

기능성 화장품의 변화 양상과 사용 실태 분석

한 덕 회 · 박 길 순*

충남대학교 생활과학대학 의류학과

Analysis on the Changes and the Using Condition of Functional Cosmetics

Dhuck-Hui Han and Kil-Soon Park*

Dept. of Clothing & Textiles, Chungnam National University

(2006. 10. 2. 접수 : 2006. 11. 29. 채택)

Abstract

The purpose of this study is to examine the changes and the using condition of functional cosmetics through articles of newspaper and the survey on functional cosmetics. The data analysis examined newspaper articles that demonstrate a grasp of the general trends of cosmetics, and these articles were chosen from the "Cosmetics Newspapers" and the "Jangcop Newspaper" with content primarily emphasizing articles about cosmetics. All articles on functional cosmetics were collected for the period from 2000 to 2005, and excluding repeated articles a total of 703 cases were examined.

In addition, a survey was performed to examine how much women are using functional cosmetics and what the current state of their use is. This survey was conducted from October 1~20, 2004, and respondents consisted of 350 adult females living in the areas of Daejeon, North and South Chungcheong Provinces and Daegu. Responses from a total of 302 individuals were included in the data analysis.

The results of this study show a situation where the current use of functional cosmetics is gradually increasing, and because of external changes in the skin resulting from the development of modern society, functional cosmetics are being used by women as a means of increasing their opportunities for personal expression due to their skin improvement effects as well as increased confidence and a sense of satisfaction.

Key words: functional cosmetics(기능성 화장품), women(여성), using condition(사용 실태), changes(변화).

I. 서 론

1. 연구의 필요성

오늘날 여성들의 사회적 활동이 활발해짐에 따라 화장품의 사용이 증가하고 있을 뿐만 아니라 화장품에 대한 소비자의 욕구도 단순한 아름다움의 표현에서 벗어나 효능·효과를 중요시하는 기능적인 측

면까지 요구되고 있는 추세이다. 이에 따라 화장품도 단순한 피부 청결이나 아름다움과 같은 외적인 변화를 중요시하는 경향에서 탈피하여 최근 경향은 영양 공급에서 피부 세포 활성화, 보호, 손상된 피부 회복에 이르기까지 특별한 기능을 부가하는 다양한 기능성 제품이 개발되고 있다. 즉, 더욱 세분화되고 심화된 특정한 기능을 가진 제품으로 확대되고 있다. 이러한 특성은 화장품 생산 실적에서 그 변화를 확인

* 교신저자 E-mail : kspark@cnu.ac.kr

할 수 있는데, '2002년 점유비 8.4%를 기록했던 기능성 화장품이 지난해(2003)에는 42.8% 늘어난 생산 실적을 기록했다'¹⁾. 그 만큼 여성들의 외모 관리에 대한 관심과 투자가 증가했다는 것이며, 깨끗하고 흰 피부가 새로운 경쟁력의 하나로 자리매김하면서 기능성 화장품의 필요성이 증가하게 되었다.

이와 같이 화장품은 일종의 사회 문화적인 산물로서 생활 방식과 가치관이 변화함에 따라 그 역할과 기능도 변모되고 있음을 알 수 있다. 특히 건강하고 여유로운 삶이 요구되고 있는 가운데 아름다워지고자 하는 소망과 함께 기능성 화장품에 대한 관심이 더욱 높아지고 있으며, 그에 따라 기능성 화장품은 단순한 미용의 개념에서 진화하여 노화 예방과 질병 치료 개념이 도입되고 있다. 따라서 고기능성, 다기능성을 함유한 미백, 주름 개선, 자외선 차단 등 기능성 화장품 신소재 개발이 강하게 요구되고 있고, 또한 삶의 질을 추구하는 소비자 욕구와 가치 개념의 변화는 효능·효과를 중시하는 기능성 화장품 시장이 비약적인 성장세를 나타내고 있으며 향후 이들 기능성 화장품의 수요를 더욱 폭발적으로 증가시킬 것으로 생각된다.

또한 현대에 들어 여성들이 사회 활동의 적극적 참여와 생활 수준의 향상에 의한 소비의 증대로 자신의 이미지를 표현하기 위해 피부와 색조 화장에 치중하는 여성들이 증가하고 있다. 그러나 과도한 스트레스와 환경 오염이 여성들의 피부 상태를 더욱 복잡한 상황으로 만들어감에 따라 특히 희고 맑은 깨끗한 피부가 새로운 경쟁력의 하나로 자리매김하게 되었고, 그로 인해 피부 관리에 집중하도록 함은 물론 아름답고 깨끗한 피부를 위해 기능성 화장품의 필요성이 증가하게 되었다.

따라서 소비자의 욕구를 충족시켜주는 기능성 화장품을 생산하기 위해서는, 그리고 기능성 화장품에 대한 마케팅 전략을 수립하기 위해서는 그 사용 실태와 만족도에 대한 연구가 필요하다고 생각된다.

2. 연구 목적

본 연구에서는 국내 기능성 화장품의 변화 추이

를 살펴보고, 또한 여성들을 대상으로 기능성 화장품에 대한 구체적인 만족도와 그에 따른 심리적 효과를 고찰해 봄으로써 기능성 화장품에 대해 어떻게 반응하고 있는지를 알아보고자 하였으며, 산업적 측면에서도 기능성 화장품에 대한 전반적인 이해와 마케팅 전략 수립에 도움이 되는 기초 자료를 제공하는 데에 그 목적이 있다.

II. 이론적 배경

1. 기능성 화장품의 개념

기능성 화장품이라 함은 '피부의 미백에 도움을 주는 제품, 피부의 주름 개선에 도움을 주는 제품, 피부를 곱게 태워주거나 자외선으로부터 피부를 보호하는데 도움을 주는 제품'²⁾ 등으로 정의된다. 또한 기능성 화장품은 특정 피부의 관리와 예방을 위해 특정 기능을 강조해 만든 기초 화장품이며, 유전적, 환경적 요인에 의한 각종 피부 질환의 예방과 적당한 관리를 위한 화장품이다. 기능성 화장품이란 일반 화장품과는 달리 생리 활성적인 효능·효과가 강조된 전문적인 기능성을 갖는 제품을 말한다. 즉, 인간의 용모를 아름답게 해준다는 단순한 차원에서 벗어나 피부 상태의 개선이라는 보다 높은 효능·효과를 지닌 제품이라 볼 수 있다³⁾.

2. 기능성 화장품의 종류

1) 미백 화장품

피부가 자외선에 노출되면 멜라닌 색소가 증가하여 기미, 주근깨가 생기거나 색소 침착이 발생한다. 최근 대기오염으로 인해 오존층의 파괴와 이에 따른 자외선의 유해성은 날로 증가하고 있다. 피부 미백을 위해서는 타로신의 산화를 촉매하는 타로시나아제의 작용을 억제하는 물질, 도파(3,4-dihydroxyphenylalanine)의 산화를 억제하는 물질(비타민 C), 각질 세포를 벗겨내어 색소를 제거하는 물질(alpha-hydroxy acid), 멜라닌 세포 자체를 사멸시키는 물질(hydro-quinone), 자외선을 차단하는 물질(octyldimethyl

1) "화장품 생산실적 지난해 3조 4,600억원," *화장품신문*, 2004년 7월 29일.

2) *화장품법 제2조 제2항*.

3) 하병조, *기능성 화장품*, (서울: 신광출판사, 2001), p. 20.

PABA, titaniumdioxide, TiO₂) 등이 사용된다.

2) 주름 개선 화장품

신체의 근육 운동이나 관절 운동이 자주 일어나는 부위에는 주름이 있어 자유롭게 움직일 수 있도록 해준다. 그러나 자연 노화나 광 노화에 의해서 눈 밑 피부가 처지고 정상적인 피부에 심한 주름이 발생하는 것은 미용적으로 좋은 인상을 주지 못한다. 콜라겐이 감소하고 엘라스틴의 가교 결합이 증가할 뿐만 아니라 기질의 저하에 의해 피부의 탄력이 저하되고 주름이 생성되는 것이다.

주름 개선 화장품에 필수적인 주름 개선제로는 진피의 결합조직 형성을 촉진하는 섬유아세포의 성장을 촉진하는 물질, 섬유아세포의 콜라겐 합성을 촉진하는 물질, 활성 산소와 프리라디칼을 제거하는 물질 등이 있다. 이중 주름 개선을 위해 사용되는 대표적인 것이 레티노이드이다. 주름과 관련된 피부의 생리적 변화 가운데 하나가 섬유아세포의 증식 감소이다. 섬유아세포의 증식이 감소되면 콜라겐 합성이 적어지고, 이것은 외부 인자에 대한 방어력의 약화로 이어져 주름 생성을 촉진하게 된다.

주름 개선제를 위한 성분으로 알려진 레티놀(retinol), 레티알데하드(retin aldehyde) 및 레티산(retinoic acid)은 세포 분화 촉진을 비롯하여 단백질 생합성에 중요한 역할을 한다. 리포솜의 제조에 사용되는 대표적인 인지질은 계란에 함유된 레시틴이다. 레시틴은 여러 가지 영양 물질을 안정하게 담아 둘 수 있고, 또한 영양 물질의 피부 흡수를 촉진시킬 수 있는 특성이 있다.

3) 자외선 차단 화장품

유해한 자외선의 침투를 막아 피부를 보호하는 것으로 선스크린 또는 선블럭이라고도 하며, 로션이나 크림 타입이 주종이다. 자외선 차단제는 이산화티탄과 같은 무기 물질을 이용하여 물리적인 산란작용으로 자외선을 차단하는 자외선 산란제와 옥틸 디메틸파마와 같은 유기 물질을 이용하여 화학적인 방법으로 자외선을 흡수시켜 소멸시키는 자외선 흡수제가 있다.

4) 여드름 화장품

여드름 피부는 클렌징을 통해 피부 깊숙한 곳의 노폐물과 메이크업 찌꺼기를 완벽하게 제거해 주어야 한다. 여드름이 생겼을 때에는 자극이 약한 화장 비누나 약산성 세안제로 자주 씻도록 한다. 여드름이 있는 피부에는 유성 성분이 많은 화장품은 피하는 것이 좋으며 유성 파운데이션의 경우 모공을 막을 수 있으므로 짙은 화장을 하는 것은 삼가야 한다.

5) 각질 제거용 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. 피부 표면에 쌓인 죽은 각질을 제거하면 거칠거칠한 피부 표면이 매끄럽게 되고 잔주름도 더 이상 깊이 자리 잡지 않는다. 또한 파지가 과잉으로 분비되는 지성 피부인 경우, 모공 속의 더러움이 제거되면서 피지 분지를 조절하여 지성 피부를 개선해 주는 효과도 있다.

6) 선크림 화장품

선크림 화장품은 피부 상태가 손상되지 않고 자외선에 의해 서서히 멜라닌 색소의 생성량이 늘어나 그을리게 하는 것을 말한다. 피부가 강한 자외선에 오랜 시간 노출되면 피부 조직이 손상되어 빨갛게 되고 화끈거리는 화상이 일어난다. 대부분의 선크림 화장품은 UV-B를 차단할 수 있는 자외선 차단제를 적절히 함유하고 있다. 설프 태닝 제품의 주성분이 디히드록시아세톤으로 피부의 아미노산을 갈색의 색소로 만들어 준다. 설프 태닝 제품은 자외선에 의한 피부 손상이 전혀 없고 디히드록시아세톤이 피부 각질층의 윗 부분에만 작용하기 때문에 멜라닌 색소를 만드는 기저층에는 영향을 전혀 주지 않아 색소 침착의 우려가 없다⁴⁾.

3. 선행 연구 고찰

현재 이러한 기능성 화장품에 대한 연구가 활발히 이루어지고 있다. 국내 기능성 화장품의 생산 실

4) 고혜정 외, *화장품학* (서울: 정문각, 2002), p. 114.

태에 관해 연구한 김혜수, 이경화(2001)⁵⁾에 의하면 기능성 화장품에 대한 소비자의 만족도가 매우 높은 것으로 나타났다. 고진아(2002)⁶⁾의 연구에 의하면 14 가지의 천연 생약들을 대상으로 멜라닌 합성에 대한 실험을 한 결과 14종 모두 우수한 활성을 보여주는 것으로 나타났다. 또한 상항 버섯, 표고 버섯, 썬 사포닌의 항산화 및 미백작용에 대한 정유정(2001)⁷⁾의 연구에서도 미백 효과 면에서 상승 효과가 크다는 연구 결과를 보였다. 또한 최상숙(2001)의 천연물 25 종에 대해서 기능성(미백)성분에 관한 연구에서도 human tyrosinase dopa 자동 산화 시험이 mushroom tyrosinase를 이용한 dopa 자동 산화 시험보다 저해율이 높게 나타나 감도가 더 좋은 것으로 나타났다. 또한 기능 화장품 시장이 확장되어지면서 주변 산업이라 할 수 있는 용기 디자인 산업 개발에도 활발한 연구가 이루어지고 있는데, 홍택근(2001)⁸⁾의 연구 결과에 의하면 기능성 화장품의 시장이 확대되어지고 천연물질의 사용이 증가되어지고 있어 이에 대한 미백 화장품의 기능적, 디자인적 측면 등을 고려한 제품 용기의 중요성을 제시하고 있다. 또한 피부 노화 방지 및 자외선, 비타민 및 미백 화장품 및 성분에 관한 연구도 활발히 이루어지고 있는 실정이다. 이외에 오영미(2003)⁹⁾, 신혜정(2003)¹⁰⁾, 이혜숙(2002)¹¹⁾, 진종연(2002)¹²⁾, 박남수, 고진아, 박영준(2001)¹³⁾, 추옥희(2001)¹⁴⁾ 등이 있으며 이들도 주로 기능성 화장품 성분에 관한 연구들이다.

이와 같이 기능성 화장품에 관한 연구는 주로 성분에 관한 연구들로 기능성 화장품의 구매 행동이나 만족도에 관한 연구는 부족한 실정이므로 소비자들의 욕구를 충족시키기 위해서는 이에 대한 연구가 필요하다고 생각된다.

4. 기능성 화장품의 판매 동향

태평양 화학의 연구 결과에 의하면 자외선 차단제 품이나 특화된 기능성(주름, 미백, 탄력) 제품의 사용률이 꾸준히 증가하는 경향을 보였다¹⁵⁾. 이 중 기능성 화장품의 일부인 자외선 차단제의 최근 5년간의 판매 동향을 살펴보면 2000년 49%에서 2004년 63%로 2000년도에 비해 약 14%의 사용 증가를 확인할 수 있었다. 또한 미백 크림의 판매 동향을 살펴보면 2000년 9%, 2004년 14%로 뚜렷한 증가세를 나타내고 있는 것으로 조사되었다. 이러한 조사 결과를 통해서도 알 수 있듯이 기능성 화장품들의 판매량 증가는 현 시대를 살아가는데 있어 선택적인 요소라기보다는 필수적인 요소로 자리 잡고 있음을 알 수 있다.

III. 연구 방법 및 절차

1. 연구 방법 및 기간

본 연구는 문헌 연구와 설문지법을 사용하였다. 설문지는 추옥희(2001)¹⁶⁾, 배수현(2003)¹⁷⁾, 모정희(2003)¹⁸⁾, 김은옥(2002)¹⁹⁾, 신향미(2002)²⁰⁾ 등의 연구

5) 김혜수 외, "국내 기능성 화장품의 생산 실태," *생활과학연구논문집* 21권 (2001), p. 71-86.

6) 고진아, "사람피부에 있어서 몇 가지 천연물의 미백 작용에 관한 연구" (서울산업대학교 대학원 석사학위논문, 2002).

7) 정유정, "상항버섯·표고버섯·썬사포닌의 항산화 및 미백작용 상승효과" (신라대학교 대학원 석사학위논문, 2001).

8) 홍택근, "사용자 중심의 신개념 화장품 용기개발에 관한 연구" (홍익대학교 대학원 석사학위논문, 2001).

9) 오영미, "자외선 차단제 및 미백 화장품의 소비자 선호도 조사" (건국대학교 대학원 석사학위논문, 2003).

10) 신혜정, "자외선에 의한 피부 노화와 그 방지 및 개선" (건국대학교 대학원 석사학위논문, 2003).

11) 이혜숙, "비타민-C를 이용한 이온영동법에 의한 피부미백효과" (고신대학교 대학원 석사학위논문, 2002).

12) 진종연, "뽕나무로부터 티로시나아제 프로토타입 억제성분의 분석" (전남대학교 대학원 석사학위논문, 2002).

13) 박남수 외, "식물유래 성분의 미백 화장품에의 응용," *서울산업대학교논문집* 52권 (2001), p. 205-220.

14) 추옥희, "기능성 화장품의 발달과 활용성에 대한 연구" (한성대학교 대학원 석사학위논문, 2001).

15) 태평양 화학 마케팅부서 소장자료 (2004).

16) 추옥희, "기능성 화장품의 발달과 활용성에 대한 연구" (한성대학교 대학원 석사학위논문, 2001).

17) 배수현, "여대생의 피부건강관련행위와 사회 심리적 건강과의 관련성" (이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 2003).

18) 모정희, "피부관리방식으로서의 아로마테라피의 활용실태 및 시행효과에 관한 연구" (한성대학교 대학원 석사학위논문, 2003).

19) 김은옥, "중년여성의 피부건강관리 관련요인" (인제대학교 대학원 석사학위논문, 2002).

20) 신향미, "피부 노화가 여성의 심리상태에 미치는 영향과 피부관리 선택형태" (고신대학교 대학원 석사학위논문, 2002).

를 참고하여 작성하였으며, 2004년 9월 20일부터 10일간 대전 지역의 20~50대 여성 70여 명을 대상으로 예비조사한 후 수정, 보완하여 사용하였다. 본 조사는 2004년 10월 1일부터 20일까지 대전 충남북 및 대구 지역에 거주하는 여성을 대상으로 350명을 조사하였고, 분석을 위해서는 성실하게 답변해준 302명의 자료를 사용하였다.

2. 연구 대상자의 특성

본 연구의 조사 대상자의 일반적 특성은 <표 1>과 같이 20대 여성이 50.0%로 가장 많았으며, 다음으로 30대 20.5%, 40대 11.6%의 순이었다. 월 수입이 100만원 미만인 여성이 48.7%로 가장 많았다.

3. 자료 분석

본 연구를 위해 신문 기사의 양적 조사와 설문 수집된 자료를 SPSS 프로그램을 이용하여 분석하였다. 분석기법으로는 빈도와 백분율, 그리고 χ^2 (Chi-square) 검증을 실시하였다.

IV. 연구 결과의 분석 및 고찰

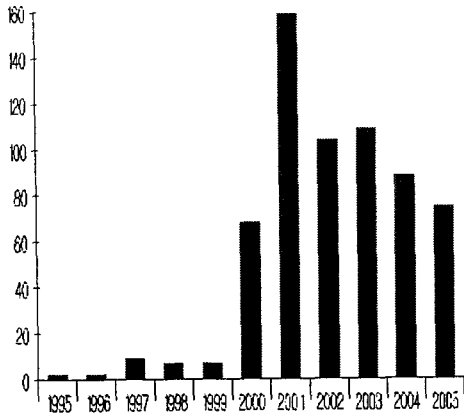
1. 신문 기사에 나타나는 기능성 화장품의 변화 양상

<그림 1>에 나타난 바와 같이 기능성 화장품에 관련된 기사가 「화장품신문과」, 「장업신문」 모두 합쳐 1995년 2건이었던 것이 2000년을 기점으로 증가되었으며, 2005년까지의 기사가 총 630건 조사되었다(그림 1). 또한 화장품법이 2000년 7월부터 시행됨에 따라 기능성 화장품에 대한 기사가 2000년도를 기점으로 증가된 것으로 사료된다. 그리고 기능성 화장품 원료와 특허 및 점유비가 점차 증가하고 있는 것으로 나타나고 있으며, 전체적인 출시 현황은 2001년 477건, 2002년 775건, 2003년 1,100건에 이르며 꾸준한 상승세를 나타내고 있는 것으로 조사되고²¹⁾ 있는데, <그림 2>에서와 같이 주름 개선 제품, 미백 제품, 자외선 차단 제품 등의 기능성 화장품의 출시 현황이 꾸준한 상승세를 보여주고 있다.

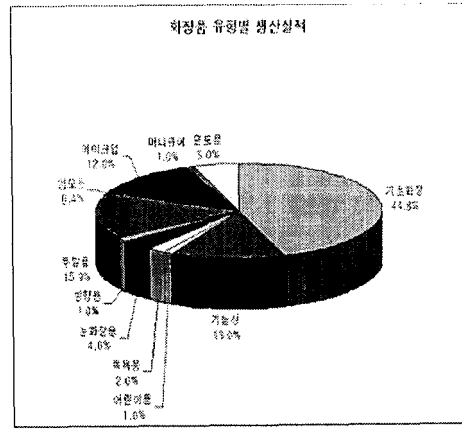
<표 1> 연구 대상자의 일반적 특성

구 분		빈도(명)	백분율(%)
연령	10대	27	8.9
	20대	151	50.0
	30대	62	20.5
	40대	35	11.6
	50대	26	8.6
	60대 이상	1	0.3
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
	피부 미용 관련자	18	6.0
	기타	5	1.7
결혼 여부	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
월 수입	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 구입 비용	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

21) “기능성 화장품, 특허 점유비 급증 ‘복합기능성 45품목으로 두각새,’” *화장품신문*, 2004년 1월 13일.



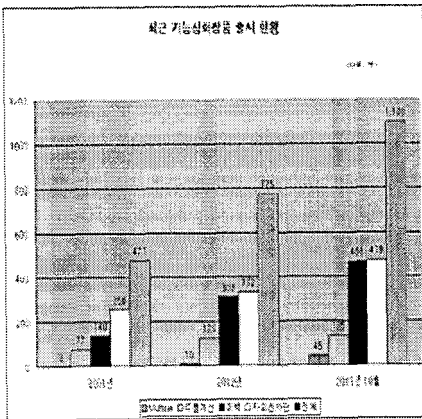
〈그림 1〉 기능성 화장품 관련 기사 횡수.



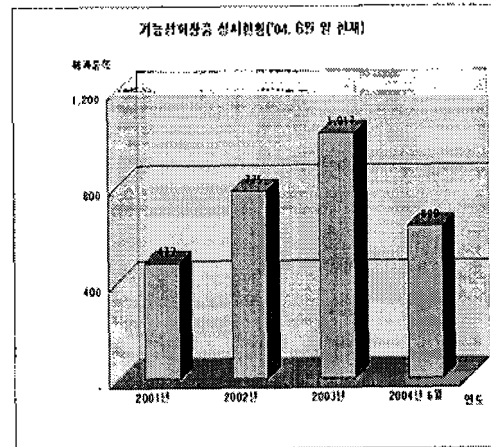
〈그림 3〉 화장품 생산 실적 지난해 3조 4,600억원, 「화장품신문」, 2004년 7월 29일.

〈그림 2〉에서 보여지는 바와 같이 8.4%로 3,127억 원의 생산 실적을 기록했던 기능성 화장품이 2003년에는 42.8%로 늘어났으며, 이러한 현상은 기능성 화장품의 중요성과 필요성에 대한 소비자들의 의식이 구매 행동으로 드러난 결과라고 할 수 있다. 화장품의 생산 실적에 관한 변화 양상을 살펴보면 〈그림 3〉에서와 같이 경기 불황의 여파로 화장품 시장의 생산

실적이 감소되어지고 있음을 볼 수 있다. 즉, 2003년에는 2002년에 비해 7.7% 줄어든 3조 4,600억원을 기록하고 있다²²⁾. 그러나 2002년의 특허 점유비는 2004년 6월말 현재 식약청으로부터 기능성 화장품으로 승인받은 화장품은 모두 약 3,000여건으로 식약청이 발표한 2,898개의 품목이 기능성 화장품으로 인증 받은 것으로 나타났다(그림 4).²³⁾ 이를 날짜로



〈그림 2〉 기능성 화장품, 특허·점유비 급증, 「화장품신문」, 2004년 1월 13일.



〈그림 4〉 기능성 화장품 3년간 3,000품목 승인, ‘기능성 화장품 심사현황’, 「화장품신문」, 2004년 8월 12일.

22) “화장품 생산실적 지난해 3조 4,600억원 ‘전년 비해 7.7% 감소, 기능성 화장품 42.8% 증가,’” *화장품신문*, 2004년 7월 29일.

23) “기능성 화장품 3년간 3,000품목 승인 ‘자외선·미백·주름순...올해도 급증세 예상,’” *화장품신문*, 2004년 8월 12일.

〈표 2〉 선호하는 미백 화장품

구 분		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	14.35 (10)
	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	8.10 (5)
	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	9.62 (5)
	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	27.47** (10)
	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)	

계산해 보면 하루에 2~4개 꼴로 제품이 허가된 것이며, 화장품법 시행 이후 기능성 화장품에 대한 심사가 매년 큰 폭으로 증가하고 있음을 알 수 있다.

2. 기능성 화장품의 구매 실태

1) 선호하는 기능성 화장품

〈표 2〉와 같이 가격이 합리적이거나 복합적인 기능성 화장품을 선호하는 여성이 각각 24.2%로 가장 많았으며, 연령이 많을수록 천연 성분 위주의 기능성 화장품을 선호하였고, 화장품 구입 비용이 5~10만원 미만인 여성이 다른 여성보다 가격이 합리적인 기능성 화장품을 선호하였고, 5만원 미만인 여성은 5만원 이상인 여성보다 복합적인 기능성 화장품을 선호하였다($\chi^2=27.47, p<.01$). 이러한 연구 결과는 복잡한 현대 사회를 살아가면서 여성들의 지위가 높아짐에 따라 외부 활동의 시간이 증가되어지는 이유에서 비롯된다고 사료된다.

2) 기능성 화장품 구매 시 증시하는 기능

기능성 화장품 구매 시 증시하는 기능에 대해 살펴본 결과는 〈표 3〉과 같이 화장품 구매 시 영양과 보습을 증시하는 여성이 41.4%로 가장 많았으며, 다음으로 미백 관련 기능 41%, 피부 노화 10.6%, 기타

7.0% 순이었다. 이러한 결과는 연령이 많을수록 일반 화장품 구매 시 미백 관련 기능을 증시하였고($\chi^2=16.65, p<.05$), 직업이 있는 여성이 그렇지 않은 여성보다 일반 화장품 구매 시 미백 관련 기능을 증시하였고, 직업이 없는 여성은 영양과 보습 기능을 증시하였다($\chi^2=13.00, p<.01$). 미혼은 기능성 화장품 구매 시 영양과 보습 기능을 증시하였고, 기혼은 미백 관련 기능을 증시하였다($\chi^2=14.74, p<.01$). 화장품 구입 비용이 많을수록 미백 관련 기능을 증시하였다($\chi^2=18.24, p<.01$).

3) 기능성 화장품 구매 시기

기능성 화장품 구매 시기 결정에 대해 살펴본 결과는 〈표 4〉와 같이 제품을 다 사용했을 때 제품 구매를 생각하는 여성이 57.6%로 가장 많았으며, 화장품 구입 비용이 5~10만원 미만 여성이 다른 여성보다 미백 화장품 구매 시 브랜드 인지에 비중을 두었고, 10만원 이상인 여성은 다른 여성보다 천연 성분의 비중을 비중을 두었다($\chi^2=27.95, p<.001$).

4) 기능성 화장품을 사용하는 계절

기능성 화장품을 사용하는 계절에 대해 살펴본 결과는 〈표 5〉와 같이 기능성 화장품을 사계절 내내 사용하는 여성이 52.0%로 절반 이상을 차지하였으

〈표 3〉 기능성 화장품 구매 시 중시하는 기능

구 분		영양과 보습	피부 노화	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	5.0	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 구입 비용	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)	

〈표 4〉 기능성 화장품 구매 시기

구 분		제품을 다 사용했을 때	판매 사원의 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)	

며, 연령이 많을수록 기능성 화장품을 사계절 내내 사용하였다($\chi^2=18.45, p<.05$). 직업이 있는 여성이 그렇지 않은 여성보다 기능성 화장품을 사계절 내내

사용하였다($\chi^2=14.35, p<.05$).

5) 전문가와의 상담 후 기능성 화장품 구매 경험

〈표 5〉 기능성 화장품을 사용하는 계절

구 분		봄	여름	가을	겨울	환절기	사계절	계	$\chi^2(df)$
연령	20대 이하	3.4	19.7	6.2	12.9	8.4	49.4	58.9	18.45* (10)
	30대	4.8	17.7	12.9	1.6	12.9	50.0	20.5	
	40대 이상	6.5	16.1	4.8	1.6	9.7	61.3	20.5	
직업	있다	3.3	7.8	6.7	5.6	11.1	65.6	29.8	14.35* (5)
	없다	4.7	23.1	7.5	9.4	9.0	46.2	70.2	
결혼 여부	미혼	3.0	20.2	7.6	12.1	9.6	47.5	65.6	15.60** (5)
	기혼	6.7	15.4	6.7	1.0	9.6	60.6	34.4	
계		13 (4.3)	56 (18.5)	22 (7.3)	25 (8.3)	29 (9.6)	157 (52.0)	302 (100.0)	

〈표 6〉 전문가의 상담 후 기능성 화장품 구매 경험

구 분		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 구입 비용	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)	

전문가와의 상담 후 기능성 화장품의 구매 여부를 살펴본 결과는 〈표 6〉과 같이 전문가와의 상담 후 기능성 화장품을 구매하지 않은 여성이 61.9%로, 전문가 상담 후 기능성 화장품을 구매한 여성 38.1%보다 많았다. 연령이 많을수록 전문가와의 상담 후 미백 화장품을 구매하였고($\chi^2=48.62, p<.001$), 직업이 있는 여성이 그렇지 않은 여성보다 전문가 상담 후

미백 화장품을 구매하였다($\chi^2=28.84, p<.001$). 기혼이 미혼보다 전문가 상담 후 미백 화장품을 구매하였으며($\chi^2=37.02, p<.001$), 이 결과는 기능성 화장품의 46.3%가 전문점의 전문가를 통해 구입한다는 신문 기사 내용과²⁴⁾ 일치하였다.

6) 가장 많이 구입하는 기능성 화장품 종류

24) “기능성 화장품 구입장소 ‘전문점’ 46.3%,” 화장품신문, 2003년 1월 4일

〈표 7〉 가장 많이 구입하는 기능성 화장품 종류

구 분		자외선 차단제	비타민 제품	에센스	크림	팩	기초 화장품 류	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)	

여성들이 가장 많이 구입하는 기능성 화장품 종류에 대해 살펴본 결과는 〈표 7〉과 같이 기능성 화장품 중 자외선 차단제를 가장 많이 구입하는 여성이 29.8%로 가장 많았고 연령이 많을수록 기능성 화장품 중 에센스를 많이 구입하였고, 연령이 적을수록 기초 화장품류를 많이 구입하였다($\chi^2=23.49, p<.05$). 직업이 있는 여성이 그렇지 않은 여성보다 기능성 화장품 중 에센스를 많이 구입하였고, 직업이 없는 여성은 직업이 있는 여성보다 자외선 차단제를 많이 구입하였다($\chi^2=14.45, p<.05$). 미혼이 기혼보다 기능성 화장품 중 자외선 차단제를 많이 구입

하였고, 기혼은 미혼보다 에센스를 많이 구입하였다($\chi^2=16.32, p<.05$). 이러한 연구 결과는 2003~2004년에 걸쳐 조사한 태평양 화학의 연구 결과와 일치하였다.

3. 기능성 화장품의 효과에 대한 인식

1) 자외선이 피부에 미치는 영향

자외선이 피부에 미치는 영향에 대해 여성들의 인식을 살펴본 결과는 〈표 8〉과 같이 자외선이 피부 색소 침착을 가져온다고 인식하는 여성이 53.3%로

〈표 8〉 자외선이 피부에 미치는 영향

구 분		피부 색소 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)	

절반 이상을 차지하였으며, 다음으로 피부 노화를 가져온다(43.7%) 등의 순으로 나타났다. 30대 여성이 다른 여성보다 자외선이 피부 색소 침착을 가져온다고 인식하였고, 직업이 있는 여성이 그렇지 않은 여성보다 자외선이 피부 색소 침착을 가져온다고 인식하였다($\chi^2=14.31, p<.01$).

이러한 결과는 자외선 차단제의 중요성에 대해 높은 인식을 반영하고 있다고 볼 수 있다.

2) 피부 미백을 위한 관리 방법

여성들이 피부 미백을 위해 관리하는 방법에 대해 살펴본 결과는 <표 9>와 같이 피부 미백을 위해 자외선 차단제를 사용하는 여성이 40.1%로 가장 많았으며, 미백 화장품 구입이 36.1% 순으로 나타났다.

연령이 많을수록 미백 화장품을 구입하였고, 연령이 적을수록 자외선 차단제를 사용하였으며($\chi^2=23.95, p<.01$), 직업이 있는 여성이 정기적인 피부 관리를 하였고($\chi^2=31.20, p<.001$), 미혼이 기혼보다 피부 미백을 위해 자외선 차단제를 사용하였고, 기혼이 미혼보다 미백 화장품을 구입하였다($\chi^2=16.19,$

$p<.01$).

4) 기능성 화장품 사용 후 개선되어진 점

<표 10>과 같이 기능성 화장품 사용 후 피부톤 개선에 만족하는 여성이 44.4%로 가장 많았으며, 직업이 있는 여성이 기능성 화장품 사용 후 만족스런 피부톤으로 개선되었다고 인식하였고($\chi^2=12.54, p<.05$), 미혼은 사용 후 색소 침착이 완전히 제거되었다고 인식하였고, 기혼은 복합적인 기능성 여부에 만족하였다($\chi^2=13.09, p<.05$).

5) 기능성 화장품을 사용한 후 심리적인 상태

기능성 화장품을 사용한 후 심리적인 상태에 대해 살펴본 결과는 <표 11>과 같이 기능성 화장품을 사용한 후 자신감과 만족감 상승을 느꼈다고 인식하는 여성이 97.7%로 대부분을 차지하였으며, 상관없다고 인식하는 여성은 2.3%로 매우 적었다. 또한 화장품 구입 비용이 5만원 이상인 여성이 기능성 화장품을 사용한 후 자신감이 향상되었다고 인식하였다. 이상과 같이 대부분의 여성들이 기능성 화장품 사용

<표 9> 피부 미백을 위한 방법

구 분		정기적인 피부 관리	피부과 진료	자외선 차단제 사용	미백 화장품 구입	아무 것도 해보지 않았다	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)	

〈표 10〉 기능성 화장품 사용 후 개선되었던 점

구 분		색소침착 완전제거	피부톤 개선	트러블	복합적인 기능성 여부	기타	계	$\chi^2(df)$
연령	20대 이하	24.2	47.1	9.6	18.0	1.1	58.9	15.87 (10)
	30대	24.2	38.7	4.8	32.3	-	20.5	
	40대 이상	21.0	41.9	1.6	35.5	-	20.5	
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	
화장품 구입 비용	5만원 미만	26.2	41.2	10.5	21.5	0.6	57.0	16.12 (10)
	5~10만원 미만	23.8	42.9	4.8	27.0	1.6	20.9	
	10만원 이상	16.4	53.7	-	29.9	-	22.2	
계		71 (23.5)	134 (44.4)	21 (7.0)	74 (24.5)	2 (0.7)	302 (100.0)	

〈표 11〉 기능성 화장품을 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 구입 비용	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)	

후 자신감 향상이라는 심리적인 만족감을 느끼는 것으로 인식하였다. 이 결과는 김혜수, 이경화²⁵⁾(2001)의 연구 결과와 일치하였다.

V. 결 론

본 연구는 「화장품신문」과 「장업신문」의 기능성 화장품에 관련된 신문 기사 분석을 통해 1995년 2건이었던 것이 2000년을 기점으로 증가되었으며, 2005년까지의 기사가 총 630건으로 조사되었다. 이는 화장품법이 2000년 7월부로 시행됨에 따라 기능성 화장품에 대한 관심이 증가하고, 그로 인해 2000년도

25) 김혜수 외, *Op. cit.*

를 기점으로 기능성 화장품에 관한 기사가 증가된 것으로 사료된다. 또한 기능성 화장품 원료와 특허 및 점유비가 꾸준히 상승하고 있는 것으로 조사되었으며, 주름 개선 제품, 미백 제품, 자외선 차단 제품 등의 출시가 꾸준한 상승세를 보여주고 있다.

경기 불황의 여파로 화장품 시장의 생산 실적이 감소되어지고 있는 가운데, 기능성 화장품의 점유비만큼은 큰 폭으로 상승하고 있는데, 2002년 점유비 8.4%의 생산 실적을 기록했던 기능성 화장품이 2003년에는 42.8%로 늘어났다. 이러한 현상은 기능성 화장품의 중요성과 필요성에 대한 소비자들의 의식이 구매 행동으로 드러난 결과라고 할 수 있다. 그리고 2004년 6월말 현재까지 식약청으로부터 기능성 화장품으로 승인받은 화장품은 모두 2,898개의 품목이 기능성 화장품으로 인증 받은 것으로 나타났다.

또한 우리나라 10~60대 여성들을 대상으로 기능성 화장품의 구매 실태와 사용에 대한 만족도 및 심리적 효과를 알아보고자 실시한 설문 조사의 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 화장품 구매 시 영양과 보습을 중시하는 여성이 41.4%로 가장 많았으며, 연령이 많을수록 기능성 화장품 구매 시 미백 관련 기능, 연령이 적을수록 영양과 보습을 중시하였으며, 직업이 있는 여성이 화장품 구매 시 미백 관련 기능을 중시하였고, 화장품 구입 비용이 많을수록 기능성 화장품 구매 시 미백 관련 기능을 중시하였다. 화장품 구매 시 영양과 보습, 미백 관련 기능을 가장 중시하였고, 연령이 많을수록, 직업이 있는 여성, 기혼여성, 학력이 대졸인 여성, 그리고 화장품 구입 비용이 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 인식하였다. 53.3%의 여성은 자외선이 피부 색소 침착과 피부 노화를 가져온다고 인식하였으며, 그로 인해 기능성 화장품이 피부 관리에 중요한 영향을 미친다고 인식하는 여성이 87.4%로 대부분을 차지하였다. 특히 직업 있는 여성이 피부 미백을 위해 정기적으로 피부 관리를 하였고, 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 많았다.

셋째, 피부에 색소 침착은 수면 부족(10.6%)이나 건강 상설(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 기능성 화장품을 사용한 후 자신감과 만족감 상승을 느끼는 심리적인 상태를 가져왔다. 특히 직업이 있으면서 기혼이고 화장품 구입 비용이 5만원 이상인 여성들이 자신감과 만족감이 컸음을 알 수 있었다.

이상의 결과에서 사회 활동을 하는 여성들이 증가되고 그러한 여성들이 기능성 화장품의 사용 증가로 심리적 자신감 향상이나 만족감 상승의 작용을 확인할 수 있었으며 이로 인해 자기 표현의 기회를 높이는 수단으로 작용되어지고 있음을 알 수 있었다. 따라서 본 연구의 결과는 화장품 영역의 확대 가능성 증대, 화장품에 대한 관심 증대 등을 가져오게 하는 마케팅 전략에 활용될 수 있을 것으로 보여진다.

참고문헌

- 고영수 (2002). *화장품학(21세기)*, 서울: 화장품신문사.
- 고진아 (2002). "사람피부에 있어서 몇 가지 천연물의 미백 작용에 관한 연구" 서울산업대학교 대학원 석사학위논문.
- 김은옥 (2002). "중년여성의 피부건강관리 관련요인" 인제대학교 대학원 석사학위논문.
- 김해수 외 (2001). "국내 기능성 화장품의 생산 실태." *생활과학연구논문집* 21권.
- 모정희 (2003). "피부관리방식으로서의 아로마테라피의 활용실태 및 시행효과에 관한 연구" 한성대학교 대학원 석사학위논문.
- 박남수 외 (2001). "식물유래 성분의 미백 화장품에의 응용." *서울산업대학교논문집* 52권.
- 배수현 (2003). "여대생의 피부건강관련행위와 사회심리적 건강과의 관련성" 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

- 원 석사학위논문.
- 신향미 (2002). “피부 노화가 여성의 심리상태에 미치는 영향과 피부관리 선택형태” 고신대학교 대학원 석사학위논문.
- 신혜정 (2003). “자외선에 의한 피부 노화와 그 방지 및 개선” 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 오영미, “자외선 차단제 및 미백 화장품의 소비자 선호도 조사” 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 이혜숙 (2003). “비타민-C를 이용한 이온영동법에 의한 피부 미백 효과” 고신대학교 대학원 석사학위논문.
- 정유정 (2001). “상황 버섯·표고 버섯·취사포닌의 항산화 및 미백작용 상승 효과” 신라대학교 대학원 석사학위논문.
- 진종언 (2002). “뽕나무로부터 티로시나아제 프로모터 억제성분의 분석” 전남대학교 대학원 석사학위논문.
- 추옥희 (2001). “기능성 화장품의 발달과 활용성에 대한 연구” 한성대학교 대학원 석사학위논문.
- 태평양 화학 마케팅부서 소장자료. (2004).
- 홍택근 (2001). “사용자 중심의 신개념 화장품 용기 개발에 관한 연구” 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 화장품법 제2조 제2항.
- Igarashi, A., M. Uzuka and K. Nakajima (1989). “The effects of vitamin E deficiency on rat skin.” *Br. J. Dermatol.* 121.
- 기능성 화장품 3년간 3,000품목 승인 ‘자외선-미백-주름순.. 올해도 급증세 예상’ *화장품신문*, 2004년 8월 12일
- ‘기능성 화장품’ 카테고리 정립 시급. *장업신문*, 1997년 7월 17일
- 기능성 화장품, 특히 점유비 급증 ‘복합기능성 45품목으로 두각세’ *화장품신문*, 2004년 1월 13일
- 화장품 생산 실적 지난해 3조 4,600억원 ‘전년비해 7.7%감소, 기능성 화장품 42.8% 증가’ *화장품신문*, 2004년 7월 29일