

논문접수일 : 2013.06.21 심사일 : 2013.07.03 게재확정일 : 2013.07.23

비비크림트렌드의 변화 및 피부유형에 따른 비비크림인지도와 만족도 조사

BB Cream Trends Change and
BB Cream According to skin type Awareness and Satisfaction Survery

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. 국내기능성화장품현황
- 2.2. 비비크림
- 2.3. 메이크업트렌드
- 2.4. 비비크림의 베이스메이크업트렌드특징

3. 연구방법 및 절차

- 3.1. 연구대상
- 3.2. 측정도구
- 3.3. 자료분석

4. 결과 및 논의

- 4.1. 연구대상자의 일반적 특성과 피부유형
- 4.2. 일반적 특성에 따른 피부유형차이
- 4.3. 피부유형에 따른 비비크림인지도차이
- 4.4. 피부유형에 따른 비비크림만족도차이

5. 결론 및 제언

참고문헌

논문요약

최근 비비크림의 트렌드가 재생, 보호, 진정에서 벗어나 다양함으로 각광받으며 내추럴, 글로시, 쉬머, 매트함의 표현으로 유행을 선도하는 신자연주의 트렌드현상이 나타나고 있다. 비비크림은 블래미시 밤(Blemish Balm)이라고 해서 동안과 썬얼 메이크업이 화두가 되면서 피부색 보정, 자외선차단 등 다양한 기능이 합쳐지면서 점차 보편화되었다.

본 연구의 목적은 병원에서만 사용되던 블래미시 밤의 기능 즉, 예민해진 피부를 진정시키고 붉어진 피부를 커버하던 비비크림이 내추럴 메이크업의 다양성과 트렌드에 맞추어 변화하는 흐름을 알아보고 이에 따른 일반적 특성에 따른 피부유형, 피부유형에 따른 비비크림의 인지도와 만족도차이를 살펴보고 본 연구를 바탕으로 효율적인 신제품개발방향제시와 기초 자료와 연구에 도움을 주고자 한다.

연구방법은 연구대상자의 일반적 특성을 알아보고 일반적 특성에 따른 피부유형의 차이, 피부유형에 따른 비비크림인지도와 만족도차이에 관하여 분석하기 위해 자료 수집은 문헌연구와 통계 자료, 선행논문과 기타자료를 이용하여 서울 및 경기지역에 거주하는 20-50대 성인을 대상으로 선정하여 조사기

간은 2012년 10월13일부터 30일까지 설문지법을 사용하였다. 유의수준 5%에서 검증하였으며, 통계처리 SPSSWIN 18.0 프로그램을 사용하였다.

연구결과를 요약 하면 다음과 같다.

본 연구에서는 자연스런 피부표현들을 유행시키며 비비크림의 트렌드가 재생, 보호, 진정에서 벗어나 다양함으로 각광받으며 내추럴, 글로시, 쉬머, 매트함의 표현으로 유행을 선도하는 신자연주의 트렌드현상이 나타나고 있다.

일반적 특성에 따른 피부유형 차이에서 연령과 성별, 학력, 결혼상태, 직업, 햇빛 노출 시간, 월수입, 월평균 화장품 구입에 지출하는 비용에 따른 피부유형의 차이는 모두 유의미한 것으로 연령이 20대는 건성·민감성이 44.3%로 가장 높고, 비비크림의 인지도는 중복합성(M=4.10), 지성(M=3.94), 건성·민감성(M=3.82) 순서로 비비크림에 대한 인지도가 높은 것으로 나타났고, 비비크림 사용목적으로 지성은 자외선차단, 메이크업베이스, 커버기능이 한 번에 해결되는 간편함이 46.9% 높게 나타났으며, 중복합성과 건성·민감성은 자외선차단, 메이크업베이스, 커버기능이 한 번에 해결되는 간편함이 각각 79.5%, 66.7%로 높게 나타났다($\chi^2=43.691$, $p<.001$). 비비크림의 만족기능으로 지성과 건성·민감성은 자연스런 발색력과 피부톤 보정이 각각 43.4%, 73.0%로 가장 높았다. 이상의 결과에서 피부유형에 따라 비비크림의 인지도와 만족도차이는 영향을 주며 이에 따른 베이스메이크업의 다양한 효과와 방법제안에 반영될 수 있다.

주제어

메이크업트렌드, 비비크림, 인지도와 만족도

Abstract

Because of be said to is being the Blemish Balm, the BB cream was the product which is made in order to calm down and protect the skin receiving impetus on after the skin surgical operation including the peeling or filling, and etc. However, while the various function including the complexion correction, anti-ultraviolet, and etc. was merged since the face and spirit makeup which it seems to be young became the topic, it was gradually generalized.

In many consumption and new product in floods, since the cause for the skin trouble is expected due to the information delivery which is wrong that BBcream is

the actual condition without the formal standard classified in the classification of the cosmetics and the consumer as to this, chooses the exact choice, the necessity to the object of this research checks the BB cream is raised. The skin recognition according to this tries to be helpful to the cosmetics development direction guidance efficient, basic data and research based on the research that it looks into the recognition of the BB cream according to the makeup concern degree and makeup concern degree and BB cream propensity to consume.

The method of study looks into the demographic characteristic of the research subject and analyze about the BBcream consumption characteristic whether it is the makeup concern degree and BB cream according to the makeup concern degree whether it is the skin or not or not.

Directly the researcher collected. And collected analysis of data were verified in the significance level 5%. And by using the statistic processing SPSSWIN 18.0 program, they analyze.

In the result described in the above, the concern degree of the makeup has an effect on the consumption characteristic of the BB cream, that is, the reality of usage and purchasing behavior and can be reflected in the various effect of the makeup according to this and method suggestions.

Key Words

Make-up Trend, BB Cream, Awareness Satisfaction

1. 서론

1.1. 연구의 목적 및 필요성

시대를 이끌어가는 유행과 기준은 계속 변화하고 있으며, 자연스러운 메이크업과 동안메이크업이 트렌드가 되면서 출시된 제품이 비비크림이다. 병원에 서만 사용되던 비비크림, 즉 블래미시 밤(Blemish Balm)은 예민해진 피부를 진정시키고 붉어진 피부를 커버해 자극으로부터 피부를 보호하고 피부재생, 모공축소 등의 효과를 지닌 피부보호용 연고로 사용되던 제품이다. 현재 비비크림은 분류되는 정식기준이 없는 실정에서 낱알이 피부 보정력, 커버기능, 자외선차단기능, 미백, 주름개선 등의 기능을 갖춘 다기

능비비크림이 출시됨에 따라 소비자가 정확한 선택을 할 수 있도록 이에 대해 점검해볼 필요성이 제기되어 진다.

비비크림에 대한 선행연구로는 송미경(2011), 임도연(2011), 유지혜(2010), 박향이(2010), 전명옥(2010), 구승희(2009)의 연구가 있고, 동안메이크업과 뷰티에 관한 연구로는 김남희(2011), 방기정(2007), 백세운(2008), 서원숙(2006)의 연구가 있고, 동안이미지연구는 김수정(2004)의 연구가 있지만 비비크림의 트렌드변화 및 피부유형에 따른 비비크림인지도와 만족도연구는 다루어지지 않았다.

따라서 본 연구에서는 다기능적이고 베이스메이크업 효과까지 가지고 있는 비비크림트렌드변화 및 인지도와 만족도를 살펴보고 본 연구를 바탕으로 새로운 화장품개발방향제시와 기초자료활용에 도움을 주고자 한다.

1.2. 연구문제

본 연구는 비비크림의 트렌드변화 및 피부유형에 따른 비비크림의 인지도와 만족도에 관한 조사로 일반적 특성에 따른 피부유형차이, 피부유형에 따른 비비크림인지도와 만족도차이에 관하여 문헌연구와 통계 자료, 선행논문과 기타자료를 이용하여 조사 및 분석을 하였다.

본 연구의 구체적인 연구 문제는 다음과 같다.

첫째, 연구대상자의 일반적 특성을 알아본다.

둘째, 연구대상자의 일반적 특성에 따른 피부유형 차이를 알아본다.

셋째, 피부유형에 따른 비비크림의 인지도와 만족도차이를 알아본다.

2. 이론적 배경

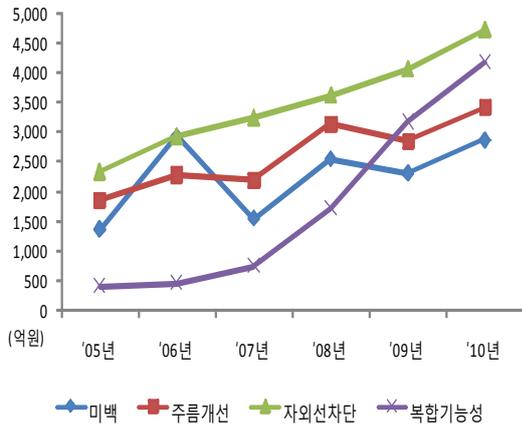
2.1. 국내 기능성화장품의 현황

2011년에 발표된 화장품산업기술보고서에 의하면 우리나라의 화장품 시장규모는 44억 달러로 세계시장 14위에 있으며, 전체 화장품시장 규모의 1.8%를 차지하고 있다. 화장품의 효능은 피부보습 효과, 피부유연 효과, 피부세정이며, 2000년대 기능성 화장품법을 바탕으로 식약청의 승인을 받아야 하는 기능성 화장품의 정의는 단순 미화 등의 기초화장에서 벗어나 피부미백과 주름개선 및 완화에 도움을 주며, 자외선으로부터 피부보호를 해주는 자외선 차단기능이

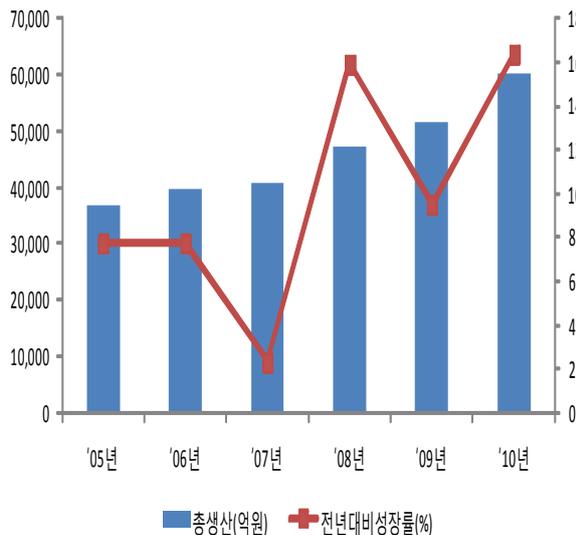
있는 제품을 말한다.

대한화장품협회의 발표에 따르면, 스킨, 로션에 국한되어 있던 제품군도 에센스와 화이트닝, 자외선 차단제는 물론이고, 비비크림, 메이크업 제품과 마스크 팩 등 다양한 영역으로 확대되면서 성장을 이끌 것으로 예상돼, 전체적으로 호황을 누릴 것으로 보여진다. 이 같은 성장세는 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 벌이며, 효과 및 효능이 뛰어난 기능성화장품이 요구되고, 업체는 소비자의 다양한 요구에 따른 고기능, 다기능을 갖춘 새로운 상품을 출시하는데 주력하고 있다.

국내연도별 기능성화장품, 화장품생산실적은 [그림 1], [그림 2]와 같다.



[그림 1] 연도별 기능성화장품 생산실적



[그림 2] 연도별 국내 화장품 생산실적

2.2. 비비크림

유지혜(2010)연구에 의하면 블레미쉬 밤 즉, 비비크림은 피부의 흠을 진정시키는 용도이며 독일의 한 코스메틱 회사가 블레미시(Blemish:흠)와, 밤(Balm:연고)이라는 이름으로 1960년대 출시한 것이 비비크림 시초이며, 1970년대부터 독일과견간호사들에 의해 국내 소개되어 정식수입 된 것은 1983년이다. 비비크림은 원래 피부과크림으로 알려졌던 것으로 진정용 성분이 주효능으로, 박피 후 자외선 차단과 피부진정효과를 위해 피부과에서 사용하고, 박피한 사람은 일반 메이크업을 할 수가 없기 때문에 약간의 색소를 첨가하여 화운데이션효과를 내도록 고안된 것으로 식품의약품안전청에선 현재 분류기준이 없으며, 주로 베이스메이크업, 색조화장품으로 신고되거나 최근 시중의 비비크림 중 기능성 제품이라고 불리우는 것들은 자외선 차단제 성분, 미백성분함유로 기능성을 인증 받아 제품출시를 하게 되는 경우가 많다. 즉, 피부과 시술 뒤 손상된 피부의 재생과 보습, 영양공급을 목적으로 사용하는 크림으로 만들어져 박피 후에 피부가 외부환경에 매우 민감한 상태로 노출 되어 있어 특별한 관리 프로그램을 유지해야 박피 후에도 깨끗해진 피부를 유지할 수 있으며, 보습제거가 매우 중요하다 할 수 있다. 따라서 박피 후 약해진 피부의 강한 보습과 예민해진 피부를 진정시키고 붉어진 피부를 커버하고 자외선으로 부터의 보호기능과 메이크업의 효과를 볼 수 있는 더욱 특수한 형태의 제품이 바로 비비크림이다.

구승희(2009)연구에 의하면, 원리는 수분과 영양성분은 기술을 통해 효과적으로 피부 속으로 스며들게 하고 피부위에 높은 막을 형성해 손상된 피부와 홍반, 결점을 가리고 자연스러운 피부를 연출 한다. 최근 가볍게 밀착되는 미세입자의 함유로 불규칙한 피부 톤을 균일 하게 관리해 더욱 매끄러운 피부표현이 가능하고, 깨끗하고 균일한 피부를 표현하려면 차단제를 바르고 비비크림을 후에 바르고 피부재생과 보호를 위해서는 비비크림을 바른 후 차단제를 위에 바르는 것이 낫다. 비비크림의 효과로는 박피 후에 손상된 피부를 보호하기 위해 만들어진 제품으로 피부에 자극을 주지 않으면서 각질을 제거하고 피부재생작용을 하기도 한다. 피부 톤을 균일하게 하고 피부보정효과가 있어 피부의 결을 가볍고 매끄럽게 정돈해 주고 피부결점을 커버해준다. 비비크림은 피부를 직접적으로 재생시키는 능력은 없고 재생을 도와주는 보호의 기능만 있다고 볼 수 있으며, 보통은 기본적인 자외선 차단기능은 있지만 차단제

를 바깥활동이 많은 날은 따로 바르는 것이 효과적이다.

2.3. 메이크업트렌드

방기정(2007)에 의하면, 최근 중요시 되고 있는 베이스 메이크업은 메이크업의 본질이라 할 수 있고, 베이스 메이크업의 중요한 역할은 표면을 매끈하고 균일하게 정돈해 자연스럽고 부드러운 윤기를 부여하고 피부보정기능은 파운데이션, 블래미쉬 밤, 프라이머 컨실러, 파우더인데 베이스 메이크업의 시작은 피부유형분석, 메이크업기술 전 피부유형에 따른 스킨케어로 피부를 최적화, 피부유형에 맞는 메이크업베이스선택과 톤에 어울리는 파운데이션, 비비, 컨실러를 선정하고 얼굴의 음영을 조절해주는 하이라이터와 로우라이터를 사용 후 파우더로 마무리함을 말한다.

김미정(2004)에 의하면, 대중문화의 확대로 현대인들은 다양한 대중매체를 접하며 살고 있으며, 대부분의 여가시간을 대중문화를 수용하는데 소비하므로 대중문화는 일상의 문화가 되었다. 이처럼 정보화시대의 대중문화의 확대로 소비자들이 패션 트렌드 및 정보를 빠르고 쉽게 접할 수 있게 됨에 따라, 유행을 만들고 이를 빠르게 확산하였으며 미의 일반화와 대중화를 이끄는 데 지대한 영향을 주었다. 트렌드란 과거, 현재, 미래라는 세 가지 시체가 복합적으로 포함되어 있고, 이는 세상에서 존재하지 않던 것이 어느날 갑자기 나타나는 것이 아니라 늘 우리 주위에 있는 것 중에서 사회적인 문화적 흐름이나 소비자의 욕구와 잘 맞아 떨어져서 주목을 받게 되는 경우가 많다. 뷰티트렌드는 의상, 헤어스타일, 메이크업과 액세서리 경향 혹은 다음시즌의 토털 뷰티 경향이라 정의할 수 있다.

2.4. 비비크림의 베이스메이크업트렌드특징

백세운(2008)연구에 의하면 이상적 베이스 메이크업의 중요한 역할은 표면을 매끈하고 균일하게 정돈해 얼굴에서 자연스럽게 부드러운 윤기를 만드는 것이다. 비비크림, 즉 뷰티 베이스케어라고 일컬어지는 이것은, 'BB'라는 신조어를 탄생시키며 신경 쓰지 않은 듯이 보이는 모습의 자연스런 피부표현들을 유행시켰다. 비비크림의 트렌드가 재생, 보호, 진정에서 벗어나 다양함으로 각광받으며 내추럴, 글로시, 쉬머, 매트함의 표현으로 유행을 선도하는 신자연주의 트렌드현상이 나타나고 있다.

이에 따른 [표 1] 과 [표 2]는 다음과 같다.

이 표현들은 내추럴 메이크업에 따라 트렌드에 맞

추어 변화하는 흐름을 효과적으로 표현 한 것이다.

질감의 종류	질감에 따른 표현
물이 주는 투명질감	촉촉함
기름이 주는 윤기질감	관능, 섹시미의 여성스러운 이미지
분을 이용한 광택질감	화사함
하드매트 소프트매트	이중터치

[표 1] 베이스 메이크업 질감에 따른 분류

질감의 종류	질감에 따른 표현
글로시	촉촉함
실키	기름이 주는 윤기와 광택
매트	유분기 없음
투미네스스	촉촉한 피부, 빛 반사
쉬머	필 효과, 광택감과 화려한 피부

[표 2] 트렌드 메이크업 질감에 따른 분류

3. 연구 방법 및 절차

3.1. 연구대상 및 자료수집

본 연구는 피부유형에 따른 비비크림인지도와 사용만족도 분석을 위해 서울 및 인천, 경기지역에 거주하는 남녀를 대상으로 2012년 10월13일부터 10월 30일까지 불충분한 설문지 17부를 제외하고 남성 54명, 여성 274명, 총 328명으로 설문지법으로 자료를 수집하여 분석에 이용 하였다.

3.2. 측정도구

본 연구를 위한 설문문항으로 선행연구에서 사용된 문항들을 기초로 연구자가 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하였으며, 총24문항으로 구성하였다.

설문은 김상예(2011)연구에서 인구통계학적 질문 9문항과 피부유형 3문항, 구승연(2009)연구에서 비비크림인지도 3문항, 만족도 9문항을 구성하여 5점 리커트 척도와 명목척도를 사용하였다.

3.2.1. 피부유형

피부유형이란 피부인지도, 즉 자신의 피부에 대해 인식하고 있는 정도를 말하며, 지성, 중·복합성, 건성·민감성으로 분류하여 살펴보고, 김상예(2011) 연구에서 피부유형3문항으로 구성하고, 명목척도를 사용하였다.

3.2.2. 비비크림인지도와 만족도

비비크림인지도란 사용하거나 알고 있는 비비크림의 인식에 관한 정도와 비비크림기능에 관한 만족 정도를 말하며, 구승연(2009)연구에서 비비크림인지도 3문항, 만족도 9문항을 구성하여 5점 리커트 척도와 명목척도를 사용하였다.

3.3. 자료분석

본 연구를 수행하는데 있어서 실증분석은 모두 유의수준 5%에서 검증하였으며, 통계처리는 SPSS WIN 18.0 프로그램을 사용하였다.

1. 연구대상자의 일반적 특성과 일반적 특성에 따른 피부유형, 비비크림인지도를 알아보기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

2. 피부유형에 따른 비비크림인지도와 사용만족도 차이를 알아보기 위하여 카이스 케어 검정(χ^2)과 일원변량분석(one-way ANOVA)을 실시, Scheffe의 다중범위검정(Scheffe's multiple range test)을 통하여 p<.05에서 유의미한 차이를 검정하였다.

4. 결과 및 논의

4.1. 연구대상자의 일반적 특성과 피부유형

연구대상자의 일반적 특성을 살펴본 결과는 [표 3]과 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-15만원 미만 75.0%, 5만원이상-10만원 미만 18.6%로 나타났다.

		빈도(N) 퍼센트(%)	
연령	20대	149	45.4
	30대	130	39.6
	40대	33	10.1
	50대이상	16	4.9
성별	남	54	16.5
	여	274	83.5
학력	고졸이하	26	7.9
	전문대 졸	182	55.5
	대졸(재학 생포함)	79	24.1
	대학원 졸 함 (재학생 포)	41	12.5
결혼여부	미혼	161	49.1
	기혼	124	37.8
	기타	43	13.1
직업	학생	7	2.1
	기술,사무 직	196	59.8
	경영,관리	85	25.9
	판매,서비스	12	3.7
	자영업	20	6.1
	전문직	8	2.4
노출시간	1일 1시간 미만	34	10.4
	1일 1시간 -3시간정도	219	66.8
	1일 3시간 -5시간정도	21	6.4
	1일 5시간 이상	54	16.5
월수입	100만원이 원미만 상-200만	186	56.7
	200만원이 원 미만 상- 300만	99	30.2
	300만원 이상	43	13.1
화장품 구입에 지출하 는 비용	5만원이상 -10만원 미 만	61	18.6
	10만원이 상- 15만원 미만	246	75.0
	15만원이 상- 20만원 미만	4	1.2
	20만원이 상	17	5.2
전체		328	100.0

[표 3] 연구대상자의 일반적 특성

4.1.1 연구대상자의 일반적 특성에 따른 피부유형

연구대상자의 일반적 특성에 따른 피부유형의 차이를 살펴본 결과는 [표 4]와 같다.

		피부유형						전체	χ^2 (p)	
		지성		중복합성		건성·민감성				
		N	%	N	%	N	%			
연령	20대	52	34.9	31	20.8	66	44.3	149	100.0	35.711 ***
	30대	40	30.8	65	50.0	25	19.2	130	100.0	
	40대 이상	21	42.9	19	38.8	9	18.4	49	100.0	
성별	남	51	94.4	0	0	3	5.6	54	100.0	103.377 ***
	여	62	22.9	115	42.0	97	35.4	274	100.0	
학력	전문대졸 이하	68	32.7	83	39.9	57	27.4	208	100.0	6.087 (.048)
	대졸 이상	45	37.9	32	26.7	43	35.8	120	100.0	
결혼상태	미혼	45	28.6	62	38.5	54	33.5	161	100.0	125.169 ***
	기혼	68	54.8	10	8.1	46	37.1	124	100.0	
	기타	0	0	43	100	0	0	43	100.0	
직업	기술·사무직	88	44.9	33	16.8	75	38.3	196	100.0	97.302 ***
	경영·관리	3	3.5	62	72.9	20	23.5	85	100.0	
	기타	22	46.8	20	42.6	5	10.6	47	100.0	
노출시간	1일 1시간 미만	24	70.8	8	23.5	2	5.9	34	100.0	71.129 ***
	1일 1시간-3시간 정도	66	30.1	59	26.9	94	42.9	219	100.0	
	1일 3시간 이상	23	30.7	48	64.0	4	5.3	75	100.0	
월수입	200만원 미만	51	27.4	76	40.9	59	31.7	186	100.0	10.502** (.005)
	200만원 이상	62	43.7	39	27.5	41	28.9	142	100.0	
화장품 비용	10만원 미만	20	32.8	36	59.0	5	8.2	61	100.0	24.539 ***
	10만원 이상	93	34.8	79	29.6	95	35.6	267	100.0	
전체		113	34.9	115	35.1	100	30.5	328	100.0	

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

[표 4] 일반적 특성에 따른 피부유형의 차이

연령과 성별, 학력, 결혼상태, 직업, 햇빛 노출 시간, 월수입, 월평균 화장품 구입에 지출하는 비용에 따른 피부유형의 차이는 모두 유의미하였다.

연령이 20대는 건성·민감성이 44.3%로 가장 높았고, 30대는 중복합성이 50.0%, 40대 이상은 지성이 42.9%로 가장 높았다($\chi^2=35.711$, $p<.001$). 성별이 남성은 지성이 94.4%로 대부분이었으며, 여성은 중복합성이 42.0%, 건성·민감성이 35.4%이었다($\chi^2=103.377$, $p<.001$). 학력이 전문대졸 이하는 중복합성

이 39.9%, 대졸 이상은 지성이 37.5%로 높았고($\chi^2=6.087$, $p<.05$), 결혼상태가 미혼과 기타는 중복합성이 각각 38.5%, 100.0%로 높았으며, 기혼은 지성이 54.8%로 높았다($\chi^2=125.169$, $p<.001$). 직업이 기술, 사무직과 기타직업은 지성이 각각 44.9%, 46.8%로 높았고, 경영, 관리직은 중복합성이 72.9%로 매우 높게 나타났다($\chi^2=97.302$, $p<.001$). 햇빛 노출 시간이 1일 1시간 미만은 지성이 70.6%, 1일 1시간-3시간 정도는 건성·민감성이 42.9%, 1일 3시간 이상은 중복합성이 64.0%로 가장 높았다($\chi^2=71.129$, $p<.001$). 월수입이 200만원미만은 중복합성이 40.9%로 가장 높았고, 200만원 이상은 지성이 43.7%로 가장 높았으며($\chi^2=10.502$, $p<.01$), 월평균 화장품 구입에 지출하는 비용이 10만원 미만은 중복합성이 59.0%, 10만원 이상은 건성·민감성이 35.6%로 가장 높게 나타났다($\chi^2=24.539$, $p<.001$).

4.2. 피부유형에 따른 비비크림인지도차이

피부유형에 따른 비비크림의 인지도차이를 살펴본 결과는 [표 5]와 같다.

비비크림인지도의 차이는 중복합성(M=4.10), 지성(M=3.94), 건성·민감성(M=3.82) 순서로 비비크림에 대한 인지도가 높은 것으로 나타났으나, 유의수준 5%에서 유의미하지 않았다.

피부유형						F	p
지성 (N=113)	중복합성 (N=115)	건성·민감성 (N=100)					
M	SD	M	SD	M	SD		

비비크림 인지도 3.94 .69 4.10 1.19 3.82 .93 2.404 .092

[표 5] 피부유형에 따른 비비크림 인지도의 차이

4.3. 피부유형에 따른 비비크림만족도차이

피부유형에 따른 비비크림의 만족도차이를 살펴본 결과는 [표 6]과 같다.

비비크림을 사용하면서 사용이 감소하게 된 화장품과 비비크림사용목적, 비비크림만족기능, 비비크림불만족기능은 피부유형에 따른 차이가 모두 유의미하였다. 사용이 감소하게 된 화장품으로 지성은 썬크림(차단제)가 58.4%, 화운데이션이 21.2% 순이었으며, 중복합성은 썬크림(차단제)가 93.9%로 매우 높았

	피부유형	전체						χ^2 (p)		
		지성		중복합성		건성·민감성				
		N	%	N	%	N	%			
비비 사용 으로 인한 사용 감소 화장 품	영양크림	3	2.7	2	1.7	1	1.0	6	1.8	55.826 *** (.000)
	썬크림(차단제)	66	58.4	108	93.9	61	61.0	235	71.6	
사용 목적	메이크업베이스	19	16.8	3	2.6	9	9.0	31	9.5	43.691 *** (.000)
	화운데이션	24	21.2	1	.9	23	23.0	48	14.6	
기능 만족	팩트	1	.9	1	.9	6	6.0	8	2.4	337.555 *** (.000)
	두껍고 답답한 메이크업이 싫어서	33	29.2	13	11.6	5	5.1	51	15.7	
기능 불만 족	자연스런 메이크업을 하기위해서	27	23.9	9	8.0	27	27.3	63	19.4	74.221 *** (.000)
	자외선차단, 메이크업베 이스, 커버기능이 한번에 해결되는 간편함	53	46.9	89	79.5	66	66.7	208	64.2	
기능 만족	천연성분이 많이 들어 있다고 하므로	0	.0	1	.9	1	1.0	2	.6	337.555 *** (.000)
	자연스런 발색력과 피부톤 보정	49	43.4	1	.9	73	73.0	123	37.5	
기능 만족	피부결점커 버	17	15.0	0	.0	0	.0	17	5.2	74.221 *** (.000)
	매끄러운 퍼짐성	42	37.2	3	2.6	5	5.0	50	15.2	
기능 불만 족	밀착력	2	1.8	94	81.7	2	2.0	98	29.9	74.221 *** (.000)
	피지와 땀을 흡수하고 번들거림을 잡아주는 장점	3	2.7	17	14.8	19	19.0	39	11.9	
기능 불만 족	장시간 지속성	0	.0	0	.0	1	1.0	1	.3	74.221 *** (.000)
	피부결점커 버	51	45.1	14	12.2	31	31.0	96	29.3	
기능 불만 족	매끄러운 퍼짐성	13	11.5	0	.0	1	1.0	14	4.3	74.221 *** (.000)
	밀착력	20	17.7	27	23.5	26	26.0	73	22.3	
기능 불만 족	피지와 땀을 흡수하고 번들거림을 잡아주는 장점	17	15.0	24	20.9	24	24.0	65	19.8	74.221 *** (.000)
	장시간 지속성	12	10.6	50	43.5	18	18.0	80	24.4	
전체		113	100.0	115	100.0	100	100.0	328	100.0	

*** p<.001

[표 5] 피부유형에 따른 비비크림사용만족도차이

고, 건성·민감성은 썬크림(차단제)가 61.0%, 화운데이션이 23.0% 순으로 높게 나타났다($\chi^2=55.826$,

p<.001).

비비크림사용목적으로 지성은 자외선차단, 메이크업베이스, 커버기능이 한 번에 해결되는 간편함이 46.9%, 두껍고 답답한 메이크업이 싫어서가 29.2%, 자연스런 메이크업을 하기위해서가 23.9%로 높게 나타났으며, 중복합성과 건성·민감성은 자외선차단, 메이크업베이스, 커버기능이 한 번에 해결되는 간편함이 각각 79.5%, 66.7%로 높게 나타났다($\chi^2=43.691$, p<.001). 비비크림만족기능으로 지성과 건성·민감성은 자연스런 발색력과 피부 톤 보정이 각각 43.4%, 73.0%로 가장 높았고, 중복합성은 밀착력이 81.7%로 가장 높았다($\chi^2=337.555$, p<.001). 비비크림불만족기능으로 지성, 건성·민감성은 피부결점커버로 각각 45.1%, 31.0%로 가장 높았고, 중복합성은 장시간 지속성이 43.5%로 가장 높았다($\chi^2=74.221$, p<.001).

5. 결론 및 제언

본 연구에서는 블래미쉬 밤, 즉 비비크림 또는 뷰티베이스케어라고 일컬어지는 BB'라는 신조어를 탄생시키며 신경 쓰지 않은 듯한 모습의 자연스런 피부표현들을 유행시키며 비비크림의 트렌드가 재생, 보호, 진정에서 벗어나 다양함으로 각광받으며 내추럴, 글로시, 쉬머, 매트함의 표현으로 유행을 선도하는 신자연주의 트렌드현상이 나타나고 있다.

일반적 특성에 따른 피부유형의 차이에서 연령과 성별, 학력, 결혼상태, 직업, 햇빛 노출 시간, 월수입, 월평균 화장품 구입에 지출하는 비용에 따른 피부유형의 차이는 모두 유의미한 것으로 관련성이 있으므로 상황적인 부분을 이해하는데 중요 변수로 사용될 수 있음을 알 수 있었다.

비비크림의 인지도는 중복합성, 지성, 건성·민감성순서로 높은 것으로 나타났고, 비비크림 사용목적으로 지성은 자외선차단, 메이크업베이스, 커버기능이 한 번에 해결되는 간편함이 높게 나타났으며, 중복합성과 건성·민감성은 자외선차단, 메이크업베이스, 커버기능이 한 번에 해결되는 간편함이 각각 높게 나타났고, 비비크림만족기능으로 지성과 건성·민감성은 자연스런 발색력과 피부 톤 보정 순으로 나타난 것으로 보아 향후 비비크림의 트렌드변화는 더욱 다양화 될 것이며 다기능과 고기능적인 제품들이 출시되고 소비는 더욱 증가할 것으로 보여진다.

각 피부유형별로 쉽게 선택되어질 수 있도록 자외선차단기능과 커버기능이 더욱 보장되어야 할 것이며 피부유형에 따라 비비크림의 인지도와 사용만족도차이는 영향을 주며 이에 따른 베이스메이크업의

다양한 효과와 방법제안에 반영될 수 있다.

국내비비크림시장이 더욱 성장하는 단계에서 소비자가 추구하는 욕구를 파악하고 맞춰가는 연구가 지속적으로 이루어져야 할 부분이며, 이를 통한 소비층이 국내뿐 아니라 중국, 일본, 미국, 유럽, 등 선진국을 중심으로 소비자의 수요가 증대됨에 따라 국내에서 비롯되어진 비비크림의 다양화가 더욱 많은 연구와 제품화로 이어져 다기능성과 고기능적이고 고객지향적인 신제품 개발과 세분화된 판매 전략이 필요하다고 생각한다.

본 연구의 제언으로 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 측정된 개별 요인들의 경우 설명력이나 신뢰도, 타당성 등은 높게 나타났으나 더 나은 개별요인들을 개발하기 위한 후속 연구가 이루어져야 할 것이며, 본 연구와의 차이를 알아 볼 필요가 있으며 제품을 위한 자료 활용과 폭넓은 분석으로 연구의 영역을 확대시키고 다양한 분석으로 본 연구의 결과를 보다 일반화시키고 잘 활용할 수 있기를 기대한다.

참고문헌

- 박정현, 전미란 (2010). 『에스테틱 스킨 뷰티바이블』. 서울 : 고려원북스.
- 권혜진 (2011). 「피부 광노화 억제를 위한 UV 차단용 이산화티탄 나노구조 개발」, 숭실대학교 박사학위논문.
- 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.
- 박영은, 진정화 (2010). 비비크림의 사용현황조사. 『대한피부미용학회지』, 8(1), 63-73.
- 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 인체누적접촉 시험에 관한 연구」. 을지의과대학교 피부과. 위탁 연구, 식품의약품안전청보고서.
- 임도연 (2011) 「민들레 추출물을 이용한 Blemish Balm 제조 및 임상 적용」, 광주여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 식품의약품안전청(NFDA) (2010). 식품의약품안전평가원(NIFDS). 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>.
- 썬크림 구매, 사용, 이렇게 하세요. (2012.07.22.). 「머니투데이」, 패션/뷰티. www.mt.co.kr.
- 김산 피부과전문의 (2012.07.04.). 여드름 악화시키는 자외선차단제. 성분확인!. 「헬스조선」, 헬스뉴스/피부과 hnews@chosun.com.