

# 20대와 30대 남성의 라이프 스타일에 따른 화장품 구매 및 사용행동

이문영\* · 김용숙

전북대학교 의류학전공 석사과정\* · 전북대학교 의류학과 교수

경제가 발전하고 생활 수준이 향상됨에 따라 화장품은 필수품으로 자리잡고 있다. 또한 삶의 질을 추구하면서 정신적 또는 신체 내적인 건강에 대한 관심이 높아지고 동시에 신체 외적인 건강과 아름다움에 대한 기대와 욕구가 다양해지고 있다. 이에 남성들의 문화도 과거와 다른 양상으로 변화하고 있다.

성인남성들의 생활에서 직장 생활이 차지하는 비중이 매우 크다. 또한 사회 생활에서 연령 역할에 대한 기대가 커지기 때문에 남성들은 연령이 증가하면서 매력적인 외모를 유지하기 원하며, 외모 관리를 위하여 화장품의 구매 및 사용도 증가 추세를 보인다. 이러한 변화 속에서 화장품 산업에서 남성 화장품이 차지하는 비중이 증대되고 있다. 즉 남성의 외모에 대한 가치관이 변화함에 따라 외모를 향상시키기 위하여 많은 남성들이 화장품을 구매하여 사용하고 있다.

이에 본 연구는 20-30대 직장남성 소비자들 대상으로 라이프스타일에 따른 남성화장품 시장을 세분화하여 집단별 화장품 구매 및 사용행동 특성을 분석하여 화장품 생산업체와 유통업체의 상품 생산 및 기획에 필요한 기초자료를 제공하며, 남성화장품 구매자의 만족도를 증진시킬 수 있는 방안을 모색하고자 한다.

연구대상은 전라북도 중·소도시에 거주하는 20-30대의 학생, 직장인, 취업준비생 등을 대상으로 500명을 임의 표집하였다. 연구방법은 라이프스타일과 화장품 구매 및 사용행동에 관한 연구와 문헌을 근거로 작성한 설문지를 이용하여 자료분석은 SPSS Ver.12.0을 사용하여 빈도와 백분율을 계산하고 요인분석, 군집분석, 교차분석, 일원분산분석 등을 실시하였다.

연구결과는 다음과 같다. 첫째, 20-30대 남성의 라이프스타일은 패션감각, 사교참여, 인터

넷정보활용, 양성의식, 인터넷정보제공, 스포츠활동, 계획구매, 변화추구, 전통적 경제성 등으로 구성되었고 이들 변인의 총 설명력은 60.57%였다. 이들 요인을 기초로 실질적 정보활용 집단, 감각적 사교활동 집단, 양성주의 집단, 보수적 집단, 소극침체 집단으로 유형화 되었으며, 실질적 정보활용 집단의 크기가 제일 크고 보수적집단의 크기가 작았다. 둘째, 실질적 정보활용 집단의 경우 20대 후반의 학력이 높은 편인 직장인들이 많았으며 월평균 총수입은 200만-300만원 수준이었다. 감각적 사교활동집단은 20대 후반의 비교적 학력수준이 높은 미혼 남성이었다. 보수적 집단은 30대 후반의 학력이 높은 미혼 남성이었다. 소극적 침체집단은 20대 후반의 미혼 남성으로 비교적 소득수준이 높았다. 셋째 실질적 정보활용 집단은 다양한 정보원을 활용하고 화장품 상설할인매장에서 실질적으로 구매했다. 감각적 사교활동집단은 메스미디어를 이용하여 최신 유행경향을 따르고 화장품 사용에서 매트록색채열적인 성향을 보이고 또 본인이 직접 화장품을 구매하고 사교활동에 적극적이었다. 보수적 집단은 화장품구매를 아내나 여자친구에 의존하는 구매형태를 보였다. 소극침체 집단은 정보원 활용에 있어 판매자의 권유를 잘 수용하고 경제적으로 화장품을 구매하였다.

이상과 같이 20-30대 남성들은 라이프스타일에 따라 차별화된 화장품의 구매와 사용행동을 보였다. 이들은 인터넷을 통하여 화장품 관련 정보도 수집하고 자신이 구매하는 적극적 성향을 보였다. 특히 화장품 구매장소로 화장품 전문매장, 할인매장, 인터넷 매장 등을 선호하므로 이에 맞는 마케팅 전략이 요구된다.