

화장에 관한 기존연구 유형의 분석

백 경 진 · 김 미 영[†]

경원대학교 의상학과

Analysis of Previous Make-up Study

Kyoung-Jin Baek and Mi-Young Kim[†]

Kyung-won University

(2003. 12. 1. 접수 : 2004. 1. 16. 채택)

Abstract

The purpose of this study was to analyze the previous make-up studies. A number of publications and journals were reviewed and analyzed carefully.

The results of review and analysis were as follows:

There were many different subjects in make-up studies and They can be divided into ten types : cosmetics purchase behavior, change of make-up culture and comparison, make-up trend by era, cosmetics industry's standing of today and strategy, art trend in make-up, brand preference of cosmetics, make up attitude, recognition about imported cosmetics and purchase behavior, color preference of cosmetics, the relationship between self-concept and make-up. In general, the cosmetic purchase behavior studies are conducted most actively. According to result that analyze existent study, special quality of cosmetics purchase action appears very variously according to standard of classification of study target and study target. But, study target and method of study are not various, and purchase behavior study connected with make-up and clothes is very lacking.

Therefore, in this study, wished to discover problem of virtue study because analyzes studies about previous make-up and present forward study direction.

Key words: cosmetic purchase behavior(화장품 구매행동), make-up study analysis(화장연구분석), make-up study types(화장연구유형).

I. 서 론

산업사회의 급격한 변화에 의해 전문화되고 다양한 직업과 사회 활동에 따라 가치관의 변화는 물론이고 생활양식에 많은 변화를 가져왔다. 이에 의생활에 따른 합리적이면서도 개성적인 자기만의 표현 방법이 다양해지고 있는 실정이다. 따라서 현대인들

의 욕구에 의해서 토털 코디네이션은 많은 사람들의 관심 속에 다양화되고 전문적인 표현방식이 요구되고 있다.

토털 코디네이션은 머리에서부터 발끝에 이르기까지 인체 전반에 행해지는 여러 가지 요소들-의복, 모자, 신발, 그 외의 모든 장신구, 머리형태, 화장 등 패션에 관련된 요소들의 전체적인 조화를 중요시하여 통일된 아름다움을 추구하는 것이다. 이들 여러

[†] 교신저자 E-mail : mikim@mail.kyungwon.ac.kr

가지 요소들은 각 시대의 미의식에 의해서 형성된 유행경향에 따라서 변화하는데, 전체적으로 상호 긴밀한 관련을 맺으면서 하나의 이미지를 형성한다.

화장이 토털 코디네이션 개념에서 차지하는 비중은 20세기의 현대 산업사회로 들어오면서 그 이전보다 더욱 확대되는 추세에 있다. 복잡하고 대중화된 현대사회에서 인간은 타인과 빈번하게 교류하고 있으며 서로의 안면 인지를 떠난 대인관계는 있을 수 없다. 따라서 인간의 얼굴에 직접적으로 행해지는 화장은 토털 코디네이션을 구성하는 모든 요소들 가운데에서도 매우 중요한 의미를 갖는다¹¹⁾.

이렇듯 화장의 중요도가 높아지면서 최근 들어 화장에 관한 연구 또한 의류학 분야에 차지하는 비율이 점차 증가하고 있다²⁻¹⁴⁾. 그러나 이러한 중요성에도 불구하고 아직까지는 화장에 관한 연구가 미흡하게 이루어지고 있는 실정이며, 세부 연구 분야 역시 다양하게 이루어지고 있지 않다¹⁵⁾. 따라서 본 연구의 목적은 첫째, 기존의 화장에 대한 연구들을 분석하여 화장 연구의 유형을 분류하고, 연대별로 화장 연구의 유형을 분석하여 일반적인 화장 연구의 경향을 파악하고자 한다. 다음은 화장 연구들 중 가장 많이 이루어지고 있는 화장품 구매행동에 관한

선행 연구 분석에서는 먼저 기존의 연구들의 내용을 분석한 후 연구주제에 따라 연구의 유형을 분류하고자 한다.

본 연구는 기존의 메이크업에 관한 연구를 분석하여 일반적인 메이크업 연구의 경향을 파악하고 선행 연구의 문제점을 발견하여, 후속 연구 활동에 도움이 되고자 한다.

분석대상은 한국의류학회지와 복식문화학회지 및 그 외 8개의 학회지(한국미용학회지, 대한가정학회지, 한국복식학회, 한국색채학회지, 한국의류산업학회지, 동양학연구, 대한보건의학술지)에 게재된 연구 논문과 국립중앙도서관과 국회도서관에 소장된 각종 석, 박사 논문을 토대로 화장에 관련된 논문을 총 93편을 선정하여, 연구주제별, 연대별로 유형을 분류하고, 기존 화장 연구들 중 가장 많이 이루어지고 있는 화장품 구매행동에 관한 연구를 세부적으로 분석하였다.

II. 화장에 대한 기존 연구

기존에 이루어진 화장 연구는 화장 문화의 역사 변천 연구와 그에 따른 비교 연구와 연대별 메이크

- 1) 화장품 연감 (화장품신문사, 1996), pp. 26-27.
- 2) 송혜인, "20대 여성의 의복소평성향에 따른 화장품 구매행동에 관한 연구," (순천대학교 대학원 석사학위논문, 2002).
- 3) 김현희, 유태순, "여고생의 화장행동과 화장품 구매불안간의 관계," *한국의류학회지* 26권 2호 (2001), pp. 251-263.
- 4) 황선순, "한국화장품 업계의 현황 및 발전방안에 관한 연구," (서울여자대학교 대학원 석사학위논문, 1996).
- 5) 채정숙, "여대생 라이프스타일 유형에 따른 화장품 구매 및 사용행동 분석," *대한가정학회지* 39권 11호 (2001), pp. 107-128.
- 6) 김윤, 황성진, "자기감시, 위험지각과 광고소구유형이 화장품 구매행동에 미치는 영향," *대한가정학회지* 39권 6호 (2000), pp. 59-71.
- 7) 이귀영, 김남연, "미용전공 여대생들의 화장품 구매 행태에 관한 조사," *한국미용학회지* 6권 2호 (2000), pp. 383-394.
- 8) 이병희, "자기모니터링, 인구통계학적 변인과 화장품 구매행동 및 사용에 관한 연구," *복식문화연구* 8권 5호 (2000), pp. 771-785.
- 9) 김용숙, "여대생의 라이프스타일에 따른 화장품 구매행동," *복식* 45권 (1999), pp. 134-147.
- 10) 이지영, "여대생의 라이프스타일에 따른 화장품 소비행동," *복식* 45권 (1999), pp. 147-160.
- 11) 손영철, "우리나라 여성의 화장품 구매행동에 관한 실증적 연구," (고려대학교 경영대학원 석사학위논문, 1999).
- 12) 신윤호, "우리나라 성인 남성화장품의 구매행동에 관한 실증적 연구," (고려대학교 경영대학원 석사학위논문, 1999).
- 13) 황희진, "화장품 소비자의 유통경로 선택에 관한 연구," (고려대학교 경영대학원 석사학위논문, 1999).
- 14) 신수길, 황상민, "감성이미지 기법과 평가방법이 적용된 색조화장품의 사용행동에 관한 연구," *한국색채학회 논문집* 11권 1호 (1998), pp. 37-45.
- 15) 이승민, 권현주, 구양숙, "남자 대학생의 의복 관여에 따른 화장품 구매행동에 관한 연구," *복식문화연구* 8권 2호 (2000), pp. 183-196.

업 트렌드 분석, 화장품 구매행동에 관한 연구, 화장 속에 나타난 예술사조의 영향, 그리고 화장품 브랜드 선호도에 관한 연구 등이 있다.

김희숙¹⁶⁾은 20세기에 들어와 형성된 사회적 문화적 배경과 화장품 산업 발달에 따른 한국과 서양 화장 문화의 변천을 비교 분석하였다. 그 결과는 첫째, 한국의 화장 문화는 6·25이후 서양 영화의 본격적인 수입과 미군 주둔으로 서양문물의 급속한 전파로 1910, 1920, 1930, 1940년대의 서양화장 패턴이 다양하게 공존, 둘째, 서양미의 개념이 도입된 초기 혼란스러운 미의 개념 때문에 서양의 입체적인 모습을 모방하는데 급급하였고, 셋째, 연대별로 뚜렷한 화장 패턴이 있던 1910, 1920, 1930, 1940, 1950, 1960년대 각각 다른 다양한 형태의 독특한 개성의 추구를 하였고, 넷째, 토털 패션으로서의 화장 문화가 중요시되고 있다고 말했다. 김태은¹⁷⁾은 화장품 사용행동이 구매행동에 미치는 영향을 분석한 결과 조사대상 여고생의 95.1%가 현재 화장품을 사용하고 있으며, 이중 35.7%는 기초화장을, 59.4%는 메이크업을 하고 있는 것으로 조사되었으며, 화장품을 사용하는 목적은 피부보호를 위해서가 가장 많았고, 그 밖에 예쁘게 보이기 위해서, 외출 상 필요에 의해 화장을 한다고 말했다. 화장품 구매행동에 관한 조사결과 본인 소유의 화장품은 기초제품인 스킨 89.3%, 로션 93.2%, 기초 메이크업에 필요한 파우더와 립 글로즈는 각각 70.8%, 78.4%를 소유하고 있고, 새도우나 마스카라 같은 색조 메이크업에 필요한 제품도 40% 이상이 본인 소유로 가지고 있다고 했다. 그 외에 라이프스타일에 따른 화장품 소비행동¹⁸⁾, 메이크업 화장품 소비자의 구매행동에 관한 연구¹⁹⁾, 우리나라 여성의 화장품 구매행동에 관한 실증적 연구²⁰⁾ 등이 있다. 다음으로 화장품 상표 애호도에 관한 연구에서 첫째, 화장품 애호도에 대해 과거 구매경험은 부적인 상관관계를 지니며, 둘째, 연령과의 상관관계에서 20~30대의 여성들이 높게 나타났는데 그 이유로는

미적인 관심이 다른 연령대보다 높아 피부 관리에 남다른 관심을 보이기 때문이라고 하였다. 셋째, 상표애호도와 품질과의 관계에서 품질은 대부분 만족하고 있는 것으로 나타났으며, 넷째, 상표애호도와 가격에 관계에서는 대부분 비싸다고 응답하였는데 이는 적정가격을 책정하여 고품질 저가 정책 수립이 바람직함을 제시하고 있다.²¹⁾

최근 들어 화장 연구에 대한 관심이 서서히 높아지기 시작하면서 특히 화장품 구매행동에 관한 연구들이 이루어지기 시작하였다. 따라서 본 논문에서는 선행 연구를 분석한 후 그 중 많이 연구되었던 화장품 구매행동에 관한 연구를 중심으로 분석하고자 한다.

Ⅲ. 연구 방법

화장에 관한 연구가 아직은 미흡한 편이지만 최근 들어 의류학 분야에 메이크업이 차지하는 비율은 점차 증가하고 있다. 따라서 본 연구에서는 기존 연구들을 대상으로 메이크업 연구의 유형을 분류하고 분석한 다음 일반적인 메이크업 연구의 경향을 파악하고자 한다. 분석대상과 방법은 다음과 같다. 기존에 이루어진 메이크업 연구의 유형을 살펴보기 위하여 한국의류학회지와 복식문화학회지 및 그 외 7개의 학회지(한국미용학회지, 대한가정학회지, 한국복식학회, 한국색채학회지, 한국의류산업학회지, 동양학연구, 대한보건학술지)에 게재된 연구 논문과 국립중앙도서관과 국회도서관에 소장된 각종 석, 박사 논문을 토대로 메이크업에 관련된 논문을 총 93편을 선정하였다.

연구유형의 분류 기준은 첫째, 기존의 연구 유형들을 분석하기 위하여 연구주제와 연대별로 분류하여 분석한다. 둘째, 기존의 연구들 중 가장 활발히 연구된 화장품 구매행동에 관한 연구를 주제별로 분석한다.

16) 김희숙, "20세기 화장의 변천에 관한 연구," 복식 50권 1호 (1996), pp. 85-97.

17) 김태은, "화장품 사용현황과 구매행동에 관한 연구," 한국생활과학회 (2000), pp. 100-101.

18) 김용숙, *Op. cit.*

19) 김남수, "메이크업 화장품 소비자의 구매행동에 관한 연구," (경남대학교 대학원 석사학위논문, 1994).

20) 손영철, *Op. cit.*

21) 김현희, "화장품 상표 애호도에 관한 연구," (동국대학교 경영대학원 석사학위논문, 1994).

IV. 화장에 관한 기존 연구 유형 분석

1. 연구주제에 따른 분류

화장에 관한 기존의 연구를 연구주제에 따라 분류하였다. 그 결과 화장품 구매행동에 관한 연구, 화장품 산업의 현황과 발전방향 및 전략에 관한 연구, 화장 문화 변천과 비교에 관한 연구, 연대별 화장 트렌드에 관한 연구, 화장에 나타난 예술사조에 관한 연구, 수입화장품 인식과 구매행동에 관한 연구, 화장품 브랜드 선호에 관한 연구, 화장실태에 관한 연구, 화장품 색채선호에 관한 연구, 자아개념과 화장 간의 상관관계에 관한 연구의 10가지 유형으로 분류할 수 있었다(표 1, 2). 연구유형의 명칭은 주제와 내용에 따라 분류된 항목들을 대표할 수 있는 것으로 선정되었다.

2. 연대별 연구 유형 분류

다음은 연구 주제에 따라 분류된 논문을 연대별로 재분류하였다(표 3). 화장품 구매행동에 관한 연구는 26개의 논문 중 '90년대 후반기('96년~2000년)에 13개로 가장 많았고 '80년대는 3개, '90년대 초

<표 1> 화장에 관한 연구의 유형분류

	연구주제	빈도
연구 주제별 분류	화장품 구매행동에 관한 연구	26(28.0%)
	화장 문화 변천과 비교에 관한 연구	15(16.1%)
	연대별 화장 트렌드에 관한 연구	13(14.0%)
	화장품 산업의 현황과 발전방향 및 전략에 관한 연구	11(11.8%)
	화장에 나타난 예술사조에 관한 연구	7(7.5%)
	화장실태에 관한 연구	6(6.5%)
	화장품 브랜드 선호에 관한 연구	5(5.4%)
	수입화장품 인식과 구매행동에 관한 연구	4(4.3%)
	화장품 색채선호에 관한 연구	3(3.2%)
	자아개념과 화장간의 상관관계에 관한 연구	3(3.2%)
합계		93(100.0%)

반기(90년~95년)와 01~02년에는 각각 5개씩 나타났다. '90년대에 화장품 구매행동에 관한 연구가 가장 많은 것은 90년대 초반부터 나타난 소비자 마케팅에 관한 큰 관심으로 인한 영향인 것으로 생각된다.

분석 결과 가장 큰 비중을 차지한 연구 유형들은 화장품 구매행동에 관한 연구, 화장 문화 변천과 비교에 관한 연구, 연대별 화장 트렌드에 관한 연구 순으로 화장품 구매행동에 관한 연구 26편, 화장 문화 변천과 비교에 관한 연구가 15편, 연대별 화장 트렌드에 관한 연구가 13편으로 전체적으로 보았을 때 가장 높은 비중을 차지하였다. 그리고 다음이 화장품 산업의 현황과 발전방향 및 전략에 관한 연구가 비중이 높았으며 연도별로 보았을 때는 '80년대에는 화장품 구매행동에 관한 연구와 산업의 현황과 발전방향 및 전략에 관한 연구가 각각 3편(33.3%)씩 있었으며 화장 문화 변천과 비교에 관한 연구와 수입화장품 인식과 구매행동에 관한 연구, 화장품 브랜드 선호에 관한 연구과 새롭게 등장하였다.

'90년대는 '90년대 전반부와 후반부로 나누어 전반부는 역시 '80년대와 마찬가지로 구매행동에 관한 연구가 5편(31.3%)로 가장 많았고, 그 다음도 역시 화장품 산업의 현황과 발전방향 및 전략에 관한 연구, 화장 문화 변천과 비교에 관한 연구 순으로 나타났다. 그 밖에 화장실태에 관한 연구가 새롭게 나타났다. 또한 '90년대 후반부에는 화장품 구매행동에 관한 연구가 13편(30.2%)로 가장 많았고, 화장 문화 변천과 비교에 관한 연구, 연대별 화장 트렌드 분석에 관한 연구가 각각 9편(20.9%)씩으로 나타났으며, 다음이 화장품 산업의 현황과 발전방향 및 전략에 관한 연구 순이었다. 화장에 나타난 예술사조에 관한 연구와 화장품 색채선호에 관한 연구, 그리고 자아개념과 화장 간의 상관관계에 관한 연구는 '90년대 후반 들어 새롭게 나타났다.' 80년대와 별다른 차이가 보이지 않던 '90년대 전반부에 비해 후반부에는 화장에 관한 연구 주제가 다양해졌으며 양적으로 크게 변화한 것으로 보아 연구 활동이 활발하게 이루어진 것을 알 수 있다.

그리고 2001년부터 현재까지를 보면 역시 화장품 구매행동에 관한 연구가 5편(20.0%)으로 가장 많았으며, 다음으로 화장에 나타난 예술사조에 관한 연구가 4편(16.0%), 화장 문화 변천과 비교에 관한 연

〈표 2〉 기존연구들의 연구유형

연구제목	연구시기	연구자	연구유형
여고생의 화장행동과 화장품 구매불안에 관한 연구	2002	김현희, 유태순	화장품 구매행동에 관한 연구
추구의복이미지와 의복태도에 따른 색조화장행동 연구	2002	박정혜	
라이프 스타일에 따른 색조화장 표현도와 색조화장품 구매행동에 관한 연구	2001	홍성순, 오은정	
라이프스타일에 따른 색조화장 표현도와 색조화장품 구매행동에 관한 연구	2001	황선순	
여대생 라이프스타일 유형에 따른 화장품 구매 및 사용행동 분석	2001	채정숙	
자기감시, 위험지각과 광고소구유형이 화장품 구매행동에 미치는 영향	2000	김윤, 황성진	
미용전공 여대생들의 화장품 구매 행태에 관한 조사	2000	이귀영, 김남연	
자기모니터링, 인구통계학적 변인과 화장품 구매행동 및 사용에 관한 연구	2000	이명희	
20대 여성의 의복쇼핑성향에 따른 화장품 구매행동에 관한 연구	2000	송혜인	
남자 대학생의 의복관여에 따른 화장품 구매행동에 관한 연구	2000	이승민, 권현주, 구양숙	
화장품 구매행동에 관한 연구	2000	공유미	
성인여성의 화장품 사용실태에 관한 연구	2000	김숙혜	
여대생의 라이프스타일에 따른 화장품 행동	1999	김용숙	
여대생의 라이프스타일에 따른 화장품 소비행동	1999	이지영	
우리나라 여성의 화장품 구매행동에 관한 실증적 연구	1999	손영철	
우리나라 성인 남성화장품의 구매행동에 관한 실증적 연구	1999	신윤희	
감성이미지 기법과 평가방법이 적용된 색조화장품의 사용행동에 관한 연구	1998	신수길, 황삼민	
메이크업화장품 소비자의 구매의사 결정에 관한 실증적 연구	1996	김영환	
메이크업 화장품 소비자의 구매행동에 관한 연구	1994	김남수	
화장품 구매정보 탐색에 관한 연구	1993	이명국, 김성환	
라이프스타일에 따른 마케팅전략에 대한 실증적 연구	1993	이형경	
광고매체가 소비자 구매행동에 미치는 영향에 관한 연구	1991	김상현	
우리나라 화장품 소비자의 구매행동에 관한 실증적 연구	1991	김주환	
남성화장품 구매행동에 관한 실증적 고찰	1989	배석덕	
서울지역 화장품 종합코너의 소비자행동에 관한 실증적 고찰	1987	임충식	
한국 메이크업 화장품 소비자의 구매행동에 관한 연구	1987	김남일	

<표 2> 계속

연구제목	연구시기	연구자	연구유형
한국화장품 업계의 현황 및 발전방안에 관한 연구	1996	황선순	시대별 화장문화 변천과 비교에 관한 연구
화장품 광고모델 선정에 따른 소비자 행동연구 및 마케팅 전략 수립	1995	김이천	
라이프 스타일에 따른 마케팅 전략에 관한 실증적 연구	1994	이형경	
우리나라 화장품 산업의 마케팅 믹스 전략에 관한 연구	1993	강미연	
한국 화장품 제조업계의 마케팅에 관한 실증적 고찰	1984	채운수	
우리나라 화장품 산업의 마케팅에 관한 일고찰	1984	피기운	
화장품의 시장점유율 예측	1981	최수복	
한국, 중국, 일본 여성의 색조화장문화	1998	박보영, 황춘섭	
한, 중, 일 여성색조화장문화 성격형성 요인	1997	박보영	
해방이후 한국여성 화장변천 및 특성에 관한 연구-1945—1995를 중심으로	1997	김희숙	시대별 화장문화 변천과 비교에 관한 연구
나이와 지역에 따른 피부색, 화장색, 얼굴색의 분포	1997	이원자, 심규남, 박혜령	
20세기 화장의 변천에 관한 연구	1996	김희숙	
한국 고대 전통 피부관리 및 화장문화에 관한 연구	1995	류은주	
우리나라 전통 화장문화에 관한 연구	1991	이경자, 송민정	
한국 전통 화장풍속사에 관한 연구	1989	김은주	
존 갈리아노의 패션쇼에 나타난 메이크업에 관한 연구	2002	이정아	
현대 메이크업에 나타난 레트로 경향	2001	양진희	
현대 메이크업에 나타난 그로테스크적 특성연구	2001	김은영	
토탈 코디네이션을 위한 유행트렌드 고찰	2000	신지현, 이성욱	연대별 화장 트렌드 분석에 관한 연구
세기말에 나타난 메이크업의 경향	2000	김경순	
1990년대 후반 그로테스크 메이크업에 관한 연구	2000	양숙희, 장미숙	
1950년대 영화의상과 메이크업의 경향에 관한 연구	2000	박윤심	
현대 메이크업에 나타난 네오아방가르드 경향에 관한 연구	1999	양숙희, 장미숙	
밀레니엄을 맞이하는 1990년대 패션과 메이크업의 경향	1999	한명숙, 김수진	
현대 여성의 헤어스타일과 메이크업에 관한 연구	1999	이나경	
1990년대의 패션과 메이크업 경향에 관한 연구	1998	한명숙, 김수진	
20세기 메이크업 아트연구 : 수에무라와 일라나 하카비 메이크업 아트를 중심으로	1998	노선욱	
이집트 장식문양을 응용한 현대 아트 메이크업 연구	1995	김영경	

〈표 2〉 계속

연구제목	연구시기	연구자	연구유형
국내 화장품시장에서 글로벌기업에 대한 국내기업의 대응전략에 관한 연구	2002	염대성	화장품산업의 현황과 발전방향 및 전략에 관한 연구
국산 화장품 산업의 발전 방향	1999	유상옥	
화장품 소비자의 유통경로 선택에 관한 연구	1999	황희진	
시장환경변화에 따른 국내 화장품 산업의 유통경로 다각화에 관한 연구	1997	임제형	
현대 메이크업에 나타난 에로티시즘 표현에 관한 연구	2002	황미영	화장에 나타난 예술사조에 관한 연구
메이크업과 복식에 나타난 표현주의에 관한 연구	2001	이윤정, 이화순	
현대 패션 및 메이크업에 표현된 데카당스적 특성에 관한 연구	2001	선정희, 유태순	
현대 패션에 나타난 해체주의 메이크업 특성	2001	김현미	
18세기 로코코 시대의 복식, 헤어, 메이크업 경향에 대한 연구	2000	지정아	
조형요소별로 분석한 해체주의 메이크업에 관한 연구	1999	누선옥	
17세기 바로크 양식에 나타난 메이크업에 관한 연구	1999	이영애, 이귀영	
치장과 변신을 위한 화장	2002	Hiroto Murasawa	화장실태에 관한 연구
화장행동의 사회심리학	2002	Ikko Daibo	
여대생들의 건강행태, 피부관리 및 화장행태와의 관계	2002	이선희	
노인의 화장에 대한 태도 조사 연구	1997	이화순	
여성의 피부 미용관리와 화장실태에 관한 조사연구	1995	김복희, 남철현	
화장행위의 주관성에 관한 실증적 연구	1995	김봉인	
화장품 브랜드 선호도 결정요인에 관한 연구	2001	신주홍	
국산화장품과 수입화장품의 선호도에 관한 연구	2001	이지은	
상표명이 제품평가 및 구매에 미치는 영향에 관한 연구	1994	임선희	
화장품 상표 애호도에 관한 연구	1994	김현희	
여대생의 화장품 상표충성도에 관한 연구	1986	안영애	
외국산 수입 화장품의 채택 행위에 관한 실증적 연구	2002	백수정	수입화장품 인식과 구매행동에 관한 연구
20대 여대생의 외제 화장품에 대한 인식과 피부 적합성 비교 연구	1996	고혜정	
수입 화장품 소비자의 구매행동에 관한 실증적 고찰	1994	김철호	수입화장품 인식과 구매행동에 관한 연구
서울시민의 외국 상표화장품 소비 행동에 관한 실증적 고찰	1984	이영건	
인구통계적 변인에 따른 부분색채화장 이미지 지각과 선호도에 관한 연구	2002	이연희, 양취경	화장품 색채선호에 관한 연구
색채 이미지의 심리적 분석 : 소비자 성향에 따른 색채 화장과 구현된 색 이미지를 중심으로	1999	황상민, 정주원	
한국여대생의 외복 및 화장품 색채 선호에 관한 연구	1998	원명심, 이명숙	
화장의 사회심리적 기대효과에 따른 화장 이미지와 자의식에 관한 연구	2002	이화순	자아개념과 화장간의 상관관계에 관한 연구
사회적 자기효능감이 우울성향 및 스트레스 정도에 따라 외복태도와 화장도에 미치는 영향	2001	문혜경, 유태순	
자기효능감, 화장근접도, 외복근접도의 상관관계	1997	조기여, 유태순	

〈표 3〉 연대별 화장 연구의 유형

연 도	유 형	1990년대		2001~02년	
		1980년대	1990~95년		1996~2000년
	화장품 구매행동에 관한 연구	3(33.3%)	5(31.3%)	13(30.2%)	5(20.0%)
	화장품산업의 현황과 발전방향 및 전략에 관한 연구	3(33.3%)	3(18.8%)	4(9.3%)	1(4.0%)
	화장문화 변천과 비교에 관한 연구	1(11.1%)	2(12.5%)	9(20.9%)	3(12.0%)
	연대별 화장 트렌드 분석에 관한 연구	0(0.0%)	1(6.3%)	9(20.9%)	3(12.0%)
	화장에 나타난 예술사조에 관한 연구	0(0.0%)	0(0.0%)	3(7.0%)	4(16.0%)
	수입화장품 인식과 구매행동에 관한 연구	1(11.1%)	1(6.3%)	1(2.3%)	1(4.0%)
	화장품 브랜드 선호에 관한 연구	1(11.1%)	2(12.5%)	0(0.0%)	2(8.0%)
	화장실태에 관한 연구	0(0.0%)	2(12.5%)	1(2.3%)	3(12.0%)
	화장품 색채선호에 관한 연구	0(0.0%)	0(0.0%)	2(4.6%)	1(4.0%)
	자아개념과 화장 간의 상관관계에 관한 연구	0(0.0%)	0(0.0%)	1(2.3%)	2(8.0%)
	합 계	9(100%)	16(100%)	43(100%)	25(100%)

구, 연대별 화장 트렌드 분석에 관한 연구가 각각 3편(12.0%)씩으로 나타났다. 화장품 구매행동에 관한 연구는 이전에는 화장품 구매행동 자체만을 연구하거나 인구통계적 특성에 따른 구매행동 특성을 분석하였으나, 2000년 이후에는 생활양식과 의복행동에 따른 구매행동에 관한 연구가 나타나기 시작하였다. 그 밖에도 위에 나타난 여러 유형들의 연구가 골고루 이루어졌으며 특히 자아개념과 화장 간의 상관관계에 관한 연구는 아직까지 연구가 활발하게 이루어 지지는 않고 있다. 그러나 소비자가 추구하는 자아 이미지와 화장을 함으로써 얻고자 하는 이상적인 이미지와의 상관관계가 높을 것으로 보이므로 이 변인들을 구매행동과 관련시켜 연구한다면 효과적인 마케팅 전략에 기여할 것으로 예상된다.

V. 화장품 구매행동에 관한 기존연구의 분석

기존의 화장 연구 유형들 중 가장 많이 이루어지고 있는 화장품 구매행동에 관한 연구들을 연구내용

과 대상 및 유형화 기준을 중심으로 분석하고자 한다. 화장품 구매행동에 관한 기존의 연구유형을 조사 분석한 결과 크게 인구통계적 특성에 따른 화장품 구매행동, 생활양식에 따른 화장품 구매행동, 의복행동에 따른 화장품 구매행동의 3가지 유형으로 분류할 수 있었다.

1. 인구통계적 특성에 따른 화장품 구매행동에 관한 연구

먼저, 인구통계적 특성에 따른 화장품 구매행동에 관한 선행 연구들을 살펴보면 다음과 같다.

김남일²²⁾은 화장품 구매 시 가장 영향을 주는 사람이 친구라고 하였으며, 소비자가 화장품을 구입하는 방법이나 장소로 방문판매원, 직영매점, 할인코너를 이용하는 경우가 많다고 하였고, 방문판매에 의하여 화장품을 구입하는 경우는 편리하지만 가격이 비싸다고 평가하였으며, 구매기준으로 자신의 개성에 맞는 것과, 색상 및 향기에 중점을 둔다고 하였다.

이형경²³⁾은 여대생은 화장품 구입처로 백화점을 이용하는 경우가 적었고, 대대수가 할인점을 이용하

22) 김남일, "한국 메이크업 화장품 소비자의 구매행동에 관한 연구," (고려대학교 대학원 석사학위논문, 1986).

23) 이형경, "라이프 스타일에 따른 마케팅 전략에 관한 실증적 연구," (동덕여자대학교 대학원 석사학위논문, 1994).

었다. 여대생의 대다수가 화장품 만족도에 만족한다고 응답하였고, 불만족 요인은 비싼 가격이 가장 많았으며, 가격에 비해 적은 용량과 세련되지 못한 용기 디자인도 지적되었다.

김남수²⁴⁾는 화장품 구입처로는 할인코너를 이용하는 경우가 많았고, 구매기준으로 품질이 가장 중요하다고 하였으며, 화장품의 개선점으로 가격의 저렴화와 품질의 고급화를 들고 있다.

이지영²⁵⁾은 소비자들이 화장품 정보를 TV나 잡지와 같은 마케팅 주도적 정보원을 활용하여 얻는다고 하였으며, 구매기준은 기능, 품질, 가격을 중요시 하는 것으로 나타났고, 구입처로는 할인점에서 구입하는 비율이 가장 높았다.

전연숙²⁶⁾은 건강한 피부 관리와 화장에 대한 정보 습득이 선행, 친구로부터가 가장 높았고, 다음이 전문잡지, 가족, 전문기술학원 순이라고 밝혔으며, 화장품 구입 시 고려하는 점은 피부건강상태, 화장 기능 및 효과, 유행패턴, 자신의 개성이었다.

정미숙²⁷⁾은 화장에 대한 정보는 잡지 · 미용 정보지에서 관련 정보를 얻는 것으로 나타났고, 화장품 구매기준으로 기초화장품은 피부상태가 가장 높았고, 색조화장품은 상표가 가장 높게 나타났다.

김숙혜²⁸⁾는 성인여성의 화장품 정보원이 구입처 판매원인 경우가 가장 많으며, 구매기준은 피부적합성과 기능 및 효과를 가장 많이 고려한다고 하였으며, 구입처는 할인코너를 많이 이용하고, 불만족한 점으로는 광고효과와 가격을 많이 선택했으며, 불만족한 화장품의 처리방법은 원하는 사람이 있으면 타인에게 준다가 전체적으로 높게 나타났다고 하였다.

송혜인²⁹⁾은 20대 여성의 화장품 구매동기로 피부보호가 가장 높게 나타났고, 화장품 선택기준으로는 피부적합성 및 피부색을 가장 많이 고려하는 것으로

나타났고, 점포선택기준으로 품질을 가장 중요하게 생각하였으며, 주로 이용하는 화장품 구입처는 할인매장과 대리점이 가장 높게 나타났다.

박정혜³⁰⁾는 색조화장품 구매 장소로는 화장품 할인매장이 가장 높게 나타났고, 다음이 백화점, 인터넷 쇼핑몰, 대형마트 순으로 나타났다. 그리고 색조화장품 선택 시 가장 큰 정보원으로 활용하는 것은 친구나 가족이 가장 높았으며, 그 다음이 판매원의 권유로, TV나 잡지 등의 광고, 인터넷 사이트에서 참고할 수 있는 화장품 사용 후기 순으로 나타났다.

이상의 인구통계적 특성에 따른 화장품 구매행동에 관한 선행 연구를 표로 나타내면 다음의 <표 4>와 같다.

2. 생활양식에 따른 화장품 구매행동에 관한 연구

생활양식에 따른 화장품 구매행동에 관한 선행 연구를 살펴보면, 이형경³¹⁾은 여대생을 대상으로 생활양식 유형을 소극침체형, 친취적 활동형, 향락주의형, 보수절충형의 4가지 유형으로 나누었다. 보수절충형은 주로, 할인점을 이용하였고, 향락주의형은 백화점 이용율이 타집단에 비해 높았다.

장동기³²⁾의 연구에서는 화장품 사용 생활양식 유형을 고가유명브랜드 추구형, 자기브랜드 고집형, 기초화장 중심형, 화장품 무관심형의 4집단으로 분류하였는데, 고가유명브랜드 추구형은 기초의 경우 자신의 피부에 맞는 것을 골라 쓰며, 색조에도 신경을 많이 쓰고, 자기브랜드에 대한 충성도가 높은 사람으로 구매 장소는 백화점을 선호하는 편이었고, 기초화장 중심형은 가격에 구매방기보다는 기초화장 만으로도 충분하다고 생각하는 집단이고, 화장품 무관심형은 화장품을 안 쓰는 것은 아니고 그때그때 다양하게 유통경로를 접촉하는 집단으로 가격에 민

24) 김남수, *Op. cit.*

25) 이지영, *Op. cit.*

26) 전연숙, "여성의 화장에 대한 의식행태와 관련요인," (경산대학교 보전대학원 석사학위논문, 2000).

27) 정미숙, "여대생들의 피부관리와 화장습관에 관한 연구," (영남대학교 환경대학원 석사학위논문, 2000).

28) 김숙혜, "성인여성의 화장품 사용실태에 관한 연구," (경상대학교 교육대학원 석사학위논문, 2001).

29) 송혜인, *Op. cit.*

30) 박정혜, "추구의복이미지와 의복태도에 따른 색조화장행동 연구," (숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, 2002).

31) 이형경, *Op. cit.*

32) 장동기, "화장품사용 라이프스타일에 따른 유통전략에 관한 실증적 연구," (한국의국어대학교 세계경영대학원 석사학위논문, 1997).

〈표 4〉 인구통계적 특성과 화장품 구매행동에 관한 선행 연구

연구자	연구대상	연구결과	
김남일 (1986)	전체여성	화장품정보원	친구나 가족
		화장품구입처	방문판매>직영판매점>할인코너
		구매기준	개성>색상 및 향기
이형경 (1993)	여자 대학생	화장품구입처	대형할인점
		화장품만족도	만족한다
		불만족요인	비싼 가격>가격에 비해 적은 용량>세련되지 못한 용기 디자인
김남수 (1994)	전체여성	화장품구입처	할인코너
		구매기준	품질
		화장품개선편점	가격의 저렴화>품질의 고급화
이지영 (1998)	여자 대학생	화장품정보원	TV, 잡지>가족친구>직접 경험
		화장품구입처	할인점>백화점>체인점
		구매기준	기능>품질>가격
전연숙 (1999)	전체여성	화장품정보원	선배나 친구>전문잡지>가족>전문기술학원
		구입시고려점	피부건강상태>화장기능 및 효과>유행패턴>개성

감하고 구매장소로 동네소형매장을 이용했다.

이지영³³⁾의 연구에서는 건전한 자기충실형과 현실적 유행추구형은 주로 백화점이나 화장품 매장에서 화장품에 대한 정보를 얻었고, 화장품을 할인코너에서 구입했으며, 화장품 선택 시 화장품의 품질과 기능 및 효과를 고려했고, 가격이 비싸고 광고한 만큼 효과를 보지 못하는 점에 불만족하였다. 외향적 개방형은 주로 TV나 여성잡지에서 화장품에 대한 정보를 얻었으며, 구입처로 백화점과 체인스토어의 이용율이 높았고, 불만족한 화장품은 쓰레기통에 버린다는 응답이 높았다. 쾌락적 향락주의형은 주로 TV에서 화장품에 대한 정보를 얻었고, 불만족한 화장품의 처리방법은 그대로 방치하거나 타인에게 주는 편이었다. 사회적 소극침체형은 친구나 이웃에서 화장품에 대한 정보를 얻는 편이었고, 할인코너에서 화장품을 구입하였으며, 화장품 불만족 시 그냥 방

치하는 응답이 높았다.

공유미³⁴⁾의 연구에서 혁신적 집단은 판매원이 추천한 화장품을 구입하고, 보수적 집단은 구매기준으로 피부적합성을 고려했다. 조사대상자들의 일반적인 화장품 관련 정보원은 TV 광고와 잡지광고로 나타났다. 혁신적 집단은 TV 광고와 화장품 회사의 정보지, 과시적 집단은 TV 광고와 잡지광고, 샘플을 주로 이용하였으며, 가족중심적 집단은 잡지광고와 샘플을 이용하고, 보수적 집단은 잡지광고와 TV 광고를 통해, 가격지향적 집단은 TV 광고와 친구나 이웃을 통해 정보를 획득하는 것으로 나타났다.

홍선순·오은정³⁵⁾의 연구에서는 색조화장과 관련된 생활양식 유형을 감각적 소비 추구형, 전문가적 화장추구형, 의식적 화장추구형, 색조화장 기본인식형의 4가지 유형으로 분류하였는데 전문가적 화장추구형과 색조화장 기본인식형은 각 유형의 구입처

33) 이지영, *Op. cit.*

34) 공유미, "화장품 구매행동에 관한 연구," (청주대학교 대학원 석사학위논문, 2000).

35) 홍선순, 오은정, "라이프스타일에 따른 색조화장 표현도와 색조화장품 구매행동에 관한 연구," *대한가정학회지* 39권 7호 (2001), pp. 85-99.

에서 화장 및 화장품에 관한 정보를 얻는 것으로 나타났고, 감각적 소비추구 집단은 친구, 동료 등의 준거집단으로부터, 의식적 화장추구형은 타인의 화장법이나 연예인 등의 화장한 모습에서 정보를 얻는 것으로 나타났다. 또한 월평균 화장품 구입액에서는 감각적 소비추구형과 색조화장 기본인식형은 3만원 미만으로, 전문가적 화장추구형과 의식적 화장추구형은 5만원 미만과 5만원 이상으로 나타났다.

이상의 생활양식에 따른 화장품 구매행동에 관한 선행 연구를 표로 나타내면 <표 5>와 같다.

3. 의복행동에 따른 화장품 구매행동에 관한 연구
마지막으로 의복행동에 따른 화장품 구매행동에

관한 선행 연구에 대하여 살펴보면, 송혜인³⁶⁾(2000)은 20대 여성을 대상으로 의복성향에 따른 화장품 구매행동의 차이를 알아본 결과, 화장품 구입 시 구매동기로 피부볼, 화장품 선택기준으로는 피부적합성 및 피부색을, 경제적 쇼핑집단은 가격율, 과시적 쇼핑집단은 용기디자인, 제조회사, 브랜드 명성, 상표, 진열상태를, 쾌락적 쇼핑집단은 광고활동, 진열상태를 많이 고려하는 것으로 나타났다. 또한 20대 여성들이 화장품 구입 시 이용하는 점포선택기준으로 품질을 가장 중요하게 생각하였으며, 경제적 쇼핑집단은 저렴한 가격과 사은품 제공을, 쾌락적 쇼핑집단은 물건선택의 용이성, 광고활동을 고려하는 것으로 나타났다. 쇼핑성향에 따른 인구통계학적 특

<표 5> 생활양식과 화장품 구매행동에 관한 선행 연구

연구자	연구대상	생활양식유형	구매행동 특성
장동기(1997)	18~39세 여성	고가유명브랜드 추구형	피부타입 고려/색조 고관여
		자기브랜드 고집형	백화점 선호
		기초화장 중심형	가격에 구애받지 않음
		화장품 무관심형	가격에 민감/동네 소형매장 이용
이지영(1998)	여자 대학생	건전한 자기충실형	정보원/백화점, 화장품매장/구입처:할인코너/구입기준: 품질, 기능, 효과
		현실적 유행추구형	
		외향적 개방형	TV, 여성잡지/백화점 선호
		쾌락적 향락주의형	TV
		사회적 소극집체형	친구, 이웃/할인코너 선호
공유미(2000)	10~20대 여성	혁신적 집단	TV 광고, 화장품정보지
		과시적 집단	TV 광고, 잡지광고/샘플 이용
		보수적 집단	잡지, TV 광고/구매기준:피부 적합성
		가족중심적 집단	잡지광고/샘플 이용
		가격지향적 집단	TV 광고, 친구, 이웃
홍성순 · 오은정 (2001)	20~50대 여성	감각적 소비추구형	친구, 동료/3만원 미만 구입
		전문가적 화장추구형	각 유형의 유입처/5만원 미만 구입
		의식적 화장추구형	타인, 연예인 화장법/5만원 이상 구입
		색조화장 기본인식형	각 유형의 유입처/3만원 미만 구입

36) 송혜인, *Op. cit.*

성은 학력, 직업, 생활형태, 가계소득, 거주지 등에서 유의한 차이가 있었다.

박정혜³⁷⁾는 의복태도에 따른 색조 화장행동 연구 결과 의복태도 군집에 따른 정장착용시의 색조 화장품의 색선호도를 살펴보면 실용·경제성과 신분상징을 중시하는 군집 1은 레드 계열을, 유행을 중시하는 군집 2는 핑크 계열, 실용성과 경제성을 중시하는 군집 3은 브라운 계열, 개성을 중요시하는 군집 4는 핑크 계열과 오렌지 계열의 립스틱을 가장 선호하였으며, 아이세도우의 경우 군집 1과 군집 3은 브라운 계열을, 군집 2와 군집 4는 핑크 계열을 선호하였고, 케주얼 착용 시에는 모든 군집이 핑크계열의 립스틱과 아이세도우를 선호하였다. 색조화장 능력을 보면 의복의 신분 상징성은 화장동기 중 기능성에, 의복의 유행성은 색조화장 동기 중 개성과 마에, 사회적 승인성은 색조화장 동기 중 사회적 요인에 가장 큰 영향을 미쳤으며, 선택기준은 경제성을 높이 평가할수록 의복태도에서 실용·경제성을 중시했고, 유행이나 상표를 중시하는 경우 의복태도에서도 유행성에 관심이 많았다.

이승민·권현주·구양숙³⁸⁾의 연구에서는 남자 대학생 집단을 의복관여에 따라 고관여, 저관여로 나누어 집단별로 화장품 구매행동의 차이를 알아본 결과, 화장품 사용은 고관여집단은 스킨과 로션을 함께 사용하고, 저관여집단은 로션만 사용하는 비율이 높은 것으로 나타났고, 구입처에 있어서 두 집단 모두 화장품 전문점에서 구입하는 경향이 두드러졌으며, 고관여집단은 친구, 가족을, 저관여집단은 가족, 친구의 권유가 많이 작용하는 것으로 나타났다.

이상의 의복행동에 따른 화장품 구매행동에 관한 선행 연구를 표로 나타내면 <표 6>과 같다.

지금까지 인구통계적 특성에 따른 화장품 구매행동, 생활양식에 따른 화장품 구매행동, 의복행동에 따른 화장품 구매행동에 관한 선행 연구들을 살펴본 있는데, 앞에서와 같이 인구통계적 특성에 따른 화장품 구매행동과 생활양식에 따른 화장품 구매행동에 관한 연구에 비해 의복행동에 따른 화장품 구매

행동에 관한 연구는 매우 미흡하다는 것을 알 수 있다. 그리고 기존 화장품과 색조 화장품의 구매행동 특성이 다르게 나타나고 있음에도 불구하고,^{39,40)} 화장품 구매행동 연구의 범위가 색조 화장품에 한해서만 이루어져 있거나 대부분 기초 화장품과 색조 화장품을 분류하지 않고 이루어져 있다.

VI. 요약 및 결론

최근 토털 코디네이션의 개념에 의해 화장의 중요성은 많은 연구자들에 의해 인식되어져 화장에 관한 연구가 진행되어 왔다. 기존의 화장에 관한 연구들 93편을 대상으로 유형별로 분류해 보면, 그 결과 화장품 구매행동에 관한 연구, 화장품 산업의 현황과 발전방향 및 전략에 관한 연구, 화장 문화 변천과 비교에 관한 연구, 연대별 화장 트렌드에 관한 연구, 화장에 나타난 예술사조에 관한 연구, 수입화장품 인식과 구매행동에 관한 연구, 화장품 브랜드 선호에 관한 연구, 화장실태에 관한 연구, 화장품 색채선호에 관한 연구, 자아개념과 화장간의 상관관계에 관한 연구의 10가지 유형으로 분류해 볼 수 있다. 이중 화장품 구매행동에 관한 연구가 전체 93편중 26편으로 가장 많았으며, 다음으로 화장 문화 변천과 비교에 관한 연구가 15편을 차지하였고, 세 번째로 연대별 화장 트렌드에 관한 연구가 13편으로 높은 비중을 차지하였다. 화장품 산업의 현황과 발전방향 및 전략에 관한 연구 11편, 화장에 나타난 예술사조에 관한 연구 7편으로 각각 나타났으며, 그 밖에 화장실태에 관한 연구가 6편, 수입 화장품 인식과 구매행동에 관한 연구가 4편, 화장품 브랜드 선호에 관한 연구가 5편으로 나타났다. 연대별로 분류하였을 때, '80년대에는 화장품 구매행동에 관한 연구와 화장품 산업의 현황과 발전방향 및 전략에 관한 연구가 주로 이루어졌으나 '90년대 접어들면서 새롭게 화장 트렌드 분석과 화장실태에 관한 연구, 그리고 '90년대 후반에는 화장 문화 변천과 비교에 관한 연구와 화장 예술사조에 관한 연구가 이루어졌고, 2000년대

37) 박정혜, *Op. cit.*

38) 이승민, 권현주, 구양숙, *Op. cit.*

39) 장동기, *Op. cit.*

40) 정미숙, *Op. cit.*

<표 6> 의복행동과 화장품 구매행동에 관한 선행 연구

연구자	연구대상	유형화기준	소비자유형화		화장품 구매행동 특성
송혜인 (2000)	20대 여성	의복 쇼핑성향	경제적 쇼핑집단	구매동기	피부 보호
				화장품 선택기준	피부 적합성>피부색
				점포 선택기준	저렴한 가격>사은품 제공
				구매처	할인매장
			과시적 쇼핑집단	구매동기	피부보호
				화장품 선택기준	용기디자인>제조회사
				점포 선택기준	점포위치
				구매처	대리점
			쾌락적 쇼핑집단	구매동기	호기심 충족
				화장품 선택기준	광고활동>진열상태
				점포 선택기준	물건선택의 용이성>광고활동
				구매처	백화점
			쇼핑 무관심집단	구매동기	미용사 권유
				화장품 선택기준	품질
				점포 선택기준	판매원의 친절
				구매처	할인매장
이승빈 외 (2000)	남자대학생	의복관련여도	의복 고관여집단	화장품 사용	스킨, 로션 사용
				화장품 선택기준	향기>품질>가격
				구매처	화장품전문점>백화점
			의복 저관여집단	화장품 사용	로션만 사용
				화장품 선택기준	향기>품질>가격
				구매처	화장품 전문점
박정혜 (2002)	20~30대 여성	의복태도	실속사회형	립스틱 아이새도	레드계열 선호
			유행추구형		핑크계열 선호
			알뜰형		브라운계열 선호
			개성중시형		핑크계열과 오렌지계열 선호

에는 기존연구 활동이 더욱 활발해졌으며, 특히 자아개념과 화장간의 상관관계에 관한 연구가 증가하는 추세였다.

이러한 기존 화장에 관한 연구 유형들 중, 가장 많은 연구가 이루어진 화장품 구매행동에 관한 연구

결과들을 분석해 보면 다음과 같이 요약될 수 있다. 대부분의 화장품 구매행동에 관한 연구는 인구통계적 특성에 따른 화장품 구매행동을 분석하는 것이었으며, 다음으로는 생활양식이나 의복행동에 따라 소비자를 유형화하여 유형화한 각 집단의 구매행동 특

성을 파악하였는데 연구자들에 따라서 유형화 기준이 달라서 나타난 결과 또한 다르게 나타났다. 특히, 의복행동에 따른 구매행동에 관한 선행 연구에서 의복소평성향, 의복관여도, 의복태도 등의 소비자 유형화 기준에 따라 구매행동특성이 다양하게 나타났다.

이와 같이 화장품 구매행동의 특성은 연구대상과 연구대상의 유형화 기준에 따라 매우 다양하게 나타난다. 그러나 기존 연구들은 앞에서 보았듯이 연구대상은 주로 여성을 대상으로 하였으며, 여성 소비자 중에서도 여자 대학생이나 20대의 미혼 여성을 대상으로 연구가 진행되어온 것을 알 수 있다. 최근 멀티미디어화로 인하여 연령에 관계없이 매력적이게 보이기를 원하고, 사회가 고령화됨에 따라 건강하고 아름다운 노후에 대한 요구가 증대되었으며 비직 표현의 다양화, 개성화를 추구하며 이로 인해 화장품은 생활필수품으로 확산되었다. 따라서 과거 성인 여성 전유물로만 여겨지던 화장품이 이제는 남녀노소 각 연령 대에 맞는 화장품으로 세분화되었으며 연구대상 또한 중고생, 중년여성, 성인여성, 성인남성 등으로 다양화 되어야 될 것이다. 특히, 요즘은 남성들이 피부에 관한 관심이 높아지고 있는 추세로 최근 화장품 회사에서도 남성전용 화장품들이 많이 출시되고 있는 상황이나 남성들을 대상으로 하는 연구는 아직 미흡한 실정이므로 남성들의 화장품 사용행동과 구매행동을 분석해 봄으로써 남성화장품 업계의 마케터들에게 중요한 제언이 될 것이다.

한편, 소비자 유형화 기준 또한 주로 일반적 특성과 생활양식에 한정되어 있는 것을 알 수 있었다. 의복과 화장은 매우 밀접한 관계에 있음에도 불구하고 의복태도, 의복추구성향, 의복관심, 의복관여도 등과 같이 의복행동에 따른 화장품 구매행동에 관한 연구 등이 매우 미흡하였다. 따라서 의복과 화장 간의 관계에 관한 연구가 필요할 것이다. 그리고 인구통계적 변인에 따른 화장품 구매행동 특성 연구에서도 성별, 직업별, 세대간의 비교 연구 등의 다양한 비교가 필요하다.

또한, 화장품 구매행동 연구 시 대부분의 연구에서는 기초 화장품과 색조 화장품을 구분하지 않고 구매행동을 분석하였다. 대부분의 소비자의 경우 피부에 직접 영향을 주는 기초 화장품 구입 시 브랜드 선정이나 품질 등에서 색조 화장품보다 더 신중하게

선택하는 경향이 있고 색조 화장품은 기초 화장품에 비해 유행에 더 민감한 경향을 보인다. 이러한 점으로 볼 때, 기초 화장품과 색조 화장품의 구매행동을 구분하여 비교 분석해야 할 것이다.

참고문헌

- 강미연 (1993). "우리나라 화장품 산업의 마케팅 믹스 전략에 관한 연구." 경남대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 고혜정 (1996). "20대 여대생의 외제 화장품에 대한 인식과 피부 적합성 비교 연구." 한국미용학회지 2권 1호.
- 김경순 (2000). "세기말에 나타난 메이크업의 경향." 한국미용학회지 6권 3호.
- 김남수 (1994). "메이크업 화장품 소비자의 구매행동에 관한 연구." 경남대학교 대학원 석사학위논문.
- 김남일 (1986). "한국 메이크업 화장품 소비자의 구매행동에 관한 연구." 고려대학교 대학원 석사학위논문.
- 김복희, 남철현 (1995). "여성의 피부 비용관리와 화장실태에 관한 조사연구." 대한보건협회학술지 21권 2호.
- 김봉인 (1995). "화장행위의 주관성에 관한 실증적 연구." 한국미용학회지 1권 1호.
- 김상현 (1991). "광고매체가 소비자 구매행동에 미치는 영향에 관한 연구." 경남대학교 대학원 석사학위논문.
- 김숙래 (2001). "성인여성의 화장품 사용실태에 관한 연구." 경상대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김영경 (1995). "이집트 장식문양을 응용한 현대 아트 메이크업 연구." 이화여자대학교 산업미술대학원 석사학위논문.
- 김윤, 황성진 (2000). "자기감시, 위험지각과 광고소구유형이 화장품 구매행동에 미치는 영향." 대한가정학회지 39권 6호.
- 김용숙 (1999). "여대생의 라이프스타일에 따른 화장품 구매행동." 복식 45권.
- 김은영 (2001). "현대 메이크업에 나타난 그로테스크적 특성연구." 세종대학교 대학원 석사학위논문.

- 김은주 (1989). "한국 전통 화장품속사에 관한 연구." 복식 13권.
- 김이천 (1995). "화장품 광고모델 선정에 따른 소비자 행동연구 및 마케팅 전략 수립." 고려대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 김주환 (1991). "우리나라 화장품 소비자의 구매행동에 관한 실증적 연구." 고려대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 김철호 (1994). "수입 화장품 소비자의 구매행동에 관한 실증적 고찰." 고려대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 김현미 (2001). "현대 패션에 나타난 해체주의 메이크업 특성." 제주대학교 대학원 석사학위논문.
- 김현희 (1994). "화장품 상표 애호도에 관한 연구." 동국대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 김현희, 유태순 (2001). "여고생의 화장행동과 화장품 구매불안건의 관계." *한국의류학회지* 26권 2호.
- 김희숙 (1996). "20세기 화장의 변천에 관한 연구." 복식 50권 1호.
- 김희숙 (1997). "해방이후 한국여성 화장변천 및 특성에 관한 연구-1945~1995를 중심으로-" 복식 32권.
- 노선옥 (1998). "20세기 메이크업 아트연구 : 수애무라와 일라나 하카비 메이크업아트를 중심으로." 관동대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 노선옥 (1999). "조형요소별로 분석한 해체주의 메이크업에 관한 연구." *한국미용학회지* 5권 1호.
- 류은주 (1995). "한국 고대 전통 피부관리 및 화장문화에 관한 연구." *한국미용학회지* 1권 1호.
- 문혜경, 유태순 (2001). "사회적 자기효능감이 우울성향 및 스트레스 정도에 따라 의복태도와 화장도에 미치는 영향." 복식 51권 5호.
- 박보영 (1997). "한, 중, 일 여성 색조화장문화 성격형성 요인." *동양학연구* 3권.
- 박보영, 황준섭 (1986). "한국, 중국, 일본 여성의 색조화장문화." 복식 39권.
- 박윤심 (2000). "1950년대 영화의상과 메이크업의 경향에 관한 연구." 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 박정혜 (2002). "추구의복이미지와 의복태도에 따른 색조화장행동 연구." 복식 52권 7호.
- 배석덕 (1989). "남성화장품 구매행동에 관한 실증적 고찰." 고려대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 백수정 (2002). "외국산 수입 화장품의 채택 행위에 관한 실증적 연구." 고려대학교 대학원 석사학위논문.
- 신정희, 유태순 (2001). "현대 패션 및 메이크업에 표현된 데카당스적 특성에 관한 연구." 복식 51권 7호.
- 손영칠 (1999). "우리나라 여성의 화장품 구매행동에 관한 실증적 연구." 고려대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 송혜인 (2002). "20대 여성의 의복소평성향에 따른 화장품 구매행동에 관한 연구." 순천대학교 대학원 석사학위논문.
- 신수길, 황상민 (1998). "감성이미지 기법과 평가방법이 적용된 색조화장품의 사용행동에 관한 연구." *한국색채학회논문집* 11권 1호.
- 신지현, 이성욱 (2000). "도탈 코디네이션을 위한 유행트렌드 고찰." *한국미용학회지* 6권 1호.
- 신운호 (1999). "우리나라 성인 남성화장품의 구매행동에 관한 실증적 연구." 고려대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 신주홍 (2001). "화장품 브랜드 선호도 결정요인에 관한 연구." 연세대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 안영애 (1986). "여대생의 화장품 상표충성도에 관한 연구." 동국대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 양숙희, 장미숙 (2000). "1990년대 후반 그로테스크 메이크업에 관한 연구." 복식문화연구 8권 3호.
- 양숙희, 장미숙 (1999). "현대 메이크업에 나타난 네오아방가르드 경향에 관한 연구." 복식문화연구 7권 3호.
- 양진희 (2001). "현대 메이크업에 나타난 레트로 경향." 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 원명심, 이명숙 (1998). "한국여대생의 의복 및 화장품 색채 선호도에 관한 연구." *한국색채학회 논문집*, 10권.
- 유상욱 (1999). "국산 화장품 산업의 발전 방향." *한국미용학회지* 5권 1호.
- 이경자, 송민정 (1991). "우리나라 전통 화장문화에

- 관한 연구.” 복식 17권.
- 이귀영, 김남연 (2000). “미용전공 여대생들의 화장품 구매 행태에 관한 조사.” *한국미용학회지* 6권 2호.
- 이나경 (1999). “현대 여성의 헤어스타일과 메이크업에 관한 연구.” 관동대학교 대학원 석사학위논문.
- 이병희 (2000). “자기모니터링, 인구통계학적 변인과 화장품 구매행동 및 사용에 관한 연구.” *복식문화연구* 8권 5호.
- 이승민, 권현주, 구양숙(2000). “남자 대학생의 의복 관여에 따른 화장품 구매행동에 관한 연구.” *복식문화연구* 8권 2호.
- 이영건 (1984). “서울시민의 외국 상표화장품 소비 행동에 관한 실증적 고찰.” 고려대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 이영애, 이귀영 (1999). “17세기 바로크 양식에 나타난 메이크업에 관한 연구.” *한국미용학회지* 5권 2호.
- 이연희, 양취경 (2002). “인구통계적 변인에 따른 부분색채화장 이미지 지각과 선호도에 관한 연구.” *한국의류학회지* 26권 3,4호.
- 이원자, 신규남, 박혜령 (1997). “나이와 지역에 따른 피부색, 화장색, 얼굴색의 분포.” *한국색채학회 논문집* 9권.
- 이윤정, 이화순 (2001). “네이크업과 복식에 나타난 표현주의에 관한 연구.” *한국미용학회지* 7권 2호.
- 이정아 (2002). “존 갈리아노의 패션쇼에 나타난 메이크업에 관한 연구.” 대구카톨릭대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 이지영 (1999). “여대생의 라이프스타일에 따른 화장품 소비행동.” *복식* 45권.
- 이지은 (2001). “국산화장품과 수입화장품의 선호도에 관한 연구.” 한성대학교 대학원 석사학위논문.
- 이형경 (1994). “라이프 스타일에 따른 마케팅 전략에 관한 실증적 연구.” 동덕여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이화순 (1997). “노인의 화장에 대한 태도 조사 연구.” *한국미용학회지* 3권 1호.
- 임선희 (1994). “상표명어 제품평가 및 구매에 미치는 영향에 관한 연구.” 서울여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 임재형 (1997). “시장환경변화에 따른 국내 화장품 산업의 유통경로 다각화에 관한 연구.” 국민대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 임충식 (1987). “서울지역 화장품 종합코너의 소비자 행동에 관한 실증적 고찰.” 고려대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 조기여, 유태순 (1997). “자기효능감, 화장근접도, 의복근접도의 상관관계.” *복식* 32권.
- 지징아 (2000). “18세기 로코코 시대의 복식, 헤어, 메이크업 경향에 대한 연구.” 대구대학교 대학원 석사학위논문.
- 채운수 (1984). “한국 화장품 제조업계의 마케팅에 관한 실증적 고찰.” 동국대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 채정숙 (2001). “여대생 라이프스타일 유형에 따른 화장품 구매 및 사용행동 분석.” *대한가정학회지* 39권 11호.
- 최수복 (1981). “화장품의 시장점유율 예측.” 경남대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 피기은 (1984). “우리나라 화장품 산업의 마케팅에 관한 일고찰.” 동국대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 한명숙, 김수진 (1998). “1990년대의 패션과 메이크업 경향에 관한 연구.” *복식문화연구* 6권 1호.
- 한명숙, 김수진 (1999). “밀레니엄을 맞이하는 1990년대 패션과 메이크업의 경향.” *복식문화연구* 7권 6호.
- 홍성순, 오은정 (2001). “라이프 스타일에 따른 색조 화장 표현도와 색조화장품 구매행동에 관한 연구.” *대한가정학회지* 39권 1호.
- 화장품 연감 (1996). 화장품신문사.
- 황미영 (2002). “현대 메이크업에 나타난 에로티시즘 표현에 관한 연구.” 대구카톨릭대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 황상민, 정주원 (1999). “색채 이미지의 심리적 분석 : 소비자 성향에 따른 색채 화장과 구현된 색 이미지를 중심으로.” *한국색채학회논문집* p. 23-33.
- 황선순 (1996). “한국화장품 업계의 현황 및 발전방

- 안에 관한 연구.” 서울여자대학교 대학원 석사 학위논문.
- 황춘섭, 이화순 (2002). “화장의 사회심리적 기대효과에 따른 화장 이미지와 자의식에 관한 연구,” 복식 52권 8호.
- 황희진 (1999). “화장품 소비자의 유통경로 선택에 관한 연구.” 고려대학교 경영대학원 석사학위논문.
- Hiroto Murasawa (2002). “치장과 변신을 위한 화장.” *한국의류산업학회지* 4권 1호.
- Ikuo Daibo (2002). “화장행동의 사회심리학.” *한국의류산업학회지* 4권 3호.