-2시간이 39.8%로 가장 높고, 샤워를 하는데 걸리는 시간은 10-20분이 40.4%로 나타났다. 통목욕을 하는 주된 장소는 집이 41.8%, 목욕탕의 38.9%보다 약간 높게 나타나 아파트 문화의 발달 등 주거 환경의 변화를 반영하고 있는 것을 알 수 있다. 찜질방이나 온천탕도 10.7%, 8.6%를 보여 근래의 찜질방 문화의 확산과 건강에 대한 관심도를 나타내는 결과를 보여주었다. 샤워를 하는 주된 장소로는 집이 95.7%로 월등히 높게 나타났다. 사용하는 목욕타올은 이태리 타올이 42.2%로 가장 높았고, 망구조 41.7%, 니트구조 12.6%

의 순으로 나타났다. 응답자들이 선호하는 타올의 형태는 병어리 장갑형이 35%로 가장 높게 나타났다. 각질층 제거를 위해서 피부마찰을 하는 사람은 63.9%, 하지 않는 사람은 36.1%로 조사되었다. 피부마찰을 하는 시간은 10분 이내의 피부마찰을 하는 사람의 응답비율이 49.4%로 높게 나타났으며, 10-30분의 피부마찰도 34.2%로 비교적 높게 나타났다.

4. 목욕습관에 관한 변인들간의 상관 관계를 살펴본 결과, 연령은 피부, 목욕유형, 사용타올, 선호타올과 부적 상관 즉 나이가 많을수록 건성피부가 많고, 이태리타올을 많이 사용하고 선호함을 나타냈다. 피부타입은 사용타올과 선호타올에 정적상관 즉, 민감성피부일수록 부드러운 타올을 선호하는 것으로 나타났다. 목욕유형은 사용타올, 선호타올, 마찰여부와 정적상관 즉 샤워를 즐길수록 부드러운 타올을 좋아하고 각질제거를 하지 않는 것으로 나타났다. 사용하는 타올과 형태가 선호하는 타올과 형태에 영향을 많이 주며 마찰여부와도 밀접한 관계를 가지는 것을 알 수 있었다.

5. 목욕타올에 대한 소비자 요구사항의 구성차원을 살펴보기 위해 요인분석을 실시한 결과 5개의 요인으로 구성차원이 도출되었다. 각 요인에 속한 요구사항의 요인의미를 살펴보면, 요인 1은 촉감특성 요인, 요인 2는 내구성 특성요인, 요인 3은 디자인 특성요인, 요인 4는 구성 특성요인, 요인 5는 위생성능요인이라 명명하였다. 19가지 목욕타올 선택 시 고려되는 항목 중 “피부손상을 주지 않음”이 가장 중요하게 고려되는 항목으로 나타났다.

6. 목욕타올의 요구도에 대한 연령대별 의식의 차이를 살펴보면 촉감, 각질제거력, 기포력, 표면 마찰력, 피부손상 주지않음, 소재, 속건성, 봉제성, 내구성, 맛사지 효과, 위생성 등의 요구사항에 대해서는 연령간 통계적으로 유의한 차이를 나타냈으며, 외관특성과 관련된 요구사항들, 즉, 디자인, 색상, 사용후 형태유지등의 항목과 가격, 브랜드와 같은 성능외적인 요인들에 대해서는 연령대별 의식 차이를 보이지 않았다. 피부타입에 따라서는 표면마찰력, 촉감, 소재에서 차이를 나타내었으며, 나머지 항목들에 대해서는 피부타입에 따른 차이를 보이지 않았다.

7. 목욕타올의 표면 마찰력, 피부손상 주지않음, 소재, 속건성, 봉제성 등의 항목에 대한 응답자들의 연령대별 의식 차이는 50대 보다는 나머지 20, 30, 40대에서 더 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 연령별 유의차에 대한 가장 높은 F값을 보인 촉감에 대해서는 50대보다는 40대가, 40

대보다는 20, 30대가 목욕타올의 요구사항으로 촉감을 매우 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 지성피부를 가진 사람이 민감성피부를 가진 사람보다 표면마찰력, 촉감, 소재의 항목에서 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

8. 연령별 목욕타올 선택시 고려하는 요인과의 상호 관련성을 평가하기 위하여 목욕타올 선택시 요구사항에 따른 연령의 위치도를 작성하기 위하여 다차원퍼기를 한 결과, 모든 연령대에서 브랜드명, 색상, 신축성, 디자인 가격, 색상견뢰도, 속건성, 표면마찰력은 그다지 중요하게 여기지 않는 요소로 나타났다. 40, 50대는 목욕타올의 마사지효과, 형태유지 각질제거력을 중요한 요소로 여기는 것으로 나타났으며, 20, 30대는 피부손상, 촉감, 기포력, 사용편의성, 소재 등을 중요한 요소로 여기는 것으로 나타났다.

과거 통목욕이 중심이었던 목욕문화가 샤워 중심의 문화로 바뀌면서 소비자의 목욕타올의 사용목적도 주로 피부각질제거를 하는 때밀이의 용도보다는 피부표면의 피지와 같은 지용성 오구 제거의 용도로 변화되어 가고 있다. 이러한 추세는 각질제거 용도로 사용되는 소재보다는 피부에 자극은 적게 주고 피부표면의 오구만을 제거할 수 있는 소재가 앞으로는 많이 선호될 것 이라는 예측을 가능하게 하므로 관련 생산업체에서는 실제소비자의 요구에 맞는 제품을 생산하여야 할 것이다.

소비자의 목욕타올 요구도의 구성차원에서 가장 중요한 요인으로 평가된 것이 촉감특성이었고 가장 중요하게 평가된 것이 “피부손상을 주지 않음”으로 평가 된 것은 피부손상은 없으면서 피부표면의 오구만을 제거하는 촉감이 좋은 목욕타올을 요구한다는 것을 알 수 있다. 아울러 2,30대와 4,50대의 목욕타올 선택 시 고려요소가 다르므로 대상 연령대별 타겟 연령의 요구에 맞춘 목욕타올 설계도 고려해 볼 만하다.

본 연구조사만으로는 소비자의 선호하는 촉감 수준을 알 수 없었다. 따라서 후속연구를 통해 소비자가 선호하는 촉감 수준을 파악하고, 피부손상은 없으면서 오구제거 효과를 갖는 목욕타올의 적절한 소재 구성조건이나 표면 특성 등을 정의하는 것이 필요하다.

주제어 : 목욕습관, 목욕실태, 소비자 요구사항, 목욕타올

참 고 문 헌

- 권삼윤의 비교문화 기행 '목욕문화vs 함맘' (1988, 9. 3) 주간조선.
- 목욕의 역사 (2004, 3. 10) 동아일보.
- 박광배 (2000). 다차원척도법. 서울:학지사.
- 이기중, 오중협 (1989). 목욕과 사우나가 안압, 혈압, 맥박과 체온에 미치는 영향. 대한안과학회지, 30(6), 121-127.
- 이두영 (2003). 스파 & 온천여행. 중앙 M&B.
- 최희정, 이은옥 (2002). 목욕행위와 건강상태와의 관계-도시지역에 거주하는 여성을 대상으로-. 대한 간호학회지, 32(4), 519-528.
- 한영준 (1999). 목욕도 관광상품이다. 집사재, 18-19.
- Hoffman, GB (2000). Is sauna use detrimental in patients with stable CAD?. *Am. Fam. Physician*, 61(4), 1112-1113.
- Keast, ML, & Adamo, KB (2000). The Finnish sauna bath and its use in patients with cardiovascular disease. *Journal of cardiopulm rehabil*, 20(4), 225-230.
- Lee, B, Chung, S, Jun, T, & Jang, C (1996). Effects of bath and gymnastics on fatigue recovery. In 96 *International Conference on Sports Science*, 2, The Korean Alliance for health & physical Education, 852-859.
- Perasalo, J (1988). Traditional use of the sauna for hygiene and health in Finland. *Ann Clin Res*, 20(4), 220-223.
- Sorri, P (1988). The sauna and sauna bathing habits-a psychoanalytic point of view, *Ann Clin Res*, 20(4), 236-239.
- Sudakov, KV, Sinitchikin, VV, & Khasanov, AA (1988). Systemic responses in man exposed to different heating and cooling treatment in sauna, *Pavlov J. Biol Sci.*, 23(3), 89-94.
- Valtakari, P (1988). The sauna and bathing in different countries, *Ann Clin Res*, 20(4), 230-235.

(2005. 07. 13 접수; 2005. 08. 13 채택)