

## 首都圈 女大生の 期初 皮膚 色調 化粧品 使用 實態에 關한 研究

曹圭和\* · 李龜榮

梨花女子大學校 衣類織物學專功 教授\*, 案山工科大學 뷰티디자인科 助教授

## A Study on The Basic Skin Makeup Products Consuming Patterns of Female College Students lived in Metropolitan Area of Seoul

Cho, Kyu-Hwa\* · Lee, Kwuy-Young

Prof., Dept. of Clothing & Textiles, Ewha Womans University\*  
Assistant Prof., Dept. of Beauty Design, Ansan College of Technology

### Abstract

The purpose of this research is to analyze the patterns on consuming basic skin makeup products of female college students, and to provide basic information to understand the patterns of ordinary consumers. The survey was included 283 female students from 5 colleges located in metropolitan area of Seoul. The survey data were analyzed by one-way ANOVA, Duncan test, T-test, chi-square-test methods.

The results are as follows :

1. 60% of the college students of metropolitan area are doing basic skin makeup for aesthetic reasons in most cases, eye makeup is regarded the most important part, so 92% students have experienced to buy imported cosmetic products because of it's better absorption to skin.
2. Significant correlations were found between the skin types and dissatisfaction about foundation after using.
3. According to demographic variables, significant correlations were found between grade and makeup extent, grade and the reasons why they use imported products.
4. According to demographic variables, significant correlations were found between grade and foundation types used, monthly average living expense and purchasing channels, grade and purchasing channels, price level of the currently using face powder and monthly average living expense, monthly average spending for cosmetic products and level of wealth, price level of the currently using foundation and monthly average living expense.

5. According to demographic variables, significant differences were found in monthly average living expense, monthly average spending for cosmetic product, mother's job, grade.

**Key words** : the basic skin makeup products consuming patterns(기초 피부 색조 화장품 사용 실태), female college students lived in metropolitan area of Seoul(수도권 여대생)

## I. 서론

모든 여성들은 아름다워지기를 원하며, 인간이 스스로를 아름답게 하려는 꾸밈이 화장(化粧)이라고 할 수 있다.<sup>1)</sup> 그리고 화장품은 정밀화학공업에 속하는 전형적인 다품종소량생산 업종으로서 기호상유행성이 강하여 제품의 라이프 사이클이 짧은 특성을 지니고 있다.<sup>2)</sup> 즉, 화장품은 인체관련성으로서 자기를 하나의 작품으로 생각하여 회화를 구현하는 것과 같이 얼굴의 단점을 감추려는 성형 외과적 제품의 특성과 얼굴만이 아닌 몸 전체를 청결하게 보호하는 것으로서 보건 위생면에 영향을 미치는 제품의 특성을 가지고 있으며, 유행상기호성으로서 화장품은 유행성과 기호성이 특히 강한 '이미지 상품'으로서 소득수준의 향상에 따른 소비자기호의 다양화 및 품질의 고급화가 요구되어 기술수준의 집약이 필요한 상품이다. 또한, 화장품은 유행상품이므로 제품수명주기가 비교적 짧으며, 특히 현대화장품의 제조기술은 급속도로 발달되고 있어 화장품기업은 새로운 상품의 개발과 기술혁신의 수용에 있어서 적극적인 자세가 요구된다.<sup>3)</sup>

또한 현대의 기업경영에 있어서 판매는 매우 높은 비중을 차지하고 있으므로 「팔릴 수 있는 상품」을 언제나 개발하고 공급하도록 해야 하고, 이를 위해서 기업은 체계적인 마케팅활동을 수행해 나갈 것이 요구되며, 기업이 마케팅활동을 전개하기 위해서는 우선 시장을 구성하는 소비자에 대한 이해가 필요하다.<sup>4)</sup>

특히, 기초 피부 색조 화장품은 피부의 질감을 표현하며, 유행을 나타내는 가장 기초적이며 중요한 품목임에도 불구하고 이제까지 기초 피부 색조 화장품

에 대한 연구는 활발하게 이루어지지 않은 실정이다.

이에 본 연구에서는 수도권 여대생의 기초 피부 색조 화장품 사용 실태를 알아봄으로써 화장품업계에 소비자의 기초 피부 색조 화장품 사용 실태에 대한 이해를 돕고자 하며 이에 대한 기초 자료를 제공하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 피부 타입

일반 피부 타입은 크게, 중성 피부, 건성 피부, 지성 피부, 중성, 복합성, 민감성으로 나뉜다. 이러한 피부 유형은 피부의 수분량, 피지분비 정도, 혈액의 순환상태, 피부의 조직 상태, 환경 요인과 개인의 신체 건강 상태, 영양 상태 등에 따라 변화 요인을 가진다. 그 중 첫 번째 중성 피부는 피지 분비 기능과 보습상태가 적절하게 조화되어 피부결이 고르며 촉촉하고 부드럽고, 색소 침착과 잡티가 없는 것이 특징이다. 따라서 중성 피부란 피부의 모든 상태와 생리 기능이 정상적이고 이상적인 상태로 복잡한 현대 생활에서는 찾아보기 힘든 피부 유형이다. 두 번째 건성 피부는 내적이 원인과 외적인 원인에 의해 피부의 수분 공급 기능과 피지 분비 기능이 균형을 이루지 못한 피부이다. 세 번째 지성 피부는 중성 피부와 비교 시 피지선과 한선의 활동이 활발하여 피지 분비량이 많으며, 일반지성피부, 지루성 피부, 수분 부족 지성 피부로 세분화된다. 네 번째 복합성 피부는 얼굴의 부위에 따라 서로 다른 피부 유형이 복합적으로 공존하는 피부 유형으로서 일반적으로

불은 건성피부이고, T-zone 부위는 피지 분비가 많은 지성 타입으로 볼과 이마의 피부 유형이 달라 피부색이 균일하지 못한 피부 유형이다. 그래서 화장이 잘 받지 않고, 피부 타입에 맞는 화장품을 선택하기가 어려운 것이 특징이다. 마지막으로 민감성 피부는 피부 조직이 정상피부보다 섬세하고 얇아서 외부 환경적인 요인에 민감한 반응을 나타내는 피부 유형으로서 피부에 탄력이 없고 화장품에 의해 부작용이 쉽게 일어난다.<sup>5)</sup>

## 2. 기초 피부 색조 화장품의 정의

1999년에 제정이 되고, 2000년 7월 1일부터 시행된 화장품법 제 1장 총칙 제 2조 1항에 의하면, 화장품의 정의를 법적으로 다음과 같이 정의하고 있다. ‘화장품이라 함은 인체를 청결, 미화하여 매력을 더하고, 용모를 밝게 변화시키거나 피부, 모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것을 말한다.’<sup>6)</sup> 그리고, 화장품은 사용부위, 사용목적 또는 제품의 구성성분 및 제형 등에 의해 여러 가지로 분류되고, 크게 기초 화장품, 메이크업 화장품, 바디 화장품, 모발 화장품, 방향화장품 등으로 구분이 된다. 메이크업 화장품은 주로 베이스 메이크업과 포인트 메이크업, 그 밖에 손톱을 미화하기 위한 등으로 구분이 되는데, 베이스 메이크업(base make-up) 화장품은 얼굴 전체의 피부색을 균일하게 정돈하거나 기미, 주근깨 등 피부 결점을 커버하여 아름답게 보이도록 하며, 포인트 메이크업(point make-up) 화장품은 입술, 눈, 볼이나 손톱 등에 부분적으로 사용하여 혈색을 좋게 하고 입체감을 부여하여 매력적인 용모로 보이도록 한다.<sup>7)</sup>

본 연구의 대상이 되는 기초 색조 메이크업 제품은 메이크업 화장품의 베이스 메이크업 화장품에 해당이 된다.<sup>8)</sup> 그리고 베이스 메이크업 화장품에는 일정하지 않은 피부 톤을 균일하게 정리해 주고, 칙칙한 피부색을 화사하게 보정해 주는 동시에 피부를 보호하고 파운데이션의 밀착감과 지속력을 높여 주

는 역할의 메이크업 베이스와 피부 잡티나 결점을 효과적으로 커버해 주는 컨실러, 피부색을 통일시켜 아름다운 피부표현을 해주고, 피부의 결점을 가려주고 외부의 자극으로부터 피부를 보호하는 파운데이션, 파운데이션 화장 후의 번들거림을 방지하고 피부를 부드럽게 표현해 주는 파우더 등이 있다.<sup>9)</sup>

## 3. 화장품 사용 실태

본 연구의 화장품 사용 실태에는 화장품 구매 행동과 소비 행태가 포함되는데, 구매 행동이란, 소비자가 사회, 문화적인 환경 요인과 개인적 욕구 등의 동기에 따라 필요로 하는 제품을 지각하고, 정보를 탐색한 후, 제품을 평가, 선택하는 과정을 거쳐 구매하는 것을 말하고,<sup>10)</sup> 소비 행태란 소비자가 자신의 욕구를 충족시킬 것으로 기대하는 제품이나 서비스를 탐색, 구매, 사용, 평가, 그리고 처분하는 과정을 말한다.<sup>11)</sup>

화장품 구매 행동과 소비 행태에 관한 선행 연구의 내용은 다음과 같다.

화장 정도는 김현정(2004)의 연구<sup>12)</sup>에서 여대생의 91.4%가 화장을 하고 있다고 답했고, 이지영·김용숙(1999)의 연구<sup>13)</sup>에서는 94.5%, 채정숙(2001)의 연구<sup>14)</sup>에서는 94.4%로 나타났다.

‘기초화장을 한다’는 응답률은 백승진(2004)의 연구<sup>15)</sup>에서 83.2%로 높았으며 30대에, 대학재학이상, 판매서비스업에, 대도시거주에, 미혼에, 상류층에 속하는 응답자가 더 기초화장 비율이 높았다.

얼굴화장시 가장 신경 쓰는 부분은 김숙례(2001)<sup>16)</sup>와 백승진(2004)의 연구에서 눈이 가장 높았고, 화장 동기는 강동구(1985)의 연구<sup>17)</sup>에서는 ‘피부 보호를 위해서’ 46.3%, ‘아름답게 가꾸기 위해서’는 26.1%, ‘개성강조, 결점 보완을 위해서’ 15.3%, ‘주위의 권유로’ 6.9%, ‘남들이 하나까’는 2.9%순으로 나타났다. 한편, 한동여(1987)의 연구에서는<sup>18)</sup> ‘예쁘게 보이고 싶어서’라는 심리적 요인이 강하게 작용하는데에서 화장품을 구매한 것으로 분석되었고, 이지영·김용숙(1999)의 연구에서는 피부보호를 위한 목적으

로(37.9%), 자신의 결점보완을 목적으로(24.7%), 아름다워지고 싶은 욕구 때문에(9.8%) 화장을 한다고 답했으며, 유희석(2000)의 연구<sup>19)</sup>에서는 자신의 이미지나 개성을 강조하기 위한 화장이 30.3%의 높은 분포인 반면, 김현정의 연구(2004)에서는 12.5%의 분포를 나타냈다.

외제化粧品の 사용은 이지영·김용숙(1999)의 연구와 김현정(2004)의 연구에서 외제化粧品の ‘국산품보다 피부에 잘 맞아서’ 사용한다는 여대생의 분포가 각각 34.7%, 32.7% 였고, ‘국산품보다 브랜드 이미지가 좋아서’는 각각 14.0%, 36.3%였다.<sup>20)</sup>

소비자가 구매를 위해 정보를 탐색할 때 사용하는 정보의 근원으로서 이희숙(1996)의 연구<sup>21)</sup>에서는 TV 등 매스컴에 의한 광고에서 48.0%로 가장 많은 영향을 받는 것으로 나타났고, 그 다음 순으로 친구의 영향이 28.3%를 나타냈다. 이지영·김용숙(1999)의 연구에서는 마케터 주도형의 정보원이 48.6%, 직접 경험이 30.1%, 소비자 주도형 정보원이 21.1%였고, 이귀영·김남연(2000)의 연구<sup>22)</sup>에서는 여성잡지의 활용도가 가장 컸고, 친구나 이웃의 정보활용과 TV 정보활용 순으로 나타났으며, 채정숙(2001)의 연구<sup>23)</sup>에서는 자신의 구매경험과 친나 가족들의 경험에 의한 화장품 구매가 가장 많은 분포로 나타났고, 김현정(2004)의 연구에서는 친구나 다른 사람의 조언에 의해 34.8%, 자신 구매 경험에 의해 17.5%, 화장품 판매원의 조언에 의해 11.7%, TV 8.9%, 잡지 7.1%, 화장품 회사지 3.2%였다.

제품의 선택기준에 있어서는 이희숙(1996)연구에서 품질 75.7%, 가격 15.7%를 보였고 이지영·김용숙(1999)의 연구에서는 품질과 기능 및 효과 72.0%, 가격 17.6%, 채정숙(2001)의 연구에서 비부적합성, 품질(기능성), 가격의 순이었고, 김현정(2004)의 연구에서는 품질기능이 44.0%, 피부적합성이 24.7%, 가격이 14.3%로 나타났다.

여대생의 인구통계학적 변인과 화장품 구입비를 살펴보면, 월평균 용돈에서 채정숙(2001)의 연구에서는 한달 평균 3만원 이상의 화장품 구입액이 3.5%

를 보였고, 김현정(2004)의 연구에서는 41.4%가 용돈이 20만원~29만원이었고, 약 1/4 정도의 용돈을 화장품 구입으로 소비하고 있었다.<sup>24)</sup> 여대생의 인구통계학적 변인과 화장품 소비자 행동과의 관계를 살펴보면, 한동여(1987)의 연구에서 고학년으로 올라갈수록 화장에 더욱 더 신경을 쓰는 경향이 있고, ‘화장함으로써 자신의 용모를 더욱 돋보일 수 있다’고 보는 화장효과에 대한 반응은 학년별로는 차이가 없고, 화장품의 사용빈도는 저학년에서 고학년으로 올라갈수록 화장품의 사용이 증가하고 있었으며, 계절에 따른 화장품사용은 학년과 상관도가 높지 않았다.<sup>25)</sup>

구매처는 강동구(1985)의 연구<sup>26)</sup>에서는 여대생의 할인코너의 이용률이 45.8%, 방문판매원의 이용률이 32.5%, 백화점의 이용률이 5.9%였고, 한동여(1987)의 연구<sup>27)</sup>에서는 대부분의 여대생들이 경제적 이유로 해서 백화점 등 보다는 비교적 가격이 낮은 판매점을 선호한다고 나타났고, 이지영·김용숙(1999)의 연구에서는 여대생의 할인점의 이용률이 92.0%, 이귀영·김남연(2000)의 연구<sup>28)</sup>에서는 화장품 전문점의 이용률이 56.8%, 할인코너의 이용률이 38.3%, 유희석(2000)의 연구에서는 전문점과 할인점이 82.8%, 백화점 12.2%, 대형할인점 2.8%, 김현정(2004)의 연구<sup>29)</sup>에서는 할인 코너(전문점)가 46.7%, 백화점 14.0%의 이용률을 보였고, 유희석(2000)의 연구에서 인터넷 및 쇼핑몰의 이용률이 1.9%였던 것이 김현정(2004)의 연구에서는 홈쇼핑의 결과가 7.3%로서 온라인을 통한 이용률이 증가했다. 또한 태평양과 TNS가 공동 조사한 여성 화장품 사용실태에서는 구입 장소는 화장품 전문점이 37%, 방문판매가 27%, 백화점이 17% 순이었고, 백화점 주이용자의 경우는 가구 소득이 높은 대졸 이상 20대 후반으로 나타났으며 요즘의 웰빙 트렌드에 따라 자연주의 화장 선호로 인해 얇고 가벼운 화장을 위한 콤팩트의 사용률이 지속적으로 증가하는 반면, 크림 파운데이션의 사용률은 감소하고 있는 것으로 나타났다.<sup>30)</sup>

### Ⅲ. 연구 방법 및 절차

#### 1. 연구 문제

- 1) 수도권 여대생의 피부 타입에 관하여 알아본다.
- 2) 수도권 여대생의 화장품 사용 행동의 실태에 관하여 알아본다.
- 3) 수도권 여대생의 기초 피부 색조 화장품 사용 실태에 관하여 알아본다.
- 4) 수도권 여대생의 피부 타입과 기초 피부 색조 화장품 사용 실태의 관계를 알아본다.
- 5) 인구 통계학적 변인에 따른 화장품 사용 행동의 차이에 관하여 알아본다.
- 6) 인구 통계학적 변인에 따른 기초색조화장품 사용행동의 차이를 알아본다.
- 7) 인구 통계학적 변인에 따른 기초 피부 색조 화장품 사용 실태에 관하여 알아본다.

#### 2. 측정 도구

본 연구를 위해 질문지법을 사용하였으며, 질문지는 선행 연구에서 사용한 문항<sup>31)</sup>과 본 연구자가 작성한 문항을 예비조사과정을 통해 수정, 보완, 개발하여, 총 40문항으로 구성되었으며, 내용은 다음과 같다.

화장품 사용행동에 관한 6문항, 기초 피부 색조 화장품 사용 실태에 관한 19문항, 기초 피부 색조 화장품 사용 행동에 관한 11문항, 피부 타입에 관한 4문항으로 구성되어 있다.

인구 통계학적 변인에 관한 문항은 월 평균 용돈, 월 평균 화장품 구입비, 부모의 직업, 주관적인 생활 수준, 거주지, 재학 중인 학교와 학년의 7문항으로 구성되었다.

#### 3. 자료 수집 및 표본의 특징

본 연구는 수도권에 위치한 대학교 중, 서울의 중

앙이 되는 위치와, 수도권의 동부 지역, 수도권의 서부 지역, 수도권의 남부지역, 수도권의 북부 지역의 한 대학씩을 선정하여, 여대생들을 대상으로 학년별로 같은 비율로 나누어 설문조사를 하였으며, 설문기간은 2004년 11월18일부터 12월3일까지였다. 설문조사자는 해당학교를 방문하여 학생들에게 설문지 응답요령과 주의점을 설명하고 배부, 회수하였다. 본 조사 설문지는 300명을 대상으로 배부하였으며, 최종 283부가 통계분석에 이용되었다.

#### 4. 분석 방법

본 연구의 자료 분석은 설문지의 SPSS Window 10.0을 사용하여 조사대상자의 일반적 특성, 수도권 여대생의 화장품 사용 행동의 실태, 수도권 여대생의 기초 피부 색조 화장품 사용 실태, 수도권 여대생의 피부 타입의 빈도와 백분율을 구했고, 인구 통계학적 변인에 따른 기초색조화장품 사용행동의 차이를 알아보기 위하여 일원변량분석(F 검증)과 Duncan의 다중범위 검증, t검증을 실시하였으며, 수도권 여대생의 피부 타입과 기초 색조 화장품 사용 실태의 관계, 인구 통계학적 변인에 따른 화장품 사용 행동의 차이, 인구 통계학적 변인에 따른 기초 피부 색조 화장품 이용실태의 관계를 알아보기 위해  $\chi^2$  검증을 실시하였다.

### Ⅳ. 결과 및 논의

#### 1. 수도권 여대생의 피부 타입

수도권 여대생의 피부 타입의 설문결과는 다음과 같다.

피부 타입은 ‘복합성’이 138명(49.3%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 ‘건성’이 58명(20.7%), ‘지성’이 36명(12.9%), ‘중성’이 34명(12.1%), ‘민감성’이 14명(5.0%)순이었다.

이는 태평양과 TNS가 공동 조사한 여성 화장품 사용실태에서 5년 전인 2000년에는 복합성 피부가 13%였으나, 05년인 현재는 31%로 급격히 증가한 결과와 비슷하며, 피부 고민이 점점 세분화하고 있음을 나타내고 있다.<sup>32)</sup>

피부색 타입은 '노르스름한 편'이 88명(31.9%)으로서 가장 많았고, 그 다음이 '흰색 피부'로서 79명(28.6%), '여드름이 있는 편'이 39명(14.1%), '가무잡잡한 편'이 36명(13.0%), '붉은 편'이 26명(9.4%)순이었으며, 피부 상태는 예상 외로 '깨끗한 편'인 피부보다 '잡티가 있는 편'인 피부가 169명(61%)으로서 더 많았다.

## 2. 수도권 여대생 화장품 사용 행동 실태

수도권 여대생 화장품 사용 행동 실태를 파악한 결과는 다음과 같다.

평상시 화장 정도는 '부분 색조화장을 가끔 함'이 85명(30.4%), '기초 피부 색조화장을 가끔 함'이 83명(29.6%)으로 나타나 적어도 수도권 여대생의 약 60%정도가 기초 피부 색조 화장을 하고 있었으며, 색조 화장을 하는 경우는 '언제나'가 65명(38.5%), '친구와 만날 때'가 59명(34.9%)으로서 특별한 행사 때보다는 평상시에 색조 화장을 하는 경향이 큰 것으로 나타났다. 기초화장 또는 색조 화장 시 중점을 두는 곳으로는 '눈'이 114명(52.1%), 피부가 83명(37.9%)으로서 기초 피부 색조 화장보다는 눈 화장에 더 중점을 두는 것으로 나타났고 이는, 김숙례(2001), 백승진(2004)의 연구와 결과가 같았다. 화장 하는 이유로는 '아름답게 보이기 위해'가 105명(39.9%), '나 자신을 표현하기 위해'가 55명(20.9%), '사회생활의 기본 예의라서'가 55명(20.9%), '피부 보호를 위해'가 41명(15.6%), '다른 사람이 화장을 하므로'가 55명(2.7%)으로서 여성으로서의 기본적인 욕구나 실용적인 목적으로서 화장을 하는 경우가 대부분이었다. '아름답게 보이기 위해' 화장하는 요인이 가장 강한 것은 한동여(1987)의 연구 결과와 일치했으나, 강동구(1985), 이지영·김용숙(1999)의 연구에서,

'피부 보호를 위한' 목적으로 화장하는 요인이 가장 높은 결과와는 상이했다. 외제 화장품 사용 경험은 '예'가 252명(92%)으로서 대부분 외제 화장품을 사용해 보았으며, 외제 화장품을 사용한 이유로는 '국산품보다 피부에 잘 흡수되므로'가 95명(37.3%), '국산품보다 브랜드 이미지가 좋아서'가 74명(29.0%)으로서 화장품 기능이 외제 화장품 사용 시 제일 우선시 되는 것으로 나타났고, 이는 이지영·김용숙(1999), 김현정(2004)의 외제화장품의 '국산품보다 피부에 잘 맞아서' 사용한다는 여대생의 분포가 각각 34.7%, 32.7%의 결과와 비슷했다.

## 3. 수도권 여대생 기초 색조 화장품 사용 실태

수도권 여대생 기초 색조 화장품 이용 실태를 파악한 결과는 <표 1>와 같다.

<표 1>에서 볼 때, 기초 피부 색조 화장은 267명(95%)으로서 대부분 기초 피부 색조 화장을 한 경험이 있는 것으로 나타났으며, 기초 피부 색조 화장을 처음 한 시기는 '대학교'가 168명(62%), '고등학교'가 83명(31%)으로서 30% 이상이 이미 고등학교 때 기초 피부 색조 화장을 처음 한 것을 알 수 있었다. 기초 피부 색조 화장품을 처음 구입할 동기는 '본인의 필요성'이 180명(66.7%)으로서 가장 많았고, '판매원의 권유'는 4명(1.5%)으로서 기초 피부 색조 화장품을 처음 구입할 때 판매원의 권유로 사는 경우는 극히 드물었다. 이는 김현정(2004)의 연구에서 화장품 판매원의 조언에 의해 사는 경우가 11.7%인데 비하면 매우 낮은 수치여서 일반 화장품보다 기초 피부 색조 화장품을 사는 경우, 화장품 판매원의 조언이 거의 영향을 끼치지 않고 있는 것으로 나타났다.

기초 피부 색조 화장품을 구입하는 장소는 '백화점'이 110명(42.0%), '대형 화장품 전문점'이 67명(25.6%)으로서 대형 화장품 전문점보다 백화점에서 더 많이 구입하는 것으로 나타났다. 이는 강동구(1985), 한동여(1987), 이지영·김용숙(1999), 이귀영·김남연(2000), 유희석(2000), 김현정(2004)의 연구에서, 화장품을 구입하는 경우, 백화점보다 가격이 비

교적 낮은 화장품 전문점이나 할인점에서의 구입이 많았던 것과는 다른 결과이다.

기초 피부 색조 화장에 대한 정보는 '친구·이웃·친척'이 70명(27.0%)으로서 가장 많았고, 그 다음이 'TV 라디오·인터넷'으로서 64명(24.7%)이었다. 화장품에 대한 정보가 '친구·이웃·친척'이 가장 많은 것은 채정숙(2001), 김현정(2004)의 연구와 비슷했지만, 이희숙(1996)의 연구에서는 TV등 매스컴에 의한 광고에서 48.0%로 가장 많은 영향을 받는 것으로 나타났고, 이지영·김용숙(1999)의 연구에서는 마케터 주도형의 정보원이 48.6%, 이귀영·김남연(2000)의 연구에서는 여성잡지의 활용도가 가장 큰 것으로 다른 결과를 나타냈다. 그리고 인터넷, 홈쇼핑 등 온라인상의 구매의 변화를 살펴보면, 유희석(2000)의 연구에서 인터넷 및 쇼핑몰의 이용률이 1.9%, 김현정(2004)의 연구에서 홈쇼핑의 결과가 7.3%, 본 연구에서 24.7%인 것으로 보아 그 이용률이 해마다 크게 증가하고 있음을 알 수 있었다.

기초 피부 색조 화장품의 구매 결정 중요도로는 '기능 및 효과'가 203명(76.0%)으로 가장 많았으며, 그 다음이 '적당한 가격'이 28명(10.5%)으로서 적당한 가격에 비해 기능 및 효과를 훨씬 중요하게 생각하는 것으로 나타났고, 현재 사용하고 있는 가격대로는 '3만원~5만원'이 108명(40.0%)으로서 가장 많았다. 이는 이희숙(1996), 이지영·김용숙(1999), 채정숙(2001), 김현정(2004)에서 품질과 기능 및 효과를 가격보다 훨씬 중시하는 것과도 같은 결과였다.

파운데이션 사용 시 불만족한 점으로는 '화장 지속력이 좋지 않아서'가 130명(50.0%)으로서 가장 많았고 메이크업 베이스는 전체 283명 중, 207명(76%)으로서, 사용하고 있는 사람이 가장 많음을 알 수 있었다. 사용하고 있는 메이크업 베이스의 색은 '녹색'이 117명(54.2%)으로서 우리나라 여성의 피부색이 붉은

색의 피부보다 노란 피부색이 많음을 감안할 때, 수도권 많은 수의 여대생들이 메이크업 베이스의 색을 선택할 때, 자신의 피부색을 고려하지 않는 것으로 나타났다. 컨실러는 211명(78%)이 사용하지 않는다고 답했고, 파운데이션은 절반 정도인 142명(53%)이 사용하고 있는 반면, 파우더는 대부분인 260명(95%)이 사용하고 있는 것으로 나타나 파운데이션은 안 하고 파우더만 사용하는 학생도 많음을 알 수 있었다. 가장 많이 사용하는 파운데이션 타입은 '리퀴드형'으로서 97명(61.4%), 가장 많이 사용하는 파우더 타입은 '고형 형태'가 143명(57.9%)으로서 파운데이션으로 표현하는 피부 표현은 자연스러운 것을 선호하고, 파우더는 휴대하기 간편한 고형 형태를 선호하는 것으로 나타났다. 그리고 대다수인 251명(91%)이 기초 피부 색조 화장품의 피부 개선 및 추가 기능 제품 선호한다고 답했는데, 이는 요즘 신제품 경향과 같이 기초 피부 색조 화장품들이 피부 표현을 아름답게 해 주는 기능뿐만 아니라 피부를 보호하고, 개선시키는 기초 피부 색조 화장품들이 앞으로도 각광을 받게 될 것이라는 것으로 풀이된다.

#### 4. 수도권 여대생의 피부 타입과 기초 피부 색조 화장품 사용 실태의 관계

수도권 여대생의 피부 타입과 기초 피부 색조 화장품 사용 실태 중 유의한 결과가 나타난 것은 피부상태와 파운데이션 사용 후 불만족한 면과의 관계였으며, 그 내용은 <표 2>과 같다.

'깨끗한 편'인 피부는 파운데이션 사용 후 불만족한 면을 '화장 지속력이 좋지 않아서'의 응답이 가장 많았고, '잡티가 있는 편'인 피부는 파운데이션 사용 후 불만족한 점은 '커버력이 좋지 않아서'로 나타났다.

〈표 1〉 수도권 여대생의 기초 피부 색조 화장품 사용 실태

		N(%)			
변 인	내 용	N(%)	변 인	내 용	N(%)
기초피부 색조 화장 여부	예	267(95) 14(5)	파우더 가격대	1,000원 미만	10(3.7)
	아니오			10,000~30,000원	78(29.0)
				30,000~50,000원	108(40.0)
				50,000~70,000원	62(23.0)
				70,000~100,000원	12(4.4)
	계	281(100.0)		계	270(100.0)
기초피부 색조 화장을 처음한 시기	중학교	19(7) 83(31) 168(62)	파우더 사용 후 불만족 한 점	파운데이션의 색이 자신의 피부색과 맞지 않아서	26(10.0)
	고등학교			커버력이 좋지 않아서	55(21.15)
	대학교			피부 트러블이 생겨서	130(50.0)
				기타	22(8.5)
	계	270(100.0)		계	27(10.4)
				계	260(100.0)
기초피부 색조 화장품을 처음 구입하게 된 동기	본인의 필요성	180(66.7) 45(16.7) 31(11.5) 4(1.5) 10(3.7)	메이크업 베이스 사용 여부	예	207(76) 67(24)
	선물로 받아서			아니오	
	친구나 친지의 권유			계	274(100.0)
	판매원의 권유				
	기타				
	계	270(100.0)		계	274(100.0)
기초피부 색조 화장품 구매 장소	백화점	110(42.0) 67(25.6) 31(11.8) 39(14.9) 4(1.5) 11(4.2)	메이크업 베이스 사용 색	녹 색	117(54.2)
	대형 화장품 전문점			보라 색	28(13.0)
	동네 소형 화장품 전문점			분홍 색	9(4.2)
	인터넷 및 통신 판매			푸른 색	8(3.7)
	방문 판매			흰 색	28(13.0)
	기타			살 색	26(12.0)
	계	262(100.0)		계	216(100.0)
기초 피부 색조 화장품에 대한 정보	TV·라디오·인터넷	64(24.7) 59(22.8) 4(1.5) 70(27.0) 60(23.2) 2(0.8)	컨실러 사용 여부	예	61(22) 211(78)
	여성 잡지			아니오	
	미용지			계	272(100.0)
	친구·이웃·친척				
	화장품 매장				
	기타				
	계	259(100.0)		계	272(100.0)
기초피부 색조 화장품 구매 결정 중요도	적당한 가격	28(10.5) 203(76.0) 18(6.7) 12(4.5) 3(1.1) 3(1.1)	컨실러 타입	스틱 형	33(50.8) 17(26.2) 10(15.4) 5(7.7)
	기능 및 효과			크림 형	
	색상			펜슬 형	
	상표			리퀴드 형	
	포장 디자인			계	65(100.0)
	기타				
	계	267(100.0)		계	65(100.0)
현재 사용 파운데이션 가격대	10,000원 미만	10(3.7) 78(28.9) 108(40.0) 62(23.0) 12(4.4)	파운데이션 사용 여부	예	142(53) 125(47)
	10,000~30,000원			아니오	
	30,000~50,000원			계	267(100.0)
	50,000~70,000원				
	70,000~100,000원				
	계	270(100.0)		계	267(100.0)
파운데이션 사용 시 불만족한 점	파우더의 색이 자신의 피부색과 맞지 않아서	26(10.0) 55(21.2) 130(50.0) 22(8.5) 27(10.4)	파운데이션 타입	리퀴드 형	97(61.4) 25(15.8) 8(5.1) 25(15.0) 3(1.9)
	커버력이 좋지 않아서			스틱 형	
	화장 지속력이 좋지 않아서			트윈케익 형	
	피부 트러블이 생겨서			기타	
	기타			계	158(100.0)
	계	260(100.0)		계	158(100.0)



〈표 2〉 피부상태와 파운데이션 사용 후 불만족한 면

		N(row %)						$\chi^2$
파운데이션 사용 후 불만족한 면	피부 상태	파운데이션의 색이 자신의 피부색과 맞지 않아서	커버력이 좋지 않아서	화장 지속력이 좋지 않아서	피부 트러블이 생겨서	기 타	계	
	깨끗한 편	20(21.7)	19(20.7)	32(34.8)	14(15.2)	7(7.6)	92(100.0)	10.632* (df=4)
	잡티가 있는 편	33(23.2)	46(32.4)	25(17.6)	21(14.8)	17(12.0)	142(100.0)	

\*p<.05

〈표 3〉 학년과 평상시 화장 정도

		N(row %)						$\chi^2$
평상시 화장 정도	전 혀 안 한다	기초피부 색조 화장 정도 한다	부분 색조 화장을 가끔 한다	부분 색조 화장을 한다	전체 색조 화장을 가끔 한다	전체 색조 화장을 한다	계	
	저학년 (1,2학년)	23(17.2)	37(27.6)	36(26.9)	22(16.4)	8(6.0)	8(6.0)	12.491* (df=5)
	고학년 (3,4학년)	7(5.0)	46(32.9)	47(33.6)	18(12.9)	13(9.3)	9(6.4)	

\*p<.05

〈표 4〉 학년과 외제 화장품을 사용 하는 이유

		N(row %)								$\chi^2$
외제 화장품을 사용하는 이유	국산품 보다 피부에 잘 흡수 되므로	국산품 보다 색상이 예뻐서	국산품보다 브랜드 이미지가 좋아서	국산품 보다 향이 좋아서	국산품보다 용기와 포장이 예뻐서	선물을 받아서	기 타	계		
	저학년(1,2학년)	36(30.5)	9(7.6)	41(34.7)	3(2.5)	4(3.4)	20(16.9)	5(4.2)	19.702* (df=6)	
	고학년(3,4학년)	59(44.7)	24(18.2)	30(22.7)	0(0)	4(3.0)	10(7.6)	5(3.8)		

\*p<.05

### 5. 인구 통계학적 변인에 따른 화장품 사용 행동의 차이

인구 통계학적 변인에 따른 화장품 사용 행동의 차 이에서 유의한 결과를 보인 관계는 〈표 3〉 의 학년과 평상시 화장 정도와, 〈표 4〉의 학년과 외제 화장품을 사용 하는 이유이며 그 결과는 다음과 같다.

〈표 3〉에서 알 수 있듯이, 저학년은 ‘기초 피부 화 장 정도’를 가장 많이 했고, 고학년은 기초피부 화장 이외에도 ‘부분 색조 화장을 가끔 하는 정도’가 가장 많음을 알 수 있었다.

〈표 4〉에서는 저학년인 경우, 외제 화장품을 사용 하는 이유가 ‘국산품보다 브랜드 이미지가 좋아서’가 가장 많았고, 고학년은 ‘국산품보다 피부에 잘 흡수 되므로’의 실용적인 이유가 가장 많았다.

## 6. 인구 통계학적 변인에 따른 기초색조 화장품 사용행동의 차이

인구 통계학적 변인에 따른 기초색조화장품 사용행동의 차이를 알아보기 위하여, 일원변량분석(F 검정)과 Duncan의 다중범위 검증을 실시하였고, 사용행동과 학년에서는 t검증을 실시한 결과는 <표 5>과 같다.

<표 5>에서 볼 때, 인구 통계학적 변인에 따른 기초색조화장품 사용행동은 월 평균 용돈, 월 평균 화장품 구입비, 모(母)직업, 학년의 일부 항목에서 유의한 차이를 보였다. 그러나 생활수준과는 유의한 차이가 나타나지 않았다.

월 평균 용돈에 따른 기초색조화장품 사용행동에서는 '외국 브랜드의 기초 피부 색조 화장품 품질이 국내 기초 피부 색조 화장품보다 훨씬 더 좋다고 생각한다.'는 '외국 브랜드가 좋다', '여름이나 특별한 모임 시 반짝이는 펄이 들어간 기초 피부 색조 화장품을 사용한다.'는 펄 사용 항목에서 유의한 차이를 보였다. 월 평균 용돈이 '50만원 이상' 집단이 더 외국브랜드의 기초 피부 색조 화장품을 선호한다는 것을 알 수 있었고, 펄 사용 항목에서는 '19만원 이하'가 펄 사용을 더 많이 한다는 것을 알 수 있었다.

월 평균 화장품 구입비에 따른 기초색조화장품 사용행동에서는 '기초 피부 색조 화장품을 매일 사용한다.', '외국 브랜드의 기초 피부 색조 화장품 품질이 국내 기초 피부 색조 화장품보다 훨씬 더 좋다고 생각한다.'는 '외국 브랜드가 좋다'의 항목, '여름에 태닝한 피부 같은 표현을 위하여 자신의 피부색보다 어두운 색의 기초 피부 색조 화장품을 사용한다.'는 '여름 피부 표현'의 항목, 계절(봄, 여름, 가을, 겨울)에 따라 다른 기초 피부 색조 화장품을 사용한다.'는 '계절에 따라 사용'의 항목에서 유의한 차이를 보였으며, 월 평균 화장품 구입비가 '5만원 이하' 집단과 '15만원~30만원' 집단과 차이가 많이 난 것을 알 수 있었다.

모(母)직업에 따른 기초색조화장품 사용행동에서는 '외국 브랜드가 좋다'의 항목에서 유의한 차이를 보

였고, 모(母)직업이 '전문 기술직'인 집단과 '숙련직'인 집단의 차이가 많이 나는 것으로 나타났다.

학년에 따른 기초색조화장품 사용행동에서는 '기초 피부 색조 화장품을 매일 사용한다.', '기초 피부 색조 화장품을 구매하기 전 자신의 피부색과 맞는지 테스트를 해본다.', '여름이나 특별한 모임 시 반짝이는 펄이 들어간 기초 피부 색조 화장품을 사용한다.'의 항목에서 유의한 차이를 보였으며, 고학년일수록 이러한 항목들의 사용 행동의 경향이 높음을 알 수 있었다.

## 7. 인구 통계학적 변인에 따른 기초 피부 색조 화장품 사용 실태

인구 통계학적 변인에 따른 기초 피부 색조 화장품 사용 실태에서 유의한 결과는 다음과 같다.

<표 6>에서 알 수 있듯이, 학년과 파운데이션 타입은 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 요즘의 내추럴 메이크업 유행 경향을 반영하듯, 저학년과 고학년 모두 리퀴드형 파운데이션을 가장 선호하는 것으로 나타났다. <표 7>의 월 평균 용돈과 기초 피부 색조 화장품 구매 장소, 학년과 기초 피부 색조 화장품 구매 장소와의 관계도 유의한 것으로 나타났는데, 월 평균 용돈이 많을수록 구매 장소로서 백화점을 가장 선호하고, 그 다음으로는 대형 화장품 전문점을 많이 이용하며, 저학년보다 고학년이 백화점을 선호하는 비중이 높았다. <표 8>에서는 현재 사용하고 있는 파우더의 가격대와 월 평균 용돈, 월 평균 화장품 구입비, 생활수준과의 관계가 유의한 것을 보여 준다. 월 평균 용돈과 월 평균 화장품 구입비가 많을수록, 생활수준이 높을수록 고가의 파우더를 사용하는 경향이 많았으며, 월 평균 용돈이 '19만원 이하'는 10,000~30,000원 가격대의 파우더를, '20만원~29만원'은 10,000~50,000원 가격대의 파우더를, '30만원~39만원'은 30,000~50,000원 가격대의 파우더를, '40만원~50만원 이상'은 50,000~70,000원 가격대의 파우더를 가장 많이 사용하는 것으로 나타났다.

〈표 5〉 인구 통계학적 변인에 따른 기초색조화장품 사용행동의 차이

기초피부 색조 화장품 사용행동		기초 피부색조 화장품을 매일사용	외국브랜드가 더 좋다	테스트	커버력 우선	자유스런 피부표현이 더 우선	지속력 우선
인구통계학적 변인							
월 평균 용돈	19만원 이하 (n=12)	3.17	3.17 <sup>ab</sup>	3.92	3.25	3.75	3.83
	20만원~29만원 (n=66)	3.11	2.89 <sup>a</sup>	3.86	3.56	3.90	3.95
	30만원~39만원 (n=82)	3.21	3.11 <sup>ab</sup>	3.84	3.46	3.84	3.90
	40만원~49만원 (n=67)	3.51	3.39 <sup>b</sup>	4.02	3.59	3.94	3.88
	50만원 이상 (n=51)	3.65	3.55 <sup>b</sup>	4.04	3.61	4.02	3.92
	F	1.195	4.748 <sup>***</sup>	.690	.628	.497	.161
월 평균 화장품 구입비	5만원 이하 (n=186)	3.17 <sup>a</sup>	3.07 <sup>a</sup>	3.88	3.56	3.85	3.92
	5만원~15만원 (n=82)	3.68 <sup>a</sup>	3.39 <sup>a</sup>	4.01	3.51	4.01	3.89
	15만원~30만원 (n=8)	3.88 <sup>a</sup>	4.25 <sup>b</sup>	4.00	3.75	4.13	3.88
	F	5.816 <sup>**</sup>	9.335 <sup>***</sup>	.699	.334	1.403	.075
모(母) 직업	무직 (n=161)	3.29	3.22 <sup>bc</sup>	3.97	3.55	3.91	3.93
	전문직 (n=12)	3.25	3.00 <sup>bc</sup>	4.17	3.58	3.58	3.90
	경영 관리직 (n=11)	3.36	3.36 <sup>bc</sup>	3.91	3.55	4.18	4.00
	전문기술직 (n=12)	3.17	3.58 <sup>c</sup>	3.83	3.33	3.75	3.75
	사무직 (n=11)	3.27	2.64 <sup>ab</sup>	3.91	3.64	4.00	4.09
	판매서비스직 (n=29)	3.38	3.07 <sup>bc</sup>	3.76	3.66	4.07	3.79
	숙련직 (n=3)	4.00	2.00 <sup>a</sup>	3.00	3.33	4.00	4.00
	기타 (n=11)	4.09	3.55 <sup>bc</sup>	4.36	3.18	4.00	3.73
	F	.782	2.068 <sup>*</sup>	1.321	.475	.659	.576
사용행동과 학년	저학년(1,2학년) (n=136)	3.05	3.13	3.79	3.50	3.83	3.97
	고학년(3,4학년) (n=141)	3.63	3.28	4.06	3.58	3.99	3.84
	T	-4.033 <sup>***</sup>	-1.345	-2.646 <sup>**</sup>	-.748	-1.644	1.662

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001, 문자 a, b, c, d, e는 Duncan의 다중범위검증 (a<b<c<d<e)

〈표5〉 계속

기초피부 색조 화장품 사용행동		여름 피부 표현	털 사용	다리를 위한 기초화장품	어두운 밝은 색조 화장품 사용	계절에 따라 사용
인구통계학적 변인						
월 평균 용돈	19만원 이하 (n=12)	1.92	3.82 <sup>b</sup>	1.67	2.75	2.67
	20만원~29만원 (n=66)	1.76	2.70 <sup>a</sup>	1.49	2.40	2.16
	30만원~39만원 (n=82)	1.76	3.05 <sup>a</sup>	1.65	2.39	2.15
	40만원~49만원 (n=67)	1.93	3.25 <sup>ab</sup>	1.51	2.55	2.25
	50만원 이상 (n=51)	1.78	3.26 <sup>ab</sup>	1.62	2.57	2.14
	F	.412	3.834 <sup>**</sup>	.513	.522	.802
월 평균 화장품 구입비	5만원 이하 (n=186)	1.72 <sup>a</sup>	3.04	1.51	2.39	2.04 <sup>a</sup>
	5만원~15만원 (n=82)	1.96 <sup>ab</sup>	3.27	1.72	2.63	2.46 <sup>a</sup>
	15만원~30만원 (n=8)	2.38 <sup>b</sup>	2.86	1.86	2.75	3.13 <sup>b</sup>
	F	3.452 <sup>*</sup>	1.253	2.139	1.615	8.652 <sup>***</sup>
모(母) 직업	무직 (n=161)	1.83	3.06	1.55	2.51	2.21
	전문직 (n=12)	1.58	2.92	1.83	2.75	2.50
	경영 관리직 (n=11)	2.09	3.27	1.91	2.73	2.27
	전문기술직 (n=12)	1.50	3.83	1.67	2.25	1.92
	사무직 (n=11)	2.00	2.91	1.90	2.27	2.55
	판매서비스직 (n=29)	1.55	3.17	1.50	2.31	1.93
	숙련직 (n=3)	1.00	3.00	1.00	2.67	1.33
	기타 (n=11)	1.55	3.27	1.27	2.09	2.18
	F	1.305	.924	1.124	.568	1.062
사용행동과 학년	저학년(1,2학년) (n=136)	1.73	2.95	1.56	2.47	2.24
	고학년(3,4학년) (n=141)	1.87	3.26	1.59	2.51	2.13
	T	-1.265	-2.304 <sup>*</sup>	-.298	-.323	.903

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001, 문자 a, b, c, d, e는 Duncan의 다중범위검증 (a<b<c<d<e)

〈표 6〉 학년과 파운데이션 타입

		N(row %)					계	χ <sup>2</sup>
파운데이션 타입	리퀴드 형	크림 형	스틱 형	트윈케익 형	기 타			
저 학년(1, 2학년)	36(50.7)	18(25.4)	2(2.8)	12(16.9)	3(4.2)	71(100)	15.347* (df=4)	
고 학년(3, 4학년)	58(69.9)	6(7.2)	6(7.2)	13(15.7)	0(0)	83(100)		

\*p<.05

〈표 7〉 인구통계학적 변인과 기초 피부 색조 화장품 구매 장소

		N(row %)							계	χ <sup>2</sup>
인구통계학적 변인	기초 피부 색조 화장품 구매 장소	백화점	대형 화장품 전문점	동네 소형 화장품 전문점	인터넷 및 통신 판매	방문 판매	기타			
월 평균 용돈	19만원 이하	1(8.3)	5(41.7)	2(16.7)	2(16.7)	1(8.3)	1(8.3)	12(100.0)	61.345*** (df=20)	
	20만원~29만원	11(19.0)	20(34.5)	8(13.8)	18(31.0)	1(1.7)	0(0)	58(100.0)		
	30만원~39만원	29(38.7)	21(28.0)	11(14.7)	13(17.3)	0(0)	1(1.3)	75(100.0)		
	40만원~49만원	39(60.0)	13(20.0)	4(6.2)	2(3.1)	2(3.1)	5(7.7)	65(100.0)		
	50만원 이상	29(60.4)	7(14.6)	6(12.5)	3(6.3)	0(0)	3(6.3)	48(100.0)		
학 년	저학년(1,2학년)	42(33.3)	40(31.7)	19(15.1)	19(15.1)	2(1.6)	4(3.2)	126(100.0)	11.204* (df=5)	
	고학년(3,4학년)	67(51.5)	26(20.0)	11(8.5)	18(13.8)	2(1.5)	6(4.6)	130(100.0)		

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

〈표 8〉 인구통계학적 변인과 현재 사용하고 있는 파우더의 가격대

		N(row %)					계	χ <sup>2</sup>
인구통계학적 변인	현재 사용하는 파우더 가격 대	10,000원 미만	10,000 ~30,000원	30,000 ~50,000원	50,000 ~70,000원	70,000 ~100,000원		
월 평균 용돈	19만원 이하	0(0)	8(66.7)	3(25.0)	1(8.3)	0(0)	12(100.0)	58.021*** (df=16)
	20만원~29만원	5(8.3)	24(40.0)	24(40.0)	4(6.7)	3(5.0)	60(100.0)	
	30만원~39만원	1(1.3)	24(30.8)	41(52.6)	12(15.4)	0(0)	78(100.0)	
	40만원~49만원	2(3.1)	11(16.9)	22(33.8)	27(41.5)	3(4.6)	65(100.0)	
	50만원 이상	1(2.0)	9(17.6)	17(33.3)	18(35.3)	6(11.8)	51(100.0)	
월 평균 화장품 구입비	5만원 이하	9(5.1)	58(33.1)	67(38.3)	37(21.1)	4(2.3)	175(100.0)	19.350* (df=8)
	5만원~15만원	0(0)	16(19.5)	38(46.3)	21(25.6)	7(8.5)	82(100.0)	
	15만원~30만원	0(0)	1(12.5)	2(25.0)	4(50.0)	1(12.5)	8(100.0)	
	하류층	1(4.2)	10(41.7)	12(50.0)	0(0)	1(4.2)	24(100.0)	34.303*** (df=8)
	중류층	4(2.2)	57(31.8)	79(44.1)	34(19.0)	5(2.8)	179(100.0)	
	상류층	3(5.0)	8(13.3)	17(28.3)	26(43.3)	6(10.0)	60(100.0)	

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

〈표 9〉 인구통계학적 변인과 현재 사용하는 파운데이션 가격대

현 사용하는 파운데이션 가격대 인구통계학적 변인		N(row %)						$\chi^2$
		10,000원 미만	10,000 ~30,000원	30,000 ~50,000원	50,000 ~70,000원	70,000 ~100,000원	계	
월 평균 용돈	19만원 이하	0(0)	7(58.3)	2(16.7)	3(25.0)	0(0)	12(100.0)	58.249*** (df=16)
	20만원~29만원	5(10.0)	24(48.0)	14(28.0)	4(8.0)	3(6.0)	50(100.0)	
	30만원~39만원	0(0)	32(47.1)	29(42.6)	7(10.3)	0(0)	68(100.0)	
	40만원~49만원	0(0)	10(17.2)	25(43.1)	19(32.8)	4(6.9)	58(100.0)	
	50만원 이상	1(2.1)	9(19.1)	17(36.2)	13(27.7)	7(14.9)	47(100.0)	
월 평균 화장품 구입비	5만원 이하	5(3.3)	67(44.4)	48(31.8)	26(17.2)	5(3.3)	151(100.0)	31.246*** (df=8)
	5만원~15만원	1(1.3)	13(17.3)	38(50.7)	16(21.3)	7(9.3)	75(100.0)	
	15만원~30만원	0(0)	1(12.5)	1(12.5)	4(50.0)	2(25.0)	8(100.0)	
생활 수준	하류층	2(9.5)	12(57.1)	6(28.6)	1(4.8)	0(0)	21(100.0)	31.797*** (df=8)
	중류층	2(40.0)	63(39.1)	61(37.9)	28(17.4)	7(4.3)	161(100.0)	
	상류층	1(2.0)	6(12.0)	20(40.0)	16(32.0)	7(14.0)	50(100.0)	

\*\*\*p<.001

월 평균 화장품 구입비가 '5만원 이하'와 '5만원~15만원'인 학생들은 30,000~50,000원인 가격대의 파우더를 가장 많이 사용하고, '15만원~30만원'은 50,000~70,000원인 가격대의 파우더를 가장 많이 사용했으며, 중류층인 학생들은 30,000~50,000원인 가격대의 파우더를 가장 많이 사용했다.

〈표 9〉에서는 현재 사용하고 있는 파운데이션의 가격대와 월 평균 용돈, 월 평균 화장품 구입비, 생활수준과의 관계가 유의한 것을 보여 준다. 월 평균 용돈과 월 평균 화장품 구입비가 많을수록, 생활수준이 높을수록 고가의 파우더를 사용하는 경향이 많았으며, 월 평균 용돈이 '19만원 이하'와 '20만원~39만원'인 학생들은 10,000~30,000원인 가격대의 파운데이션을 많이 사용했고, '40만원~50만원 이상'인 학생들은 30,000~50,000원인 가격대의 파운데이션을 많이 사용하는 것으로 나타났다. 또한 생활수준이 '하류층'은 10,000~30,000원인 가격대의 파운데이션을 많이 사용했고, 생활수준이 '중류층과 상류층'인 학생들은 30,000~50,000원인 가격대의 파운데이션을 많이 사용하는 것으로 나타났다. 이 같은 결과로서 수도권 여대생들은 대체적으로 파운데이션보다 파우더를 더 비싼 가격대로 사용함을 알 수 있었다.

## V. 결론 및 제언

### 1. 요약 및 결론

본 연구는 수도권 여대생의 피부 타입, 수도권 여대생의 화장품 사용 행동의 실태, 수도권 여대생의 기초 피부 색조 화장품 사용 실태를 파악하고, 수도권 여대생의 피부 타입과 기초 피부 색조 화장품 사용 실태의 관계, 인구 통계학적 변인에 따른 화장품 사용 행동의 차이에 관하여 알아보고, 인구 통계학적 변인에 따른 기초색조화장품 사용행동의 차이, 인구 통계학적 변인에 따른 기초 피부 색조 화장품 사용 실태를 알아보는데 그 목적이 있다.

수도권에 위치한 대학교 중, 서울의 중앙이 되는 위치와, 수도권의 동부 지역, 수도권의 서부 지역, 수도권의 남부지역, 수도권의 북부 지역의 한 대학씩을 선정하여, 여대생들 283명을 대상으로 학년별로 같은 비율로 나누어 설문조사를 하였으며, 설문기간은 2004년 11월18일부터 12월3일까지였다.

자료 분석은 설문지의 SPSS Window 10.0을 사용하여 일원변량분석(F 검증)과 Duncan의 다중범위 검증, t검증,  $\chi^2$  검증을 산출하였다.

연구결과를 요약하면 다음과 같다.

1) 수도권 여대생의 피부 타입

피부 타입은 '복합성'이 가장 많았고, 피부색 타입은 '노르스름한 편'이 가장 많았으며, 피부 상태는 예상 외로 '깨끗한 편'인 피부보다 '잡티가 있는 편'인 피부가 더 많았다. 이는 수도권 여대생 기초 색조 화장품 이용 실태를 파악한 <표 1>에서, 대다수가 기초 피부 색조 화장품의 피부 개선 및 추가 기능 제품 선호한다고 답한 결과와도 귀결된다고 볼 수 있다.

2) 수도권 여대생의 화장품 사용 행동의 실태

평상시 화장 정도는 수도권 여대생의 약 60%정도가 기초 피부 색조 화장을 하고 있는 것으로 나타났으며, 색조 화장을 하는 경우는 특별한 행사 때보다는 평상시에 색조 화장을 하는 경향이 큰 것으로 나타났다. 그리고 기초 피부 색조 화장보다는 눈 화장에 더 중점을 두는 것으로 나타났다. 화장하는 이유로는 여성으로서의 기본적인 욕구나 실용적인 목적으로서 화장을 하는 경우가 대부분이었다. 그리고 수도권 여대생 대부분이 외제 화장품을 사용해 보았으며, 외제 화장품을 사용한 이유로는 '국산품보다 피부에 잘 흡수되므로'가 가장 많아서, 화장품 기능이 외제 화장품 사용 시 제일 우선시 되는 것으로 나타났고 이와 더불어, 국산 화장품의 품질 개선이 요망되었다.

3) 수도권 여대생의 기초 피부 색조 화장품 사용 실태

기초 피부 색조 화장은 대부분 기초 피부 색조 화장을 한 경험이 있는 것으로 나타났으며, 기초 피부 색조 화장을 처음 한 시기는 '대학교'가 168명(62%), '고등학교'가 83명(31%)으로서 30% 이상이 이미 고등학교 때 기초 피부 색조 화장을 처음 한 것을 알 수 있었다. 기초 피부 색조 화장품을 처음 구입한 동기는 '본인의 필요성'이 가장 많았고, 기초 피부 색조

화장품을 구입하는 장소는 백화점에서 더 많이 구입하는 것으로 나타나, 수도권 여대생의 기초 피부 색조 화장품 구입 시, 비교적 고급 제품들을 선호함을 간접적으로 알 수 있었다. 기초 피부 색조 화장에 대한 정보는 '친구·이웃·친척'이 가장 많았고, 적당한 가격에 비해 기능 및 효과를 훨씬 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 현재 사용하고 있는 가격대로는 '3만원~5만원'이 가장 많았고, 파운데이션 사용 시 불만족한 점으로는 '화장 지속력이 좋지 않아서'가 가장 많았으며, 메이크업 베이스는 사용하고 있는 사람이 압도적으로 많았다. 사용하고 있는 메이크업 베이스의 색은 '녹색'이 가장 많았고, 컨실러는 78%가 사용하지 않는다고 답했으며, 컨실러를 사용하는 조사자 중에서 가장 많이 사용하는 컨실러 타입은 스틱 형이었다. 파운데이션은 절반 정도가 사용하고 있는 반면, 파우더는 대부분이 사용하고 있는 것으로 나타났다. 가장 많이 사용하는 파운데이션 타입은 '리퀴드 형'이었고, 가장 많이 사용하는 파우더 타입은 '고형 형태'가 가장 많았고, 대다수가 기초 피부 색조 화장품의 피부 개선 및 추가 기능 제품 선호한다고 답해서, 앞으로도 새로운 기초 피부 색조 화장품 개발 시 피부를 위한 추가 기능의 연구가 계속 이루어져야 할 것으로 사려된다.

4) 수도권 여대생의 피부 타입과 기초 피부 색조 화장품 사용 실태의 관계

수도권 여대생의 피부 타입과 기초 피부 색조 화장품 사용 실태 중 유의한 결과가 나타난 것은 피부상태와 파운데이션 사용 후 불만족한 면과의 관계였으며, '깨끗한 편'인 피부는 파운데이션 사용 후 불만족한 면을 '화장 지속력이 좋지 않아서'의 응답이 가장 많았고, '잡티가 있는 편'인 피부는 파운데이션 사용 후 불만족한 점은 '커버력이 좋지 않아서'로 나타났다.

5) 인구 통계학적 변인에 따른 화장품 사용 행동의 차이

인구 통계학적 변인에 따른 화장품 사용 행동의 차이에서 유의한 결과를 보인 관계는 학년과 평상시 화장 정도와, 학년과 외제 화장품을 사용 하는 이유와의 관계였으며 학년과 평상시 화장 정도의 관계에서 저학년은 '기초 피부 화장 정도'를 가장 많이 했고, 고학년은 기초 피부 화장 이외에도 '부분 색조 화장을 가끔 하는 정도'가 가장 많음을 알 수 있었다.

학년과 외제 화장품을 사용 하는 이유와의 관계에서는 저학년인 경우, 외제 화장품을 사용하는 이유가 '국산품보다 브랜드 이미지가 좋아서'가 가장 많았고, 고학년은 '국산품보다 피부에 잘 흡수되므로'의 실용적인 이유가 가장 많았다.

6) 인구 통계학적 변인에 따른 기초색조화장품 사용행동의 차이

인구 통계학적 변인에 따른 기초색조화장품 사용 행동은 월 평균 용돈, 월 평균 화장품 구입비, 모(母) 직업, 학년의 일부 항목에서 유의한 차이를 보였다.

월 평균 용돈에 따른 기초색조화장품 사용행동의 차이에서는 '50만원 이상' 집단이 더 외국브랜드의 기초 피부 색조 화장품을 선호한다는 것을 알 수 있었다.

월 평균 화장품 구입비에 따른 기초색조화장품 사용 행동에서는 '기초 피부 색조 화장품을 매일 사용한다.', '외국 브랜드의 기초 피부 색조 화장품 품질이 국내 기초 피부 색조 화장품보다 훨씬 더 좋다고 생각한다.'는 내용의 '외국 브랜드가 좋다'의 항목, '여름에 태닝한 피부 같은 표현을 위하여 자신의 피부 색보다 어두운 색의 기초 피부 색조 화장품을 사용한다.'는 내용의 '여름 피부 표현'의 항목, 계절(봄, 여름, 가을, 겨울)에 따라 다른 기초 피부 색조 화장품을 사용한다.'는 내용의 '계절에 따라 사용'의 항목에서 유의한 차이를 보였으며, 월 평균 화장품 구입비는 '5만원 이하'집단과 '15만원~30만원'집단과의 차이가 많이 나는 것을 알 수 있었다.

모(母)직업에 따른 기초색조화장품 사용행동에서는

'외국 브랜드가 좋다'의 항목에서 유의한 차이를 보였고, 모(母)직업이 '전문 기술직'인 집단과 '숙련직'인 집단의 차이가 많이 나는 것으로 나타났다.

학년에 따른 기초색조화장품 사용행동에서는 '기초 피부 색조 화장품을 매일 사용한다.', '기초 피부 색조 화장품을 구매하기 전 자신의 피부색과 맞는지 테스트를 해본다.', '여름이나 특별한 모임 시 반짝이는 펄이 들어간 기초 피부 색조 화장품을 사용한다.'의 항목에서 유의한 차이를 보였으며, 고학년일수록 이러한 항목들의 사용 행동의 경향이 높음을 알 수 있었다.

7) 인구 통계학적 변인에 따른 기초 피부 색조 화장품 사용 실태

인구 통계학적 변인에 따른 기초 피부 색조 화장품 사용 실태에서는 다음의 내용들이 유의한 결과로 나타났다.

학년과 파운데이션 타입은 유의한 관계가 있었는데, 요즘의 내추럴 메이크업 유행 경향을 반영하듯, 저학년과 고학년 모두 리퀴드형 파운데이션을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 저학년은 크림 형을, 고학년은 트윈 케익형을 선호함을 알 수 있었다.

월 평균 용돈과 기초 피부 색조 화장품 구매 장소, 학년과 기초 피부 색조 화장품 구매 장소와의 관계도 유의한 것으로 나타났는데, 월 평균 용돈이 많을수록, 고학년일수록 구매 장소로서 백화점을 선호했다.

현재 사용하고 있는 파우더의 가격대와 월 평균 용돈, 월 평균 화장품 구입비, 생활수준과의 관계도 유의한 관계를 보여 주었는데, 월 평균 용돈과 월 평균 화장품 구입비가 많을수록, 생활수준이 높을수록 고가의 파우더를 사용하는 경향이 많았다.

현재 사용하고 있는 파운데이션의 가격대와 월 평균 용돈, 월 평균 화장품 구입비, 생활수준과의 관계가 유의한 결과가 나타났다. 월 평균 용돈과 월 평균 화장품 구입비가 많을수록, 생활수준이 높을수록



고가의 파우더를 사용하는 경향이 많았다.

## 2. 연구의 한계점 및 제언

본 연구의 한계점은 기초 피부 색조 화장품과 관련된 선행연구 및 문헌이 부족하여 비교하고 논의할 만한 자료가 충분하지 못하였다는 점이다. 후속 연구에서는 인구 통계학적 변인과의 관계 이외에 다른 소비자특성인 라이프스타일과의 관계에 대한 연구가 이루어져야 할 것이다.

## 참고문헌

- 1) 고혜정 외, *화장품학*, 정문각, 2002, p.13.
- 2) 한동여, *우리나라 여대생의 화장품소비자행동에 관한 연구*, 서울 여자 대학 대학원 석사 학위 논문, 1987, p 43.
- 3) 한동여, 앞글, pp 44-46.
- 4) 한동여, 앞글, p 1.
- 5) 차영애 외, *피부관리학*, 훈민사, 2001, pp. 180-189.
- 6) 고혜정 외, 앞글, p.13.
- 7) 하병조, *화장품학*, 수문사, 1999, p.110.
- 8) 고혜정 외, 앞글, p.23.
- 9) 천지연 외, *Faces in Make up*, 청구문화사, 2003, pp.54-56.
- 10) 구양숙·이승민·권현주, 남자 대학생의 의복관여에 따른 화장품 구매 행동에 관한 연구, *복식문화연구*, 8-2, 2000, pp. 183-196.
- 11) 이지영, 김용숙, 여대생의 라이프 스타일에 따른 화장품 소비행동, *한국복식학회지*, 45, 1999, pp. 147-159.
- 12) 김현정, *여대생의 라이프스타일 유형에 따른 화장품 구매행동 및 사용행태에 관한 연구*, 중앙대학교 사회개발대학원 석사학위 논문, 2004, p. 38.
- 13) 이지영 외, 앞글, pp. 147-159.
- 14) 채정숙, 여대생의 라이프 스타일 유형에 따른 화장품 구매 및 사용행동 분석, *대한가정학회지*, 39-11, pp. 107-127.
- 15) 백승진, *화장행동과 화장품 구매행동 및 영향 변인*, 경원대학교 대학원 석사학위 논문, 2004, pp 10-11.
- 16) 김숙례, *성인여성의 화장품 사용실태에 관한 연구*, 경상대학교 교육대학원 석사학위 논문, 2001.
- 17) 강동구, *소비자 구매행동에 관한 실증적 연구*, 경희대학교 경영대학원 석사학위 논문, 1985, p.102.
- 18) 한동여, 앞글, p. 77.
- 19) 유희석, *서울지역 여대생의 화장품 구매결정요인에 관한 연구*, 동국대학교 대학원 석사학위 논문, 2000.
- 20) 김현정, 앞글, p.39.
- 21) 이희숙, *청주 지역 여대생의 화장품 구매행동에 관한 연구*, *한국생활과학회지*, 5-1, 1996, pp.33-42.
- 22) 이귀영·김남연, 미용전공 여대생들의 화장품 구매 형태에 관한 조사, *한국미용학회지*, 6-2, 2000, pp. 383-393.
- 23) 채정숙, 앞글, pp. 85-99.
- 24) 김현정, 앞글, p.13, pp, 35-37.
- 25) 한동여, 앞글, pp. 62-68.
- 26) 강동구, 앞글, p. 117.
- 27) 한동여, 앞글, p.72.
- 28) 이귀영 외, 앞글, pp. 383-393.
- 29) 김현정, 앞글, pp. 35-37.
- 30) 태평양-TNS 공동 여성 화장품 사용실태 조사, *화장품 신문* 자료검색일 2005, 4, 5, 자료출처 <http://www.hjp.co.kr>
- 31) 조규화, *여중고생의 화장품 소비문화*, 두솔, 2000, pp.119-124.
- 32) 이영선, *소비자의 의복 관여와 외적 정보 탐색*, 서울대학교 대학원 박사학위 논문, 1991, p. 127.
- 33) 태평양-TNS 공동 여성 화장품 사용실태 조사, *화장품 신문* 자료검색일 2005, 4, 5, 자료출처 <http://www.hjp.co.kr>

(2005년 1월 21일 접수, 2005년 3월 8일 채택)