

# 남성의 투블럭 커트 스타일 이용실태 및 선호도

심은홍<sup>1</sup>, 임순녀<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>동신대학교 뷰티미용학과 학생, <sup>2</sup>동신대학교 뷰티미용학과 교수

## Current 2-Block Haircut Styles and Preferences in Men

Eun-Hong Sim<sup>1</sup>, Sun-Nye Lim<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Student, Dept. of Cosmetology, Dong Shin University

<sup>2</sup>Professor, Dept. of Cosmetology, Dong Shin University

**요약** 본 연구는 현재 유행하고 있는 투블럭 커트 스타일의 정확한 이해와 효율성을 높이기 위해 투블럭 커트 스타일의 이용실태와 선호도를 분석하였다. 2019년 6월 27일부터 7월 6일까지 전남 일부지역의 20~40대 남성 441명을 대상으로 설문조사하여 430부를 본 연구에 사용하였다. SPSS 21.0 프로그램을 통해 전산 처리하여 빈도분석과 교차분석을 실시하였고, 그 결과는 다음과 같다. 헤어커트 결정요인으로 20~40대의 58.4%가 자신의 판단으로 헤어 커트를 결정하는 것으로 나타났다. 투블럭 커트 스타일은 61.2%가 관심이 있고, 54.7%가 투블럭 커트 스타일에 대한 경험이 있으며, 경험자 중 92.3%가 만족한다고 하였다. 그 이유는 59.4%가 원하는 스타일과 일치하기 때문이며, 무경험의 경우는 27.7%가 나랑 어울리지 않는 것 같아서라고 하였다. 이상의 결과를 통해 알 수 있는 것은 사회적 환경의 요구에 의해 남성들의 외모관리는 필요한 요건이 되었으며, 타인의 권유보다는 자신의 의지에 의해 헤어스타일을 생각하고 미용실을 방문하였다. 투블럭 커트 스타일은 많은 고객들이 자신에게 어울릴 것 같아서 선호하였고, 깔끔한 이미지 표현을 위한 헤어 스타일로 손질이 편리한 투블럭 커트 스타일을 하고 있다. 이에 본 연구는 앞으로도 꾸준히 선호할 것으로 전망되는 투블럭 커트 스타일의 매출증대 효과 및 학문적 기초자료를 제시하는데 기여하고자 하였으며, 향후 여성들에게도 새로운 여성 투블럭 커트 스타일을 적용하여 심도 깊은 후속연구를 제안하고자 한다.

**키워드** : 투블럭, 이용실태, 선호도, 헤어 커트, 외모관리

**Abstract** This study analyzed current use of 2-block haircut styles and preferences for accurate understanding of the haircut and enhancement of its efficiency. For this, a questionnaire survey was performed against 441 men in their 20~40s living in Jeollanam-do from June 27 to July 6, 2019. A total of 430 copies were used for final analysis. The collected data were analyzed by frequency analysis and cross-tabulation analysis, using SPSS 21.0, and the results found the followings: When asked about the factors affecting their choice of the haircut, 58.4% (20~40s in age) responded, 'my own decision'. Second, 61.2% said that they were interested in a 2-block haircut, and 54.7% responded that they had the haircut before. Among them, 92.3% said that they were satisfied with the trendy undercut. The above results confirm that men's appearance management is now essential, considering changes in social environments. People envision their hairstyle and visit a hair salon based on their own will, not after recommendation from their acquaintances. Many customers prefer a 2-block haircut because they believe it looks good on them. In addition, they choose the easy-to-care undercut to have a clean and neat image. It is anticipated that the study results would make a contribution to suggesting basic academic data and enhancing sales in a 2-lock haircut which is expected to remain popular. Therefore, it proposes in-depth studies on new 2-block haircut styles for women.

**Key Words** : 2-block, current use, preference, haircut, appearance management

### 1. 서론

현대 사회는 외모를 가꾸는 남성들이 점점 증가하면서 남성의 외모관리 행동은 단정한 헤어스타일과 스

킨이나 로션만 바르던 남성들이 요즘은 염색과 퍼머닝 트 웨이브를 하고 얼굴에는 마사지 팩을 하는 다양한 양상이 나타나고 있다. 마스크에서도 남성들도 외모를 가꾸어야 한다는 구호와 더불어 외모를 가꾸는 남성을

\*Corresponding Author : Sun-Nye Lim(isn6685@nate.com)

현대의 남성상으로 부각되고 있다[1].

경쟁력의 한 요소로 인식된 외모가 사회 및 학계에서 관심이 높아지고 외모지상주의로 발전되어 다양한 외모관리 행동이 이뤄지고[2], 이와 더불어 남성들의 외모 가꾸기 또한 ‘꽃미남’이라는 단어가 남성외모의 키워드가 되면서 남성들의 외모가 자신의 가치를 한 단계 높이는 수단으로 사용되고 있는 현실은 외모가 경쟁력인 시대가 되었다[3]. 현대 산업의 발달과 시장 경제의 성장 속에서 뷰티산업도 지속적인 성장추이를 보이고 있고, 그 중에서 헤어 미용분야는 많은 비중을 차지한다. 헤어 살롱 매출증대의 많은 요인 중에서 남성들의 외모에 대한 관심이 높아지는 사회적 환경이 헤어 살롱의 매출과도 관계가 있다는 것이 인식되면서 남성헤어스타일에 대한 관심과 연구가 꾸준히 지속되고 있다. 남성 고객의 비중이 커지고 있고, 남성 헤어 스타일에 대한 자료가 충분하지 않기 때문에 연구가 더욱 필요한 시점이기도 하다.

미용실을 방문하기 꺼려 하던 남성들도 점점 미용실을 찾는 빈도수가 증가 하고 있는 추세인데, 빅 데이터를 활용한 연구에 따르면 키워드를 이용한 다양한 마케팅이 공유되고 성공적으로 이뤄지고 있다. 다양한 키워드 중에서 헤어커트와 투블럭 커트, 남성디자이너는 중복적으로 대두되거나 여러 항목에서 반복적으로 순위에 오르고 데이터량이 증가하고 있는 것을 알 수 있었다[4].

남성 헤어스타일에 관한 일반적인 선행연구들을 살펴보면, 한국 남성 헤어스타일 변천에 관련된 연구[5, 6]를 하였고, 투블럭 스타일에 대한 연구[7, 8]는 있었다. 그러나 남성 헤어 커트 스타일에 선호하는 이미지를 파악하거나 현재 유행하고 있는 투블럭 커트 관련 논문은 미비하였다.

이에 본 연구의 목적은 미용실 현장과 문헌연구를 통해 여러 가지 헤어스타일 중에서 최근 많이 사용되고 있는 투블럭 커트의 인식과 선호도를 조사하고자 한다. 이로 인하여 헤어디자이너들이 투블럭 커트의 활용도를 높이고 일반화하여, 고객들이 선호하는 커트 디자인을 제시하여 고객접객과 고객서비스 만족을 위한 매뉴얼로 미용실 매출증대 효과와 학문적 기초자료로 활용하는데 기여하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 헤어스타일의 개념

헤어스타일이란 창조성과 상상력이 정립된 과학적

이론과 예술적 기능을 바탕으로 아름다워지고자 하는 사람들의 욕구에서 비롯된 시각적인 면과 심리적인 면을 나타내는 핵심요소라고 본다. 또한 헤어스타일은 개개인의 얼굴형과 외모와 관련된 이미지를 그 시대에 사회적, 경제적, 문화적 배경과 직업, 지위, 나이, 성격, 역할에 따라 또 다른 모습으로 아름답고 어울리게 표현하는 것이다[9]. 헤어스타일의 구성은 현재의 패션과 문화를 대변하는 중요한 역할이라 할 수 있으며, 헤어디자이너는 연출하는 과정에 따라 다소 차이는 있겠지만 머리의 형태, 질감, 칼라 등 헤어스타일의 구성요소를 중심으로 하여 점, 선, 형태, 크기, 공간 등의 시각디자인에 의한 색채 부여나 질감 등을 소재로 하는 조형 예술이라 할 수 있다[10].

### 2.2 남성 헤어 커트의 개념

남성 헤어 커트를 문헌연구에서 사전적 정의를 찾기는 어렵지만, 학문적 자료에서는 남성 헤어스타일로 분류하여 설명하고 있다. S. Y. Choi(2008)은 남성 헤어스타일이 인류의 탄생과 함께 시작되어 민족, 시대, 개인에 따라 다양하게 나타나고 신분과 성별, 계급과 지위, 혼인 유무를 나타내는 사회의 중요한 장식요소라고 하였다[11].

E. K. Lee(2016)은 ‘남성미용’으로 용어를 구분하여 과거에는 단순히 커트만 하여 단정함을 추구하였고, 현재는 자신의 개성과 사회적 위치나 직위를 나타내기 위한 여러 가지 스타일이 있다고 정리하였다[12]. K. H. Park(2017)은 과거의 남성 헤어스타일은 개인의 특성을 표현하는 수단이며[13], 직업이나 연령에 따라 암묵적인 규제가 있었고, 2000년 이후 유니섹스의 영향으로 다양한 남성상과 여러 종류의 헤어스타일이 디자인되고 있다고 하였다.

남성 헤어 커트는 과거에 비해 21세기가 되면서 다양한 길이와 과감한 투블럭 커트 스타일로 남성적인 헤어스타일을 연출하고 있다.

### 2.3 남성 헤어 커트의 종류

우리나라의 시대적 변천 과정에서 남성 헤어 커트는 사회·문화적 환경으로 인해 다양한 종류가 유행되었다. 1960년대는 가위로만 자른 스포츠머리와 상고머리가 있었고 가르마를 타는 머리형과 포마드를 이용하여 뒤로 넘기는 올백 스타일이 있었다. 1970년대부터는 정부에 대한 도전의 의미로 무작정 길러 내리는 긴 머리 스타일의 장발이 유행하였고, 우리나라에서 헤어 커트의 개념이 확립된 시대로 모발을 각도에 의해 나누어서 기하

학적으로 자른다는 개념이 정착된 시기이기도 하다.

1980년대는 반사회적인 경향으로 형형색색의 벼슬을 세우는 펑크헤어스타일이 유행하였고, 남성적이며 스포츠적인 면을 강조하는 젠틀한 스타일도 함께 유행했다. 교복 자율화와 두발 규제가 완화되면서 획일적인 머리 모양이 다양화되었다. 80년대 중반부터는 상고 스타일과 스포츠 스타일을 많이 했고, 남성들도 미용실을 이용하기 시작하였다. 이 시기부터 미용실에서 핀컬 퍼머를 했는데, 컬과 볼륨을 강조하는 웨이브 스타일이었다.

1990년대는 프랜차이즈 형태의 남성 전용 미용실이 등장하였고, 복고풍이 재등장하고 염색이 크게 유행하였으며, 남성들의 가치관이 크게 변화하여 자연스럽게 나폴거리리는 신 낭만파 머리형까지 등장하게 되었다.

2000년대는 월드컵의 개최로 인해 안정환의 아줌마 퍼머, 데이비드 베컴의 모히칸 스타일이 폭발적인 인기를 끌었다. 배용준의 바람머리 웨이브 퍼머가 빅히트였고, 커트와 파마의 전성시대가 들어서게 되면서 커트의 형태와 질감, 컬러를 다양하게 결정하는 개성이 강한 헤어스타일이 유행되기 시작했다. 디스커넥션, 샤키 커트 등 헤어스타일이 다양하게 변화되었으며, 여성들과 마찬가지로 남성도 미에 대한 욕구가 커져 그루밍족, 노무족, 꽃중년, 초식남이라는 신조어까지 생길 정도로 남성들의 헤어스타일과 패션은 라이프 스타일에 따라서 매우 다양한 변화를 가져오게 되었다.

남성 커트 스타일 종류에 투블럭 커트가 들어간 선행연구 중 M. S. Kim(2016)은 남성 헤어 커트의 종류를 댄디, 리첸트, 투블럭, 비대칭, 머쉬룸, 모히칸, 스포츠 커트 등으로 분류하였다.

#### 2.4 투블럭 커트의 개념

투블럭 커트는 두상을 두 개로 나눈다는 점에서 공통점이 있으나 용어가 파트, 섹션, 구역, 부분으로 다양하게 사용되고 있다. 일반적인 투블럭 커트는 두 파트를 나눠서 시작하며, 옆머리와 뒷머리의 머리를 짧게 커트하고, 윗머리는 모발 길이에 따라 다양한 커트 스타일을 낼 수 있다. 모발의 길이가 비대칭으로 내린 형태가 전형적인 투블럭 헤어스타일이라고 정의하였다.

E. K. Lee(2016)은 윗머리와 아랫머리의 볼륨을 나누어 각각 다른 길이로 커트를 하고 클리퍼를 사용하여 안쪽머리를 짧게 자르거나 또는 가위만을 이용하여 윗머리와 아랫머리의 길이에 단차를 주는 스타일이라고 하였다.

G. R. Park(2013)은 투블럭으로 나누고 윗부분을 리첸트 컷으로 표현하는 투블럭 리첸트 스타일과 앞머리를 뒤로 올려 스타일링 하며 길이의 차이가 확실하게 강조되는 스타일을 투블럭 포마드스타일이라고 하였다.

### 3. 연구방법

#### 3.1 연구대상 및 절차

본 연구는 미용실의 이용 실태와 투블럭 커트의 경험유무와 선호도를 알아보기 위한 목적으로 한다. 분석을 위한 표본은 20대~40대로 설정하였고, 자료의 수집은 자기기입식 온라인 설문을 사용하였으며 휴대폰 문자와 카카오톡으로 URL을 발송하여 2019년 6월 27일부터 7월 6일까지 실시하였다. 본 연구에서는 온라인 설문 441명의 응답결과를 회수하여 응답내용이 신뢰성이 없다고 판단되는 자료는 분석에서 제외시킨 후, 분석 가능한 430명의 유효 표본만을 대상으로 SPSS 21.0 프로그램을 통해 전산 처리하였다.

#### 3.2 설문구성 및 내용

조사대상의 일반적 특성의 측정도구는 [14,15] 연구자의 설문항목 중 연령, 직업, 결혼 여부, 최종학력, 월 평균소득, 헤어 커트 결정요인을 본 연구에 맞게 수정·보완하여 6문항을 연구에 사용하였다. 투블럭 커트 스타일 이용실태는 M. S. Kim(2016)의 선행연구에서 투블럭 커트 관심, 경험 여부, 시술 만족도, 시술 만족 이유, 시술 불만족 이유, 무경험 이유 등의 6문항을 본 연구의 목적에 맞게 편성하여 설문의 문항을 크게 2가지로 분류하여 총 12문항으로 설문지를 구성하였다.

### 4. 연구결과

#### 4.1 연구대상자 및 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성에 대해 빈도 분석을 실시한 결과는 Table 1 과 같다. 분석결과 연령은 20대 144명(33.5%), 30대 144명(33.5%), 40대 142명(33.0%)으로 나타났고, 직업은 일반회사원 131명(30.5%), 자영업 75명(17.4%), 전문직 68명(15.8%), 프리랜서 35명(8.1%), 공무원 30명(7.0%) 순으로 나타났다.

결혼여부는 미혼 219명(50.9%), 기혼 211명(49.1%)으로 나타났고, 최종학력은 고졸 89명(20.7%), 전문대 재/졸 145명(33.7%), 4년제 재/졸 168명(39.1%), 대학

원 재/줄 28명(6.5%)으로 나타났다.

월 평균 소득은 200만원 미만 109명(25.3%), 200~300만원 미만 140명(32.6%), 300~400만원 미만 82명(19.1%), 400만원 이상 99명(23.0%)으로 나타났

고, 헤어커트 결정 요인은 자신의 판단 251명(58.4%), 헤어 디자이너의 추천 105명(24.4%), SNS, TV, Blog 38명(8.8%), 지인추천 20명(4.7%) 순으로 나타났다.

Table 1. Subjects' Characteristics

Classification		Frequency(N)	Percentage(%)
Age	20s	144	33.5
	30s	144	33.5
	40s	142	33.0
Occupation	Freelancer	35	8.1
	Sole Proprietor	75	17.4
	Professional	68	15.8
	Government Employee	30	7.0
	Office Worker	131	30.5
	Etc.	91	21.2
Marital Status	Single	219	50.9
	Married	211	49.1
Educational Background	High School	89	20.7
	Junior College	145	33.7
	4-year College	168	39.1
	Graduate School	28	6.5
Average Monthly Income	Less than KRW 2 million	109	25.3
	KRW 2 million ~ Less than KRW 3 million	140	32.6
	KRW 3 million ~ Less than KRW 4 million	82	19.1
	More than KRW 4 million	99	23.0
Haircut Determinants	hairstylist Recommendation	105	24.4
	Customer's Own Decision	251	58.4
	Acquaintance's Recommendation	20	4.7
	SNS, TV, Blog	38	8.8
	Etc.	16	3.7
Total		430	100.0

## 4.2 투블럭 커트 스타일 이용실태

다음은 투블럭 커트 스타일 이용실태를 살펴보고, 조사대상자의 일반적 특성에 따라 그 차이를 보기 위해 교차분석 한 결과이다.

### 4.2.1 투블럭 커트 스타일 관심

투블럭 커트 스타일 관심을 분석한 결과 Table 2와 같다. 전체적으로 분석결과를 볼 때, '매우 많은 편이다' 64명(14.9%), '많은 편이다' 199명(46.3%), '적은 편이다' 119명(27.7%), '매우 적은 편이다' 48명(11.2%)으로 나타나 전체 61.2%가 투블럭 커트 스타

일에 관심이 많다는 것을 알 수 있다.

연령, 결혼여부, 월 평균 소득에 따라 조사대상자의 일반적 특성이 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다( $p < .05$ ). 연령에 따라 20~30대의 경우 40대에 비해 상대적으로 투블럭 커트 스타일에 대해 관심이 많은 것으로 나타났다. 미혼의 경우 기혼에 비해 상대적으로 투블럭 커트 스타일에 대해 관심이 많은 것으로 결혼 여부에 따라 나타났다. 또한 월 평균 소득에 따라서는 비교적 월 평균 소득이 적을수록 투블럭 커트 스타일에 대해 관심이 많은 것으로 나타났다.

2010년 초부터 중반까지 짧은 스포츠 커트 스타일을 선호하던 남성들이 유행에 의해 투블럭 커트를 점차적으로 인지하기 시작했고, 머리 길이와 스타일의 시대적 변화가 오게 되었다. Table 2 에서 볼 수 있듯이 20~30대의 젊은 층은 유행에 민감하고 유행을 선도하고자 하는 욕구가 크기 때문에 투블럭 커트 스타일에 대한 관심이 많고 빨리 받아들이며, 본인 스타일로 흡수하여 연출하고 주변에 전파하는 연령층이다.

40대는 의견이 크게 둘로 나뉘는데, 타인의 시각에

신경을 쓰는 성향은 유행을 쫓아가기 위해 투블럭 스타일에 관심을 갖고, 반면에 자기 스타일을 고집하며 고정된 스타일을 선호하는 성향은 관심이 다소 떨어지는 것으로 관심의 정도가 구분된다. 따라서 헤어스타일을 상담할 때 20~30대는 소통의 키워드를 보다 유행에 민감한 성향에 맞춰야 하고, 상대적으로 관심이 적은 40대는 개인의 성향 파악이 먼저 이루어지고 헤어스타일의 변화에 대한 욕구를 파악해야 할 것으로 사료된다.

Table 2. Interest in 2-block Haircut

Classification		Interest in 2-block Haircut				$\chi^2$ (p)
		Very Much	Much	Little	Very Little	
Age	20s	32(22.2)	67(46.5)	36(25.0)	9(6.3)	28.821*** (.000)
	30s	20(13.9)	79(54.9)	31(21.5)	14(9.7)	
	40s	12(8.5)	53(37.3)	52(36.6)	25(17.6)	
Occupation	Freelancer	5(14.3)	23(65.7)	4(11.4)	3(8.6)	18.792 (.223)
	Sole Proprietor	9(12.0)	32(42.7)	22(29.3)	12(16.0)	
	Professional	9(13.2)	36(52.9)	15(22.1)	8(11.8)	
	Government Employee	8(26.7)	15(50.0)	6(20.0)	1(3.3)	
	Office Worker Etc.	19(14.5) 14(15.4)	55(42.0) 38(41.8)	40(30.5) 32(35.2)	17(13.0) 7(7.7)	
Marital Status	Single	40(18.3)	106(48.4)	56(25.6)	17(7.8)	9.117* (.028)
	Married	24(11.4)	93(44.1)	63(29.9)	31(14.7)	
Educational Background	High School	9(10.1)	40(44.9)	25(28.1)	15(16.9)	12.509 (.186)
	Junior College	25(17.2)	62(42.8)	46(31.7)	12(8.3)	
	4-year College	27(16.1)	78(46.4)	44(26.2)	19(11.3)	
	Graduate School	3(10.7)	19(67.9)	4(14.3)	2(7.1)	
Average Monthly Income	Less than KRW 2 million	22(20.2)	49(45.0)	33(30.3)	5(4.6)	20.521* (.015)
	KRW 2 million ~ Less than KRW 3 million	21(15.0)	63(45.0)	42(30.0)	14(10.0)	
	KRW 3 million ~ Less than KRW 4 million	15(18.3)	36(43.9)	21(25.6)	10(12.2)	
	More than KRW 4 million	6(6.1)	51(51.5)	23(23.2)	19(19.2)	
Haircut Determinants	hairstylist Recommendation	14(13.3)	48(45.7)	31(29.5)	12(11.4)	12.832 (.381)
	Customer's Own Decision	43(17.1)	110(43.8)	68(27.1)	30(12.0)	
	Acquaintance's Recommendation	3(15.0)	9(45.0)	7(35.0)	1(5.0)	
	SNS, TV, Blog	3(7.9)	25(65.8)	9(23.7)	1(2.6)	
	Etc.	1(6.3)	7(43.8)	4(25.0)	4(25.0)	
Total		64(14.9)	199(46.3)	119(27.7)	48(11.2)	

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

4.3 투블럭 스타일 경험 여부

투블럭 커트 스타일 경험 여부를 분석한 결과는 Table 3 과 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, 235명 (54.7%)은 투블럭 커트 스타일 경험이 있는 것으로 나타났고, 195명(45.3%)은 경험이 없는 것으로 나타났다.

연령, 결혼여부에 따라서 조사대상자의 일반적 특성 통계가 유의미한 차이로 나타났다(p<.01). 연령에 따라 20~30대의 경우 40대에 비해 상대적으로 투블럭 커트 스타일 경험이 많은 것으로 나타났고, 결혼여부에 따라 미혼이 상대적으로 투블럭 커트 스타일 경험이 기혼보다 많은 것으로 나타났다.

연예인을 동경하고 따라 하기 좋아하는 10대~20대 연령은 막연하게 연예인의 헤어스타일이 멋있어 보이고 유행에 민감하기 때문에 헤어스타일에 대한 관심이 매우 높다.

본 연구에서 62.6%의 미혼이 투블럭 커트의 경험이

있다고 나타났는데, H. J. Kim, H. S. Lee(2015)의 연구에서도 투블럭 경험 유무의 경우 61.7%가 경험이 있다고 응답한 높은 비율로 매우 유사한 결과 값이 나와 있어 이를 뒷받침 해주고 있다[16]. 이는 미혼의 경우 결혼하기 전 이성에게 잘 보이려고 외모에 대한 신경을 많이 쓰게 되며 매력을 발산하기 위해 헤어스타일에 대한 관심도 높을 수밖에 없기 때문이라고 생각한다.

직업적으로 프리랜서, 자영업, 공무원의 경우는 직장에서 고객을 상대로 외모적으로 혹은 업무적으로 주로 사람과 대면해야 하는 일이 많은 직업군이다. 보여지는 이미지로 인해 업무의 성과와 서비스 만족도에 영향을 끼칠 수도 있으며, 본인의 직업의식에 있어서도 외모에 대한 관리가 꼭 필요하기 때문에 투블럭 커트 스타일과 같은 유행스타일에 대한 변화를 두려워하지 않고 경험했을 것이라고 사료된다.

Table 3. Experience of 2-block Haircut

Classification		Experience of 2-block Haircut		χ <sup>2</sup> (p)
		Yes	No	
Age	20s	92(63.9)	52(36.1)	23.764*** (.000)
	30s	89(61.8)	55(38.2)	
	40s	54(38.0)	88(62.0)	
Occupation	Freelancer	23(65.7)	12(34.3)	6.425 (.267)
	Sole Proprietor	40(53.3)	35(46.7)	
	Professional	32(47.1)	36(52.9)	
	Government Employee	21(70.0)	9(30.0)	
	Office Worker Etc.	69(52.7) 50(54.9)	62(47.3) 41(45.1)	
Marital Status	Single	137(62.6)	82(37.4)	11.256** (.001)
	Married	98(46.4)	113(53.6)	
Educational Background	High School	42(47.2)	47(52.8)	3.376 (.337)
	Junior College	78(53.8)	67(46.2)	
	4-year College	98(58.3)	70(41.7)	
	Graduate School	17(60.7)	11(39.3)	
Average Monthly Income	Less than KRW 2 million	59(54.1)	50(45.9)	3.341 (.342)
	KRW 2 million ~ Less than KRW 3 million	84(60.0)	56(40.0)	
	KRW 3 million ~ Less than KRW 4 million	39(47.6)	43(52.4)	
	KRW 4 million			
	More than 4 million	53(53.5)	46(46.5)	

Classification		Experience of 2-block Haircut		$\chi^2$ (p)
		Yes	No	
Haircut Determinants	hairstylist Recommendation	61(58.1)	44(41.9)	1.361 (.851)
	Customer's Own Decision	133(53.0)	118(47.0)	
	Acquaintance's Recommendation	10(50.0)	10(50.0)	
	SNS, TV, Blog	21(55.3)	17(44.7)	
	Etc.	10(62.5)	6(37.5)	
Total		235(54.7)	195(45.3)	

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

#### 4.4 투블럭 커트 스타일 시술 만족도

투블럭 커트 스타일 경험이 있는 235명을 대상으로 투블럭 커트 스타일 시술 만족도를 분석한 결과는 Table 4 와 같다. 전체적인 분석결과를 볼 때, '매우 만족한다' 60명(25.5%), '만족한다' 157명(66.8%), '만족하지 않는다' 16명(6.8%), '매우 만족하지 않는다' 2명(0.9%)으로 나타나 전체 92.3%가 투블럭 커트 스타일 시술에 대해 만족하는 것으로 볼 수 있다.

조사대상자의 일반적 특성은 헤어커트 결정 요인에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며(p<.05), 투블럭 커트 스타일 시술에 대한 만족도가 매우 높은 것으로 나타났다.

이것으로 비춰보았을 때, 투블럭 커트 스타일을 시술 받고 난 후에 만족도가 높았다는 것이다. 투블럭 커트 스타일을 경험하지 못했던 고객도 처음에는 선호

하는 헤어스타일 아니지만 디자이너의 추천으로 경험 하게 하여 스타일에 만족하게 되면 새로운 스타일도 거부감 없이 받아들여지게 되고, 만족도가 높아져 고객 이탈을 낮출 수 있다.

소비층 중에서 생활 안정권에 들어선 40대 이상의 연령층에게 투블럭 커트 스타일로 변화를 주기 위한 상담(counseling)이 필요하다. 변화에 접근하기 어려운 연령에게는 반드시 투블럭 커트 스타일의 변화로 인한 효과와 손질의 편리함을 경험하기 위한 상담과정에서의 대화 기술(communication skill)로 충분한 설명을 통한 접근이 필요하다는 것이다. 헤어 디자이너는 최신 트렌드를 빠른 정보력으로 조사하고 고객에게 먼저 조언해 줄 수 있도록 끊임없는 헤어스타일에 대한 연구와 신기술 교육이 필요하다고 사료 된다.

Table 4. Satisfaction with 2-block Haircut

Classification		Satisfaction with 2-block Haircut				$\chi^2$ (p)
		Very Satisfied	Satisfied	Dissatisfied	Very Dissatisfied	
Age	20s	19(20.7)	66(71.7)	6(6.5)	1(1.1)	6.128 (.409)
	30s	25(28.1)	60(67.4)	4(4.5)	0(0.0)	
	40s	16(29.6)	31(57.4)	6(11.1)	1(1.9)	
Occupation	Free lancer	9(39.1)	10(43.5)	4(17.4)	0(0.0)	22.722 (.090)
	Sole Proprietor	9(22.5)	28(70.0)	2(5.0)	1(2.5)	
	Professional	12(37.5)	20(62.5)	0(0.0)	0(0.0)	
	Government Employee	9(42.9)	11(52.4)	1(4.8)	0(0.0)	
	Office Worker	11(15.9)	53(76.8)	4(5.8)	1(1.4)	
	Etc.	10(20.0)	35(70.0)	5(10.0)	0(0.0)	
Marital Status	Single	31(22.6)	96(70.1)	9(6.6)	1(.7)	1.694 (.638)
	Married	29(29.6)	61(62.2)	7(7.1)	1(1.0)	

Classification		Satisfaction with 2-block Haircut				$\chi^2$ (p)
		Very Satisfied	Satisfied	Dissatisfied	Very Dissatisfied	
Educational Background	High School	12(28.6)	28(66.7)	2(4.8)	0(0)	7.616 (.573)
	Junior College	21(26.9)	52(66.7)	5(6.4)	0(0)	
	4-year College	23(23.5)	67(68.4)	7(7.1)	1(1.0)	
	Graduate School	4(23.5)	10(58.8)	2(11.8)	1(5.9)	
Average Monthly Income	Less than KRW 2 million	13(22.0)	40(67.8)	6(10.2)	0(0)	10.720 (.295)
	KRW 2 million ~ Less than KRW 3 million	22(26.2)	59(70.2)	3(3.6)	0(0)	
	KRW 3 million ~ Less than KRW 4 million	11(28.2)	24(61.5)	4(10.3)	0(0)	
	More than 4 million	14(26.4)	34(64.2)	3(5.7)	2(3.8)	
Haircut Determinants	hairstylist Recommendation	16(26.2)	38(62.3)	6(9.8)	1(1.6)	22.477* (.033)
	Customer's Own Decision	36(27.1)	91(68.4)	6(4.5)	0(0)	
	Acquaintance's Recommendation	0(0)	9(90.0)	0(0)	1(10.0)	
	SNS, TV, Blog	7(33.3)	12(57.1)	2(9.5)	0(0)	
	Etc.	1(10.0)	7(70.0)	2(20.0)	0(0)	
Total		60(25.5)	157(66.8)	16(6.8)	2(.9)	

\*p&lt;.05

#### 4.5 투블럭 커트 스타일 시술 만족 이유

투블럭 커트 스타일 시술에 만족하는 217명을 대상으로 투블럭 커트 스타일 시술 만족 이유를 분석한 결과는 Table 5 와 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, '원하는 스타일과 일치해서'가 129명(59.4%)으로 가장 높게 나타났고, '요청에 따라 잘 시술해 줘서' 39명(18.0%), '서비스에 만족해서' 20명(9.2%), '충분한 설명이 있어서' 8명(3.7%), '친절해서' 3명(1.4%) 순으로 나타나 대체적으로 원하는 스타일과 일치해서 시술에 만족하는 것으로 볼 수 있다.

직업에 따라 조사대상자의 일반적 특성이 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며(p<.05), 프리랜서, 자영업, 전문직, 일반회사원의 경우 60% 이상이 원하는 스타일과 일치해서 시술에 만족하는 것으로 나타났으나 공무원의 경우 원하는 스타일과 일치해서 또는 요청에 따라 잘 시술해 줘서 만족하는 것으로 나타나 차이를 보였다.

그러나 전체적으로 봤을 때, 투블럭 커트 스타일을 시술받게 되면 20대, 30대, 40대 모든 연령층에서 만족

했고, 프리랜서, 자영업, 전문직, 공무원, 일반직, 기타 모든 직업군에서도 모두 만족한다는 의견이 대부분이다. 결혼 여부와 학력 및 소득에 관계없이 투블럭 커트 스타일을 대다수가 만족한다는 의견이다.

고객의 니즈를 파악하고 신뢰감을 줄 수 있는 보여지는 시각적인 자료들은 정확한 커트를 위한 모발의 길이 선정과 방향성과 섹션을 결정 짓는 중요한 요소이며 소통의 수단으로 활용될 수 있다. 이러한 시각적인 자료들은 스크랩 북(scrap book)이라고 하는 화보집에서 휴대폰이나 탭(tap)으로 발전하였고, 인공지능 AI(artificial intelligence) 시대에 들어선 지금은 미용실 경대에 터치 스크린(touch screen)이 설치된 키오스크(kiosk)까지 도입될 정도로 크게 성장하였다. 헤어디자이너가 추천해서 경험한 경우를 비롯해서 자신이 원하거나 다른 사람의 추천이거나 혹은 검색에 의한 정보로 인해 투블럭 커트 스타일을 시술 했을 때 원하는 스타일과 일치했기 때문에 만족도가 높은 것으로 사료된다.



Table 5. What Made You Satisfied with 2-block Haircut

Classification		What Made You Satisfied with 2-block Haircut						χ <sup>2</sup> (p)
		My needs were well met	The haircut was well explained	The haircut was the style I wanted	Satisfied with the service	The stylist was kind	Etc.	
Age	20s	20(23.5)	1(1.2)	47(55.3)	5(5.9)	1(1.2)	11(12.9)	13.052 (.221)
	30s	11(12.9)	5(5.9)	52(61.2)	11(12.9)	2(2.4)	4(4.7)	
	40s	8(17.0)	2(4.3)	30(63.8)	4(8.5)	0(0)	3(6.4)	
Occupation	Freelancer	4(21.1)	0(0)	13(68.4)	0(0)	1(5.3)	1(5.3)	40.775* (.024)
	Sole Proprietor	4(10.8)	3(8.1)	27(73.0)	2(5.4)	0(0)	1(2.7)	
	Professional	4(12.5)	3(9.4)	22(68.8)	2(6.3)	0(0)	1(3.1)	
	Government Employee	7(35.0)	0(0)	8(40.0)	3(15.0)	1(5.0)	1(5.0)	
	Office Worker Etc.	7(10.9) 13(28.9)	2(3.1) 0(0)	40(62.5) 19(42.2)	8(12.5) 5(11.1)	1(1.6) 0(0)	6(9.4) 8(17.8)	
Marital Status	Single	23(18.1)	3(2.4)	73(57.5)	13(10.2)	2(1.6)	13(10.2)	3.478 (.627)
	Married	16(17.8)	5(5.6)	56(62.2)	7(7.8)	1(1.1)	5(5.6)	
Educational Background	High School	6(15.0)	1(2.5)	24(60.0)	4(10.0)	2(5.0)	3(7.5)	11.287 (.732)
	Junior College	14(19.2)	4(5.5)	38(52.1)	10(13.7)	1(1.4)	6(8.2)	
	4-year College	17(18.9)	3(3.3)	57(63.3)	5(5.6)	0(0)	8(8.9)	
	Graduate School	2(14.3)	0(0)	10(71.4)	1(7.1)	0(0)	1(7.1)	
Average Monthly Income	Less than KRW 2 million	12(22.6)	1(1.9)	28(52.8)	3(5.7)	1(1.9)	8(15.1)	19.305 (.200)
	KRW 2 million ~ Less than KRW 3 million	12(14.8)	3(3.7)	50(61.7)	7(8.6)	1(1.2)	8(9.9)	
	KRW 3 million ~ Less than KRW 4 million	7(20.0)	3(8.6)	18(51.4)	7(20.0)	0(0)	0(0)	
	More than KRW 4 million	8(16.7)	1(2.1)	33(68.8)	3(6.3)	1(2.1)	2(4.2)	
Haircut Determinants	hairstylist Recommendation	6(11.1)	1(1.9)	32(59.3)	9(16.7)	1(1.9)	5(9.3)	25.308 (.190)
	Customer's Own Decision	26(20.5)	5(3.9)	80(63.0)	4(3.1)	2(1.6)	10(7.9)	
	Acquaintance's Recommendation	1(11.1)	0(0)	5(55.6)	3(33.3)	0(0)	0(0)	
	SNS, TV, Blog	4(21.1)	2(10.5)	9(47.4)	2(10.5)	0(0)	2(10.5)	
	Etc.	2(25.0)	0(0)	3(37.5)	2(25.0)	0(0)	1(12.5)	
Total		39(18.0)	8(3.7)	129(59.4)	20(9.2)	3(1.4)	18(8.3)	

\*p<.05

4.6 투블럭 커트 스타일 시술 불만족 이유

투블럭 커트 스타일 시술에 만족하지 않는 18명을 대상으로 투블럭 커트 스타일 시술 불만족 이유를 분석한 결과는 Table 6 과 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, '원하는 스타일과 달라서' 13명(72.2%), '요청에 따라 잘 시술을 안 해줘서' 1명(5.6%) 순으로 나타나 대체적으로 원하는 스타일과 달라서 시술에 만족하지 않는 것으로 볼 수 있다.

조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 통계적으로

유의미한 차이가 나타나지 않았다(p<.05).

기술력 있게 헤어 시술이 끝나고, 결과에 확신을 준다는 것은 고객에게 신뢰를 주는 것이다. 그런데 고객이 불만족하는 이유는 정확한 상담이 이루어지지 않았거나, 부족한 기술력으로 모발의 길이에 대한 측정과 섹션과 방향의 오류로 원하는 스타일이 나오지 않은 것으로 판단된다. 고객이 원하는 스타일을 정확하게 시술해 주어야만 고객은 만족하고 다양한 헤어스타일에 대한 변화를 받아들이고 재방문으로 이어질 것이다.

Table 6. What Made You Dissatisfied with 2-block Haircut

Classification		What Made You Dissatisfied with 2-block Haircut			χ <sup>2</sup> (p)
		My needs weren't well met	The haircut wasn't the style I wanted	Etc.	
Age	20s	1(14.3)	3(42.9)	3(42.9)	5.440 (.245)
	30s	0(0)	4(100.0)	0(0)	
	40s	0(0)	6(85.7)	1(14.3)	
Occupation	Freelancer	0(0)	4(100.0)	0(0)	5.354 (.719)
	Sole Proprietor	0(0)	2(66.7)	1(33.3)	
	Professional	-	-	-	
	Government Employee	0(0)	1(100.0)	0(0)	
	Office Worker	0(0)	3(60.0)	2(40.0)	
	Etc.	1(20.0)	3(60.0)	1(20.0)	
Marital Status	Single	1(10.0)	6(60.0)	3(30.0)	1.878 (.391)
	Married	0(0)	7(87.5)	1(12.5)	
Educational Background	High School	0(0)	1(50.0)	1(50.0)	4.569 (.600)
	Junior College	1(20.0)	3(60.0)	1(20.0)	
	4-year College	0(0)	6(75.0)	2(25.0)	
	Graduate School	0(0)	3(100.0)	0(0)	
Average Monthly Income	Less than KRW 2 million	1(16.7)	4(66.7)	1(16.7)	4.812 (.568)
	KRW 2 million ~ Less than KRW 3 million	0(0)	3(100.0)	0(0)	
	KRW 3 million ~ Less than KRW 4 million	0(0)	2(50.0)	2(50.0)	
	More than 4 million	0(0)	4(80.0)	1(20.0)	
Haircut Determinants	hairstylist Recommendation	0(0)	4(57.1)	3(42.9)	6.816 (.557)
	Customer's Own Decision	1(16.7)	5(83.3)	0(0)	
	Acquaintance's Recommendation	0(0)	1(100.0)	0(0)	
	SNS, TV, Blog	0(0)	2(100.0)	0(0)	
	Etc.	0(0)	1(50.0)	1(50.0)	
Total		1(5.6)	13(72.2)	4(22.2)	

#### 4.7 투블럭 커트 스타일 무경험 이유

투블럭 커트 스타일 경험이 없는 195명을 대상으로 투블럭 커트 스타일 무경험 이유를 분석한 결과는 Table 7 과 같다. 분석 결과 전체적으로 볼 때, '나랑 어울리지 않는 것 같아서'가 54명(27.7%)으로 가장 높게 나타났고, '원하는 스타일과 달라서' 46명(23.6%), '커트를 자주 해야 될 것 같아서' 20명(10.3%), '디자이너가 추천해 주지 않아서' 11명(5.6%), '손질이 불편할 거 같아서' 2명(1.0%) 순으로 나타나 대체적으로 나랑 어울리지 않는 것 같아서 투블럭 커트 스타일을 하지 않는 것으로 볼 수 있다.

조사대상자의 일반적 특성에 최종학력, 헤어 커트 결정 요인에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다 ( $p < .05$ ). 먼저 최종학력에 따라서는 고졸, 4년대 재/졸, 대학원 재/졸이 대체적으로 나랑 어울리지 않는 것 같아서 투블럭 커트 스타일을 하지 않는 것으로 나타났다. 나 전문대 재/졸의 경우 나랑 어울리지 않는 것 같아서 또는 원하는 스타일과 달라서 투블럭 커트 스타일을 원하지 않는 것으로 차이를 보였다. 또한 헤어 커트 결정 요인에 따라서는 헤어 디자이너의 추천, 자신의 판단, 지인 추천을 통해 헤어 커트를 결정한 경우 나랑 어울리지 않는 것 같아서 투블럭 커트 스타일을 하지 않는

것으로 나타났으나 SNS, TV, Blog를 통해 헤어 커트를 결정한 경우 커트를 자주 해야 될 것 같아서 투블럭 커트 스타일을 원하지 않는 것으로 차이를 보였다.

연령과 직업, 결혼 여부와 학력, 소득 모두 전반적으로 만약 디자이너가 추천을 하거나 유행하는 스타일로 타인이 추천을 하더라도 나랑 어울리지 않을 것이라는 선입견을 가지고 있다. 커트를 자주 해야 할 것

같다고 생각하며, 무엇보다 원하는 스타일과 다르다는 고정 관념을 가지고 있다는 것이다. 경험을 해 보지 않았기 때문에 편리함과 조화미에 대한 만족을 할 수 없는 것이다. 투블럭 커트 스타일 무경험 고객에게 좀 더 다양한 스타일 제시와 경험을 할 수 있는 계기가 필요하다고 사료된다.

Table 7. Reason Why You Haven't Had 2-block

Classification		Reason Why You Haven't Had 2-block						X <sup>2</sup> (p)
		The haircut is just not for me	Not recommended by the hairstylist	The haircut isn't the style I want	It may hard to take care of the haircut	This haircut may require frequent	Etc.	
Age	20s	10(19.2)	1(1.9)	15(28.8)	1(1.9)	4(7.7)	21(40.4)	15.387 (.119)
	30s	12(21.8)	3(5.5)	10(18.2)	1(1.8)	7(12.7)	22(40.0)	
	40s	32(36.4)	7(8.0)	21(23.9)	0(0)	9(10.2)	19(21.6)	
Occupation	Freelancer	2(16.7)	0(0)	0(0)	1(8.3)	2(16.7)	7(58.3)	30.677 (.200)
	Sole Proprietor	9(25.7)	3(8.6)	8(22.9)	0(0)	5(14.3)	10(28.6)	
	Professional	7(19.4)	2(5.6)	10(27.8)	1(2.8)	4(11.1)	12(33.3)	
	Government Employee	3(33.3)	1(11.1)	2(22.2)	0(0)	1(11.1)	2(22.2)	
	Office worker Etc.	23(37.1) 10(24.4)	4(6.5) 1(2.4)	16(25.8) 10(24.4)	0(0) 0(0)	7(11.3) 1(2.4)	12(19.4) 19(46.3)	
Marital Status	Single	17(20.7)	7(8.5)	20(24.4)	1(1.2)	8(9.8)	29(35.4)	5.271 (.384)
	Married	37(32.7)	4(3.5)	26(23.0)	1(0.9)	12(10.6)	33(29.2)	
Educational Background	High School	15(31.9)	3(6.4)	11(23.4)	1(2.1)	3(6.4)	14(29.8)	27.403 * (.026)
	Junior School	15(22.4)	3(4.5)	15(22.4)	0(0)	10(14.9)	24(35.8)	
	4-year School	21(30.0)	2(2.9)	19(27.1)	0(0)	5(7.1)	23(32.9)	
	Graduate School	3(27.3)	3(27.3)	1(9.1)	1(9.1)	2(18.2)	1(9.1)	
Average Monthly Income	Less than KRW 2 million	7(14.0)	1(2.0)	11(22.0)	1(2.0)	6(12.0)	24(48.0)	17.640 (.282)
	KRW 2 million ~ Less than KRW 3 million	18(32.1)	3(5.4)	15(26.8)	0(0)	4(7.1)	16(28.6)	
	KRW 3 million ~ Less than KRW 4 million	15(34.9)	4(9.3)	11(25.6)	1(2.3)	4(9.3)	8(18.6)	
	More than 4 million	14(30.4)	3(6.5)	9(19.6)	0(0)	6(13.0)	14(30.4)	
Haircut Determinants	Hairstylist Recommendation	11(25.0)	7(15.9)	9(20.5)	0(0)	3(6.8)	14(31.8)	32.335 * (.040)
	Customer's Own Decision	36(30.5)	4(3.4)	34(28.8)	1(0.8)	10(8.5)	33(28.0)	
	Acquaintance's Recommendation	4(40.0)	0(0)	1(10.0)	0(0)	2(20.0)	3(30.0)	
	SNS, TV, Blog	2(11.8)	0(0)	2(11.8)	1(5.9)	4(23.5)	8(47.1)	
	Etc.	1(16.7)	0(0)	0(0)	0(0)	1(16.7)	4(66.7)	
Total		54(27.7)	11(5.6)	46(23.6)	2(1.0)	20(10.3)	62(31.8)	

Classification	Reason Why You Haven't Had 2-block						χ <sup>2</sup> (p)
	The haircut is just not for me	Not recommended by the hairstylist	The haircut isn't the style I want	It may hard to take care of the haircut	This haircut may require frequent	Etc.	

\*p<.05

### 5. 결론

본 연구는 다양한 남성헤어스타일 중에서 20~40대를 대상으로 투블럭 커트 스타일의 미용실 이용실태와 투블럭 커트 스타일의 경험 유무에 따른 선호도를 분석함으로써 뷰티 산업 현장에서 필요한 고객접촉과 고객서비스 만족을 위한 매뉴얼로 미용실 매출증대 효과와 학문적 기초자료로 활용하는데 목적이 있다. 20~40대를 조사대상으로 2019년 6월 27일부터 7월 6일까지 휴대폰으로 URL을 발송하여 자기기입식으로 온라인 설문을 실시하였다. 수집된 430명의 최종 자료를 SPSS21.0 프로그램을 통해 분석되었다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성은 20대, 30대, 40대가 고르게 분포된 대상자였고, 직업은 일반회사원이 30.5% 많았고, 결혼여부는 미혼 50.9%로 조금 높았다. 최종학력은 4년제 재/졸 39.1%로 가장 높았고, 월 평균 소득은 200~300만원 미만이 32.6%로 가장 많았다.

둘째, 헤어커트 결정 요인은 자신의 판단이 58.4%로 가장 높았으며, 미용실 방문지점은 동네 소형 샵이 56.0%로 가장 높게 나타났으며, 연령, 직업, 결혼여부에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(p<.05). 비교적 연령이 적을수록 시내중심가 대형 샵 이용이 많은 것으로 나타났다. 미용실 방문요소는 63.5%로 미용기술을 가장 중요하게 생각하였고, 직업에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며(p<.05), 미용실 방문 동기는 일정한 기간이 지났을 때가 66.3%로 가장 높게 나타났다. 연령, 직업, 결혼여부, 월 평균 소득에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(p<.05). 이외에 20대의 경우 기분 전환이 필요할 때, 30~40대의 경우 친구 또는 가족의 권유로 방문하는 것으로 나타나 차이를 보였다. 미용실 방문횟수는 65.1%로 가장 높게 나와서 대체적으로 월 1회 이하 미용실을 방문하는 것으로 볼 수 있다. 조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 직업, 결혼여부에 따라 통계적으로 유의미한

차이가 나타났다(p<.05). 미용실 방문 시 사용금액은 2만원 미만이 45.8%로 가장 높았다. 직업에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(p<.01).

셋째, 조사대상의 전체 61.2%가 투블럭 커트 스타일에 대해 관심이 많은 것으로 볼 수 있다. 조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 연령, 결혼여부, 월 평균 소득에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(p<.05). 조사대상의 54.7%가 투블럭 커트 스타일에 대한 경험이 있고, 45.3%가 경험이 없다고 응답하였다. 연령, 결혼여부에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(p<.01).

투블럭 커트 스타일 경험이 있는 235명 중 92.3%가 투블럭 커트 스타일 시술에 대해 만족한다고 하였으며, 그 이유는 59.4%가 원하는 스타일과 일치하기 때문이라고 하였다. 무경험의 경우는 27.7%가 나랑 어울리지 않는 것 같아서라고 하였다.

이상의 결과를 통해 알 수 있는 것은 사회적 환경의 요구에 의해 남성들의 외모관리는 필요한 요건이 되었으며, 타인의 권유보다는 자신의 의지에 의해 헤어스타일을 생각하고 미용실을 방문하고 있다는 것이다. 이러한 결과로 유추해 볼 때 미용실 현장에서 매출 증대의 비중을 차지하고 있는 남성 고객의 서비스 만족을 위한 다양한 매뉴얼 개발과 실행도 필요하지만, 선호하는 헤어스타일을 시술 받기 위해서 규칙적으로 미용실을 방문하고 있는 충성고객들을 지속적으로 관리하고 만족도와 요구사항을 조사하여 만족도를 더 높여주는 안정된 경영방식의 마케팅도 중요하다고 사료된다.

### REFERENCES

[1] Bordo, S. (1999). "The Male Body: A New Look at Men in Public and in Private". New York: Farrar, Straus and Giroux  
 [2] Y. W. Shin, (2006). *A Study on Influencing*

*Variables of Man's Appearance Management Behavior*, M.S Thesis, Yonsei University, 1-89.

[3] J. Y. Mun, (2003). *A Study of Men Attitudes toward Management of their Appearance*, D.S Thesis, Kyungil University, 1-43.

[4] S. H. Moon, (2019). *Paradigm Changes in Hairdressing Industry Using Big Data*, M.S Thesis, f Gwangju Women's University, 1-8.

[5] E. S. Shin, (2005). A Study on the Changes of Men's Hair-Style -Focus on Men's Hair-Style Since the Enlightenment Period -, *Journal of Investigatve Cosmetology*, 1(1), 167-178.

[6] H. S. Kim, C. S. Sook, (2009). Study on change of Korean men's hair style design:Centering on pop stars's hair cut design after 1970, *Journal of Beauty And Art*, 10(3), 17-29.

[7] S. H. Lee, E. J. Park, (2016). A Study on Design for M an's Two Block Haircut M odel Used, *Journal of Beauty Industry*, 10(3), 87-108.

[8] M. S. Kim, (2016). *Study on Understanding and Preference of Male Hair cut Styles by Ages*, M.S Thesis, Konkuk University, 1-10.

[9] J. Y. Son, (2011). *A Study on the Perception of Image According to Face and Hair Style*, D.S Thesis, Konkuk University, 1-88.

[10] G. R. Park, (2013). *A study on image perception according to wedding head dress, hair style, and neckline*, M.S Thesis, Chung-Ang University, 1-86.

[11] S. Y. Choi, (2008). *A Study on Androgynous Trends of Men's Hair Style : Focused on Men's High Fashion Magazines from 2001 to 2007*, M.S Thesis, Konkuk University, 1-81.

[12] E. K. Lee, (2017). *A Study on Utilization of the male professional beauty salon and Satisfaction*, M.S Thesis, Eulji University, 1-64.

[13] K. H. Park, (2017). *A study of middle-aged Men's hair style : Focused on Flattop pattern*, M.S Thesis, Konkuk University, 1-67.

[14] J. E. Kim, (2014). *Analysis of Method and Favorite of 20's College Student Men Hair*

*Style*, M.S Thesis, Women's University, 1-33.

[15] K. S. Kim, (2012). *A Study on Women's Benefits, Interest, and Preferences Regarding Hairstyles according to Lifestyles*, M.S Thesis, SeoKyeong University, 1-67.

[16] H. J. Kim, H. S. Lee, (2015). Preference of 20's men hair style(mostly about two block style), *Journal of Korean Society Beauty Art*, 9(1), 15-24

심은홍(Eun-Hong Sim)

[희생회원]



- 2015년 2월 : 평생교육진흥원
- 2015년 3월 ~ 현재 : 동신대학교 뷰티미용학과 재학
- 2009년 2월 ~ 현재 : 심은홍미용기능장의 집

- 관심분야 : 헤어미용, 미용마케팅
- E-Mail : isn6685@nate.com

임순녀(Sun-Nye Lim)

[정회원]



- 1996년 2월 : 광주대학교 의상학과(미술학 학사)
- 2001년 2월 : 조선대학교 보건학과(보건학 석사)
- 2013년 2월 : 전남대학교 향장품학과(향장학 박사)
- 2013년 3월 ~ 현재 : 동신대학교 뷰티미용학과 교수

- 관심분야 : 헤어미용, 미용마케팅
- E-Mail : isn6685@nate.com