

## 미백화장품의 구매실태 및 만족도 분석

한덕희 · 박길순<sup>†</sup>

충남대학교 생활과학대학 의류학과

### Analysis on the Purchasing Condition and Satisfaction of Whitening Cosmetics

Dhuck-Hui Han · Kil-Soon Park<sup>†</sup>

Dept. of Clothing & Textiles, Chungnam National University

(2006. 10. 18. 접수/2006.11. 20. 채택)

#### Abstract

The Purpose of this study is to offer basic data for Whitening Cosmetics by investigating the Purchasing condition and Satisfaction in the Use of Whitening Cosmetics. The questionnaire was administered to 350 women in the Daejeon, Chungnam-do, Chungbuk-do and Daegu areas. The date was analysed by percentage,  $\chi^2$ -test and frequency. The result of the survey can be summarized as follows: the importance of the development of functional cosmetics has increased, and among these it is possible to reaffirm the importance of whitening cosmetics. Furthermore, it can be seen that functional cosmetics are being used as a means of increasing opportunities for personal expression as a result of improved confidence and satisfaction.

**Key words:** Whitening(미백), Functional cosmetics(기능성화장품), Oneself expression(자기표현), Skin care(피부관리)

### I. 서 론

현대생활을 영위함에 있어, 여성들의 사회적 지위와 역할은 두말 할 나위 없이 큰 비중을 차지하고 있다. 오늘날 기능성화장품은 여성들의 외모에 직접적인 영향을 주는 제품으로 여성들의 사회진출에 밀접한 관계를 맺고 있다. 이러한 화장품이 과거에는 메이크업에 의한 외적 변화를 시도한 것이라면, 현재에는 피부보호의 개념에서부터 생명공학기술의 발전으로 인한 피부재생의 기능까지도 포함된 화장품이라고 할 수 있다.

오늘날의 소비자들은 더 이상 일반화장품에 만족하지 않고 자신에게 필요한 특정기능을 추구함으로써 그 활용의 범위가 크게 확대되고, 가격과 품질에도 많은 변화를 가져오고 있으며, 그에 따라 기능성화장품의 종류와 활용 및 소비 행태의 변화도 일어나고 있다.

화장품은 외부의 청결과 아름다움 등의 단순한 멋의 추구하고 안전성을 중요시하는 경향에서 탈피하여 최근경향은 소비자의 욕구에 의하여 다양한 제품의 개발과 생산을 통하여 기본적인 화장품의 특징뿐만 아니라 영양공급에서 피부세포활성화, 보호, 손상된 피부회복에 이르기까지 특별한 기능을 부가하는 경향을 띠고 있다.

종래의 심리학적 연구의 많은 부분은 화장을 한 결

<sup>†</sup>Corresponding author: Kil-Soon Park  
E-mail: kspark@cnu.ac.kr

과 자신감이나 만족감이 상승하거나 불안감이 낮아지거나 또는 대인행동이나 자기표현을 적극적으로 한다는 긍정적인 효용을 지적하고 있지만 그러한 효용은 기능성화장품을 사용하여 화장을 적절하게 한 경우에 인지되는 것으로서 이해해야 하며, 화장을 단순하게 하는 것만으로 누구에게나 생기는 효과로 일반화하는 것은 무리가 있을 것이다.

오늘날 여성의 사회적 활동이 증가함에 따라 피부와 색조화장에 치중하는 여성들이 증가하였고, 자연스럽게 아름다운 색조화장을 위해 피부 관리에 집중하게 되었으며, 그로인해 깨끗하고 흰 피부가 새로운 경쟁력의 하나로 자리매김하면서 미백화장품의 필요성이 증가하게 되었다.

따라서 본 연구는 화장품을 사용하는 여성들을 대상으로 미백 화장품에 관련된 특성을 조사하고 판매량을 통한 사용실태와 미백 화장품에 대한 구체적인 만족도에 대해서 살펴봄으로써 기능성 화장품인 미백화장품의 중요성을 인식하고 산업적 측면에서 미백화장품의 마케팅 전략 수립을 위한 기초 자료를 제공하는 데에 그 목적이 있다.

## II. 이론적 배경

### 1. 선행연구고찰

미백화장품은 “피부의 미백에 도움을 주는 제품, 피부의 주름개선에 도움을 주는 제품, 피부를 곱게 태워주거나 자외선으로부터 피부를 보호하는데 도움을 주는 제품”<sup>1)</sup> 등으로 정의 되는 기능성 화장품의 하나이다. 오늘날 이러한 미백화장품뿐만 아니라 기능성 화장품에 대한 연구가 활발히 이루어지고 있으며, 김혜수, 이경화(2001)<sup>2)</sup>의 연구에 의하면 기능성 화장품에 대한 소비자의 만족도가 매우 높은 것으로 나타났다. 고진아(2002)<sup>3)</sup>의 연구에 의하면 14가지의 천연생약들을 대상으로 멜라닌합성에 대한 실험을 한 결과 14종 모두 우수한 활성을 보여주는 것으로 나타났다. 또한 상황버섯, 표고버섯, 쉼 사포닌의 항산화 및 미백작용에 대한 정유정(2001)<sup>4)</sup>의 연구에서도 미백효과 면에서 상승효과가 크다는 연구 결과를 보였다. 또한 최상숙(2001)의 천연물 25종에 대해서 미백성분에 관한 연구에서도 휴먼 티로시나아제 도파(human tyrosinase dopa) 자동산화시험이 머시룸 티로시나아제(mushroom tyrosinase)를 이용한 도파(dopa) 자동산화시험보다 저해율이 높게 나타나 감도

가 더 좋은 것으로 나타났다. 또한 기능성화장품 시장이 확장되어지면서 주변산업이라 할 수 있는 용기디자인 산업개발에도 활발한 연구가 이루어지고 있는데, 홍택근(2001)<sup>5)</sup>의 연구결과에 의하면 기능성화장품의 시장이 확대되어지고 천연물질의 사용이 증가되어지고 있어 이에 대한 미백화장품의 기능적, 디자인적 측면 등을 고려한 제품용기의 중요성을 제시하고 있다. 또한 피부노화방지 및 자외선, 비타민 및 미백화장품 및 성분에 관한 연구도 활발히 이루어지고 있는 실정이다. 이 외에 오영미(2003)<sup>6)</sup>, 신혜정(2003)<sup>7)</sup>, 이혜숙(2002)<sup>8)</sup>, 진종언(2002)<sup>9)</sup>, 박남수, 고진아, 박영준(2001)<sup>10)</sup>, 추옥희(2001)<sup>11)</sup> 등이 있으며 이들도 주로 미백화장품의 성분에 관한 연구들이다. 따라서 소비자의 욕구를 충족시켜주는 기능성화장품을 생산하기 위해서는, 그리고 미백화장품을 비롯한 기능성화장품에 대한 마케팅 전략을 수립하기 위해서는 그 사용실태와 만족도에 대한 연구가 필요하다고 생각된다.

### 2. 미백화장품의 특성 및 피부작용

미백의 유효성분은 멜라닌색소의 생산을 돕는 티로시나아제(tyrosinase)에 직접 작용하여 멜라닌 색소의 생산을 억제하는 유형과 주로 생성된 멜라닌을 환원시켜서 색상을 얇게 만드는 작용을 하는 유형 등이 있다. 멜라닌색소는 사람의 피부색을 결정하는 가장 큰 인자로서 그의 합성경로는 티로신이 출발물질로 산화되는 과정에서 티로시나아제가 관여하여 그 후의 반응은 자동 산화적으로 진행되지만 효소의 존재보다는 가속적으로 반응되어 멜라닌이 생성되는 것이며, 미백 화장품은 의약부외품의 효능, 효과의 범위가 약사법에 의해 인정이 되고 있는 실정이다. 미백을 목적으로 한 성분을 배합한 화장품을 미백 화장품 이라고 하며, 로션타입(lotion type), 밀크로션(milk lotion), 크림(cream), 팩(pack)류 등 다양한 형태가 있다. “미백제로는 알부틴(albutin), 비타민 C와 그의 유도체(ascorbic acid and is derivatives), 코지산(kojic acid), 히드로 키논(hydro quinone), 태반 추출물(placenta extracts) 등이 있다.”<sup>12)</sup>

### 3. 미백 화장품의 천연성분 및 유효성분

#### 1) 닥나무 추출물(Broussonetia extract)

이 원료는 닥나무 및 동속식물(뽕나무과 moraceae)

의 줄기 또는 뿌리를 에탄올 및 에칠 아세테이트로 추출하여 얻은 가루 또는 그 가루의 2 w/v% 부틸렌 글리콜 용액으로 이 원료에 대하여 기능성 시험을 할 때 타이로시네이즈 억제율은 48.5~84.1%이다.

## 2) 뽕나무 추출물(Mori extracts)

이 원료는 식물 추출물로서 안정성이 우수하면서도 저농도에서 강한 티로시나아제 억제 효과가 있는 것으로 밝혀진 뽕나무 추출물은 신생아 표피에서 얻어 배양한 멜라닌세포를 대상으로 투여한 결과 모두 멜라닌 색소 생성이 억제되었고, 코직산, 알부틴, 감초추출물의 티로시나아제 억제 능력을 비교한 결과 코직산 보다는 약하나 알부틴 보다는 강하였고, 감초추출물과는 유사한 효과가 있다.

## 3) 지용성 감초 추출물(Oil soluble licorice extract)

이 원료는 감초 또는 그 밖의 근연식물(leguminosae)의 뿌리를 에탄올로 추출하여 얻은 추출물을 다시 에칠아세테이트로 추출한 다음 추출액을 감압농축하여 건조한 유용성 추출물을 가루로 한 것으로 황갈색~적갈색의 가루로 감초 특유의 냄새가 있다. “감초의 뿌리와 줄에서 추출되는 글리치리신은 티로시나아제의 작용을 억제하는 기능이 있어 멜라닌 합성을 방해하는 효능<sup>13)</sup>이 있다. 색소제거제로는 코직산의 60배, 하이드로퀴논은 18배이며 과산화지질을 억제하여 항산화작용을 한다.

## 4) 녹차추출물(Green tea extract)

녹차의 폴리페놀(polyphenol) 성분 중 카테킨(catechin)이 주요 성분이다. 콜레스테롤을 저하시키고, 고혈압이나 동맥경화를 억제하며, 과산화지질의 생성을 억제하여 노화를 예방한다. 또한 피부가 많이 칙칙해지거나 뽀루지가 눈에 띄면 세안할 때 녹차를 우려낸 물로 헹구면 녹차의 수렴과 항균, 보습 효과로 인해 피부 트러블이 생겼을 때 지속적으로 녹차 세안을 하면 탁월한 효과를 볼 수 있다.

녹차추출물 EGCG(epigallocatechin-3-gallate)은 각질형성 세포의 성장을 촉진시키고, 교원질 합성을 증가시키며 동시에 교원질 분해효소인 MMP-1의 발현을 억제한다. 따라서 EGCG는 광노화(photoaging)현상을 억제하는데 있어서 탁월한 효과를 보여 자외선

의 유해한 생물학적 작용을 예방할 수 있는 물질이다.

## 5) 비타민 C

비타민 C는 콜라겐 합성의 보조 요인으로 같은 양의 L-아스코르브산(L-ascorbic acid)과 D-아스코르브산(D-ascorbic acid)으로 구성되며 프리 레디칼 스캐빈저(free radical scavenger) 및 모이스춰(moisturizing)를 위한 화장품에 주로 사용되어 프리 레디칼(free radical)을 안정화시키는 항산화제로써 작용하며, 프리 레디칼(free radical)에 의해 분해되는 비타민 E의 보습활동을 돕는다.

또한 비타민 C는 콜라겐 분자사이의 결합형성역할을 하는 지질산화에 의해 생성물(alonyl dialdehyde)막아 피부노화처럼 탄력성이 손실되는 것을 막아준다. 비타민C 유도체는 멜라닌을 합성하는 효소인 티로시나아제를 저해함으로써 미백 작용을 한다.

## 6) 알부틴(Arbutin)

이 원료의 화학명은 p-hydroxyphenyl-β-D-glucopyranoside 라 한다. 알부틴은 월굴나무 잎에서 유래된 피부의 미백제로서 널리 알려진 물질인데, 백색미황색의 가루로 약간의 특이한 냄새가 있다. “알부틴은 비교적 낮은 자극 때문에 피부 색소 형성억제(skin dopigmentation)와 피부내 색소침착 개선에 많이 사용<sup>14)</sup>되고 있으며, 피부의 멜라닌 형성 메커니즘에서 핵심 역할을 하는 효소인 티로시나아제의 활성을 억제하고, 동일양의 하이드로퀴논(hydroquinone)보다 더 안정하며 피부 미백효과를 나타낸다.

## 7) 코직산(Kojic acid)

이 원료는 누룩곰팡이의 발효액으로부터 생산되며 된장, 간장, 술등의 색상이나 맛 등의 중요한 인자로 알려져 있으며, 발효액은 주로 아스페르길루스(aspergillus)속이나 페니실린(penicillium) 속 등의 사상균이다. “피부에 대한 코직산의 작용은 멜라닌 생성의 원인이 되어 티로시나아제 효소의 활성을 억제하여 멜라닌을 환원시키는 효과<sup>15)</sup>로 피부를 희게 한다.

## 8) 하이드로퀴논(Hydroquinone)

하이드로퀴논과 그 유도체들은 현재까지 알려진

미백제로는 가장 강력한 활성을 가진 것으로 알려져 있으며, 약 50년 전부터 미백크림에 사용되고 있으나 이 물질들은 피부에 대한 자극이 심하고, 피부 알러지를 유발하며, 멜라닌 세포에 독성을 나타내어 피부를 영구 탈색시키는 경우가 있을 정도로 심각한 피부 작용을 유발하므로 그 사용이 제한된다.

하이드로퀴논은 유도체중 가장 강력한 활성을 갖는 하이드로퀴논모노벤질에테르(hydroquinone monobenzylether)는 백반증(vitiligo)을 유발하는 부작용 때문에 대부분의 나라에서 사용이 금지되어 있다.

### 9) 에칠아스코빌에텔(Ethyl ascorbyl ether)

이 원료는 백색의 옅은 황색의 결정 또는 결정성 가루로 약간의 특이한 냄새가 있고 맛은 쓰다. 에칠아스코빌에텔은 불안정한 비타민C를 안정화시켜 피부 흡수율을 높인 미백 기능성 인공 성분으로, 피부에 강력한 수분공급을 하는 히아루론산을 집중적으로 공급하는 특징을 지니고 있다.

### 10) 비타민 E

비타민 E는 항산화제로서 피지선의 활동을 개선하며 주름, 피부의 지나친 색소형성을 억제시키며 주로 자외선으로부터 피부를 보호해주며 피부의 보습효과, 피부의 탄력성 강화, 혈액순화, 상처치유, 노화방지 등에 효과가 있다.

“ $\alpha$ -tocopherol을 기니아피그에 국소 도포하여 UV-B를 조사한 결과 육안으로 일광화상 반응과 일광화상세포의 형성이 억제되었고, 염증세포침윤 및 상부 진피의 부종을 억제하여 광 보호 효과가 있었다.”<sup>16)</sup>

## 4. 미백화장품의 종류

### 1) 자외선 차단 화장품

유해한 자외선의 침투를 막아 피부를 보호하는 것으로 선스크린 또는 선블럭이라고도 하며 로션이나 크림 타입이 주종이다. 자외선 차단제는 이산화티탄과 같은 무기물질을 이용하여 물리적인 산란작용으로 자외선을 차단하는 자외선 산란제와 옥틸 디메칠 파바와 같은 유기물질을 이용하여 화학적인 방법으로 자외선을 흡수시켜 소멸시키는 자외선 흡수제가 있다.

### 2) 각질제거용 화장품

죽은 각질을 제거하는 클렌징제로서 효소와 같이 수분과 온도를 적절히 작용시켜 자극 없이 제거하는 방법과 알파하이드로시산을 사용하는 방법이 있다. 일명 과일산이라 하며, 표피에 쌓인 죽은 각질을 떨어지게 하는 작용을 한다. 피부표면에 쌓인 죽은 각질을 제거하면 거칠거칠한 피부 표면이 매끄럽게 되고 잔주름도 더 이상 깊이 자리 잡지 않는다. 또한 피지가 과잉으로 분비되는 지성피부인 경우 모공 속의 더러움이 제거되면서 피지 분지를 조절하여 지성피부를 개선해 주는 효과도 있다.

### 3) 비타민C 화장품

비타민C는 수용성으로 물에 잘 녹고 환원력이 강한 물질로서 밀감, 레몬 등의 신선한 과일속에 많이 함유되어 있으며 열에 약한 성질을 가지고 있다. 멜라닌 색소의 생성을 억제해 미백효과를 나타내며 동시에 진피의 콜라겐과 엘라스틴의 합성에도 관여한다. 그러나 수용성인 성질로 인하여 피부에 침투가 잘 되지 않고 공기중에서 쉽게 산화되어 효력이 상실될 수 있으므로 화장품으로 제조할 때에는 아스코빌 팔미테이트(ascorbyl palmitate), 마그네슘 아스코빌 포스페이트(magnesium ascorbyl phosphate)와 같은 유도체를 사용하고 있다.

## 5. 미백 화장품의 판매 동향

태평양화학에서 조사한 내용을 살펴보면 모이스춰라이저 사용률은 변화가 거의 없으나, 자외선 차단제 품이나 특화 된 기능성(주름, 미백, 탄력)제품의 사용률을 꾸준히 증가하는 경향을 보였다<sup>17)</sup>. 이 중 미백 화장품의 일부인 자외선차단제의 최근 5년간의 판매 동향을 살펴보면 2000년 49%, 2001년 54%, 2002년 55%, 2003년 62%, 2004년 63%로 2000년도에 비해 약14%의 사용증가를 확인할 수 있었다. 또한 화이트닝 크림의 판매동향을 살펴보면 2000년 9%, 2001년 9%, 2002년 6%, 2003년 12%, 2004년 14%로 전반적인 증가세를 나타내고 있는 것으로 조사되었다. 화이트닝 에센스의 경우도 4%에서 7%로 뚜렷한 증가세를 보였다. 이러한 조사결과를 통해서도 알 수 있듯이 미백에 관련된 화장품들의 판매량 증가는 현 시대를 살아가는데 있어 선택적인 요소라기보다는 필수

적인 요소로 자리 잡고 있음을 알 수 있다.

### III. 연구방법 및 절차

#### 1. 연구문제

본 연구는 화장품을 사용하는 여성들을 대상으로 미백 화장품의 특성을 조사하고 그 사용실태를 알아보고자 한다. 이러한 목적에 근거한 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 인구 통계학적인 특성(연령별, 직업별)에 따라서 미백 화장품의 구매 패턴을 조사하고자 한다.

둘째, 미백 화장품의 만족도와 사용결과에 대해서 알아 보고자 한다.

셋째, 피부의 색소 침착 요인에 대해서 알아보고자 한다.

넷째, 미백 화장품 사용 만족도에 따른 심리적 효과를 알아보고자 한다.

#### 2. 연구방법 및 기간

본 연구는 문헌연구와 설문지법을 사용하였으며, 설문지는 추옥희(2001)<sup>18)</sup>, 배수현(2003)<sup>19)</sup>, 모정희(2003)<sup>20)</sup>, 김은옥(2002)<sup>21)</sup>, 신향미(2002)<sup>22)</sup> 등의 선행연구를 통해 설문지를 수정 보완하여 사용하였다. 2004년 9월20일부터 10일간 대전지역의 20~50대 여성 70여명을 대상으로 예비조사를 실시하여 설문 문항의 내용을 검토하여 수집되는 자료의 신뢰성과 타당성에 관련된 문제점을 제거하였다. 본 조사는 2004년 10월 1일부터 20일까지 대전 충남북 및 대구지역에 거주하는 여성을 대상으로 350명을 조사하였고, 분석을 위해서는 성실하게 답변해준 302명의 자료를 사용하였다.

#### 3. 자료분석

본 연구를 위해 수집된 자료는 SPSS 10.0(Statistical Package for the Social Science) 프로그램을 이용하여 분석하였다. 분석기법으로는 빈도와 백분율, 그리고  $\chi^2$ (Chi-square) 검증을 실시하였다.

### IV. 연구 결과의 분석 및 고찰

#### 1. 인구통계적 특성

본 연구의 조사대상자의 일반적 특성은 <표 1>과

같다. 20대 여성이 50.0%로 가장 많았으며, 다음으로 30대 20.5%, 40대 11.6%의 순이었다. 월수입이 100만원 미만인 여성이 48.7%로 가장 많았다.

#### 2. 미백 화장품의 구매 실태

여성들이 화장품 구매 시 중시하는 기능에 대해 살펴본 결과는 <표 2>와 같이 화장품 구매 시 영양과 보습을 중시하는 여성이 41.4%로 가장 많았으며, 다음으로 미백 관련 기능 41%, 피부노화 10.6%, 기타 7.0% 순이었다. 이러한 결과는 연령에 따라 유의미한 차이를 보여( $\chi^2=16.65$ ,  $p<.05$ ), 연령이 많을수록 일반화장품 구매 시 미백 관련 기능을 중시하였고, 연령이 적을수록 영양과 보습을 중시하였다. 직업이 있는 여성이 그렇지 않은 여성보다 일반화장품 구매 시 미백 관련 기능을 중시하였고, 직업이 없는 여성은 직업이 있는 여성보다 영양과 보습기능을 중시하였으며, 직업유무에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=13.00$ ,  $p<.01$ ). 결혼여부별로는 미혼이 기혼보다 일반화장품 구매 시 영양과 보습기능을 중시하였고, 기혼은 미혼보다 미백 관련 기능을 중시하였으며, 결혼여부에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=14.74$ ,  $p<.01$ ).

화장품 구입비용별로는 화장품 구입비용이 많을수록 일반화장품 구매 시 미백 관련 기능을 중시하였고, 구입비용이 적을수록 영양과 보습 기능을 중시하였으며, 화장품 구입비용에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=18.24$ ,  $p<.01$ ).

#### 3. 화장품 구매 시기

여성들의 화장품 구매 시기 결정에 대해 살펴본 결과는 <표 3>과 같이 화장품 구매를 제품을 다 사용했을 때 생각하는 여성이 57.6%로 가장 많았으며, 다음으로 계절 변화와 피부상태 이상 시 28.1%, 판매사원의 권유로 7.6%, 신제품 출시 때 3.3%, TV 광고를 보고 2.0%, 기타 1.3% 순으로 나타났다. 화장품 구입비용별로는 화장품 구입비용이 5~10만원 미만 여성이 다른 여성보다 미백 화장품 구매 시 브랜드 인지에 비중을 두었고, 10만원 이상인 여성은 다른 여성보다 천연 성분의 비중을 비중을 두었으며, 화장품 구입비용에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=27.95$ ,  $p<.001$ ). 이상과 같이 제품을 다 사용했을 때 화장품 구매를 생각하는 여성이 가장 많았으며, 직업이 없는 여성

<표 1> 연구대상자의 일반적 특성

구분	빈도(명)	백분율(%)	
연령	10대	27	8.9
	20대	151	50.0
	30대	62	20.5
	40대	35	11.6
	50대 이상	27	8.9
직업	전문직	22	7.3
	공무원	3	1.0
	기술직	8	2.6
	자영업	15	5.0
	회사원	7	2.3
	주부	37	12.3
	서비스직	12	4.0
	학생	175	57.9
	피부미용관련자	18	6.0
	기타	5	1.7
결혼여부	미혼	198	65.6
	기혼	104	34.4
학력	고졸 이하	12	4.0
	대학 재학	205	67.9
	대졸	50	16.6
	대학원 재학	30	9.9
	대학원 이상	5	1.7
월수입	100만원 미만	147	48.7
	100~200만원 미만	34	11.3
	200~300만원 미만	40	13.2
	300~400만원 미만	25	8.3
	400만원 이상	9	3.0
	기타	47	15.6
화장품 구입비용	5만원 미만	172	57.0
	5~10만원 미만	63	20.9
	10~20만원 미만	52	17.2
	20~30만원 미만	13	4.3
	30만원 이상	2	0.7
계	302	100.0	

과 대학원 재학 이상, 그리고 화장품 구입비용이 적을수록 제품을 다 사용했을 때 화장품 구매를 생각하였다.

4. 미백 화장품을 사용하는 계절

여성들이 미백 화장품을 사용하는 계절에 대해 살펴본 결과는 <표 4>와 같이 미백 화장품을 사계절 내내 사용하는 여성이 52.0%로 절반 이상을 차지하였으며, 다음으로 여름 18.5%, 환절기 9.6%, 겨울 8.3%, 가을 7.3%, 봄 4.3% 순으로 나타났다. 연령별로는 연령이 많을수록 미백 화장품을 사계절 내내 사용하였고, 연령이 적을수록 여름에 많이 사용하였으며, 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=18.45, p<.05$ ). 직업유무별로는 직업이 있는 여성이 그렇지 않은 여성보다 미백 화장품을 사계절 내내 사용하였고, 직업이 없는 여성은 있는 여성보다 여름에 많이 사용하였으며, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=14.35, p<.05$ ). 결혼여부별로는 미혼이 기혼보다 미백 화장품을 사계절 내내 사용하였다( $\chi^2=15.60, p<.01$ ).

5. 전문가와의 상담 후 미백 화장품 구매 경험

여성들이 전문가와의 상담 후 미백 화장품을 구매한 적이 있는지를 살펴본 결과는 <표 5>과 같이 전문가와의 상담 후 미백 화장품을 구매하지 않은 여성이 61.9%로, 전문가 상담 후 미백 화장품을 구매한 여성 38.1%보다 많았다. 이 결과는 기능성화장품의 80%가 전문점의 전문가를 통해 구입한다는 김상은(2002)<sup>23)</sup>의 보고와 일치하였다.

연령별로는 연령이 많을수록 전문가와의 상담 후 미백 화장품을 구매하였으며, 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=48.62, p<.001$ ). 직업유무별로는 직업이 있는 여성이 그렇지 않은 여성보다 전문가 상담 후 미백 화장품을 구매하였으며, 직업유무에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=28.84, p<.001$ ). 결혼여부별로는 기혼이 미혼보다 전문가 상담 후 미백 화장품을 구매하였으며, 결혼여부에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=37.02, p<.001$ ).

6. 미백 화장품 사용 중단 경험 및 이유

여성들이 미백 화장품 사용을 중단해 본적 있는지를 살펴본 결과, <표 6>과 같이 미백 화장품 사용을 중단해 본적이 있는 여성이 51.3%로, 그렇지 않은 여성 48.7%보다 많았다. 또한 학력에 따라서는 유의미한 차이를 보여( $\chi^2=7.65, p<.05$ ), 대학원 재학 이상 여

<표 2> 화장품 구매 시 증시하는 기능

구분		영양과 보습	피부노화	미백관련	기타	계	$\chi^2$ (df)
연령	20대 이하	47.2	6.7	36.5	9.6	58.9	16.65* (6)
	30대	33.9	16.1	45.2	4.8	20.5	
	40대 이상	32.3	16.1	50.0	1.6	20.5	
직업	있다	31.1	7.8	56.7	4.4	29.8	13.00** (3)
	없다	45.8	11.8	34.4	8.0	70.2	
결혼 여부	미혼	44.9	6.6	39.4	9.1	65.6	14.74** (3)
	기혼	34.6	18.3	44.2	2.9	34.4	
화장품 구입비용	5만원 미만	46.5	9.9	33.1	10.5	57.0	18.24** (6)
	5~10만원 미만	41.3	9.5	47.6	1.6	20.9	
	10만원 이상	28.4	13.4	55.2	3.0	22.2	
계		125 (41.4)	32 (10.6)	124 (41.1)	21 (7.0)	302 (100.0)	

\*p<.05, \*\*p<.01

<표 3> 화장품 구매 시기

구분		제품을 다 사용했을때	판매사원의 권유로	TV 광고를 보고	계절 변화& 피부 상태 이상시	신제품 출시 때	기타	계	$\chi^2$ (df)
연령	20대 이하	60.7	4.5	2.2	29.2	2.2	1.1	58.9	17.53 (10)
	30대	53.2	6.5	1.6	29	8.1	1.6	20.5	
	40대 이상	53.2	17.7	1.6	24.2	1.6	1.6	20.5	
직업	있다	43.3	13.3	1.1	36.7	4.4	1.1	29.8	14.39* (5)
	없다	63.7	5.2	2.4	24.5	2.8	1.4	70.2	
결혼 여부	미혼	60.6	6.1	2.0	28.3	2.0	1.0	65.6	6.05 (5)
	기혼	51.9	10.6	1.9	27.9	5.8	1.9	34.4	
학력	고졸	64.1	5.1	2.3	24.9	2.3	1.4	71.9	44.95*** (10)
	대졸	22.0	22.0	-	48.0	8.0	-	16.6	
	대학원 재학 이상	68.6	2.9	2.9	20.0	2.9	2.9	11.6	
화장품 구입 비용	5만원 미만	68.6	4.1	1.2	22.1	1.7	2.3	5.07	38.22*** (10)
	5~10만원 미만	54	7.9	4.8	30.2	3.2	-	20.9	
	10만원 이상	22 (32.8)	11 (16.4)	1 (1.5)	28 (41.8)	5 (7.5)	-	67 (22.2)	
계		174 (57.6)	23 (7.6)	6 (2.0)	85 (28.1)	10 (3.3)	4 (1.3)	302 (100.0)	

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

성은 다른 여성보다 미백 화장품 사용을 중단해 본적이 있었고, 대졸 여성은 다른 여성보다 미백 화장품 사용을 중단해 본적이 없었다.

7. 가장 많이 구입하는 미백 화장품 종류

여성들이 가장 많이 구입하는 미백 화장품 종류에

<표 4> 미백 화장품을 사용하는 계절

구분	봄	여름	가을	겨울	환절기	사계절	계	$\chi^2$ (df)
연령	20대 이하	3.4	19.7	6.2	12.9	8.4	58.9	18.45* (10)
	30대	4.8	17.7	12.9	1.6	12.9	20.5	
	40대 이상	6.5	16.1	4.8	1.6	9.7	20.5	
직업	있다	3.3	7.8	6.7	5.6	11.1	29.8	14.35* (5)
	없다	4.7	23.1	7.5	9.4	9.0	70.2	
결혼 여부	미혼	3.0	20.2	7.6	12.1	9.6	65.6	15.60** (5)
	기혼	6.7	15.4	6.7	1.0	9.6	34.4	
계	13 (4.3)	56 (18.5)	22 (7.3)	25 (8.3)	29 (9.6)	157 (52.0)	302 (100.0)	.

\*p<.05, \*\*p<.01

<표 5> 전문가의 상담 후 미백 화장품 구매 경험

구분	있다	없다	계	$\chi^2$ (df)	
연령	20대 이하	21.9	78.1	58.9	48.62*** (2)
	30대	58.1	41.9	20.5	
	40대 이상	64.5	35.5	20.5	
직업	있다	61.1	38.9	29.8	28.84*** (1)
	없다	28.3	71.7	70.2	
결혼 여부	미혼	25.8	74.2	65.6	37.02*** (1)
	기혼	61.5	38.5	34.4	
학력	대학 재학 이하	27.6	72.4	71.9	44.67*** (2)
	대졸	78.0	22.0	16.6	
	대학원 재학 이상	45.7	54.3	11.6	
화장품 구입비용	5만원 미만	20.9	79.1	57.0	55.00*** (2)
	5~10만원 미만	50.8	49.2	20.9	
	10만원 이상	70.1	29.9	22.2	
계	115 (38.1)	187 (61.9)	302 (100.0)		

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

<표 6> 미백 화장품 사용중단 경험

구분	예	아니오	계	$\chi^2$ (df)	
학력	대학 재학 이하	53.9	46.1	71.9	7.65* (2)
	대졸	34.0	66.0	16.6	
	대학원 재학 이상	60.0	40.0	11.6	
계	155 (51.3)	147 (48.7)	302 (100.0)		

\*p<.05, \*\*p<.01

대해 살펴본 결과는 <표 7>과 같이 미백 화장품 중 자외선 차단제를 가장 많이 구입하는 여성이 29.8%

로 가장 많았고 다음으로 에센스 24.2%, 기초 화장품 류 18.9%, 팩 9.6%, 크림 6.6%, 기타 0.7% 순으로 나



<표 7> 가장 많이 구입하는 미백 화장품 종류

구분		자외선 차단제	비타민 제품	에센스	크림	팩	기초 화장품류	기타	계	$\chi^2$ (df)
연령	20대 이하	33.1	6.2	20.2	6.2	10.7	22.5	1.1	58.9	23.49* (12)
	30대	19.4	14.5	25.8	9.7	11.3	19.4	-	20.5	
	40대 이상	30.6	17.7	33.9	4.8	4.8	8.1	-	20.5	
직업	있다	22.2	16.7	26.7	6.7	14.4	12.2	1.1	29.8	14.45* (6)
	없다	33.0	7.5	23.1	6.6	7.5	21.7	0.5	70.2	
결혼 여부	미혼	31.3	6.1	22.2	6.6	10.6	22.2	1.0	65.6	16.32* (6)
	기혼	26.9	18.3	27.9	6.7	7.7	12.5	-	34.4	
계		90 (29.8)	31 (10.3)	73 (24.2)	20 (6.6)	29 (9.6)	57 (18.9)	2 (0.7)	302 (100.0)	

\*p<.05, \*\*p<.01

타났다. 연령별로는 연령이 많을수록 미백 화장품 중 에센스를 많이 구입하였고, 연령이 적을수록 기초 화장품류를 많이 구입하였으며, 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=23.49$ ,  $p<.05$ ). 직업유무별로는 직업이 있는 여성이 그렇지 않은 여성보다 미백 화장품 중 에센스를 많이 구입하였고, 직업이 없는 여성은 직업이 있는 여성보다 자외선 차단제를 많이 구입하였으며 직업유무에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=14.45$ ,  $p<.05$ ). 결혼여부별로는 미혼이 기혼보다 미백 화장품 중 자외선 차단제를 많이 구입하였고, 기혼은 미혼보다 에센스를 많이 구입하였으며, 결혼 여부에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=16.32$ ,  $p<.05$ ).

이러한 연구결과는 2003~2004년에 걸쳐 조사한 태평양화학의 연구결과와 일치하였다<sup>24)</sup>.

### 8. 미백 화장품의 효과

#### 1) 자외선이 피부에 미치는 영향

자외선이 피부에 미치는 영향에 대해 여성들의 인식을 살펴본 결과는 <표 8>과 같이 자외선이 피부색소 침착을 가져온다고 인식하는 여성이 53.3%로 절반 이상을 차지하였으며, 다음으로 피부노화를 가져온다 43.7%, 상관없다 2.0%, 기타 1.0% 순으로 나타

<표 8> 자외선이 피부에 미치는 영향

구분		피부색소 침착을 가져온다	피부 노화를 가져온다	상관없다	기타	계	$\chi^2$ (df)
연령	20대 이하	52.8	43.8	2.8	0.6	58.9	6.42 (6)
	30대	58.1	41.9	-	-	20.5	
	40대 이상	50.0	45.2	1.6	3.2	20.5	
직업	있다	68.9	31.1	-	-	29.8	14.31** (3)
	없다	46.7	49.1	2.8	1.4	70.2	
결혼 여부	미혼	54.0	42.9	2.5	0.5	65.6	2.36 (3)
	기혼	51.9	45.2	1.0	1.9	34.4	
학력	대학 재학 이하	47.9	47.9	2.8	1.4	71.9	11.29 (6)
	대졸	70.0	30.0	-	-	16.6	
	대학원 재학 이상	62.9	37.1	-	-	11.6	
계		161 (53.3)	132 (43.7)	6 (2.0)	3 (1.0)	302 (100.0)	

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

&lt;표 9&gt; 피부미백을 위한 방법

구분		정기적인 피부 관리	피부과 진료	자외선 차 단제 사용	미백 화장 품 구입	아무 것도 해보지 않 았다	기타	계	$\chi^2$ (df)
연령	20대 이하	4.5	2.2	45.5	33.7	12.9	1.1	58.9	23.95** (10)
	30대	16.1	6.5	35.5	35.5	4.8	1.6	20.5	
	40대 이상	17.7	3.2	29.0	43.5	6.5	-	20.5	
직업	있다	22.2	3.3	32.2	38.9	2.2	1.1	29.8	31.20*** (5)
	없다	4.2	3.3	43.4	34.9	13.2	0.9	70.2	
결혼 여부	미혼	6.6	3.0	44.9	31.8	12.6	1.0	65.6	16.19** (5)
	기혼	15.4	3.8	30.8	44.2	4.8	1.0	34.4	
학력	대학 재학 이하	4.1	3.2	44.2	34.1	13.4	0.9	71.9	47.49*** (10)
	대졸	22.0	2.0	22.0	54.0	-	-	16.6	
	대학원 재학 이상	25.7	5.7	40.0	22.9	2.9	2.9	11.6	
화장품 구입 비용	5만원 미만	4.7	2.9	47.1	27.3	16.3	1.7	57	48.22*** (10)
	5~10만원 미만	17.5	3.2	39.7	38.1	1.6	-	20.9	
	10만원 이상	14.9	4.5	22.4	56.7	1.5	-	22.2	
계		29 (9.6)	10 (3.3)	121 (40.1)	109 (36.1)	30 (9.9)	3 (1.0)	302 (100.0)	

\*\*p&lt;.01, \*\*\*p&lt;.001

났다.

연령별로는 30대 여성이 다른 여성보다 자외선이 피부 색소 침착을 가져온다고 인식하였다. 직업유무별로는 직업이 있는 여성이 그렇지 않은 여성보다 자외선이 피부색소 침착을 가져온다고 인식하였고, 직업이 없는 여성은 직업이 있는 여성보다 피부 노화를 가져온다고 인식하였으며, 직업 유무에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=14.31$ ,  $p<.01$ ).

## 2) 자외선 차단제의 중요성

자외선 차단제 중요성에 대해 여성들의 인식을 살펴본 결과 자외선 차단제가 중요하다고 인식하는 여성이 98.0%로 대부분을 차지하였으며, 상관없다고 인식하는 여성은 2.0%로 매우 적었다.

연령별로는 30대 이하 여성이 40대 이상 여성보다 자외선 차단제가 중요하다고 인식하였으나 연령에 따른 유의미한 차이는 없었다. 이러한 결과는 무방비 상태로 외출이나 외부활동을 하였을 경우, 피부가 검게 그을리면서 피부의 질적 상태 변화와 착색의 변화가 나타나기 때문에 자외선 차단제의 중요성에 대한 인식이 높게 나타나게 되었다고 생각한다.

## 3) 피부 미백을 위한 방법

여성들의 피부 미백을 위한 방법에 대해 살펴본 결과는 <표 9>과 같이 피부 미백을 위해 자외선 차단제를 사용하는 여성이 40.1%로 가장 많았으며, 다음으로 미백 화장품 구입 36.1%, 아무 것도 해보지 않았다. 9.9%, 정기적인 피부 관리 9.6%, 피부과 진료 3.3%, 기타 1.0% 순으로 나타났다.

연령별로는 연령이 많을수록 피부 미백을 위해 미백 화장품을 구입하였고, 연령이 적을수록 자외선 차단제를 사용하였으며, 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=23.95$ ,  $p<.01$ ). 직업유무별로는 직업이 있는 여성이 그렇지 않은 여성보다 피부 미백을 위해 정기적인 피부 관리를 하였고, 직업이 없는 여성은 직업이 있는 여성보다 자외선 차단제를 사용하였으며, 직업여부에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=31.20$ ,  $p<.001$ ). 결혼여부별로는 미혼이 기혼보다 피부 미백을 위해 자외선 차단제를 사용하였고, 기혼이 미혼보다 미백 화장품을 구입하였으며, 결혼여부에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=16.19$ ,  $p<.01$ ).

학력별로는 대졸 여성이 다른 여성보다 피부 미백을 위해 미백 화장품을 구입하였고, 학력이 높을수록

정기적인 피부관리를 하였으며, 학력에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=47.49, p<.001$ ). 화장품 구입비용이 많을수록 피부 미백을 위해 미백 화장을 구입하였고, 화장품 구입비용이 적을수록 자외선 차단제를 사용하였으며, 화장품 구입비용에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=48.22, p<.001$ ).

4) 미백 화장품의 효과적인 사용 기간

미백 화장품의 효과적인 사용 기간에 대해 여성들의 인식을 살펴본 결과 미백 화장품을 6개월~1년 사용 후 효과를 느낀 여성이 36.1%로 가장 많았으며, 다음으로 3개월~6개월 29.5%, 효과없다 15.6%, 1년~2년 12.9%, 2년~3년과 3년 이상이 각각 3.0% 순으로 나타났다<표 9>.

9. 미백 화장품 개선 방안

1) 선호하는 미백 화장품

여성들이 선호하는 미백 화장품에 대해 살펴본 결과는 <표 10>와 같이 가격이 합리적인 미백 화장품을 선호하거나 복합적인 미백 화장품을 선호하는 여성이 각각 24.2%로 가장 많았으며, 다음으로 천연성분 위주인 21.5%, 효과만 좋은 21.2%, 과학적인 7.9%, 상관없다 1.0% 순으로 나타났다. 연령별로는

연령이 많을수록 천연 성분 위주의 미백 화장품을 선호하였고, 화장품 구입비용별로는 화장품 구입비용이 5~10만원 미만인 여성이 다른 여성보다 가격이 합리적인 미백 화장품을 선호하였고, 5만원 미만인 여성은 5만원 이상인 여성보다 복합적인 미백 화장품을 선호하였으며, 화장품 구입비용에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=27.47, p<.01$ ). 이러한 연구 결과는 복잡한 현대사회를 살아가면서 여성들의 지위가 높아짐에 따라 외부활동의 시간이 증가되어지는 이유에서 비롯된다고 생각한다.

2) 미백 화장품 사용 후 개선되어진 점

미백 화장품 사용 후 개선되어진 점에 대해 여성들의 인식을 살펴본 결과는 <표 11>과 같이 미백 화장품 사용 후 피부톤 개선에 만족하는 여성이 44.4%로 가장 많았으며, 다음으로 복합적인 기능성 여부 24.5%, 색소 침착의 완전 제거 23.5%, 트러블 7.0%, 가격 1.7%, 기타 0.7% 순으로 나타났다.

직업유무별로는 직업이 있는 여성이 그렇지 않은 여성보다 미백 화장품 사용 후 만족스런 피부톤으로 개선되었다고 인식하였고, 직업이 없는 여성은 있는 여성보다 색소 침착이 완전히 제거되었다고 인식하였으며, 이러한 결과는 직업 유무에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=12.54, p<.05$ ). 결혼유무별로는 미혼이 기혼보다 미백 화장품 사용 후 색소 침착이 완

<표 10> 선호하는 미백 화장품

구분	효과만 좋은	가격이 합리적인	과학적인	천연 성분 위주인	복합적인	상관 없다	계	$\chi^2$ (df)
연령	20대 이하	21.9	23.6	5.1	19.1	28.7	1.7	58.9
	30대	24.2	21.0	11.3	22.6	21.0	-	20.5
	40대 이상	16.1	29.0	12.9	27.4	14.5	-	20.5
직업	있다	21.1	31.1	8.9	23.3	15.6	-	29.8
	없다	21.2	21.2	7.5	20.8	27.8	1.4	70.2
결혼 여부	미혼	22.2	22.2	6.6	19.2	28.3	1.5	65.6
	기혼	19.2	27.9	10.6	26.0	16.3	-	34.4
화장품 구입 비용	5만원 미만	20.3	20.3	4.1	24.4	29.1	1.7	57.0
	5~10만원 미만	17.5	39.7	14.3	11.1	17.5	-	20.9
	10만원 이상	26.9	19.4	11.9	23.9	17.9	-	22.2
계	64 (21.2)	73 (24.2)	24 (7.9)	65 (21.5)	73 (24.2)	3 (1.0)	302 (100.0)	

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

<표 11> 미백 화장품 사용 후 개선되어진 점

구 분		색소침착 완전제거	피부톤 개선	트러블	복합적인 기능성 여부	기타	계	$\chi^2(df)$
직업	있다	15.6	51.1	3.3	30.0	-	29.8	12.54* (5)
	없다	26.9	41.6	8.5	22.2	0.9	70.2	
결혼 여부	미혼	24.7	44.9	9.6	19.7	1.0	65.6	13.09* (5)
	기혼	21.2	43.3	1.9	33.7	-	34.4	
학력	대학 재학 이하	27.6	39.1	8.8	23.5	0.9	71.9	19.69* (10)
	대졸	8.0	56.0	4.0	32.0	-	16.6	
	대학원 재학 이상	20.0	60.0	-	20.0	-	11.6	
계		71 (23.5)	134 (44.4)	21 (7.0)	74 (24.5)	2 (0.7)	302 (100.0)	

\*p<.05, \*\*p<.01

<표 12> 피부에 색소 침착이 되는 이유

구 분		각종 스트 레스	유전적 요인	공해 환경 유출	다이어트	수면 부족	건강 상실	자외선	계	$\chi^2(df)$
학력	대학 재학 이하	25.3	20.3	16.1	0.9	12.4	6.5	18.4	71.9	28.81** (12)
	대졸	22.0	16.0	28.0	4.0	8.0	-	22.0	16.6	
	대학원 재학 이상	34.3	14.3	42.9	-	2.9	2.9	2.9	11.6	
계		78 (25.8)	57 (18.9)	64 (21.2)	4 (1.3)	32 (10.6)	15 (5.0)	52 (17.2)	302 (100.0)	

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

전히 제거되었다고 인식하였고, 기혼은 미혼보다 복합적인 기능성 여부에 만족하였다고 인식하였으며, 결혼여부에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=13.09$ ,  $p<.05$ ). 학력별로는 학력이 높을수록 미백 화장품 사용 후 피부톤 개선이 만족되었다고 인식하였고, 대졸 여성이 다른 여성보다 복합적인 기능성이 만족되었다고 인식하였으며, 학력에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=19.69$ ,  $p<.05$ ).

### 3) 피부에 색소 침착이 되는 이유

피부가 색소 침착이 되는 이유에 대해 여성들의 인식을 살펴본 결과는 <표 12>과 같이 각종 스트레스 때문에 피부가 색소 침착된다고 인식하는 여성이 25.8%로 가장 많았으며, 다음으로 공해 환경 유출 21.2%, 유전적 요인 18.9%, 기타 17.2%, 수면 부족 10.6%, 건강상실 5.0%, 다이어트 1.3% 순으로 나타났다. 학력별로는 학력이 높을수록 공해 환경 유출 때문에 피부가 색소 침착된다고 인식하였고, 학력이

낮을수록 유전적 요인 때문에 피부가 색소 침착된다고 인식하였으며, 학력에 따라 유의미한 차이를 보였다( $\chi^2=28.81$ ,  $p<.01$ ).

### 10. 미백 화장품을 사용한 후 심리적인 상태

미백화장품을 사용한 후 심리적인 상태에 대해 여성들의 인식을 살펴본 결과는 <표 13>와 같이 미백 화장품을 사용한 후 자신감과 만족감 상승을 느꼈다고 인식하는 여성이 97.7%로 대부분을 차지하였으며, 상관없다고 인식하는 여성은 2.3%로 매우 적었다.

직업이 있는 여성이 직업이 없는 여성보다 미백 화장품 사용 후 자신감과 만족감 상승을 느꼈다고 인식하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

화장품 구입비용별로는 화장품 구입비용이 5만원 이상인 여성이 5만원 미만인 여성보다 미백 화장품을 사용한 후 자신감이 향상되었다고 인식하였다. 이상과 같이 대부분의 여성들이 미백 화장품 사용 후 자

&lt;표 13&gt; 미백화장품을 사용한 후 심리적인 상태

구 분		자신감 향상	만족도 상승	잘 모르겠다	계	$\chi^2$ (df)
연령	20대 이하	49.4	48.6	2.0	98.0	0.85 (4)
	30대	50.0	48.4	1.6	98.4	
	40대 이상	45.2	51.6	3.2	96.8	
결혼 여부	미혼	49.5	49.5	1.0	65.6	2.92 (2)
	기혼	46.2	50.0	3.8	34.4	
화장품 구입비용	5만원 미만	44.8	51.7	3.5	57.0	6.69 (4)
	5~10만원 미만	50.8	49.2	-	20.9	
	10만원 이상	56.7	43.3	-	22.2	
계		146 (48.3)	150 (49.7)	6 (2.0)	302 (100.0)	

신감 향상이라는 심리적인 만족감을 느끼는 것으로 인식하였다. 이 결과는 김혜수, 이경화<sup>25)</sup>(2001)의 연구 결과와 일치하였다.

## V. 결 론

본 연구는 우리나라 10~60대 여성들을 대상으로 미백 화장품의 구매실태와 만족도를 알아보고자 하였으며, 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 화장품 구매 시 영양과 보습을 중시하는 여성이 41.4%로 가장 많았으며, 다음으로 미백 관련 기능 41%, 피부노화 10.6%, 기타 7.0% 순 이었다. 연령이 많을수록 일반화장품 구매 시 미백 관련 기능을, 연령이 적을수록 영양과 보습을 중시하였으며, 직업이 있는 여성이 그렇지 않은 여성보다 화장품 구매 시 미백 관련 기능을 중시하였고, 직업이 없는 여성은 직업이 있는 여성보다 영양과 보습기능을 중시하였다. 화장품 구입비용이 많을수록 일반화장품 구매 시 미백 관련 기능을 중시하였다. 구입비용이 적을수록 영양과 보습 기능을 중시하였으며, 화장품 구매 시 영양과 보습, 미백 관련 기능을 가장 중시하였고, 연령이 많을수록, 직업이 있는 여성, 기혼여성, 학력이 대졸인 여성, 그리고 화장품 구입비용이 많을수록 화장품 구매 시 미백 관련 기능을 중시하였다.

둘째, 절반 이상의 여성(52.0%)은 미백 화장품을 사계절 내내 사용하였으며, 특히 기혼이 미혼보다 미백 화장품을 많이 구입하였다. 대부분(98.0%)의 여성들은 자외선 차단제가 중요하다고 인식하였는데, 직업이 없는 여성일수록 중요하게 여겼다. 53.3%의 여성은 자외선이 피부색소 침착과 피부노화를(43.7%)

가져온다고 인식하였으며, 그로 인해 미백 화장품이 피부 관리에 중요한 영향을 미친다고 인식하는 여성이 87.4%로 대부분을 차지하였다. 특히 직업 있는 여성이 피부 미백을 위해 정기적으로 피부 관리를 하였다. 피부 미백을 위한 방법으로는 자외선 차단제를 사용하는 여성이 40.1%로 가장 많았고, 다음으로 미백 화장품 구입이 36.1%를 차지하였는데, 연령이 적을수록 자외선 차단제를 사용하였다. 미백 화장품 사용 후 개선 효과에 대해서는 피부톤 개선이 44.4%로 가장 많았으며, 많은 여성들(79.4%)들은 미백 화장품 사용이 피부 노화 스트레스와의 관련이 있다고 인식하였다.

셋째, 피부에 색소 침착은 수면 부족(10.6%)이나 건강상실(5.0%) 같은 내부적 요인(35.2%)보다 각종 스트레스(25.8%)나 공해 환경 유출(21.2%) 등과 같은 외부적인 요인(64.2%)이 더 가져온다고 생각하고 있었다.

넷째, 대부분의 여성들 98.0%은 미백 화장품을 사용한 후 자신감과 만족감 상승을 느끼는 심리적인 상태를 가져왔다. 특히 직업이 있으면서 기혼이고 화장품 구입비용이 5만원 이상인 여성들이 자신감과 만족감이 컸음을 알 수 있었다.

이상의 결과에서 사회활동을 하는 여성들이 증가되고 그러한 여성들이 기능성화장품 즉, 미백화장품의 사용 증가로 심리적 자신감 향상이나 만족감 상승의 작용을 확인할 수 있었으며 이로 인해, 자기표현의 기회를 높이는 수단으로 작용되어지고 있음을 알 수 있었다. 따라서 미백화장품을 비롯한 기능성화장품의 적극적인 마케팅전략 수립이 필요함을 알 수 있으며, 연령 또는 수입이나 소비지출액등의 다양한 변

수를 통해서 미백화장품의 마케팅전략으로 새롭게 응용해야 할 것이다. 이러한 미백화장품은 화장품의 고부가가치적 특성을 증대시키는 요인이 되고 제품의 품질 향상에 의한 기업의 경쟁력 증대, 화장품 영역의 확대 가능성 증대, 화장품에 대한 관심 증대 등을 가져오게 하는 특성으로 마케팅 전략에 활용될 수 있을 것으로 보여 진다.

## 참고문헌

- 1) 화장품법 제2조 제2항.
- 2) 김혜수 외(2001). “국내 기능성 화장품의 생산 실태”. 생활과학연구논문집. No. 21. p71-86.
- 3) 고진아(2002). “사람피부에 있어서 몇 가지 천연물의 미백 작용에 관한 연구”. 서울산업대학교 석사학위논문.
- 4) 정유정(2001). “상황버섯표고버섯취사포닌의 항산화 및 미백작용 상승효과”. 신라대학교 석사학위논문.
- 5) 홍택근(2001). “사용자 중심의 신개념 화장품 용기개발에 관한 연구”. 홍익대학교 석사학위논문.
- 6) 오영미(2003). “자외선 차단제 및 미백화장품의 소비자 선호도 조사”. 건국대학교 석사학위논문.
- 7) 신혜정(2003). “자외선에 의한 피부노화와 그 방지 및 개선”. 건국대학교 석사학위논문.
- 8) 이혜숙(2002). “비타민-C를 이용한 이온영동법에 의한 피부미백효과”. 고신대학교 석사학위논문.
- 9) 진종언(2002). “뽕나무로부터 티로시나아제 프로모터 억제성분의 분석”. 전남대학교 석사학위논문.
- 10) 박남수 외(2001). “식물유래 성분의 미백화장품에의 응용”. 서울산업대학교논문집. No.52. pp.205-220.
- 11) 추옥희(2001). “기능성 화장품의 발달과 활용성에 대한 연구”. 한성대학교 석사학위논문.
- 12) 고영수. 『화장품학(21세기)』. (서울: 화장품신문사, 2004), p.46.
- 13) 신혜정(2003). ‘앞의 논문’. p.22.
- 14) 신혜정(2003). ‘앞의 논문’.
- 15) 고영수. 『화장품학(21세기)』. (서울: 화장품신문사, 2002), p.273.
- 16) Igarashi, A., Uzuka, M. and Nakajima, K. (1989). “The effects of vitamin E deficiency on rat skin”. Br. J. Dermatol. 121. pp.43-49.
- 17) 태평양화학 마케팅부서 소장자료. 2004.
- 18) 추옥희(2001). “기능성 화장품의 발달과 활용성에 대한 연구”. 한성대학교 석사학위논문.
- 19) 배수현(2003). “여대생의 피부건강관련행위와 사회 심리적 건강과의 관련성”. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 20) 모정희(2003). “피부관리방식으로서의 아로마테라피의 활용실태 및 시행효과에 관한 연구”. 한성대학교 석사학위논문.
- 21) 김은옥(2002). “중년여성의 피부건강관리 관련요인”. 인제대학교 석사학위논문.
- 22) 신향미(2002). “피부노화가 여성의 심리상태에 미치는 영향과 피부관리 선택형태”. 고신대학교 석사학위논문.
- 23) 김상은(2002). ‘기능성화장품 80% 전문점을 통해 구입’ 화장품신문. 4월 5일.
- 24) 태평양화학(2004). ‘앞의 자료’.
- 25) 김혜수 외(2001). ‘앞의 논문’.