



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

김 주 덕 교수 지도
석사학위 청구논문

마스크 착용 의무 해제가 피부 관심
및 화장품 사용에 미치는 영향

- 포스트코로나 시대를 중심으로 -

2024

성신여자대학교 뷰티융합대학원
뷰티융합학과 화장품학전공

김 하 은

마스크 착용 의무 해제가 피부 관심 및 화장품 사용에 미치는 영향

- 포스트코로나 시대를 중심으로 -

김 주 덕 교수 지도

이 논문을 석사학위 논문으로 제출함

2023년 11월

성신여자대학교 뷰티융합대학원


뷰티융합학과 화장품학전공

김 하 은


인 준 서

김하은의 석사학위 논문으로 인준함

2023년 11월

심사위원장 한 지수 (서명 또는 인) 

심사위원 박 조 희 (서명 또는 인) 

심사위원 김 주 덕 (서명 또는 인) 

성신여자대학교 뷰티융합대학원

논문개요

경제 성장에 따른 현대인들의 미에 대한 욕구 또한 높아지는 가운데 2019년 코로나19로 인한 ‘4차 산업혁명’이라고 불릴 큰 사회 변화가 일어났다. 바이러스에 대한 정책 중 하나인 마스크 착용으로 인한 피부 문제를 호소하는 사람들이 증가하였고 화장품산업 또한 큰 변화를 맞이하였다. 이에 본 연구는 마스크 착용 의무화 해제에 따른 성인 여성들의 피부 인식과 화장품 사용에 대해 분석함으로써 사회적 현상이 화장품 업계에 미치는 영향에 대해 알아보고 향후 제품 개발의 방향성과 마케팅 전략에 도움이 될 수 있는 기초 자료로의 활용에 그 목적을 두고 연구하였다.

본 연구는 20대와 30대 성인 여성을 대상으로 수집된 총 400부의 설문지를 최종 분석에 사용하였으며, 이를 통해 유의적인 통계 결과를 얻을 수 있었다. 수집된 자료의 분석은 SPSS WIN 27.0 프로그램을 이용하였다. 분석 기법으로는 연구대상자의 인구통계학적 특성을 알아보기 위해 빈도와 백분율을 산출하였고, 여성들의 피부 관심, 마스크 착용 의무화 기간과 해제 후의 화장품 사용, 그리고 피부 상태에 따른 심리 상태를 알아보고자 χ^2 (Chi-square)검증과 One-way ANOVA(일원변량분석), t -test(검증), 기술통계 분석을 실시하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 피부 관심에 대해 알아본 결과, 복합성 피부인 여성이 가장 많았고 피부에 대한 관심도는 5점 만점 중 3.82로 높게 나타났으며 47.5%가 본인의 피부에 불만족하는 것으로 나타났다. 피부 고민으로는 모공, 흉터가 고민인 여성이 가장 많았으며 피부 고민의 가장 큰 원인을 식습관 및 생활 습관이라고 인식하였다. 화장품을 사용한 홈케어를 통해 피부 관리를 가장 많이 하고 있었으며 일 평균 5~10분, 월평균 3만원 미만 피부 관리에 투자하는

여성이 가장 많았다. 마스크 착용 의무화로 인한 피부 변화는 5점 만점 중 3.39로 크지 않았으며 변화가 있었던 여성 중 여드름, 트러블 발생 양상이 가장 많았고, 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태가 호전된 여성이 많았다. 마스크 착용 의무화로 인한 피부 관심의 증가 정도는 크지 않았다. 위와 같은 결과를 통해 여성들은 대체적으로 피부에 관심이 많고, 마스크 착용이 피부에 미치는 영향은 개인 차이가 있는 것을 확인할 수 있었다.

둘째, 마스크 착용 의무화 기간 중 화장품 사용에 대해 알아본 결과, 기초 화장과 선크림이 68.0%로 사용 선호도가 가장 높게 나타났으며, 마스크 착용 시 사용한 기초 화장품은 스킨, 베이스 메이크업 제품은 쿠션, 아이 메이크업 제품은 아이 섀도우, 립 메이크업 제품은 틴트, 윤곽 메이크업 제품은 블러셔를 가장 많이 사용한 것으로 나타났다. 메이크업의 빈도수는 베이스 메이크업과 립 메이크업이 주 5~6회, 아이 메이크업과 윤곽 메이크업은 하지 않는 여성이 가장 많은 것으로 나타났다.

셋째, 마스크 착용 의무화 해제 후 화장품 사용에 대해 알아본 결과, 현재 마스크를 착용하고 있지 않은 여성이 58.8%로 착용하고 있는 여성보다 많았고 주 5~6회 마스크를 착용하는 여성이 42.6%로 확인되었다. 마스크 착용 의무화 해제 이후 여성들은 58.3%로 기초화장에 가장 중요도를 높게 인식하고 있었으며, 마스크 착용 해제 이후 기초, 자외선 차단 제품과 립 메이크업 제품 순으로 관심이 증가하였으나 화장품에 대한 구매 비용의 변화는 없었다. 마스크 착용 의무화 해제 이후 기초 화장품은 스킨, 베이스 메이크업 제품은 쿠션, 아이 메이크업 제품은 아이 브로우, 립 메이크업 제품은 틴트, 윤곽 메이크업 제품은 블러셔를 가장 많이 사용하고 있었으며 베이스 메이크업과 립 메이크업은 주 5~6회, 아이 메이크업과 윤곽 메이크업을 하지 않는 여성이 가장 많은 것으로 나타났다. 마스크 착용 의무화 해제 이후에 더 많은 수의 기초 화장품, 립 메이크업 제품, 윤곽 메이크업 제품을 사

용하고 있는 것으로 나타났다. 이를 통해 마스크 의무화 해제가 여성들의 화장품 사용에 영향을 준 것을 알 수 있다.

넷째, 피부 상태에 따른 심리 상태에 대해 알아본 결과, 피부 상태가 외모에서 중요한 부분을 차지한다는 인식이 5점 만점 중 3.68로 가장 높게 나타났다. 마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화로 인한 스트레스 경험 정도는 5점 만점 중 평균 2.71로 높지 않은 것으로 나타났으며, 스트레스를 경험한 여성들의 마스크 착용 의무화 해제 후 피부 상태에 대한 스트레스 감소도 평균 2.96으로 크지 않은 것으로 나타났다. 이를 통해 피부 상태가 심리 상태에 영향을 미치는 것을 확인하였으나 마스크 착용 유무에 따른 피부 변화 및 스트레스와의 유의미한 연관성을 확인하기 어려웠다.

본 연구 결과를 통해 코로나19와 마스크라는 매개체에 의한 피부 인식, 화장품 사용, 스트레스와의 연관성은 다소 낮으나 기본적으로 여성들은 피부에 관심이 높고 피부 상태가 심리적인 부분에 미치는 영향에 대해 인식이 높다는 것을 확인할 수 있었다. 이에 따라 본 연구가 향후 화장품산업의 발전에 기여할 수 있는 기초 자료로의 활용을 기대한다.

목 차

논문개요

I. 서론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	1
2. 연구 문제	4
II. 이론적 배경	5
1. 화장품의 정의 및 유형	5
2. 화장품산업 현황	9
3. 피부와 화장품	16
III. 연구 방법	20
1. 연구 대상 및 절차	20
2. 측정 도구	20
3. 자료 분석	21
IV. 연구 결과 및 고찰	22
1. 연구대상자의 인구통계학적 특성	22
2. 피부 관심	23
3. 마스크 착용 의무화 기간 중 화장품 사용	41
4. 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장품 사용	57
5. 피부 상태에 따른 심리 상태	85

V. 결론	93
1. 요약 및 결론	93
2. 한계점 및 제언	96

참고문헌

ABSTRACT(영문초록)

부록

표 목 차

<표 1> 주요 국가별 화장품의 정의	6
<표 2> 화장품과 의약품	7
<표 3> 화장품의 유형과 종류	8
<표 4> 설문지 구성	21
<표 5> 연구대상자의 인구통계학적 특성	22
<표 6> 피부 유형	26
<표 7> 피부 관심도	28
<표 8> 피부 만족도	29
<표 9> 피부 고민	30
<표 10> 피부 고민 원인	31
<표 11> 피부 관리 방법	32
<표 12> 하루 평균 피부 관리 투자 시간	33
<표 13> 월 평균 피부 관리 투자 비용	35
<표 14> 피부 정보 습득 경로	36
<표 15> 마스크 착용 의무화로 인한 피부 변화 정도	38
<표 16> 마스크 착용 의무화로 인한 피부 변화양상	39
<표 17> 마스크 착용 의무화 해제 후 피부 상태 호전 여부	40
<표 18> 마스크 착용 의무화로 인한 피부 관심도 증가 정도	41
<표 19> 마스크 착용 의무화 기간 중 집중한 화장	42
<표 20> 마스크 착용 의무화 기간 중 세안 방법	44
<표 21> 마스크 착용 의무화 기간 중 사용한 기초 화장품	45
<표 22> 마스크 착용 의무화 기간 중 사용한 색조 화장품	48
<표 23> 마스크 착용 의무화 기간 중 주 평균 베이스 메이크업 빈도 ...	50

<표 24> 마스크 착용 의무화 기간 중 주 평균 아이 메이크업 빈도	52
<표 25> 마스크 착용 의무화 기간 중 주 평균 립 메이크업 빈도	55
<표 26> 마스크 착용 의무화 기간 중 주 평균 윤곽 메이크업 빈도	56
<표 27> 현재 마스크 착용 여부	57
<표 28> 주 평균 마스크 착용 일수	58
<표 29> 마스크 착용 의무화 해제 이후 집중한 화장	61
<표 30> 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장에 대한 집중 정도	63
<표 31> 마스크 착용 의무화 해제 이후 관심이 증가한 화장품	64
<표 32> 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장품 구매 비용 변화 여부	67
<표 33> 마스크 착용 의무화 해제 이후 세안 방법	70
<표 34> 마스크 착용 의무화 해제 이후 사용 기초 화장품	71
<표 35> 마스크 착용 의무화 해제 이후 사용 색조 화장품	72
<표 36> 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 베이스 메이크업 빈도	76
<표 37> 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 아이 메이크업 빈도	79
<표 38> 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 립 메이크업 빈도	82
<표 39> 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 윤곽 메이크업 빈도	83
<표 40> 마스크 착용 의무화 기간과 마스크 착용 의무화 해제 이후	
사용 화장품 수	84
<표 41> 피부 상태에 따른 심리 상태 수준	85
<표 42> 피부 상태가 심리에 미치는 영향	88
<표 43> 마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화로 인한 스트레스 경험	
정도	90
<표 44> 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태에 대한 스트레스	
감소	92

그림 목 차

<그림 1> 비건, 환경 검색량 추이	10
<그림 2> 연령대별 비건, 환경 검색량 증가율	11
<그림 3> 카테고리별 관심도 증가율	11
<그림 4> 맞춤형 화장품 시장 규모, 성장률	12
<그림 5> 국내 화장품 시장 규모	13
<그림 6> 2023년 보건 산업 수출 전망	14
<그림 7> 2023년 화장품 국가별 수출 전망	15
<그림 8> 2023년 화장품 품목별 수출 전망	15

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

경제 성장에 따라 삶의 질이 향상되고 이에 따라 현대인들은 자신을 건강하고 아름답게 가꾸고자 하는 미(美)에 대한 욕구가 높아졌다¹⁾. 외모 중심의 절대적인 가치를 부여하는 ‘외모지상주의’가 사회 전체에 만연한 가운데 사람들은 이상적인 외모를 위해 많은 시간을 투자하고 있다²⁾³⁾. 현대 사회의 중요한 경쟁력의 요소 중 하나로 인식되고 있는 외모는 사람의 첫인상에 결정적인 역할을 하며⁴⁾, 이러한 사회에서의 인간은 자아존중감을 충족하고 원만한 대인관계를 유지하기 위해 외모에 대한 높은 관심을 보인다⁵⁾. 최근 SNS(Social Network Service)를 통해 사진, 동영상 등으로 개인의 일상을 공유하는 활동이 활발해지면서 표면적으로 보여지는 자신의 외모에 대한 관심이 더욱 증가하였고 이는 뷰티 분야에 대한 유행으로 이어지는 계기가 되었다⁶⁾. 이에 따라 외모 중에서도 큰 비중을 차지하는 피부에 대한 관심의 증가와 더불어 화장품, 성형수술 등의 분야 또한 기술적으로 크게 발전하고 있다⁷⁾⁸⁾.

1) 김태임, COVID-19 유행동안 외모관리행동, 피부유형 및 피부관리태도가 스트레스 자각에 미치는 영향에 관한 연구, 동국대학교 문화예술대학원 석사학위논문, 2023, p. 1.

2) 네이버 사전, ‘외모지상주의’, 검색일자:2023.09.20.

3) JIN MENG, 유튜브 속 인플루언서의 영상이 외모지상주의에 미치는 영향 - 크리에이터 유형과 미디어 유형의 비교를 중심으로, 서강대학교 대학원 석사학위논문, 2019, p. 5.

4) 이진실, 성인 여성의 화장품 구매 시 표기 확인행동 및 사용실태연구, 서경대학교 대학원 석사학위논문, 2020, p. 1.

5) 김민정, 20·30대 여성의 외모만족도가 심리적 안녕감 및 행복감에 미치는 영향, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문, 2015, p. 3.

6) 박미승, 성인 여성의 라이프스타일이 SNS 뷰티정보이용과 피부관리 구매동기에 미치는 영향, 예원예술대학교 문화예술대학원 석사학위논문, 2021, p. 1.

7) 김지현, 20-30대 남녀의 외모관심도가 피부건강관리 인식과 실천행위에 미치는 영향, 한성대학교 예술대학원 석사학위논문, 2019, p. 1.

8) 이정은, 코로나19로 인한 여성들의 외모관심도 및 화장품 구매 행동에 관한 연구, 성신여자

2019년 코로나19(COVID-19, Corona Virus Disease 19)가 전 세계적인 확산세를 타며 팬데믹(Pandemic)이 선포되었고 이에 ‘4차 산업혁명’이라고 불릴 또 한 번의 사회 변화를 맞이하였다. 각국은 감염병에 대한 피해를 최소화하고자 사회적 거리두기, 격리, 국가 간 이동 제한 등의 정책을 시행하고 이러한 정책은 물리적 접촉이 최소화되는 언택트(Untact) 문화의 확산을 가져왔다. 이렇듯 코로나19는 전 세계인의 일상뿐만 아니라 다양한 산업 전반에 걸쳐 큰 변화를 일으켰다⁹⁾. 또한, 코로나19로 지속되는 사회적 분위기에 ‘코로나 블루’를 넘어 ‘코로나 블랙’을 겪는 사람들도 증가하였다¹⁰⁾.

코로나19가 장기전으로 이어지면서 감염 예방을 위한 방역 수칙으로 마스크 착용이 의무화되며 마스크는 생활필수품으로 자리 잡았다. 마스크 착용이 일상화됨에 따라 많은 사람들이 피부 문제를 호소하고, 선호 화장품의 소비 양상 또한 변화하였다. 이순용(2020)¹¹⁾은 장시간 마스크 착용 시 마스크 내부의 온도 및 습도가 높은 환경이 조성되어 피지 및 노폐물 분비의 증가와 세균 등의 미생물 증식이 증가하고 마스크의 성분이나 마찰에 의한 피부 트러블이나 접촉성 피부염이 발생할 수 있음을 밝혔다. 화장품의 경우 기초 제품 카테고리의 소비가 월등히 증가하고 색조 제품 카테고리의 소비는 감소하였다¹²⁾. 김예진(2020)¹³⁾은 마스크에 가려져 보이지 않는 부분인 립 메이크업 제품의 매출은 22.2%, 전반적인 색조 제품의 매출은 2.2% 감소를 기록하였으나 유일하게 보이는 부분인 아이 메이크업 제품은 전년도 대비 6%

대학교 뷰티융합대학원 석사학위논문, 2021, p. 1.

9) 박윤미, 코로나19(COVID-19) 발생 이전·이후의 여성 화장 관심도 및 화장품 사용실태 변화 분석, 건국대학교 대학원 석사학위논문, 2021, p. 1.

10) 경기신문, 코로나 블루...이제는 코로나 블랙 겪는 사람들, 2021년 08월 17일, 검색일자:2023.09.20.

11) 이태일리, 코로나19, 마스크 착용 따른 가려진 입 주변 여드름 및 피부 질환 주의, 2020년 03월 14일, 검색일자:2023.09.20.

12) 신미영, COVID-19로 인한 화장품 카테고리 선호도 및 구매채널의 변화에 관한 연구, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문, 2022, p. 1.

13) 퍼블릭뉴스, 코로나19 속 美 화장품 시장 트렌드 조사...韓 화장품, ‘트러블케어’ 각광, 2021년 07월 23일, 검색일자:2023.09.20.

성장하였고, 스킨케어 제품은 20% 성장률을 기록하였다고 보도했다.

위와 같은 사회의 변화로 다양한 분야에서의 선행연구들이 진행되었다. 마스크 착용과 관련된 선행연구를 살펴보면 “코로나19로 인한 마스크 착용이 성인들의 피부 상태 및 피부관리 행태에 미치는 영향(배성은, 2021)”, “코로나19로 인한 마스크 착용이 여성들의 메이크업 및 피부 상태에 미치는 영향(난살마, 2022)”, “장기간 마스크 착용이 피부 미용 행동에 미치는 영향 연구 : COVID-19 대유행 기간 중심(김민정 외, 2020)” 등이 있으며, “코로나19로 인한 여성들의 외모 관심도 및 화장품 구매 행동에 관한 연구(이정은, 2021)”, “코로나19(COVID-19) 발생 이전·이후의 여성 화장 관심도 및 화장품 사용실태 변화 분석(박윤미, 2021)” 등의 코로나19 발생 이전과 이후에 대한 연구와 “마스크 착용이 중장년층 여성들의 피부 건강 상태 및 피부 관리 행동에 미치는 영향: COVID-19 인한 마스크 착용 중심으로(정혜영, 2023)”, “위드코로나시대 여성 메이크업의 변화양상과 지속에 관한 연구(조미숙, 2023) 등의 포스트코로나 이후의 선행연구들이 있으나, 포스트코로나 시대의 연구는 비교적 부족한 실정으로 관련된 연구가 필요하다고 판단된다.

따라서 본 연구는 20대, 30대 여성들을 대상으로 코로나19로 인한 마스크 착용 의무화가 해제된 후의 여성들의 피부 관심도와 화장품 사용에 대한 변화를 조사함으로써 향후 포스트코로나 시대의 뷰티 산업의 기초 데이터를 구축하고, 제품 개발 방향성과 마케팅에 기여할 수 있기를 기대한다.

2. 연구 문제

본 연구는 20대~30대 일반 성인 여성을 대상으로 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부에 대한 관심도와 화장품 사용에 변화가 있는지 알아보고자 한다.

본 연구의 연구 문제는 다음과 같다.

<연구 문제 1>

연구대상자들의 인구통계학적 특성을 통해 피부에 대한 관심도를 알아본다.

<연구 문제 2>

연구대상자들의 마스크 착용 의무화 기간의 화장품 사용에 대해 알아본다.

<연구 문제 3>

연구대상자들의 마스크 착용 의무화 해제 후의 화장품 사용에 대해 알아본다.

<연구 문제 4>

연구대상자들의 피부 상태가 심리 상태에 미치는 영향에 대해 알아본다.

II. 이론적 배경

1. 화장품의 정의 및 유형

1) 화장품의 정의

‘화장’은 한자로 化(될 화), 粧(단장할 장)을 쓰며 ‘얼굴을 곱게 꾸밈.’이라는 뜻으로, ‘화장품(化粧品)’은 ‘화장’과 ‘물건 품(品)’의 합성어로 얼굴을 곱게 꾸미는데 사용하는 물품이라는 사전적 정의를 갖는다¹⁴⁾. 화장품을 뜻하는 영어단어 ‘Cosmetics’는 그리스어로 잘 정리하고 잘 감싼다는 의미를 가지고 있으며 이는 인간을 잘 싸서 질서있고 조화롭게 하는 도구를 뜻한다.

화장품의 법적인 정의와 그 범위는 나라마다 조금씩 다르나 인체의 청결, 건강, 아름다움 등을 위해 사용하는 것이라는 공통적인 내용을 포함하고 있다¹⁵⁾. 우리나라의 식품의약품안전처에서는 화장품의 뜻을 다음과 같이 정의하고 있다. ‘화장품’이란 인체를 청결·미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 바르고 문지르거나 뿌리는 등 이와 유사한 방법으로 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것을 말한다. 다만, 「약사법」 제2조 제4호의 의약품에 해당하는 물품은 제외한다¹⁶⁾. 주요 국가별 화장품의 정의는 <표 1>과 같다.

14) 네이버 사전, ‘화장’, 검색일자:2023.09.20.

15) 김경영, 배유경, 이은주, 김수미, 김은애, 안선례, 「에센스 화장품학(수정판)」, 경기:메디시언, 2015, p. 24.

16) 국가법령정보센터, 「화장품법 제2조 제1항」, 검색일자:2023.09.12.

<표 1> 주요 국가별 화장품의 정의

국가	화장품의 정의
한국	화장품이란 인체를 청결, 미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 바르고 문지르거나 뿌리는 등 이와 유사한 방법으로 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것을 말한다.
일본	화장품이란 인체를 청결하게 미화하여 매력을 더하고 용모를 변화시키거나, 피부 또는 모발을 건강하게 유지하기 위하여 신체에 바르거나 뿌리거나 그 밖의 이와 유사한 방법으로 사용되는 것으로 인체에 대한 작용이 적은 것을 말한다.
미국	화장품이란 인체의 구조, 기능의 변화 없이 청결 또는 아름답게 하고 매력을 촉진하여 외모를 변형하기 위하여 인체에 적용되는 물품을 말한다.
유럽	화장품이란 인체의 바깥 부분 또는 치아 및 구강점막을 청결히 하고 향취를 부여하고 또는 건강한 상태로 유지 시키거나 보호하고, 용모를 변화시키거나 체취를 억제하기 위해 사용되는 것을 말한다.

출처: 김경영 외, 에센스 화장품학(수정판), 2015.

‘기능성 화장품’이란 화장품 중에서도 피부의 미백에 도움을 주는 제품, 피부의 주름 개선에 도움을 주는 제품, 피부를 곱게 태워주거나 자외선으로부터 피부를 보호하는 데에 도움을 주는 제품, 모발의 색상 변화·제거 또는 영양공급에 도움을 주는 제품, 피부나 모발의 기능 약화로 인한 건조함, 갈라짐, 빠짐, 각질화 등을 방지하거나 개선하는 데에 도움을 주는 제품을 말한다¹⁷⁾.

화장품 및 기능성 화장품은 의약품, 그리고 의약외품과는 엄연히 구별되는데 의약품은 질병이 있는 사람이나 동물의 신체나 구조에 약리적 영향을 주기 위해 사용되는 것으로 질병의 진단이나 치료, 처치, 예방을 목적으로 사용하는 것이며, 의약외품은 어느 정도의 약리효과는 가지되 인체에 직접

17) 국가법령정보센터, 「화장품법 제2조 제2항」, 검색일자:2023.9.12.

적인 작용은 없어야 하는 것으로 미화, 위생을 목적으로 사용하는 것이다. 화장품, 의약외품, 의약품의 구별은 <표 2>와 같다¹⁸⁾.

<표 2> 화장품과 의약품

구분	화장품	의약외품	의약품
대상	정상인	정상인, 환자	환자
목적	청결, 미화	미화 위생, 미화	(질병의)진단 및 치료
기간	장기간	장기간/단기간	단기간
부작용	인정하지 않음	인정하지 않음	인정함

출처: 김경영 외, 에센스 화장품학(수정판), 2015.

2) 화장품의 유형

화장품은 사용 대상과 사용 목적에 따라 분류할 수 있으며 화장품의 유형은 <표 3>과 같다¹⁹⁾.

18) 김경영, 배유경, 이은주, 김수미, 김은애, 안선례, op.cit., p. 27.

19) 찾기 쉬운 생활법령정보, “화장품의 개념 및 유형”, 검색일자:2023.09.20.

<표 3> 화장품의 유형과 종류

화장품의 유형	화장품의 종류
만 3세 이하의 영유아용 제품류	영·유아용 샴푸/린스, 영·유아용 로션/크림, 영·유아용 오일, 영·유아용 인체 세정용 제품, 영·유아용 목욕용 제품
목욕용 제품류	목욕용 오일·정제·캡슐, 목욕용 소금류, 버블 베스
인체 세정용 제품류	폼 클렌저, 바디 클렌저, 액체 비누, 화장 비누, 외음부 세정제, 물휴지
눈 화장용 제품류	아이브로 펜슬, 아이 라이너, 아이 섀도, 마스크라 아이 메이크업 리무버
방향용 제품류	향수, 콜롱
두발 염색용 제품류	헤어 틴트, 헤어 컬러스프레이, 염모제, 탈염·탈색용 제품
색조 화장용 제품류	불연지, 페이스 파우더, 리퀴드·크림·케이크 파운데이션, 메이크업 베이스, 메이크업 픽서티브, 립스틱, 립라이너, 립글로스, 립밤, 바디페인팅/페이스페인팅/분장용 제품
두발용 제품류	헤어 컨디셔너, 헤어 트리트먼트, 헤어 팩, 린스, 헤어 에센스, 헤어 스프레이·무스·왁스·젤, 헤어 크림·로션, 헤어 오일, 샴푸, 퍼머넌트 웨이브, 헤어 스트레이트너, 흑채
손발톱용 제품류	베이스코트, 언더코트, 네일폴리시, 네일에나멜, 탑코트, 네일 크림·로션·에센스·오일, 네일폴리시·네일에나멜 리무버
면도용 제품류	애프터셰이브 로션, 프리셰이브 로션, 셰이빙 크림, 셰이빙 폼
기초 화장용 제품류	수렴·유연·영양 화장수, 마사지 크림, 에센스, 오일, 팩/마스크, 로션, 크림, 손·발의 피부연화 제품, 클렌징 워터, 클렌징 오일, 클렌징 로션, 클렌징 크림, 메이크업 리무버
체취 방지용 제품류	데오도란트
체모 제거용 제품류	제모제, 제모왁스

출처: 찾기쉬운 생활법령정보, “화장품의 개념 및 유형”, 검색일자:2023.09.20.

2. 화장품산업 현황

(1) 화장품산업의 특징

현대 사회는 과학의 끝없는 발전으로 첨단사회와 노령화 사회로 진입하고 있다. 이에 따라 변함없는 아름다움을 유지하고 싶어 하는 인간의 욕구 또한 증가하고 있고, 이와 밀접한 관련이 있는 화장품산업은 미래지향적인 특성을 가지며 향후 지속적인 발전 가능성이 높은 산업이다.

화장품산업은 화장품을 제조하는 화장품 제조업을 포함하여 화장품과 관련된 모든 재화 및 서비스를 포괄하는 산업을 의미하며²⁰⁾, 화장품산업은 제품 판매에 있어 기호와 유행이 미치는 영향이 큰 이미지 상품이기에 때문에 생산 구조적인 부분에서 제품 개발이 빠른 속도로 이루어지고, 경제 상황에 영향을 많이 받는 다품종 소량 생산 체제의 특성 또한 갖추고 있다. 이에 따라 화장품 제조업체들은 유행에 맞는 신제품 개발 및 광고를 위해 막대한 예산을 투자하고, 이는 화장품 제조업체들의 치열한 경쟁으로 이어져 화장품이 다른 제품군에 비해 비교적 짧은 수명을 갖는 이유 중 하나이다²¹⁾.

2) 최근 화장품산업 트렌드

기호와 유행의 영향을 많이 받는 화장품산업은 사회 변화에 따라 트렌드 또한 빠르게 변화한다.

최근 화장품산업은 에코 프랜들리, 클린 뷰티, 비건 뷰티를 넘어 화장품의 성분부터 용기까지 환경을 생각하는 컨셔스 뷰티가 제품의 선택에 있어 중요한 기준으로 자리 잡고 있다²²⁾. 메조미디어(2023)²³⁾는 최근 화장품산업의

20) 장정윤, 한국 화장품산업 발전방안을 위한 고찰, 동국대학교 일반대학원 석사학위논문, 2022, p. 5

21) 김경영, 배유경, 이은주, 김수미, 김은애, 안선례, op.cit., p. 36.

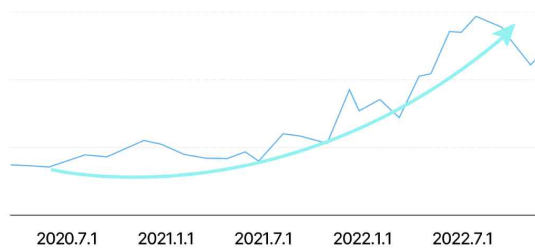
22) CMN, 'MZ 겨냥' 맞춤형 서비스로 재편되는 화장품 시장, 2023년 04월 13일, 검색일자:2023.09.22.

23) 메조미디어, 2023 화장품 업종 분석 리포트, 2023. 검색일자:2023.09.21.

트렌드가 유행의 선두 주자인 MZ세대를 중심으로 크게 기능성 헤어 케어, 남성 뷰티, 컨서스 뷰티로 재편되고 있다는 리포트를 발행했다.

모바일 뷰티 플랫폼인 화해²⁴⁾에서는 2023년 뷰티 키워드로 의식 있고 지속 가능한 소비를 뜻하는 “Aware Beauty”, 색조 메이크업의 부흥을 뜻하는 “Return of Makeup”, 간식처럼 안티에이징을 뜻하는 “Snack Anti-aging”을 선정했다. 2019년 이후, 코로나19의 영향으로 소비자들의 환경과 지속 가능성을 중요시하는 가치 소비가 대두되며 클린 뷰티, 비건 뷰티를 포함한 어웨어 뷰티의 트렌드가 뚜렷해질 전망으로 보았다. 실제로 화해 어플의 비건과 환경에 관련된 키워드의 검색량은 <그림 1>과 같이 2021년 하반기부터 큰 폭으로 증가하는 양상을 보여주며 2022년 대비 3.6배 증가하였다. 연령대별 검색 추이는 <그림 2>와 같이 10대~40대 모두 증가세를 보인 것으로 조사되었다²⁵⁾. 마스크 의무 해제에 따른 메이크업 제품의 관심 또한 <그림 3>과 같이 아이 메이크업 72%, 베이스 메이크업 58%, 립 메이크업 56%로 카테고리 검색량이 증가하였다.

비건, 환경 검색량 추이



<그림 1> 비건, 환경 검색량 추이

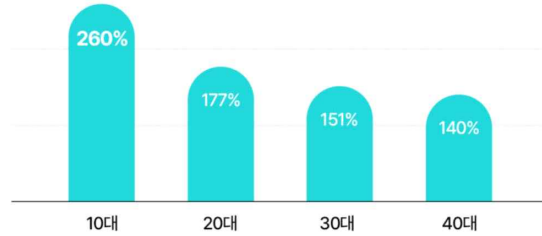
출처: 화해 블로그, 2023, 검색일자:2023.09.21.

24) 화해 블로그, 화해 데이터로 보는 2023 뷰티 트렌드, 2023년 02월 13일, 검색일자:2023.09.21.

25) 화해 블로그, ‘2023 뷰티 트렌드’ 발표...색조 중심으로 활기, 2023년 02월 09일, 검색일자:2023.09.21.

연령대별 비건, 환경 검색량 증가율

* 2022년 12월 기준, 1년 전 동기간 대비

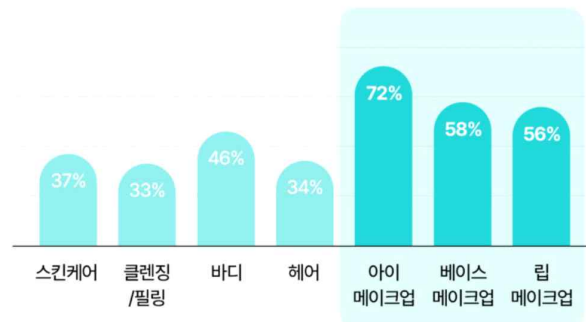


<그림 2> 연령대별 비건, 환경 검색량 증가율

출처: 화해 블로그, 2023, 검색일자:2023.09.21.

카테고리별 관심도 증가율

* 2022년 12월 기준, 1년 전 동기간 대비



<그림 3> 카테고리별 관심도 증가율

출처: 화해 블로그, 2023, 검색일자:2023.09.21.

또한, 개인의 라이프스타일을 중시하는 ‘초개인화 시대’의 바람이 불며 개인의 피부와 취향에 맞는 제품에 대한 수요의 증가로 뷰티 업계는 소비자 맞춤형 상품 및 서비스에 초점을 맞추고 있다. <그림 4>와 같이 전 세계적으로 맞춤형 화장품 시장이 연간 35%의 성장률을 보임에 따라 우리나라 정부 또한 맞춤형 화장품산업에 관심을 집중하고 있다²⁶⁾.



<그림 4> 맞춤형 화장품 시장 규모, 성장률

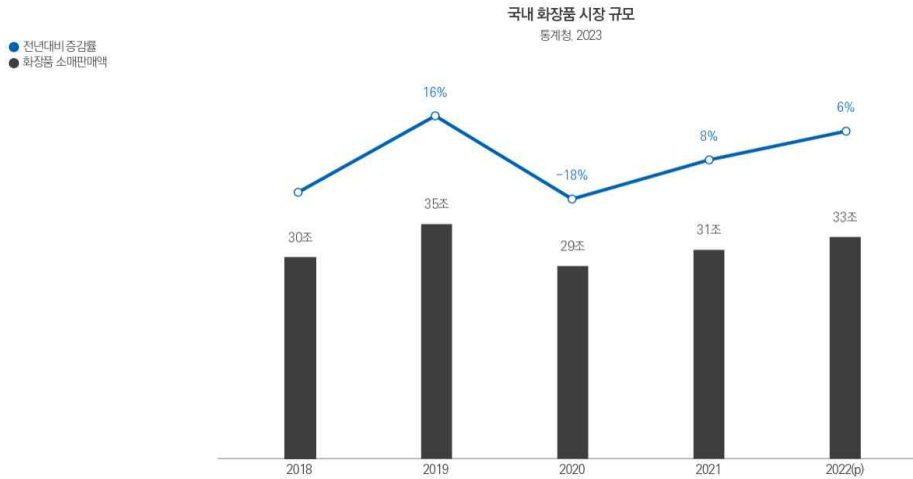
출처: 디지털 인사이트, 2023. 검색일자:2023.09.20.

3) 국내 화장품 시장 동향

팬데믹에서 엔데믹의 전환으로 위축되었던 화장품 시장이 점차 회복세를 보이며 <그림 5>와 같이 2022년의 화장품 소매판매액은 전년 대비 6% 증가한 33조를 기록했다²⁷⁾.

26) 이루다 마케팅, 트렌드 2023년 주목해야 할 K-뷰티 트렌드, 2023년 08월 17일, 검색일자:2023.09.22.

27) 메조미디어, 2023 화장품 업종 분석 리포트, 2023, 검색일자:2023.09.21.



<그림 5> 국내 화장품 시장 규모

출처: 메조미디어, 2023 화장품 업종 분석 리포트, 2023, 검색일자:2023.09.21.

온라인 유통을 통한 화장품의 매출도 꾸준하게 증가세를 보이는 것으로 조사되었다. 산업통상자원부가 발표한 2023년 4월 유통업체 매출 자료에 따르면 화장품은 지난 해인 2022년에 이어 꾸준한 매출 증감률을 기록했다. 2023년 화장품의 온라인 매출은 1월에는 전년 동월 대비 12.2%, 2월에는 11.2%, 3월에는 18.1%, 4월에는 11.5%로 나타내며 10%대의 증감률을 보였다²⁸⁾.

식품의약품안전처가 발표한 2022년 화장품 생산·수입·수출 통계 자료에 따르면 한국의 화장품 수출국은 2021년 153개국에서 2022년 163개국으로 확장되었으며 중국으로의 국내 화장품 수출은 감소했으나 주요 선진국, 동남아시아 국가, 중앙아시아 국가에 수출이 늘어 중국에 대한 수출 의존도가 분산되어 무역수지 8조 5631억 원의 흑자를 기록하였다. 전년도 한국의 전체 무역수지는 472억 달러로 적자를 기록했으나 화장품산업은 66억 달러로 무역

28) 주간코스메틱, 4월 화장품 온라인 매출 11.5% 증가, 2023년 06월 01일, 검색일자:2023.09.22.

후자를 기록하였다. 국가별 수출실적 분석 결과, 프랑스, 미국, 독일에 이어 한국이 2년 연속 10조 원의 기록으로 아시아 국가 중 가장 높은 순위인 세계 4위를 기록했다²⁹⁾.

한국보건산업진흥원³⁰⁾이 발표한 2023년 보건 산업 수출 전망에 따르면 <그림 6>과 같이 2023년 화장품산업의 수출 규모는 감소세를 보였던 2022년 대비 6.7% 증가할 것으로 예상하였으며, 국가별로는 북미지역을 중심으로 K-Beauty의 유행과 국내 화장품 업체들의 영향력 확대에 따라 한국산 화장품의 접근 편의성이 높아지며 2020년도 대비 45.6% 증가한 9.9억 달러 수출을 전망하고, 한류의 영향에 의한 K-Beauty 선호도 증가로 아시아/퍼시픽 지역에 화장품 수출이 70% 이상 집중될 것으로 예상하였다<그림 7>. 품목 별로는 마스크 착용의 장기화로 인해 상대적으로 수출이 감소 되었던 색조 화장용 제품류의 수출이 <그림 8>과 같이 12.6%로 가장 큰 증가세를 보일 것으로 전망하였다.

(단위: 백만 달러, %)

품 목	2020년		2021년		2022년(예상)		2023년(전망)	
	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
보건산업	21,496	38.8	25,449	18.4	25,525	0.3	26,895	5.4
의약품	6,893	36.1	7,042	2.2	8,722	23.9	10,072	15.5
의료기기	7,032	81.3	9,223	31.2	8,546	-7.3	8,013	-6.2
화장품	7,572	15.6	9,184	21.3	8,257	-10.1	8,809	6.7

<그림 6> 2023년 보건 산업 수출 전망

출처: 한국보건산업진흥원, 2022, 검색일자:2023.09.22.

29) 대한민국 정책브리핑, 한국화장품, 2년 연속 10조 원 수출 달성...세계 4위 기록, 2023년 07월 06일, 검색일자:2023.09.21.

30) 한국보건산업진흥원, 2023년 보건산업 수출 269억 달러로 지속 성장 전망, 2022년 12월 8일, 검색일자:2023.09.22.

(단위: 백만 달러, %)

품 목	2020년		2021년		2022년(예상)		2023년(전망)	
	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
화장품	7,572	15.6	9,184	21.3	8,257	-10.1	8,809	6.7
북미	681	21.0	882	29.5	929	5.3	991	6.7
아시아/퍼시픽	6,174	15.0	7,350	19.0	6,319	-14.0	6,749	6.8
유럽	610	14.8	808	32.5	834	3.3	876	4.9
중남미	26	-6.4	42	63.1	47	10.4	49	5.8
중동/아프리카	81	40.8	101	24.8	128	27.0	144	12.4

<그림 7> 2023년 화장품 국가별 수출 전망

출처: 한국보건산업진흥원, 2022, 검색일자:2023.09.22.

(단위: 백만 달러, %)

품 목	2020년		2021년		2022년(예상)		2023년(전망)	
	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
화장품	7,572	15.6	9,184	21.3	8,257	-10.1	8,809	6.7
기초화장용 제품류	5,986	17.6	7,315	22.2	6,284	-14.1	6,634	5.6
색조화장용 제품류	697	-5.4	839	20.4	945	12.6	1,064	12.6
두발용 제품류	357	19.3	417	16.5	353	-15.1	388	9.9
인체세정용 제품류	265	48.2	298	12.1	309	3.7	320	3.6
눈화장용 제품류	193	8.5	216	11.5	246	14.2	267	8.5
기타 ^{주)}	74	15.2	100	35.8	120	20.5	136	12.6

주: 기능성, 면도용, 목욕용, 방향성, 손발톱용, 어린이용, 체취방지용 제품류 포함

<그림 8> 2023년 화장품 품목별 수출 전망

출처: 한국보건산업진흥원, 2022, 검색일자:2023.09.22.

3. 피부와 화장품

1) 피부의 구조와 유형

(1) 피부의 구조

피부는 사람과 동물의 몸 외부를 덮고 있는 기관으로 사람의 피부는 다양한 기능으로 인체를 보호한다. 피부는 인체의 수분이 밖으로 빠져나가 지 않도록 막아주며, 세균 또는 화학물질 등이 몸 안으로 들어오지 못하도록 방어하고, 다양한 생리적 기능을 통해 체온을 정상적인 범위로 유지할 수 있도록 도와주는 역할을 한다³¹⁾. 이처럼 피부는 인체의 생명 보호에 필요 불가결한 것으로 체표면의 상당 부분이 화상, 동상 등으로 손상당하면 사망에 이를 수도 있으며, 피부는 사람이 살아온 과정을 말해주는 나무의 나이테와 같다고 볼 수 있다.

사람의 피부는 표피, 진피, 피하지방의 3개의 층으로 구분된다. 피부의 가장 바깥에 위치하는 표피는 진피와 피하지방에 비해 매우 얇은 조직으로 신체 내부를 보호하고 외부의 세균, 유해 물질, 자외선 등의 침입을 막아주는 역할을 한다. 이러한 표피는 바깥에서부터 각질층, 투명층, 과립층, 유극층, 기저층 총 5개의 층으로 나뉜다. 표피와 피하지방 사이에 위치하는 진피는 표피의 10~40배 정도 되는 두꺼운 조직으로 유두층과 망상층의 2개의 층으로 구분되며 실질적인 피부라고 할 수 있다. 진피에는 피부의 주요 부속기관들이 자리 잡고 있으며 이들은 피부의 영양공급, 배설, 감각, 분비 등의 중요한 기능을 담당하고 있다. 피하 지방층은 진피와 근육, 뼈 사이에 위치하는 부분으로 지방세포와 지방조직이 발달 되어 체온의 손실을 막고 외부로부터의 충격을 흡수하는 물리적 보호기능, 그리고 영양과 에너지를 저장하는 저장기능을 가진다³²⁾.

31) 「피부」, 최봉수, 21세기 웅진학습백과사전, 경기:웅진씽크빅, 2010.

32) 김명숙, 「이론과 실제 피부관리학(개정4판)」, 서울:현문사, 2012, pp. 3-14.

(2) 피부 유형

피부는 지문처럼 각 개인이 타인과 다른 특유의 상태를 가지고 있다. 그 유형을 일반적으로 분류하자면 피지의 유분과 수분량을 결정하는 피지샘과 한선의 기능에 따라 보통 중성 피부, 건성 피부, 지성 피부, 복합성 피부의 총 4가지 유형으로 분류한다. 이러한 피부 유형은 가변적으로 연령, 기후나 계절 등의 외부 환경, 수면, 화장품 사용, 스트레스, 생활 습관 등의 요인에 따라 변화의 가능성이 있다³³⁾.

중성 피부는 가장 이상적인 피부로 인식되며, 피지선과 한선의 기능을 포함하여 피부의 모든 기능이 정상적인 피부를 말한다. 중성 피부는 피부의 유분 함량과 수분 보유량이 정상적이기 때문에 윤기있고 촉촉하며 그 결이 섬세하고 모공이 작고 눈에 띄지 않으며 탄력성, 혈색이 좋고 피부 저항력이 있는 특징을 가지고 있다³⁴⁾.

건성 피부는 피지선과 한선의 기능이 저하되어 각질, 가려움, 피부 당김 등의 증상을 느끼게 되는 특징이 있으며, 건성 피부의 원인으로는 유전인자, 피부관리 소홀, 과도한 자극, 잘못된 세안 방법, 건조한 환경, 화장품, 의약품 등이 있다³⁵⁾.

지성 피부는 피지선 기능의 비정상적인 작용에 따라 피지가 과다 분비되어 피부 표면에 기름기를 만들어 번들거려 보이는 피부를 말한다. 지성 피부는 피부가 거칠고 모공이 넓으며 피부가 두꺼워 보인다. 피부 저항력이 건성 피부에 비해 강하며 쉽게 예민해지지 않는 특징을 가지고 있으며 관리가 소홀할 경우 피지의 과잉 분비로 인한 여드름 발생 가능성이 있다. 지성 피부의 원인으로는 사춘기의 남성 호르몬의 과다 분비, 스트레스로 인한 호르몬 불균형, 고온다습한 기후 등이 있다³⁶⁾.

33) 김명숙, op.cit., 서울:현문사, 2012, p. 51.

34) 김명숙, op.cit., 서울:현문사, 2012, pp. 51-52.

35) 김봉인, 김선옥, 김해남, 장문정, 장태수, 최미옥, 한채정, 함명옥, 고미라, 「메디컬 에스테틱」, 경기:메디시언, 2015, p. 28.

복합성 피부는 여러 피부 유형이 섞여 있는 피부를 말하며 흔히 T-zone 부위는 지성 피부, U-zone은 건성 피부로 많이 나타난다. 복합성 피부는 부위와 피부 상태에 따라 차별화하여 관리를 해주어야 하며 관리가 소홀할 경우 문제성 피부로 발전할 수 있다. 복합성 피부의 원인으로서는 환경, 잘못된 피부 관리 습관, 호르몬의 불균형 등이 있다³⁷⁾.

2) 화장품 부작용

화장품 사용의 증가에 따른 화장품 부작용도 증가하고 있다. 화장품에 의한 부작용으로는 자극반응, 접촉성 두드러기, 지연과민반응, 광 알레르기, 민감성 피부, 직업적 손 습진 등이 있다³⁸⁾. 식품의약품안전처에서는 화장품에 대한 부작용을 “유해사례”라는 용어로 사용하고 있으며 화장품의 사용 중에 발생하는 바람직하지 않고 의도되지 않은 징후, 증상, 질병을 말한다고 정의하고 있다³⁹⁾.

화장품으로 인한 부작용 사례는 대부분 화장품의 특정 성분이 피부와 맞지 않았거나 내용물이 변질이 발생한 화장품을 사용해서 생긴다⁴⁰⁾. 한국 소비자원(2010)⁴¹⁾의 보고에 따르면 화장품의 부작용 사례는 화장품의 주요 소비층인 20~30대 여성에게서 빈번하게 발생하고 있으며 부작용 증상으로 접촉성 피부염, 발진, 홍반, 부종, 통증, 가려움 등의 순으로 나타났다. 김은화(2001)⁴²⁾의 연구에서는 화장품 사용으로 인한 접촉성 피부염을 경험한 연구대상자가 57.1%로 나타났으며, 이정훈(2005)⁴³⁾의 연구에서 화장품에 의한 알레르기성

36) 김명숙, op.cit., 서울:현문사, 2012, pp. 56-58.

37) 김명숙, op.cit., 서울:현문사, 2012, p. 59.

38) 대한피부과학회, “화장품 총론과 부작용”, 2015년 12월 21일, 검색일자:2023.09.22.

39) 국가법령정보센터, 「화장품 안전성 정보관리 규정 제2조」, 검색일자:2023.09.23.

40) 병원 신문, 화장품 부작용시 전문의 찾아야, 2009년 04월 24일, 검색일자:2023.09.21.

41) 한국 소비자원, “화장품 부작용 모니터링”, 2010년 12월, 검색일자:2023.09.23.

42) 김은화, 화장품 이용과 안면부 접촉 피부염 발생, 조선대학교 환경보건대학원 석사학위논문, 2001, p. 8.

43) 이정훈, 화장품에 의한 접촉 피부염이 의심되는 환자에서의 첩포 검사 결과에 대한 연구,

접촉 피부염의 가장 흔한 원인으로 기초 제품이라고 나타났다. 이은주(2019)⁴⁴⁾의 연구에서도 부작용 증상으로 뽀루지, 여드름이 가장 많았으며 부작용을 일으킨 제품은 기초 화장품이 가장 많은 것으로 나타났다.

가톨릭대학교 대학원 석사학위논문, 2005, p. 2.

44) 이은주, 화장품 부작용 경험이 화장품 인식 및 브랜드 신뢰도에 미치는 영향, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문, 2019, p. 44.

Ⅲ. 연구 방법

1. 연구 대상 및 절차

본 연구는 마스크 의무화 해제가 피부 관심도 및 화장품 사용에 미치는 영향을 알아보기로 전국 20대~30대 일반인 여성을 대상으로 2023년 8월 20일부터 9월 8일까지 총 20일 동안 설문조사를 실시하였다. 설문지는 총 418부를 배부하여 418부가 회수되었으며 불성실한 답변을 제외한 400부를 최종 분석에 사용하였다.

2. 측정 도구

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 사용한 도구는 설문조사이며 설문지의 구성은 김현주(2011)⁴⁵, 난살마(2022)⁴⁶, 이정은(2021)⁴⁷, 장명자(2014)⁴⁸, 장영실(2021)⁴⁹, 정혜영(2023)⁵⁰의 선행연구에서 사용된 설문지를 참고하여 본 연구자의 의도에 맞게 보완 및 수정하였다. 설문지의 구성은 <표 4>와 같다.

-
- 45) 김현주, 여성들의 피부관리에 대한 실태 및 선호도에 관한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2011.
 - 46) 난살마, 코로나19로 인한 마스크 착용이 여성들의 메이크업 및 피부상태에 미치는 영향, 남부대학교 대학원 석사학위논문, 2022.
 - 47) 이정은, 코로나19로 인한 여성들의 외모관심도 및 화장품 구매 행동에 관한 연구, 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사학위논문, 2021.
 - 48) 장명자, 20~30대 여성의 피부 관심도 및 피부 건강관리 행위에 관한 연구, 동덕여자대학교 비만미용향장대학원 석사학위논문, 2014.
 - 49) 장영실, MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모관리행동에 미치는 영향, 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사학위논문, 2021.
 - 50) 정혜영, 마스크 착용이 중장년층 여성들의 피부 건강 상태 및 피부 관리 행동에 미치는 영향 - COVID-19 인한 마스크 착용 중심으로, 창원대학교 대학원 석사학위논문, 2023.

<표 4> 설문지 구성

구	분	문항 수	문항 출처
	인구통계학적 특성	5	김현주(2011)
	피부 관심도	11	김현주(2011), 정혜영(2023)
	마스크 착용 의무화 기간의 화장품 사용	13	난살마(2022), 이정은(2021)
	마스크를 착용 의무화 해제 이후의 화장품 사용	17	난살마(2022), 이정은(2021)
	피부 상태가 심리 상태에 미치는 영향	8	장명자(2014), 장영실(2021)
총	계	54	

본 연구의 측정 도구의 신뢰도를 검증한 결과는 피부 상태가 심리에 미치는 영향의 Cronbach α 가 0.88로 나타나 본 연구의 측정 도구는 신뢰할 만한 수준으로 나타났다.

3. 자료 분석

본 연구의 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) WIN 27.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 분석기법으로는 연구 대상자의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도와 백분율을 산출하였다. 또한 여성들의 피부 관심, 마스크 착용 의무화 기간과 해제 이후 화장품 사용, 그리고 피부 상태에 따른 심리 상태를 알아보기 위해 χ^2 (Chi-square) 검증과 One-way ANOVA(일원변량분석), t -test(검증), 기술통계 분석을 실시하였다.

IV. 연구 결과 및 고찰

1. 연구대상자의 인구통계학적 특성

본 연구의 연구대상자의 인구통계학적 특성은 <표 5>와 같다.

<표 5> 연구대상자의 인구통계학적 특성

구	분	빈도(명)	백분율(%)
연 령	20대	200	50.0
	30대	200	50.0
최종학력	고등학교 졸업	48	12.0
	대학교 졸업(재학생 포함)	327	81.8
	대학원 졸업 이상(재학생 포함)	25	6.3
직 업	회사원	220	55.0
	판매/서비스직	42	10.5
	자영업	19	4.8
	학생	37	9.3
	전업주부	21	5.3
	무직(취준생 포함)	61	15.3
결혼여부	미혼	307	76.8
	기혼	93	23.2
가 정 의 월 평 균 소 득	200만원 미만	57	14.3
	200~300만원 미만	96	24.0
	300~400만원 미만	55	13.7
	400~500만원 미만	56	14.0
	500만원 이상	136	34.0
	계	400	100.0

연구대상자 총 400명 중 연령별로는 20대 50.0%, 30대 50.0%의 동일한 분포를 보였다. 최종학력별로는 대학교 졸업이 88.8%로 대부분을 차지하였으며 다음으로 고등학교 졸업 12.0%, 대학원 졸업 이상 6.3% 순이었다. 직업별로

는 회사원이 55.0%로 가장 많았고, 다음으로 무직 15.3%, 판매/서비스직 10.5%, 학생 9.3%, 전업주부 5.3%, 자영업 4.8% 순으로 나타났다. 결혼 여부별로는 미혼이 76.8%, 기혼은 23.2%이었다. 가정의 월평균 소득별로는 500만원 이상이 34.0%로 가장 많았으며 이어서 200~300만원 미만 24.0%, 200만원 미만 14.3%, 400~500만원 미만 14.0%, 300~400만원 미만 13.7% 순으로 나타났다. 인구통계학적 특성에 따라 분석을 실시한 본 연구의 결과에서 사례수가 10%이하로 나타난 특성에 대해 최종학력별 특성에서 대학원 졸업 이상(6.3%)과 대학교 졸업(88.8%)을 합산, 직업별 특성에서는 판매/서비스직(10.5%)과 자영업(4.8%)을 합산하고 학생(9.3%)와 전업주부(5.3%)를 합산하여 결과를 분석하였다. 또한, 무직(취준생 포함)은 '기타' 직업군으로 설정하였다.

2. 피부 관심

1) 피부 유형

여성들의 피부 유형에 대해 알아본 결과는 <표 6>과 같이 복합성 피부인 여성이 43.5%로 가장 많았으며, 이어서 건성 피부 20.5%, 지성 피부 15.0%, 민감성 피부 12.3%, 중성 피부 4.5% 순으로 나타났고, 자신의 피부 유형에 대해서 잘 모르고 있는 여성은 4.3%로 여성들은 대부분 본인의 피부 유형에 대해 잘 알고 있는 것으로 나타났다. 20대~30대 성인 여성을 대상으로 한 이명심(2010)⁵¹⁾의 연구 결과에서도 연구대상자들의 복합성 피부 유형이 47.3%로 가장 많이 나타났으며, 20대~50대 이상 성인 여성을 대상으로 한 방도율(2023)⁵²⁾의 연구 결과에서도 복합성 피부가 37.3%로 가장 많은 것으로 나타났다. 피부는 다양한 요인에 따라 그 유형의 변화 가능성이 큰 기관

51) 이명심, 20~30대 성인여성의 피부유형에 따른 식행동 및 건강관련 생활습관 비교, 성신여자대학교 문화산업대학원 석사학위논문, 2010, p. 17.

52) 방도율, 맞춤형 화장품에 대한 인식 및 사용실태에 관한 연구, 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사학위논문, 2023, p. 38.

으로 한 사람의 피부에 다양한 양상이 관찰됨에 따라 많은 여성들이 본인의 피부 유형을 복합성으로 인식하고 있는 것으로 생각된다.

연령별로는 30대 여성보다 20대 여성의 피부 유형이 건성 피부와 지성 피부, 민감성 피부가 더 많은 것으로 나타났고, 20대 여성보다 30대 여성이 복합성 피부가 더 많은 것으로 나타났으나 유의미한 차이는 아니었다.

최종학력별로는 고등학교 졸업이 대학교 졸업 이상보다 피부 유형이 지성 피부가 더 많았고, 대학교 졸업 이상은 고등학교 졸업보다 건성 피부와 복합성 피부, 민감성 피부가 더 많은 것으로 나타났으며, 최종학력에 따라서 유의미한 차이를 보였다($X^2=15.19, p<.05$).

직업별로는 회사원인 여성이 타 직업의 여성보다 피부 유형이 복합성 피부가 더 많았고, 판매/서비스직/자영업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 건성 피부가, 기타 직업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 민감성 피부가 더 많이 나타났으며, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=26.21, p<.051$).

결혼여부별로는 미혼인 여성이 기혼 여성보다 피부 유형이 지성 피부와 민감성 피부가 더 많이 나타났고, 기혼인 여성은 미혼인 여성보다 복합성 피부와 중성 피부가 더 많이 나타났으며, 결혼 여부에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=11.54, p<.05$). 보통 미혼 여성은 20대~30대 초반의 연령대, 기혼 여성은 30대 이상인 경우가 대부분으로 젊을수록 피지 분비량이 많아 지성 피부와 민감성 피부 유형이 많이 나타난 것으로 보인다.

가정의 월평균 소득별로는 200만원 미만 소득의 여성이 그렇지 않은 여성보다 피부 타입이 건성 피부와 지성 피부가 더 많았고, 200~300만원 미만과 400~500만원 미만 소득의 여성은 그렇지 않은 여성보다 복합성 피부와 민감성 피부가 더 많았으며, 가정의 월평균 소득에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=31.74, p<.05$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 5분 미만 투자하는 여성이 그렇지 않은 여성보다 피부 유형이 건성 피부가 더 많았고, 5~10분 미만 투자하는 여성은 그렇지 않은 여성보다 복합성 피부가, 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 민감성 피부가 더 많은 것으로 나타났으나, 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

이상과 같이 여성들의 피부 유형으로는 복합성 피부가 가장 많았으며, 대학교 졸업 이상과 회사원, 기혼인 여성, 그리고 가정의 월평균 소득이 200~300만원 미만과 400~500만원 미만 소득의 여성이 그렇지 않은 여성보다 피부 유형이 복합성 피부가 더 많았다.

<표 6> 피부 유형

구분	건성 피부	중성 피부	지성 피부	복합성 피부	민감성 피부	잘 모르겠음	계	χ^2 (df)	p
연령	20대	43 (21.5)	9 (4.5)	37 (18.5)	74 (37.0)	28 (14.0)	9 (50.0)	8.41 (5)	0.135
	30대	39 (19.5)	9 (4.5)	23 (11.5)	100 (50.0)	21 (10.5)	8 (50.0)		
최종 학력	고등학교 졸업	9 (18.8)	1 (2.1)	12 (25.0)	15 (31.3)	5 (10.4)	6 (12.0)	15.19* (5)	0.010
	대학교 졸업	73 (20.7)	17 (4.8)	48 (13.6)	159 (45.2)	44 (12.5)	11 (88.0)		
	이상								
직업	회사원	42 (19.1)	13 (5.9)	31 (14.1)	107 (48.6)	24 (10.9)	3 (55.0)	26.21* (15)	0.036
	판매/서비스직/자영업	15 (24.6)	3 (4.9)	9 (14.8)	27 (44.3)	3 (4.9)	4 (15.3)		
	학생/전업주부	12 (20.7)	1 (1.7)	9 (15.5)	20 (34.5)	10 (17.2)	6 (10.3)		
	기타	13 (21.3)	1 (1.6)	11 (18.0)	20 (32.8)	12 (19.7)	4 (6.6)		
결혼 여부	미혼	62 (20.2)	12 (3.9)	54 (17.6)	124 (40.4)	41 (13.4)	14 (4.6)	11.54* (5)	0.042
	기혼	20 (21.5)	6 (6.5)	6 (6.5)	50 (53.8)	8 (8.6)	3 (3.2)		
가정의 월평균 소득	200만원 미만	19 (33.3)	0 (0.0)	12 (21.1)	15 (26.3)	6 (10.5)	5 (8.8)	31.74* (20)	0.046
	200~300만원 미만	10 (10.4)	3 (3.1)	17 (17.7)	49 (51.0)	14 (14.6)	3 (3.1)		
	300~400만원 미만	12 (21.8)	3 (5.5)	7 (12.7)	23 (41.8)	6 (10.9)	4 (7.3)		
	400~500만원 미만	10 (17.9)	4 (7.1)	5 (8.9)	29 (51.8)	8 (14.3)	0 (0.0)		
	500만원 이상	31 (22.8)	8 (5.9)	19 (14.0)	58 (42.6)	15 (11.0)	5 (3.7)		
하루 평균 피부 관리 투자 시간	5분 미만	27 (21.6)	5 (4.0)	18 (14.4)	53 (42.4)	12 (9.6)	10 (8.0)	16.09 (15)	0.376
	5~10분 미만	26 (19.5)	7 (5.3)	18 (13.5)	64 (48.1)	13 (9.8)	5 (3.8)		
	10~20분 미만	20 (20.0)	5 (5.0)	19 (19.0)	40 (40.0)	16 (16.0)	0 (0.0)		
	20분 이상	9 (21.4)	1 (2.4)	5 (11.9)	17 (40.5)	8 (19.0)	2 (4.8)		
전체	82 (20.5)	18 (4.5)	60 (15.0)	174 (43.5)	49 (12.3)	17 (4.3)	400 (100.0)		

* $p < .05$

2) 피부 관심도

여성들의 피부 관심도를 살펴본 결과는 <표 7>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.82로, 여성들은 피부에 관심이 많은 것으로 나타났다. 20~50대 성인남녀를 대상으로 한 윤세희(2019)⁵³⁾의 연구 결과에서 피부 관심도에 대한 전체 평균이 3.80으로 나타났으며 10대~50대 이상의 모바일 뷰티 어플리케이션 사용자를 대상으로 한 정행운(2019)⁵⁴⁾의 연구 결과에서는 피부 관리 관심도의 평균이 3.60±0.988점으로 조사 대상자의 절반 이상이 피부 관리에 관심이 있는 것으로 나타났다. 이와 종합하여 볼 때 다양한 연령층과 성별의 구별 없이 피부에 관심이 많은 것으로 보이며 최근 SNS를 통해 다양한 정보의 공유로 피부에 대한 관심도는 더 높아질 것으로 생각된다.

연령별로는 30대 여성보다 20대 여성이 피부에 관심이 더 많은 것으로 나타났다으나 연령대에 따른 유의미한 차이는 없었다.

최종학력별로는 대학교 졸업 이상이 고등학교 졸업보다 피부에 관심이 더 많았으며, 최종학력에 따라 유의미한 차이를 보였다($t=-2.37, p<.05$).

직업별로는 회사원인 여성이 피부에 관심이 가장 많았고, 판매/서비스직/자영업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 피부에 관심이 많지 않았으며, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=2.69, p<.05$). 이는 타인과의 교류가 많은 직업일수록 보여지는 외적 부분인 피부에 대한 관심이 많은 것으로 생각된다.

결혼여부별로는 미혼인 여성보다 기혼 여성이 피부에 관심이 더 많았으나 유의미한 차이는 아니었다.

가정이 월평균 소득별로는 500만원 이상인 여성이 피부에 관심이 가장 많았고, 200만원 미만 소득의 여성은 그렇지 않은 여성보다 피부에 관심이 많

53) 윤세희, 피부 인식, 피부 관심도, 기능성 화장품인식에 대한 차이 분석과 기능성 화장품의 구매 행동특성 분석, 가천대학교 경영대학원 석사학위논문, 2019, p. 36.

54) 정행운, 뷰티 유튜버의 콘텐츠에서 언급된 화장품 및 피부 정보에 대한 이해도 조사 : 모바일 뷰티 앱 사용자를 대상으로, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문, 2019, p. 17.

지 않았으며, 가정의 월평균 소득에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=4.01$, $p<.01$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 피부에 관심이 더 많았으며, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=38.47$, $p<.001$).

이상과 같이 여성들은 피부에 관심이 많았으며, 대학 졸업 이상과 판매/서비스직/자영업에 종사하는 여성, 가정의 월평균 소득이 500만원 이상인 여성, 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 그렇지 않은 여성보다 피부에 관심이 더 많았다.

<표 7> 피부 관심도

구	분	N	Mean	SD	t or F	p
연령	20대	200	3.87	0.88	1.15	0.252
	30대	200	3.77	0.86		
최종학력	고등학교 졸업	48	3.54	1.05	-2.37*	0.018
	대학교 졸업 이상	352	3.86	0.84		
직업	회사원	220	3.93	0.83	2.69*	0.046
	판매/서비스직/자영업	61	3.62	0.97		
	학생/전업주부	58	3.71	0.94		
	기타	61	3.74	0.81		
결혼여부	미혼	307	3.79	0.87	-1.18	0.240
	기혼	93	3.91	0.88		
가정 월평균 소득	200만원 미만	57	3.56	0.80	4.01**	0.003
	200~300만원 미만	96	3.74	0.84		
	300~400만원 미만	55	3.64	1.04		
	400~500만원 미만	56	3.98	0.73		
하루평균 피부관리 투자시간	500만원 이상	136	3.99	0.86	38.47***	0.000
	5분 미만	125	3.25	0.81		
	5~10분 미만	133	3.89	0.71		
	10~20분 미만	100	4.24	0.73		
	20분 이상	42	4.29	0.92		
전체		400	3.82	0.87		

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

3) 피부 만족도

여성들의 피부 만족도에 대해 살펴본 결과는 <표 8>과 같다.

<표 8> 피부 만족도

구 분	빈도(N)	백분율(%)
매우 불만족함	30	7.5
불만족함	160	40.0
보통	149	37.3
만족함	56	14.0
매우 만족함	5	1.3
계	400	100.0

<표 8>에서 보는 바와 같이 본인의 피부에 불만족하는 여성이 47.5%로 만족하는 여성 15.3%보다 많았고, 보통이다에 37.3%가 응답하였다. 따라서 여성들은 자신의 피부에 불만족하는 여성이 만족하는 여성보다 많음을 알 수 있다. 피부관리실을 이용해본 전 연령대의 여성을 대상으로 한 이윤수(2005)⁵⁵⁾의 연구에서는 피부 만족도에 대해 5점 만점 중 전체 평균이 2.99로 나타났다. 이로 미루어 보았을 때 대체적으로 여성들은 자신의 피부에 만족하지 못하는 것으로 보인다.

4) 피부 고민과 원인

(1) 피부 고민

여성들의 피부 고민에 대해 살펴본 결과는 <표 9>와 같이 피부의 모공 및 흉터로 고민하는 여성이 19.8%로 가장 많았으며, 다음으로 여드름 및 트러블 18.3%, 피부 건조 및 각질 16.7%, 주름 및 탄력 15.5%, 기미, 주근깨

55) 이윤수, 피부관리실을 찾는 고객의 피부관리 선호도 연구-서울·경기지역을 중심으로, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2005, p. 33.

등의 색소 12.5%, 홍조 및 붉은 기 8.3%, 피지 과다로 인한 번들거림 8.0% 순으로 나타났고, 피부 고민이 없는 여성은 1.0%로 매우 적었다. 따라서 피부의 모공 및 흉터가 여성들의 피부 고민의 가장 주된 원인임을 알 수 있다. 20~50대 성인남녀를 대상으로 한 이정은(2015)⁵⁶⁾의 연구 결과에서도 여드름, 모공, 흉터가 고민인 성인이 30.5%로 가장 많았으며, 20~50대 이상의 일반 여성을 대상으로 한 이혜원(2009)⁵⁷⁾의 연구에서는 연령대가 낮을수록 여드름과 넓은 모공을 피부 문제로 인식하고 있는 것으로 나타나 20~30대를 대상으로 한 본 연구 결과를 지지한다. 이와 같은 결과가 나타난 것은 연령이 어릴수록 호르몬에 의한 피지의 과다 분비 등이 원인이 되어 주된 피부 고민이 모공, 흉터, 여드름으로 나타난 것으로 보인다.

<표 9> 피부 고민

(복수응답)

구 분	빈도(N)	백분율(%)
기미, 주근깨 등의 색소	143	12.5
여드름 및 트러블	209	18.3
주름 및 탄력	177	15.5
피부 건조 및 각질	191	16.7
모공 및 흉터	226	19.8
홍조 및 붉은 기	95	8.3
피지 과다로 인한 번들거림	92	8.0
없음	11	1.0
기타	-	-
계	1144	100.0

56) 이정은, 메디컬 스킨케어의 실태 및 만족도에 관한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2015, p. 36.

57) 이혜원, 메디컬 스킨케어의 실태 및 만족도에 관한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2009, p. 34.

(2) 피부 고민 원인

여성들의 피부 고민 원인에 대한 인식을 살펴본 결과는 <표 10>과 같다.

<표 10> 피부 고민 원인

(복수응답)

구 분	빈도(N)	백분율(%)
자외선에 의한 피부 손상	133	12.4
유전적인 요인	97	9.0
피부 면역기능 저하	182	16.9
과도한 스트레스	198	18.4
식습관 및 생활 습관	229	21.3
피부 관리 소홀	199	19.0
화장품	33	3.1
기타	4	0.4
계	1075	100.0

<표 10>에서 보는 바와 같이 식습관 및 생활 습관이 피부 고민의 원인이라고 인식하는 여성이 21.3%로 가장 많았으며, 다음으로 피부 관리 소홀 19.0%, 과도한 스트레스 18.4%, 피부 면역기능 저하 16.9%, 자외선에 의한 피부 손상 12.4%, 유전적인 요인 9.0%, 화장품 3.1%, 기타 0.4% 순으로 나타났다. 따라서 여성들은 피부 고민의 가장 큰 원인을 식습관 및 생활 습관으로 인식하고 있음을 알 수 있다. 20~50대의 성인 여성을 대상으로 한 이지민(2020)⁵⁸⁾의 연구에서도 피부 상태에 가장 큰 영향을 미치는 손상 요인에 대해 생활 습관(수면 부족, 식습관)이 30.0%로 가장 많이 응답하여 본 연구와 유사한 결과로 나타났으며 20~50대 성인 여성을 대상으로 한 전중은(2023)⁵⁹⁾의 연구에서는 피부 고민의 원인이 스트레스라고 인식하는 여성이

58) 이지민, 미세먼지에 대한 안면피부 관리 인식 및 안티폴루션 화장품에 관한 니즈 분석, 영산대학교 미용예술대학원 석사학위논문, 2020, p. 24.

21.2%로 가장 높게 나타나 본 연구 결과와는 다른 결과를 보였다. 현대 여성들은 생활 습관과 스트레스를 피부 고민의 원인으로 인식하는 경향이 높은 것으로 보이며 김현숙(2023)⁶⁰⁾의 연구 결과에서 육체적, 정신적 건강을 위한 생활 습관과 스트레스 관리는 피부 건강과 유의미한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

5) 피부 관리 방법

여성들의 피부 관리 방법에 대해 살펴본 결과는 <표 11>과 같다.

<표 11> 피부 관리 방법

(복수응답)

구 분	빈도(N)	백분율(%)
홈케어(화장품)	271	37.5
홈케어(뷰티 디바이스)	67	9.3
병원(피부과, 성형외과 등)	65	9.0
피부관리실	29	4.0
이너뷰티 복용	71	9.8
규칙적인 생활습관(식사, 수면, 운동 등)	135	18.7
특별한 관리를 하지 않고 있음	85	11.8
기타	-	-
계	723	100.0

<표 11>에서 보는 바와 같이 피부 관리를 화장품을 사용하여 홈케어를 하는 여성이 37.5%로 가장 많이 나타났으며, 다음으로 규칙적인 생활 습관 18.7%, 이너뷰티 복용 9.8%, 뷰티 디바이스를 사용한 홈케어 9.3%, 병원

59) 전중은, 여성들의 피부 주름에 대한 인식과 화장품 사용실태, 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사학위논문, 2023, p. 54.

60) 김현숙, 피부건강 관리행동이 피부인식에 의한 자기평가 영향분석, 동방문화대학원대학교 박사학위논문, 2023, p. 118.

9.0%, 피부 관리실 4.0% 순으로 나타났고, 특별한 관리를 하지 않고 있는 여성은 11.8%를 차지하였다. 따라서 여성들은 화장품을 사용한 홈케어를 통해 피부 관리를 가장 많이 하고 있음을 알 수 있다. 이는 화장품을 사용하는 방법이 비교적 시간적, 공간적 제약이 적어 이와 같은 결과가 나타난 것으로 보인다.

6) 하루 평균 피부 관리 투자 시간

여성들의 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 대해 살펴본 결과는 <표 12>와 같이 하루 평균 피부 관리에 5~10분 미만 투자하는 여성이 33.3%로 가장 많았으며, 다음으로 5분 미만 31.3%, 10~50분 미만 25.0%, 20~30분 이상 7.0%, 30분 이상 3.5% 순으로 나타났다. 따라서 절반 이상의 여성들이 하루 평균 피부 관리에 10분 미만 투자하고 있음을 알 수 있다.

<표 12> 하루 평균 피부 관리 투자 시간

구 분	빈도(N)	백분율(%)
5분 미만	125	31.3
5~10분 미만	133	33.3
10~20분 미만	100	25.0
20~30분 미만	28	7.0
30분 이상	14	3.5
계	400	100.0

7) 월평균 피부 관리 투자 비용

여성들의 월평균 피부 관리 투자 비용에 대해 살펴본 결과는 <표 13>와 같이 피부 관리를 위해 월평균 3만원 미만 투자하는 여성이 44.0%로 가장 많이 나타났으며, 다음으로 3~5만원 미만 24.8%, 5~10만원 미만 18.8%, 10~15만원 미만 5.8%, 15~20만원 미만 3.5%, 20만원 이상 3.3% 순으로 나타났다.

연령별로는 20대 여성이 30대 여성보다 피부 관리를 위해 월평균 3만원 미만 투자하였고, 30대 여성은 20대 여성보다 5~10만원 미만 투자하였으나 연령에 따른 유의미한 차이는 없었다.

직업별로는 회사원인 여성이 타 직업의 여성보다 피부 관리를 위해 월평균 3만원 이상 투자하였고, 판매/서비스직/자영업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 3~5만원 미만을, 기타 직업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 3만원 미만 투자하였으며, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=51.12$, $p<.001$). 판매, 서비스, 자영업에 종사하는 여성들은 타인에게 보여지는 외모에 신경을 많이 쓰는 편으로 다른 직업군에 비해 피부 관리에 투자를 많이 하는 것으로 보인다.

결혼여부별로는 미혼인 여성이 기혼인 여성보다 피부 관리에 월평균 5만원 미만 투자하였고, 기혼 여성은 미혼 여성보다 5~20만원 미만 투자하였으며, 결혼 여부에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=17.07$, $p<.01$).

가정의 월평균 소득별로는 200만원 미만 소득의 여성이 그렇지 않은 여성보다 피부 관리를 위해 월평균 3만원 미만 투자하였고, 400~500만원 미만인 여성은 그렇지 않은 여성보다 3~5만원 미만을, 500만원 이상인 여성은 그렇지 않은 여성보다 5만원 이상 투자하였으며, 가정의 월평균 소득에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=44.98$, $p<.01$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 적은 여성일수록 피부 관리를 위해 월평균 3만원 미만 투자하였고, 10~20분 미만 투자하는 여성은 그렇지 않은 여성보다 3~10만원 미만을, 20분 이상 투자하는 여성은 그렇지 않은 여성보다 10만원 이상 투자하였으며, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=146.28$, $p<.001$).

이상과 같이 절반 이상의 여성들이 피부 관리를 위해 월평균 5만원 미만

투자하였으며, 회사원인 여성과 기혼 여성, 가정의 월평균 소득이 500만원 이상인 여성, 하루 평균 피부 관리에 20분 이상 투자하는 여성이 그렇지 않은 여성에 비해 피부 관리에 더 많은 비용을 투자하였다.

<표 13> 월평균 피부 관리 투자 비용

구분	3만원 미만	3~5만원 미만	5~10만원 미만	10~15만원 미만	15~20만원 미만	20만원 이상	계	χ^2 (df)	p		
연령	20대	93 (46.5)	50 (25.0)	31 (15.5)	11 (5.5)	5 (2.5)	10 (5.0)	200 (50.0)	7.79 (5)	0.168	
	30대	83 (41.5)	49 (24.5)	44 (22.0)	12 (6.0)	9 (4.5)	3 (1.5)				200 (50.0)
직업	회사원	69 (31.4)	61 (27.7)	52 (23.6)	16 (7.3)	11 (5.0)	11 (5.0)	220 (55.0)	51.12*** (5)	0.000	
	판매/서비스직/ 자영업	27 (44.3)	17 (27.9)	13 (21.3)	3 (4.9)	0 (0.0)	1 (1.6)				61 (15.3)
	학생/ 전업주부	35 (60.3)	12 (20.7)	5 (8.6)	4 (6.9)	1 (1.7)	1 (1.7)				58 (14.4)
	기타	45 (73.8)	9 (14.8)	5 (8.2)	0 (0.0)	2 (3.3)	0 (0.0)				61 (15.3)
	미혼	144 (46.9)	81 (26.4)	52 (16.9)	12 (3.9)	8 (2.6)	10 (3.3)				307 (76.8)
기혼	32 (34.4)	18 (19.4)	23 (24.7)	11 (11.8)	6 (6.5)	3 (3.2)	93 (23.2)				
가정 의 월 평 균 소 득	200만원 미만	34 (59.6)	13 (22.8)	8 (14.0)	0 (0.0)	2 (3.5)	0 (0.0)	57 (14.3)	44.98** (20)	0.001	
	200~300만원 미만	46 (47.9)	26 (27.1)	14 (14.6)	6 (6.3)	0 (0.0)	4 (4.2)				96 (24.0)
	300~400만원 미만	27 (49.1)	15 (27.3)	10 (18.2)	2 (3.6)	0 (0.0)	1 (1.8)				55 (13.7)
	400~500만원 미만	24 (42.9)	18 (32.1)	10 (17.9)	4 (7.1)	0 (0.0)	0 (0.0)				56 (14.0)
	500만원 이상	45 (33.1)	27 (19.9)	33 (24.3)	11 (8.1)	12 (8.8)	8 (5.9)				136 (34.0)
하루 평 균 피 부 관 리 투 자 시 간	5분 미만	98 (78.4)	21 (16.8)	3 (2.4)	1 (0.8)	1 (0.8)	1 (0.8)	125 (31.3)	146.28*** (15)	0.000	
	5~10분 미만	52 (39.1)	38 (28.6)	30 (22.6)	6 (4.5)	4 (3.0)	3 (2.3)				133 (33.2)
	10~20분 미만	20 (20.0)	32 (32.0)	33 (33.0)	9 (9.0)	4 (4.0)	2 (2.0)				100 (25.0)
	20분 이상	6 (14.3)	8 (19.0)	9 (21.4)	7 (16.7)	5 (11.9)	7 (16.7)				42 (10.5)
전체	176 (44.0)	99 (24.8)	75 (18.8)	23 (5.8)	14 (3.5)	13 (3.3)	400 (100.0)				

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

8) 피부 정보 습득 경로

여성들의 피부 정보 습득 경로에 대해 살펴본 결과는 <표 14>와 같다.

<표 14> 피부 정보 습득 경로

구 분	빈도(N)	백분율(%)
인터넷, SNS	301	75.3
대중매체(TV, 라디오 등)	23	5.8
가족, 친구 등의 지인	59	14.8
병원	12	3.0
피부관리실	5	1.3
기타	-	-
계	400	100.0

<표 14>에서 보는 바와 같이 피부에 대한 정보를 인터넷, SNS에서 얻는 여성이 75.3%로 가장 많았으며, 다음으로 가족, 친구 등의 지인 14.8%, 대중매체 5.8%, 병원 3.0%, 피부관리실 1.3% 순으로 나타났다. 따라서 여성들은 피부 관리 정보를 인터넷과 SNS에서 가장 많이 얻고 있음을 확인 할 수 있다. 현재 대부분의 사람들이 스마트폰을 사용하고 이에 따른 SNS이용의 급증으로 과거에 비해 양질의 정보가 제공되고 있는 인터넷과 SNS를 통한 정보 습득의 비중이 높은 것을 확인할 수 있었으며, 20대를 대상으로 한 정시현(2021)⁶¹⁾의 연구 결과, SNS를 통한 뷰티 정보 이용이 평균 70.2%로 나타났다.

61) 정시현, 20대의 SNS 뷰티정보 이용이 피부관리행동 및 피부지식도에 미치는 영향, 을지대학교 보건대학원 석사학위논문, 2021, p. 51.

9) 마스크 착용 의무화로 인한 피부 변화

(1) 마스크 착용 의무화로 인한 피부 변화 정도

여성들의 마스크 착용 의무화로 인한 피부 변화 정도에 대해 살펴본 결과는 <표 15>와 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.39로, 여성들은 마스크 착용 의무화로 인해 피부 변화가 그다지 있지 않았던 것으로 나타났다.

연령별로는 20대 여성이 30대 여성보다 마스크 착용 의무화로 인해 피부 변화가 많았으며, 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다($t=3.17, p<.01$).

직업별로는 회사원인 여성이 마스크 착용 의무화로 인해 피부 변화가 가장 많았고, 판매/서비스직/자영업에 종사하는 여성은 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화로 인해 피부 변화가 적었으며, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=5.61, p<.01$).

가정의 월평균 소득별로는 200~300만원 미만 소득의 여성이 마스크 착용 의무화로 인해 피부 변화가 가장 많았고, 400~500만원 미만 소득의 여성은 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화로 인해 피부 변화가 적었으며, 가정의 월평균 소득에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=3.81, p<.01$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 10~20분 미만 투자하는 여성이 마스크 착용 의무화로 인해 피부 변화가 가장 많았고, 5분 미만 여성은 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화로 인해 피부 변화가 적었으며, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=9.22, p<.001$).

이상과 같이 여성들은 마스크 착용 의무화로 인해 피부 변화가 그다지 있지 않았으며, 20대 여성과 회사원인 여성, 가정의 월평균 소득이 200~300만원 미만 소득의 여성, 하루 평균 피부 관리에 10~20분 미만 투자하는 여성이 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화로 인해 피부 변화가 많았다.

<표 15> 마스크 착용 의무화로 인한 피부 변화 정도

구	분	N	Mean	SD	t or F	p
연령	20대	200	3.56	1.00	3.17**	0.002
	30대	200	3.23	1.05		
직업	회사원	220	3.52	0.99	5.61**	0.001
	판매/서비스직/자영업	61	2.92	1.26		
	학생/전업주부	58	3.38	0.93		
	기타	61	3.41	0.96		
가정 월 평균 소득	200만원 미만	57	3.49	0.89	3.81**	0.005
	200~300만원 미만	96	3.53	0.96		
	300~400만원 미만	55	3.25	1.04		
	400~500만원 미만	56	2.95	1.12		
하루평균 피부관리 투자시간	5분 미만	125	3.04	1.03	9.22***	0.000
	5~10분 미만	133	3.41	1.05		
	10~20분 미만	100	3.72	0.92		
	20분 이상	42	3.60	0.99		
전체		400	3.39	1.04		

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

(2) 마스크 착용 의무화로 인한 피부 변화양상

마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화가 있었던 여성들을 대상으로 피부 변화양상에 대해 살펴본 결과는 <표 16>과 같이 마스크 착용 의무화로 인한 피부 변화로 여드름 및 트러블이 발생한 여성이 31.9%로 가장 많았으며, 다음으로 따가움 14.8%, 피부 건조 12.3%, 이전보다 쉽게 자극받음 11.9%, 홍조, 붉은기 11.3%, 피지 과다 9.2%, 따가움 8.1% 기타 0.6% 순으로 나타났다. 따라서 여성들은 마스크 착용 의무화로 인한 피부 변화로 여드름 및 트러블이 가장 많이 발생하였음을 알 수 있다. 성인남녀를 대상으로 한 배성은(2021)⁶²⁾의 연구 결과에 따르면 일일 마스크 착용 시간이 늘어날수록

62) 배성은, 코로나19로 인한 마스크 착용이 성인들의 피부상태 및 피부관리 행태에 미치는

피부에 트러블과 여드름이 더 많이 발생하는 것으로 나타났다. 마스크 착용 의무화로 일상에서 마스크를 착용하는 시간이 증가함에 따라 여드름과 트러블 발생 양상이 가장 많이 나타난 것으로 보인다.

<표 16> 마스크 착용 의무화로 인한 피부 변화양상
(복수응답)

구분	빈도(N)	백분율(%)
피부 건조	59	12.3
여드름 및 트러블(뽀루지)	153	31.9
홍조, 붉은 기	54	11.3
가려움	71	14.8
따가움	39	8.1
피지 과다	44	9.2
이전보다 쉽게 자극받음	57	11.9
기타	3	0.6
계	480	100.0

(3) 마스크 착용 의무화 해제 후 피부 상태 호전 여부

마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화가 있었던 여성들을 대상으로 마스크 착용 의무화 해제 후 피부 상태 호전 여부에 대해 살펴본 결과는 <표 17>과 같이 마스크 착용 의무화 해제 후 피부 상태가 호전된 여성이 47.6%로 그렇지 않은 여성 12.0%보다 많았으며, ‘보통이다’에 40.4%가 응답하였다. 따라서 마스크 착용 의무화 해제 후 피부 상태가 호전된 여성이 호전되지 않은 여성보다 많음을 알 수 있다. 피부 변화의 원인 중 하나로 볼 수 있었던 마스크 착용을 하지 않게 되면서 자연스럽게 원인이 제거되어 피부 상태가 호전된 것으로 보인다.

영향, 대구한의대학교 한방산업대학원 석사학위논문, 2021, pp. 34-36.

<표 17> 마스크 착용 의무화 해제 후 피부 상태 호전 여부

구 분	빈도(N)	백분율(%)
전혀 아니다	1	0.5
아니다	24	11.5
보통이다	84	40.4
그렇다	86	41.3
매우 그렇다	13	6.3
계	208	100.0

10) 마스크 착용 의무화로 인한 피부 관심도 증가 정도

여성들의 마스크 착용 의무화로 인한 피부 관심도 증가 정도에 대해 살펴본 결과는 <표 18>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.26으로, 여성들은 마스크 착용 의무화로 이전에 비해 피부에 대한 관심도가 그다지 증가하지 않은 것으로 나타났다. 마스크 착용에 의한 피부 변화가 그다지 있지 않았기 때문에 피부 관심 또한 그다지 증가하지 않은 것으로 보인다.

연령별로는 20대 여성이 30대 여성보다 마스크 착용 의무화로 이전에 비해 피부에 대한 관심도가 증가하였으며, 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다 ($t=2.66, p<.01$).

직업별로는 회사원인 여성이 마스크 착용 의무화로 이전에 비해 피부에 대한 관심도가 가장 많이 증가하였고, 판매/서비스직/자영업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 마스크 착용 의무화로 이전에 비해 피부에 대한 관심도가 증가하지 않았으나 유의미한 차이는 아니었다.

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 마스크 착용 의무화로 이전에 비해 피부에 대한 관심도가 증가하였으며, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=10.71, p<.001$).

이상과 같이 여성들은 마스크 착용 의무화로 이전에 비해 피부에 대한 관

심도가 그다지 증가하지 않았으며, 20대 여성과 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화로 이전에 비해 피부에 대한 관심도가 증가하였다.

<표 18> 마스크 착용 의무화로 인한 피부 관심도 증가 정도

구	분	N	Mean	SD	t or F	p
연 령	20대	200	3.39	0.92	2.66**	0.008
	30대	200	3.14	0.96		
직 업	회사원	220	3.34	0.94	2.43	0.065
	판매/서비스직/자영업	61	3.00	1.06		
	학생/전업주부	58	3.16	0.87		
	기타	61	3.33	0.89		
하루평균 피부관리 투자시간	5분 미만	125	2.92	0.89	10.71***	0.000
	5~10분 미만	133	3.26	0.94		
	10~20분 미만	100	3.55	0.89		
	20분 이상	42	3.57	0.99		
전	체	400	3.26	0.95		

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

3. 마스크 착용 의무화 기간 중 화장품 사용

1) 마스크 착용 의무화 기간 중 집중한 화장

여성들이 마스크 착용 의무화 기간 중 집중한 화장에 대해 살펴본 결과는 <표 19>와 같다.

<표 19> 마스크 착용 의무화 기간 중 집중한 화장

구 분	빈도(N)	백분율(%)
기초화장 및 선크림	272	68.0
베이스 메이크업	58	14.5
아이 메이크업	49	12.3
립 메이크업	13	3.3
윤곽 메이크업	1	0.3
기타	7	1.8
계	400	100.0

<표 19>에서 보는 바와 같이 마스크 착용 의무화 기간 중 기초화장 및 선크림에 가장 신경을 쓴 여성이 68.0%로 가장 많았으며, 다음으로 베이스 메이크업 14.5%, 아이 메이크업 12.3%, 립 메이크업 3.3%, 기타 1.8%, 윤곽 메이크업 0.3% 순으로 나타났다. 따라서 여성들은 마스크 착용 의무화 기간 중 기초화장 및 선크림에 가장 많은 신경을 썼음을 알 수 있다.

2) 마스크 착용 의무화 기간 중 세안 방법

여성들의 마스크 착용 의무화 기간 중 세안 방법에 대해 살펴본 결과는 <표 20>과 같이 마스크 착용 의무화 기간 중 세안 방법으로 세안 비누 또는 클렌징폼으로 세안을 한 여성이 55.0%로 가장 많았으며, 다음으로 1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안함 37.5%, 물로만 세안함 5.5%, 클렌징 밤을 사용하여 세안함 2.0% 순으로 나타났다.

연령별로는 20대 여성이 30대 여성보다 마스크 착용 의무화 기간에 세안 방법으로 세안 비누 또는 클렌징폼을 사용하여 세안을 더 많이 하였고, 30대 여성은 20대 여성보다 1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안을 더 많이 하였으나 유의미한 차이는 아니었다.

최종학력별로는 고등학교 졸업이 대학교 졸업 이상보다 마스크 착용 의무

화 기간에 세안 방법으로 물 세안과 세안 비누 또는 클렌징폼을 사용하여 세안을 더 많이 하였고, 대학교 졸업 이상은 고등학교 졸업보다 1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안을 더 많이 하였으며, 최종학력에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=11.57, p<.01$).

직업별로는 회사원인 여성이 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 기간에 세안 방법으로 1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안을 더 많이 하였고, 판매/서비스직/자영업에 종사하는 여성과 학생/전업주부는 그렇지 않은 여성보다 세안 비누 또는 클렌징폼을 사용하여 세안을 더 많이 하였으나 직업에 따른 유의미한 차이는 없었다.

가정의 월평균 소득별로는 200만원 미만인 여성이 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 기간에 세안 방법으로 물 세안을 많이 하였고, 200~300만원 미만인 여성은 그렇지 않은 여성보다 1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안을, 400~500만원 미만인 여성은 그렇지 않은 여성보다 세안 비누 또는 클렌징폼을 사용하여 세안을 더 많이 하였으며, 가정의 월평균 소득에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=32.36, p<.01$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 적은 여성일수록 마스크 착용 의무화 기간에 세안 방법으로 세안 비누 또는 클렌징폼을 사용하여 세안을 더 많이 하였고, 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안을 더 많이 하였으며, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=33.58, p<.001$).

이상과 같이 여성들은 마스크 착용 의무화 기간에 세안 방법으로 세안 비누 또는 클렌징폼을 사용하여 세안을 가장 많이 하였으며, 고등학교 졸업인 여성과 가정의 월평균 소득이 400~500만원 미만인 여성, 그리고 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 적은 여성일수록 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용

의무화 기간 중 세안 방법으로 세안 비누 또는 클렌징폼을 사용하여 세안을 더 많이 하였다.

<표 20> 마스크 착용 의무화 기간 중 세안 방법

구분	물로만 세안함	세안 비누 또는 클렌징 폼을 사용하여 세안함	1차 클렌징 제품을 사용하여 세안함	클렌징 밤을 사용하여 세안함	계	χ^2 (df)	p	
연령	20대	14 (7.0)	114 (57.0)	67 (33.5)	5 (2.5)	200 (50.0)	4.13 (3)	0.247
	30대	8 (4.0)	106 (53.0)	83 (41.5)	3 (1.5)	200 (50.0)		
최종 학력	고등학교 졸업	7 (14.6)	29 (60.4)	11 (22.9)	1 (2.1)	48 (12.0)	11.57** (3)	0.009
	대학교 졸업 이상	15 (4.3)	191 (54.3)	139 (39.5)	7 (2.0)	352 (88.0)		
직업	회사원	7 (3.2)	117 (53.2)	92 (41.8)	4 (1.8)	220 (55.0)	13.99 (9)	0.123
	판매/서비스직/자영업	3 (4.9)	37 (60.7)	19 (31.1)	2 (3.3)	61 (15.3)		
	학생/전업주부	6 (10.3)	35 (60.3)	15 (25.9)	2 (3.4)	58 (14.4)		
	기타	6 (9.8)	31 (50.8)	24 (39.3)	0 (0.0)	61 (15.3)		
가정의 월평균 소득	200만원 미만	10 (17.5)	26 (45.6)	19 (33.3)	2 (3.5)	57 (14.3)	32.36** (12)	0.001
	200~300만원 미만	2 (2.1)	47 (49.0)	45 (46.9)	2 (2.1)	96 (24.0)		
	300~400만원 미만	5 (9.1)	32 (58.2)	16 (29.1)	2 (3.6)	55 (13.7)		
	400~500만원 미만	0 (0.0)	38 (67.9)	18 (32.1)	0 (0.0)	56 (14.0)		
	500만원 이상	5 (3.7)	77 (56.6)	52 (38.2)	2 (1.5)	136 (34.0)		
하루 평균 피부 관리 투자 시간	5분 미만	16 (12.8)	76 (60.8)	31 (24.8)	2 (1.6)	125 (31.3)	33.58*** (9)	0.000
	5~10분 미만	4 (3.0)	77 (57.9)	51 (38.3)	1 (0.8)	133 (33.2)		
	10~20분 미만	1 (1.0)	49 (49.0)	47 (47.0)	3 (3.0)	100 (25.0)		
	20분 이상	1 (2.4)	18 (42.9)	21 (50.0)	2 (4.8)	42 (10.5)		
전체	22 (5.5)	220 (55.0)	150 (37.5)	8 (2.0)	400 (100.0)			

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

3) 마스크 착용 의무화 기간 중 사용한 기초 화장품

여성들이 마스크 착용 의무화 기간 중 사용한 기초 화장품 제품에 대해 살펴본 결과는 <표 21>과 같다.

<표 21> 마스크 착용 의무화 기간 중 사용한 기초 화장품
(복수응답)

구분	빈도(N)	백분율(%)
스킨(토너)	340	21.7
로션(에멀전)	240	15.3
앰플(에센스)	195	12.4
크림(수분, 영양, 재생)	277	17.7
아이크림	81	5.2
미스트	61	3.9
자외선 차단제(선크림, 선 에센스 등)	258	16.4
팩, 마스크	108	6.9
기초 화장품을 사용하지 않음	8	0.5
기타	1	0.1
계	1569	100.0

<표 21>에서 보는 바와 같이 마스크 착용 의무화 기간 중 기초 화장품 중에 스킨을 사용한 여성이 21.7%로 가장 많았으며, 다음으로 크림 17.7%, 자외선 차단제 16.4%, 로션 15.3%, 앰플 12.4%, 팩, 마스크 6.9%, 아이크림 5.2%, 미스트 3.9% 순으로 나타났고, 기초 화장품을 사용하지 않은 여성은 0.5%로 매우 적은 것으로 나타났다. 따라서 마스크 착용 의무화 기간에 기초 화장품 제품 중에 스킨을 가장 많이 사용하였음을 알 수 있다. 20~30대 여성을 대상으로 한 최민정(2011)⁶³⁾의 연구에서는 94.5%의 여성이 매일 스킨을 사용하고 있는 것으로 나타났으며 20대~40대 이상의 여성을 대상으로

63) 최민정, 20~30대 여성의 화장품 구매양상과 구매 후 사용실태 평가, 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문, 2011, p. 28.

한 이정은(2021)⁶⁴의 연구에서도 여성들은 기초 화장품 중에 스킨, 토너를 가장 많이 사용하고 있는 것으로 나타났다. 스킨의 목적은 피부의 pH를 정상 범위로 돌려주는 역할을 하는데, 기초 화장품을 사용하는 많은 여성들이 그 중요성을 인지하고 있는 것으로 보인다.

4) 마스크 착용 의무화 기간 중 사용한 색조 화장품

여성들이 마스크 착용 의무화 기간 중 사용한 색조 화장품에 대해 살펴본 결과는 <표 22>와 같이 나타났다.

베이스 메이크업 제품 중에는 쿠션을 사용한 여성이 28.7%로 가장 많았으며, 다음으로 파운데이션 19.4%, 메이크업 베이스 12.5%, 컨실러 12.1%, 파우더 10.6%, BB 크림 9.8%, 프라이머 4.1%, CC 크림 2.3%, 기타 0.6% 순으로 나타났다. 따라서 여성들은 마스크 착용 의무화 기간에 베이스 메이크업 제품 중에 쿠션을 가장 많이 사용하였음을 알 수 있다. 10~40대 여성을 대상으로 한 박윤미(2021)⁶⁵의 연구 결과에서 코로나19 발생 이전에는 리퀴드 타입의 파운데이션을 가장 많이 사용했던 것으로 나타났다. 마스크 착용 시 마스크와의 마찰로 베이스 메이크업의 수정이 필요한 경우가 이전보다 증가하여 휴대성이 편리한 쿠션 제품의 사용이 가장 많이 나타난 것으로 보인다.

아이 메이크업 제품 중에는 아이 섀도우를 사용한 여성이 26.5%로 가장 많았으며, 다음으로 아이 브로우 26.3%, 아이 라이너 24.7%, 마스크라 18.6%, 아이 프라이머 3.1%, 기타 0.7% 순으로 나타났다. 따라서 여성들은 마스크 착용 의무화 기간에 아이 메이크업 제품 중에 아이 섀도우를 가장 많이 사용하였음을 알 수 있다.

립 메이크업 제품 중에는 립 틴트를 사용한 여성이 34.5%로 가장 많았으

64) 이정은, 코로나19로 인한 여성들의 외모관심도 및 화장품 구매 행동에 관한 연구, 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사학위논문, 2021, p. 60.

65) 박윤미, 코로나19(COVID-19) 발생 이전·이후의 여성 화장 관심도 및 화장품 사용실태 변화 분석, 건국대학교 대학원 석사학위논문, 2021, p. 50.

며, 다음으로 립밤 33.6%, 립스틱 29.1%, 립 라이너 2.4%, 립 프라이머 0.3% 순으로 나타났다. 따라서 여성들은 마스크 착용 의무화 기간에 립 메이크업 제품 중에 립 틴트를 가장 많이 사용하였음을 알 수 있다.

윤곽 메이크업 제품 중에는 블러셔를 사용한 여성이 41.3%로 가장 많았으며, 다음으로 쉐딩 37.8%, 하이라이터 20.9% 순으로 나타났다. 따라서 여성들은 마스크 착용 의무화 기간에 윤곽 메이크업 제품 중에 블러셔를 가장 많이 사용하였음을 알 수 있다.

<표 22> 마스크 착용 의무화 기간 중 사용한 색조 화장품

(복수응답)

구	분	빈도(N)	백분율(%)
베이스	메이크업 베이스	86	12.5
	CC 크림	16	2.3
	BB 크림	67	9.8
	파운데이션	133	19.4
	쿠션(팩트)	197	28.7
	파우더	73	10.6
	컨실러	83	12.1
	프라이머	28	4.1
	기타	4	0.6
	계	687	100.0
아이	아이 브로우	176	26.3
	아이 섀도우	177	26.5
	아이 라이너	165	24.7
	마스카라	124	18.6
	아이 프라이머	21	3.1
	기타	5	0.7
	계	668	100.0
립	립밤	194	33.6
	립 턴트	199	34.5
	립스틱	168	29.1
	립 라이너	14	2.4
	립 프라이머	2	0.3
	기타	-	-
	계	577	100.0
윤곽	블러셔(볼터치)	83	41.3
	쉐딩	76	37.8
	하이라이터	42	20.9
	기타	-	-
	계	201	100.0

5) 마스크 착용 의무화 기간 중 주 평균 색조 메이크업 빈도

(1) 마스크 착용 의무화 기간 중 주 평균 베이스 메이크업 빈도

여성들의 마스크 착용 의무화 기간의 주 평균 베이스 메이크업 빈도에 대해 살펴본 결과는 <표 23>과 같이 마스크 착용 의무화 기간에 베이스 메이크업을 하지 않은 여성이 24.5%로 가장 많았으며, 다음으로 일주일에 5~6회 23.3%, 1~2회 21.8%, 3~4회 20.5%, 매일 10.0% 순으로 나타났다.

연령별로는 20대 여성이 30대 여성보다 마스크 착용 의무화 기간에 베이스 메이크업을 일주일에 3~4회 하였고, 30대 여성은 20대 여성보다 베이스 메이크업을 하지 않았으나 연령에 따른 유의미한 차이는 없었다.

직업별로는 회사원인 여성이 타 직업의 여성보다 마스크 착용 의무화 기간에 베이스 메이크업을 매일 하였고, 학생/전업주부인 여성은 타 직업의 여성보다 1~2회를, 기타 직업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 베이스 메이크업을 하지 않았으며, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=42.21$, $p<.001$). 회사원인 여성들은 일정한 생활과 대인관계를 많이 가지는 직업상 외적으로 보여지는 피부표현을 중요하게 생각하는 것으로 보인다.

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 마스크 착용 의무화 기간에 베이스 메이크업을 5~6회 하였고, 20분 이상 투자하는 여성은 그렇지 않은 여성보다 매일 하였고, 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 적은 여성일수록 베이스 메이크업을 하지 않았고, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=60.28$, $p<.001$).

이상과 같이 마스크 착용 의무화 기간에 베이스 메이크업을 일주일에 5~6회 한 여성이 가장 많았으며, 회사원인 여성과 하루 평균 피부 관리에 20분 이상 투자하는 여성이 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 기간에 베이스 메이크업을 더 자주 하였다.

<표 23> 마스크 착용 의무화 기간 중 주 평균 베이스 메이크업 빈도

구분	1~2회	3~4회	5~6회	매일	베이스 메이크업을 하지 않음	계	X ² (df)	p
연령	20대	45 (22.5)	48 (24.0)	42 (21.0)	19 (9.5)	46 (23.0)	3.83 (4)	0.429
	30대	42 (21.0)	34 (17.0)	51 (25.5)	21 (10.5)	52 (26.0)		
직업	회사원	39 (17.7)	45 (20.5)	68 (30.9)	29 (13.2)	39 (17.7)	42.21*** (12)	0.000
	판매/서비스직 /자영업	11 (18.0)	15 (24.6)	10 (16.4)	7 (11.5)	18 (29.5)		
	학생/ 전업주부	20 (34.5)	13 (22.4)	8 (13.8)	2 (3.4)	15 (25.9)		
	기타	17 (27.9)	9 (14.8)	7 (11.5)	2 (3.3)	26 (42.6)		
						61 (15.3)		
하루 평균 피부 관리 투자 시간	5분 미만	33 (26.4)	14 (11.2)	18 (14.4)	8 (6.4)	52 (41.6)	60.28*** (12)	0.000
	5~10분 미만	33 (24.8)	35 (26.3)	23 (17.3)	17 (12.8)	25 (18.8)		
	10~20분 미만	13 (13.0)	27 (27.0)	36 (36.0)	8 (8.0)	16 (16.0)		
	20분 이상	8 (19.0)	6 (14.3)	16 (38.1)	7 (16.7)	5 (11.9)		
전체	87 (21.8)	82 (20.5)	93 (23.3)	40 (10.0)	98 (24.5)	400 (100.0)		

*** p<.001

(2) 마스크 착용 의무화 기간 중 주 평균 아이 메이크업 빈도

여성들의 마스크 착용 의무화 기간 중 주 평균 아이 메이크업 빈도에 대해 살펴본 결과는 <표 24>와 같이 마스크 착용 의무화 기간 중 아이 메이크업을 하지 않은 여성이 39.8%로 가장 많았으며, 다음으로 아이 메이크업을 일주일에 1~2회 한 여성이 20.5%, 5~6회 19.3%, 3~4회 16.5%, 매일 4.0% 순으로 나타났다.

연령별로는 20대 여성이 30대 여성보다 마스크 착용 의무화 기간에 아이 메이크업을 일주일에 5~6회 하였고, 30대 여성은 20대 여성보다 아이 메

크업을 하지 않았으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

직업별로는 회사원인 여성이 타 직업의 여성보다 마스크 착용 의무화 기간에 아이 메이크업을 일주일에 5~6회 하였고, 판매/서비스직/자영업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 3~4회를, 기타 직업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 아이 메이크업을 하지 않았으며, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=39.35$, $p<.001$).

가정의 월평균 소득별로는 200~400만원 미만인 여성이 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 기간에 아이 메이크업을 하지 않았고, 200~300만원 미만인 여성은 그렇지 않은 여성보다 일주일에 3~4회를, 500만원 이상인 여성은 그렇지 않은 여성보다 5~6회 하였으며, 가정의 월평균 소득에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=26.54$, $p<.05$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 마스크 착용 의무화 기간에 아이 메이크업을 5~6회 하였고, 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 적은 여성일수록 아이 메이크업을 하지 않았고, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=59.30$, $p<.001$).

이상과 같이 마스크 착용 의무화 기간에 아이 메이크업을 일주일에 1~2회 한 여성이 가장 많았으며, 회사원인 여성과 가정의 월평균 소득이 500만원 이상인 여성, 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 기간에 아이 메이크업을 일주일에 5~6회 하였다.

<표 24> 마스크 착용 의무화 기간 중 주 평균 아이 메이크업 빈도

구분	1~2회	3~4회	5~6회	매일	아이 메이크업을 하지 않음	계	χ^2 (df)	p
연령	20대	40 (20.0)	39 (19.5)	41 (20.5)	7 (3.5)	73 (36.5)	3.87 (4)	0.424
	30대	42 (21.0)	27 (13.5)	36 (18.0)	9 (4.5)	86 (43.0)		
직업	회사원	48 (21.8)	39 (17.7)	59 (26.8)	12 (5.5)	62 (28.2)	39.35*** (12)	0.000
	판매/서비스직 /자영업	13 (21.3)	13 (21.3)	4 (6.6)	1 (1.6)	30 (49.2)		
	학생/ 전업주부	9 (15.5)	8 (13.8)	8 (13.8)	2 (3.4)	31 (53.4)		
	기타	12 (19.7)	6 (9.8)	6 (9.8)	1 (1.6)	36 (59.0)		
						61 (15.3)		
가정의 월평균 소득	200만원 미만	10 (17.5)	8 (14.0)	3 (5.3)	3 (5.3)	33 (57.9)	26.54* (16)	0.047
	200~300만원 미만	20 (20.8)	19 (19.8)	16 (16.7)	6 (6.3)	35 (36.5)		
	300~400만원 미만	11 (20.0)	8 (14.5)	10 (18.2)	1 (1.8)	25 (45.5)		
	400~500만원 미만	11 (19.6)	8 (14.3)	9 (16.1)	2 (3.6)	26 (46.4)		
	500만원 이상	30 (22.1)	23 (16.9)	39 (28.7)	4 (2.9)	40 (29.4)		
하루 평균 피부 관리 투자 시간	5분 미만	19 (15.2)	12 (9.6)	15 (12.0)	2 (1.6)	77 (61.6)	59.30*** (12)	0.000
	5~10분 미만	40 (30.1)	20 (15.0)	19 (14.3)	7 (5.3)	47 (35.3)		
	10~20분 미만	17 (17.0)	25 (25.0)	28 (28.0)	5 (5.0)	25 (25.0)		
	20분 이상	6 (14.3)	9 (21.4)	15 (35.7)	2 (4.8)	10 (23.8)		
전체	82 (20.5)	66 (16.5)	77 (19.3)	16 (4.0)	159 (39.8)	400 (100.0)		

* $p < .05$, *** $p < .001$

(3) 마스크 착용 의무화 기간 중 주 평균 립 메이크업 빈도

여성들의 마스크 착용 의무화 기간 중 주 평균 립 메이크업 빈도에 대해 살펴본 결과는 <표 25>와 같이 마스크 착용 의무화 기간에 립 메이크업을 일주일에 5~6회 한 여성이 25.8%로 가장 많았으며, 다음으로 립 메이크업을 하지 않은 여성이 23.5%, 3~4회 20.0%, 1~2회 17.8%, 매일 13.0% 순으로 나타났다.

연령별로는 20대 여성이 30대 여성보다 마스크 착용 의무화 기간에 립 메이크업을 일주일에 3~4회 하였고, 30대 여성은 20대 여성보다 립 메이크업을 하지 않았으나 유의미한 차이는 아니었다.

직업별로는 회사원인 여성이 타 직업의 여성보다 마스크 착용 의무화 기간에 립 메이크업을 일주일에 5~6회 혹은 매일 하였고, 학생/전업주부인 여성은 타 직업의 여성보다 립 메이크업을 하지 않았으며, 기타 직업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 4회 이하 하였고, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=34.71$, $p<.01$). 10~40대 여성을 대상으로 한 박윤미⁶⁶⁾의 연구 결과에서 평균 외출 시간이 1~3시간인 경우 코로나19 발생 이전보다 이후에 화장에 대한 필요성이 낮은 것으로 나타났다. 학생, 전업주부 직업군은 코로나19로 인한 방역 지침으로 사회적 거리두기와 마스크 착용 의무화, 교육기관들의 원격 수업 진행으로 비교적 집에 상주하는 시간이 길고 타인과 대면하는 빈도도 적은 편으로 립 메이크업에 대한 필요성을 낮게 인식하는 것으로 생각된다.

가정의 월평균 소득별로는 200만원 미만인 여성이 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 기간에 립 메이크업을 일주일에 1~2회 하였고, 300~400만원 미만인 여성은 그렇지 않은 여성보다 립 메이크업을 하지 않았으며, 500만원 이상인 여성은 그렇지 않은 여성보다 5~6회 하였으며, 가정의

66) 박윤미, 코로나19(COVID-19) 발생 이전·이후의 여성 화장 관심도 및 화장품 사용실태 변화 분석, 건국대학교 대학원 석사학위논문, p. 45.

월평균 소득에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=34.47$, $p<.01$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 5분 미만 투자하는 여성이 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 기간에 립 메이크업을 하지 않았고, 10~20분 미만 투자하는 여성은 그렇지 않은 여성보다 3~4회 하였음, 20분 이상 투자하는 여성은 그렇지 않은 여성보다 매일 하였고, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=27.33$, $p<.01$).

이상과 같이 마스크 착용 의무화 기간에 립 메이크업을 일주일에 5~6회 한 여성이 가장 많았으며, 회사원인 여성과 가정의 월평균 소득이 500만원 이상인 여성, 그리고 하루 평균 피부 관리에 20분 이상 투자하는 여성이 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 기간에 립 메이크업을 더 자주 하였다.

<표 25> 마스크 착용 의무화 기간 중 주 평균 립 메이크업 빈도

구분	1~2회	3~4회	5~6회	매일	립 메이크업을 하지 않음	계	χ^2 (df)	p
연령	20대	38 (19.0)	46 (23.0)	52 (26.0)	25 (12.5)	39 (19.5)	4.96 (4)	0.291
	30대	33 (16.5)	34 (17.0)	51 (25.5)	27 (13.5)	55 (27.5)		
직업	회사원	32 (14.5)	45 (20.5)	72 (32.7)	37 (16.8)	34 (15.5)	34.71** (12)	0.001
	판매/서비스직 /자영업	12 (19.7)	14 (23.0)	10 (16.4)	6 (9.8)	19 (31.1)		
	학생/ 전업주부	13 (22.4)	8 (13.8)	13 (22.4)	3 (5.2)	21 (36.2)		
	기타	14 (23.0)	13 (21.3)	8 (13.1)	6 (9.8)	20 (32.8)		
						61 (15.3)		
가정의 월평균 소득	200만원 미만	11 (19.3)	14 (24.6)	5 (8.8)	9 (15.8)	18 (31.6)	34.47** (6)	0.005
	200~300만원 미만	17 (17.7)	21 (21.9)	25 (26.0)	15 (15.6)	18 (18.8)		
	300~400만원 미만	8 (14.5)	8 (14.5)	16 (29.1)	4 (7.3)	19 (34.5)		
	400~500만원 미만	19 (33.9)	10 (17.9)	10 (17.9)	5 (8.9)	12 (21.4)		
	500만원 이상	16 (11.8)	27 (19.9)	47 (34.6)	19 (14.0)	27 (19.9)		
하루 평균 피부 관리 투자 시간	5분 미만	24 (19.2)	19 (15.2)	24 (19.2)	10 (8.0)	48 (38.4)	27.33** (12)	0.007
	5~10분 미만	25 (18.8)	27 (20.3)	38 (28.6)	21 (15.8)	22 (16.5)		
	10~20분 미만	15 (15.0)	24 (24.0)	29 (29.0)	14 (14.0)	18 (18.0)		
	20분 이상	7 (16.7)	10 (23.8)	12 (28.6)	7 (16.7)	6 (14.3)		
전체	71 (17.8)	80 (20.0)	103 (25.8)	52 (13.0)	94 (23.5)	400 (100.0)		

** $p < .01$

(4) 마스크 착용 의무화 기간 중 주 평균 윤곽 메이크업 빈도

여성들의 마스크 착용 의무화 기간 중 주 평균 윤곽 메이크업 빈도에 대해 살펴본 결과는 <표 26>과 같다.

<표 26> 마스크 착용 의무화 기간의 주 평균 윤곽 메이크업 빈도

구	분	빈도(N)	백분율(%)
	1~2회	50	12.5
	3~4회	36	9.0
	5~6회	20	5.0
	7회(매일)	3	0.8
	윤곽 메이크업을 하지 않음	291	72.8
	계	400	100.0

<표 26>에서 보는 바와 같이 마스크 착용 의무화 기간 중 윤곽 메이크업을 하지 않은 여성이 72.8%로 가장 많았으며, 다음으로 일주일에 1~2회 12.5%, 3~4회 9.0%, 5~6회 5.0%, 매일 0.8% 순이었다. 따라서 대부분의 여성들이 마스크 착용 의무화 기간에는 윤곽 메이크업을 하지 않았음을 알 수 있다. 김양연(2022⁶⁷)의 연구 결과에서 코로나19 발생 이후에 치크 메이크업의 빈도가 15.3%에서 4.8%로 감소한 것으로 나타났으며 20대의 둥근 얼굴형을 가진 여성을 대상으로 한 최다연(2019)⁶⁸의 연구에서는 얼굴에 음영을 넣어 얼굴 윤곽을 살려 성형 효과를 주는 것이 윤곽 메이크업의 특징이라고 설명하였다. 마스크 착용에 의해 얼굴의 절반 이상이 가려지게 되면서 시간을 들여 윤곽 메이크업을 할 필요성이 줄어든 것으로 생각된다.

67) 김양연, COVID-19로 인한 마스크 착용이 메이크업에 미치는 영향 : 20~30대 여성을 중심으로, 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사학위논문, 2022, p. 45.

68) 최다연, 둥근 얼굴형에 따른 내추럴 메이크업과 윤곽 메이크업 비교 연구, 광주여자대학교 교육대학원 석사학위논문, 2019, p. 21.

4. 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장품 사용

1) 현재 마스크 착용

(1) 현재 마스크 착용 여부

여성들의 현재 마스크 착용 여부에 대해 살펴본 결과는 <표 27>과 같이 현재 마스크를 착용하고 있지 않은 여성이 58.8%로 착용하고 있는 여성 41.3%보다 많은 것으로 나타났다. 한국리서치 여론조사본부가 운영하는 여론 속의 여론(2023)⁶⁹⁾이 2023년 5월 12일부터 5월 15일까지 실시한 조사 결과에 따르면 실내, 외 마스크 착용 의무가 해제된 후에도 응답자 10명 중 5~6명은 여전히 마스크를 착용하는 것으로 나타났으며, 응답자들의 50% 내외가 마스크 착용 규제와는 관계없이 향후 실내, 외에서 마스크를 계속 착용할 것이라는 의사를 밝혔다. 실내 마스크 착용 이유는 질병 감염 예방하기 위해서가 가장 높게 나타났으며 연령대가 낮을수록 습관이나 주변 시선을 신경 써서 마스크를 착용하고, 연령대가 높을수록 코로나19 확산 방지가 목적인 것으로 나타났다. 마스크 착용 의무 해제가 발표되었으나 여전히 심리적 불안감과 사회적 인식으로 인해 마스크를 착용하고 있는 여성들이 많은 것을 알 수 있다.

<표 27> 현재 마스크 착용 여부

구	분	빈도(N)	백분율(%)
	예	165	41.3
	아니오	235	58.8
	계	400	100.0

69) 한국리서치 여론 속의 여론, [코로나19] 82차 인식조사(2023년 5월 2주차), 2023년 05월 23일, [검색일자:2023.09.25].

(2) 주 평균 마스크 착용 일수

여성들의 주 평균 마스크 착용 일수에 대해 살펴본 결과는 <표 28>과 같다.

<표 28> 주 평균 마스크 착용 일수

구	분	빈도(N)	백분율(%)
	1~2일	27	16.4
	3~4일	40	24.2
	5~6일	70	42.4
	7일	28	17.0
	계	165	100.0

<표 28>에서 보는 바와 같이 마스크를 일주일에 5~6일 착용하는 여성이 42.4%로 가장 많았으며, 다음으로 3~4일 24.2%, 7일 17.0%, 1~2일 16.4% 순으로 나타났다. 따라서 절반 이상의 여성들이 마스크를 일주일에 5일 이상 착용하고 있음을 알 수 있다.

2) 마스크 착용 의무화 해제 이후 집중한 화장

여성들이 마스크 착용 의무화 해제 이후 집중한 화장에 대해 살펴본 결과는 <표 29>와 같이 마스크 착용 의무화 해제 이후 기초화장 및 선크림에 신경 쓰고 있는 여성이 58.3%로 가장 많았으며, 다음으로 베이스 메이크업 23.0%, 아이 메이크업 9.8%, 립 메이크업 7.8%, 윤곽 메이크업 1.3% 순으로 나타났다. 성인 여성을 대상으로 한 조미숙⁷⁰⁾의 연구 결과에서는 메이크업 시 중점을 두는 부분으로 베이스 메이크업 36.0%, 기초화장이 32.6%, 눈썹 8.7%, 아이섀도우 14.2%, 립 6.1%, 치크 0.6% 순으로 나타났다. 이를 통해 여성들은 다른 부분보다 피부 관리를 위한 기초화장과 깨끗한 피부 표현을

70) 조미숙, 위드코로나시대 여성 메이크업의 변화양상과 지속에 관한 연구, 대구한의대학교 한방산업대학원 석사학위논문, 2023, p. 13.

위한 베이스 메이크업에 대한 집중도가 다른 메이크업에 비해 높은 것으로 보인다.

연령별로는 20대 여성이 30대 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 베이스 메이크업에 더 많이 신경 쓰고 있었고, 30대 여성은 20대 여성은 그렇지 않은 여성보다 기초화장 및 선크림에 더 많이 신경 쓰고 있었으나 유의미한 차이는 아니었다.

최종학력별로는 고등학교 졸업이 대학교 졸업 이상보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 기초화장 및 선크림에 더 많이 신경 쓰고 있었고, 대학교 졸업 이상은 고등학교 졸업보다 베이스 메이크업에 더 많이 신경 쓰고 있었으며, 최종학력에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=18.75, p<.01$).

직업별로는 회사원인 여성이 타 직업의 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 베이스 메이크업에 더 많이 신경 쓰고 있었고, 판매/서비스직/자영업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 아이 메이크업에, 기타 직업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 기초화장 및 선크림에 더 많이 신경 쓰고 있었으며, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=31.19, p<.01$).

결혼여부별로는 미혼 여성이 기혼 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 립 메이크업에 더 많이 신경 쓰고 있었고, 기혼 여성은 미혼 여성보다 베이스 메이크업에 더 많이 신경 쓰고 있었으나 결혼 여부에 따른 유의미한 차이는 없었다.

가정의 월평균 소득별로는 300~400만원 미만인 여성이 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 기초화장 및 선크림에 더 많이 신경 쓰고 있었고, 400~500만원 미만인 여성은 그렇지 않은 여성보다 아이 메이크업과 립 메이크업에, 500만원 이상인 여성은 그렇지 않은 여성보다 베이스 메이크업에 더 많이 신경 쓰고 있었으며, 가정의 월평균 소득에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=26.68, p<.05$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 적은 여성일수록 마스크 착용 의무화 해제 이후 기초화장 및 선크림에 더 많이 신경 쓰고 있었고, 10~20분 미만 투자하는 여성은 그렇지 않은 여성보다 베이스 메이크업에, 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 아이 메이크업과 립 메이크업에 더 많이 신경 쓰고 있었으며, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=26.440, p<.01$).

이상과 같이 여성들은 마스크 착용 의무화 해제 이후 기초화장 및 선크림에 가장 많이 신경 쓰고 있었으며, 고등학교 졸업인 여성과 기타 직업에 종사하는 여성, 그리고 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 적은 여성일수록 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 기초화장 및 선크림에 더 많이 신경 쓰고 있었다.

<표 29> 마스크 착용 의무화 해제 이후 집중한 화장

구분	기초 화장 및 선크림	베이스 메이크업	아이 메이크업	립 메이크업	윤곽 메이크업	계	X ² (df)	p	
연령	20대	106 (53.0)	52 (26.0)	21 (10.5)	17 (8.5)	4 (2.0)	200 (50.0)	5.78 (4)	0.216
	30대	127 (63.5)	40 (20.0)	18 (9.0)	14 (7.0)	1 (0.5)	200 (50.0)		
최종 학력	고등학교 졸업	32 (66.7)	3 (6.3)	5 (10.4)	5 (10.4)	3 (6.3)	48 (12.0)	18.75** (4)	0.001
	대학교 졸업	201 (57.1)	89 (25.3)	34 (9.7)	26 (7.4)	2 (0.6)	352 (88.0)		
	이상								
직업	회사원	112 (50.9)	60 (27.3)	23 (10.5)	25 (11.4)	0 (0.0)	220 (55.0)	31.19** (12)	0.002
	판매/서비스직/ 자영업	36 (59.0)	15 (24.6)	7 (11.5)	2 (3.3)	1 (1.6)	61 (15.3)		
	학생/ 전업주부	40 (69.0)	11 (19.0)	4 (6.9)	2 (3.4)	1 (1.7)	58 (14.4)		
	기타	45 (73.8)	6 (9.8)	5 (8.2)	2 (3.3)	3 (4.9)	61 (15.3)		
결혼 여부	미혼	178 (58.0)	69 (22.5)	30 (9.8)	25 (8.1)	5 (1.6)	307 (76.8)	1.95 (4)	0.744
	기혼	55 (59.1)	23 (24.7)	9 (9.7)	6 (6.5)	0 (0.0)	93 (23.2)		
가정의 월평균 소득	200만원 미만	37 (64.9)	10 (17.5)	3 (5.3)	4 (7.0)	3 (5.3)	57 (14.3)	26.68* (16)	0.045
	200~300만원 미만	53 (55.2)	23 (24.0)	10 (10.4)	10 (10.4)	0 (0.0)	96 (24.0)		
	300~400만원 미만	36 (65.5)	9 (16.4)	3 (5.5)	5 (9.1)	2 (3.6)	55 (13.7)		
	400~500만원 미만	29 (51.8)	13 (23.2)	7 (12.5)	7 (12.5)	0 (0.0)	56 (14.0)		
	500만원 이상	78 (57.4)	37 (27.2)	16 (11.8)	5 (3.7)	0 (0.0)	136 (34.0)		
하루 평균 피부 관리 투자 시간	5분 미만	82 (65.6)	20 (16.0)	10 (8.0)	9 (7.2)	4 (3.2)	125 (31.3)	26.40** (12)	0.009
	5~10분 미만	84 (63.2)	29 (21.8)	10 (7.5)	9 (6.8)	1 (0.8)	133 (33.2)		
	10~20분 미만	49 (49.0)	33 (33.0)	12 (12.0)	6 (6.0)	0 (0.0)	100 (25.0)		
	20분 이상	18 (42.9)	10 (23.8)	7 (16.7)	7 (16.7)	0 (0.0)	42 (10.5)		
전체	233 (58.3)	92 (23.0)	39 (9.8)	31 (7.8)	5 (1.3)	400 (100.0)			

* $p < .05$, ** $p < .01$

3) 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장에 대한 집중 정도

마스크 착용 의무화 해제 이후 화장에 대한 여성들의 집중 정도에 대해 살펴본 결과는 <표 30>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.20으로, 여성들은 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장에 대한 집중 정도는 높지 않은 것으로 나타났다.

연령별로는 20대 여성이 30대 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장을 더 신경을 써서 시행하였으나 유의미한 차이는 보이지 않았다.

최종학력별로는 대학교 졸업 이상이 고등학교 졸업보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장에 신경을 가장 많이 써서 하였으며, 최종학력에 따라 유의미한 차이를 보였다($t=-2.71, p<.01$).

직업별로는 회사원인 여성이 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장에 신경을 가장 많이 써서 하였고, 판매/서비스직/자영업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장에 신경을 더 써서 하지 않았으나 직업에 따른 유의미한 차이는 없었다.

결혼여부별로는 기혼 여성이 미혼 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장에 더 신경을 써서 하였으며, 결혼 여부에 따라 유의미한 차이를 보였다($t=-2.01, p<.05$).

가정의 월평균 소득별로는 400~500만원 미만인 여성이 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장에 신경을 가장 많이 써서 하였고, 200만원 미만인 여성은 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장에 신경을 더 써서 하지 않았으며, 가정의 월평균 소득에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=5.49, p<.001$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장에 더 신경을 써서 하였으며, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다

(F=13.53, $p<.001$).

이상과 같이 여성들은 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장에 신경을 그다지 더 써서 하지 않았으며, 대학교 졸업 이상인 여성과 기혼 여성, 가정의 월평균 소득이 400~500만원 미만인 여성, 그리고 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장에 더 신경을 쓰는 것으로 나타났다.

<표 30> 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장에 대한 집중 정도

구	분	N	Mean	SD	t or F	p
연 령	20대	200	3.26	1.22	1.10	0.270
	30대	200	3.13	1.13		
최종학력	고등학교 졸업	48	2.77	1.15	-2.71**	0.009
	대학교 졸업 이상	352	3.25	1.17		
직 업	회사원	220	3.33	1.16	2.35	0.072
	서비스직/자영업	61	2.97	1.22		
	판매/학생/전업주부	58	3.02	1.25		
	기타	61	3.10	1.06		
결혼여부	미혼	307	3.13	1.20	-2.01*	0.046
	기혼	93	3.40	1.08		
가 정 의 월 평 균 소 득	200만원 미만	57	2.65	1.11	5.49***	0.000
	200~300만원 미만	96	3.22	1.22		
	300~400만원 미만	55	2.98	1.19		
	400~500만원 미만	56	3.52	1.03		
하루평균 피부관리 투자시간	5분 미만	125	2.72	1.15	13.53***	0.000
	5~10분 미만	133	3.21	1.14		
	10~20분 미만	100	3.59	1.03		
	20분 이상	42	3.62	1.23		
전 체		400	3.20	1.18		

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

4) 마스크 착용 의무화 해제 이후 관심이 증가한 화장품

마스크 착용 의무화 해제 이후 여성들의 관심이 증가한 화장품에 대해 살펴본 결과는 <표 31>과 같다.

<표 31> 마스크 착용 의무화 해제 이후 관심이 증가한 화장품
(복수응답)

구 분	빈도(N)	백분율(%)
기초 및 자외선 차단 제품	179	29.4
베이스 메이크업 제품	129	21.2
아이 메이크업 제품	53	8.7
립 메이크업 제품	142	23.3
윤곽 메이크업 제품	25	4.1
관심이 증가한 제품 없음	81	13.3
기타	-	-
계	609	100.0

<표 31>에서 보는 바와 같이 마스크 착용 의무화 해제 이후 기초 및 자외선 차단 제품에 관심이 증가한 여성이 29.4%로 가장 많았으며, 다음으로 립 메이크업 제품 23.3%, 베이스 메이크업 제품 21.2%, 아이 메이크업 제품 8.7% 순으로 나타났고, 관심이 증가한 제품이 없는 여성은 13.3%를 차지하였다. 따라서 여성들은 마스크 착용 의무화 해제 이후 기초 및 자외선 차단 제품에 관심이 가장 많이 증가하였음을 알 수 있다.

5) 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장품 구매 비용 변화 여부

여성들의 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장품 구매 비용 변화 여부에 대해 살펴본 결과는 <표 32>와 같이 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장품 구매 비용이 변화 없는 여성이 55.3%로 절반 이상을 차지하였으며, 다음으

로 증가함 39.3%, 감소함 5.5% 순으로 나타났다.

연령별로는 20대 여성이 30대 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장품 구매 비용이 증가하였고, 30대 여성은 20대 여성보다 변화가 없었으나 연령에 따른 유의미한 차이는 없었다.

최종학력별로는 고등학교 졸업이 대학교 졸업 이상보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장품 구매 비용이 변화가 없었고, 대학교 졸업 이상은 고등학교 졸업보다 증가하였으며, 최종학력에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=7.85$, $p<.05$).

직업별로는 회사원인 여성이 타 직업의 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장품 구매 비용이 증가하였고, 판매/서비스직/자영업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 감소하였으며, 기타 직업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 변화가 없었고, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=24.86$, $p<.001$).

결혼여부별로는 미혼 여성이 기혼 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장품 구매 비용이 변화가 없었고, 기혼 여성은 미혼 여성보다 증가하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

가정의 월평균 소득별로는 200만원 미만인 여성이 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장품 구매 비용이 감소하였고, 300~400만원 미만인 여성은 그렇지 않은 여성보다 변화가 없었으며, 400~500만원 미만인 여성은 그렇지 않은 여성보다 증가하였고, 가정의 월평균 소득에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=19.01$, $p<.05$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장품 구매 비용이 증가하였고, 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 적은 여성일수록 변화가 없었으며, 10~20분 미만 투자하는 여성은 그렇지 않은 여성보다 감소하였고, 하루 평

균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=36.44$, $p<.001$).

이상과 같이 절반 이상의 여성들이 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장품 구매 비용에 변화가 없었으며, 대학교 졸업 이상인 여성과 회사원인 여성, 월평균 소득이 400~500만원 미만인 여성, 그리고 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장품 구매 비용이 증가하였다. 20~60대 남녀를 대상으로 한 신미영⁷¹⁾의 연구 결과 색조 화장품의 구매 비용 변화에 대해 코로나 이전과 비교하였을 때 코로나 이후에 기초 제품, 베이스, 아이, 립 메이크업 제품 모두 구매 비용에 변화가 없다는 응답이 절반 이상으로 나타났다. 이를 통해 코로나19에 의한 마스크 착용 의무화 여부는 대체적으로 소비자들의 제품 구매 비용 변화에 유의미한 영향을 끼치지 않는 것으로 보이며, 개인적인 동기나 변화에 따라 구매 비용 여부가 달라지는 것으로 생각된다.

71) 신미영, COVID-19로 인한 화장품 카테고리 선호도 및 구매채널의 변화에 관한 연구, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문, 2022, p. 21.

<표 32> 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장품 구매 비용 변화 여부

구분	증가함	변화 없음	감소함	계	χ^2 (df)	p	
연령	20대	85 (42.5)	107 (53.5)	8 (4.0)	200 (50.0)	2.94 (2)	0.231
	30대	72 (36.0)	114 (57.0)	14 (7.0)	200 (50.0)		
최종 학력	고등학교 졸업	10 (20.8)	35 (72.9)	3 (6.3)	48 (12.0)	7.85* (2)	0.020
	대학교 졸업 이상	147 (41.8)	186 (52.8)	19 (5.4)	352 (88.0)		
직업	회사원	105 (47.7)	109 (49.5)	6 (2.7)	220 (55.0)	24.86*** (6)	0.000
	판매/서비스직/ 자영업	20 (32.8)	33 (54.1)	8 (13.1)	61 (15.3)		
	학생/ 전업주부	19 (32.8)	35 (60.3)	4 (6.9)	58 (14.4)		
	기타	13 (21.3)	44 (72.1)	4 (6.6)	61 (15.3)		
결혼 여부	미혼	113 (36.8)	176 (57.3)	18 (5.9)	307 (76.8)	3.36 (2)	0.187
	기혼	44 (47.3)	45 (48.4)	4 (4.3)	93 (23.2)		
가정의 월평균 소득	200만원 미만	18 (31.6)	31 (54.4)	8 (14.0)	57 (14.3)	19.01* (8)	0.015
	200~300만원 미만	37 (38.5)	55 (57.3)	4 (4.2)	96 (24.0)		
	300~400만원 미만	18 (32.7)	33 (60.0)	4 (7.3)	55 (13.7)		
	400~500만원 미만	32 (57.1)	23 (41.1)	1 (1.8)	56 (14.0)		
	500만원 이상	52 (38.2)	79 (58.1)	5 (3.7)	136 (34.0)		
하루 평균 피부 관리 투자 시간	5분 미만	27 (21.6)	91 (72.8)	7 (5.6)	125 (31.3)	36.44*** (6)	0.000
	5~10분 미만	52 (39.1)	74 (55.6)	7 (5.3)	133 (33.2)		
	10~20분 미만	52 (52.0)	40 (40.0)	8 (8.0)	100 (25.0)		
	20분 이상	26 (61.9)	16 (38.1)	0 (0.0)	42 (10.5)		
전체	157 (39.3)	221 (55.3)	22 (5.5)	400 (100.0)			

* $p < .05$, *** $p < .001$

6) 마스크 착용 의무화 해제 이후 세안 방법

여성들의 마스크 착용 의무화 해제 이후 세안 방법에 대해 살펴본 결과는 <표 33>과 같이 마스크 착용 의무화 해제 이후에 세안 방법으로 세안 비누 또는 1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안하는 여성이 46.3%로 가장 많았으며, 다음으로 클렌징폼을 사용하여 세안함 46.0%, 물로만 세안함 4.5%, 클렌징 밤을 사용하여 세안함 3.3% 순으로 나타났다.

연령별로는 20대 여성이 30대 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후에 세안 방법으로 세안 비누 또는 클렌징폼을 사용하여 세안을 더 많이 하였고, 30대 여성은 20대 여성보다 1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안을 더 많이 하였으나 유의미한 차이는 아니었다.

최종학력별로는 고등학교 졸업이 대학교 졸업 이상보다 마스크 착용 의무화 해제 이후에 세안 방법으로 물 세안과 세안 비누 또는 클렌징폼을 사용하여 세안을 더 많이 하였고, 대학교 졸업 이상은 고등학교 졸업보다 1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안을 더 많이 하였으며, 최종학력에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=12.50, p<.01$).

직업별로는 회사원인 여성이 타 직업의 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후에 세안 방법으로 1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안을 더 많이 하였고, 학생/전업주부는 타 직업의 여성보다 세안 비누 또는 클렌징 폼을 사용하여 세안을 더 많이 하였으며, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=34.26, p<.001$).

결혼여부별로는 미혼 여성이 기혼 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후에 세안 방법으로 1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안을 더 많이 하였고, 기혼 여성은 미혼 여성보다 세안 비누 또는 클렌징 폼을 사용하여 세안을 더 많이 하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

가정의 월평균 소득별로는 200만원 미만인 여성이 그렇지 않은 여성보다

마스크 착용 의무화 해제 이후에 세안 방법으로 물 세안을 많이 하였고, 200~300만원 미만인 여성은 그렇지 않은 여성보다 1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안을, 400~500만원 미만인 여성은 그렇지 않은 여성보다 세안 비누 또는 클렌징폼을 사용하여 세안을 더 많이 하였으며, 가정의 월평균 소득에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=31.05$, $p<.01$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 5분 미만 투자하는 여성이 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후에 세안 방법으로 물 세안과 세안 비누 또는 클렌징폼을 사용하여 세안을 더 많이 하였고, 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안을 더 많이 하였으며, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=49.96$, $p<.001$).

이상과 같이 여성들은 마스크 착용 의무화 해제 이후에 세안 방법으로 1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안을 가장 많이 하였으며, 대학교 졸업 이상인 여성과 회사원인 여성, 가정의 월평균 소득이 200~300만원 미만인 여성, 그리고 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후에 세안 방법으로 1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안을 더 많이 하는 것으로 나타났다.

<표 33> 마스크 착용 의무화 해제 이후 세안 방법

구분	물로만 세안함	세안 비누 또는 클렌징 폼을 사용하여 세안함	1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안함	클렌징 밤을 사용하여 세안함	계	χ^2 (df)	p	
연령	20대	12 (6.0)	93 (46.5)	92 (46.0)	3 (1.5)	200 (50.0)	5.80 (2)	0.122
	30대	6 (3.0)	91 (45.5)	93 (46.5)	10 (5.0)	200 (50.0)		
최종 학력	고등학교 졸업	3 (6.3)	29 (60.4)	12 (25.0)	4 (8.3)	48 (12.0)	12.50** (3)	0.006
	대학교 졸업 이상	15 (4.3)	155 (44.0)	173 (49.1)	9 (2.6)	352 (88.0)		
직업	회사원	4 (1.8)	86 (39.1)	122 (55.5)	8 (3.6)	220 (55.0)	34.26*** (9)	0.000
	판매/서비스직/자영업	3 (4.9)	28 (45.9)	27 (44.3)	3 (4.9)	61 (15.3)		
	학생/전업주부	3 (5.2)	37 (63.8)	16 (27.6)	2 (3.4)	58 (14.4)		
	기타	8 (13.1)	33 (54.1)	20 (32.8)	0 (0.0)	61 (15.3)		
	미혼	16 (5.2)	139 (45.3)	145 (47.2)	7 (2.3)	307 (76.8)		
결혼 여부	기혼	2 (2.2)	45 (48.4)	40 (43.0)	6 (6.5)	93 (23.2)	5.73 (3)	0.125
가정의 월평균 소득	200만원 미만	9 (15.8)	26 (45.6)	22 (38.6)	0 (0.0)	57 (14.3)	31.05** (12)	0.002
	200~300만원 미만	3 (3.1)	37 (38.5)	52 (54.2)	4 (4.2)	96 (24.0)		
	300~400만원 미만	3 (5.5)	23 (41.8)	25 (45.5)	4 (7.3)	55 (13.7)		
	400~500만원 미만	1 (1.8)	31 (55.4)	22 (39.3)	2 (3.6)	56 (14.0)		
	500만원 이상	2 (1.5)	67 (49.3)	64 (47.1)	3 (2.2)	136 (34.0)		
	하루 평균 피부 관리 투자 시간	5분 미만	15 (12.0)	69 (55.2)	37 (29.6)	4 (3.2)		
5~10분 미만	3 (2.3)	57 (42.9)	71 (53.4)	2 (1.5)	133 (33.2)			
10~20분 미만	0 (0.0)	44 (44.0)	54 (54.0)	2 (2.0)	100 (25.0)			
20분 이상	0 (0.0)	14 (33.3)	23 (54.8)	5 (11.9)	42 (10.5)			
전체	18 (4.5)	184 (46.0)	185 (46.3)	13 (3.3)	400 (100.0)			

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

7) 마스크 착용 의무화 해제 이후 사용 기초 화장품

여성들이 마스크 착용 의무화 해제 이후 사용하고 있는 기초 화장품에 대해 살펴본 결과는 <표 34>와 같다.

<표 34> 마스크 착용 의무화 해제 이후 사용 기초 화장품
(복수응답)

구 분	빈도(N)	백분율(%)
스킨(토너)	340	20.8
로션(에멀젼)	246	15.0
앰플(에센스)	211	12.9
크림(수분, 영양, 재생)	284	17.4
아이크림	90	5.5
미스트	68	4.2
자외선 차단제(선크림, 선 에센스 등)	265	16.2
팩, 마스크	125	7.6
기초 화장품을 사용하지 않음	6	0.4
기타	1	0.1
계	1636	100.0

<표 34>에서 보는 바와 같이 마스크 착용 의무화 해제 이후 기초 화장품 중에 스킨을 사용하는 여성이 20.8%로 가장 많았으며, 다음으로 크림 17.4%, 자외선 차단제 16.2%, 로션 15.0%, 앰플 12.9%, 팩, 마스크 7.6%, 아이크림 5.5%, 미스트 4.2% 순으로 나타났고, 기초 화장품을 사용하지 않은 여성은 0.4%로 매우 적은 것으로 나타났다. 따라서 마스크 착용 의무화 해제 이후 기초 화장품 중에 스킨을 가장 많이 사용하고 있음을 알 수 있다.

8) 마스크 착용 의무화 해제 이후 사용 색조 화장품

여성들이 마스크 착용 의무화 해제 이후 사용한 색조 화장품에 대해 살펴본 결과는 <표 35>와 같다.

<표 35> 마스크 착용 의무화 해제 이후 사용한 색조 화장품

(복수응답)

구	분	빈도(N)	백분율(%)
베이스	메이크업 베이스	81	11.7
	CC 크림	19	2.7
	BB 크림	61	8.8
	파운데이션	126	18.2
	쿠션(팩트)	205	29.7
	파우더	81	11.7
	컨실러	91	13.2
	프라이머	25	3.6
	기타	2	0.3
계		691	100.0
아이	아이 브로우	192	28.1
	아이 섀도우	184	26.9
	아이 라이너	173	25.3
	마스카라	122	17.8
	아이 프라이머	13	1.9
	기타	-	-
계		684	100.0
립	립밤	202	32.3
	립 틴트	218	34.8
	립스틱	182	29.1
	립 라이너	21	3.4
	립 프라이머	3	0.5
	기타	-	-
계		626	100.0
윤곽	블러셔(볼터치)	88	40.9
	쉐딩	85	39.5
	하이라이터	42	19.5
	기타	-	-
계		215	100.0

<표 35>에서 보는 바와 같이 베이스 메이크업 제품 중에는 쿠션을 사용하고 있는 여성이 29.7%로 가장 많았으며, 다음으로 파운데이션 18.2%, 컨실러 13.2%, 메이크업 베이스와 파우더가 각각 11.7%, BB 크림 8.8%, 프라

이며 3.6%, CC 크림 2.7%, 기타 0.3% 순으로 나타났다. 아이 메이크업 제품 중에는 아이 브로우를 사용하고 있는 여성이 28.1%로 가장 많았으며, 다음으로 아이 섀도우 26.9%, 아이 라이너 25.3%, 마스크라 17.8%, 아이 프라이머 1.9% 순으로 나타났다. 눈썹 메이크업 제품에 관심이 있는 20~60대 이상의 성인을 대상으로 한 오정은⁷²⁾의 연구 결과 눈썹 메이크업을 매일 하는 연구대상자가 53.1%로, 눈썹 메이크업을 통해 자신이 원하는 이미지를 표현하고자 하는 인식이 높은 것으로 나타났다. 마스크 착용이 해제된 후 얼굴의 전체적인 이미지 표현에 눈썹이 중요한 요소 중 하나로 작용함에 따라 아이 메이크업 제품 중 아이 브로우 사용이 높게 나타난 것으로 보여진다. 립 메이크업 제품 중에는 립 틴트를 사용하고 있는 여성이 34.8%로 가장 많았으며, 다음으로 립밤 32.3%, 립스틱 29.1%, 립 라이너 3.4%, 립 프라이머 0.5% 순으로 나타났다. 윤곽 메이크업 제품 중에 블러셔를 사용하고 있는 여성이 40.9%로 가장 많았으며, 다음으로 쉐딩 39.5%, 하이라이터 19.5% 순으로 나타났다. 따라서 마스크 착용 의무화 해제 이후 베이스 메이크업 제품 중에는 쿠션, 아이 메이크업 제품 중에는 아이 브로우, 립 메이크업 제품 중에는 립 틴트, 윤곽 메이크업 제품 중에는 블러셔를 가장 많이 사용하고 있음을 알 수 있다.

9) 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 색조 메이크업 빈도

(1) 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 베이스 메이크업 빈도

여성들의 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 베이스 메이크업 빈도에 대해 살펴본 결과는 <표 36>과 같이 마스크 착용 의무화 해제 이후 베이스 메이크업을 일주일에 5~6회 하는 여성이 27.3%로 가장 많았으며, 다음으로 베이스 메이크업을 하지 않은 여성이 25.3%, 주 1~2회 21.8%, 3~4회

72) 오정은, 눈썹 메이크업 제품 구매행동과 브로우바의 이용현황 및 만족도에 관한 연구, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문, 2023, p. 145.

17.8%, 매일 8.0% 순으로 나타났다.

연령별로는 20대 여성이 30대 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 베이스 메이크업을 하지 않았고, 30대 여성은 20대 여성보다 일주일에 3~4회 하였으나 연령에 따른 유의미한 차이는 없었다.

최종학력별로는 고등학교 졸업이 대학교 졸업 이상보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 베이스 메이크업을 하지 않았고, 대학교 졸업 이상은 고등학교 졸업보다 일주일에 5~6회 하였으며, 최종학력에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=19.86$, $p<.01$).

직업별로는 회사원인 여성이 타 직업의 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 베이스 메이크업을 일주일에 5~6회 하였고, 판매/서비스직/자영업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 3~4회를, 기타 직업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 베이스 메이크업을 하지 않았으며, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=59.48$, $p<.001$).

가정의 월평균 소득별로는 200만원 미만인 여성이 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 베이스 메이크업을 하지 않았고, 400~500만원 미만인 여성은 그렇지 않은 여성보다 일주일에 3~4회를, 500만원 이상인 여성은 그렇지 않은 여성보다 5~6회 하였으며, 가정의 월평균 소득에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=37.84$, $p<.01$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 적은 여성일수록 마스크 착용 의무화 해제 이후 베이스 메이크업을 하지 않았고, 10~20분 미만 투자하는 여성은 그렇지 않은 여성보다 5~6회 하였으며, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=49.13$, $p<.001$).

이상과 같이 마스크 착용 의무화 해제 이후 베이스 메이크업을 일주일에 5~6회 하는 여성이 가장 많았으며, 대학교 졸업 이상인 여성과 회사원인

여성, 가정의 월평균 소득이 500만원 이상인 여성, 그리고 하루 평균 피부 관리에 10~20분 미만 투자하는 여성이 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 베이스 메이크업을 일주일에 5~6회 하는 것으로 나타났다.

<표 36> 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 베이스 메이크업 빈도

구분	1~2회	3~4회	5~6회	매일	베이스 메이크업을 하지 않음	계	χ^2 (df)	p
연령	20대	45 (22.5)	31 (15.5)	56 (28.0)	15 (7.5)	53 (26.5)	1.70 (4)	0.791
	30대	42 (21.0)	40 (20.0)	53 (26.5)	17 (8.5)	48 (24.0)		
최종 학력	고등학교 졸업	14 (29.2)	4 (8.3)	8 (16.7)	0 (0.0)	22 (45.8)	19.86** (4)	0.001
	대학교 졸업	73 (20.7)	67 (19.0)	101 (28.7)	32 (9.1)	79 (22.4)		
	이상					(88.0)		
직업	회사원	40 (18.2)	41 (18.6)	81 (36.8)	23 (10.5)	35 (15.9)	59.48*** (12)	0.000
	판매/서비스직 /자영업	15 (24.6)	16 (26.2)	10 (16.4)	5 (8.2)	15 (24.6)		
	학생/전업주부	11 (19.0)	10 (17.2)	12 (20.7)	3 (5.2)	22 (37.9)		
	기타	21 (34.4)	4 (6.6)	6 (9.8)	1 (1.6)	29 (47.5)		
						(15.3)		
가정의 월평균 소득	200만원 미만	8 (14.0)	8 (14.0)	9 (15.8)	5 (8.8)	27 (47.4)	37.84** (16)	0.002
	200~300만원 미만	26 (27.1)	14 (14.6)	23 (24.0)	10 (10.4)	23 (24.0)		
	300~400만원 미만	11 (20.0)	7 (12.7)	17 (30.9)	3 (5.5)	17 (30.9)		
	400~500만원 미만	12 (21.4)	17 (30.4)	10 (17.9)	4 (7.1)	13 (23.2)		
	500만원 이상	30 (22.1)	25 (18.4)	50 (36.8)	10 (7.4)	21 (15.4)		
						(34.0)		
하루 평균 피부 관리 투자 시간	5분 미만	36 (28.8)	10 (8.0)	21 (16.8)	8 (6.4)	50 (40.0)	49.13*** (12)	0.000
	5~10분 미만	29 (21.8)	26 (19.5)	33 (24.8)	12 (9.0)	33 (24.8)		
	10~20분 미만	14 (14.0)	25 (25.0)	39 (39.0)	9 (9.0)	13 (13.0)		
	20분 이상	8 (19.0)	10 (23.8)	16 (38.1)	3 (7.1)	5 (11.9)		
전체	87 (21.8)	71 (17.8)	109 (27.3)	32 (8.0)	101 (25.3)	400 (100.0)		

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

(2) 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 아이 메이크업 빈도

여성들의 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 아이 메이크업 빈도에 대해 살펴본 결과는 <표 37>과 같이 마스크 착용 의무화 해제 이후 아이 메이크업을 하지 않은 여성이 37.8%로 가장 많았으며, 다음으로 일주일에 5~6회 21.0%, 1~2회 20.5%, 3~4회 16.8%, 매일 4.0% 순으로 나타났다.

연령별로는 20대 여성이 30대 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 아이 메이크업을 일주일에 6회 이하 하였고, 30대 여성은 20대 여성보다 아이 메이크업을 하지 않았으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

최종학력별로는 고등학교 졸업이 대학교 졸업 이상보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 아이 메이크업을 아이 메이크업을 하지 않았고, 대학교 졸업 이상은 고등학교 졸업보다 일주일에 5~6회 하였으며, 최종학력에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=10.09$, $p<.05$).

직업별로는 회사원 여성이 타 직업의 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 아이 메이크업을 일주일에 5~6회 하였고, 판매/서비스직/자영업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 3~4회를, 기타 직업의 여성은 타 직업의 여성보다 아이 메이크업을 하지 않았으며, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=49.71$, $p<.001$).

결혼여부별로는 미혼인 여성이 기혼 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 아이 메이크업을 하지 않았고, 기혼 여성은 미혼 여성보다 일주일에 3~4회 하였으나 유의미한 차이는 아니었다.

가정의 월평균 소득별로는 200만원 미만인 여성이 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 아이 메이크업을 하지 않았고, 400~500만원 미만인 여성은 그렇지 않은 여성보다 일주일에 1~2회를, 500만원 이상인 여성은 그렇지 않은 여성보다 5~6회 하였으며, 가정의 월평균 소득에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=27.12$, $p<.05$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 마스크 착용 의무화 해제 이후 아이 메이크업을 일주일에 3~6회 하였고, 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 적은 여성일수록 아이 메이크업을 하지 않았으며, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=47.58, p<.001$).

이상과 같이 마스크 착용 의무화 해제 이후 아이 메이크업을 하지 않는 여성이 가장 많았으며, 대학교 졸업 이상인 여성과 회사원인 여성, 가정의 월평균 소득이 500만원 이상인 여성, 그리고 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 아이 메이크업을 일주일에 5~6회 하는 것으로 나타났다.

<표 37> 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 아이 메이크업 빈도

구분	1~2회	3~4회	5~6회	매일	아이 메이크업을 하지 않음	계	χ^2 (df)	p
연령	20대	45 (22.5)	39 (19.5)	45 (22.5)	7 (3.5)	64 (32.0)	6.77 (4)	0.149
	30대	37 (18.5)	28 (14.0)	39 (19.5)	9 (4.5)	87 (43.5)		
최종 학력	고등학교 졸업	13 (27.1)	3 (6.3)	6 (12.5)	1 (2.1)	25 (52.1)	10.09* (4)	0.039
	대학교 졸업	69 (19.6)	64 (18.2)	78 (22.2)	15 (4.3)	126 (35.8)		
	이상					(88.0)		
직업	회사원	40 (18.2)	40 (18.2)	67 (30.5)	13 (5.9)	60 (27.3)	49.71*** (12)	0.000
	판매/서비스직 /자영업	12 (19.7)	15 (24.6)	5 (8.2)	0 (0.0)	29 (47.5)		
	학생/ 전업주부	13 (22.4)	7 (12.1)	8 (13.8)	1 (1.7)	29 (50.0)		
	기타	17 (27.9)	5 (8.2)	4 (6.6)	2 (3.3)	33 (54.1)		
						(15.3)		
결혼 여부	미혼	63 (20.5)	49 (16.0)	65 (21.2)	11 (3.6)	119 (38.8)	1.44 (4)	0.837
	기혼	19 (20.4)	18 (19.4)	19 (20.4)	5 (5.4)	32 (34.4)		
가정의 월평균 소득	200만원 미만	8 (14.0)	9 (15.8)	5 (8.8)	2 (3.5)	33 (57.9)	27.12* (16)	0.040
	200~300만원 미만	21 (21.9)	17 (17.7)	19 (19.8)	6 (6.3)	33 (34.4)		
	300~400만원 미만	10 (18.2)	9 (16.4)	9 (16.4)	2 (3.6)	25 (45.5)		
	400~500만원 미만	17 (30.4)	10 (17.9)	9 (16.1)	2 (3.6)	18 (32.1)		
	500만원 이상	26 (19.1)	22 (16.2)	42 (30.9)	4 (2.9)	42 (30.9)		
						(34.0)		
하루 평균 피부 관리 투자 시간	5분 미만	23 (18.4)	9 (7.2)	19 (15.2)	4 (3.2)	70 (56.0)	47.58*** (12)	0.000
	5~10분 미만	36 (27.1)	20 (15.0)	23 (17.3)	6 (4.5)	48 (36.1)		
	10~20분 미만	16 (16.0)	26 (26.0)	29 (29.0)	4 (4.0)	25 (25.0)		
	20분 이상	7 (16.7)	12 (28.6)	13 (31.0)	2 (4.8)	8 (19.0)		
전체	82 (20.5)	67 (16.8)	84 (21.0)	16 (4.0)	151 (37.8)	400 (100.0)		

* $p < .05$, *** $p < .001$

(3) 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 립 메이크업 빈도

여성들의 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 립 메이크업 빈도에 대해 살펴본 결과는 <표 38>과 같이 마스크 착용 의무화 해제 이후 립 메이크업을 일주일에 5~6회 하는 여성이 33.0%로 가장 많았으며, 다음으로 매일 21.0%, 립 메이크업을 하지 않음 21.0%, 3~4회 16.0%, 1~2회 13.3% 순으로 나타났다.

연령별로는 20대 여성이 30대 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 립 메이크업을 일주일에 3회 이상 하였고, 30대 여성은 20대 여성보다 립 메이크업을 하지 않았으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

최종학력별로는 고등학교 졸업이 대학교 졸업 이상보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 립 메이크업을 하지 않았고, 대학교 졸업 이상은 고등학교 졸업보다 일주일에 5~6회 하였으며, 최종학력에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=19.28, p<.01$).

직업별로는 회사원인 여성이 타 직업의 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 립 메이크업을 일주일에 5~6회 하였고, 학생/전업주부인 여성은 타 직업의 여성보다 3~4회를, 기타 직업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 립 메이크업을 하지 않았으며, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=49.90, p<.001$). 직업에 따라 외출 빈도수가 많고

결혼여부별로는 미혼 여성이 기혼 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 립 메이크업을 하지 않았고, 기혼 여성은 미혼 여성보다 일주일에 5~6회 하였으나 유의미한 차이는 아니었다.

가정의 월평균 소득별로는 200만원 미만인 여성이 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 립 메이크업을 하지 않았고, 400~500만원 미만인 여성은 그렇지 않은 여성보다 일주일에 3~4회를, 500만원 이상인 여성은 그렇지 않은 여성보다 5~6회 하였으며, 가정의 월평균 소득에 따라

유의미한 차이를 보였다($X^2=37.69$, $p<.01$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 마스크 착용 의무화 해제 이후 립 메이크업을 일주일에 5~6회 하였고, 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 적은 여성일수록 립 메이크업을 하지 않았으며, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($X^2=41.63$, $p<.001$).

이상과 같이 마스크 착용 의무화 해제 이후 립 메이크업을 일주일에 5~6회 하는 여성이 가장 많았으며, 대학교 졸업 이상인 여성과 회사원인 여성, 가정의 월평균 소득이 500만원 이상인 여성, 그리고 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 립 메이크업을 일주일에 5~6회 하는 것으로 나타났다.

<표 38> 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 립 메이크업 빈도

구분	1~2회	3~4회	5~6회	매일	립 메이크업을 하지 않음	계	X ² (df)	p	
연령	20대	29 (14.5)	36 (18.0)	67 (33.5)	34 (17.0)	34 (17.0)	200 (50.0)	4.17 (4)	0.383
	30대	24 (12.0)	31 (15.5)	65 (32.5)	30 (15.0)	50 (25.0)	200 (50.0)		
최종 학력	고등학교 졸업	11 (22.9)	10 (20.8)	5 (10.4)	5 (10.4)	17 (35.4)	48 (12.0)	19.28** (4)	0.001
	대학교 졸업	42 (11.9)	57 (16.2)	127 (36.1)	59 (16.8)	67 (19.0)	352 (88.0)		
	이상								
직업	회사원	24 (10.9)	26 (11.8)	98 (44.5)	41 (18.6)	31 (14.1)	220 (55.0)	49.90*** (4)	0.000
	판매/서비스직 /자영업	8 (13.1)	15 (24.6)	11 (18.0)	10 (16.4)	17 (27.9)	61 (15.3)		
	학생/ 전업주부	6 (10.3)	15 (25.9)	13 (22.4)	7 (12.1)	17 (29.3)	58 (14.4)		
	기타	15 (24.6)	11 (18.0)	10 (16.4)	6 (9.8)	19 (31.1)	61 (15.3)		
결혼 여부	미혼	41 (13.4)	51 (16.6)	98 (31.9)	52 (16.9)	65 (21.2)	307 (76.8)	1.24 (4)	0.872
	기혼	12 (12.9)	16 (17.2)	34 (36.6)	12 (12.9)	19 (20.4)	93 (23.2)		
가정의 월평균 소득	200만원 미만	7 (12.3)	11 (19.3)	8 (14.0)	11 (19.3)	20 (35.1)	57 (14.3)	37.69** (16)	0.002
	200~300만원 미만	14 (14.6)	19 (19.8)	24 (25.0)	22 (22.9)	17 (17.7)	96 (24.0)		
	300~400만원 미만	7 (12.7)	9 (16.4)	20 (36.4)	3 (5.5)	16 (29.1)	55 (13.7)		
	400~500만원 미만	12 (21.4)	9 (16.1)	18 (32.1)	8 (14.3)	9 (16.1)	56 (14.0)		
	500만원 이상	13 (9.6)	19 (14.0)	62 (45.6)	20 (14.7)	22 (16.2)	136 (34.0)		
하루 평균 피부 관리 투자 시간	5분 미만	21 (16.8)	17 (13.6)	28 (22.4)	13 (10.4)	46 (36.8)	125 (31.3)	41.63*** (12)	0.000
	5~10분 미만	17 (12.8)	22 (16.5)	44 (33.1)	30 (22.6)	20 (15.0)	133 (33.2)		
	10~20분 미만	13 (13.0)	18 (18.0)	42 (42.0)	14 (14.0)	13 (13.0)	100 (25.0)		
	20분 이상	2 (4.8)	10 (23.8)	18 (42.9)	7 (16.7)	5 (11.9)	42 (10.5)		
전체	53 (13.3)	67 (16.8)	132 (33.0)	64 (16.0)	84 (21.0)	400 (100.0)			

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

(4) 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 윤곽 메이크업 빈도

여성들의 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 윤곽 메이크업 빈도에 대해 살펴본 결과는 <표 39>와 같다.

<표 39> 마스크 착용 의무화 해제 이후 주 평균 윤곽 메이크업 빈도

구	분	빈도(N)	백분율(%)
	1~2회	48	12.0
	3~4회	31	7.8
	5~6회	27	6.8
	7회(매일)	7	1.8
	윤곽 메이크업을 하지 않음	287	71.8
	계	400	100.0

<표 39>에서 보는 바와 같이 마스크 착용 의무화 해제 이후 윤곽 메이크업을 하지 않은 여성은 71.8%로 가장 많았으며, 다음으로 일주일에 1~2회 12.0%, 3~4회 7.8%, 5~6회 6.8%, 매일 1.8% 순으로 나타났다. 본 연구의 마스크 착용 의무화 기간 중 주 평균 윤곽 메이크업 빈도 결과와 비교하였을 때 5~6회 5.0%에서 6.8%로, 매일 0.8%에서 1.8%로 증가한 것으로 볼 때, 마스크 착용 의무화 해제로 얼굴이 전체적으로 보여지게 되면서 얼굴의 입체감을 표현할 수 있는 윤곽 메이크업의 빈도가 증가한 것으로 보여지며, 현재 마스크를 착용하는 여성의 수가 적지 않은 것으로 조사된바, 마스크 착용의 빈도가 확연하게 감소 되었을 때 윤곽 메이크업의 빈도가 더욱 증가할 것으로 생각된다.

10) 마스크 착용 의무화 기간과 마스크 착용 해제 이후 사용 화장품 제품 수

여성들의 마스크 착용 의무화 기간과 마스크 착용 해제 이후 화장품 사용 제품 수에 대해 살펴본 결과는 <표 40>과 같다.

<표 40> 마스크 착용 의무화 기간과 마스크 착용 해제 이후 사용 화장품 수

구	분	N	Mean	SD	t	p
기초화장품 사용 제품 수	마스크 착용 의무화 기간	400	3.92	1.73	-3.11**	0.002
	마스크 착용 의무화 해제 이후	400	4.09	1.74		
베이스 메이크업 사용 제품 수	마스크 착용 의무화 기간	271	2.33	1.30	-0.07	0.941
	마스크 착용 의무화 해제 이후	271	2.34	1.32		
아이 메이크업 사용 제품 수	마스크 착용 의무화 기간	224	2.79	1.14	0.20	0.839
	마스크 착용 의무화 해제 이후	224	2.79	1.11		
립 메이크업 사용 제품 수	마스크 착용 의무화 기간	293	1.89	0.73	-3.26**	0.001
	마스크 착용 의무화 해제 이후	293	2.01	0.80		
윤곽 메이크업 사용 제품 수	마스크 착용 의무화 기간	105	1.84	0.81	-4.17***	0.000
	마스크 착용 의무화 해제 이후	105	2.19	0.90		

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

<표 40>에서 보는 바와 같이 기초 화장품은 마스크 착용 의무화 기간보다 마스크 착용 의무화 해제 이후에 더 많이 사용하였으며, 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다($t = -3.11$, $p < .01$). 베이스 메이크업 제품은 마스크 착용 의무화 기간보다 마스크 착용 의무화 해제 이후에 더 많이 사용하였으나 유의미한 차이는 확인할 수 없었다. 아이 메이크업 제품은 마스크 착용 의무화 해제 이후보다 마스크 착용 의무화 기간에 더 많이 사용하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 립 메이크업 제품($t = -3.26$, $p < .01$)

과 윤곽 메이크업 제품($t=-4.17, p<.001$)은 마스크 착용 의무화 기간보다 마스크 착용 의무화 해제 이후에 더 많이 사용하였으며, 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다. 이상과 같이 여성들은 마스크 착용 의무화 기간보다 마스크 착용 의무화 해제 이후에 기초 화장품 제품과 립 메이크업 사용 제품, 그리고 윤곽 메이크업 제품과 윤곽 메이크업 제품을 더 많이 사용하고 있음을 알 수 있다. 이는 마스크 착용 해제로 얼굴의 노출이 늘면서 기초화장을 더 탄탄하게 하고, 가려져 있던 하관의 색조와 전체적인 얼굴 윤곽에 신경을 쓰는 소비자가 증가한 것으로 보인다.

5. 피부 상태에 따른 심리 상태

1) 피부 상태에 따른 심리 상태 수준

여성들의 피부 상태에 따른 심리 상태 수준에 대해 살펴본 결과는 <표 41>과 같다.

<표 41> 피부 상태에 따른 심리 상태 수준

구 분	Mean	SD
나는 피부 상태에 따라 심리적으로 영향을 받은 적이 있다	3.66	0.93
나는 피부 상태가 좋을 때 자신이 더 행복하다고 느낀다	3.82	0.94
나는 피부 상태 때문에 우울감을 느껴본 적이 있다	2.64	1.13
나는 피부 문제로 인해 자신감이 떨어진 적이 있다	2.41	1.06
나는 피부 상태가 좋을 때 자신감이 향상된다고 느낀다	3.83	0.94
나는 피부 상태에 대해 걱정하고 있다	2.34	0.95
나는 피부 상태가 외모에서 중요한 부분을 차지한다고 생각한다	4.14	0.85
나는 피부 상태가 나의 대인관계 및 사회생활에 영향을 미친다고 생각한다	3.35	1.06
나는 마스크 착용 의무화에 인한 피부 변화로 스트레스를 받은 경험이 있다	2.71	1.09
나는 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태에 대한 스트레스가 줄었다고 느낀다	2.96	0.92

<표 41>에서 보는 바와 같이 피부 상태에 따른 심리 상태 수준을 보면, 5점 만점 중 평균이 ‘나는 피부 상태가 외모에서 중요한 부분을 차지한다고 생각한다’가 4.14로 가장 높았고, 다음으로 ‘나는 피부 상태가 좋을 때 자신감이 향상된다고 느낀다’ 3.83, ‘나는 피부 상태가 좋을 때 자신이 더 행복하다고 느낀다’ 3.82, ‘나는 피부 상태에 따라 심리적으로 영향을 받은 적이 있다’ 3.66, ‘나는 피부 상태가 나의 대인관계 및 사회생활에 영향을 미친다고 생각한다’ 3.35, ‘나는 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태에 대한 스트레스가 줄었다고 느낀다’ 2.96, ‘나는 마스크 착용 의무화에 인한 피부 변화로 스트레스를 받은 경험이 있다’ 2.71 순으로 나타났고, ‘나는 피부 상태에 대해 걱정하고 있다’가 2.34로 가장 낮았다.

이상과 같이 여성들은 피부 상태에 따른 심리 상태 중에 ‘나는 피부 상태가 외모에서 중요한 부분을 차지한다고 생각한다’에 대해 가장 높은 인식을 보였고, ‘나는 피부 상태에 대해 걱정하고 있다’에 대해 가장 낮은 인식을 보였다.

2) 피부 상태가 심리에 미치는 영향

피부 상태가 심리에 미치는 영향에 대한 여성들의 인식을 살펴본 결과는 <표 42>와 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.68로, 여성들은 피부 상태가 심리에 영향을 미친다고 인식하는 것으로 나타났다.

연령별로는 20대 여성과 30대 여성이 별다른 차이 없이 피부 상태가 심리에 영향을 미친다고 인식하였다.

직업별로는 회사원과 기타 직업에 종사하는 여성이 피부 상태가 심리에 가장 큰 영향을 미친다고 인식하였고, 학생/전업주부는 타 직업의 여성보다 피부 상태가 심리에 적은 영향을 미친다고 인식하였으며, 직업에 따라 유의

미한 차이를 보였다($F=2.74, p<.05$).

피부 유형별로는 민감성 피부인 여성이 피부 상태가 심리에 가장 큰 영향을 미친다고 인식하였고, 중성 피부인 여성은 그렇지 않은 여성보다 피부 상태가 심리에 적은 영향을 미친다고 인식하였으며, 피부 유형에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=7.39, p<.001$).

피부 관심별로는 피부에 관심이 많은 여성일수록 피부 상태가 심리에 더 큰 영향을 미친다고 인식하였으며, 피부 관심에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=43.28, p<.001$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 피부 상태가 심리에 더 큰 영향을 미친다고 인식하였으며, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=6.51, p<.001$).

이상과 같이 여성들은 피부 상태가 심리에 영향을 미친다고 인식하였으며, 회사원인 여성과 민감성 피부인 여성, 피부에 관심이 많은 여성일수록, 그리고 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 그렇지 않은 여성보다 피부 상태가 심리에 더 큰 영향을 미친다고 인식하였다.

<표 42> 피부 상태가 심리에 미치는 영향

구	분	N	Mean	SD	t or F	p
연령	20대	200	3.68	0.72	0.03	0.979
	30대	200	3.68	0.73		
직업	회사원	220	3.74	0.71	2.74*	0.043
	판매/서비스직/자영업	61	3.57	0.86		
	학생/전업주부	58	3.47	0.78		
	기타	61	3.74	0.53		
피부 유형	건성 피부	82	3.71	0.70	7.39***	0.000
	중성 피부	18	3.22	0.83		
	지성 피부	60	3.66	0.83		
	복합성 피부	174	3.71	0.61		
	민감성 피부	49	3.95	0.74		
	잘 모르겠음	17	2.90	0.79		
피부 관심	보통 이하	147	3.33	0.74	43.28***	0.000
	많음	157	3.73	0.60		
	매우 많음	96	4.12	0.62		
하루평균 피부관리 투자시간	5분 미만	125	3.46	0.78	6.51***	0.000
	5~10분 미만	133	3.73	0.69		
	10~20분 미만	100	3.76	0.70		
	20분 이상	42	3.94	0.61		
전체		400	3.68	0.73		

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

3) 마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화로 인한 스트레스 경험 정도

여성들의 마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화로 인한 스트레스 경험 정도에 대해 살펴본 결과는 <표 43>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 2.71로, 여성들은 마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화로 인한 스트레스를 그다지 경험하지 않은 것으로 나타났다.

연령별로는 30대 여성이 20대 여성보다 마스크 착용 의무화에 따른 피

부 변화로 인한 스트레스 경험이 많았으며, 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다($t=-3.58, p<.001$).

직업별로는 판매/서비스직/자영업에 종사하는 여성이 마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화로 인한 스트레스 경험이 가장 많았고, 회사원인 여성은 타 직업의 여성보다 마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화로 인한 스트레스 경험이 적었으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

피부 유형별로는 자신의 피부 유형에 대해 잘 모르는 여성이 마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화로 인한 스트레스 경험이 가장 많았고, 건성 피부인 여성은 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화로 인한 스트레스 경험이 적었으며, 피부 유형에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=4.77, p<.001$).

피부 관심별로는 피부에 관심이 적은 여성일수록 마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화로 인한 스트레스 경험이 많았으며, 피부 관심에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=25.11, p<.001$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 적은 여성일수록 마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화로 인한 스트레스 경험이 많았으며, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=6.51, p<.001$).

이상과 같이 여성들은 마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화로 인한 스트레스를 그다지 경험하지 않았으며, 30대인 여성과 자신의 피부 유형에 대해 잘 모르는 여성, 피부에 관심이 적은 여성일수록, 그리고 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 적은 여성일수록 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화로 인한 스트레스 경험이 많은 것으로 나타났다.

<표 43> 마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화로 인한 스트레스 경험 정도

구	분	N	Mean	SD	t or F	p
연령	20대	200	2.52	1.01	-3.58***	0.000
	30대	200	2.91	1.14		
직업	회사원	220	2.64	1.06	2.18	0.090
	판매/서비스직/자영업	61	3.03	1.38		
	학생/전업주부	58	2.72	1.02		
	기타	61	2.66	0.89		
피부 유형	건성 피부	82	2.65	1.06	4.77***	0.000
	중성 피부	18	3.33	1.08		
	지성 피부	60	2.78	1.17		
	복합성 피부	174	2.71	1.05		
	민감성 피부	49	2.27	1.04		
	잘 모르겠음	17	3.47	0.94		
피부 관심	보통 이하	147	3.16	1.12	25.11***	0.000
	많음	157	2.57	1.00		
	매우 많음	96	2.25	0.94		
하루평균 피부관리 투자시간	5분 미만	125	3.04	1.20	6.51***	0.000
	5~10분 미만	133	2.67	1.02		
	10~20분 미만	100	2.47	1.00		
	20분 이상	42	2.45	0.97		
전체		400	2.71	1.09		

*** $p < .001$

4) 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태에 대한 스트레스 감소

여성들의 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태에 대한 스트레스 감소에 대해 살펴본 결과는 <표 44>와 같이 5점 만점 중 전체 평균이 2.96으로, 여성들은 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태에 대한 스트레스가 그다지 감소 되지 않은 것으로 나타났다.

연령별로는 20대 여성이 30대 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 피

부 상태에 대한 스트레스가 감소 되었으나 유의미한 차이는 아니었다.

직업별로는 회사원인 여성이 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태에 대한 스트레스가 가장 많이 감소 되었고, 판매/서비스직/자영업과 기타 직업에 종사하는 여성은 타 직업의 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태에 대한 스트레스가 가장 적게 감소 되었으나 직업에 따른 유의미한 차이는 없었다.

피부 유형별로는 건성 피부인 여성이 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태에 대한 스트레스가 가장 많이 감소 되었고, 자신의 피부 유형에 대해 잘 모르는 여성은 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태에 대한 스트레스가 적게 감소 되었으며, 피부 유형에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=2.85, p<.05$).

피부 관심별로는 피부에 관심이 많은 여성일수록 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태에 대한 스트레스가 감소 되었으며, 피부 관심에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=6.18, p<.01$).

하루 평균 피부 관리 투자 시간별로는 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태에 대한 스트레스가 감소 되었으며, 하루 평균 피부 관리 투자 시간에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=4.21, p<.01$).

이상과 같이 여성들은 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태에 대한 스트레스가 그다지 감소 되지 않았으며, 건성 피부인 여성과 피부에 관심이 많은 여성일수록, 그리고 하루 평균 피부 관리 투자 시간이 많은 여성일수록 그렇지 않은 여성보다 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태에 대한 스트레스가 감소된 것으로 나타났다.

<표 44> 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태에 대한 스트레스 감소

구	분	N	Mean	SD	t or F	p
연령	20대	200	3.00	0.96	0.81	0.417
	30대	200	2.92	0.89		
직업	회사원	220	3.02	0.94	0.73	0.533
	판매/서비스직/자영업	61	2.87	1.02		
	학생/전업주부	58	2.91	0.82		
	기타	61	2.87	0.87		
피부 유형	건성 피부	82	3.13	0.83	2.86*	0.015
	중성 피부	18	2.78	1.11		
	지성 피부	60	3.12	1.09		
	복합성 피부	174	2.94	0.87		
	민감성 피부	49	2.82	0.88		
	잘 모르겠음	17	2.35	0.86		
피부 관심	보통 이하	147	2.75	0.87	6.18**	0.002
	많음	157	3.06	0.87		
	매우 많음	96	3.10	1.02		
하루평균 피부관리 투자시간	5분 미만	125	2.78	0.91	4.21**	0.006
	5~10분 미만	133	2.91	0.89		
	10~20분 미만	100	3.14	0.90		
	20분 이상	42	3.21	1.00		
전체		400	2.96	0.92		

* $p < .05$, ** $p < .01$

V. 결론

1. 요약 및 결론

본 연구는 코로나19 바이러스로 인한 마스크 착용 의무화가 해제된 후 여성들의 피부 관심과 화장품 사용에 대한 변화와 여성들의 피부 상태에 따른 심리 상태를 조사함으로써 향후 포스트코로나 시대의 뷰티 산업의 기초 데이터를 구축하고, 신제품 개발 방향성과 마케팅에 기여하고자 하였다.

본 연구의 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 피부 관심에 대해 알아본 결과, 복합성 피부가 43.5%로 가장 많았고 피부에 대한 관심도는 5점 만점 중 3.82로 높게 나타났으며 47.5%의 여성이 본인의 피부에 불만족한 것으로 나타났다. 피부 고민은 모공, 흉터가 19.8%로 원인을 식습관, 생활 습관이라고 가장 많이 인식하고 있었다. 피부관리는 화장품을 사용한 홈케어를 가장 많이 하고 있었으며 일 평균 피부 관리에 5~10분 미만, 월평균 3만원 미만 투자하는 여성이 가장 많은 것으로 나타났고 피부에 대한 정보는 주로 인터넷과 SNS를 통해 얻는 것으로 나타났다. 마스크 착용 의무화로 인한 피부 변화는 5점 만점 중 3.39로 그다지 있지 않았으며 변화가 있었던 여성 중 여드름, 트러블의 발생이 31.9%로 가장 많았고 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태가 호전된 여성이 많았다. 마스크 착용 의무화로 인한 피부 관심의 증가 정도는 크지 않은 것으로 나타났다.

둘째, 마스크 착용 의무화 기간 중 화장품 사용에 대해 알아본 결과, 기초 화장과 선크림에 가장 신경 쓴 여성이 68.0%로 가장 많았으며 세안 비누 또는 클렌징폼으로 세안을 한 여성이 가장 많은 것으로 나타났다. 기초 화장품은 스킨, 베이스 메이크업 제품은 쿠션, 아이 메이크업 제품은 아이 섀도우, 립 메이크업 제품은 틴트, 윤곽 메이크업 제품은 블러셔를 가장 많이 사용한 것으로 나타났다. 빈도수는 베이스 메이크업과 립 메이크업은 주 5

~6회가 가장 많았고 아이 메이크업과 윤곽 메이크업은 하지 않는 여성이 가장 많은 것으로 나타났다.

셋째, 마스크 착용 의무화 해제 후 화장품 사용에 대해 알아본 결과, 현재 마스크를 착용하고 있지 않은 여성이 58.8%로 착용하고 있는 여성보다 많았고 42.6%가 마스크를 주 5~6회 착용하고 있었다. 기초화장과 선크림에 가장 신경 쓰는 여성이 58.3%로 가장 많았으며 기초 및 자외선 제품 29.4%, 립 메이크업 제품 23.3% 순으로 관심이 증가하였고 화장품 구매 비용의 변화는 없었다. 세안 비누, 1차 클렌징 제품을 사용하여 이중 세안을 하는 여성이 46.3%로 가장 많았다. 기초 화장품은 스킨, 베이스 메이크업 제품은 쿠션, 아이 메이크업 제품은 아이 브로우, 립 메이크업 제품은 틴트, 윤곽 메이크업 제품은 블러셔를 가장 많이 사용하고 있었으며 베이스 메이크업과 립 메이크업은 주 5~6회, 아이 메이크업과 윤곽 메이크업은 하지 않는 여성이 가장 많은 것으로 나타났다. 여성들은 마스크 착용 의무화 해제 이후에 기초 화장품, 립 메이크업 제품, 윤곽 메이크업 제품을 더 많이 사용하고 있는 것으로 나타났다.

넷째, 피부 상태에 따른 심리 상태에 대해 알아본 결과, 피부 상태가 외모에서 중요한 부분을 차지한다는 인식이 가장 높게 나타났으며 5점 만점 중 3.68로 여성들은 피부 상태가 심리 상태에 영향을 미친다고 인식하는 것으로 나타났다. 마스크 착용 의무화에 따른 피부 변화로 인한 스트레스 경험 정도와 마스크 착용 의무화 해제 후 피부 상태에 대한 스트레스 감소 정도는 5점 만점 중 각각 평균 2.71, 2.96으로 그다지 있지 않은 것으로 나타났다.

본 연구를 통해 여성들은 피부에 관심이 많으며 피부 상태가 심리 상태에 영향을 미친다고 인식하는 것을 확인할 수 있었다. 환경의 변화에 크게 상관없이 여성들은 기초화장에 가장 신경을 많이 쓰고 있었으며 색조 화장품들은 상황에 따라 영향을 받는 것으로 확인되었다.

2. 한계점 및 제언

본 연구의 한계점 및 제언은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 마스크 착용 의무화 해제 이후의 실태에 대해 과거와 현재를 설문하는 과정에서 과거 기억에 대한 신뢰성의 한계와 마스크 착용 의무화 해제가 공식적인 발표에도 마스크를 주 5~6회 착용하고 있는 여성이 41.3%인 것으로 조사되어 마스크 착용 시와 마스크 해제 후의 비교에 다소 한계가 있다고 보인다. 향후 이와 관련된 추가적인 연구를 재진행할 필요가 있을 것으로 사료 된다.

둘째, 많은 여성이 화장품을 사용한 홈케어로 피부 관리를 진행하고 있었으나 본인 피부에 대한 만족도는 높지 않았다. 피부 상태가 심리 상태와 연관성이 큰 만큼 사용자들이 화장품 사용으로 피부 상태가 호전되어 만족을 느낄 수 있을 만한 우수한 효능효과를 가진 제품 개발해야 할 필요가 있다.

셋째, 코로나에 의한 사회적 변화가 크게 두각 되었으나 이전에도 이와 비슷한 사스, 메르스 등 마스크 착용이 권장되는 감염성 바이러스가 유행했었다. 바이러스와의 전쟁을 끊임없이 치르고 있는 가운데 이와 비슷한 사태가 반복적으로 일어날 경우를 대비할 수 있는 제품의 기술적인 개발과 마케팅 전략의 준비가 필요할 것으로 보인다.

참 고 문 헌

단행본

김경영, 배유경, 이은주, 김수미, 김은애, 안선례, 에센스 화장품학(수정판), 경기:메디시언, 2015.

김명숙, 이론과 실제 피부관리학(개정4판), 서울:현문사, 2012.

김봉인, 김선옥, 김해남, 장문정, 장태수, 최미옥, 한채정, 함명옥, 고미라, 메디컬 에스테틱, 경기:메디시언, 2015.

피부, 최봉수, 21세기 응진학습백과사전, 경기:응진씽크빅, 2010.

학위논문 및 학술지

김민정, 20·30대 여성의 외모만족도가 심리적 안녕감 및 행복감에 미치는 영향, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문, 2015, p. 3.

김민정, 유채복, 장기간 마스크 착용이 피부미용행동에 미치는 영향 연구 - COVID-19 대유행 기간 중심, 한국인체미용예술학회, 21(3), pp. 17-35, 2020.

김양연, COVID-19로 인한 마스크 착용이 메이크업에 미치는 영향 : 20~30대 여성을 중심으로, 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사학위논문, 2022, p. 45.

김은화, 화장품 이용과 안면부 접촉 피부염 발생, 조선대학교 환경보건대학원 석사학위논문, 2001, p. 8.

김지현, 20-30대 남녀의 외모관심도가 피부건강관리 인식과 실천행위에 미치는 영향, 한성대학교 예술대학원 석사학위논문, 2019, p. 1.

김태임, COVID-19 유행동안 외모관리행동, 피부유형 및 피부관리태도가 스트레스 자각에 미치는 영향에 관한 연구, 동국대학교 문화예술대학원 석사학위논문, 2023, p. 1.

- 김현숙, 피부건강 관리행동이 피부인식에 의한 자기평가 영향분석, 동방문화대학원대학교 박사학위논문, 2023, p. 118.
- 김현주, 여성들의 피부관리에 대한 실태 및 선호도에 관한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2011.
- 난살마, 코로나19로 인한 마스크 착용이 여성들의 메이크업 및 피부상태에 미치는 영향, 남부대학교 대학원, 석사학위논문, 2022.
- 박미승, 성인 여성의 라이프스타일이 SNS 뷰티정보이용과 피부관리 구매동기에 미치는 영향, 예원예술대학교 문화예술대학원 석사학위논문, 2021, p. 1.
- 박윤미, 코로나19(COVID-19) 발생 이전·이후의 여성 화장 관심도 및 화장품 사용실태 변화 분석, 건국대학교 대학원 석사학위논문, 2021, p. 1, p. 45, p. 50.
- 방도윤, 맞춤형 화장품에 대한 인식 및 사용실태에 관한 연구, 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사학위논문, 2023, p. 38.
- 배성은, 코로나19로 인한 마스크 착용이 성인들의 피부상태 및 피부관리 행태에 미치는 영향, 대구한의대학교 한방산업대학원 석사학위논문, 2021, pp. 34-36.
- 신미영, COVID-19로 인한 화장품 카테고리 선호도 및 구매채널의 변화에 관한 연구, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문, 2022, p. 1, p. 21.
- 오정은, 눈썹 메이크업 제품 구매행동과 브로우바의 이용현황 및 만족도에 관한 연구, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문, 2023, p. 145.
- 윤세희, 피부 인식, 피부 관심도, 기능성 화장품인식에 대한 차이 분석과 기능성 화장품의 구매 행동특성 분석, 가천대학교 경영대학원 석사학위논문, 2019, p. 36.
- 이명심, 20·30대 성인여성의 피부유형에 따른 식행동 및 건강관련 생활습관

- 비교, 성신여자대학교 문화산업대학원 석사학위논문, 2010, p. 17.
- 이윤수, 피부관리실을 찾는 고객의 피부관리 선호도 연구 : 서울·경기지역을 중심으로, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2005, p. 33.
- 이은주, 화장품 부작용 경험이 화장품 인식 및 브랜드 신뢰도에 미치는 영향, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문, 2019, p. 44.
- 이정은, 메디컬 스킨케어의 실태 및 만족도에 관한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2015, p. 36.
- 이정은, 코로나19로 인한 여성들의 외모관심도 및 화장품 구매 행동에 관한 연구, 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사학위논문, 2021, p. 1, p. 60.
- 이정훈, 화장품에 의한 접촉 피부염이 의심되는 환자에서의 첩포 검사 결과에 대한 연구, 가톨릭대학교 대학원 석사학위논문, 2005, p. 2.
- 이지민, 미세먼지에 대한 안면피부 관리 인식 및 안티폴루션 화장품에 관한 니즈 분석, 영산대학교 미용예술대학원 석사학위논문, 2020, p. 24.
- 이진실, 성인 여성의 화장품 구매 시 표기 확인행동 및 사용실태연구, 서경대학교 대학원 석사학위논문, 2020, p. 1.
- 이혜원, 메디컬 스킨케어의 실태 및 만족도에 관한 연구, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2009.
- 장명자, 20~30대 남성의 피부 관심도 및 피부 건강관리 행위에 관한 연구, 동덕여자대학교 비만미용향장대학원 석사학위논문, 2014.
- 장정윤, 한국 화장품산업 발전방안을 위한 고찰, 동국대학교 대학원 석사학위논문, 2022, p. 5.
- 전종은, 여성들의 피부 주름에 대한 인식과 화장품 사용실태, 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사학위논문, 2023.
- 정시현, 20대의 SNS 뷰티정보 이용이 피부관리행동 및 피부지식도에 미치는 영향, 을지대학교 보건대학원 석사학위논문, 2021, p. 51.

- 정행운, 뷰티 유튜버의 콘텐츠에서 언급된 화장품 및 피부 정보에 대한 이해도 조사 : 모바일 뷰티 앱 사용자를 대상으로, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문, 2019, p. 17.
- 정혜영, 마스크 착용이 중장년층 여성들의 피부 건강 상태 및 피부 관리 행동에 미치는 영향 - COVID-19 인한 마스크 착용 중심으로, 창원대학교 대학원 석사학위논문, 2023.
- 조미숙, 위드코로나시대 여성 메이크업의 변화양상과 지속에 관한 연구, 대구한의대학교 한방산업대학원 석사학위논문, 2023, p. 13.
- 최다연, 둥근 얼굴형에 따른 내추럴 메이크업과 윤곽 메이크업 비교 연구, 광주여자대학교 교육대학원 석사학위논문, 2019, p. 21.
- 최민정, 20-30대 여성의 화장품 구매양상과 구매 후 사용실태 평가, 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문, 2011, p. 28.
- JIN MENG, 유튜브 속 인플루언서의 영상이 외모지상주의에 미치는 영향 - 크리에이터 유형과 미디어 유형의 비교를 중심으로, 서강대학교 대학원 석사학위논문, 2019, p. 5.

보도자료

- 경기신문, 코로나 블루...이제는 코로나 블랙 겪는 사람들, 2021년 08월 17일, <https://www.kgnews.co.kr/news/article.html?no=661723>, 검색일자: 2023년 09월 20일.
- 대한민국 정책브리핑, 한국화장품, 2년 연속 10조 원 수출 달성...세계 4위 기록, 2023년 07월 06일, <https://www.korea.kr/news/policyNewsView.do?newsId=148917296>, 검색일자: 2023년 09월 21일.
- 병원 신문, 화장품 부작용시 전문의 찾아야, 2009년 04월 24일,

<http://www.khanews.com/news/articleView.html?idxno=52096>,

검색일자: 2023년 09월 21일.

이데일리, 코로나19, 마스크 착용 따른 가려진 입 주변 여드름 및 피부 질환 주의, 2020년 03월 14일,

<https://www.edaily.co.kr/news/read?newsId=01098806625703320&mediaCodeNo=257>, 검색일자: 2023년 09월 20일.

이루다 마케팅, 트렌드 2023년 주목해야 할 K-뷰티 트렌드, 2023년 08월 17일,

<https://ditoday.com/2023%eb%85%84-%ec%a3%bc%eb%aa%a9%ed%95%b4%ec%95%bc-%ed%95%a0-k-%eb%b7%b0%ed%8b%b0-%ed%8a%b8%eb%a0%8c%eb%93%9c/>, 검색일자: 2023년 09월 22일.

주간코스메틱, 4월 화장품 온라인 매출 11.5% 증가, 2023년 06월 01일,

<http://m.geniepark.co.kr/news/articleView.html?idxno=51532>,

검색일자: 2023년 09월 22일.

퍼블릭뉴스, 코로나19 속 美 화장품 시장 트렌드 조사...韓 화장품, '트러블케어' 각광, 퍼블릭뉴스, 2021년 07월 23일,

<https://www.psnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=1978867>,

검색일자: 2023년 09월 21일.

화해 블로그, '2023 뷰티 트렌드' 발표...색조 중심으로 활기, 2023년 02월 09일,

<https://blog.hwahae.co.kr/all/newsroom/news/11830>, 검색일자:2023.09.21.

CNC, 보건산업 중 화장품만 수출 증가...중국 감소, 수출다변화로 극복, 2023년 08월 23일, <http://www.cncnews.co.kr/news/article.html?no=8576>,

검색일자: 2023년 09월 22일.

CMN, 'MZ 겨냥' 맞춤형 서비스로 재편되는 화장품 시장, 2023년 04월 13일,

https://www.cmn.co.kr/mobile/sub_view.asp?news_idx=41395,

검색일자: 2023년 09월 22일.

기타자료

국가법령정보센터, 「화장품법 제2조 제1항」, <https://www.law.go.kr/법령/화장품법>, 검색 일자: 2023년 9월 12일.

국가법령정보센터, 「화장품법 제2조 제2항」, <https://www.law.go.kr/법령/화장품법>, 검색 일자: 2023년 9월 12일.

국가법령정보센터, 「화장품 안전성 정보관리 규정 제2조」
[https://www.law.go.kr/행정규칙/화장품안전성정보관리규정/\(2022-12,20220218\)](https://www.law.go.kr/행정규칙/화장품안전성정보관리규정/(2022-12,20220218)),
검색 일자: 2023년 9월 20일.

네이버 사전, '화장',
<https://hanja.dict.naver.com/#/entry/ccko/faf72f7788af48678b052c31c442ccf9>,
검색 일자: 2023년 09월 20일.

대한피부과학회, '화장품 총론과 부작용', 2015년 12월 21일,
<https://www.derma.or.kr/new/general/treatment.php?uid=3346&mod=document>
, 검색 일자: 2023년 9월 22일.

메조미디어, 2023 화장품 업종 분석 리포트, 2023,
https://www.mezzomedia.co.kr/data/insight_m_file/insight_m_file_1582.pdf,
검색 일자: 2023년 9월 21일.

찾기쉬운 생활법령정보, '화장품의 개념 및 유형',
[https://easylaw.go.kr/CSP/CnpClsMain.laf?csmSeq=1301&ccfNo=1&cciNo=1
&cnpClsNo=1#copyAddress&search_put=](https://easylaw.go.kr/CSP/CnpClsMain.laf?csmSeq=1301&ccfNo=1&cciNo=1&cnpClsNo=1#copyAddress&search_put=), 검색일자: 2023년 09월 20일.

한국보건산업진흥원, 2023년 보건산업 수출 269억 달러로 지속 성장 전망,
2022년 12월 8일,
<https://www.khidi.or.kr/board/view?linkId=48886865&menuId=MENU00100>,
검색일자: 2023년 09월, 22일.

한국리서치 여론 속의 여론, [코로나19] 82차 인식조사(2023년 5월 2주차),

2023년 05월 23일, <https://hrcopinion.co.kr/archives/26682>, 검색일자: 2023년 09월 25일.

한국 소비자원, '화장품 부작용 모니터링', 2010년 12월.

[file:///C:/Users/hekim/Downloads/20110316_17%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/hekim/Downloads/20110316_17%20(1).pdf), 검색일자: 2023년 9월 22일.

화해, 화해 데이터로 보는 2023 뷰티 트렌드, 2023년 02월 13일.

<https://blog.hwahae.co.kr/all/hwahae/insight/11839>, 검색일자: 2023년 9월 21일.

ABSTRACT

The Lifting of Mandatory Mask-Wearing and Its Impact on Skincare Interest and Cosmetics Usage - Focusing on the Post-COVID Era -

Kim ha eun
Cosmetics Major Department of Convergence Beauty
Graduate School of Convergence Beauty
Sungshin University

The desire for beauty among modern people is increasing along with economic growth. In 2019, the declaration of the pandemic caused by COVID-19 brought about a significant social change that will be called the "Fourth Industrial Revolution," and the cosmetics industry also faced significant changes. Therefore, the purpose of this study is to analyze women's skin awareness and cosmetics use after the lifting of the mask mandate, to understand the impact of social phenomena on the cosmetics industry, and to suggest the direction of future product development and marketing strategies.

This study used a total of 400 questionnaires from adult women in their 20s and 30s as the final analysis data, and significant statistical results were obtained. The collected data of this study were analyzed

using the SPSS (Statistical Package for the Social Science) WIN 27.0 program. To understand the demographic characteristics of the study subjects, frequency and percentage were calculated. In addition, to investigate women's skin interest, Use of cosmetics during the period of mandatory wearing of masks, use of cosmetics after the lifting of the mask mandate, and psychological state according to skin condition, chi-square test, t-test, one-way ANOVA, and descriptive statistics analysis were conducted.

The results of this study are as follows:

First, regarding skin interest, women with combination skin were the most common at 43.5%, and the interest in skin was high at 3.82 out of 5 points, with 47.5% of women dissatisfied with their skin. Skin concerns were most commonly related to pores and scars at 19.8%, followed by acne and trouble at 18.3%, and the most significant cause of skin concerns was perceived to be eating habits and lifestyle habits. Women mostly managed their skin through home care using cosmetics, and the majority invested less than 5-10 minutes per day and less than 30,000 won per month in skin care. Information on skin care was mainly obtained from the internet and social media. the changes in women's skin due to the mask mandate were not significant, with an average score of 3.39 out of 5 points. and among the women who had changes, acne and trouble were the most common at 31.9%, and many women had improved their skin condition after the mask mandate was lifted. The increase in skin interest due to the lifting of the mask mandate was not significant.

Second, Regarding cosmetics use during the mandatory mask-wearing period, the study found that 68.0% of women were most focused about basic makeup and sunscreen, and 55.0% of women used soap or cleansing foam the most. Women used toner for basic makeup, cushion for base makeup, eyeshadow for eye makeup, tint for lip makeup, and blush for contour makeup the most when wearing masks. The frequency of makeup use was highest for base makeup and lip makeup, with women using them 5-6 times a week, while many women did not use eye makeup or contour makeup.

Third, Regarding cosmetics use after the mandatory mask-wearing policy was lifted, the study found that 58.8% of women were not wearing masks, which was more than the 42.6% of women who were still wearing masks. Among women who were not wearing masks, 58.3% were most focused about basic makeup and sunscreen, and after the policy was lifted, women showed increased interest in basic and UV protection products (29.4%) and lip makeup products (23.3%). There was no significant change in the cost of purchasing cosmetics. The most common cleansing method was double cleansing, with 46.3% of women using this method. After the policy was lifted, women used toner for basic cosmetics, cushion for base makeup products, eyebrow products for eye makeup products, tint for lip makeup products, and blush for contour makeup products the most. The frequency of use was highest for base makeup and lip makeup, with women using them 5-6 times a week, while many women did not use eye makeup or contour makeup. When comparing the number of cosmetic products used before and after the

mandatory mask-wearing policy was lifted, it was found that more women were using basic makeup, lip makeup, and contour makeup products after the policy was lifted.

Fourth, Regarding the relationship between skin condition and psychological state, the study found that women had the highest perception that skin condition is an important part of appearance, with a score of 3.68 out of 5. Women also perceived that skin condition affects their psychological state. The stress level due to changes in skin condition caused by mandatory mask-wearing was not very high, with an average score of 2.71 out of 5. The stress reduction in skin condition after the mandatory mask-wearing policy was lifted was also not very significant, with an average score of 2.96 out of 5 for women who experienced stress.

The study found that although the relationship between skin perception, cosmetics use, and stress due to COVID-19 and masks was somewhat low, women have a high interest in their skin and perceive that skin condition affects their psychological state. Therefore, it is necessary to develop products that meet consumer demands and engage in active marketing. The study is expected to be used as basic data to contribute to the development of the cosmetics industry.

부록 [설문지]

설 문 지

마스크 착용 의무 해제가 피부 관심
및 화장품 사용에 미치는 영향
- 포스트 코로나 시대를 중심으로 -

안녕하십니까?

귀한 시간을 내어 본 설문에 참여해 주심에 깊이 감사드립니다.

본 연구자는 성신여자대학교 뷰티융합대학원 화장품학과에서
“마스크 착용 의무 해제가 피부 관심 및 화장품 사용에 미치는 영향”에
대한 연구를 진행 중입니다.

본 설문지는 귀하의 소중한 의견을 얻고자 자료 수집을 목적으로 작성된 것으로
연구자의 석사 학위 논문에 소중한 자료로 사용될 예정입니다.

설문의 내용은 통계법 제 33조, 34조에 의거 하여 비밀이 보장되며,
오직 연구를 위한 통계 목적으로만 사용됩니다.
익명으로 통계 처리되오니 솔직한 응답을 부탁드립니다.

설문의 모든 문항에 빠짐없이 응답 해주시기를 부탁드립니다,
본 연구에 소중한 의견으로 함께 참여해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

2023년 8월

성신여자대학교 뷰티융합대학원 화장품학과

지도교수 : 김 주 덕

연구자 : 김 하 은

I. 다음은 인구통계학적 특성에 관한 문항입니다.

1. 귀하의 연령대는 어떻게 되십니까?

- ① 20대 ② 30대

2. 귀하의 최종 학력은 어떻게 되십니까?

- ① 고등학교 졸업 ② 대학교 졸업(재학생 포함)
③ 대학원 졸업 이상(재학생 포함)

3. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- ① 회사원 ② 판매/서비스직 ③ 자영업
④ 학생 ⑤ 전업주부 ⑥ 무직(취준생 포함)

4. 귀하의 결혼 여부는 어떻게 되십니까?

- ① 미혼 ② 기혼

5. 귀하 또는 귀하 가정의 월평균 소득은 어떻게 되십니까?

- ① 200만원 미만
② 200~300만원 미만
③ 300~400만원 미만
④ 400~500만원 미만
⑤ 500만원 이상

II. 다음은 피부 관심도에 관한 문항입니다.

1. 귀하의 피부는 어떤 타입이라고 생각하십니까?

- ① 건성 피부 ② 중성 피부 ③ 지성 피부
④ 복합성 피부 ⑤ 민감성 피부 ⑥ 잘 모르겠음

2. 귀하는 피부에 대한 관심이 얼마나 있으십니까?

- ① 매우 많음 ② 많음 ③ 보통 ④ 없음 ⑤ 전혀 없음

3. 귀하는 본인의 피부에 대해 만족하십니까?

- ① 매우 만족함 ② 만족함 ③ 보통 ④ 불만족함 ⑤ 매우 불만족함

4. 귀하의 최근 피부 고민은 무엇입니까? (모두 선택)

- ① 기미, 주근깨 등의 색소 ② 여드름 및 트러블 ③ 주름 및 탄력
④ 피부 건조 및 각질 ⑤ 모공 및 흉터 ⑥ 홍조 및 붉은기
⑦ 피지 과다로 인한 번들거림 ⑧ 없음 ⑨ 기타()

4-1. 귀하는 위 피부 고민의 원인이 무엇이라고 생각하십니까? (중복 체크 가능)

- ① 자외선에 의한 피부 손상 ② 유전적인 요인 ③ 피부 면역기능 저하
④ 과도한 스트레스 ⑤ 식습관 및 생활 습관 ⑥ 피부 관리 소홀
⑦ 화장품 ⑧ 기타()

5. 귀하는 피부 관리를 위해 무엇을 하고 계십니까? (중복 체크 가능)

- ① 홈케어(화장품) ② 홈케어(뷰티 디바이스) ③ 병원(피부과, 성형외과 등)
④ 피부 관리실 ⑤ 이너 뷰티 복용 ⑥ 규칙적인 생활습관(식사, 수면, 운동 등)
⑦ 특별한 관리를 하지 않고 있음 ⑧ 기타()

* 피부 관리를 위해 따로 시간을 내는 기준으로 답해주세요.

6. 귀하가 피부 관리를 위해 하루에 투자하는 시간은 어느 정도입니까?

- ① 5분 미만 ② 5~10분 미만 ③ 10~20분 미만 ④ 20~30분 미만 ⑤ 30분 이상

7. 귀하의 피부 관리에 대한 월 사용 비용은 어떻게 되십니까?

- ① 3만원 미만 ② 3~5만원 미만 ③ 5~10만원 미만 ④ 10~15만원 미만
⑤ 15~20만원 미만 ⑥ 20만원 초과

8. 귀하는 피부에 관한 정보를 주로 어떤 경로를 통하여 얻고 계십니까?

- ① 인터넷, SNS ② 대중 매체(TV, 라디오 등) ③ 가족, 친구 등의 지인
④ 병원 ⑤ 피부 관리실 ⑥ 기타()

9. 귀하는 마스크 착용 의무화로 인해 피부 변화가 있었습니까?

- ① 매우 있었다 ② 있었다 ③ 보통이다 ④ 없었다 ⑤ 전혀 없었다

* 9번 문항에 “매우 있었다.”와 “있었다.”를 선택하신 분만 답해주세요.

9-1. 발생한 피부 변화는 어떤 것이 있습니까? (모두 선택)

- ① 피부 건조 ② 여드름 및 트러블(뽀루지) ③ 홍조, 붉은기 ④ 가려움
⑤ 따가움 ⑥ 피지 과다 ⑦ 이전보다 쉽게 자극 받음 ⑧ 기타()

* 9번 문항에 “매우 있었다.”와 “있었다.”를 선택하신 분만 답해주세요.

9-2. 마스크 착용 의무화가 해제된 후 피부 상태에 호전이 있었습니까?

- ① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 아니다 ⑤ 전혀 아니다

10. 귀하는 마스크 착용 의무화로 이전에 비해 피부에 대한 관심도가 증가하였다고 생각하십니까?

- ① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 아니다 ⑤ 전혀 아니다

Ⅲ. 다음은 마스크 착용 의무화 기간의 화장품 사용에 관한 문항입니다.

1. 귀하는 마스크 착용 의무화 기간 중 어떤 부분에 가장 신경을 쓰셨습니까?

- ① 기초 화장 및 선크림 : 스킨, 로션, 앰플, 크림, 선크림, 팩 등
- ② 베이스 메이크업 : 메이크업 베이스, 파운데이션, 쿠션, 파우더, 컨실러 등
- ③ 아이 메이크업 : 아이 브로우, 아이 새도우, 아이 라이너, 마스크라 등
- ④ 립 메이크업 : 립밤, 립틴트, 립스틱, 립 라이너 등
- ⑤ 윤곽 메이크업 : 쉐딩, 하이라이터, 블러셔 등
- ⑥ 기타()

2. 귀하는 마스크 착용 시 어떤 세안을 가장 많이 하셨습니까?

- ① 물로만 세안함
- ② 세안 비누 또는 클렌징 폼을 사용하여 세안함
- ③ 1차 클렌징 제품(클렌징 티슈, 클렌징 워터, 클렌징 오일, 립앤아이 리무버 등)을 사용하여 이중 세안함
- ④ 클렌징 밤(이중 세안이 필요 없는 제품)을 사용하여 세안함
- ⑤ 기타()

3. 귀하가 하루에 사용하신 기초 화장품을 모두 선택해주세요.

- ① 스킨(토너) ② 로션(에멀전) ③ 앰플(에센스) ④ 크림(수분, 영양, 재생)
- ⑤ 아이크림 ⑥ 미스트 ⑦ 자외선 차단제(선크림, 선 에센스 등) ⑧ 팩, 마스크
- ⑨ 기초 화장품을 사용하지 않음 ⑩ 기타()

4. 귀하는 베이스 메이크업을 일주일에 몇 회 정도 하셨습니까?

- ① 1~2회 ② 3~4회 ③ 5~6회 ④ 7회(매일)
- ⑤ 베이스 메이크업을 하지 않음 (8번으로 이동)

4-1. 귀하가 하루에 사용하신 베이스 메이크업 제품을 모두 선택해주세요.

- ① 메이크업 베이스 ② CC 크림 ③ BB 크림 ④ 파운데이션 ⑤ 쿠션(팩트)
⑥ 파우더 ⑦ 컨실러 ⑧ 프라이머 ⑨ 기타()

5. 귀하는 아이 메이크업을 일주일에 몇 회 정도 하셨습니까?

- ① 1~2회 ② 3~4회 ③ 5~6회 ④ 7회(매일)
⑤ 아이 메이크업을 하지 않음(9번으로 이동)

5-1. 귀하가 하루에 사용하신 아이 메이크업 제품을 모두 선택해주세요.

- ① 아이 브로우 ② 아이 새도우 ③ 아이 라이너 ④ 마스크라 ⑤ 아이 프라이머
⑥ 사용하지 않음(9번으로 이동) ⑦ 기타()

6. 귀하는 립 메이크업을 일주일에 몇 회 정도 하셨습니까?

- ① 1~2회 ② 3~4회 ③ 5~6회 ④ 7회(매일)
⑤ 립 메이크업을 하지 않음(10번으로 이동)

6-1. 귀하가 하루에 사용하신 립 메이크업 제품을 모두 선택해주세요.

- ① 립밤 ② 립 턴트 ③ 립스틱 ④ 립 라이너 ⑤ 립 프라이머 ⑥ 기타()

7. 귀하는 윤곽 메이크업을 일주일에 몇 회 정도 하셨습니까?

- ① 1~2회 ② 3~4회 ③ 5~6회 ④ 7회(매일) ⑤ 윤곽 메이크업을 하지 않음

7-1. 귀하가 하루에 사용하신 윤곽 메이크업 제품을 모두 선택해주세요.

- ① 블러셔(볼터치) ② 쉐딩 ③ 하이라이터 ④ 기타()

IV. 다음은 마스크 착용 의무화 해제 이후 화장품 사용에 관한 문항입니다.

1. 귀하는 현재 마스크를 착용하십니까?

- ① 그렇다 ② 아니다

* 1번 문항에 “그렇다”라고 답하신 분만 체크해주세요.

1-1. 귀하의 일주일 평균 마스크 착용 일수는 어떻게 되십니까?

- ① 1~2일 ② 3~4일 ③ 5~6일 ④ 7일

2. 귀하는 현재 어떤 부분에 가장 신경을 쓰고 계십니까?

- ① 기초 화장 및 선크림 : 스킨, 로션, 앰플, 크림, 선크림, 팩 등
② 베이스 메이크업 : 메이크업 베이스, 파운데이션, 쿠션, 파우더, 컨실러 등
③ 아이 메이크업 : 아이 브로우, 아이 섀도우, 아이 라이너, 마스크라 등
④ 립 메이크업 : 립밤, 립틴트, 립스틱, 립라이너 등
⑤ 윤곽 메이크업 : 쉐딩, 하이라이터, 블러셔
⑥ 기타()

3. 귀하는 마스크 착용 의무화 해제 후 관심이 증가한 화장품이 있습니까? (중복 선택 가능)

- ① 기초 및 자외선 차단 제품 ② 베이스 메이크업 제품 ③ 아이 메이크업 제품
④ 립 메이크업 제품 ⑤ 윤곽 메이크업 제품 ⑥ 관심이 증가한 제품 없음
⑦ 기타()

4. 귀하는 마스크 착용 의무화 해제 후 화장품 구매 비용에 변화가 있었습니까?

- ① 화장품 구매 비용이 증가함
② 화장품 구매 비용 변화 없음
③ 화장품 구매 비용이 감소함

5. 귀하는 현재 어떤 세안을 가장 많이 하십니까?

- ① 물로만 세안함
- ② 세안 비누 또는 클렌징 폼을 사용하여 세안함
- ③ 1차 클렌징 제품(클렌징 티슈, 클렌징 워터, 클렌징 오일, 립앤아이 리무버 등)을 사용하여 이중 세안함
- ④ 클렌징 밤(이중 세안이 필요 없는 제품)을 사용하여 세안함
- ⑤ 기타()

6. 귀하가 현재 하루에 사용하시는 기초 화장품을 모두 선택해주세요.

- ① 스킨(토너) ② 로션(에멀전) ③ 앰플(에센스) ④ 크림(수분, 영양, 재생)
- ⑤ 아이크림 ⑥ 미스트 ⑦ 자외선 차단제품(선크림, 선 에센스)
- ⑧ 팩, 마스크 ⑨ 기초 화장품을 사용하지 않음 ⑩ 기타()

7. 귀하는 현재 베이스 메이크업을 일주일에 몇 회 정도 하십니까?

- ① 1~2회 ② 3~4회 ③ 5~6회 ④ 7회(매일)
- ⑤ 베이스 메이크업을 하지 않음(9번으로 이동)

7-1. 귀하가 하루에 사용하시는 베이스 메이크업 제품을 모두 선택해주세요.

- ① 메이크업 베이스 ② CC 크림 ③ BB 크림 ④ 파운데이션
- ⑤ 쿠션(팩트) ⑥ 파우더 ⑦ 컨실러 ⑧ 프라이머
- ⑨ 기타()

8. 귀하는 현재 아이 메이크업을 일주일에 몇 회 정도 하십니까?

- ① 1~2회 ② 3~4회 ③ 5~6회 ④ 7회(매일)
- ⑤ 아이 메이크업을 하지 않음(10번으로 이동)

8-1. 귀하가 하루에 사용하시는 아이 메이크업 제품을 모두 선택해주세요.

- ① 아이 브로우 ② 아이 새도우 ③ 아이 라이너 ④ 마스카라 ⑤ 아이 프라이머
- ⑥ 기타()

9. 귀하는 현재 립 메이크업을 일주일에 몇 회 정도 하십니까?

- ① 1~2회 ② 3~4회 ③ 5~6회 ④ 7회(매일)
- ⑤ 립 메이크업을 하지 않음(11번으로 이동)

9-1. 귀하가 하루에 사용하시는 립 메이크업 제품을 모두 선택해주세요.

- ① 립밤 ② 립 틴트 ③ 립스틱 ④ 립 라이너 ⑤ 립 프라이머 ⑥ 기타()

10. 귀하는 현재 윤곽 메이크업을 일주일에 몇 회 정도 하십니까?

- ① 1~2회 ② 3~4회 ③ 5~6회 ④ 7회(매일)
- ⑤ 윤곽 메이크업을 하지 않음(12번으로 이동)

10-1. 귀하가 하루에 사용하시는 윤곽 메이크업 제품을 모두 선택해주세요.

- ① 블러셔(볼터치) ② 쉐딩 ③ 하이라이터 ④ 기타()

11. 귀하는 마스크 의무화 해제 이후 화장을 더 신경 써서 하십니까?

- ① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 아니다 ⑤ 전혀 아니다

VII. 다음은 귀하의 피부 상태에 따른 심리 상태에 관한 문항입니다.

문항		① 매우 그렇다	② 그렇다	③ 보통이다	④ 그렇지 않다	⑤ 전혀 그렇지 않다
1	나는 피부 상태가 좋을 때 자신이 더 행복하다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 피부 상태 때문에 우울감을 느껴본 적이 있다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 피부 문제로 인해 자신감이 떨어진 적이 있다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 피부 상태가 좋을 때 자신감이 향상된다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 피부 상태가 외모에서 중요한 부분을 차지한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 피부 상태가 나의 대인 관계 및 사회생활에 영향을 미친다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 마스크 착용 의무화에 인한 피부 변화로 스트레스를 받은 경험이 있다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 마스크 착용 의무화 해제 이후 피부 상태에 대한 스트레스가 줄었다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤

* 귀한 시간을 내어 본 설문에 참여해 주셔서 진심으로 감사드립니다.