

## 성인 여성의 라이프스타일에 따른 메이크업표현과 구매행동에 관한 연구

배 정 숙 (대구대학교 조형예술대학 패션디자인학과 교수)

류 현 혜\* (대구대학교 조형예술대학 패션디자인학과 겸임교수)

본 연구에서는 여성의 라이프스타일 유형을 규정짓는 요인을 추출하여 군집을 분류한 후 분류된 군집별 인구통계학적인 특성을 파악하며 더 나아가 군집별 라이프스타일에 따른 얼굴에 대한 만족도, 메이크업 구매행동, 메이크업 표현과 사용정도 등을 조사·분석하여 메이크업 제품 마케팅 전략 수립에 도움이 되는 기초자료를 제시하고자 한다.

본 연구의 대상은 대구·경북에 거주하는 20세 이상의 성인여성을 대상으로 자기기입식 설문지를 이용하여 라이프스타일, 얼굴에 대한 만족 정도를 5점 척도로, 메이크업 구매행동에 대해서는 8문항, 메이크업 표현과 사용정도는 5문항, 인구 통계적 특성은 5문항으로 구성되었다. 통계분석은 SPSS를 이용하여 빈도, 백분율, 분산분석, K-means군집분석, ANOVA, Scheffe test,  $\chi^2$  test 등을 실시하였다.

성인 여성의 라이프스타일에 따른 메이크업표현과 구매행동에 관한 연구의 결론은 다음과 같다.

1. 라이프스타일의 유형을 메이크업소비지향성요인, 외모지향성요인, 경제지향성요인, 메이크업생활화요인, 메이크업관심요인의 5개 요인으로 나누어 요인분석한 다음 군집분석을 실시한 결과 개성적 메이크업추구집단, 의식적 메이크업생활화집단, 메이크업무관심집단, 합리적 메이크업추구집단으로 분류되었다.
2. 분류된 각 라이프스타일에 따른 인구 통계적 특성은 연령, 결혼여부, 직업, 학력, 월평균수입에 있어서 각 군집별 차이를 보였다.
3. 메이크업 라이프스타일에 따른 얼굴의 만족정도를 알아보기위해 분석하였는데 유의수준이 피부색, 피부결, 눈은 1%, 코의 경우 5%에서 유의하게 나타났다.
4. 메이크업 구매행동의 차이를 보기 위해 메이크업구매동기, 구매브랜드, 회사선호이유, 구매이용정보, 제품구매장소, 제품구매장소 선택이유, 구매시 중요사항, 월평균구입비 등에 대해 검증해 본 결과 군집별 차이를 보였다.
5. 메이크업 표현과 사용 정도의 차이를 보기 위해 메이크업 동기, 메이크업 정도, 표현하는 이미지, 가장 신경쓰이는 부분, 많이 갖고 있는 메이크업 종류 등에 대해 검증해 본 결과, 신경쓰이는 부분과 많이 갖고 있는 메이크업 종류에 있어서는 유의수준 5%에서, 그 외에는 유의수준 1%에서 모두 유의하게 나타났다.