Journal of the Korean Society of Costume
Vol.56, No.5 (July 2006) pp.59-74

20~30대 여성의 피부 타입 측정에 관한 연구

-국내 · 외 화장품 회사의 피부 측정방법의 비교를 중심으로-

김 정 희
원광대학교 보건환경대학원 미용전공 강사

The Research on the Skin Type Test of 20~30's Women

-Focused on the Reliability of Skin Type Test Questionnaires-

Jeong-Hee Kim
Instructor, Graduate School of Health Environmental, Wonkwang University
(2006. 1. 2 투고)

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the skin type of 20~30's women that use skin type test paper of cosmetic companies and usual using condition for the cosmetics. The result is as follows;

The research target is 20~30's woman in Seoul area, around capital city area and Geonra province, we surveyed the difference among the group, after dividing the groups with job, monthly income. As the result of research on the usual using cosmetics and cleansing products, 20~30's woman mostly have toilet water, lotion and foam type cleansing product and use them. As the result of consciousness of skin type combination skin type is 46.1%, dry skin type is 23%, oily skin type is 15%, sensitive skin type is 9%, normal skin type is 7%.

To compare results of skin type test paper of cosmetics companies with consciousness of skin type, result of skin type test paper of cosmetics companies was different consciousness of skin type. The result of skin type test paper of B company is same as consciousness of skin type is 31.2% and this result among cosmetics companies was appeared high ratio. Among the results from 3 companies, the rate that all result for 1 person's skin type are accord, is just 8%. 2 companies among them have matching rate of 42%.

Most of all, each results of skin type test paper of cosmetics companies was appeared difference. This result show the problem of objectivity about skin type test paper of cosmetics companies that they using it.

Key words: skin type test(피부타입측정), consciousness(인식도), satisfaction(만족도)

Jeong-Hee Kim, E-mail: mei1127@hanmail.net

Ⅰ. 서론

모든 여성들은 건강한 피부를 갖기 원하며, 아름답게 가꾸려는 본질적인 욕구가 있다는 것은 주지의 사실이다. 특히 여성들에게는 피부건강과 미용이 모든 다른 신체부위의 건강보다 중요하다고 볼 수 있으며, 누구나 아름다운 피부를 갖기를 원한다(권영옥·민경은, 2000). 아름다운 피부를 갖기 위한 피부미용관리는 많은 사람들의 관심의 대상이 되고 있다. 이에 기존의 화장품 분야는 이전의 "피부보호"라는 수동적 개념에서 "피부재생", "미세 유효물질 전달 시스템에 의한 효능의 극대화" 등 적극적인 개념으로 변하고 있으며, 항 노화(Anti-Aging), 항 환경(Anti-Environment)을 위한 피부주름개선, 미백, 페이스라인 슬리밍을 총괄하는 고기능성의 제품들과 다양한 기능이 첨가된 색조제품들이 출시되고 있다. 이러한 다양한 신제품은 소비자들 개개인의 피부타입에 맞게 사용됨으로써 피부건강유지와 삶의 질 향상에 큰 효과를 기대할 수 있다.

피부타입은 피지의 분비량에 따른 구분으로 중성, 건성, 지성, 복합피부 총 4가지 유형으로 분류되며, 피부타입은 사람마다 각각 다르게 나타나 이러한 타입에 따라 개개인에 맞는 맞춤식 피부 미용관리 및 메이크업이 필요하다고 볼 수 있다.

그러나 실제 자신의 피부타입을 잘 알고 있는 것 같지만 실제로는 자신의 피부타입을 정확히 인지하고 있는 사람은 많지 않을 것으로 사료되며, 기능성 화장품과 색조화장품 선택 이전에 정확히 파악해야 하는 필수적인 피부측정에 대한 연구는 미비한 실정이다. 더욱이 기초 화장품 선택에 있어서 선행되어야 하는 피부타입진단은 정확하고, 과학적인 기기에 의한 측정이 아직은 자리매김 되지 않아 각 회사의 설문지나 판매원의 견진, 촉진에 의해 판단되고 있다. 특히 설문지를 이용한 방법은 각 회사마다 그 설문문항과 측정기준이 달라 객관적인 측정을 기대할 수 없지만 현재 각 화장품 회사 및 판매 사이트에서는 대상자의 응답을 이용하여 피부테스트 결과를 제시하고 이를 바탕으로 한 제품제시가 이루어지고 있다. 이는 각 회사에서 제시하는 테스트 방법이 각각 다르고 피부 상태에 대한 구분기준이 다르기 때문에 동일한 피부타입테스트 대상자가 각 회사의 설문결과에 따라 다른 결과가 나타날 수 있는 우려가 있고, 이러한 결과를 바탕으로 제품의 선택이 이루어질 때 문제점이 발생할 수 있다.

따라서 본 연구는 20~30대 여성 270명을 대상으로 피부타입을 측정을 위한 각 화장품 회사(국내·외 3개 회사)에서 사용하고 있는 설문조사지를 이용하여 설문조사 후 측정 결과의 비교·분석을 통하여 설문지에 의한 피부 측정 방법의 문제점을 파악하고자 한다.

Ⅱ. 연구 방법

1. 조사기간 및 대상

본 연구는 우리나라 20~30대 여성 270명을 대상으로 2003년 4월 15일부터 30일까지 총 15일간 피부타입측정을 위한 설문조사를 실시하였고, 이 중 응답이 불성실한 자료를 제외한 257부를 분석에 사용하였다.

2. 설문조사

본 논문의 설문조사는 응답자의 일반적인 피부타입에 대한 인지도와 기초 화장품의 사용 실태, 피부타입 측정을 위한 조사로 구성되었고, 피부 타입 측정을 위해 사용된 설문은 국내·외 화장품회사 3개사에서 시행하는 문항을 그대로 이용하여 3개사의 피부 측정 설문에 각각 응답하도록 하였다. A사의 설문문항은 피부상태 및 환경에 따른 피부 반응에 관한 문항이 7문항, 생활습관 및 피부에 관련 선호도 문항이 7문항으로 총 14 문항이 사용되었고, B사의 설문문항은 피부상태에 대한 7문항으로 이루어졌다. C사는 대상자의 연령과 피부상태에 대한 문항 등 총 10문항 사용되었다.

이 외에 실험대상자의 피부타입에 대한 인지도와 기초 화장품의 사용실태를 조사하기 위한 설문문항은 총 30문항으로, 인구통계학적 특성 4문항, 피부

타입 측정유무 및 피부타입에 대한 인지도와 만족도에 관한 6문항, 기초 화장품 구매에 관한 3문항, 기초화장품의 사용 실태에 관한 17문항으로 구성되었다.

3. 자료 분석

수집된 자료는 SPSS 10.0 for Windows프로그램을 이용하여 전체 설문문항에 대한 기술 통계량을 구하였고, 자신의 피부타입에 대한 과거와 현재의 인지도, 회사별 피부타입의 결과의 관계를 파악하기 위한 x^2 검증을 이용하였다.

Ⅲ. 연구결과 및 고찰

1. 인구통계학적 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성은 〈표 1〉과 같다. 조사 대상자의 연령은 20대가 전체의 57%, 30대가 42.8%로 나타났다. 거주지는 서울지역이 35.8%, 경기·인천지역이 29.2%, 전라북도 지역이 35%로 나타났다. 다른 항목과는 달리 월평균 수입 항목은 무응답자가 26명이며, '100만원 미만'이 15.6%, '100~200만원 미만'이 19.9%, '200~300만원 미만'이 22.9%, '300~500만원 미만'이 22.5%, '500~700만원 미만'이 14.3%, '700만원 이상'이 4.8%로 나타났다.

2. 피부 타입 측정유무 및 피부타입에 대한 인지도와 만족도

피부타입 직접 측정 유무와 직접 측정의 경험이 있는 경우, 측정 장소에 대한 응답결과는 〈표 2〉, 〈그림 1〉과 같다. 자신의 피부타입을 직접 측정해 본 경험이 있는 응답자는 전체의 31%였고, 응답자의 연령, 직업, 수입, 거주지, 피부만족정도에 따른 경험유무에서 학생보다는 회사원 전문직 종사자들의 측정경험이 많게 나타났으며, 피부만족도가 낮은 대상자들의 측정경험이 높게 나타났다. 측정을 받았던 장소는 '병원'이 26.6%, '피부 관리실'이 40.5%, '백화점'이 15.2%, '전문판매매장'이 11.4%, '방문판매'와 기타의 응답이 6.3%로 나타났다.

다음은 자신의 피부타입에 대한 인지도로 현재 자신이 인지하는 피부타입과 과거 5년 전 자신의 피부타입에 대한 인지도의 결과는 〈그림 2〉와 같다. 현재 피부타입의 인지도에서는 복합성피부가 전체

〈표 1〉 조사대상자의 인구통계학적 특성

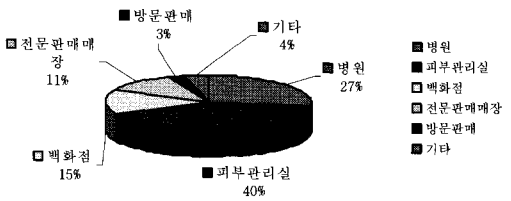
(단위: n, %)

항목	범주	빈도(명)	백분율(%)	누적백분율(%)
연령 (N=257)	20대	147	57.2	57.2
	30대	110	42.8	100.0
직업 (N=257)	학생	161	62.6	62.6
	회사원	49	19.1	81.7
	자영업	2	0.8	82.5
	주부	21	8.2	90.7
	기타	24	9.3	100.0
거주지 (N=257)	서울지역	92	35.8	35.8
	경기·인천지역	75	29.2	65.0
	전라북도지역	90	35.0	100.0
월평균수입 (N=231)	100만원 미만	36	15.6	15.6
	100~200만원 미만	46	19.9	35.5
	200~300만원 미만	53	22.9	58.4
	300~500만원 미만	52	22.5	81.0
	500~700만원 미만	33	14.3	95.2
	700만원 이상	11	4.8	100.0

〈표 2〉 피부타입의 측정유무

(단위: n, %)

구분	측정유무	측정경험이 있다	측정경험이 없다
연령	20대	40(15.6%)	107(41.6%)
	30대	37(14.4%)	73(28.4%)
직업	학생	45(17.5%)	116(45.1%)
	회사원	16(6.2%)	33(12.8%)
	자영업	-	2(0.8%)
	주부	6(2.3%)	15(5.8%)
	전문직	10(3.9%)	14(5.4%)
거주지	수도권지역	31(12.1%)	61(23.7%)
	경기 · 인천지역	27(10.5%)	48(18.7%)
	전라북도지역	19(7.4%)	71(27.6%)
수입	200만원 이하	17(7.4%)	65(28.1%)
	200-500만원 이하	31(13.4%)	74(32.0%)
	500만원 이상	17(7.4%)	27(11.7%)
피부 만족도	만족	4(1.6%)	17(6.6%)
	보통	28(10.9%)	70(27.2%)
	불만족	45(17.5%)	93(36.2%)
total		77(30.0%)	180(70.0%)



〈그림 1〉 피부타입 측정 장소

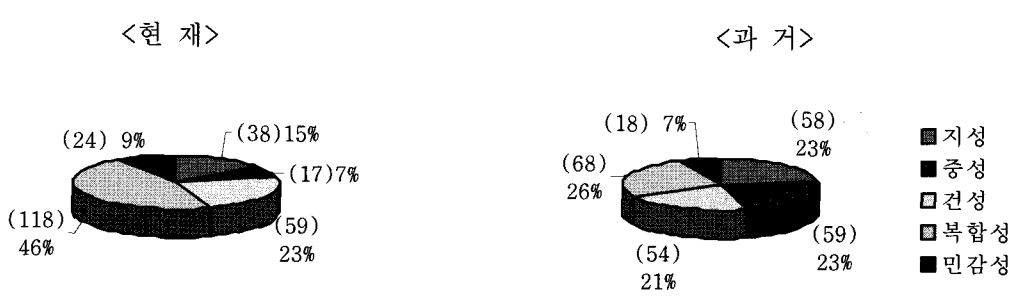
건성, 복합성의 비율이 현재에 비해 비교적 고르게 나타났다.

현재와 과거의 피부타입에 대한 인지도의 차이 〈표 3〉에서 과거와 현재의 피부상태에 변화가 없는 경우가 전체의 61.2%(131명)로 나타났고 이 외의 변화는 과거 지성, 건성, 중성의 피부가 복합성으로 변하였다는 응답이 가장 높게 나타났고, 다음으로는 민감성의 변화가 높게 나타나 과거와 현재의 피부타입에 대한 차이가 있음을 알 수 있었다.

자신의 피부 타입에 대한 만족도는 '매우만족'이 0.8%, '만족'이 7.4%, '보통'이 38.1%, '불만'이 38.1%, '매우불만'이 15.6%로 전체적으로 만족정도가 낮은 것으로 나타났다. 설문대상자의 연령이 20~30대로 성인여성의 다른 연령대에 비해 실제로 피부가 가장 좋은 조건을 가지고 있는 연령대로 볼 수 있지만 실제 20~30대 여성의 피부 타입에 대한 만족도는 낮게 나타나 피부타입에 대한 개선에 대한 욕구가 많은 것을 알 수 있다.

자신의 피부에 대한 고민을 탄력저하, 주름, 기미 또는 주근깨, 여드름, 알레르기 피부, 칙칙한 피부, 모공확장, 노화, 과각질, 건조증, 기타로 11가지 중 해당하는 사항에 대하여 중복 표시 하도록 한 설문결과, 조사 대상자 256명 각자 피부에 대한 고민을 2~3가지 정도 가지고 있는 것을 알 수 있었다.

각 문항에 대한 빈도 분포 결과는 〈표 4〉와 같다. 피부고민 항목에서 모공확장의 응답이 44%로



〈그림 2〉 피부타입에 대한 인지도

의 46.1%로 가장 높았고, 다음이 건성, 23%로 나타났다. 과거의 피부타입에 대한 인지도는 지성, 중성, 가장 높게 나타났고, 다음으로는 여드름이 38.9%, 기미 또는 주근깨 33.1%, 주름, 탄력저하, 건조증,

〈표 3〉 과거와 현재의 피부타입에 대한 인지도 차이

		과거피부타입					
		지성	중성	건성	복합성	민감성	Total
		명수(%) row % col %	명수(%) row % col %	명수(%) row % col %	명수(%) row % col %	명수(%) row % col %	
현재피부타입	지성	25(9.8%) 65.8% 43.18%	6(2.3%) 15.8% 10.2%	-	6(2.3%) 15.8% 9.0%	1(0.4%) 2.6% 5.6%	38(14.8%) 100% 14.8%
	중성	1(0.4%) 5.9% 1.79%	13(5.1%) 76.5% 22.0%	2(0.8%) 11.8% 3.7%	-	1(0.4%) 5.9% 5.6%	17(6.6%) 100% 6.6%
	건성	1(0.4%) 1.7% 1.7%	10(3.9%) 16.9% 16.9%	37(14.5%) 62.7% 68.5%	6(2.3%) 10.1% 9.0%	5(2.0%) 8.5% 27.8%	59(23.0%) 100% 23.0%
	복합성	26(10.2%) 22.0% 44.8%	25(9.8%) 21.2% 42.4%	12(4.7%) 10.2% 22.2%	50(19.5%) 42.4% 74.6%	5(2.0%) 4.2% 27.8%	118(46.1%) 100% 46.1%
	민감성	5(2.0%) 20.8% 8.6%	5(2.0%) 20.8% 8.5%	3(1.2%) 12.5% 5.6%	5(2.0%) 20.8% 7.5%	6(2.3%) 25.0% 33.3%	24(9.4%) 100% 9.4%
Total		58(22.7%) 22.7% 100%	59(23.0%) 23.0% 100%	54(21.1%) 21.1% 100%	67(26.2%) 26.2% 100%	18(7.0%) 7.0% 100%	256(100%) 100% 100%
유의성 검증결과		x^2 = 170.1*** df= 16					

과각질 순으로 나타났다. 피부타입에 따른 고민을 살펴보면 지성 피부의 경우, 여드름과, 모공확장의 빈도가 높게 나타났고, 중성은 모든 문항에서 고른 분포를 보이고 있다. 건성의 경우 건조증, 기미, 주근깨, 칙칙한 피부, 주름의 고민이 높았고, 복합성 또한 중성과 유사하게 비교적 모든 문항에서 고른 분포가 나타났다. 민감성은 여드름(트러블)항목에서의 피부고민이 가장 높은 것을 알 수 있었다.

화장품 구매 시 피부타입의 고려정도에 대한 응답결과는 '매우 중요하게 고려한다'가 응답자의 31.5%, '중요하다'가 44.7%, '보통이다' 19.8%, '중요하지 않다'가 3.9%로 화장품 구매 시 자신의 피부타입에 맞는 화장품을 구입하려는 경향이 높은 것을 알 수 있었다. 또한 기초화장품 구매 시 가장 제

〈표 4-1〉 응답자의 피부 고민 여부

(단위: n, %)

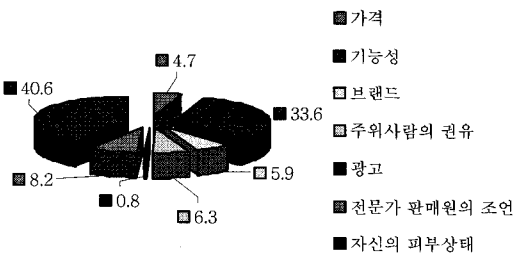
		탄력저하	주름	기미, 주근깨	여드름(트러블)	알레르기	칙칙한 피부	모공확장	노화	과각질	건조증	기타
고민유무	있다	58 (22.6%)	60 (23.3%)	85 (33.1%)	100 (38.9%)	23 (8.9%)	11 (4.3%)	113 (44.0%)	31 (12.1%)	41 (16.0%)	55 (21.4%)	20 (7.8%)
	없다	199 (77.4%)	197 (76.7%)	172 (66.9%)	157 (61.1%)	234 (91.1%)	146 (56.8%)	144 (56.0%)	226 (87.9%)	216 (91.1%)	202 (78.6%)	237 (92.2%)
total		257 (100%)	257 (100%)	257 (100%)	257 (100%)	257 (100%)	257 (100%)	257 (100%)	257 (100%)	257 (100%)	257 (100%)	257 (100%)

〈표 4-2〉 피부 타입별 응답자의 피부고민

(단위: n, %)

		탄력 저하	주름	기미, 주근깨	여드름 (트러블)	알레르기	칙칙한 피부	모공 확장	노화	과각질	건조증	기타
피부 타입	지 성	5 (8.6%)	2 (3.3%)	7 (8.2%)	25 (25%)	4 (17%)	19 (17%)	21 (19%)	2 (6.5%)	3 (7.3%)	-	6 (30%)
	중 성	3 (5.2%)	3 (5.0%)	6 (7.1%)	4 (4.0%)	1 (4.4%)	8 (7.2%)	3 (2.7%)	-	3 (7.3%)	2 (3.6%)	2 (10.0%)
	건 성	17 (29.3%)	21 (35.0%)	25 (29.4%)	6 (6.0%)	5 (21.7%)	22 (19.8%)	18 (16.1%)	8 (25.8%)	11 (26.8%)	27 (49.1%)	2 (1.0%)
	복합성	29 (50.0%)	30 (50.0%)	42 (49.4%)	52 (52.0%)	8 (34.8%)	51 (46.0%)	61 (54.5%)	18 (58.1%)	19 (46.3%)	21 (38.2%)	8 (40.0%)
	민감성	4 (6.9%)	4 (6.67%)	5 (5.9%)	13 (13.0%)	5 (21.7%)	11 (9.9%)	9 (8.0%)	3 (9.7%)	5 (12.2%)	5 (9.1%)	2 (10.0%)
total		58 (100%)	60 (100%)	85 (100%)	100 (100%)	23 (100%)	11 (100%)	113 (100%)	31 (100%)	41 (100%)	55 (100%)	20 (100%)

품에 대한 선택 요인〈그림 3〉은 '자신의 피부상태'가 40.6%로 가장 높게 나타났고, 다음은 '제품의 기능성'이 33.6%로, '전문가·판매원의 조언', '주위사람의 권유', '브랜드', '가격'순으로 나타났다. 기초화장품은 색조 화장품과는 달리 피부 보호 및 개선을 제 1의 목적사용으로 하므로 자신의 피부상태와 제품의 기능성이 최우선적인 구입요인으로 나타났다.



〈그림 3〉 기초 화장품 구입요인

화장품의 구입 장소는 응답자의 52.5%(135)가 전문매장 및 할인점에서 화장품을 구입하는 것으로 가장 높은 빈도를 보였고, 다음으로 백화점 25.7%(66), 인터넷이나 홈쇼핑이 11.7%(30), 방문판매 6.6%(17), 병원2.3%(6), 피부관리실 0.8%(2) 순으로 나타났다.

3. 화장품의 사용실태

기초화장품의 사용실태에 대한 조사결과〈표 5〉, 유연화장수와 로션의 소지율은 각각 99.2%, 97.7%로 응답자의 대부분이 소지하고 사용여부 또한 98% 정도로 기초화장품에 있어서 필수 품목임을 알 수 있었고, 유연화장수와 로션의 수입여부는 국산이 75%정도, 수입품이 24.7%로 나타나 유연화장수와 로션의 구입이 동시에 이루어짐을 추측할 수 있었다. 또한 제품구분에 있어서도 지성, 중성, 건성, 민감성, 오일프리 등의 사용빈도가 고르게 분포하였고, 총 77%정도를 차지하여 본인의 피부 타입을 고려한 제품의 선택 경향이 높음을 알 수 있었다. 기초 화장품 품목에 있어서 수렴화장수의 제품소지와 사용이 각각 10.0%, 68.2%로 가장 낮게 나타났고, 다음이 수분크림으로 37.8%가 소지하고 있는 것으로 나타났다. 아이크림과 영양크림의 소지여부는 62~63%로 비교적 높은 빈도를 보이고 있으며, 사용여부에 있어서도 80%이상으로 높게 나타났다. 아이크림은 다른 기초제품과는 달리 피부상태를 고려한 제품구분의 선택에 있어서 피부타입의 구분이 없는 제품의 소지가 57.3%로 높게 나타났는데, 이는 피로나 스트레스, 기타 주변 환경 및 나이 등에 쉽게 영향을 받게 되는 아이 존이라는 특정부위의 케어를 위한 제품으로 제품구분이 큰 의미가 없음을 알

〈표 5〉 화장품의 사용실태

(단위: %)

구분	제품 \ 사용실태	소지여부		생산지 구분		사용여부		소지한 제품의 구분					
		있다	없다	국산	수입	사용	미사용	지성	중성	건성	민감성	오일프리	구분없음
기초제품	유연화장수	99.2%	0.8%	75.1%	24.9%	98.4%	1.6%	18.2%	21.3%	20.6%	11.9%	5.5%	19.4%
	로션	97.7%	2.3%	75.3%	24.7%	98.8%	1.2%	17.6%	22.0%	20.4%	12.4%	6.0%	18.4%
	수렴화장수	10.0%	90.0%	70.0%	30.0%	68.2%	31.8%	16.0%	12.0%	8.0%	-	4.0%	48.0%
	에센스	72.3%	27.7%	67.9%	32.1%	93.8%	6.2%	13.7%	16.9%	19.1%	7.7%	3.3%	30.6%
	영양크림	63.1%	36.9%	67.9%	32.1%	84.6%	15.4%	12.6%	15.1%	18.2%	5.7%	2.5%	39.2%
	수분크림	37.8%	62.2%	56.8%	43.2%	89.2%	10.8%	18.9%	12.6%	13.7%	11.6%	4.2%	34.7%
	아이크림	62.3%	37.7%	61.9%	38.1%	85.9%	14.1%	736%	10.8%	10.8%	3.8%	1.9%	57.3%
기능성제품	썬크림	88.7%	11.3%	71.2%	28.8%	90.2%	9.8%	8.8%	11.5%	5.3%	4.8%	7.0%	52.9%
	마사지제품	48.0%	51.0%	85.2%	14.8%	75.0%	25.0%	5.0%	13.2%	9.1%	7.4%	2.5%	50.4%
	팩	54.8%	45.2%	84.9%	15.1%	78.6%	21.4%	9.4%	8.7%	6.5%	10.9%	-	52.9%
	리프팅제품	21.4%	78.6%	60.0%	40.0%	81.6%	18.4%	3.7%	16.7%	11.1%	-	-	55.6%
클린징제품	클린싱크림	76.3%	23.6%	82.9%	17.1%	93.4%	6.6%	-	-	-	-	-	-
	클린싱오일	16.4%	83.6%	56.3%	43.8%	82.9%	17.1%	-	-	-	-	-	-
	클린징젤	11.2%	88.8%	65.2%	34.8%	84.6%	15.4%	10.7%	10.7%	3.6%	3.6%	-	57.1%
	폼클린징	88.9%	11.1%	75.1%	24.4%	99.1%	0.9%	13.3%	8.4%	7.1%	5.8%	1.3%	59.9%
	클린징비누	29.3%	70.7%	55.1%	44.9%	91.4%	8.6%	9.6%	12.3%	4.1%	5.5%	1.4%	54.8%

수 있었다.

기능성 제품의 사용실태 결과, 최근 피부노화의 주된 원인으로 보고된 자외선에 대하여 피부보호를 위한 자외선 차단에 관심이 증대되었고, 이는 썬크림의 소지율이 88.2%로 높게 나타났고, 썬크림을 소지하고 있는 조사대상자의 90.2%가 사용하고 있는 것을 알 수 있었다. 마사지 제품과 팩 제품의 소지율은 50%전후로 소지하고 있는 조사대상자의 70%가 사용하는 것으로 나타났고, 다른 기초 제품이나 썬크림의 사용율에 비해 낮게 나타났는데, 이는 마사지나 팩 제품이 필수적인 기초제품이 아니고 피부케어를 위한 선택사항이기 때문인 것으로 사료된다. 리프팅제품의 소지여부는 21.4%로 기능성제품 중 가장 낮은 빈도를 보이고 있는데 이는 조사대상자가 20~30대의 여성으로 조사대상자의 피부특성상 고 연령대에 비해 피부의 리프팅에 대한 욕구와 필요성이 크게 인식되지 못한 것을 알 수 있었다. 기능성 제품의 구분에 있어서 피부타입에 대한 구분이 없는 제품의 사용이 50%정도로 기초제품에 비해 높게 나타났는데 이것은 특정한 기능을 위주로 한 제품으로 피부타입 구분에 대한 비중이 기초제품보다는 낮게 인식됨을 알 수 있었다.

마지막으로 클린징 제품에 대한 사용실태결과 폼클린징 제품의 소지율이 88.9%로 가장 높게 나타났는데 사용율이 99.1%로 폼클린징을 소지한 대부분의 응답자가 사용을 하고 있는 것을 알 수 있었다. 피부타입을 고려한 제품구분은 제품 구분 없이 사용하는 대상자가 59.9%로 높게 나타나 클린징 제품의 선택에 있어서 문제점을 시사하고 있다. 이는 각각 다른 피부타입을 가지고 있는 조사대상자가 대부분이 폼 타입의 클린징 제품을 선호하며, 제품구분 없이 사용하는 경우가 60%정도로 매일 마다 사용하는 클린징 제품의 선택에 있어서 본인의 피부타입이 고려되지 않고 어떠한 습관이나 기호도에 따른 선택과 제품사용이 이루어지고 있음을 알 수 있다. 이러한 클린징 제품의 선택과 사용은 긍정적 효과를 기대하기 어려우며 장기간 사용 시에는 피부에 부정적 효과를 불러일으킬 수 있어 소비자의 인식변화와 화장품 업체와 판매 종사자들의 제품개발 및 판매방법에 변화가 필요한 시점이다. 클린징 크림의 소지여부는 76.3%로 폼클린징 다음으로 소지율이 높게 나타났고, 사용율도 93.4%로 높게 나

타났다. 그러나 클린징 크림 또한 딥클린징에 효과적인 제품으로 진한 화장에 적합하며, 일상적인 화장을 하는 경우 선택하는 부적절 할 수 있으므로 자신의 화장 정도에 따른 클린징 제품의 선택이 필요하다. 이 외에 클린징 비누, 클린징 오일, 클린징 젤의 소지여부가 각각 29.3%, 16.4%, 11.2%로 나타났으며 소지하고 있는 조사대상자의 80~90%이상이 사용하고 있는 것으로 응답하였다.

위의 화장품 사용실태 결과 각 화장품의 소지율과 사용율이 높게 나타나는데, 이는 조사대상자들이 제품의 사용이 여러 단계로 이루어짐을 짐작할 수 있다. 기초화장품 및 기능성 화장품의 사용 개수와 각 단계에 사용되는 제품의 순서는 각각〈표 6〉, 〈표 7〉과 같다. 기초화장품 및 기능성화장품을 사용하는 제품의 개수는 3, 4, 5개의 사용이 가장 높은 비중을 나타내었고, 직업구분에 따른 사용단계를 살펴보면 회사원과 전문직에서는 사용제품수가 5개, 4개, 6개 순으로 높게 나타났다. 피부타입에 따른 사용 제품 개수 또한 피부타입에 관계없이 3, 4, 5개의 사용이 높게 나타났다.

사용 단계별 사용 제품의 조사결과〈표 7〉를 살펴보면, 기초화장품의 사용은 피부의 특성·상태·계절·기호 등에 맞추어 사용하여야 하며, 화장품의 성분과 용도에 따라 사용 순서가 정해지는데, 먼저 피부의 pH를 유지시키며 피부정돈을 위한 화장수를 사용하는 것이 바람직하며 화장수의 구분은 피부타입에 따라 선택되어야 하는데, 이에 비해 1단계에서 응답자의 93.7%가 유연화장수를 사용하였고, 그 외에 수렴화장수의 사용이 2.4%였다.

화장수 사용 다음 단계에서는 세안 후에 잃어버린 피지를 바르기 위한 크림타입의 제품이나 그 외에 자신의 유연화장수상태를 고려한 아이크림, 수분크림, 영양크림 등의 다양한 제품을 사용하게 되는데, 응답자의 2단계에서 사용제품은 로션의 사용이 61.8%로 가장 높았고, 다음으로 에센스 19.3%, 아이크림7.9%이었다. 3단계는 에센스의 사용이 31.9%

〈표 6〉 기초화장품 및 기능성화장품의 사용 개수

(단위: n, %)

구분 \ 사용 제품개수		1개	2개	3개	4개	5개	6개	7개
연령	20대	1(0.4%)	30(11.8%)	43(16.9%)	36(14.2%)	28(11.0%)	5(2.0%)	-
	30대	2(0.8%)	5(2.0%)	18(7.1%)	31(12.6%)	40(15.7%)	12(4.7%)	1(0.4%)
직업	학생	2(0.8%)	29(11.4%)	45(17.7%)	43(16.9%)	34(13.2%)	6(2.4%)	-
	회사원	-	2(0.8%)	11(4.3%)	13(5.1%)	18(7.1%)	4(1.6%)	1(0.4%)
	자영업	-	-	1(0.4%)	1(0.4)	-	-	-
	주부	1(0.4%)	3(0.4%)	2(0.8%)	7(2.8%)	5(2.0%)	2(0.8%)	-
	전문직	-	1(0.4%)	2(0.8%)	5(2.0%)	11(4.3%)	5(2.0%)	-
거주지	수도권지역	1(0.4%)	16(6.3%)	23(9.0%)	19(7.5%)	29(11.4%)	4(1.6%)	-
	경기·인천지역	2(0.8%)	7(2.8%)	21(8.3%)	19(7.5%)	19(7.5%)	5(2.0%)	-
	전라북도지역	-	12(4.7%)	17(6.7%)	31(12.2%)	20(7.9%)	8(3.2%)	1(0.4%)
수입	200만원이하	1(0.4%)	14(6.1%)	20(8.8%)	20(8.8%)	21(9.2%)	5(2.2%)	1(0.4%)
	200-500만원이하	1(0.4%)	10(4.4%)	22(9.7%)	30(13.2%)	31(13.6%)	8(3.5%)	-
	500만원이상	1(0.4%)	3(1.3%)	14(6.1%)	12(5.3%)	11(4.8%)	3(1.3%)	-
피부 만족도	만족	-	2(0.8%)	5(2.0%)	6(2.4%)	7(2.8%)	-	-
	보통	1(0.4%)	13(5.1%)	25(9.8%)	25(9.8%)	26(10.2%)	6(2.4%)	1(0.4%)
	불만족	2(0.8%)	20(7.9%)	31(12.2%)	38(15.0%)	35(13.8%)	11(4.3%)	-
피부 타입	지 성	-	11(4.3%)	9(3.6%)	9(3.6%)	6(2.4%)	3(1.2%)	-
	중 성	-	1(0.4%)	4(1.6%)	7(2.8%)	4(1.6%)	-	-
	건 성	2(0.8%)	4(1.6%)	11(4.3%)	18(7.1%)	21(8.3%)	2(0.8%)	1(0.4%)
	복합성	1(0.4%)	14(5.5%)	29(11.0%)	32(13.0%)	30(12.0%)	10(4.0%)	-
	민감성	-	5(2.0%)	8(3.2%)	3(1.2%)	6(2.4%)	2(0.8%)	-
total		3(1.2%)	35(13.8%)	61(24.4%)	69(27.6%)	68(27.2%)	17(6.7%)	1(0.4%)

〈표 7〉 기초화장품 및 기능성화장품의 단계별 사용 제품

(단위: n, %)

구분	단계 수	1단계	2단계	3단계	4단계	5단계	6단계	7단계	total
1단계	유연화장수	1(0.4%)	35(13.8%)	59(23.2%)	64(25.2%)	62(24.4%)	16(6.3%)	1(0.4%)	238(93.7%)
	로 션	2(0.8%)	-	-	-	-	-	-	2(0.8%)
	수렴화장수	-	-	1(0.4%)	3(1.2%)	1(0.4%)	1(0.4%)	-	6(2.4%)
	에센스	-	-	1(0.4%)	1(0.4%)	3(1.2%)	-	-	5(2.0%)
	수분크림	-	-	-	-	1(0.4%)	-	-	1(0.4%)
	아이크림	-	-	-	-	1(0.4%)	-	-	1(0.4%)
	기능성제품	-	-	-	1(0.4%)	-	-	-	1(0.4%)
2단계	유연화장수	-	-	2(0.8%)	4(1.6%)	4(1.6%)	1(0.4%)	-	11(4.3%)
	로 션	-	32(12.6%)	48(18.9%)	39(15.4%)	30(11.8%)	8(3.2%)	-	157(61.8%)
	수렴화장수	-	-	-	2(0.8%)	-	2(0.8%)	-	4(1.6%)
	에센스	-	2(0.8%)	8(3.2%)	17(6.7%)	18(7.1%)	3(1.2%)	1(0.4%)	49(19.3%)
	영양크림	-	1(0.4%)	1(0.4%)	-	-	-	-	2(0.8%)
	수분크림	-	-	-	2(0.8%)	3(1.2%)	-	-	5(2.0%)
	아이크림	-	-	1(0.4%)	1(0.4%)	12(4.7%)	3(1.2%)	-	20(7.9%)
	기능성제품	-	-	1(0.4%)	1(0.4%)	1(0.4%)	-	-	3(1.2%)
3단계	유연화장수	-	-	-	-	1(0.4%)	-	-	1(0.4%)
	로 션	-	-	10(3.9%)	22(8.7%)	16(6.3%)	4(1.6%)	1(0.4%)	53(20.9%)
	수렴화장수	-	-	1(0.4%)	2(0.8%)	3(1.2%)	1(0.4%)	-	7(2.8%)
	에센스	-	-	17(6.7%)	23(9.1%)	33(13.0%)	8(3.2%)	-	81(31.9%)
	영양크림	-	-	13(5.1%)	5(2.0%)	1(0.4%)	1(0.4%)	-	20(7.9%)
	수분크림	-	-	9(3.5%)	7(2.8%)	1(0.4%)	1(0.4%)	-	18(7.1%)
	아이크림	-	-	2(0.8%)	10(3.9%)	13(5.1%)	-	-	25(9.8%)
	썬크림	-	-	1(0.4%)	8(3.2%)	-	-	-	9(3.5%)
	리프팅제품	-	-	-	-	-	1(0.4%)	-	1(0.4%)
	기능성제품	-	-	1(0.4%)	-	-	1(0.4%)	-	2(0.8%)
4단계	유연화장수	-	-	-	3(1.2%)	17(6.7%)	2(0.8%)	-	22(8.7%)
	로 션	-	-	-	1(0.4%)	-	1(0.4%)	-	2(0.8%)
	수렴화장수	-	-	-	8(3.2%)	7(2.8%)	3(1.2%)	-	18(7.1%)
	영양크림	-	-	-	26(10.2%)	15(5.9%)	3(1.2%)	-	44(17.3%)
	수분크림	-	-	-	13(5.1%)	6(2.4%)	3(1.2%)	1(0.4%)	23(9.1%)
	아이크림	-	-	-	5(2.0%)	18(7.1%)	5(2.0%)	-	28(11.0%)
	썬크림	-	-	-	12(4.7%)	-	-	-	12(4.7%)
	기능성제품	-	-	-	-	5(2.0%)	-	-	5(2.0%)
5단계	유연화장수	-	-	-	-	3(1.2%)	2(0.8%)	-	5(2.0%)
	로 션	-	-	-	-	-	2(0.8%)	-	2(0.8%)
	수렴화장수	-	-	-	-	31(12.2%)	7(2.8%)	-	38(15.0%)
	수분크림	-	-	-	-	8(3.2%)	3(1.2%)	-	11(4.3%)
	아이크림	-	-	-	-	9(3.5%)	3(1.2%)	1(0.4%)	13(5.1%)
	썬크림	-	-	-	-	17(6.7%)	-	-	17(6.7%)
6단계	유연화장수	-	-	-	-	-	1(0.4%)	-	1(0.4%)
	로 션	-	-	-	-	-	4(1.6%)	1(0.4%)	5(2.0%)
	수렴화장수	-	-	-	-	-	1(0.4%)	-	1(0.4%)
	아이크림	-	-	-	-	-	6(2.4%)	-	6(2.4%)
	썬크림	-	-	-	-	-	5(2.0%)	-	5(2.0%)
	리프팅제품	-	-	-	-	-	1(0.4%)	-	1(0.4%)
7단계	썬크림	-	-	-	-	-	-	1(0.4%)	1(0.4%)
total		3(1.2%)	35(13.7%)	61(24.4%)	69(27.6%)	68(27.2%)	17(6.7%)	1(0.4%)	254(100%)

로 가장 높게 나타났고, 다음으로 로션 20.9%, 아이크림 9.8%, 영양크림, 수분크림 순 이었다. 4단계에서는 영양크림(17.3%), 아이크림(11.0%), 수분크림(9.1%)의 사용이 높았고, 5단계에서는 영양크림의 사용이 가장 높게 나타났다. 1단계에 해당하는 화장수 사용 후 2단계 이후의 사용제품은 특별한 순서가 정해진 것이 아니지만 자신의 피부상태에 맞는 제품 선택 후 오일의 함유량이 적은 제품 순으로 바르는 것이 효과적이며, 계절에 따른 단계별 사용이 적절히 조절되어야 할 것이다.

클린징 제품의 사용 개수〈표 8〉는 2개의 사용이 전체 53.5%로 높게 나타났고, 3개의 사용이30.6%, 1개의 사용이 13.5%, 4개의 사용이 2.4% 순으로 나타났다. 2개의 클린징 순서는 대체적으로 클린징오일이나 크림 사용 후 폼클린징을 이용하였고, 3단계의 사용은 여러 가지 클린징 제품 사용 후 클린징 비누를 이용하였다. 또한 피부타입에 관계없이 사용제품수가 2, 3개의 경우 빈도가 높게 나타났다. 이는 최근 딥클린징(deep cleansing)의 중요성이 부각되면서 젊은 층 사이에서 일상적인 클린징 단계를 이중 혹은 삼중으로 하고 있는 것을 알 수 있었으나, 딥클린징은 과도한 피지, 죽은 각질, 모공 깊은 곳의 노폐물을 제거하는 것으로, 딥클린징이 필요한 피부 외에는 잦은 딥클린징이나 과도한 클린징 습관은 피부 예민화를 초래할 수 있다. 따라서 자신의 피부타입에 적합한 클린징에 대한 올바른 인식과 습관이 필요한 것으로 사료된다.

각 클린징 단계에서 사용되는 제품을 조사한 결과〈표 9〉, 1단계에서는 클린징 크림의 사용이 전체의 53.9%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 폼 클린징의 사용이 높게 나타났다. 2단계에서는 폼 클린징의 사용이 55.7%로 높게 나타났고, 다음으로는 비누의 사용이 높게 나타났다. 3, 4 단계에서는 전반적으로 폼 타입의 클린징 제품과 티슈의 사용이 이루어짐을 알 수 있었다.

〈표 8〉 클린징 제품의 사용개수

(단위 : n, %)

구분 \ 사용 제품개수		1개	2개	3개	4개
연령	20 대	25(10.2%)	69(28.2%)	38(15.1%)	4(1.6%)
	30 대	8(3.3%)	59(23.4%)	39(15.5%)	2(0.8%)
직업	학 생	25(10.2%)	75(30.6%)	44(18.0%)	6(2.4%)
	회사원	4(1.6%)	24(9.8%)	21(8.6%)	-
	자영업	-	2(0.8%)	-	-
	주 부	2(0.8%)	12(4.9%)	6(2.4%)	-
	전문직	1(0.4%)	15(6.1%)	6(2.4%)	-
거주지	수도권지역	12(4.9%)	42(16.7%)	31(12.3%)	3(1.2%)
	경기 · 인천지역	7(2.9%)	36(14.7%)	24(9.8%)	3(1.2%)
	전라북도지역	14(5.7%)	50(20.4%)	20(9.0%)	-
수입	200만원이하	13(6.0%)	40(18.0%)	25(11.2%)	1(0.5%)
	200-500만원이하	9(4.1%)	55(24.9%)	32(14.4%)	3(1.4%)
	500만원이상	6(2.7%)	22(9.9%)	13(5.8%)	2(0.8%)
피부 만족도	만 족	6(2.4%)	11(4.5%)	3(1.2%)	-
	보 통	14(5.7%)	48(19.6%)	30(11.9%)	1(0.5%)
	불만족	13(5.3%)	69(28.2%)	44(18.0%)	5(2.0%)
피부 타입	지 성	8(3.3%)	14(5.8%)	14(5.8%)	2(0.8%)
	중 성	4(1.6%)	9(3.7%)	2(0.8%)	-
	건 성	6(2.5%)	32(13.0%)	19(7.8%)	1(0.4%)
	복합성	14(5.8%)	60(25.0%)	33(14.0%)	3(1.2%)
	민감성	1(0.4%)	13(5.3%)	8(3.3%)	-
total		33(14.8%)	128(51.2%)	77(30.4%)	6(2.4%)

〈표 9〉 클린징 단계별 사용 제품

(단위: n, %)

구분	단계 수	1단계	2단계	3단계	4단계	total
1단계	클린징 로션	-	8(3.3%)	2(0.8%)	-	10(4.1%)
	클린징 크림	-	78(32.0%)	47(19.3%)	4(1.6%)	129(53.9%)
	클린징 오일	1(0.4%)	11(4.5%)	6(2.5%)	-	18(7.4%)
	클린징 젤	1(0.4%)	1(0.4%)	-	-	2(0.8%)
	폼 클린징	23(9.4%)	25(10.3%)	1(0.4%)	-	49(20.1%)
	클린징 비누	8(3.3%)	1(0.4%)	1(0.4%)	-	10(4.1%)
	리무버(워터 타입)	-	1(0.4%)	18(7.4%)	2(0.8%)	21(8.6%)
	클린징 티슈	-	3(1.2%)	2(0.8%)	-	5(2.0%)
2단계	클린징 로션	-	-	4(1.6%)	1(0.4%)	5(2.0%)
	클린징 크림	-	1(0.4%)	9(3.7%)	1(0.4%)	11(4.5%)
	클린징 오일	-	-	5(2.0%)	2(0.8%)	7(2.9%)
	클린징 젤	-	-	5(2.0%)	-	5(2.0%)
	폼 클린징	-	89(36.5%)	47(19.3%)	-	136(55.7%)
	클린징 비누	-	36(14.8%)	4(1.6%)	-	40(16.4%)
	리무버(워터 타입)	-	-	3(1.2%)	2(0.8%)	5(2.0%)
	스크럽	-	1(0.4%)	-	-	1(0.4%)
3단계	폼 클린징	-	1(0.4%)	28(11.5%)	6(2.5%)	35(14.3%)
	클린징 비누	-	1(0.4%)	48(19.7%)	-	49(20.1%)
4단계	클린징 비누	-	-	-	6(2.5%)	6(2.5%)
	클린징 티슈	-	-	1(0.4%)	-	1(0.4%)
total		33(13.5%)	128(51.2%)	77(30.4%)	6(2.4%)	244(100%)

4. 국내·외 화장품 회사의 설문지를 이용한 피부 측정결과의 비교

국내·외 화장품 회사의 설문지를 이용하여 피부타입을 측정한 결과, A사는 국외 회사로 피부타입 구분이 건성, 중성, 지성, 복합성 외에 민감성을 구분하여 측정결과를 제시하였고, 이외 B사와 C사는 국내 유명 화장품 회사의 측정결과로 피부타입을 건성, 중성, 지성, 복합성으로 구분하여 측정결과가 제시되었다.

먼저 A사의 측정결과를 살펴보면, 민감성이 전체의 73.5%로 가장 높게 나타났고, 중성이 13.4%, 복합성, 건성, 지성 순으로 나타났다. 이는 응답자의 피부타입에 대한 인지도 결과 민감성이 9.1%, 중성 6.7%, 복합성 45.8%, 건성 23.3%, 지성 15.0%로 A사의 피부측정 결과와 큰 차이를 보이며, 두 결과 사이의 일치율은 〈표 10〉의 음영부분으로 17.9%(45)로 3개 회사의 조사결과 중 가장 낮게 나타났다.

국·내외 화장품 회사의 피부타입 조사결과 B사의 측정결과 중성 27.6%, 복합성 25.2%, 지성 24%, 건성 21.6%로 나타났다. 피부타입에 대한 인지도와 비교결과 두 결과 사이의 일치율은 〈표 11〉의 음영부분에 해당하는 31.2%(78)로 3개 회사의 조사결과 중 일치율이 가장 높게 나타났다.

C사의 피부측정결과〈표 12〉 중성이 32.4%, 건성이 32.5%, 복합성 22.3%, 지성 10.7% 순으로 나타났고, 피부타입의 분류방법에 있어서도 민감성을 따로 분류하지 않았다. 응답자의 피부타입인지도와 비교 결과 두 결과 사이에 차이가 있었고, 일치율은 28.1%로 낮게 나타났다.

응답자의 피부타입 인지도와 3개 회사의 피부타입측정결과를 비교한 결과는 〈표 13〉으로 인지도와 측정결과가 동일한 경우는 ▒ 로, 3개 회사의 결과가 동일한 경우는 음영부분으로 표시하였고, 3개 회사의 피부타입측정 결과의 일치율은 전체의 8%(20)로 매우 낮게 나타났다.

〈표 10〉 A사의 피부측정결과와 피부타입 인지도 비교

(단위: n, %)

		현재피부타입					Total
		건성	중성	지성	복합성	민감성	
		명수(%) row % col %	명수(%) row % col %	명수(%) row % col %	명수(%) row % col %	명수(%) row % col %	
A 사 측정 결과	건성	9(3.6%) 64.3% 15.3%	-	-	4(1.6%) 28.6% 3.5%	1(0.4%) 7.1% 4.4%	14(5.6%) 100% 5.5%
	중성	12(4.7%) 35.3% 20.3%	6(2.4%) 17.6% 35.3%	3(1.2%) 8.8% 7.9%	12(4.7%) 35.3% 10.3%	1(0.4%) 2.9 4.4%	34(13.4%) 100% 13.4%
	지성	-	1(0.4%) 50% 5.9%	1(0.4%) 50.0% 2.6%	-	-	2(0.8%) 100% 0.8%
	복합성	8(3.2%) 47.1% 13.6%	-	1(0.4%) 5.9% 2.6%	8(3.2%) 47.1% 6.9%	-	17(6.7%) 100% 6.7%
	민감성	30(11.8%) 16.1% 50.8%	10(4.0%) 5.4% 58.8%	33(13.0%) 17.7% 86.8%	92(36.4%) 49.5% 79.3%	21(8.3%) 11.3% 91.3%	186(73.5%) 100% 73.5%
Total		59(23.3%) 23.3% 100%	17(6.7%) 6.7% 100%	38(15.0%) 15.0% 100%	116(45.8%) 45.8% 100%	23(9.1%) 9.1% 100%	253(100%) 100% 100%
유의성 검증결과		x^2 = 48.9*** df=16					

〈표 11〉 B사의 피부측정결과와 피부타입 인지도 비교

(단위: n, %)

		현재피부타입					Total
		건성	중성	지성	복합성	민감성	
		명수(%) row % col %	명수(%) row % col %	명수(%) row % col %	명수(%) row % col %	명수(%) row % col %	
B 사 측정 결과	건성	23(9.2%) 42.6% 39.0%	6(2.4%) 11.1% 37.5%	3(1.2%) 5.6% 7.9%	16(6.4%) 29.6% 13.9%	6(2.4%) 11.1% 26.1%	54(21.6%) 100% 21.5%
	중성	17(6.8%) 24.6% 28.8%	6(2.4%) 8.7% 37.5%	2(0.8%) 2.9% 5.3%	38(15.1%) 55.1% 33.0%	6(2.4%) 8.7% 26.1%	69(27.6%) 100% 27.5%
	지성	6(2.4%) 10.0% 10.2%	1(0.4%) 1.7% 6.25%	19(7.6%) 31.7% 50.0%	31(12.4%) 51.7% 27.0%	3(1.2%) 5.0% 13.0%	60(24.0%) 100% 23.9%
	복합성	13(5.2%) 19.1% 22.0%	3(1.2%) 4.4% 18.8%	14(5.6%) 20.6% 36.8%	30(12.0%) 44.1% 26.1%	3(1.2%) 11.8% 34.8%	63(25.2%) 100% 27.1%
Total		59(23.5%) 23.5% 100%	16(6.4%) 6.4% 100%	38(15.1%) 15.1% 100%	115(45.8%) 45.8% 100%	23(9.2%) 9.2% 100%	251(100.%) 100% 100%
유의성 검증결과		x^2 = 47.6*** df=12					

〈표 12〉 C사의 피부측정결과와 피부타입 인지도 비교

(단위: n, %)

		현재피부타입					Total
		건성	중성	지성	복합성	민감성	
		명수(%) row % col %	명수(%) row % col %	명수(%) row % col %	명수(%) row % col %	명수(%) row % col %	
C사 측정결과	건성	23(9.1%) 28.0% 39.0%	9(3.6%) 11.0% 52.9%	12(4.7%) 14.6% 31.6%	27(10.7%) 32.9% 23.3%	11(4.4%) 13.4% 47.8%	82(32.5%) 100% 32.4%
	중성	26(10.3%) 29.5% 44.1%	5(2.0%) 5.7% 29.4%	5(2.0%) 5.7% 13.2%	48(19.0%) 54.5% 41.4%	4(1.6%) 4.6% 17.4%	88(34.9%) 100% 34.8%
	지성	1(0.4%) 3.7% 1.7%	1(0.4%) 3.7% 5.9%	12(4.7%) 44.4% 31.6%	10(4.0%) 37.0% 8.62%	3(1.2%) 11.1% 13.0%	27(10.7%) 100% 10.7%
	복합성	9(3.6%) 16.1% 15.3%	2(0.8%) 3.6% 11.8%	9(3.6%) 16.1% 23.7%	31(12.3%) 55.4% 26.7%	5(2.0%) 8.9% 21.7%	56(22.3%) 100% 22.1%
Total		59(23.3%) 23.3% 100%	17(6.7%) 6.7% 100%	38(15.0%) 15.0% 100%	116(45.8%) 45.8% 100%	23(9.1%) 9.1% 100%	253(100%) 100% 100%
유의성 검증결과		x^2 = 42.0*** df=12					

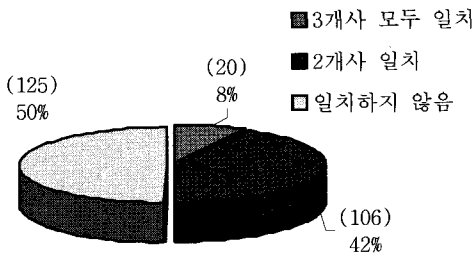
〈표 13〉 응답자의 인지 피부타입과 회사별 피부타입측정결과 비교

(단위: n, %)

응답자의 인지 피부타입 / A사결과 B사결과 C사결과			건성	중성	지성	복합성	민감성	Total
건성	건성	건성	4(1.6%)	-	-	2(0.8%)	1(0.4%)	7(2.8%)
건성	건성	중성	1(0.4%)	-	-	1(0.4%)	-	2(0.8%)
건성	중성	건성	1(0.4%)	-	-	-	-	1(0.4%)
건성	중성	중성	1(0.4%)	-	-	-	-	1(0.4%)
건성	복합성	건성	1(0.4%)	-	-	-	-	1(0.4%)
건성	복합성	중성	1(0.4%)	-	-	1(0.4%)	-	2(0.8%)
중성	건성	건성	2(0.8%)	4(1.6%)	-	-	-	6(2.4%)
중성	중성	건성	-	1(0.4%)	-	-	1(0.4%)	2(0.8%)
중성	중성	중성	3(1.2%)	-	-	7(2.8%)	-	10(4.0%)
중성	중성	건성	4(1.6%)	-	-	-	-	4(1.6%)
중성	중성	복합성	1(0.4%)	-	-	2(0.8%)	-	3(1.2%)
중성	지성	중성	-	-	1(0.4%)	1(0.4%)	-	2(0.8%)
중성	지성	복합성	-			1(0.4%)	-	1(0.4%)
중성	복합성	건성	2(0.8%)	-	1(0.4%)	1(0.4%)	-	4(1.6%)
중성	복합성	중성	-	-	1(0.4%)	-	-	1(0.4%)
지성	중성	중성	-	1(0.4%)	-	-	-	1(0.4%)
지성	지성	지성	-	-	1(0.4%)	-	-	1(0.4%)
복합성	건성	건성	-	-	-	1(0.4%)	-	1(0.4%)
복합성	건성	중성	1(0.4%)	-	-	-	-	1(0.4%)
복합성	건성	복합성	1(0.4%)	-	-	-	-	1(0.4%)

복합성	중성	복합성	2(0.8%)	-	-	1(0.4%)	-	3(1.2%)
복합성	복합성	건성	1(0.4%)	-	1(0.4%)	2(0.8%)	-	4(1.6%)
복합성	복합성	중성	3(1.2%)	-	-	-	-	3(1.2%)
복합성	복합성	복합성	-	-	-	1(0.4%)	-	1(0.4%)
민감성	건성	건성	5(2.0%)	2(0.8%)	1(0.4%)	6(2.4%)	4(1.6%)	18(7.2%)
민감성	건성	중성	7(2.8%)	-	1(0.4%)	3(1.2%)	1(0.4%)	12(4.8%)
민감성	건성	지성	1(0.4%)	-	-	1(0.4%)	-	2(0.8%)
민감성	건성	복합성	1(0.4%)	-	1(0.4%)	2(0.8%)	-	4(1.6%)
민감성	중성	건성	-	-	-	2(0.8%)	-	2(0.8%)
민감성	중성	중성	5(2.0%)	2(0.8%)	-	16(6.4%)	2(0.8%)	25(10.0%)
민감성	중성	지성	-	-	2(0.8%)	1(0.4%)	1(0.4%)	4(1.6%)
민감성	중성	복합성	-	2(0.8%)	-	9(3.6%)	2(0.8%)	13(5.2%)
민감성	지성	건성	2(0.8%)	-	3(1.2%)	3(1.2%)	1(0.4%)	9(3.6%)
민감성	지성	중성	2(0.8%)	1(0.4%)	1(0.4%)	10(4.0%)	1(0.4%)	15(6.0%)
민감성	지성	지성	-	-	8(3.2%)	7(2.8%)	1(0.4%)	16(6.4%)
민감성	지성	복합성	2(0.8%)	-	5(2.0%)	9(3.6%)	-	16(6.4%)
민감성	복합성	건성	3(1.2%)	2(0.8%)	6(2.4%)	9(3.6%)	3(1.2%)	23(9.2%)
민감성	복합성	중성	-	1(0.4%)	1(0.4%)	8(3.2%)	-	10(4.0%)
민감성	복합성	지성	-	-	1(0.4%)	2(0.8%)	1(0.4%)	4(1.6%)
민감성	복합성	복합성	2(0.8%)	-	3(1.2%)	6(2.4%)	3(1.2%)	14(5.6%)
Total			59(23.6%)	16(6.4%)	38(15.2%)	115(46.0%)	22(8.8%)	250(100%)

다음은 국·내외 3개 회사의 피부타입설문조사 결과의 비교로 3개회사의 결과가 모두 일치한 경우는 전체의 8%로 매우 낮게 나타났고, 2개사의 결과가 일치한 경우는 42%로 나타났다. 피부타입결과가 3개사 모두 각각 다른 결과가 나타난 경우는 50%로 높게 나타났다. 이러한 결과는 현재 조사된 국내·외 화장품회사 3개사의 인터넷 사이트에서 실제 사용하고 있는 설문조사 방법으로 설문지 응답 후 피부타입에 대한 결과가 제시되고 있다. 위 결과에 따라 고객의 피부에 따른 제품이 제시되는 상황에서 동일한 응답자에 대해 3개사의 피부측정결과가 다르게 제시되고 이에 따른 제품선택이 이루어진다면, 그 결과를 소비자들은 신뢰할 수 없을 것이며, 이에 대한 문제점을 보완하기 위해 객관적인 결과를 얻을 수 있는 설문지의 개발이 시급하다고 보여 진다. 따라서 설문지 개발을 위한 우리나라 여성의 피부타입의 과학적인 측정 결과를 바탕으로 그 특성과 분포를 파악하고, 이러한 데이터와 좀 더 세분화된 설문문항의 설계를 바탕으로 좀 더 질이 높은 설문조사 방법이 개발되어야 할 것이다.



〈그림 4〉 국·내외 회사별 피부타입 결과 비교

Ⅳ. 결론 및 제언

본 연구는 20~30대 여성 257명 을 대상으로 피부타입에 대한 인지도와 만족도, 화장품의 사용 실태 등을 설문 조사하고, 국내·외 화장품 회사(국내·외 3개 회사)의 피부측정용 설문지에 의한 피부 타입의 측정 방법의 신뢰성을 평가하기 위해 수행되었으며, 그 결과는 다음과 같다.

피부타입의 측정 경험의 유무와 피부에 대한 인식도와 만족도, 제품의 구입 시 고려요인에 대한 결

과는 다음과 같다.

피부타입의 직접 측정 경험이 있는 응답자는 전체의 31%였고, 측정을 받았던 장소는 '병원'이 26.6%, '피부관리실'이 40.5%, '백화점'이 15.2%, '전문판매매장'이 11.4% 순 이었다. 자신의 피부타입에 대한 과거와 현재의 인지정도는 과거 인지도는 지성, 중성, 건성, 복합성의 비율이 고루 나타난 반면, 현재의 경우는 복합성피부가 전체의 46.1%로 가장 높았고, 건성(23%), 지성(15%), 민감성(9%), 중성(7%) 순으로 나타났다. 또한, 자신의 피부 타입에 대한 만족 정도에 대한 설문 결과 다른 연령대에 비해 좋은 피부 조건을 가지고 있는 연령대임에도 불구하고 20~30대 여성의 피부 타입에 대한 만족도는 낮게 나타났다.

20~30대 여성의 피부고민에 대한 조사 결과 평균적으로 피부에 대한 고민을 2~3가지 정도 가지고 있고, 고민에 대한 빈도는 모공확장, 여드름, 기미 또는 주근깨, 주름, 탄력저하, 건조증 순으로 나타났다. 화장품 구매 시 피부타입의 고려정도에 대한 조사 결과 자신의 피부타입에 맞는 화장품을 구입하려는 경향이 높았고, 기초화장품 구매 시 제품에 대한 선택 요인으로 자신의 피부상태에 대한 고려, 제품의 기능성, '전문가·판매원의 조언' 순으로 나타났다. 기초화장품은 색조 화장품과는 달리 피부보호 및 개선을 위하여 사용으로 하므로 자신의 피부상태와 제품의 기능성이 중요 요인임을 알 수 있었다.

기초 화장품 및 기능성 화장품, 클린징 제품의 사용실태는 다음과 같다.

기초화장품의 사용실태에 대한 결과 유연화장수와 로션은 응답자의 대부분이 소지하고 사용하여 기초화장품에 있어서 필수 품목임을 알 수 있었고, 제품구분에 있어서도 지성, 중성, 건성, 민감성, 오일프리 등의 사용빈도가 고르게 분포하여 자신의 피부상태에 적합한 화장품 선택이 이루어지고 있음을 알 수 있었다.

기능성 제품의 사용실태 결과, 썬크림의 소지율과 사용율이 높게 나타났고, 사용단계에 있어서도 기초제품 외에 사용빈도가 비교적 높아 자외선 차단에 대한 관심이 높은 것을 알 수 있었지만, 썬크림은 태양으로부터 피부를 보호하는 목적으로 사용되어야 하며, 매일 사용해야하는 필수제품이 아니므로 각자의 생활패턴에 따라 알맞게 사용되도록 소비자의 인식개선이 필요할 것으로 사료된다. 기초화장품 및 기능성화장품의 사용단계는 3, 4, 5단계에서 가장 높은 비중이 높게 나타났다.

클린징 제품의 사용실태 결과 대부분의 응답자가 폼클린징 제품을 소지하고, 사용하고 있는 것을 알 수 있었고, 또한 클린징 크림의 소지율과 사용율이 높게 나타났다. 클린징 제품의 피부타입에 대한 구분은 제품 구분 없이 사용하는 경우가 60%정도로 높게 나타나, 클린징 제품의 선택에 있어서 자신의 피부타입이 고려되지 않고 습관이나 기호도에 따른 제품 선택과 사용이 이루어지고 있음을 알 수 있었다. 클린징 제품의 사용단계는 2단계, 3단계의 사용이 높게 나타났는데, 이는 딥클린징(deep cleansing)의 중요성이 부각되면서 클린징 단계가 이중 혹은 삼중으로 이루어지고 있으나, 과도한 클린징 습관은 피부에 문제를 일으킬 수 있어 자신의 피부타입에 적합한 클린징에 대한 올바른 인식과 제품의 선택 등 사용개선이 필요할 것으로 사료된다.

국내·외 화장품 회사의 설문지를 이용한 피부측정결과의 비교는 다음과 같다.

A사는 국외 회사로 피부타입 측정결과가 건성, 중성, 지성, 복합성 외에 민감성을 구분하여 제시되었고, 이 외 B사와 C사는 국내 회사의 측정결과로 건성, 중성, 지성, 복합성으로 구분되어 3개사의 측정결과에 대한 독립적인 비교는 불가능하였나, 국·내외 회사별 피부타입설문 결과를 응답자가 인지하고 있는 피부 타입과 비교했을 때, 3개사 중 B사의 일치도가 31.2%로 가장 높았으나, 전체적으로 3개사 모두의 일치율이 낮아 차이를 보였으며, 피부인지도와 3개사의 피부타입측정결과가 일치하는 경우는 2.4%(6)로 매우 낮게 나타났다. 3개사의 피부타입측정결과 3개사의 일치율은 전체의 8%로 매우 낮게 나타났고, 2개사의 일치율이 42%로 나타났다.

위의 결과 각 회사의 피부타입 설문 결과가 매우 다르게 나타났고, 회사별 측정결과가 응답자가 인지하는 피부타입과 큰 차이를 보였는데 이는 현재 각 회사에서 사용하는 설문 측정에 문제점을 보여주고 있다.

본 논문에서 시행한 피부타입에 대한 설문 측정은 3개 회사에서 현재 사용하고 있는 측정 방법으로 인터넷에서도 쉽게 측정을 할 수 있으며, 이러한 측정결과에 따라 제품제시가 이루어지고 있는 실정이다. 물론 정확한 피부측정결과를 얻기 위해서는 객관적이고 정확한 기기에 의한 측정이 필요하지만, 모든 매장에 설치 될 수 없는 한계점과 특히 인터넷과 같은 전자상거래 및 텔레마케팅 분야에 있어서는 설문지에 의존한 측정방법이 이용되고 있는 현실에 있어서 좀 더 과학적이고 세분화된 설문지 개발이 시급히 개발되어야 할 것이다. 또한 각 회사의 설문 측정 결과에 대한 신뢰도는 매우 낮게 나타나 본 논문에서는 피부타입의 결과 보다 응답자의 피부타입 인지도와 각 회사별 결과에 대한 일치도 비교 하였고, 추후 논문에서는 설문 측정 결과와 정확한 기기 측정 결과의 비교를 통하여 설문 측정의 문제점을 파악하고 이를 보완할 수 있는 방안이 논의되어야 할 것이다.

참고문헌

1) 권태신 외(2004). **미용학개론**. 청구문화사.
2) 곽형심 외(1999). **미용학개론**. 정문각.
3) 이순희(1997). **아름다운 피부미용법**. 가림.
4) 김은선, 김상우, 손종구(2002). **피부노화 방지제**. 한국과학기술정보연구원.
5) 임하성, 정기양(2002). 경도계를 이용한 정상 한국인의 피부경도 측정. **대한피부과학회지**, 40(1), pp.19-24.
6) 김광옥(1995), 여성들의 CMI지수에 관한 피부기미 호소정도. **미용학회지**, 1(1), pp.87-89.
7) 권미옥, 민경은(2000), 여성의 피부미용 관리에 관한 관심도와 관련요인 분석. **충남대학교 체육과학연구지** 18, 1(2000. 12), pp.65-69.
8) 하상도(2002). 화장품산업에 대한 정부지원 방향. **보건산업기술동향, 통권 9호**(2002. 봄), pp.137-140.
9) 박경식(2002). 기능성화장품 관리 동향과 개선방안. **보건산업기술동향, 통권 9호**(2002. 봄), pp.132-136.
10) 이현옥, 박경애(2000). 기능성화장품 시장의 세분화: 사용도에 따른 소비자유형별 특성. **한국의류학회지** 93, pp.560-570.
11) 홍강영(2002). **화장품의 인터넷 구매 시 위험지각과 구매의도에 관한 연구**, 가톨릭대학교 대학원 석사학위논문.
12) 채정숙(2001). 여대생의 인구 통계적 특성에 따른 화장품 구매행동 실태분석. **대구대학교 사회과학연구집**, 9(3), pp.315-347.
13) http://www.all4skin.com.