

논문접수일 : 2013.09.24

심사일 : 2013.10.06

게재확정일 : 2013.10.25

**항노화화장품의 국내현황과
항노화관심도에 따른 자외선차단제소비성향조사**

Status and anti-aging cosmetics

Interest in accordance with anti-aging sunscreen Consumption Survey

주저자 : 김미영

세종대학교 대학원 패션디자인학과 박사과정

Kim Mi Young

PH. D on the Course. Dept, of Fashion Design Graduate School, Sejong University

교신저자 : 정재윤

세종대학교 예체능대학 패션디자인학과 교수

Chung Jae Yoon

Professor, Dept, College of the Arts and Physical Education Fashion Design, Sejong University

1. 서론

- 1.1. 연구의 목적 및 필요성
- 1.2. 연구문제

2. 이론적 배경

- 2.1. 항노화
- 2.2. 항노화화장품의 국내현황
- 2.3. 자외선차단제
- 2.4. 화장품소비성향

3. 연구방법 및 절차

- 3.1. 연구대상
- 3.2. 측정도구
- 3.3. 자료분석

4. 결과 및 논의

- 4.1. 연구대상자의 인구통계학적특성과 항노화관심도
- 4.2. 항노화관심도에 따른 자외선인지도, 자외선차단지수인지도와 자외선차단제인지도의 차이
- 4.3. 항노화관심도에 따른 자외선차단제소비성향

5. 결론 및 제언

참고문헌

논문요약

본 연구의 목적은 항노화화장품의 국내현황과 항노화관심도에 따른 자외선차단제의 소비성향연구로 최근 피부노화, 화장품관련업계가 항노화산업분야에서 가장 주목을 받고 있으며 현재 개발되고 있는 새로운 유형과 소재의 화장품들 대부분은 노화예방, 항노화에 초점을 맞추고 있다.

특히 광노화로 인한 피부노화예방에 필수적인 자외선차단제는 2008년 이후부터 현재까지 소비성장세에 있음은 업계의 큰 관심과 의미를 부여한다고 볼 수 있으며 이에 따른 실증적 근거를 규명하고 분석하고자 연구를 진행하였다. 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 항노화관심도는 외모관심형, 자기중심형, 외모지향형, 건강추구형 4개의 요인으로 결정할 수 있었다. 둘째, 항노화관심도에 따른 자외선인지도의 차이는 자외선에 의한 피부주름 발생 인식, 적절한 자외선차단제지수의 차이는 일상생활의 적절한 SPF 지수와 야외 레저용 SPF지수, 일상생활 PA지수, 야외 레저용 PA지수 모두 피부타입에 따른 차이가 있는 것으로 보아 관련성이 있어 향후 자외선차단제의 소비는 더욱 증가할 것으로 보여진다. 셋째, 항노화관심도에 따른 자외선차단제소비성향, 즉, 사용실태

와 구매행동을 분류하여 차단제 구매경험, 제품 선택 이유, 지속적인 차단제 구매의향, 차단제 구매 시 고려사항, 자외선차단제 구매장소에 대해 조사 분석한 결과 거의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이상의 결과를 통해서 항노화화장품분야는 미래 비즈니스키워드아이템으로 부상한 것임을 재확인 할 수 있었으며 항노화화장품의 소비제품군인 자외선차단제소비성향은 피부노화, 화장품관련업계가 피부노화예방에 필수품이며 현재까지 소비성장세에 있음은 업계의 큰 관심과 의미를 가지며, 제품 자료 활용과 보다 폭넓은 분석으로 연구의 영역을 확장시키고 다양한 분석으로 본 연구의 결과를 일반화시키고 활용할 수 있기를 바란다.

주제어

항노화, 자외선차단제, 화장품소비성향

Abstract

Recently the skin aging and cosmetics related industry got the attention in the anti-aging industrial field as the sunblock propensity to consume research according to the domestic status of the anti-aging cosmetics and anti-aging concern degree.

And the cosmetics majority of the new material and type could focus on the antiaging and anti-aging and the sunblock which is essential to the anti aging skin because of the photoaging was in the consumption growth till now, particularly, it can give the great interest of the business field and meaning since 2008 and progressed the research so that the object of this research could investigate the positive basis according to this and analyze.

The result of the research is as follows. First, the anti-aging concern degree could determine by the appearance concern, and pursuit of health 4 factors. Second, because the difference of the ultraviolet rays recognition according to the anti-aging concern degree looks at and that there is altogether the difference according to the skin type with the inappropriate SPF index number of the daily life and fields leisure SPF index number, daily life PA index number, and fields leisure PA index number the skin wrinkle generation awareness by the ultraviolet rays and difference of the

inappropriate sunblock index number have the correlation and it seems to increase the consumption of the sunblock more afterward. Third, the sunblock propensity to consume according to the anti-aging concern degree, that is, it was exposed to have the effect that it classified the reality of usage and purchasing behavior and the blocking agent purchase experience, the product reason for selection, continued blocking agent purchase intention, and result of investigating and analyze in the blocking agent purchase about the consideration and blocking agent purchase place note nearly.

In the anti-aging beauty product field through the result described in the above, it could reconfirm and to emerge as the future business keyword item the skin aging and cosmetics related industry is the necessary on the anti aging skin and the consumer product soldier sunblock propensity to consume of the anti-aging cosmetics is in the consumption growth till now, it has the great interest of the business field and purport. And the area of the research can be extended to the wider analysis with product data application and the result of this research can be generalized and utilized as the various analyses.

Key words: Antiaging, Sunblock, Propensity to consume

1. 서론

1.1. 연구의 목적 및 필요성

항노화, 안티에이징은 사회전반에 걸친 가치개념의 변화를 이끌며 중장년층과 고령인구의 삶의 질, 젊음과 아름다움을 추구하는 트렌드를 넘어서 이미 각 산업전반에 다가오는 유망 비즈니스 키워드로 부상하고, 특히 관련분야 중 가장 활발히 가속화 진행 중인 피부노화, 화장품관련분야를 중심으로 학계, 의료계, 산업계의 관심은 매우 집중적이며 빠른 변화를 보이고 있다. 기존의 화장품은 피부보습, 결점커버에 국한되었으나 최근 피부결점을 개선, 보완 해주는 것으로 화장품산업이 성장하여 새로운 소재와 유형의 화장품 대부분은 노화예방, 항노화에 초점을 맞추고 특히 광노화로 인한 피부노화예방에 필수적인 자외선차단제의 소비는 눈에 띄게 증가하고 있다. 2011년에 발표된 화장품산업기술보고서에 의하면, 항노화화장품을 비롯한 다기능성의 화장품들이 출시되고 있는 가운데 각종 화장품에도 일광차단효과를 갖는 성분이 포함되고 있고 이는 피부노화현상 중 자외선에 의한 광노화는 주름의 생성과 색소 침착을 일으키므로 기능성화장품과 메디컬 스킨케어를 포함한 뷰티분야의 큰 관심사로 자외선차단제의 필수사용을 강조하고 있다. 자외선차단제는 계절과 무관하게 유아 때부터 사용을 권장하고 있으며, 다양한 연령층에서 필수화장품으로 자리 잡고 있다.

지금까지 자외선차단제에 대한 선행연구를 살펴보면 자외선과 자외선차단제와 관련된 선행연구를 살펴보면 김희정(2010)은 자외선 차단제에 대한 인지도와 사용실태에 관한 연구를 하였고, 김지원(2010)은 자외선의 피부유해성에 대한 인식과 대처방안에 관한 연구하였으며, 권혜진(2011)은 피부 광노화억제를 위한 UV 차단용 이산화티탄 나노구조 개발을 연구하였다. 그리고 이에영(2001)은 자외선차단 화장품의 인체 누적 첩포 시험에 관한 연구를 하였고, 김승희(2010)는 여대생의 자외선차단제 제형별 효과에 따른 피부변화연구를 하였으며, 신은경(2011)은 자외선 인지도 및 자외선차단제사용실태에 관한 성별, 연령별 연구를 하였다. 이처럼 주로 제형, 성분, 인지도와 사용실태를 다루고 있지만 항노화관심도에 따른 자외선차단제의 소비성향은 다루어지지 않았다.

따라서 본 연구에서는 나이에 관계없이 최대한 노화를 늦추고자 하는 사회인식의 변화와 이에 따른 건강과 뷰티에 대한 관심으로 항노화 및 기능성 화장품의 소비증가가 뚜렷해지면서 기존 뷰티·화장품 업계에서는 노화예방의 필수아이템이며, 다기능적이

고 다양한 연령층의 소비성이 높은 제품군인 자외선 차단제의 소비성향분석을 살펴보고 본 연구를 바탕으로 효율적인 화장품개발방향제시와 기초자료활용에 도움을 주고자 한다.

1.2. 연구문제

본 연구는 항노화화장품의 현황 및 항노화관심도에 따른 자외선차단제소비성향에 관한 조사로 문헌연구와 통계 자료, 선행논문과 기타자료를 이용하여 조사 및 분석을 하였다.

본 연구의 구체적인 연구 문제는 다음과 같다.

첫째, 연구대상자의 인구통계학적특성과 항노화관심도를 알아본다

둘째, 항노화관심도에 따른 자외선과 자외선차단지수, 자외선차단제인지도의 차이를 알아본다.

셋째, 항노화관심도에 따른 자외선차단제소비성향을 알아본다.

2. 이론적 배경

2.1. 항노화(Anti-aging)

2013년 삼성경제연구소(새로운 성장 동력으로 부상하는 안티에이징)보고서에 따르면 단순히 오래 사는 의미뿐만 아니라 오랫동안 아름다움과 젊음을 유지하고 다양한 피부미용기술을 통해 주름과 피부노화개선에 대한 자기관리의 욕구를 충족시키기 위한 수단으로 여겨지고 있다. 항노화는 전문적인 학술 용어라기보다 폭 넓게 상업적으로 이용되고 있으며, 현대의학의 관점에서는 주요 사망 질환의 발병을 늦추는 방법을 말하고, 다른 한편으로는 삶의 질을 높이는 방법을 의미한다.

현재 항노화, 즉, 안티에이징은 전 세계적으로 소비트렌드를 나타내는 중요한 키워드로 두각을 나타내며, 고소득층을 타깃으로 한 서비스로 사회적으로 질병을 앓는 노년층을 줄이자는 도입 초기의 취지를 살리고 하나의 산업으로서 더욱 크게 성장하려면, 고소득층만이 아닌, 더욱 광범위한 사람들의 항노화서비스로 확대되고, 이러한 추세에서 비싼 가격을 지불하더라도 동안으로 보이기 위해 성형수술을 하거나, 많은 시간을 투자하여 동안화장법을 배우고, 그에 맞는 화장품을 구매하여 메이크업을 하고, 이러한 뷰티에 관한 관심은 성형의술과 화장품기술발전에 큰 몫을 하고 있다. 2005년에 <현대 경제연구원>에서는 고령화 시대를 맞아 주목받게 될 5대 트렌드 중 하나로 항노화산업을 지목하고, 항노화산업은 노화의

속도를 지연시켜 젊음을 최대한 늦추는 것이며 현재는 노화를 질병으로 보고 치료하는 항노화의학까지 생겨난 실정이다.

2.1.1. 항노화관심도(The anti-aging concern degree)

김미영(2011)연구에 의하면 항노화관심도는 단순히 오래 사는 의미뿐만 아니라 보다 오랫동안 아름다움과 젊음을 유지하고, 화장품 사용과 더불어 뷰티산업을 비롯하여 다양한 미용성형수술과 피부미용기술들을 통해 주름과 피부노화 개선에 대한 자기관리의 욕구를 충족시키기 위해 지속적 흥미를 가지는 정도를 의미한다.

2.1.2. 광노화(Photo-aging)

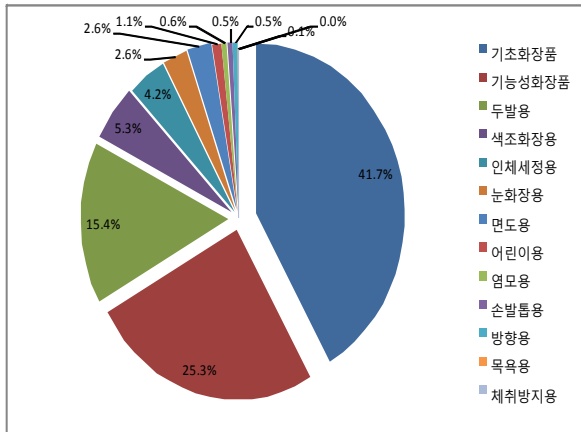
김남희(2010)연구에 의하면 노화란 나이가 들어 생물의 성질이나 기능이 쇠퇴해짐을 말하며, 한 개체에 서 시간의 진행에 비례하여 일어난 점진적이고 내적인 퇴행성 변화로, 구조적 기능의 변화가 초래되어 외부환경에 대해 반응하는 능력이 떨어지는 현상을 의미하며, 피부노화의 외인성 요인(Photo aging; 광노화)으로는 자외선에 의한 조직학적 변화가 발생되는데 피부건조와 주름이 형성되며, 각질층이 두꺼워지고 피부탄성이 줄어들어 피부가 늘어나는 등의 변화가 있다.

2.2. 항노화화장품의 국내시장현황

2011년 대한화장품협회발표에 따르면, 최근 남성 화장품 시장은 매년 7% 이상 꾸준한 성장세를 보이며, 지난해 9,000억 원에 이어 올해는 1조원의 매출 달성이 예상된다 한다.

스킨, 로션에 국한되어 있던 제품군도 에센스와 화이트닝, 자외선 차단제는 물론이고, 메이크업 제품과 마스크 팩 등 다양한 영역으로 확대되면서 성장을 이끌 것으로 예상돼, 전체적으로 호황을 누릴 것으로 보여진다. 이 같은 성장세는 올해 10대 트렌드 중 하나로 꼽히고 있는 메트로 섹슈얼 경향과 웰빙 열풍에 힘입어 더욱 두드러질 것으로 예상되면서, 주요 업체들도 앞 다투어 새로운 브랜드를 출시하거나 기존 브랜드에 라인을 보강하면서 치열한 경쟁을 벌이고 있다.

아름답고 건강하게 늙어갈 수 있는 안티에이징 제품이 각광을 받으면서 효과 및 효능이 뛰어난 기능성화장품이 요구되고 있기 때문에, 업계는 소비자의 다양한 요구에 따른 고기능, 다기능을 갖춘 새로운 상품을 출시하는데 주력하고 있다고 하였다. 화장품 유형별 생산실적은 [그림 1]과 같다.



[그림 1] 2010년도 화장품 유형별 생산실적

2.3. 자외선차단제

권혜진(2011)연구에 따르면 자외선차단제는 피부표면에 색소 침착을 일으키는 유해한 자외선의 침투를 막아 피부를 보호하기 위한 것으로 주로 로션과 크림의 형태가 대부분이라 할 수 있는데, 자외선차단제 품에는 자외선의 침투를 막기 위해 차단제가 배합되어야 한다. 자외선차단제에는 자외선(280nm~400nm)을 효율적으로 흡수하는 자외선흡수제와 자외선을 산란, 난반사시키는 자외선산란제가 있다.

자외선흡수제는 유해한 자외선을 흡수하여 피부의 홍반이나 일소방지 외에 제품열화방지나 포장 재료의 변색과 퇴색 방지 등의 목적으로 옥틸 디메틸 파바(octyldimethyl PABA), 옥틸메톡시신나메이트(octyl methoxy cinnamate)와 같은 유기물질을 이용하여 화학적으로 자외선을 흡수, 소멸시킨다. 자외선 흡수제는 투명하여 발림성이 좋으나 배합이 많이 되면 피부에 자극을 주어 접촉성피부염을 유발할 위험이 있기 때문에, 각 나라별로 최대배합한도를 규제하며 로션, 크림류 등의 기초화장품에 많이 쓰인다. 자외선산란제는 이산화티탄, 산화아연과 같은 무기물질을 이용하여 물리적인 산란작용에 의해 자외선이 피부속으로 침투 되는 것을 막으며, 자외선 산란제는 차단효과가 우수하고 접촉성피부염과 같은 부작용은 없으나 불투명하므로 크림이나 로션에 많이 배합하면 보기에 좋지 않은 단점이 있기 때문에, 주로 파운데이션 등의 메이크업 화장품에 사용되고 있으며 자외선차단제를 배합할 때 최근의 경향은 자외선 차단효과를 높이기 위해 자외선 산란제와 흡수제를 혼합하여 사용하고 있다.

2.4. 화장품소비성향

김상예(2011)연구에 의하면 시대가 바뀌어도 변하지 않는 것이 여성들이 추구하는 아름다움이고, 아름다움을 표현하고자 하는 수단이 되는 것이 화장품이다. 화장품소비성향은 개인적인 영향요인으로 인구통계학적 특성뿐만 아니라 문화와 사회계층의 거시 사회적 요인과 준거집단 등의 미시 사회적 요인에 의해서 강하게 영향을 받는다. 그리고 개인이 갖는 이상적인 신체상은 다양한 요인들로부터 영향을 받아 형성된다. 소비사회와 소비주의 문화의 확대에 의해, 현대 자본주의 사회는 소비사회라 할 수 있으며 급격한 경제발전 후 물질적인 풍요와 혜택을 향유하면서 물질적 욕구의 상승으로 소비를 통해 행복을 추구하는 가치관을 가지게 되어 사람들은 소비에 적극적인 태도를 가지고 다양한 소비행동이 나타나고 있다. 현대사회에서는 소비행위가 단순히 재화와 용역의 이용만이 아닌 자신의 정체성을 형성하고 개인과 타인, 개인과 사회와의 관계에서 중요한 매개체 역할을 하는 사회정치적 의미도 갖고 있으며, 가속화되는 세계화 등 삶의 전반에 걸쳐 소비의 영향력이 확대되고 있다.

2.4.1. 구매행동

조아란(2011) 연구에 의하면 구매행동이란 소비자가 제품이나 서비스의 필요성을 인식하고 구매하고자 하는 제품이나 서비스에 대한 정보탐색, 대안평가, 구매결정, 구매 후 평가 등 일련의 구매과정에서 발생할 수 있는 행동을 의미한다. 따라서 구매행동은 소비자가 필요로 하는 제품이나 서비스의 선택 및 사용과 같이 의사결정모형에 포함되는 모든 요소들을 광범위하게 파악하여야 한다.

3. 연구 방법 및 절차

3.1. 연구대상 및 자료수집

본 연구는 항노화화장품의 국내현황 및 자외선차단제소비성향분석을 위해 서울 및 인천, 경기지역에 거주하는 남녀를 대상으로 2013년 1월13일부터 1월30일까지 불충분한 설문지 17부를 제외하고 남성 54명, 여성 274명, 총 328명으로 설문지법으로 자료를 수집하여 분석에 이용 하였다.

3.2. 측정도구

본 연구를 위한 설문문항으로 선행연구에서 사용

된 문항들을 기초로 연구자가 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하였으며, 총57문항으로 구성하였다.

5점 리커트 척도와 명목척도를 사용하였다.

설문지구조는 [표 1]과 같다.

변인	문항 수	척도	선행연구
인구통계학적 특성	8	명목	정혜환(2010)김상예(2011)
안티에이징 관심도	10	5점, 명목	김미영(2011)이혜정(2011) 정혜환(2010)김상예(2011)
자외선 유해성 인식, 자외선차단제 인지도	19	5점, 명목	신은경(2011)김희정(2010)
자외선차단제사용실태 구매행동	20	5점, 명목	신은경(2011)김지원(2010) 김희정(2010)
전체 57문항			

[표 1] 설문지구성

3.3. 자료분석

본 연구를 수행하는데 있어서 실증분석은 모두 유의수준 5%에서 검증하였으며, 통계처리는 SPSS WIN 20.0 프로그램을 사용하였다.

첫째, 연구대상자의 일반적 특성과 항노화관심도를 알아보기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

둘째, 항노화관심도에 대한 문항들의 타당도 및 신뢰도 검증을 위하여 요인분석을 실시하였으며, 문항간의 신뢰도는 Cronbach's α 의 계수로 판단하였다.

셋째, 항노화관심도에 따른 자외선차단제인지도와 소비성향, 구매행동의 차이를 알아보기 위하여 카이스퀘어 검정(χ^2)과 일원변량분석(one-way ANOVA)을 실시하였으며, Scheffe의 다중범위 검정(Scheffe's multiple range test)을 통하여 $p < .05$ 에서 유의미한 차이를 검정하였다.

4. 결과 및 논의

4.1. 연구대상자의 인구통계학적특성과 항노화관심도

연구대상자의 인구통계학적특성을 살펴본 결과는 [표 2]와 같다.

연령은 20대 45.4%, 30대 39.6%로 20대와 30대의 응답률이 높았고, 성별은 여성, 학력은 전문대졸이 55.5%로 가장 많았고, 직업은 기술, 사무직이 59.8%로 가장 많았고, 이어서 경영, 관리 25.9%로 나타났다. 햇빛 노출 시간은 1일 1시간-3시간정도가 66.8%로 가장 많았고, 1일 5시간이상 16.5%, 1일 1시간미만 10.4%, 1일 3시간-5시간정도 6.4% 순이었다.

월수입은 100만원이상-200만원미만 56.7%, 월평균 화장품 구입에 지출하는 비용으로는 10만원이상-15

만원 미만 75.0%, 5만원이상-10만원 미만 18.6%로 나타났다.

	빈도(N)	퍼센트(%)
연령	20대	45.4
	30대	39.6
	40대	10.1
	50대이상	4.9
성별	남	16.5
	여	83.5
학력	고졸이하	7.9
	전문대 졸	55.5
	대졸(재학 생포함)	24.1
	대학원 졸업 함(재학생 포)	12.5
결혼여부	미혼	49.1
	기혼	37.8
	기타	13.1
직업	학생	2.1
	기술,사무직	59.8
	경영,관리	25.9
	판매,서비스	3.7
	자영업	6.1
	전문직	2.4
	1일 1시간 미만	10.4
노출시간	1일 1시간 -3시간정도	66.8
	1일 3시간 -5시간정도	6.4
	1일 5시간 이상	16.5
월수입	100만원이 미만 상-200만원	56.7
	200만원이 원 미만 상- 300만	30.2
	300만원 이상	13.1
화장품 구입에 지출하는 비용	5만원이상 만 -10만원 미	18.6
	10만원이상 미만 - 15만원	75.0
	15만원이상 만 - 20만원미	1.2
	20만원이상	5.2
전체	328	100.0

[표 2] 연구대상자의 인구통계학적 특성

4.1.1. 항노화관심도

항노화관심도를 살펴본 결과는 [표 3]과 같다.

항노화관심도평균은 3.43으로, 외모관심형(M=3.93), 자기중심형(M=3.53),외모지향형(M=3.01),건강추구형(M=2.88) 순으로 관심도가 높았다.

	Mean	SD
항노화관심도	외모관심형	.74
	자기중심형	.57
	외모지향형	.53
	건강추구형	.94
항노화 관심도	3.43	.41

[표 3] 항노화관심도

4.2. 항노화관심도에 따른 자외선인지도와 자외선차단제인지도의 차이

4.2.1. 항노화관심도에 따른 자외선인지도차이

항노화관심도는 평균을 기준으로 높은 그룹30%, 중간 그룹40%, 낮은 그룹30%로 구분하여 분류하였다. 항노화관심도에 따른 자외선인지도의 차이를 살펴본 결과는 [표 4]와 같다.

자외선의 피부주름에 대한 발생 인식에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 피부에 대한 자외선유해성인식, 창을 통해 실내로 들어오는 자외선유해성인식, 자외선의 색소침착, 기미, 주근깨, 검버섯등을 발생 인식, 자외선의 검게 그을림 현상 발생 인식, 자외선의 일광화상, 흉반, 수포, 반점, 화끈거림등을 발생 인식, 자외선의 피부암을 발생 인식에서는 유의수준 5%에서 유의미하지 않는 것으로 나타났다.

	항노화관심도						F	p
	상 (N=188)		중 (N=11)		하 (N=129)			
	M	SD	M	SD	M	SD		
자외선유해성인식	4.71	.56	4.64	.50	4.70	.53	.115	.891
창을통해 실내로 들어오는 자외선유해인식	4.89	.35	5.00	.00	4.77	.46	4.555*	.011
자외선이 색소침착, 기미, 주근깨, 검버섯 등을 발생인식	4.89	.37	5.00	.00	4.89	.40	.430	.651
자외선이 검게 그을림 현상을 발생 인식	4.88	.40	5.00	.00	4.91	.31	.875	.418
일광화상, 흉반, 수포, 반점, 화끈거림 등을 발생인식	4.93	.27	5.00	.00	4.96	.19	.902	.407
자외선이 피부주름 발생인식	4.82	.46	3.36c	.50	4.43b	.69	46.623***	.000
자외선이 피부암발생인식	4.93	.32	5.00	.00	4.92	.34	.293	.746
자외선이 피부건조 발생인식	4.87	.42	5.00	.00	4.80	.42	1.990	.138

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001 Scheffe's tes t: a>b>c

[표 4] 항노화관심도에 따른 자외선인지도차이

4.2.2. 항노화관심도에 따른 자외선차단지수 인지도차이

항노화관심도에 따른 자외선차단지수인지도의 차이를 살펴본 결과는 [표 5]와 같다.

일상생활에 적절한 차단제SPF지수는 높은 그룹이 30-40정도 54.8%, SPF50이하 14.9%로 나타났다.($\chi^2=33.775$, $p<.001$). 항노화관심도에 따른 야외 레저용에 적절한 차단제SPF지수의 차이를 살펴본 결과는 높은 그룹은 SPF지수30-40정도에서 42.8%, SPF지수 50이하에서 52.4% 로 야외 레저용에 차단제SPF지수가 일상생활에 적절한 차단제PA지수의 차이를 살펴본 결과는 항노화관심도가 높은 그룹은 잘 모르겠다 48.9%, PA+++ 29.8% 순서로 높게 나타났다, ($\chi^2=13.431$, $p<.009$).

		항노화관심도						전체		$\chi^2(p)$
		상		중		하		N	%	
		N	%	N	%	N	%			
일상 생활 SPF 지수	spf20-30정도	57	30.3	11	100.0	69	53.5	137	41.8	33.775*** (.000)
	spf30-40정도	103	54.8	0	.0	43	33.3	146	44.5	
	spf50이하	28	14.9	0	.0	17	13.2	45	13.7	
야외 레저용 SPF 지수	spf10-20정도	0	.0	0	.0	2	1.6	2	.6	125.223*** (.000)
	spf20-30정도	9	4.8	8	72.7	57	45.2	74	22.8	
	spf30-40정도	80	42.8	3	27.3	60	47.6	143	44.1	
	spf50이하	98	52.4	0	.0	7	5.6	105	32.4	
일상 생활 PA지수	PA++	40	21.3	4	36.4	34	26.4	78	23.8	13.431** (.009)
	PA+++	56	29.8	0	.0	19	14.7	75	22.9	
	잘 모르겠다	92	48.9	7	63.6	76	58.9	175	53.4	
야외 레저용 PA지수	PA++	24	12.8	0	.0	0	.0	24	7.4	35.000*** (.000)
	PA+++	94	50.0	4	36.4	42	33.9	140	43.3	
	잘 모르겠다	70	37.2	7	63.6	82	66.1	159	49.2	
전체		188	100.0	11	100.0	129	100.0	328	100.0	

*** p<.001

[표 5] 항노화관심도에 따른 차단지수인지도차이

항노화관심도에 따른 야외 레저용에 적절한 차단제PA지수의 차이를 살펴본 결과는 높은 그룹에서 PA+++ 50.0%, 잘 모르겠다 37.2%, 순서로 높게 나타났다($\chi^2=35.000$, $p<.000$).

4.2.3. 항노화관심도에 따른 자외선차단제인지도의 차이

항노화관심도에 따른 자외선차단제인지도의 차이를 살펴본 결과는 [표 6]과 같다.

자외선차단제인지도는 어린이도 차단제품을 발라야 한다에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며 차단지수가 높을수록 자외선을 더 잘 차단한다와 비오는 날이나 흐린 날에도, 사계절 내내 차단제를 사용해야 된다, 실내에서도 차단제를 사용해야 된다, SPF가 자외선 B의 차단지수라는 것을 알고 있다, 자외선 A의 차단지수가 PA라는 것을 알고 있다, 차단지수가 높을수록 피부부작용확률이 높다 에서는 메이크업 관심정도에 따른 차이가 유의수준 5%에서

유의미하지 않은 것으로 나타났다.

	항노화관심도						F	p
	상 (N=188)		중 (N=11)		하 (N=129)			
	M	SD	M	SD	M	SD		
사계절 내내 차단제를 사용	4.82	.40	4.71	.57	4.74	.57	.264	.768
살균차단제를 사용	4.75	.49	5.00	.00	4.76	.53	1.309	.272
SPF는 자외선 B의 차단지수	4.70	.58	4.91	.30	4.67	.60	.831	.437
자외선 A의 차단지수는 PA	4.62	.68	5.00	.00	4.74	.57	2.762	.065
차단지수가 높을수록 자외선을 더 잘 차단한다	4.68	.68	4.64	.50	4.69	.46	.043	.958
차단지수가 높을수록 피부부작용확률이 높다	4.74	.69	5.00	.00	4.81	.59	1.131	.324
어른이도 차단제품을 발라야 한다	4.57a	.80	2.64c	.50	3.45b	1.23	61.129***	.000

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001 Scheffe's test: a>b>c

[표 6] 항노화관심도에 따른 자외선차단제인지도차이

4.3. 항노화관심도에 따른 자외선차단제소비성향

항노화관심도에 따른 자외선차단제소비성향의 차이를 살펴본 결과는 [표 7]과 같다.

자외선차단제구매경험, 제품선택이유, 지속적인 차단제 구매의향, 차단제구매 시 고려사항, 차단제구매 장소의 차이는 모두 유의미한 것으로 나타났다.

차단제구매경험은 높은 그룹과 낮은 그룹은 구매경험이 있다가 각각 79.6%, 76.0%이었으며, 중간그룹은 구매경험이 없다가 60.0%로 높았다($\chi^2=47.322$, $p<.001$). 제품 선택이유로 높은 그룹은 평소 쓰는 브랜드제품이어서가 61.9%, 사용감이 좋아서가 35.4%로 높게 나타났고, 중간그룹은 평소 쓰는 브랜드제품이어서가 83.5%로 대부분이었으며, 하위그룹은 평소 쓰는 브랜드제품이어서가 57.0%, 매장 직원 추천으로가 41.0%로 높게 나타났다($\chi^2=123.853$, $p<.001$).

		항노화관심도						전체		χ^2 (p)
		상		중		하		N	%	
		N	%	N	%	N	%	N	%	
차단제 구매 경험	예	90	79.6	46	40.0	76	76.0	212	64.6	47.322*** (0.00)
	아니오	23	20.4	69	60.0	24	24.0	116	35.4	
제품 선택 이유	평소 쓰는 브랜드 제품이어서	70	61.9	96	83.5	57	57.0	223	68.0	123.853*** (0.00)
	광고가 맘에 들어서	0	.0	2	1.7	1	1.0	3	.9	
	사용감이 좋아서	40	35.4	16	13.9	1	1.0	57	17.4	
	매장 직원 추천으로	3	2.7	1	.9	41	41.0	45	13.7	
지속적 차단제 구매 의향	예	87	77.0	99	86.1	95	95.0	281	85.7	14.041** (0.01)
	아니오	26	23.0	16	13.9	5	5.0	47	14.3	
차단제 구매 시 고려 사항	브랜드 인지도	21	18.6	1	.9	3	3.0	25	7.6	211.239*** (0.00)
	자외선 차단지수 (SPF/PA 지수)	45	39.8	32	27.8	70	70.0	147	44.8	
	사용감(유분감, 메이크업 시 중첩)	24	21.2	0	.0	0	.0	24	7.3	
	적절한 가격	1	.9	63	54.8	0	.0	64	19.5	
	안전성(성분, 제조년월일) 등 관련정보	22	19.5	19	16.5	27	27.0	68	20.7	
	오프라인(인형인 매장)	26	23.0	0	.0	22	22.0	48	14.6	
차단제 구매 장소	대형할인점	4	3.5	18	15.7	20	20.0	42	12.8	288.738*** (0.00)
	백화점 매장	0	.0	63	54.8	0	.0	63	19.2	
	파우파나 병원	35	31.0	2	1.7	2	2.0	39	11.9	
	전문매장	5	4.4	31	27.0	5	5.0	41	12.5	
	TV홈쇼핑이나 인터넷 쇼핑물	43	38.1	1	.9	51	51.0	95	29.0	
전체		113	100.0	115	100.0	100	100.0	328	100.0	

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

[표 7] 항노화관심도에 따른 자외선차단제소비성향

지속적인 차단제 구매의향에 대해 높은그룹은 아니오가 23.0%로 높았으며, 중간그룹과 낮은그룹은 예가 각각 86.1%, 95.0%로 매우 높게 나타났다($\chi^2=14.041$, $p<.01$).

차단제구매 시 고려사항으로 높은 그룹과 낮은 그룹은 자외선차단지수(SPF/PA 지수)가 각각 39.8%, 70.0%로 가장 높았고, 중간그룹은 적절한 가격이 54.8%로 가장 높았다($\chi^2=211.239$, $p<.001$). 차단제의 구매 장소로 높은그룹과 낮은그룹은 TV홈쇼핑이나 인터넷쇼핑몰이 각각 38.1%, 51.0%로 가장 높았고, 중간그룹은 백화점매장이 54.8%로 가장 높았다($\chi^2=288.738$, $p<.001$).

5. 결론 및 제언

본 연구의 구체적인 결과는 다음과 같다.

첫째, 항노화관심도는 외모관심형, 자기중심형, 외모지향형, 건강지향형 4개의 요인으로 결정할 수 있었다. 연구대상자의 일반적 특성은 연령과 성별, 학력, 결혼상태, 직업, 햇빛 노출 시간, 월수입, 월평균 화장품 구입에 지출하는 비용에 따른 관련성이 있으므로 소비성향을 분석하는 상황적인 부분을 이해하는데 중요 변수로 사용될 수 있음을 알 수 있었다.

둘째, 항노화관심도에 따른 자외선과 차단지수인 지도의 차이는 자외선에 의한 피부주름 발생 인식, 적절한 자외선차단지수 지수의 차이는 일상생활의 적절한 SPF지수와 야외 레저용 SPF지수, 일상생활 PA지수, 야외 레저용 PA지수 모두 피부타입에 따른 차이가 있는 것으로 보아 관련성이 있어 향후 자외선차단제의 소비는 더욱 증가할 것으로 보여진다.

셋째, 항노화관심도에 따른 자외선차단제 소비성향, 사용실태와 구매행동의 차이에서 차단제 구매경험, 제품 선택이유, 지속적인 차단제 구매의향, 차단제 구매 시 고려사항, 차단제 구매장소도 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 차단제의 지속적인 구매로 이어지도록 하기 위해서는 소비자들의 관련된 욕구를 충족시키기 위한 체계적 마케팅 전략이 수립되어야 한다.

이상의 결과를 통해서 항노화는 학계, 의료계, 산업계 등에서 통일된 정의 없이 활용하면서 혼란이 가중되는 것도 사실이지만 세분화된 각 영역 중에서 기능성화장품, 항노화화장품분야에서 젊음과 아름다움을 가치 있게 추구하는 중산층과 일반대중의 관심에서 비롯되어 미래의 비즈니스키워드아이템으로 부상한 것임을 재확인 할 수 있었다. 이는 제품, 소비자, 마케팅 전반에 걸친 내용들로 관련업계의 유용한

정보가 될 것이라 사료된다.

본 연구는 연구대상이 서울과 경기지역으로 20-50대 남녀들로 한정되었다는 점이고, 이를 보완하기 위해 조사지역 및 조사대상을 전국으로 확대하여 연구가 이루어져야 할 것이며 점차 시장의 중요성이 부각되고 있는 실증분석 과정에서 성별과 연령, 제품의 다양화, 세분화 등이 요구되며 그 경계의 폭이 커짐은 추후 연구의 과제로 삼아 보완되고 다루어지길 기대하며, 소비주체가 여성 외에 남성으로 더욱 확대하여 성별과 연령이 항노화화장품소비성향을 분석하는데 중요한 변수임을 알아볼 필요가 있으며, 제품자료 활용과 보다 폭넓은 분석으로 연구의 영역을 확장시키고 다양한 분석으로 본 연구의 결과를 일반화시키고 활용할 수 있기를 바란다.

참고문헌

- 권혜진 (2011). 「피부 광노화 억제를 위한 UV 차단용 이산화티탄 나노구조 개발」, 숭실대학교 박사학위논문.
- 김미정 (2004). 「패션트렌드에 따른 토탈 메이크업 경향」, 한성대학교 석사학위논문.
- 김수정 (2006). 「얼굴매력의 변화추세 및 교차 문화적 특징」, 연세대학교 박사학위논문.
- 김상예 (2011). 「N세대남성뷰티소비성향연구」, 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 김승희 (2010). 「여대생의 자외선차단제 제형별 효과에 따른 피부변화연구」, 서경대학교 대학원석사학위논문.
- 김영희 (2009). 「피부 미백 및 주름개선에 미치는 들쭉 성분의 효능 및 작용기전」, 경희대학교 대학원박사학위논문.
- 김지원 (2010), 「자외선의 피부유해성에 대한 인식과 대처방안에 관한 연구」, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.
- 김희정 (2010). 「자외선 차단제품에 대한 인지도와 사용실태에 관한 연구」, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.
- 설현진 (2010). 「청소년의 외모에 대한 사회문화적 요인에 따른 외모만족도와 뷰티행동에 관한 연구」, 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 신은경 (2011). 「자외선에 대한 인지도 및 자외선 차단제품이용실태에 관한 성별, 연령별연구」, 중앙대학교 석사학위논문.
- 이애영 (2001). 「자외선차단화장품의 인체누적침포 시험에 관한 연구」, 을지의과대학교 피부과. 위탁연구, 식품의약품안전청보고서.
- 임도연 (2011) 「민들레 추출물을 이용한 Blemish Balm 제조 및 임상 적용」, 광주여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 조아란(2011). 「여대생의 기능성화장품사용실태 및 만족도에 관한 연구」, 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 김미영 (2011). 얼리안티에이징 확산현상에 따른 20대남녀의 뷰티소비성향조사. 『한국디자인트렌드학회지』,17(4).
- 표영희 · 한방울 · 송연화 · 장혜정 (2007). 비비크림의 현황 및 실태에 대한 조사. 『한국뷰티아트학회지』 5(1), 34-43.
- Dirk Roosterman, Tobias Goerge, Sterfan W. Schneider, Nigel W. Bunnett, and Martin Steinhoff. (2006). 「Neuronal Control of Skin Funtion : The Skin as a - - Neuroimmunoendocrine Organ」, Physiol Rev. 86. 1309.
- Photocarcinogenesis, Mutation Reserch, Elsevier, Paris, 1-14, 2005.
- Sylvie Verdier-Sevrain, Frederic Bonte .(2007). 「Skin hydration: a reviewon its molecular mechanis」, Journal of Cosmetic Dermatology, 6(2), 75-82.
- 식품의약품안전청(NFDA), 식품의약품안전평가원 (NIFDS)2010. 「피부노화현상과 피부노화예방법에 대한 안내서-나이를 잊은 젊고 건강한 피부」
- 식품의약품안전청(NFDA), (2012). 「자외선차단제 이렇게 사용하세요」 <http://www.kfda.go.kr>.
- 한국보건산업진흥원(KHID), 2011), 「화장품산업기술보고서」 <http://www.khidi.or.kr>.
- 머니투데이 (2012.07.22). 「썬크림 구매,사용, 이렇게 하세요」.패션/뷰티.www.mt.co.kr.
- 삼성경제연구소 SERI이슈페이퍼(2013)「새로운 성장동력으로 부상하는 안티에이징」 <http://www.seri.org>
- 인데일리(2013.3.25). 「안티에이징 기술 급성장 중, 이제는 이미 노화된 피부를 젊게 하는 것이 아니라 피부가 노화예방 치료가 대세」 <http://www.indaily.co.kr/>
- 한국경제매거진(2011.3.16). 「안티에이징 비즈니스 붐 고부가가치산업으로 뜬다」 <http://magazine.hankyung.com/>