

창원·마산지역 대학생의 기능성화장품에 대한 인지도 조사

The Study on the Awareness of Functional Cosmetics in Changwon-Masan City

(Byung-Kwan, Kim)

김 병 관* · 한 중 대

창원대학교 공과대학 화공시스템공학과

(* : 화공시스템공학과 겸 화장품학 연계전공 책임교수)

‡ 주 저자(email : bkkim@sarim.changwon.ac.kr)

요약

2000년 7월 1일 화장품법이 기존의 약사법에서 분리·제정된 후, 기능성화장품에 대한 조사연구의 필요성이 요구되었다. 본 연구는 “당신의 성별은 무엇입니까” 등 인적사항에 관한 설문4문항과 “화장품 법률에 관해 어느 정도 알고 있는가?” 등 기능성 화장품의 인지도에 관한 16개 문항으로 구성된 설문으로, 창원·마산지역의 창원대학교와 경남대학교 소속 학생 700명(대학 각각 350명)을 대상으로, 1:1배부 및 즉시 회수를 통하여 기능성화장품에 대한 인지도 조사를 시행하였다. 당 지역 대학생들의 각 설문에 대한 의견을 분석한 결과, 기능성화장품과 관련된 사항에 상당 부분의 지식과 정보를 갖고 있었으며, 자신들의 분명한 입장을 고수하고 있음을 알 수 있었다. 그러나, 두 대학간의 의견 특성은 크게 차이가 나지 않았다.

1. 서론

과학기술의 발달과 더불어 화장품산업 역시 이에 편승하여 기술고도화가 이루어졌으며, 아름다워지고 싶어하는 소비자 욕구 또한 다양한 형태로 분출되고 있는 것이 오늘날의 현실이다. 이러한 상황에서 기존의 화장품의 정의에서 보다 확대된 개념의 화장품 정의가 필요하며, 이러한 배경이 “화장품법”을 탄생시켰다고 볼 수 있다.

화장품법은 2000년 7월 1일 기존의 약사법에서 분리·제정되었다. 이러한 법제적 뒷받침은 기존의 화장품의 정의, 즉 “인체를 청결 또는 미화하고, 피부 또는 모발을 건강하게 유지하기 위한

물품”이라는 기존의 정의에서, “기능성화장품”¹⁾이라는 새로운 개념이 요청되게 되었다.

화장품법에서의 “기능성화장품”은 ①피부의 미백에 도움을 주는 제품, ②피부주름개선에 도움을 주는 제품, ③피부를 곱게 태워주거나 자외선으로부터 피부를 보호하는데 도움을 주는 제품이라는 3영역으로 정의하고 있다.

이러한 화장품 분야의 독립법 및 기능성화장품의 법적 규정은 세계 어느 나라에서도 찾아볼 수 없는 상황 아래, 화장품법이 시행된지 거의 2년이 다가오고 있으며, 기능성화장품으로 승인된 제품도 거의 400여종에 이르는 현실에도 불구하고, 화장품법이 완전히 정착되었다고는 볼 수 없는 상황이다.

이러한 배경 하에서, 기능성화장품에 대한 인지도 조사는 대단히 시의 적절한 과제라 볼 수 있으며, 본 연구팀은 창원·마산지역의 창원대학교와 경남대학교 소속 학생 700명(양쪽 대학 각각 350명)을 대상으로 기능성화장품에 대한 인지도 조사를 시행하였다.

2. 설문 대상 및 방법

본 연구는 창원·마산지역의 창원대학교와 경남대학교 소속 학생 700명(대학 각각 350명)을 대상으로, 1:1배부 및 즉시 회수를 통하여 기능성화장품에 대한 인지도 조사를 시행하였다.

설문은 21문항(표1 참조)으로 구성되어 있으며, 인적사항에 관련된 4개 문항과 기능성 화장품의 인지도에 관한 16개 문항으로 구성되어 있다. 실시 일시는 2001년 9월-10월의 2달을 설문조사 기간으로 하였으며, 데이터를 정리하였다.

창원과 마산은 행정상으로는 독립 단위시(單位市)이나, 두 도시는 서로 접해 있으며, 일상생활 면을 고려하면, 하나의 도시로 볼 수 있다. 설문자들이 소속하는 창원대학교는 국립이며, 경남대학교는 사립으로 등록금 차이가 약2배 가량이다.

3. 결과 및 고찰

설문 조사 대상자를 분석해 보면, 창원대의 경우 남학생이 105명, 여학생이 245명이었으며, 경남대는 남학생 91명, 여학생 259명이었고, 두 대학 전체로 여학생이 72%를 차지하였다(그림1 참조). 대상자의 연령은 학생인 관계로 전체의 71%가 19 ~ 22세 사이였다.

기능성 화장품의 인지도에 관한 16개 문항을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

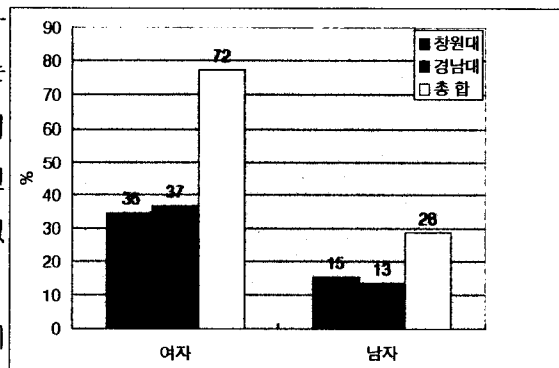


그림 1. 학교별 성별

3-1. 「화장품 법률에 관해 어느 정도 알고 있는가?」(설문1)에 관하여(그림2 참조)

설문1의 화장품법에 관하여는 사립대인 경남대 학생이 국립대인 창원대 학생보다 4%가량 더 잘 알고 있음을 알 수 있다. 두 대학을 합하여 2%의 학생은 화장품법에 대해 “정확히 알고 있다”고 답하고 있으나, 전체적으로는 46%의 학생들이 화장품법에 대해 “전혀 모른다”고 답하고 있다.

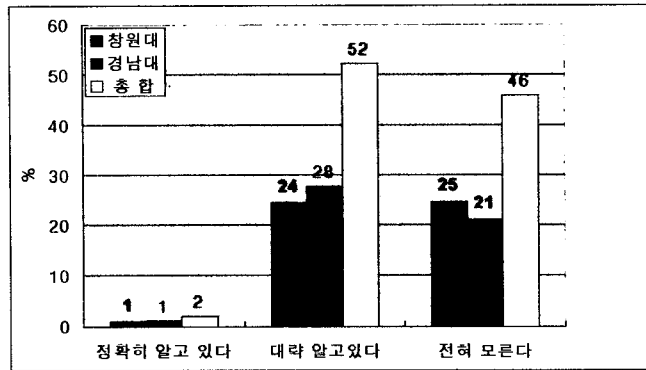


그림 2. 화장품법에 대한 지식

3-2. 「기능성 화장품에 대해 어느 정도 알고 있는가?」(설문2), 「알고 있다면 주로 어디를 통해 알게 되었는가?」(설문3)에 관하여(그림3, 그림4 참조)

설문2의 「기능성화장품에 대해 어느 정도 알고 있는가」의 질문에는 전체의 2%의 학생이 “정확히 알고 있다”고 답하고 있으며, 78%의 학생도 “대략 알고 있다”고 답하고 있음을 알 수 있다. 나머지 20%는 “전혀 모른다”고 답하고 있음을 알 수 있고, 두 대학간의 비교는 큰 차이를 볼 수 없음을 알 수 있다.

한편, 설문3의 「알고 있다면 주로 어느 경로를 통해 알게 되었는가」의 질문에는 43%의 학생이 “언론매체를 통해서”이고, 그 다음이 “주변 사람의 입을 통해서”가 22%이며, “화장품판매처”가 12%를 차지하고 있다.

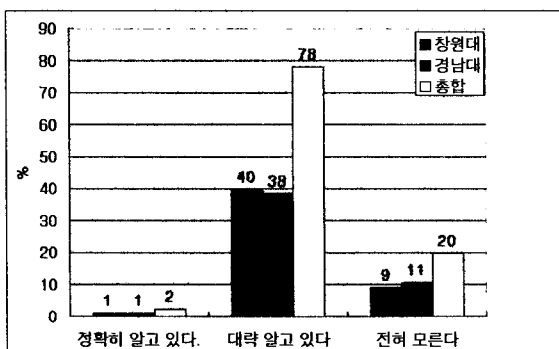


그림 3. 기능성화장품에 대한 배경지식

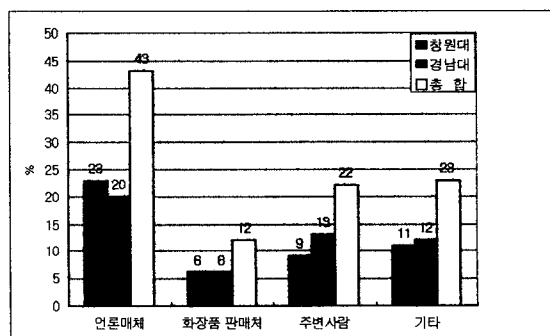


그림 4. 기능성 화장품을 알게 된 경로

3-3. 「기능성화장품을 사용해 본 경험이 있는가?」(설문4), 「어떤 종류의 기능성화장품을 사용해 왔는가?」(설문5), 「경험자중 일반 제품보다 차이점이 있다고 생각하는가?」(설문6)에 관하여(그림5, 그림6, 그림7 참조)

설문4의 「기능성화장품을 사용해 본 경험이 있는가」에서는 “사용하였다”가 71%를 차지하였으며, “사용하지 않았다”가 29%를 차지하였다.

설문5의 「어떤 종류의 기능성화장품을 사용해 왔는가」에서는 66%의 학생이 “자외선 차단제”의 사용경험이 있으며, 두 번째가 12%의 “미백화장품”이고, 18%의 학생이 2가지 이상의 사용한 경험을 밝히고 있음을 알 수 있다. 또한, “자외선 차단제”의 창원대 학생의 사용비율이 경남대 학생보다 9%정도가 많으나, 나머지 항목에 있어서는 경남대 학생의 사용 비율이 높음을 알 수 있다.

설문6의 「경험자중 일반제품보다 차이점이 있다고 생각하는가」에서는 “많은 차이가 있다”가 4%에 불과하고, 47%의 학생이 “약간 차이 있다”로 답하고 있으며, “많은 차이가 있다”고 답한 학생은 고작 4%에 불과함을 알 수 있다. 그리고 “잘 모르겠다”라고 답한 학생이 34%에 해당함을 알 수 있다.

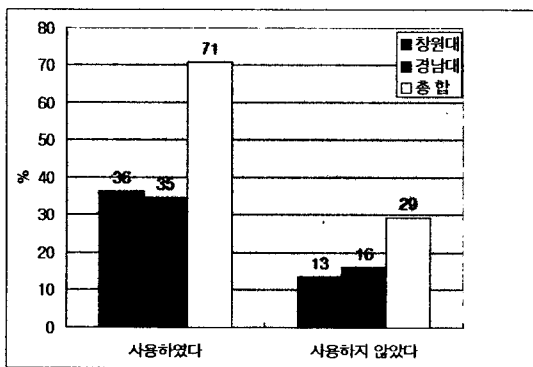


그림 5. 기능성화장품 사용 유무

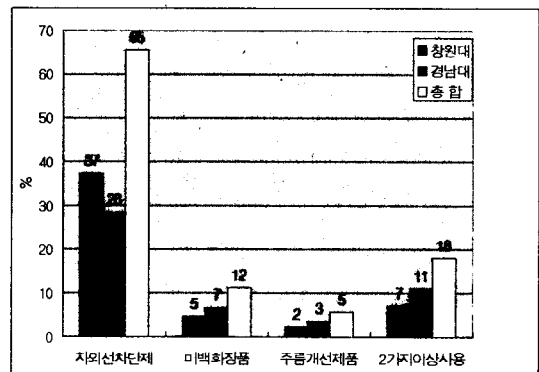


그림 6. 기능성화장품의 종류

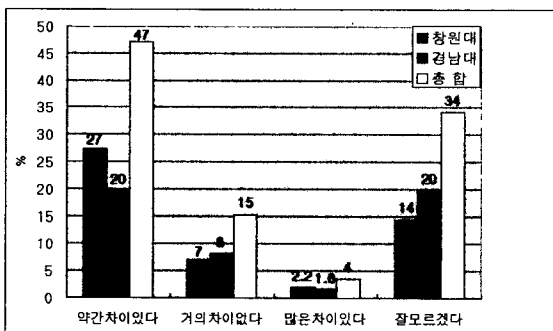


그림 7. 일반제품과 차이점

3-4. 「기능성 화장품의 구입경로는?」(설문7), 「기능성화장품의 가장 큰 개선점은?」(설문8), 「기능성화장품의 구매 기준은 어떻게 되는가?」(설문9)에 관하여(그림8, 그림9, 그림10 참조)

설문7의 『기능성화장품의 구입경로는』라는 질문의 응답에는 80%이상의 학생들이 "화장품전문점"에서이고, 10%의 학생이 "방문 판매"를 통해서인 것을 알 수 있으며, 두 대학의 대부분의 학생이 화장품전문점을 이용하고 있다는 것을 알 수 있다.

설문8의 『기능성화장품의 가장 큰 개선점은』에서는 50%의 학생이 "높은 가격"을 지적하였고, 36%의 학생이 "품질문제"를 지적하고 있음을 알 수 있다.

설문9의 『기능성화장품의 구매기준은 어떻게 되는가』라는 설문에서는 73%의 학생이 "효능 및 효과"를 우선적으로 지적하고 있으며, "가격", "제조회사" 및 "광고"는 2차적인 문제에 해당함을 알 수 있다.

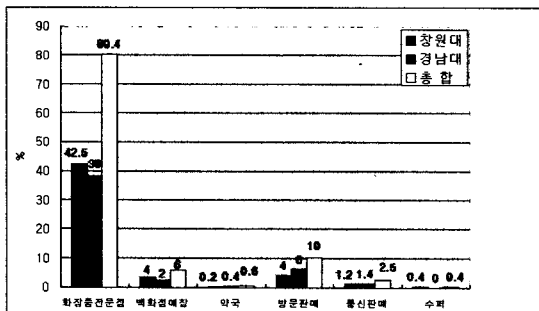


그림 8. 구입경로

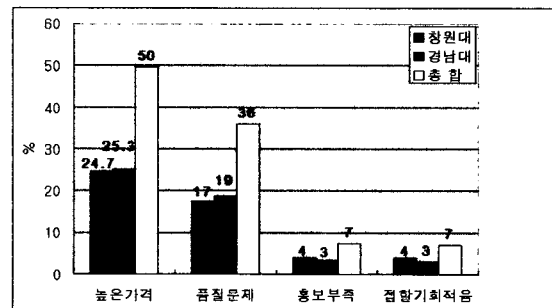


그림 9. 개선점

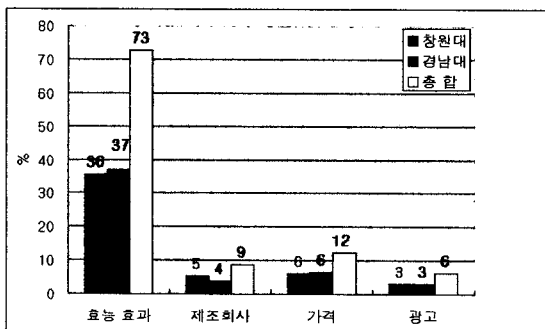


그림 10. 구매기준의 비중

3-5. 『국내 기능성화장품과 수입화장품 가운데 어떤 제품을 사용할 것인가?』(설문10), 『기능성 화장품의 충동구매 여부는?』(설문11), 『기능성화장품에 관해 어느 정도 신뢰하는가?』(설문12)에 관하여(그림11, 그림12, 그림13 참조)

설문10의 『국내 기능성화장품과 수입화장품 가운데 어떤 제품을 사용할 것인가』에서는 94%의 학생이 "사용 후 효과가 높은 제품"을 지적하고 있으며, 외국산에 대한 맹목적 선호나 국산품에 대한 애국심적 요소가 작용하고 있지 않음을 알 수 있다.

설문11의 『기능성 화장품의 충동구매 여부는』이라는 설문을 살펴보면, "사보고 싶다"가 20%, "아주 많이 느낀다"가 8%, 그리고 "조금 있다"가 45%로 전체적으로 73%의 학생이 구매 충동을 느끼고 있음을 알 수 있다.

설문12의 『기능성화장품에 관해 어느 정도 신뢰하는가』에는 "약간 신뢰"가 82%이고, 7%의

학생은 “전적으로 신뢰한다”고 밝히고 있다.

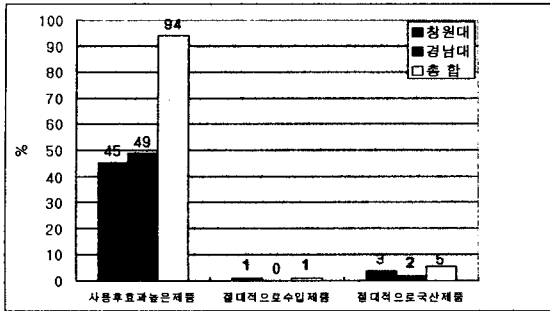


그림 11. 국산제품과 수입제품의 구매기준

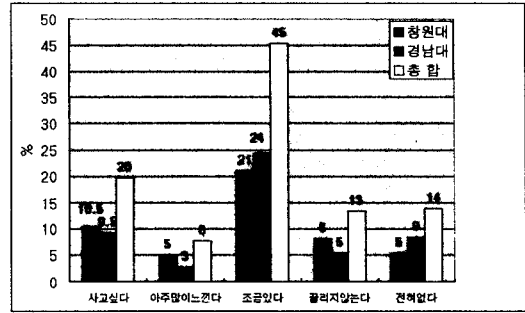


그림 12. 층동구매여부

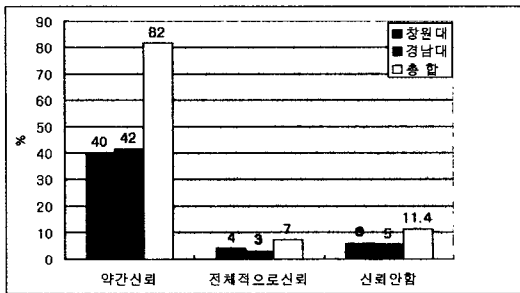


그림 13. 신뢰정도

3-6. 「특수 기능을 가진 제품 중에 기능성화장품으로 승인된다면 가장 우선적으로 원하는 제품은?」 (설문13)에 관하여(그림14 참조)

설문13의 「특수 기능을 가진 제품 중에 기능성화장품으로 승인된다면 가장 우선적으로 원하는 제품은」이라는 설문을 살펴보면, 59%이 학생이 “여드름치료 화장품”이 지정되기를 바라고 있으며, 나머지 “아토피 제품”, “슬리밍 제품”, “비듬, 탈모용 제품” 그리고 “아로마 제품”은 거의 10%내외의 같은 비율로 두 번째 순위에 있음을 알 수 있다.

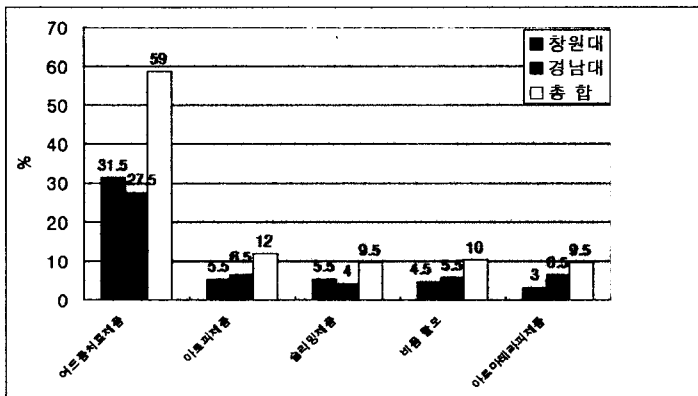


그림 14. 승인 희망 제품

3-7. 『기능성화장품의 성분 표시제 도입에 대해 어떻게 생각하십니까?』(설문14)에 관하여(그림15 참조)

설문14의 『기능성 화장품의 성분 표시제 도입에 대해 어떻게 생각하십니까』에서는 “해야 한다”가 90%의 학생이 절대적으로 표시요구를 하고 있다고 볼 수 있다. 그림15에서 보면 두 대학 학생 모두가 동일 목소리를 내고 있음을 알 수 있다.

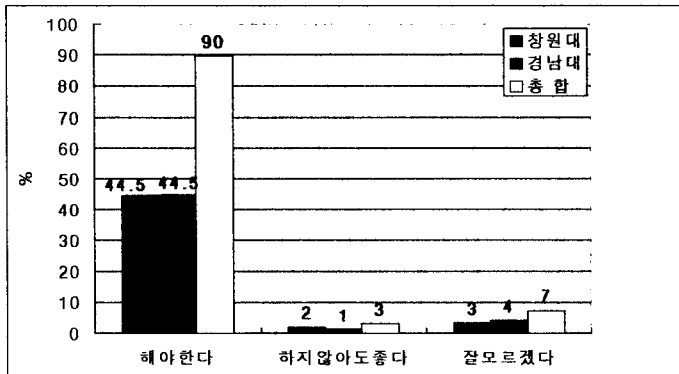


그림 15. 성분 표시제

3-8. 『기능성화장품의 일반화장품과의 비교 광고에 대해 어떻게 생각하는가?』(설문15)에 관하여(그림16 참조)

설문15의 『기능성 화장품의 일반화장품과의 비교 광고에 대해 어떻게 생각하는가』의 설문을 살펴보면, 49%의 학생이 “해야 한다”라고 답하고 있으나, “하지 않아도 좋다”라고 답한 학생이 26%, “잘 모르겠다”라고 답한 학생도 25%가 됨을 알 수 있다.

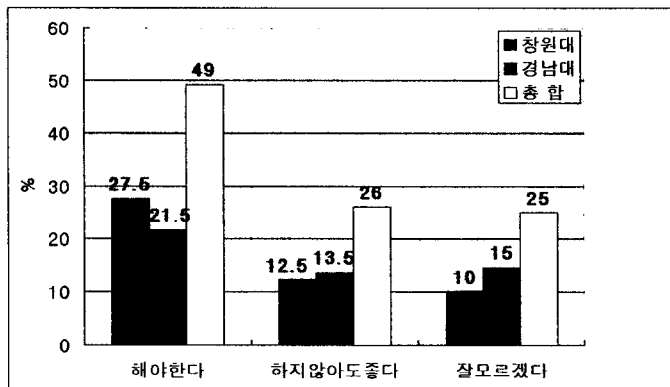


그림 16. 비교광고

3-9. 『기능성화장품이 화장품 산업발전에 끼치는 영향은 어느 정도 되는 것 같은가?』(설문16)에 관하여(그림17 참조)

마지막으로, 설문16의 『기능성 화장품이 화장품 산업발전에 끼치는 영향은 어느 정도 되는 것 같은가』를 살펴보면, “큰 도움을 준다”가 43%, “약간 도움을 준다”는 46%로 양자를 합치면 89%의 학생이 화장품 산업에 도움을 준다고 진단을 하고 있다.

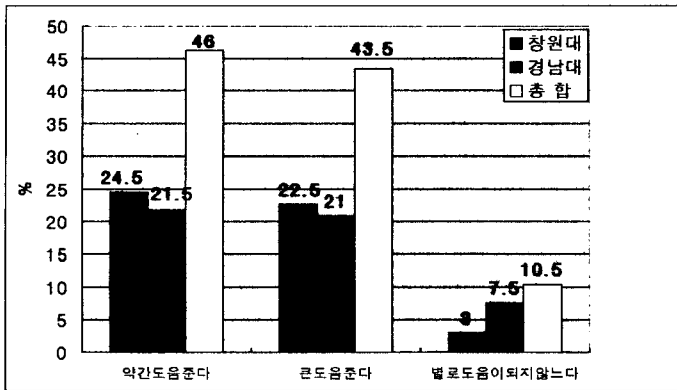


그림 17. 화장품산업 발전에 끼치는 영향

4. 결론

“당신의 성별은 무엇입니까” 등 인적사항에 관한 설문4문항과 “화장품 법률에 관해 어느 정도 알고 있는가?” 등 기능성 화장품의 인지도에 관한 16개 문항으로 구성된 설문으로, 창원·마산지역의 창원대학교와 경남대학교 소속 학생 700명(대학 각각 350명)을 대상으로, 1:1배부 및 즉시 회수를 통하여 기능성화장품에 대한 인지도 조사를 시행하였다.

조사 결과는 다음과 같다.

- 1) 화장품법에 관하여는 전체의 54%의 학생이 인지하고 있었다.
- 2) 기능성화장품에 대해서는 80%의 학생이 알고 있었고, 알게 된 경로는 43%의 학생이 “언론매체를 통해서”였다.
- 3) 사용경험은 43%의 학생이 사용경험이 있었고, 종류로는 66%의 학생이 “자외선 차단제”를 사용하였으며, 일반제품과의 차이는 “많은 차이가 있다”를 포함하여 51%의 학생이 차이를 경험하고 있었다.
- 4) 기능성화장품의 구입경로는 80%의 학생이 “화장품 전문점”을 이용하였으며, 개선점으로는 50%의 학생이 “높은 가격”을 지적하였고 36%의 학생은 “품질문제”를 지적하였다. 그리고 구매기준으로는 73%의 학생이 “효능 및 효과”를 지적하였다.
- 5) 국산 기능성화장품과 수입화장품에 선택은 94%의 학생이 “사용 후 효과가 높은 제품”을 선택하고자 하였으며, 기능성화장품의 충동구매 여부는 “조금 있다”를 포함하여 73%의 학생이 충동구매 욕구를 갖고 있었다.
- 6) 기능성화장품에 대한 신뢰는 대부분 “약간 신뢰”를 전제로 89%의 학생이 신뢰하고 있었으며, 차기로 우선적으로 기능성화장품으로 지정되기를 원하는 제품으로, 6개항 가운데 59%의 학생이 “여드름치료 제품”을 지적하였다.
- 7) 기능성화장품의 성분표시제에 대한 의견은 90%의 학생이 “해야 한다”를 지적하였으며, 일

반화장품과의 비교광고는 49%의 학생은 “해야 한다”를 지적하였으나, 25%의 학생은 “잘 모르겠다”를 지적하였다. 그리고, 기능성화장품이 화장품산업 발전에 끼치는 영향에 대해서는 “약간 도움을 준다”를 포함하여 89%의 학생이 도움된다고 지적하였다.

8) 국립대학인 창원대학교 학생들과 사립대학인 경남대학교 학생들과의 각 문항에 있어서, 특별하게 인지도 차이를 문항은 없었다.

감사의 글

본 연구는 2001년도 “창원대학교 학술연구비”의 지원으로 이루어졌음을 알려드립니다.

[참고 문헌]

- 1) 창간 9주년 “기능성화장품”특집, 화장품 신문 2001년 9월 3일판

<표1>

기능성 화장품의 인지도 조사

■ 인적사항에 관한 문항

1. 성별은 무엇입니까?
① 남자 ② 여자
2. 당신의 연령은 어떻게 됩니까? (만 :)
3. 당신의 직업은 무엇입니까?
① 대학생 ② 주부 ③ 화장품관련업계종사자
④ 기타
4. 당신의 소재 지역을 쓰시오.
ex . (창원) ()

■ 기능성화장품 인지도 조사에 관한 문항

1. 화장품 법률에 관해 어느 정도 알고 있는가?
① 정확히 알고 있다. ② 대략 알고 있다.
③ 전혀 모른다
2. 기능성 화장품에 대해 어느 정도 알고 있는가?
① 정확히 알고 있다. ② 대략 알고 있다.
③ 전혀 모른다
3. 알고 있다면 주로 어디를 통해 알게 되었는가?
① 언론 매체를 통하여 ② 화장품 판매처를 통하여
③ 주변사람을 통하여 ④ 기타
4. 기능성화장품을 사용해 본 경험이 있는가?
① 사용해본 경험이 있다. ② 경험이 없거나 고려 중
5. 어떤 종류의 기능성화장품을 사용해 왔는가?
① 자외선 차단제 ② 미백화장품 ③ 주름개선 제품
6. 경험자중 일반 제품보다 차이점이 있다고 생각하는가?
① 약간 차이가 있다. ② 거의 차이가 없다.
③ 많은 차이가 난다. ④ 잘 모르겠다.
7. 기능성 화장품의 구입경로는?
① 화장품 전문점 ② 백화점 매장 ③ 약국
④방문 판매 ⑤ 통신판매 ⑥ 슈퍼

8. 기능성화장품의 가장 큰 개선점은?
① 높은 가격 ② 품질문제 ③ 홍보부족
④ 접할 기회가 상대적으로 적다.
9. 기능성화장품의 구매 기준은 어떻게 되는가?
① 효능·효과 ② 제조회사의 이름 ③ 가격
④ 광고 ⑤ 기타
10. 국내 기능성화장품과 수입화장품 가운데 어떤 제품을 사용할 것인가?
① 사용 후 효과 높은 제품 ② 절대적으로 수입화장품
③ 절대적으로 국내 제품
11. 기능성 화장품의 충동구매 여부는?
① 사고 싶다. ② 아주 많이 느꼈다. ③ 조금 있다.
④ 끌리지 않는다. ⑤ 전혀 없다.
12. 기능성화장품에 관해 어느 정도 신뢰하는가?
① 약간 신뢰한다. ② 전체적으로 신뢰한다.
③ 신뢰하지 않는다.
13. 특수 기능을 가진 제품 중에 기능성화장품으로 승인된다면 가장 우선적으로 원하는 제품은?
① 여드름 치료 제품 ② 아토피 제품
③ 슴리밍 제품 ④ 비듬·탈모
⑤ 아로마테라피 제품 ⑥ 기타
14. 기능성화장품의 성분 표시제 도입에 대해 어떻게 생각하십니까?
① 해야 한다. ② 하지 않아도 좋다. ③ 잘 모르겠다.
15. 기능성화장품의 일반화장품과의 비교 광고에 대해 어떻게 생각하는가?
① 해야 한다. ② 하지 않아도 좋다. ③ 잘 모르겠다.
16. 기능성화장품이 화장품 산업발전에 끼치는 영향은 어느 정도 되는 것 같은가?
① 약간 도움 준다. ② 큰 도움 준다.
③ 별로 도움이 되지 않는다.

지금까지 정성껏 설문에 답해주신다고 수고 많았습니다
감사합니다