

20대 여성의 화장행동과 화장품 선호도 분석

김 칠 순 (경희대학교 의류디자인전공, 부교수)

문 정 혜* (경희대학교 아트퓨전 디자인 대학원생)

화장품의 시장규모는 회사별, 유통경로별 소비자가의 산정방식이 다른 점을 감안해 국내제품은 생산액에 2배, 수입은 생산액에 5배를 산정해 추정했을 때 2002년의 경우에 약 11조라고 한다. 이와 같이 막대한 시장을 가지고 있는 화장품의 경우 소비자의 토달 패션추구와 함께 많은 연구를 필요로 하고 있다. 그동안 많은 선행연구가 이루어졌는데 20대 여성을 두개로 세분화하여 두 그룹 간 선호도 비교를 한 연구는 없었다. 따라서 본 연구에서는 소비자의 감성이 민감한 20대 여성 소비자들을 대상으로 화장행동과 화장품 선호도를 고찰하고자 하였으며 상품기획과 마케팅 전략에 도움이 되는 데이터를 수집하는데 연구의 의의를 두었다.

본 연구의 독립변인으로는 20-23세의 연령집단과 24-29세의 연령집단으로 세분화 한 연령세분집단, 라이프스타일 측정항목 중에서 요인분석을 실시한 후 패션외모관심 요인을 군집 분석하여 분류한 패션외모 고관심 집단/저관심 집단이다. 또한 독립변인에 따라서 20대 여성들이 추구하는 메이크업 이미지에 따라서 화장품 선호도에 차이가 있는지를 확인하고자 하였다.

연구대상은 서울과 경기도에 거주하는 20대 여성을 포함한 400명으로 층화추출법으로 선정하였고 자료분석은 SPSS를 사용하여 빈도, t 검정, Chi-square검정, ANOVA, 군집분석을 실시하였고 다음과 같은 결과를 얻었다.

1. 현재 사용 중인 화장품 품목과 연령 세분집단의 연관성 분석결과 화장품 품목에 따라 유의하게 연관성이 있음을 확인하였고, 20-23세의 경우 주로 기초화장품의 순위가, 24-29세의 경우 색조화장품의 순위가 더 높게 나타났다. 패션외모관심집단과 색조화장품 색상 선택 기준의 연관성 분석 결과 유의한 연관성이 있음을 확인하였다. 두 관심집단 모두 자신이 좋아하는 색상 선택이 가장 높은 순위로 나타났으나, 유행색 선택에서 패션외모 고관심 집단이 저관심 집단 보다 더 높은 비율로 나타나 현저한 차이를 보였다.
2. 립스틱 색상과 질감, 아이섀도우 질감, 아이라이너, 화운데이션 선호도와 20-23세와 24-29세 두 세분집단의 연관성 분석결과 유의하게 연관성이 있음을 확인하였다.

본 연구에서는 화장품 시장의 주 소비자 계층인 20-29세의 여성을 대상으로 20-23세와 24-29세 두 세분집단이 메이크업 행동, 화장품 선호도, 구매행동에 있어서 통계적으로 유의하게 연관되어 있음을 확인하였다.

3. 메이크업 추구이미지별 화장품 선호도에서는 립스틱 색상은 색시한, 청순한 이미지에서 유의한 차이가 있었고 아이라이너, 화운데이션은 색시한 이미지에서 유의한 차이가 있었다.