



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](#)

배 현 숙 교수 지도
석사학위 청구논문

아르간 오일이 함유된 미용제품의
인식 및 이용현황

2016

성신여자대학교 뷰티융합대학원
뷰티융합학과 피부미용학전공
박 지 혜

아르간 오일이 함유된 미용제품의 인식 및 이용현황

배 현 숙 교수 지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2016년 5월

성신여자대학교 뷰티융합대학원

뷰티융합학과 피부미용학전공

박 지 혜

인 준 서

박지혜의 석사학위 논문으로 인준함

2016년 5월

심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

성신여자대학교 뷰티융합대학원

논문개요

외모에 대한 관심의 증가로 미적 만족을 위해 현대인들이 높은 가격의 제품도 쉽게 구매하게 되면서 소비자들을 만족하게 하기 위해서 다양한 종류의 미용 제품군을 선보이고 있으며, 아르간 오일은 천연 보습, 피부 손상방지, 모발건강, 여드름 등에 효과적으로 헤어, 스킨, 바디, 네일 다양한 곳에서 사용되고 있으며, 대중화 되어가면서 인지도 또한 높아지고 있으나 이에 대한 국내의 선행논문이 부족한 실정이다.

이에 본 연구는 아르간 오일이 함유된 미용제품에 대한 소비자들의 인지도를 분석하고 최근 추세를 반영하여 제품의 구매행태와 만족도 및 이용 실태를 살펴보고 이를 통해 아르간 오일이 함유된 제품의 판매 촉진에 필요한 정보 및 자료를 제공하는 데 그 목적이 있다.

본 연구의 대상자는 충청지역에 거주하는 20~50대의 일반 성인 남성 및 여성에게 설문조사를 하였다. 총 253부 배포 중 203부를 최종 분석하여 자료에 사용하였다.

본 연구의 결과를 분석하여 요약하면 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적인 특성을 보면 분포는 성별 여자 158명(77.8%)으로 더 많고 연령은 20대가 70명(34.5%)으로 가장 많이 참여하였다. 학력에서는 대졸이 78명(38.4%) 혼인상태는 기혼 119명(58.6%), 직업은 전문직 52명(25.6%), 월평균 가계소득으로는 200~300만 원 미만이 58명(28.6%)으로 가장 많았다.

둘째, 아르간 오일 제품의 인지도를 살펴본 결과 일상에 자주 보는 제품들

이 많고, 인지 경로는 매스미디어를 통해서 아르간 오일 제품을 주로 인지하였으며, 아르간 오일에 대한 지식 여부는 아르간 오일의 뛰어난 보습효과를 가장 많이 인지하고 있었고, 지성이나 민감성피부에도 사용가능 하다는 가장 모르는 것으로 나타났다.

셋째, 아르간 오일이 함유된 미용제품의 사용 용도로는 헤어케어가 높은 비율을 차지하였다. 제품 구매는 5만원 미만의 제품을 사용하고 제품 구매 시 표기사항에서 효능, 효과를 중요시하게 보며 사용이유는 모발의 보호와 탄력 목적이 가장 많았다. 구매경로는 주로 본인이 직접 구입하는 것으로 나왔으며, 제품을 구매하는 곳은 주로 화장품전문샵이었고 이곳을 이용하는 주된 이유로 구입/반품이 편리해서라고 응답하였다.

넷째, 성별, 연령별, 월 소득별의 아르간 제품 구매경로는 모두 본인이 직접 구매하는 것이 많았고 사용이유로는 성별, 연령별, 월 소득별 모두 모발의 보호와 탄력이 가장 높게 나타났으나 연령별에서 20대는 문제성 피부에 대한 선택이 가장 많아 20대의 피부에 대한 고민이 반영된 것으로 보인다. 제품의 표시사항의 중요 항목에서 성별, 연령별, 월 소득별 모두 효능, 효과가 가장 높은 비율을 차지하였다.

다섯째, 아르간 오일이 함유된 미용제품의 전반적인 만족도는 대부분이 만족하다는 응답을 하였고, 아르간 오일 제품으로 헤어에센스가 97건(17.4%)으로 많이 선택하였으며. 많이 사용하는 브랜드로는 로드샵이 강세를 보였다. 효능, 효과/ 사용감 및 향/ 제품의 용량/ 포장 및 용기에 대해 높은 만족도를 보였다. 아르간 오일이 함유된 미용제품의 개선사항으로 가격이 개선되어야 한다는 응답이 높은 비중을 차지하였다.

아르간 오일에 대한 인지도는 높으나 지식도는 보습효과에 뛰어난 것과 헤어, 스킨, 바디, 네일 모두 사용가능 하다 같은 인터넷상에서 얻을수 있는 기본적인 것으로 보이며, 구매하는 아르간 오일의 제품들이 주로 인지도 있는 브랜드를 선호하는 만큼 홍보와 대중의 인지도가 반영된 것으로 사료된다. 이에 소비자 대상의 아르간 오일에 대한 정확한 지식 전달과 제품의 이용에 대한 다각적인 정보 전달이 필요하다고 사료된다.

목 차

논문개요

I. 서 론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	1
II. 이론적 배경	3
1. 아르간오일의 성분과 효능	3
2. 아르간 오일이 함유된 미용제품	5
III. 연구설계 및 연구방법	9
1. 연구대상 및 기간	9
2. 연구 도구	9
3. 자료 처리 및 분석 방법	10
IV. 연구 결과 분석	12
1. 일반적인 특성	12
2. 아르간 오일이 함유된 미용제품의 인식 및 이용현황	14
3. 성별 아르간 오일이 함유된 미용제품의 이용현황	27
4. 연령별 아르간 오일이 함유된 미용제품의 이용현황	29
5. 월 소득별 아르간 오일이 함유된 미용제품의 이용현황	33
6. 아르간 오일이 함유된 미용제품의 만족도	36
V. 고찰	45

VI. 결론 및 제언	50
1. 요약 및 결론	50
2. 제언	52

참고 문헌

ABSTRACT

부 록

표 목 차

표 1. 아르간 오일의 성분.....	4
표 2. 국내 아르간 오일이 함유된 미용제품	5
표 3. 설문지 구성 및 문항	10
표 4. 연구대상자의 일반적인 특징.....	13
표 5. 아르간이 함유된 미용제품의 인지도.....	15
표 6. 아르간이 함유된 미용제품의 인지 경로	16
표 7. 아르간 오일에 대한 지식도 인지 여부.....	17
표 8. 아르간 오일이 함유된 미용제품의 사용해 본 경험	17
표 9. 아르간오일이 함유된 미용제품의 사용하지 않는 이유.....	18
표 10. 아르간오일이 함유된 미용제품의 미사용자들의 향후 사용여부.....	19
표 11. 아르간오일이 함유된 미용제품의 사용용도	19
표 12. 아르간 오일 관련 제품의 선택 시 고려사항	20
표 13. 아르간 오일이 함유된 미용제품 표기사항 인지 여부.....	21
표 14. 아르간오일이 함유된 미용제품을 구매행동	22
표 15. 아르간이 함유된 미용제품의 사용이유.....	23
표 16. 아르간 오일 관련 제품의 평균 구입 가격	24
표 17. 아르간 오일이 함유된 미용제품의 재 구입 성향	24
표 18. 아르간 오일이 함유된 미용제품의 재사용 의도	25
표 19. 아르간 오일이 함유된 미용제품의 권유 여부	26
표 20. 성별 아르간 오일 제품의 구매행동 및 사용이유	28
표 21. 연령별 아르간 오일 제품의 구매행동 및 사용이유	30
표 22. 연령별 아르간 오일 제품의 표시사항 중 중요하게 보는 항목.....	31
표 23. 연령별 아르간 오일 제품설명서 인지	32
표 24. 월 평균소득별 아르간 오일 제품의 구매행동 및 사용이유.....	34

표 25. 월 평균 소득별 아르간 오일 제품 표시사항 중 중요하게 보는 항목 ..	35
표 26. 아르간 오일이 함유된 미용제품의 전반적인 만족도	36
표 27. 아르간 오일이 함유된 미용제품의 만족도	37
표 28. 제품의 사용 중인 종류	38
표 29. 아르간오일이 함유된 미용제품의 사용 중인 브랜드	39
표 30. 아르간오일 관련 제품의 효능 및 효과의 만족도	40
표 31. 아르간오일 관련 제품의 사용감 및 향의 만족도	41
표 32. 아르간오일 관련 제품 용량에 대한 만족도	42
표 33. 아르간오일 관련제품의 포장 및 용기에 대한 만족도.....	43
표 34. 아르간오일 관련제품의 개선사항	44

I. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

외모에 대한 관심의 증가 및 인터넷, 스마트폰 이용의 높은 편의성으로 인해 SNS, 블로그, 온라인을 통해 정보를 쉽게 얻으면서 제품구입에 있어 시간적, 공간적 제약이 줄어들어 일상생활에서의 제품 구매가 보다 편리해졌다.

보다 높은 미적 만족을 위해 현대인들은 높은 가격에도 제품들을 쉽게 구매하게 된다. (김경은, 2012) 이러한 소비자의 요구를 만족시키기 위해 화장품 회사들은 기능성, 미백, 주름개선이 첨가된 에센스, 크림, 오일을 비롯하여 뷰티오일, 페어오일, 미스트, 앰플, 스팀크림, 셰어버터, 스타일링 크림, 영양크림, 바디버터 등 다양한 종류의 미용제품군을 선보이고 있다.

아르간 오일은 모로코 남서부지방의 아르간 나무의 열매에서 추출한 식물성 오일로, 멸종위기에 처해 세계 자연 유산으로 등재된 나무로 소량 생산된다. 아르간 오일은 천연 보습, 피부 손상 방지, 항산화 작용, 노화예방, 건선 및 아토피 피부에 개선효과, 손톱 케어, 모발건강, 여드름에 효과적이며, 아르간 오일을 이러한 고유의 특성을 강조하는 제품으로 헤어, 피부, 바디, 네일 등 다양한 곳에 사용할 수 있다. 현재 아르간 오일 관련 제품들이 많이 시판되고 있으나 실제 소비자들은 아르간 오일 성분의 함유 여부나 사용법을 잘 모르는 경우가 많다.

앞서 언급한 아르간 오일의 효능이 대중적으로 알려지면서 화장품 시장에서 인지도가 점차 높아지고 국외에는 아르간에 관한 인체에 좋은 영향, 아르간 오일의 추출, 타 오일과의 비교 분석 등 다양한 선행논문이 많지만 아직까지 국내에서는 아르간 오일에 대한 미용효과 연구가 많이 부족한 실정이다.

이에 따라 본 연구에서는 아르간 오일이 함유된 제품에 대한 국내 화장품의 사용실태와 아르간 오일에 대한 소비자들의 인지도를 분석하고자 한다. 최근의 트렌드를 반영하는 아르간 오일의 화장품을 사용하는 소비자들의 구매행태와 만족도 및 이용 실태를 살펴보고 이를 통해 아르간 오일이 함유된 제품의 판매 촉진에 필요한 정보 및 자료를 제공하는데 본 연구의 목적이 있다.

II. 이론적 배경

1. 아르간 오일의 성분과 효능

수세기 동안 모로코의 베르베르 여성은 건강하고 젊은 피부를 유지하기 위해 아르간 나무의 오일을 사용해왔다. 아르간 나무는 학명 아르가니아 스피노사(*Argania spinosa*)로 모로코에서 두 번째로 흔한 나무로 수명은 150~200년 정도로 추정된다. 남서부 모로코의 건조 및 반 건조 지역에 자생하며 가뭄과 열에 매우 강한 특성을 지니고 있다. (Zoubida Charrouf *et al.* 1999)

아르간 오일은 요리용으로도 사용되는데 심혈관 질환 개선 효능이 있다고 알려져 있다. 모로코 사람들은 주로 빵을 만들 때 사용했으며, 아르간 오일을 사용해 조리한 음식들은 암과 심혈관 질환 및 비만에 많은 도움이 된다. (Hanae El Monfalouti *et al.* 2010)

아르간 오일은 희귀 오일 중 하나로 과거에는 추출방법이 사람이 직접 손과 돌로 분해해서 얻는 방법을 사용해 매우 소량 생산이었으나 현재는 기계를 사용하여 대규모로 제조 할수 있게 되었다. (Bertrand Matthäus *et al.* 2010) 아르간오일의 평균 지방산 함량은 45%로 불포화지방산이 80% (올레산 43~49%, 리놀레산 29~36%), 포화지방 20%로 구성되어있고 스테롤, 토코페롤 외에도 페놀화합물(페롤산, 시렁산, 바닐린산, 티로솔) 등으로 구성되어 있다.

<표1> 아르간오일의 성분

구성	스테롤	토코페롤	페놀 화합물
지방산 (%)	(% 총 스테롤)	(% 총 토코페롤)	($\mu\text{g}/\text{kg oil}$)
미리스트산 ≤ 0.2	Schottenol 44.0-49.0	α - 토코페롤 : 2.4-6.5	바닐린산 67
펜타산 ≤ 0.1	Spinasterol 34.0-44.0	β - 토코페롤 0.1-0.3	시링산 37
팔미트산: 11.5-15.0	Δ -7-Avenasterol 4.0-7.0	γ - 토코페롤 81.0-92.0	페롤산 3147
헵타데카노산 : 흔적	Stigmasta-8,22-dieb-3 β -ol 3.2-5.7	δ - 토코페롤 6.2-12.8	티로솔12
스테아르산 : 4.3-7.2	캄페 스테롤 $\leq 0.4\%$	총 600-900 mg/kg	총 3263 $\mu\text{g}/\text{kg}$
올레산: 43.0-49.1	콜레스테롤 $\leq 0.4\%$		
리놀레산: 29.3-36.0	총 $\leq 220 \text{ mg}/100\text{g}$		
리놀렌산: ≤ 0.3			
아라키산 ≤ 0.5			
가돌레산 ≤ 0.5			
베헨산 ≤ 0.2			

*Acidity expressed in oleic acid, peroxide index expressed in mEqO₂/kg oil. (Zoubida Charrouf *et al.* 2014 , Argan oil, the 35 years of research product, European Journal of Lipid Science and Technology)

아르간 오일은 피부의 콜라겐을 보호하여 유연성을 높여주는데 특히 토코페롤 성분은 유해한 활성 산소로부터 피부를 보호한다. 아르간 오일의 지방산, 스테롤, 페놀 화합물은 인간의 고지혈증 및 콜레스테롤 치료에 사용되며 저밀도 지단백질 산화를 억제하고, 강력한 항산화 효과를 보인다. (S. Sour *et al.*

2015) 또한 스트레스 관련 장애와 우리 몸의 신진대사에 좋은 시너지 효과가 보고된바 있다. (Rim Bousalham *et al.* 2015) 오일에 함유된 고농도의 비타민 E는 습진 및 건선의 증상을 완화 할 수 있고 튼 살도 감소시킬 수 있고 전신에 사용할 수 있으며 보습 효과 이외에도 여드름 흉터, 기타 문제성 피부 진정에 효과적이다. (Guillaume Dom *et al.* 2011) 또한 메이크업 시 파운데이션을 사용할 때 무결점 룩 연출을 위한 기초로 쓰이고 손톱 케어를 위해서도 아르간 오일이 사용될 수 있고 네일 파손을 줄이고 큐티클을 부드럽게 해주고 있는 것으로 알려져 있다. 모발에 적용할 경우 케어와 스타일링 모두 만족시킬 수 있는 기초제품 역할로 광택을 주고 모발 손질, 윤기 부여, 엉킴 현상 완화, 모발의 탄력에 도움을 준다. (M. F. R. Gavazzoni Dias. 2015) 아르간 오일은 비듬과 피부 건조에 의한 다른 두피 질환에도 사용되며 곱슬머리 진정에도 유용하다.

2. 아르간 오일이 함유된 미용제품

현재 국내에 출시되고 있는 아르간오일 제품으로 스킨제품, 헤어제품, 바디 제품, 네일 제품 등으로 나오고 있으며 그 종류는 계속 증가하고 있는 추세이다. 이에 국내 출시 되고 있는 아르간 오일이 함유된 미용제품들을 본 연구자가 브랜드, 종류, 특징, 출시일 별로 정리한 표이다.

<표2> 국내 아르간 오일이 함유된 미용제품

분류	브랜드	종류	특징	출시일
	더페이스샵	오일미스트	보습	2012. 11
skin	네이처리파블릭	페이스오일(1500mg)*, 앰플(7000ppm),	영양,보습	2016. 2

		클렌징오(1000ppm)	
	앞스네이처	페이스오일	영양,보습 2014. 8
	키엘	드라이오일	보습,강화 2015. 4
	셀라	오일앰플, 스티프크림	영양,보습
	멜비타	뷰티오일	영양,보습 2013. 3
	미샤	에센셜오일(30%)	보습,영양 2014. 5
	참존	페이셜오일(1500mg)	보습,윤기, 영양 2015. 11
	에게이안스토리	페이스오일	보습,탄력 2014. 10
		바디오일. 샤워 젤, 바디버터,	
	더바디샵	샤워 클린저, 핸드크림, 바디로션, 버블링 배스, 스크럽	윤기,보습 2014. 10
	아모레	바디로션(1000ppm)	윤기,보습 2015. 10
body	해피바스	바디로션(1000ppm)	윤기,보습 2015. 10
	미샤	핸드크림	영양,보습 2015. 6
	샤샤	바디워시, 바디로션	보습,영양 2015. 1
	멜비타	바디버터, 오일, 크림	보습,영양
	과일나라	바디로션(1000mg)	보습 2012. 6
	닥터에버하르트	바디오일	보습, 건강 유지
	온더바디	바디로션	윤기,보습 2015. 6
	토니모리	오일 에센스(340mg)	영양,보습 2014. 12
	과일나라	트리트먼트오일(1000mg)	보습,광택, 탄력 2011. 8
	박존	헤어오일	윤기, 손상방지 2013. 1
hair	네이처리파블릭	헤어미스트(1000ppm), 헤어 마스크(1000ppm)	영양,보습 2014. 12
	모르칸	트리트먼트 오일, 스타일링 크림, 스무딩 로션, 젤 미디엄, 디파이닝 크림	스타일링, 윤 기,영양공급 2010. 11

오가닉스	샴푸, 컨디셔너, 디파이닝 크림	손상방지, 영양	2013. 12
스킨푸드	헤어에센스, 헤어 마스크팩, 샴푸, 헤어마스크, 컨디셔너	윤기부여, 영양	2014. 11
더샘	헤어샴푸, 트리트먼트로션, 에센 스	윤기, 탄력	2014. 9
미장센	트리트먼트, 헤어팩	윤기, 보습	2011. 11
아모스	헤어오일	윤기, 탄력	2015. 5
잇스네이처	헤어미스트(3000mg), 헤어에센스	보습, 영양, 손상방지	2014. 7
새롬	헤어오일	손상방지, 영양, 보습	2013. 1
AHC	헤어오일	영양, 손상방지	2014. 9
쉬에뜨	헤어에센스	손상방지, 윤기	2016. 1
쏘헤어	헤어오일	보습, 윤기, 보호	2011. 7
리앤리	클리닉오일	손상방지, 모발 클리닉, 윤기부여	2010. 12
벨리수	헤어오일	윤기, 보습	2010.10
더페이스샵	헤어샴푸, 헤어클렌저	손상방지, 영양	2013. 5
nail	이스팀	큐티클오일	유,수분공급
	미샤	네일 퀵 드라이 스프레이	2015. 5

* 함유량표시

아르간 오일 스킨 제품은 주로 오일과 에센스 종류가 많이 출시되고 있으며 그 외에도 클렌징, 앰플, 마스크 팩 으로도 많이 출시되고 있다. 바디제품 또

한 보습효과를 위해 오일과 로션으로 많이 출시되고 있다. 더 바디샵 브랜드 같은 경우 오일과 로션 말고 더 많은 종류를 선보이고 있으며 그 외에 브랜드는 오일과 로션 종류를 각각 선보이고 있다. 헤어제품이 가장 많으며 제품의 종류 또한 다양하게 선보이고 있다. 모발의 보습을 위한 헤어오일과 에센스가 많이 나오고 모발의 윤기와 손상방지를 위한 트리오먼트 오일, 헤어팩, 영양크림 등이 출시되고 있다. 네일제품은 스킨이나 헤어, 바디 보다 적게 출시되고 있지만 주로 큐티클 오일이 출시되고 있다. 아르간 오일에 대한 함유로 네이처리파블릭, 잎스네이처, 참존, 아모레해피바스, 과일나라, 토니모리와 같은 몇 개의 브랜드에서만 아르간 오일의 함유량을 표시했으며 그 외의 제품에서는 표시되었는지 않는 것으로 조사되었다.

Ⅲ. 연구 설계 및 연구방법

1. 연구대상 및 기간

본 연구의 대상자는 충청지역에 거주하는 20대 ~ 50대의 일반 성인 남, 여성에게 설문 조사를 실시하였으며, 설문조사는 조사대상자들에게 직접 설문 방법을 설명한 후 현장에서 직접 설문지에 기입하는 방법으로 설문을 실시하였다. 조사 기간은 2016년 1월 25일부터 2월 18일까지 4주간 조사하였다.

설문지는 총 300부를 배부하여 253부가 회수 되었으며 그중 내용이 불성실하거나 정확하지 않고 아르간 오일제품의 사용경험이 없는 설문지를 제외하고 203부를 최종 분석 자료로 사용하였다.

2. 연구 도구

남성과 여성의 소비자 및 미용인을 대상으로 아르간 오일이 함유된 미용제품의 인지도와 이용현황에 따른 만족도에 미치는 영향을 파악하기 위하여 일반적인 특성, 아르간 오일이 함유된 미용제품에 대한 인지도 및 지식도, 이용현황, 만족도에 대한 총 56문항의 설문지로 구성 하였다.

본 연구에 사용된 설문지는 박정민(2012), 김경은(2012), 이영숙(2013)의 선행연구에서 실시된 측정 항목을 토대로 하여 본 연구의 목적에 맞춰 문항을 수정, 추가하여 재구성 하였으며 문항의 요소별 내용은 <표 3>과 같다. 조사에 사용한 설문지는 뒤의 부록에 수록하였다.

<표 3> 설문지 구성 및 문항

구성	문항수	설문내용
일반적인특징	6	성별, 연령, 학력, 결혼, 직업, 소득
인지도 및 지식도	10	아르간오일 제품의 인지여부와 사용여부, 아르간오일의 인지 여부, 아르간오일의 인지 경로, 아르간오일의 일반적인 지식
이용현황	21	아르간오일 제품의 사용여부, 구입 경로, 구입처, 구매이유, 사용용도, 사용횟수, 사용종류, 사용이유, 평균구입가격, 선택시 고려사항, 사용설명서, 구입시 보는 표기사항, 재구입성향, 추천여부
만족도	19	제품사용후 전반적인 만족도, 만족하는 이유, 효능, 효과, 가격의 만족성, 정보, 다양성, 홍보의 적당성, 사용 브랜드, 용량, 사용감, 제품 설명, 포장·용기, 효과를 본 시기, 개선사항
총문항수	56	

3. 자료 처리 및 분석 방법

수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩(data coding)과 데이터 크리닝(data cleaning)과정을 거쳐, SPSS(Statistical Package for Social Science) ver. 20.0 통계 패키지 프로그램을 활용하여 분석하였다.

첫째, 조사대상자의 일반적인 특성과 미용제품 인식도, 아르간 오일이 함유된 미용제품의 이용현황, 아르간 오일이 함유된 미용제품 만족도를 알아보기 위해 빈도분석(Analysis of Frequency)을 실시하였다.

둘째, 성별과 연령별로 미용제품 인식도, 아르간 오일이 함유된 미용제품의 이용현황을 알아보기 위해 교차분석(Analysis of Cross Tabulation)을 실시하였다.

셋째, 아르간 오일이 함유된 미용제품 만족도를 알아보기 위해 기술통계(Descriptive Statistics)를 실시하였다.

유의확률은 * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 으로 표시하였다.

IV. 연구 결과 분석

1. 연구대상자의 일반적 특성

연구 대상자의 일반적 특성을 살펴본 결과는 <표4>와 같다. 분포는 성별 여자 158명(77.8%), 남자 45명(22.2%)로 나타났으며, 연령은 20대가 70명(34.5%)으로 가장 많이 참여한 것으로 나타났다. 학력에서는 대졸이 78명(38.4%), 고졸 77명(37.9%)으로 비율이 상당부분 차지하였다. 혼인상태는 기혼 119명(58.6%), 미혼 84명(41.4%)순으로 나타났으며, 직업은 전문직 52명(25.6%)으로 가장 많았다. 월평균 가계소득으로는 200~300만원 미만인 58명(28.6%)으로 가장 높았다.

<표4> 연구대상자의 일반적인 특징

특성	요인	N	%
성별	남	45	22.2
	여	158	77.8
연령	20대	70	34.5
	30대	47	23.2
	40대	46	22.7
	50대	40	19.7
학력	고졸	77	37.9
	전문대졸	31	15.3
	대졸	78	38.4
	대학원 졸업	17	8.4
혼인상태	미혼	84	41.4
	기혼	119	58.6
직업	사무직	47	23.2
	전문직	52	25.6
	무직	12	5.9
	서비스직	37	18.2
	학생	30	18.2
	기타	25	12.3
월평균 가계소득	200만원 미만	42	20.7
	200~300만원 미만	58	28.6
	300~400만원 미만	48	23.6
	400~500만원 미만	20	9.9
	500만원 이상	35	17.2
합계		203	100.0

2. 아르간오일이 함유된 미용제품의 인식 및 이용현황

1) 아르간이 함유된 미용제품의 인지도(중복응답)

연구대상자의 아르간이 함유된 미용제품의 인지도 살펴본 결과는 <표5>와 같다. 아르간이 함유된 미용제품의 인지도는 ‘핸드크림’이 132건(8.7%)로 가장 높았으며, 핸드크림은 가격이 상대적으로 저렴하여 아르간이 함유된 미용제품에 대해 접근하기 용이하다고 사료된다. 그 다음으로 ‘샴푸’가 131건(8.6%), ‘헤어에센스’와 ‘바디로션’이 117건(7.7%)등 주로 일상에서 자주 사용하는 제품을 인지하고 있다고 사료된다.

<표5> 아르간이 함유된 미용제품의 인지도

특성	N	%
페이스오일	85	5.6
스킨 앰플	53	3.5
스킨 오일미스트	31	2.0
클렌징오일	109	7.2
스킨 에센스	108	7.1
바디오일	86	5.7
바디로션	117	7.7
헤어오일	83	5.5
헤어 미스트	69	4.5
헤어 에센스	117	7.7
샴푸	131	8.6
헤어컨디셔너	94	6.2
헤어마스크 팩	53	3.5
트리트먼트 오일	62	4.1
헤어오일 세럼	30	2.0
마스크팩	93	6.1
헤어 영양크림	55	3.6
핸드크림	132	8.7
기타	12	0.8
합계	1520	100.0

2) 아르간이 함유된 미용제품의 인지 경로

연구대상자의 아르간이 함유된 미용제품의 인지 경로를 살펴본 결과는 <표6>와 같다. ‘매스미디어(인터넷, 잡지, TV, 신문)’가 88명(43.3%)로 가장 높은 비율을 차지하였다. 그 다음으로 ‘가족/친구/동료’에게 추천을 받는 방법으로 인지 하는 경우가 54명(26.6%)로 많았다. 이에 현대인들이 대중매체의 이용이 많고 스마트폰으로 인해 더 접근이 용이해서 인 것으로 사료된다.

<표6> 아르간이 함유된 미용제품의 인지 경로

구분	N	%
매스미디어(인터넷, 잡지, TV, 신문)	88	43.3
피부 관리실/병원	15	7.4
가족/친구/동료	54	26.6
백화점,전문샵	31	15.3
기타	15	7.4
합계	203	100.0

3) 아르간 오일에 대한 지식도 정도

아르간 오일에 대한 지식도에 관한 결과는 <표7>와 같다. ‘아르간 오일은 피부보습 및 손상방지에도 효과가 있다’에서는 맞다 158명(77.8%)으로 가장 높게 정답률을 보였고, ‘지성피부나 민감성피부 모두 사용한다’는 맞다 80명(39.4%)으로 가장 높은 오답률로 아르간 오일에 대한 인식도 항목이 낮은 것으로 나타났다. 또한 아르간 오일이 식물성 오일이라는 것에 대해 알고 있는 소비자는 138(68.0%)으로 높은 정답률을 차지하는데 이것은 천연화장품에 높은 현대인들이 관심이 반영된 것으로 보여진다.

<표7> 아르간 오일에 대한 지식도 정도

내용	맞다N(%)	틀리다N(%)	모르겠다N(%)	전체N(%)
아르간 오일은 나무열매에서 추출한다	138(68.0)	4(2.0)	61(30.0)	
아르간 오일은 항산화에 효과적이다	122(60.1)	4(2.0)	77(37.9)	
아르간 오일은 피부보습 및 손상방지에도 효과가 있다	158(77.8)	2(1.0)	43(21.2)	
아르간 오일은 피부 헤어 바디 네일 모두 사용 가능하다	150(73.9)	7(3.4)	46(22.7)	203(100)
아르간오일은 건선 및 노화예방에 효과적이다	134(66.0)	2(1.0)	67(33.0)	
건강한 피부를 위해서	150(73.9)	6(3.0)	47(23.2)	
아르간오일이 도움이 된다	80(39.4)	23(11.3)	100(49.3)	
지성피부나 민감성피부 모두 사용한다				

4) 아르간 오일 미용제품의 사용경험

연구대상자의 아르간이 함유된 미용제품의 사용 경험에 대한 자료는 <표 8>에 나타내었다. 경험이 '있다'고 응답한 대상자가 203명(90.6%), '없다'고 응답한 대상자가 21명(9.4%)으로 연구대상자의 대부분이 아르간 오일 미용제품을 사용해 본 경험이 있는 것으로 나타났다.

<표8> 아르간 오일 미용제품의 사용경험

구분	N	%
있다	203	90.6
없다	21	9.4
합계	224	100.0

5) 아르간오일이 함유된 미용제품을 사용하지 않는 이유

아르간오일이 함유된 미용제품을 사용해 본 적이 없는 연구대상자에서 사용하지 않은 이유는 <표9>와 같다. 아르간 오일을 들어 본 적이 없다고 응답한 대상자가 8명(38.1%)로 가장 많았고, 기타 답변으로 다른 제품과 별 차이가 없어서, 미용제품을 잘 사용하지 않아서, 필요성이 없어서라는 답변이 있었으며, 가격이 너무 비싸서 라고 응답한 대상자가 4명(19.0%)이었다.

<표9> 아르간오일이 함유된 미용제품을 사용하지 않는 이유

구분	N	%
아르간오일을 들어본 적이 없어서	8	38.1
가격이 너무 비싸서	4	19.0
구입경로가 쉽지 않아서	1	4.8
피부부작용이 우려되어서	1	4.8
기타	7	33.3
합계	21	100.0

6) 아르간오일이 함유된 미용제품의 미사용자들의 향후 사용여부

연구대상자의 아르간이 함유된 미용제품의 미사용자들의 향후 사용여부는 <표10>와 같다. ‘잘 모르겠다’ 라고 대답한 대상자가 13명(61.9%)로 가장 높았으며 향후 사용을 하겠다고 응답한 대상자가 6명(28.6%), 사용하지 않겠다고 응답한 대상자는 2명(9.5%) 순으로 나타났는데 미사용자들의 향후 사용여부를 위해서는 아르간 오일의 장점에 대한 홍보와 전달이 필요하다고 사료된다.

<표10> 아르간오일이 함유된 미용제품의 미사용자들의 향후 사용여부

구분	N	%
예	6	28.6
아니오	2	9.5
잘 모르겠다	13	61.9
합계	21	100.0

7) 아르간오일이 함유된 미용제품의 사용용도

연구대상자의 아르간이 함유된 미용제품의 사용 용도는 <표11>와 같다. 헤어케어 용도가 89명(43.8%), 스킨케어 73명(36.0%) 순으로 높은 비율을 차지하였으며 바디케어가 36명(17.7%)로 낮은 비율을 나타냈다.

<표11> 아르간오일이 함유된 미용제품의 사용용도

구분	N	%
스킨케어	73	36.0
헤어케어	89	43.8
바디케어	36	17.7
기타	5	2.5
합계	203	100.0

8) 아르간 오일 관련 제품의 선택 시 고려사항

연구대상자의 아르간 오일 관련 제품의 선택시 고려사항의 결과는 <표12>와 같다. 제품의 품질이라고 응답한 대상자가 64명(31.5%), 제품의 가격이 45명(22.2%), 피부의 안정성이 33명(16.3%) 순으로 나타났다. 그 다음으로 제품

의 브랜드가 25명(12.3%), 제품의 상용감이 10명(4.9%) 순으로 나타났다. 현재 화장품 브랜드가 다양하기 때문에 소비자의 선택의 폭이 넓어진 만큼 브랜드와 가격 보다 제품의 품질을 우선으로 고려하는 것으로 보인다.

<표12> 아르간 오일 관련 제품의 선택 시 고려사항

구분	N	%
제품의 가격	45	22.2
제품의 브랜드	25	12.3
제품의 품질	64	31.5
피부의 안정성	33	16.3
제품의 사용감	10	4.9
색상과 향	11	5.4
제품의 성분	10	4.9
제품의 용량	4	2.0
용기 및 디자인	1	0.5
합계	203	100.0

9) 아르간 오일이 함유된 미용제품 표기사항 인지 여부

연구대상자의 아르간이 함유된 미용제품의 표기사항 인지 여부 결과는 <표13>와 같다. 가장 높은 응답률은 제품의 품질을 좌우하게 되는 효능, 효과가 131명(64.5%)로 나타났다. 그 다음으로 제품의 성분이 31명(15.3%), 사용방법이 20명(9.9%), 사용기한(유통기한)이 12명(5.9%), 사용시 경고 사항이 9명(4.4%) 순으로 나타났다.

<표13> 아르간 오일이 함유된 미용제품 표기사항 인지 여부

구분	N	%
효능, 효과	131	64.5
제품의 성분	31	15.3
사용기한(유통기한)	12	5.9
사용방법	20	9.9
사용시 경고 사항	9	4.4
합계	203	100.0

10) 아르간오일이 함유된 미용제품을 구입경로, 구매처, 구매처이용이유

연구대상자의 아르간이 함유된 미용제품의 구입경로, 구매처의 결과는 <표14>와 같다. 구입경로는 본인이 직접 구입하는 대상자가 76명(37.4%), 가족/동료의 추천이 49명(24.1%)으로 주변인들의 추천이 많은 영향을 미치는 것을 알수 있다. 구매처는 화장품전문샵이 57명(28.1%)로 가장 높았으며 그 다음으로는 인터넷 쇼핑몰이 53명(26.1%)을 이용하는데 이류로는 구입/반품이 편리해서 라고 응답한 대상자가 64명(31.5%)로 가장 높았다. 미용제품의 경우 한번 사용한 후 피부타입에 맞지 않는 경우 더 이상 사용이 불가능하기 때문에 구입과 반품이 편리한 구매처를 이용하는 것으로 보인다.

<표14> 아르간오일이 함유된 미용제품을 구매행동

	구분	N	%
구입경로	본인이 직접	76	37.4
	전문가의 추천	32	15.8
	가족/동료의 추천	49	24.1
	광고	37	18.2
	기타	9	4.4
구매처	인터넷 쇼핑몰	53	26.1
	화장품전문샵	57	28.1
	헤어샵/피부 관리실	45	22.2
	드러그스토어	39	19.2
	면세점	5	2.5
	기타	4	2.0
합계		203	100.0
구입 이유	제품이 다양해서	44	21.7
	가격이 만족스러워서	32	15.8
	구입/반품이 편리해서	64	31.5
	샘플이나 사은품을 줘서	12	5.9
	신뢰가 가기 때문에	41	20.2
기타	10	4.9	
합계		203	100.0

11) 아르간이 함유된 미용제품의 사용이유

연구대상자의 아르간이 함유된 미용제품의 사용이유 결과는 <표15>와 같다. 모발의 보호와 탄력목적이 91명(44.8%)로 가장 높은 비율을 차지하였고, 피부보습이 63명(31.0%), 문제성피부 완화가 30명(14.8%)순으로 나타났다. 그 외에도 튼살/갈라짐 보호목적이 9명(4.4%), 스트레스 완화가 3명(1.5%)순으로 나타났다. 전반적으로 모발에 대한 보습과 탄력에 좋다고 알려져 있는 만큼

사용이유또한 모발케어에 관한 이용이 많은 것으로 사료된다.

<표15> 아르간이 함유된 미용제품의 사용이유

구분	N	%
문제성피부 완화	30	14.8
피부보습	63	31.0
모발의 보호와 탄력목적	91	44.8
튼살/갈라짐 보호목적	9	4.4
스트레스 완화	3	1.5
기타	7	3.4
합계	203	100.0

12) 아르간 오일 관련 제품의 평균 구입 가격

연구대상자의 아르간 오일 관련 제품의 평균 구입 가격 결과는 <표16>와 같다. 3~5만원 미만이 107명(52.7%)으로 절반 이상을 차지한 것으로 보아 아르간 오일 관련 제품은 저가의 제품이 선호도가 높은 것으로 생각된다. 그 다음으로는 더욱 저렴한 3만원 미만이 60명(29.6%)를 차지 하였고, 5~7만원 미만이 22명(10.8%), 7~10만원 미만이 9명(4.4%), 10만원 이상의 고가의 제품도 5명(2.5%) 순으로 나타났다.

<표16> 아르간 오일 관련 제품의 평균 구입 가격

구분	N	%
3만원 미만	60	29.6
3~5만원 미만	107	52.7
5~7만원 미만	22	10.8
7~10만원 미만	9	4.4
10만원 이상	5	2.5
합계	203	100.0

13) 아르간 오일이 함유된 미용제품의 재 구입 성향

연구대상자의 아르간이 함유된 미용제품의 재 구입 성향 결과는 <표17>와 같다. 대체로 동일제품을 구입한다고 응답한 대상자가 73명(36.0%)으로 높았는데 소비자가 현재 쓰고있는 제품에대한 만족이 있어 동일제품을 구입하다는 의향을 보인 것으로 사료되며, 다음순으로 품질에 맞추 구입한다고 응답한 대상자가 56명(27.6%)인 것을 보아 제품에 대한 품질이 중요하다는 것을 알 수 있다.

<표17> 아르간 오일이 함유된 미용제품의 재 구입 성향

구분	N	%
품질에 맞춰 구입한다	56	27.6
대체로 동일제품을 구입한다	73	36.0
가격에 맞춰 구입한다	40	19.7
판매자의 권유나 주위사람의 추천으로 구입한다	34	16.7
합계	203	100.0

14) 아르간 오일이 함유된 미용제품의 재사용 의도

연구대상자의 아르간이 함유된 미용제품의 재사용 의도(이유) 결과는 <표 18>와 같다. 먼저 아르간 오일 관련제품 재사용 여부로 가장 높은 응답은 그렇다 가 97명(47.8%)으로 절반에 가까운 비율을 차지하였으며 매우 그렇다고 응답한 대상자가 47명(23.2%)으로 재사용에 긍정적이였다. 재사용을 한다는 선택한 이유로 효과가 좋아서 라고 응답한 대상자가 71명(49.3%)으로 가장 높았고 재사용하지 않는다는 선택한 이유로는 효과가 없어서가 9명(60.0%)으로 타나났으며 연구 대상자들의 아르간 오일 관련 제품 재사용 여부로 효과가 상당부분 비중을 차지하는 것으로 보인다.

<표18> 아르간 오일이 함유된 미용제품의 재사용 의도(이유)

	구분	N	%
아르간 오일 관련 제품 재사용 (n=203)	매우 그렇다	47	23.2
	그렇다	97	47.8
	보통이다	44	21.7
	그렇지 않다	13	6.4
	매우 그렇지 않다	2	1.0
재사용 한다는 선택한 이유 (n=144)	효과가 좋아서	71	49.3
	가격이 맘에 들어서	17	11.8
	구입경로가 간편해서	15	10.4
	품질이 좋아서	38	26.4
	기타	3	2.1
재사용하지 않는다는 선택한 이유 (n=15)	효과가 없어서	9	60.0
	가격이 비싸서	3	20.0
	구입경로가 불편해서	1	6.7
	피부부작용을 경험해서	1	6.7
	기타	1	6.7
합계		203	100.0

15) 아르간 오일이 함유된 미용제품의 권유 여부

연구대상자의 아르간이 함유된 미용제품의 권유 여부 결과는 <표19>와 같다. 다른 사람에게 권유를 하겠다고 응답한 대상자 중 그렇다고 응답한 대상자는 110명 (54.2%)로 절반을 넘게 차지하였고 보통이다가 67명(33.0%), 매우 그렇다가 14명(6.9%) 순으로 나타났다. 대부분의 사람들이 제품에 대해 권유 하겠다는 의향을 보였고 다른 사람에게 권유를 하겠다고 응답한 대상자 중 효과가 좋아서가 96명(77.4%)로 상당부분 차지하였으며 품질이 좋아서가 12명(9.7%)로 나타났다. 그만큼 많은 소비자들이 효능, 효과를 중요시 하는 것으로 사료된다. 권유를 하지 않겠다고 응답한 대상자로는 효과가 없어서, 가격이 비싸서가 각각 3명(25.0%)씩 나타나며 전문적인 지식이 없어서가 4명(33.3%) 순으로 나타나며 아르간 오일에 대한 지식 전달의 중요성도 보인다.

<표19> 아르간 오일이 함유된 미용제품의 권유 여부

	구분	N	%
다른 사람에게 권유 여부 (n=203)	매우 그렇다	14	6.9
	그렇다	110	54.2
	보통이다	67	33.0
	그렇지 않다	10	4.9
	매우 그렇지 않다	2	1.0
권유하겠다 (n=124)	효과가 좋아서	96	77.4
	가격이 맘에 들어서	10	8.1
	구입경로가 간편해서	3	2.4
	품질이 좋아서	12	9.7
	기타	3	2.4
권유하지 않겠다 (n=12)	효과가 없어서	3	25.0
	가격이 비싸서	3	25.0
	전문적인 지식이 없어서	4	33.3
	기타	2	16.7
합계		203	100.0

3. 성별 아르간 오일이 함유된 미용제품의 이용현황

1) 성별 아르간 오일이 함유된 미용제품의 구매행동 및 사용이유

성별 아르간 오일 제품의 구입경로 결과는 <표20>와 같다. 전체적으로 본인이 직접 구입하는 경우가 76명(37.4%)으로 가장 높은 비율을 나타냈으며 다음으로 가족/동료의 추천이 49명(24.1%) 여성의 구입 경로는 본인이 직접 59명(37.3%), 남성은 본인이 직접 17명(37.8%)으로 남성과 여성 모두 아르간 오일 제품의 구입경로는 차이가 없는 것으로 나타났다.

성별 아르간 오일 제품의 구매가격은 전체적으로 3~5만원 미만이 107명(52.7%)으로 절반이 넘는 비율을 나타내었으며 여성은 3~5만원 미만이 82명(51.9%), 남성은 3~5만원 미만이 25명(55.6%)으로 아르간 오일 제품의 구매 가격은 여성과 남성 모두 5만원 미만의 저가 제품으로 구입하는 경우가 높았으며 차이가 크게 나타나지 않았다.

성별 아르간 오일 제품 사용 계기 결과는 전체적으로 모발의 보호와 탄력 목적이 91명(44.8%)으로 가장 높았고, 여성의 경우 피부보습 53명(33.5%), 남성의 경우 문제성피부 완화 12명(26.7%)로 나타나 남성과 여성의 아르간 제품의 사용계기에 차이를 보였다.

<표20> 성별 아르간 오일제품의 구매행동 및 사용이유

	성별		전체	x ²	
	남	여			
본인이 직접	17(37.8) ¹⁾	59(37.3)	76(37.4)		
구입경로	전문가의 추천	7(15.6)	25(15.8)	32(15.8)	1.304 (0.861)
	가족/동료의 추천	13(28.9)	36(22.8)	49(24.1)	
	광고	6(13.3)	31(19.6)	37(18.2)	
	기타	2(4.4)	7(4.4)	9(4.4)	
전체	45(100.0)	158(100.0)	203(100.0)		
구매가격	3만원 미만	10(22.2)	50(31.6)	60(29.6)	2.137 (0.710)
	3~5만원 미만	25(55.6)	82(51.9)	107(52.7)	
	5~7만원 미만	6(13.3)	16(10.1)	22(10.8)	
	7~10만원 미만	3(6.7)	6(3.8)	9(4.4)	
	10만원 이상	1(2.2)	4(2.5)	5(2.5)	
전체	45(100.0)	158(100.0)	203(100.0)		
사용이유	문제성피부 완화	12(26.7)	18(11.4)	30(14.8)	8.396 (0.136)
	피부보습	10(22.2)	53(33.5)	63(31.0)	
	모발보호, 탄력목적	18(40.0)	73(46.2)	91(44.8)	
	튼살 보호목적	3(6.7)	6(3.8)	9(4.4)	
	스트레스 완화	1(2.2)	2(1.3)	3(1.5)	
	기타	1(2.2)	6(3.8)	7(3.4)	
전체	45(100.0)	158(100.0)	203(100.0)		

¹⁾N(%)

4. 연령별 아르간 오일이 함유된 미용제품의 이용현황

1) 연령별 아르간 오일 제품의 구매행동 및 사용이유

연령별 아르간 오일 제품의 구입경로는 <표21>와 같다. 전체적으로 본인이 직접 76명(37.4%)로 가장 많았으며, 연령별 아르간 오일 제품의 구입경로 또한 차이가 나타나지 않았다. 연령별 아르간 오일 제품의 구매가격은 전체적으로 3~5만원 미만이 전체의 80%가량이 아르간 오일 제품의 구매가격을 5만원 미만으로 구매를 하였으며, 연령별 아르간 오일 제품의 구매가격이 차이가 없는 것으로 나타났다. 연령별 아르간 오일 제품사용이유는 모발의 보호와 탄력목적이 91명(44.8%)으로 가장 높은 비율을 차지하였고, 피부보습이 63명(31.0%)으로 두 번째로 높은 비율을 차지하였다. 20대에서는 문제성 피부완화와 피부보습 두 가지 부분이 크게 차이가 나지 않았지만 다른 30, 40, 50대에서는 문제성 피부완화 보다 피부보습과 모발의 보호, 탄력을 위해 아르간오일 제품을 사용하게 된 계기를 보여 연령별로 차이가 있었으며 여드름과 아토피 등으로 문제성피부에 민감한 20대의 특성으로 보여진다.($p<0.01$)

<표21> 연령별 아르간 오일 제품의 구매행동 및 사용이유

		연령				전체	x ²
		20대	30대	40대	50대		
구입경로	본인이 직접	23(32.9) ¹⁾	24(51.1)	18(39.1)	11(27.5)	76(37.4)	16.218 (0.181)
	전문가의추천	8(11.4)	6(12.8)	9(19.6)	9(22.5)	32(15.8)	
	가족/동료추천	24(34.3)	4(8.5)	9(19.6)	12(30.0)	49(24.1)	
	광고	12(17.1)	11(23.4)	8(17.4)	6(15.0)	37(18.2)	
	기타	3(4.3)	2(4.3)	2(4.3)	2(5.0)	9(4.4)	
전체		70(100)	47(100)	46(100)	40(100)	203(100)	
구매가격	3만원미만	19(27.1)	14(29.8)	12(26.1)	15(37.5)	60(29.6)	18.585 (0.099)
	3~5만원 미만	36(51.4)	21(44.7)	30(65.2)	20(50.0)	107(52.7)	
	5~7만원 미만	8(11.4)	9(19.1)	3(6.5)	2(5.0)	22(10.8)	
	7~10만원미만	5(7.1)	3(6.4)	1(2.2)	0(0.0)	9(4.4)	
	10만원 이상	2(2.9)	0(0.0)	0(0.0)	3(7.5)	5(2.5)	
전체		70(100.0)	47(100)	46(100)	40(100)	203(100)	
사용이유	문제성피부완화	20(28.6)	2(4.3)	7(15.2)	1(2.5)	30(14.8)	34.366 (0.003* *)
	피부보습	20(28.6)	15(31.9)	15(32.6)	13(32.5)	63(31.0)	
	모발보호,탄력	22(31.4)	24(51.1)	23(50.0)	22(55.0)	91(44.8)	
	튼살보호목적	5(7.1)	2(4.3)	0(0.0)	2(5.0)	9(4.4)	
	스트레스완화	1(1.4)	0(0.0)	0(0.0)	2(5.0)	3(1.5)	
	기타	2(2.9)	4(8.5)	1(2.2)	0(0.0)	7(3.4)	
전체		70(100)	47(100)	46(100)	40(100)	203(100)	

**p<0.01

¹⁾N(%)

2) 연령별 아르간 오일 제품의 표시사항 중 중요하게 보는 항목

연령별 아르간 오일 표시사항 중 중요하게 보는 항목은 <표22>와 같다. 전체적으로 효능, 효과 부분이 131명(64.5%) 으로 가장 높았으며 제품의 성분이 31명(15.3%) 으로 나타났고 연령별로 표시사항 중 중요하게 보는 항목은 크게 다르지 않는 것으로 나타났다. 연령대가 다르더라도 주로 효능, 효과를 더 중요시 하는 것으로 사료된다.

<표22> 연령별 아르간 오일 제품의 표시사항 중 중요하게 보는 항목

		연령				전체	x ²
		20대	30대	40대	50대		
	효능,효과	34(48.6) ¹⁾	34(72.3)	32(69.6)	31(77.5)	131(64.5)	
표시사항 중 중요하게 보는 항목	제품 성분	16(22.9)	7(14.9)	5(10.9)	3(7.5)	31(15.3)	20.122 (0.065)
	유통기한	7(10.0)	2(4.3)	3(6.5)	0(0.0)	12(5.9)	
	사용방법	8(11.4)	3(6.4)	3(6.5)	6(15.0)	20(9.9)	
	경고사항	5(7.1)	1(2.1)	3(6.5)	0(0.0)	9(4.4)	
전체		70(100.0)	47(100)	46(100)	40(100)	203(100)	

¹⁾N(%)

3) 연령별 아르간 오일 제품설명서 인지

연령별 아르간 오일 제품설명서 인지는 <표23>와 같다. 전체적으로 필요한 부분만 읽는다가 109명(53.7%) 으로 가장 높았다. 설명서를 필요한 부분만 읽는다가 대체적으로 가장 높은 비율을 나타내었지만 20대와 30대 에서는 읽어보지 않는 대상자가 처음부터 끝까지 꼼꼼히 읽는 대상자보다 높은 비율을 나타낸 반면 40대와 50대는 처음부터 끝까지 꼼꼼히 읽는 대상자가 읽어보지 않는 대상자 보다 높은 비율을 차지하였다.($p < 0.01$).

<표23> 연령별 아르간 오일 제품설명서 인지

		연령				전체	x ²
		20대	30대	40대	50대		
제품 설명서 인지	처음부터 끝까지 읽는다	11(15.7) ¹⁾	7(14.9)	16(34.8)	13(32.5)	47(23.2)	18.291 (0.006**)
	필요한 부분만 읽는다	35(50.0)	26(55.3)	26(56.5)	22(55.0)	109(53.7)	
	읽어보지 않는다	24(34.3)	14(29.8)	4(8.7)	5(12.5)	47(23.2)	
전체		70(100)	47(100)	46(100)	40(100)	203(100)	

** $p < 0.01$

¹⁾N(%)

5. 월 평균 소득별 아르간 오일이 함유된 미용제품 이용현황

1) 월 평균 소득별 아르간 오일 제품의 구매행동 및 사용이유

연구 대상자의 월 평균소득별 아르간 오일 제품의 구입경로 결과는 <표24>와 같다. 전체적인 측면에서는 본인이 직접 구입하는 대상자가 76명(37.4%)으로 가장 높았으며, 200~300만원 에서는 본인이 직접 구입하거나 가족/동료의 추천으로 구입하는 경우가 각각 20명씩(34.5%)으로 나타났고 400~500만원 소득 대상자는 본인이 직접 구입하거나 광고를 통한 구입이 각각 7명(35.0%)으로 나타났으며 500만 원 이상의 고소득 대상자에게서는 가족/동료의 추천이 10명(28.6%)으로 표를 통해 본 결과 소득별로 각각 아르간오일 제품의 구입경로는 다른 것으로 확인 되었다. 아르간 오일 제품의 구매가격 결과는 전체적인 대상자의 아르간오일 제품의 구매 가격은 3~5만원이 107명(52.7%)으로 절반이상 높은 비율을 나타냈으며, 고소득이라고 더 비싼 제품을 사지 않으며 대체로 저소득과 고소득 간에 유의한 차이를 보이지 않았다. 연구 대상자의 월 평균소득별 아르간 오일 제품의 사용이유 결과는 전체적인 대상자의 사용이유는 모발의 보호와 탄력목적이 91명(44.8%)으로 가장 높은 비율을 차지하였으며 피부보습이 63명(31.0%), 문제성 피부완화가 30명(14.8%)으로 나타났다. 전체적인 제품 사용이유와 월평균 소득별 사용이유는 차이가 없는 것으로 나타나났으며, 대부분의 사람들이 모발과 피부의 보습효과를 위해 사용하는 것으로 사료된다.

<표24> 월 평균소득별 아르간 오일 제품의 구매행동 및 사용이유

	월 평균소득					전체	x ²
	0~200만원	200~300만원	300~400만원	400~500만원	500만원 이상		
구입경로							
본인이 직접	21(50.0) ¹⁾	20(34.5)	19(39.6)	7(35.0)	9(25.7)	76(37.4)	
전문가의 추천	5(11.9)	7(12.1)	14(29.2)	3(15.0)	3(8.6)	32(15.8)	
가족/동료의 추천	11(26.2)	20(34.5)	5(10.4)	3(15.0)	10(28.6)	49(24.1)	33.428 (0.006**)
광고	4(9.5)	10(17.2)	8(16.7)	7(35.0)	8(22.9)	37(18.2)	
기타	1(2.4)	1(1.7)	2(4.2)	0(0.0)	5(14.3)	9(4.4)	
전체	42(100)	58(100)	48(100)	20(100)	35(100)	203(100)	
구매가격							
3만원	15(35.7)	15(25.9)	14(29.2)	4(20.0)	12(34.3)	60(29.6)	
3~5만원	21(50.0)	36(62.1)	24(50.0)	12(60.0)	14(40.0)	107(52.7)	
5~7만원	3(7.1)	6(10.3)	6(12.5)	2(10.0)	5(14.3)	22(10.8)	12.644 (0.699)
7~10만원	1(2.4)	1(1.7)	2(4.2)	2(10.0)	3(8.6)	9(4.4)	
10만원 이상	2(4.8)	0(0.0)	2(4.2)	0(0.0)	1(2.9)	5(2.5)	
전체	42(100)	58(100)	48(100)	20(100)	35(100)	203(100)	
사용이유							
문제성피부완화	8(19.0)	10(17.2)	5(10.4)	1(5.0)	6(17.1)	30(14.8)	
피부보습	13(31.0)	16(27.6)	18(37.5)	8(40.0)	8(22.9)	63(31.0)	
모발보호, 탄력	16(38.1)	27(46.6)	25(52.1)	10(50.0)	13(37.1)	91(44.8)	29.748 (0.074)
튼살 보호목적	3(7.1)	3(5.2)	0(0.0)	0(0.0)	3(8.6)	9(4.4)	
스트레스 완화	1(2.4)	1(1.7)	0(0.0)	1(5.0)	0(0.0)	3(1.5)	
기타	1(2.4)	1(1.7)	0(0.0)	0(0.0)	5(14.3)	7(3.4)	
전체	42(100.0)	58(100.0)	48(100.0)	20(100.0)	35(100.0)	203(100.0)	

¹⁾N(%)

**p<0.01

2) 월 평균 소득별 아르간 오일 표시사항 중 중요하게 보는 항목

월 평균소득별 아르간 오일 표시사항 중 중요하게 보는 항목 결과는 <표25>와 같다. 전체적으로 효능, 효과 부분이 131명(64.5%) 으로 가장 높은 비율을 차지 하였고 제품의 성분이 31명(15.3%) 순으로 나타났다. 월평균 소득별로 표시사항 중 효능과 효과를 가장 중요하게 생각하고 큰 차이는 나타나지 않았다.

<표25> 월 평균 소득별 아르간 오일 표시사항 중 중요하게 보는 항목

	월평균소득					전체	x ²
	200만원	200~300만원	300~400만원	400~500만원	500만원 이상		
효능,효과	28(66.7) ¹⁾	29(50.0)	38(79.2)	12(60.0)	24(68.6)	131(64.5)	
제품성분	4(9.5)	13(22.4)	3(6.3)	4(20.0)	7(20.0)	31(15.3)	
중요하게 보는 항목	유통기한	3(7.1)	5(8.6)	2(4.2)	0(0.0)	2(5.7)	19.956 (0.222)
	사용방법	6(14.3)	6(10.3)	4(8.3)	2(10.0)	2(5.7)	20(9.9)
	경고사항	1(2.4)	5(8.6)	1(2.1)	2(10.0)	0(0.0)	9(4.4)
전체	42(100.0)	58(100.0)	48(100.0)	20(100.0)	35(100.0)	203(100.0)	

¹⁾N(%)

3. 아르간 오일이 함유된 미용제품의 만족도

1) 아르간 오일이 함유된 미용제품의 전반적인 만족도

연구대상자의 아르간이 함유된 미용제품의 전반적인 만족도 결과는 <표26> 같다. 만족한다고 응답한 대상자가 가장 높은 122명(60.1%)으로 나타났으며 보통이다 가 48명(23.6%), 매우 만족한다가 32명(15.8%) 순으로 나타났다. 만족하지 않는다고 1명(0.5%)이 응답 하였는데 그 이유로는 효능이 없다고 응답 하였다. 대체적으로 아르간 오일이 함유된 미용제품은 소비자에게 만족감을 주는 것으로 보여지며 만족의 이유는 효능이 좋아서라고 답하였다.

<표26> 아르간 오일이 함유된 미용제품의 전반적인 만족도

	구분	N	%
아르간 오일이 함유된 미용 제품의 전반적인 만족도 (n=203)	매우 만족한다	32	15.8
	만족한다	122	60.1
	보통이다	48	23.6
	만족하지 않는다	1	0.5
	매우 만족하지 않는다	0	0.0
만족이유 (n=154)	가격이 저렴하다	10	6.5
	향이 좋다	21	13.6
	효능이 좋다	94	61.0
	품질이 좋다	29	18.8
불만족 이유 (n=1)	가격이 비싸다	0	0.0
	향이 안 좋다	0	0.0
	효능이 없다	1	100.0
	부작용의 경험이 있다	0	0.0
	기타	0	0.0
합계		203	100.0

2) 아르간 오일이 함유된 미용제품의 만족도

아르간 오일이 함유된 미용제품의 만족도는 <표27>와 같다. 피부건강에 도움이 된다가 3.97(±0.75)에 많은 점수를 주었으며, 일반 화장품보다 더 좋다가 3.62(±0.74), 실제 제품의 사용시 느낌이 일치여부가 3.39(±0.80), 제품의 다양한 정보 획득이 3.35(±0.79), 제품회사들의 홍보가 3.13(±0.74), 비싼 제품이 효능도 우수가 2.98(±0.92) 순으로 제품의 홍보와 다양한 정보 전달이 필요하고 고가의 제품을 무조건 신뢰하지 않는 것으로 보인다.

<표27> 아르간 오일이 함유된 미용제품의 만족도

아르간오일이 함유된 미용제품의 만족도 (n=203)	M	±SD
피부건강에 도움이 된다	3.97	±0.75
일반 화장품보다 더 좋다	3.62	±0.74
비싼제품이 효능도 우수 하다	2.98	±0.92
제품의 다양한 정보 획득에 만족하다	3.35	±0.79
실제 제품의 사용 시 느낌이 일치 하다	3.39	±0.80
제품 회사들의 홍보 적당하다	3.13	±0.74
합계	3.41	±0.79

*M=mean, SD=Standard Deviation

3) 제품의 사용 중인 종류(중복응답)

연구대상자의 아르간이 함유된 미용제품의 사용 중인 종류 결과는 <표28>와 같다. 헤어에센스가 97표(17.4%), 헤어오일이 69표(12.4%) 순으로 상당 부분 높은 비중을 차지하였으며 바디로션이 61표(11.2), 스킨에센스가 57표(10.3%), 페이스오일이 47표(8.5%), 샴푸가 45표(8.1%) 순으로 타나났다. 아르간 관련 제품은 대체적으로 헤어제품의 종류가 다양한 만큼 많이 사용하는 것으로 보여진다.

<표28> 제품의 사용 중인 종류

특성	N	%
페이스오일	47	8.5
스킨 앰플	12	2.2
스킨 오일 미스트	27	4.9
클렌징오일	35	6.3
스킨에센스	57	10.3
바디오일	29	5.2
바디로션	62	11.2
헤어오일	69	12.4
헤어 미스트	12	2.2
헤어 에센스	97	17.4
샴푸	45	8.1
헤어컨디셔너	33	5.9
헤어마스트팩	18	3.2
기타	13	2.3
합계	556	100.0

4) 아르간오일이 함유된 미용제품의 사용 중인 브랜드

아르간오일이 함유된 미용제품의 사용 중인 브랜드 결과는 <표29>와 같다. 더페이스샵이 53명(14.7%)로 가장 높았다. 하지만 대상자들의 다양한 브랜드 선호로 인하여 기타 답변이 84명(23.3%)로 선택지의 결과값 보다 높은 비율을 차지 하였다. 기타의 답변으로는 모르칸, 아모스 등이 많았다. 이에 단일 라인을 가지고 있는 브랜드 보다도 다양한 제품을 보유하고 있는 로드샵이 강세를 보였다.

<표29> 아르간오일이 함유된 미용제품의 사용중인 브랜드

구분	N	%
아이허브	10	2.8
더페이스샵	53	14.7
네이처리퍼블릭	24	6.7
오가닉스	22	6.1
스킨푸드	30	8.3
잇스네이처	3	0.8
이니스프리	48	13.3
닥터에버하르트	5	1.4
키엘	12	3.3
더샘	12	3.3
새롬	7	1.9
과일나라	34	9.4
쏘헤어	7	1.9
스왑니코코	4	1.1
델비타	5	1.4
기타	84	23.3
합계	360	100

5) 아르간오일 관련 제품의 효능 및 효과의 만족도

아르간오일 관련 제품의 효능 및 효과의 만족도는 <표30>와 같다. 효능, 효과의 만족에서 5점 만점으로 페이스 오일 (M=4.31), 바디오일 (M=3.76), 헤어 오일(M=3.93)이 각각 높은 만족도를 보였고 크림과 오일 종류가 보습력이 강해 선택의 영향을 끼쳤을 것으로 사료된다.

<표30> 아르간오일 관련 제품의 효능 및 효과의 만족도

	M	±SD
페이스오일	4.31	±0.78
페이스크림	3.59	±0.78
스킨에센스	3.88	±0.68
합계	4.01	±0.79
바디오일	3.76	±0.73
바디로션	3.82	±0.88
합계	3.80	±0.82
헤어에센스	4.14	±0.81
헤어샴푸	3.89	±0.83
헤어오일	3.93	±0.70
헤어트리트먼트	3.83	±0.81
헤어컨디셔너	3.96	±0.97
합계	3.99	±0.82

(M=Mean, SD=Standard Deviation)

6) 아르간오일 관련 제품의 사용감 및 향의 만족도

아르간오일 관련 제품의 사용감 및 향의 만족도는 <표31>와 같다. 사용감 및 향의 만족도에서 5점 만점으로 페이스오일 (M=4.13), 바디오일(M=3.70), 헤어컨디셔너(M=4.26)가 각각 높게 나타났고, 보습력과 탄력을 주는 제품이 주로 높은 만족감을 준다고 나타났다.

<표31>아르간오일 관련 제품의 사용감 및 향의 만족도

	M	±SD
페이스오일	4.13	±0.79
페이스크림	3.56	±0.74
스킨에센스	3.85	±0.81
합계	3.92	±0.82
바디오일	3.70	±0.67
바디로션	3.78	±0.82
합계	3.74	±0.76
헤어에센스	4.06	±0.80
헤어샴푸	3.89	±0.79
헤어오일	3.96	±0.71
헤어트리트먼트	3.84	±0.71
헤어컨디셔너	4.26	±0.80
합계	4.01	±0.78

(M=Mean, SD=Standard Deviation)

7) 아르간오일 관련 제품 용량에 대한 만족도

아르간오일 관련 제품 용량에 대한 만족도는 <표32>와 같다. 용량에 대한 만족도는 5점 만점으로 페이스크림(M=3.45), 바디오일(M=3.43), 헤어컨디셔너(M=3.78) 각각 높은 점수를 받았으며, 작은 용기를 위주로 나오는 에센스 종류는 낮은 점수를 받은 것으로 사료된다.

<표32> 아르간오일 관련 제품 용량에 대한 만족도

	M	±SD
페이스오일	3.59	±0.79
페이스크림	3.45	±0.67
스킨에센스	3.65	±1.06
합계	3.59	±0.89
바디오일	3.43	±0.99
바디로션	3.42	±0.89
합계	3.44	±0.92
헤어에센스	3.74	±0.94
헤어샴푸	3.54	±0.86
헤어오일	3.47	±0.82
헤어트리트먼트	3.62	±0.81
헤어컨디셔너	3.78	±0.76
합계	3.60	±0.86

(M=Mean, SD=Standard Deviation)

8) 아르간오일 관련제품의 포장 및 용기에 대한 만족도

아르간오일 관련제품의 포장 및 용기에 대한 만족도는 <표33>와 같다. 포장 및 용기의 만족도는 5점 만점으로 페이스크림(M=3.60), 바디오일(M=3.60), 헤어에센스(M=3.81)가 각각 높게 나왔으며, 출시되는 제품들이 포장과 용기가 보다 발전하여 높은 점수를 받은 것으로 사료된다.

<표33> 아르간오일 관련제품의 포장 및 용기에 대한 만족도

	M	±SD
페이스오일	4.03	±0.82
페이스크림	3.60	±0.65
스킨에센스	3.73	±1.01
합계	3.84	±0.89
바디오일	3.60	±0.87
바디로션	3.53	±0.96
합계	3.56	±0.92
헤어에센스	3.81	±0.90
헤어샴푸	3.60	±0.87
헤어오일	3.66	±0.71
헤어트리트먼트	3.72	±0.78
헤어컨디셔너	3.58	±0.84
합계	3.69	±0.83

(M=Mean, SD=Standard Deviation)

9) 아르간오일 관련제품의 개선사항

연구대상자의 아르간오일 관련 제품의 개선사항 결과는 <표34>와 같다.

제품의 가격이 개선되어야 한다고 응답한 대상자가 64명(31.5%)로 높은 비중을 차지하였으며 제품의 품질과 피부의 안정성이 각각 27명(13.3%)로 나타났다. 그 외에도 제품의 성분이 22명(10.8%), 제품의 용량과 용기 및 디자인이 각각 18명(8.9%) 순으로 나타났다. 제품의 소비자들 대부분이 가격에 대한 부담을 느끼고 있는 것으로 보이고 다음으로 안정성, 품질을 중요시 하는 것으로 사료된다.

<표34> 아르간오일 관련제품의 개선사항

구분	N	%
제품의 가격	64	31.5
제품의 브랜드	9	4.4
제품의 품질	27	13.3
피부의 안정성	27	13.3
제품의 사용감	11	5.4
색상과 향	7	3.4
제품의 성분	22	10.8
제품의 용량	18	8.9
용기 및 디자인	18	8.9
합계	203	100.0

V. 고 찰

본 연구는 아르간 오일에 대한 미용제품의 인식과 이용현황을 알아보기 위한 것으로 연구의 결과에 대한 고찰은 다음과 같다.

첫째, 아르간 오일에 대해 들어보거나 사용해본 경험이 있는 질문에서 182명(89.7)으로 대부분이 아르간 오일에 대해 들어본 적이 있고 사용해 본 적이 있는 것으로 나타나 아르간 오일도 대중에게 많이 알려진 것으로 사료된다. 아르간 제품의 종류에 대한 인지도를 살펴본 결과 핸드크림, 샴푸, 헤어에센스 등 주로 일상에서 자주 볼수 있는 제품들을 더 알고 있는 것으로 사료된다. 경로가 주로 매스미디어(인터넷, 잡지, TV, 신문)가 88명(43.3) 가장 높게 나타났는데 이는 현대인들이 대중매체의 이용이 늘고 SNS를 통해 쉽게 정보를 얻어서인 것으로 사료된다. 이는 김미옥(2008), 정은정(2011)의 연구에서 아로마 오일 또한 대중매체로 인해 많이 알게 되었다는 연구결과와 정효숙(2012)의 연구 결과에 따르면 기능성 화장품의 정보 또한 주로 TV, 라디오, 인터넷을 통한 정보 습득이 높았던 것과 유사한 경향이다.

아르간 오일에 대한 지식 여부는 아르간 오일이 모든 곳에 사용할 수 있다와 보습에 좋다는 것에는 지식도가 높으나 지성 피부나 민감성 피부 모두 사용가능한 질문에서 틀리다 라는 응답이 더 높게 나와 아르간 오일에 대한 인식도 기본적인 것들을 알며 이 또한 인터넷을 통해 쉽게 얻을 수 있는 것과 영향이 있다고 사료되며, 아르간 오일이 식물성 오일이라는 것에 대해 알고 있는 소비자는 138(68.0%)으로 높은 비율을 차지하는데 이것은 천연화장품에 높은 현대인들이 관심이 반영된 것으로 보인다. 사용하지 않을 때 이유에서 아르간오일을 들어 본 적이 없다고 응답한 대상자가 8명(38.1)으로 가장 높

게 나타났는데 박정민(2012)과 이희정(2014)과 함희정(2014)의 ‘아로마를 잘 몰라서’ 사용하지 않는다는 결과와 비슷한 것으로 보인다. 미사용자들의 향후 사용여부에서는 긍정적인 답은 많이 없었으며 이는 아르간 오일에 대한 정보의 부족으로 사료되며 이에 대한 지식의 전달이 필요하다고 여겨진다.

둘째, 아르간 오일이 함유된 제품은 주로 헤어케어89명(43.8%)와 스킨케어73명(36.0%)로 많이 이용되며 사용의 주된 이유는 모발의 보호와 탄력 목적이 91명(44.8%), 피부 보습이 63명(31.0%), 문제성 피부 완화가 30명(14.8%) 순으로 나왔으며, 이는 피부뿐 아니라 모발 관리도 중요하게 여기고, 헤어관련 제품이 다른 제품들보다 종류와 수가 다양해서 인것으로 사료된다. 본 연구 대상자의 경우 아르간 오일이 함유된 제품을 주로 보습 목적을 위주로 사용하고 있었다. 아로마 오일의 이용에서는 주로 스트레스 완하나 문제성 피부 완화를 위해 많이 사용하는 김영미(2008)와 박정민(2012) 연구결과와는 다른 결과를 보였다.

사용이유에서 성별과 연령별로 보았을 때 여성보다는 남성이 연령대에서는 20대에서 문제성피부 완화의 목적이 선택이 많았는데 이는 20대의 남성들의 피부 고민이 반영된 것으로 보인다. 남성들의 피부 문제는 홍재기(2008)의 연구 결과에서도 연령이 적은 남성일수록 고민이 많은 것으로 나와있으며, 개선의 목적으로도 많이 제품들을 사용하고 이로 인해 재 구입의 이유인 효능, 효과의 응답이 많았던 것으로 여겨진다.

셋째, 아르간 오일제품의 구매처로는 화장품전문점이고 인터넷 쇼핑몰을 주로 이용하며, 이유로는 구입/반품이 편리해서와 제품이 다양하다고 응답했는데 화장품 전문샵들이 접근의 용이성 28.0%로 장점이란 나온 김영예(2013)의 연구 결과와 비슷하다고 볼 수 있으며, 이러한 결과는 아르간 오일 제품의

구매에서 접근의 편리함과 용이성이 중요하다고 사료된다. 또한, 제품의 구매 경로로 연령대별 결과로 본인이 직접 가장 많았으며 이는 정보의 습득과 외모에 대한 관심으로 구매에 있어 적극적으로 행동하는 것으로 보인다. 아르간 오일에 대한 평균적인 구입 비용은 3~5만 원 미만이 107명(52.7%)이 가장 높으며 성별, 연령별, 월 소득별로 보았을 때도 3~5만 원 미만이 가장 높게 나타났다. 품질을 중요시 하지만 동시에 가격도 저렴한 것을 선호하면 이는 구매자들이 일석이조의 효과를 바라는 경향이 높은 것으로 보인다. 아로마 제품 또한 5만원 미만의 제품을 선호하는 내용의 조수진(2014)의 연구 결과와 송영주 외(2012)의 유기농 화장품 역시 5만원 미만 제품을 사용한다고 나온 결과와 비슷하며, 아르간 오일이 함유된 미용제품 역시 저가 제품을 선호하는 것으로 보인다.

또한, 아르간 오일 제품의 이용 브랜드 또한 더 페이스샵이 가장 많이 나온 것은 최근 저가 화장품들의 가격경쟁을 통해서 소비자들에게 인지도와 신뢰도가 높아지면서 고가의 제품보다 저가제품을 더 많이 사용하는 것으로 사료된다. 이는 저가 브랜드에 대한 여대생들의 만족이 높게 나온 한정아(2015)의 연구 결과와 비슷하다고 볼 수 있다. 이런 저가화장품의 높은 인지도는 매스미디어를 통한 정보습득이 많은 현대인들에게 연예인들을 이용한 광고와 드라마를 통한 간접광고로 자연스럽게 홍보되면서 인지도가 높아지는 것을 알 수 있다.

아르간 오일이 함유된 제품을 선택 시 고려사항으로 제품의 품질, 제품의 가격, 피부의 안정성 순으로 나타났으며 품질에 대해 중요시하는 것을 알 수 있고 아로마 오일을 선택 시 인체의 미치는 영향의 여부를 먼저 고려하는 정은정(2011) 연구결과는 다른 결과를 보였으며, 송영주 외(2012)의 유기농 화장품에 관한연구와 김영배 외(2012)의 베이비 화장품의 연구결과에서 품질을 가장 중요시 하는 것과 동일하게 나타났으나 정효숙(2012)의 기능성 화장품에

관한 연구에서 본 결과 피부타입의 적합을 가장 중요시 하는 것을 보면 아르간 오일의 제품 구매시 고려사항이 다르다는 것을 알 수 있다.

아르간 오일이 함유된 제품의 개선 사항으로 가격이 비싸다는 응답이 높았는데 이는 아로마 오일 또한 가격의 개선이 필요하다는 함희진(2014)의 연구 결과와 서인숙 외(2009)의 한방 화장품의 보안점으로 가격적정화로 나타난 결과와 비슷하다. 이에 아르간 오일의 고가제품에 대해서는 부담감을 느끼고 있는 것으로 사료된다. 제품의 재 구입여부가 긍정적이고 재 구입시 대체로 동일 제품을 구입한다는 응답이 많았고 이유로 효능, 효과로 들었다. 이에 아르간 오일 제품의 소비자들이 효능, 효과에 대한 믿음이 크다고 볼 수 있으며, 조사자들의 소비형태가 배유정 외(2003)의 연구 결과에서 동일 상표에 대한 충성도가 높은 집단 즉 브랜드 충실 추구형과 비슷하다고 사료된다. 또한, 제품에 대한 권유하겠다는 응답이 많았는데 구입의 경로에서 본인이 직접 외에 가족/지인/동료의 추천이 높았던 것과 연관이 있어 보이며, 박은아 외(2008)의 연구 결과를 보면 긍정적인 사용후기에서 더 신뢰는 얻는다 라는 결과와 유사한 경향이다. 아르간 오일에 제품설명에 대한 연령별 설문지 인지에서는 전체적으로 필요한 부분만 읽는다는 응답이 많았는데, 20대와 30대에서는 읽어보지 않는 대상자가 높은 비율을 나타낸 반면 40대와 50대는 처음부터 끝까지 꼼꼼히 읽는 대상자가 높은 비율을 차지하였다. 이는 연령대가 높을수록 제품에 설명서에 대한 인지를 더 중요하게 생각하는 것으로 사료된다.

넷째, 아르간 오일에 대한 피부에 도움을 주는 만족에서 높은 점수를 받았으며, 이는 효능, 효과에 대한 우수성으로 사료된다. 또한, 사용 일치 여부에서도 점수가 높았는데 이는 쉽게 찾아 볼 수 있는 사용후기와 정보물의 영향으로 보인다. 정보의 획득에서도 좋은 점수를 받았으며, 사용 후기와 제품의 정

보를 쉽게 찾아 볼 수 있어 높은 점수를 받은 것으로 여겨진다. 또한 제품에 대한 회사들의 홍보의 적당성에서 다른 항목에 비해 낮은 점수로 제품 회사들의 더 많은 홍보가 필요하다고 예측된다. 반면 비싼 제품이 효능도 우수할 것이다라는 질문에서 가장 낮은 점수를 받았는데 이는 최근 저가화장품들이 우수성과 신뢰성으로 인해 고가제품 보다 저가제품을 더 선호하는 것이 연관된 것이라고 여겨진다.

아르간 오일의 효능과 효과의 만족도에서 페이스오일, 바디오일, 헤어오일이 가장 높은 점수를 받았는데 이는 보습력이 강한 제품들로 아르간 오일제품을 주로 보습과 탄력, 영양을 위해 많이 사용하는 것과 연관된 것이라고 사료된다. 사용감과 향의 만족도에서는 페이스오일, 바디오일, 헤어컨디셔너가 높은 점수를 받았으며, 페이스오일과 바디오일은 사용감, 헤어컨디셔너는 향에서 높은 점수를 받은 것으로 예측된다. 용량에 대한 만족도에서는 페이스크림, 바디오일, 헤어컨디셔너가 높은 점수를 받았으며, 작은 용기의 에센스 종류보다 크기가 큰 크림, 컨디셔너, 샴푸 등이 높은 점수를 받은 것으로 여겨진다. 포장 및 용기에서는 페이스크림, 바디오일, 헤어에센스가 높은 점수를 받았는데, 이는 최근 제품의 판매를 위해 포장과 용기에 초점을 두어 출시하여 높은 점수를 받은 것으로 사료된다. 또한, 모든 만족도에서 오일 종류와 크림종류가 높은 점수를 받은 것으로 조사 되었다.

VI. 결론 및 제언

본 연구에서는 아르간 오일이 함유된 제품에 대한 국내 화장품의 사용실태와 아르간 오일에 대한 소비자들의 인지도를 알아보기 위하여 20세 이상의 일반인을 대상으로 조사하여 최근의 트렌드를 반영하는 아르간 오일이 함유된 화장품을 사용하는 소비자들의 구매행태와 만족도 및 이용 실태를 살펴보고 이를 통해 아르간 오일이 함유된 제품의 판매 촉진에 필요한 정보 및 자료를 제공하고자 하여 연구하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 아르간 오일 제품의 인지도를 살펴본 결과 핸드크림이 132표(8.7%)로 가장 많이 알고 있으며, 일반적으로 많이 접하는 제품의 인지도가 높은 것으로 사료되며, 인지 경로로는 대중매체(인터넷, 잡지, TV, 신문)가 88명(43.3%)으로 가장 높고, 아르간 오일에 대한 지식 여부는 기본적인 것으로 보인다. 아르간 오일 제품의 사용 여부 경험에 관해서는 그렇다는 응답이 많았다. 사용하지 않는 응답자의 이유는 아르간 오일이 들어 본 적이 없다는 답이 가장 높게 나온 것으로 나타났다.

둘째, 아르간 오일이 함유된 미용제품의 사용용도로는 헤어케어 용도에서 높은 비율을 차지하였다. 구매경로는 직접 구매하기 편리한 화장품 전문샵과 인터넷을 선호하는 편이고 제품 구입 가격으로 저가의 제품을 선호하는 것으로 보인다. 또한, 제품 구매 시 표기사항으로 효능, 효과를 중요시하며 주로 모발의 보호와 탄력 목적이 가장 높고 다음으로 피부 보습으로 나타났다. 아르간 오일이 함유된 미용제품의 사용인이의 대다수가 재사용 의사가 있다고 대답하였으며, 이유로는 효과가 좋아서라고 응답했으며 그로 인해 대체로 동

일제품을 구입한다고 응답한 것으로 예측된다. 아르간 오일 제품의 권유 여부에서는 권유에 대해서 긍정적인 반응을 보였다. 권유 이유는 효과가 좋아서가 상당한 부분 차지하여 다른 이유 보다 큰 차이를 보였다.

셋째, 아르간 오일이 함유된 미용제품의 성별, 연령별, 월 소득별 구입 경로로는 전체적으로 본인이 직접 구입한다는 답변이 많았다. 연령별로 보면 20대와 50대는 가족/동료의 추천에 의한 것이 더 높게 나와 차이를 보였고, 월 소득별에서 400~500만 원 미만은 본인이 직접 구입하거나 광고를 통한 구입이 동일하게 나타났으며, 500만 원 이상의 고수익 대상자에게서는 가족/동료의 추천의 선택이 높았다. 구매 가격은 주로 5만 원 미만의 저가 제품을 구입하는 것으로 사료된다. 아르간 오일 제품의 사용이유로는 모발의 보호와 탄력의 목적이 성별, 연령별, 월 소득별 모두 높게 나왔으며, 연령별에서 20대에서 문제성 피부완화 선택이 다른 연령대에 비해 높았는데 이는 피부 고민이 반영된 것으로 보인다. 아르간 오일 제품 표시사항에서 중요시 보는 항목에서는 모두 효능, 효과로 크게 다르지 않은 것으로 나타났다.

넷째, 아르간 오일이 함유된 미용제품의 만족도를 본 결과 전반적으로 만족한다고 하며, 이는 응답자 대부분이 아르간 오일이 함유된 미용제품에 대해 긍정적인 반응을 보인 것으로 나타났다. 아르간 오일 제품이 피부건강에 도움이 된다고 생각하는 것으로 보이며, 비싼 제품이라고 무조건 신뢰하지 않는 것으로 사료된다. 아르간 오일이 함유된 미용제품의 사용 면에서 주로 헤어에센스, 헤어오일 등 헤어제품을 많이 사용하는 것을 알 수 있다. 사용하는 브랜드로는 주로 로드샵이 강세를 보이고 있다. 효능, 효과/ 사용감 및 향/ 제품의 용량/포장 및 용기에 대한 만족도에서는 대부분의 만족도에서 오일종류와 크림 제품이 높은 만족도를 보였고 그 외 크림류와 헤어케어용도가 높은 만족도

를 보였다.

아르간 오일이 함유된 미용제품의 인지도는 높으나 지식에 관해서는 기본적인 것으로 보이며, 이는 인지와 지식의 경로가 주로 대중매체를 통해 전달되는 것과 가족/동료/지인들의 소문에 의해 지식의 깊이가 또한, 피부 관리에 대한 관심이 늘어나면서 보습효과가 뛰어난 아르간 오일이 함유된 미용제품을 많이 사용하고, 향후 사용 여부가 긍정적인 반응인 것을 보아 아르간 오일의 함유된 제품의 인기는 계속될 것으로 전망된다. 구매하는 아르간 오일이 제품들이 제품에 대한 품질과 인지도가 높은 브랜드를 더 많이 선호하는 만큼 품질의 중요성과 브랜드의 홍보, 대중의 유명도에 따라 제품의 구매 비율이 달라질 것으로 보이고, 아르간 오일에 대한 정확한 지식 전달과 제품의 이용에 대한 정보들을 현대인들이 많이 이용하는 인터넷, 광고와 같은 매스미디어를 통한 방법으로 전달로 요즘 많이 사용하는 페이스북 같은 SNS를 통해 제품에 대한 페이지를 만들어서 새 제품에 대한 정보를 실시간으로 볼 수 있는 방법과 인적네트워크를 통한 전달을 한다면 더 효율적으로 전달 할 수 있을 것으로 사료된다.

본 연구 결과를 토대로 다음과 같은 제한점 및 제언을 하고자 한다.

본 연구는 대상이 충북지역의 20대~50대인 일반 여성, 남성을 조사한 것으로 연구 결과를 우리나라 전 지역으로 확대해서 일반화 시키는데 한계가 있다고 사료된다. 또한 한정된 지역에서 한 만큼 조사 대상을 폭 넓게 적용하여 연구가 이루어져야 할 것이며, 글에 의한 설문을 실시하였기에 객관적인 기준에 기억화된 주관적인 기준으로 설문이 이루어졌을 가능성이 있다. 따라서 향후 이루어질 아르간 오일이 함유된 미용제품 연구의 객관적이고 신뢰할만한 결과를 도출하기 위해서는 아르간 오일에 대한 정보를 모르는 표본 집단에 대해서도 고려해야 할 것이다. 또한 아르간 오일이 함유된 미용제품에 대한 아

르간 오일의 함유여부에 관해 얼마나 함유되어 있는지 성분표기가 명확한 것이 많지 않아 조사하는데 어려움이 많고 앞으로의 연구에서 더 깊은 연구가 필요하다고 여겨진다. 앞으로의 아르간 오일에 대한 국내 연구 논문에서 도움이 될 것으로 사료된다.

참 고 문 헌

국내 학술지

- 김수환, 김찬주(2015), 아이돌 가수 체험이 화장품 브랜드 만족도와 구전에 미치는 영향 : 아시안뷰티화장품학술지 Vol.13 No.2 p.113-124
- 김영배, 배현숙(2012), 어머니의 소비유형에 따른 베이비 화장품의 구매양상 : 대한피부미용학회지, Vol.10 No.2 p.257-265
- 배유경, 김주덕(2003), 우리나라 여성들의 기능성 화장품에 대한 지식 및 이용행태 연구: 라이프 스타일을 중심으로 : 대한화장품학회, Vol.29 No.2 p.251-270
- 배영현, 이성내, 이송정(2014), 성인남녀의 발효화장품에 대한 인식과 사용실태에 관한 연구 : 아시안뷰티화장품학술지, Vol.12 No.6 p.963-974
- 박은아, 서현숙(2008), 브랜드 인지도 및 제품 유형에 따른 사용후기 영향력 : 한국심리학회 학술대회, Vol.2008 No.1 p.374-375
- 서인숙, 김애경, 박영은(2009), 여성 연령에 따른 한방화장품 사용실태와 구매 행동에 관한 연구 : 대한피부미용학회, Vol.7 No.4, p.137-145
- 송영주, 안홍석(2012), 소비행동 유형에 따른 유기농화장품 구매행동 비교 : 대한피부미용학회지, Vol.10 No.1 p.135-145
- 이영재(2014), 한국화장품 구매 선호도에 관한 연구-국내관광객을 중심으로 : 한국생활과학회지, Vol.23 No.3 p.545-556

- 정효숙(2012), 여대생의 향장미용전공여부와 피부고민에 따른 기능성
화장품 사용실태에 관한 연구, 대한피부미용학회지
Vol.10 No.2 p.327-335
- 한정아(2015), 여대생의 국내 저가화장품 사용실태와 브랜드 인지도
연구: 디지털디자인연구, Vol.2015 No.1 p.829-837
- 홍재기(2008), 성인남성의 연령에 따른 피부인지도 및 화장품 사용
필요성에 관한 연구 : 한국미용학회지 Vol.14 No.4
p.1230-1243

국내 석사학위 논문

- 고서원(2014), 건강상태에 따른 아로마에센셜오일의 향 선호도에 관한 연구,
성신여자대학교 생애복지대학원 석사학위논문
- 김경은(2012), 영유아기 전용 화장품의 소비자 인식도 및 마케팅 전략,
성신여자대학교 생애복지대학원 석사학위논문
- 김미나(2014), 향수의 사용실태 및 구매행동에 관한 연구,
숙명여자대학교 원격향장산업대학원 석사학위논문
- 김미옥(2008), 일반 소비자의 아로마오일 인지도와 활용도에 관한 연구,
용인대학교 경영대학원 미용산업경영학과 석사학위논문
- 김영미(2008), 아로마제품 사용시 활용도와 만족도에 관한 연구,
숙명여자대학교 원격향장산업대학원 석사학위논문
- 김영예(2013), 화장품 브랜드샵의 이용 실태 및 만족도에 관한 연구,
숙명여자대학교 원격향장산업대학원 석사학위논문

- 박정민(2012), 아로마 에센셜오일의 이용현황 및 선호도에 관한 연구,
성신여자대학교 생애복지대학원 석사학위논문
- 우혜련(2005), 향수 구매 행동에 관한 실증적 연구,
숙명여자대학교 원격향장산업대학원 석사학위논문
- 이영숙(2013), 아로마 향 첨가 제품에 대한 이용현황과인지도가 만족도에 미치는 영향, 한성대학교 예술대학원 석사학위논문
- 이희정(2014), 아로마테라피에 관한 인식과 이용실태 연구,
숙명여자대학교 원격대학원 향장미용전공학, 석사학위논문
- 조수진(2014), 아로마 에센셜 오일에 대한 인식과 사용 실태에 관한 연구
숙명여자대학교 원격대학원 향장미용전공학, 석사학위논문
- 정은정(2011), 에센셜 오일(Essentialoils)의 활용형태와 시행효과에 관한연구,
숙명여자대학교 원격대학원 향장미용전공학 석사학위논문
- 함희진(2014) 아로마 에센셜 오일에 대한 이용현황과 향 선호도에 대한
연구, 한성대학교 예술대학원 뷰티예술학과 석사학위논문

국외 학술지

- Bertrand Matthäus, Dominique Guillaume, Saïd Gharby, Aziza Haddad,
Hicham Harhar, Zoubida Charrouf(2010), Effect of processing on the
quality of edible argan oil, : Food Chemistry, 120(2), p.426-432
- Guillaume Dom, Charrouf Zoubida(2011), Argan oil and other argan
products: Use in dermocosmetology : European Journal of Lipid
Science and Technology, 113(4), p.403-408

- Hanae El Monfalouti, Dom Guillaume, Clément Denhez, Zoubida Charrouf, (2010), Therapeutic potential of argan oil: a review : Journal of Pharmacy and Pharmacology, 62(12), p.1669-1675
- Rim Bousalham, Laila Jahidi Rhazali, Amal Harmouch, Hamid Lotfi, Bouchra Benazzouz, Aboubaker El Hessni, Ali Ouichou, Omar Akhouayri, Abdelhalem Mesfioui Abdelhalem(2015), Does Argan Oil Supplementation Affect Metabolic Parameters and Behavior in Wistar Rats? : Food and Nutrition Science, 06(09), p.816-824
- Maria Fernanda Reis Gavazzoni Dias, (2015), Hair cosmetics: an overview : International journal of trichology, 7(1), p.2-15
- S. Sour, M. Belarbi, N. Sari, C.H. Benammar, C.H. Baghdad, F. Visioli(2015), Argan oil reduces, in rats, the high fat diet-induced metabolic effects of obesity : Nutrition, Metabolism and Cardiovascular Diseases, April, 25(4), p.382-387
- Zoubida Charrouf, Dominique Guillaume(1999), Ethnoeconomical, ethnomedical, and phytochemical study of *Argania spinosa* (L.) Skeels : Journal of Ethnopharmacology, 67(1), p.7-14
- Zoubida Charrouf, Dominique Guillaume, (2014), Argan oil, the 35 years of research product : European Journal of Lipid Science and Technology, 116(10), p.1316-1321

ABSTRACT

Awareness of Beauty Product containing Argan Oil and Present Condition of its Use

Park Ji-hye

Skincare and Coordination Major

Dept. of Convergence Beauty

Graduate School of Convergence Beauty

Sungshin Women's University

Increase of attention to appearance has made various of groups of beauty products in order to satisfy consumers, and Argan oil is effectively used for moisturizing, protection of skin from damaging, health of hair, etc. in the various areas of hair, skin, body and nail, its degree of awareness is enhanced.

Thus, this study is aimed at providing information and data necessary for production of sale through this by analyzing awareness of consumers of beauty product containing Argan oil and recent trend along with checking of purchase form of product, degree of satisfaction and current condition of its use.

A questionnaire survey was conducted targeting general adult males and females of 20's - 50's as subject of this study residing in Chung Buk

area. 203 sheets among total 253 was finally analyzed for using as data.

Analysis of result of this study can be summarized as the following.

First, seeing subject of survey having no general replace word, distribution of gender showed more of 150 females(77.8), and 20's showed 70 persons, majority of participants. In academic background, university graduates were 78 persons(38.4), and, in marital status, married were 119 persons(58.6), in occupation, professional jobbers were 52 persons(25.6) with monthly household income showing less than 2 - 3 million Won by 58 persons(28.6), which occupied biggest portion.

Second, As a result of checking awareness of Argan oil product, most were those seen in daily life, and route of awareness was through mass media, and knowledge of Argan oil appeared to be mostly aware of in the knowledge that Argan oil is excellent for moisturizing effect.

Third, usage for beauty product containing Argan oil occupied highest rate of using for hair-care. Products were purchased for less than 50 thousand Won for use, and reason for using is the purpose of protection of hair and elasticity. Places for purchasing products were mainly cosmetics specialty shops with replies taking the reason of convenience of purchae/and return.

Fourth, route of purchasing Argan products by gender, age and monthly income was mostly through purchase by selves, and the reason for using showed protection of hair and elasticity in all juncture of gender, age and monthly income, but, selection for problematic skin by 20's in age, which seems to have reflected worries bt 20's. In important item for indicating

products, effectiveness and effect occupied highest ratio in all area of gender, age and monthly income.

Fifth, General degree of satisfaction about beauty products containing Argan oil showed, in most part, replied with satisfaction, and Hair Sense as Argan oil product was selected by 97 votes(17.4), and the brand that is most used showed Road Shop with strong trend. It showed degree of high satisfaction with oils about effectiveness, effect/sense of use, fragrance/capacity of product/packing and container. For improvement of beauty products containing Argan oil, replies for improving product price occupied high portion.

Awareness of Argan oil is high, but knowledge seems to be not less than basical, and as Argan oil products that are purchased are selected with preferable brand, it seems to have publicity and public awareness reflected.

Thus, necessary is conveyance of correct knowledge of Argan oil and information for use of products.

설문지

< 연구동의서 >

안녕하십니까?

먼저 이렇게 소중한 시간을 본 조사에 응해주신 여러분께 진심으로 감사드립니다.

본 설문지는 성신여자대학교 생애복지대학원 건강복지학과 피부비만관리학 전공 학위논문을 작성하기 위하여 만들어진 것입니다.

본 설문은 아르간오일이 함유된 미용제품의 인식 및 이용현황에 대한 연구를 위한 것이며, 응답하신 내용들은 무기명 처리되어 절대 본 연구목적 이외의 어떠한 목적으로도 사용되지 않을 것을 약속드립니다.

번거로우시더라도 자세히 읽어보시고 성실하게 응답하여 주시면 감사하겠습니다.

성신여자대학교 생애복지대학원
건강복지학과 피부비만관리학 전공 석사과정
연구자 : 박지혜

응답자 : (사인)

아르간오일이 함유된 미용제품의 인식 및 이용현황

조사대상의 일반적인 특징

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ①남 ②여

2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까? _____ 세

3. 귀하의 학력은?

- ①고졸 ②전문대졸(재학생포함) ③대졸(재학생포함) ④대학원 졸업(재학생포함)

hair	토니모리	오일 에센스
	과일나라	트리트먼트오일
	박준	헤어오일
	네이처리파블릭	헤어미스트, 오일
	모르칸오일	트리트먼트 오일, 스타일링 크림
	오가닉스	샴푸, 컨디셔너, 디파이닝 크림
	웰코스	헤어오일
	오가니스트	오일샴푸, 컨디셔너, 에센스
	스킨푸드	헤어에센스, 헤어 마스크팩, 샴푸, 영양크림, 헤어미스트
	더샘	헤어오일 세럼
	미장센	트리트먼트, 헤어팩
	아모스	헤어오일
	푸시웰빙	멀티 아르간오일
	새롬	헤어오일
nail	이니스프리	쉐어버터, 오일

1. 위에 목록 중 사용해보거나 알고계시는 제품들에 체크를 해주세요.

- ①페이스오일 ②스킨 앰플 ③스킨 오일미스트 ④클렌징오일
 ⑤스킨 에센스 ⑥바디오일 ⑦바디로션 ⑧헤어오일 ⑨헤어 미스트
 ⑩헤어 에센스 ⑪샴푸 ⑫헤어컨디셔너 ⑬헤어마스크 팩 ⑭트리트먼트 오일
 ⑮헤어오일 세럼 ⑯마스크팩 ⑰헤어 영양크림 ⑱핸드크림 ⑲기타

2. 귀하는 아르간오일에 대해 들어본 적이 있습니까?

- ①예 ②아니오

3. 귀하는 아르간오일을 어떤 경로로 통해 알게 되셨습니까?

- ①매스미디어(인터넷,잡지,TV,신문) ②피부 관리실/병원 ③가족/친구/동료
 ④백화점, 전문샵 ⑤기타()

4.다음은 아르간오일의 지식도를 알아보기위한 문항입니다

해당사항에 V표 해주세요

5. 귀하는 아르간오일이 첨가된 미용제품을 주로 구매하는 곳은?

- ①인터넷 쇼핑몰 ②화장품전문샵(백화점포함) ③헤어샵/피부 관리실
④드러그스토어(올리브영, GS 왓슨스등) ⑤면세점 ⑥기타 ()

6. 귀하는 5번 문항에서 선택한 경로로 구매하는 이유는 무엇입니까?

- ①제품이 다양해서 ②가격이 만족스러워서 ③구입/반품이 편리해서
④샘플이나 사은품을 줘서 ⑤신뢰가 가기 때문에 ⑥기타 ()

7. 귀하는 아르간오일 관련 제품의 사용 용도는?

- ①스킨케어 ②헤어케어 ③바디케어 ④기타 ()

8. 귀하가 아르간오일 관련제품의 사용하는 평균 횟수는?

- ①매일 ②주2~3회 ③주 1회
④월1회 ⑤기타 ()

9. 귀하가 사용하는 아르간오일 관련 제품의 종류는?

- ①1종류 ②2종류 ③4~6류 ④7종류 이상

10. 귀하가 아르간오일 관련 제품을 사용하게 된 이유는 무엇입니까?

- ①문제성피부(여드름,아토피 등)완화 ②피부보습 ③모발의 보호와 탄력목적
④튼살/갈라짐 보호 목적 ⑤스트레스완화 ⑥기타 ()

11. 귀하가 구입하는 아르간오일 관련 제품의 평균 값은 어느 정도 되십니까?

- ①3만원 미만 ②3만원~5만원 미만 ③5만원~7만원 미만
④7만원~10만원 미만 ⑤10만원 이상

12. 아르간오일 관련 제품을 선택시 고려사항은?

- (순서대로) ①_____ ②_____ ③_____
①제품의 가격 ②제품의 브랜드 ③제품의 품질
④피부의 안정성 ⑤제품의 사용감 ⑥색상과 향
⑦제품의 성분 ⑧제품의 용량 ⑨용기 및 디자인

13. 아르간오일 관련 제품의 설명서를 읽어 보니까?

- ①처음부터 끝까지 꼼꼼히 읽는다

20. 다른 사람에게 권하고 싶다면 그 이유는 무엇입니까?

- ①효과가 좋아서 ②가격이 저렴해서 ③구입경로가 간편해서
④피부트러블이 없어서 ⑤기타 ()

21. 다른 사람에게 권유하고 싶지 않다면 무슨 이유입니까?

- ①효과가 없어서 ②가격이 비싸서 ③구입경로가 불편해서
④전문적인 지식이 없어서 ⑤기타 ()

아르간오일이 함유된 미용제품의 만족도

1. 귀하께서는 아르간 오일 관련 제품을 사용한 후 전반적인 만족도가 어떠십니까?

- ①매우 만족한다. ②만족한다. ③보통이다 ④만족하지 않는다.
⑤매우 만족하지 않다

(①,②번을 선택하신분만 2문항을 ④,⑤번을 선택하신분만 3문항을 체크해주세요)

2. 1번 문항에서 ①,②번을 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- ①가격이 저렴하다 ②향이 좋다 ③효능이 좋다
④품질이 좋다 ⑤기타 ()

3. 1번 문항에서 ④,⑤번을 선택하신 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- ①가격이 비싸다 ②향이 안 좋다 ③효능이 없다
④부작용의 경험이 있다 ⑤기타 ()

다음은 아르간오일이 함유된 제품의 만족도에 대해 알아보는 것입니다.(V표 해주세요)

내용	매우 그렇 다	그렇 다	보통 이다	그렇 지 않다	매우 그렇 지 않다
1. 귀하께서는 아르간오일 관련 제품이 피부 건강에 도움이 된다고 생각하십니까?	⑤	④	③	②	①
2. 귀하께서는 아르간오일로 만든 화장품이 일반 화장품보다 더 좋다고 생각하십니까?	⑤	④	③	②	①
3. 아르간오일 관련제품의 가격이 비싸면 제품의 효능도 우수하다고 생각하십니까?	⑤	④	③	②	①
4.아르간오일 관련 제품 구입 시 제품의 다양성 및 정보 획득에 만족하십니까?	⑤	④	③	②	①
5. 아르간오일 관련제품 구매 시 제공 받는 정보와 실제 제품의 사용 시 느낌이 일치한다고 생각하십니까?	⑤	④	③	②	①
6. 아르간오일 관련 제품의 회사들의 홍보는 적당하다고 생각 하십니까?	⑤	④	③	②	①

4. 아르간 관련제품에 대해 어떤 종류의 제품들을 사용하고 있는지 체크해 주십시오.

- ①페이스오일 ②스킨 앰플 ③스킨 오일미스트 ④클렌징오일
 ⑤스킨 에센스 ⑥바디오일 ⑦바디로션 ⑧헤어오일 ⑨헤어 미스트
 ⑩헤어 에센스 ⑪샴푸 ⑫헤어컨디셔너 ⑬헤어마스크 팩 ⑭기타 ()

5. 위 문항에서 사용하지 않는다면 그 이유는 무엇입니까?

- ①필요성이 없어서 ②가격이 비싸서 ③다른제품과 별차이가 없어서
 ④기타()

6. 현재 사용 중인 아르간오일 관련 제품의 브랜드는 무엇입니까?

- ①아이허브 ②더페이스샵 ③네이처리파블릭 ④오가닉스 ⑤스킨푸드
 ⑥잇스네이처 ⑦이니스프리 ⑧닥터에버하르트 ⑧키엘 ⑨더샘
 ⑩새롬 ⑪과일나라 ⑫쏘헤어 ⑬스와니코코 ⑭멜비타
 ⑮기타

7. 현재 사용하는 아르간오일 관련 제품의 효능 및 효과에 대해 만족하십니까?
 해당사항에 V표 해주십시오.

제품명	매우 만족	만족	보통	불만족	매우 불만족
페이스오일	⑤	④	③	②	①
페이스크림	⑤	④	③	②	①
스킨에센스	⑤	④	③	②	①
바디오일	⑤	④	③	②	①
바디로션	⑤	④	③	②	①
헤어에센스	⑤	④	③	②	①
헤어샴푸	⑤	④	③	②	①
헤어오일	⑤	④	③	②	①
헤어트리트먼트	⑤	④	③	②	①
헤어컨디셔너	⑤	④	③	②	①

8. 현재 사용하는 아르간오일 관련 제품의 사용감 및 향에 대해 만족하십니까?
 해당사항에 V표 해주십시오.

제품명	매우 만족	만족	보통	불만족	매우 불만족
페이스오일	⑤	④	③	②	①
페이스크림	⑤	④	③	②	①
스킨에센스	⑤	④	③	②	①
바디오일	⑤	④	③	②	①
바디로션	⑤	④	③	②	①
헤어에센스	⑤	④	③	②	①
헤어샴푸	⑤	④	③	②	①
헤어오일	⑤	④	③	②	①
헤어트리트먼트	⑤	④	③	②	①
헤어컨디셔너	⑤	④	③	②	①

9. 현재 사용중인 아르간 오일 관련 제품의 용량에 대해 만족하십니까?
 해당사항에 V표 해주십시오.

제품명	매우 만족	만족	보통	불만족	매우 불만족
페이스오일	⑤	④	③	②	①
페이스크림	⑤	④	③	②	①
스킨에센스	⑤	④	③	②	①
바디오일	⑤	④	③	②	①
바디로션	⑤	④	③	②	①
헤어에센스	⑤	④	③	②	①
헤어샴푸	⑤	④	③	②	①
헤어오일	⑤	④	③	②	①
헤어트리트먼트	⑤	④	③	②	①
헤어컨디셔너	⑤	④	③	②	①

10. 현재 사용중인 아르간오일 관련 제품의 제품설명 및 사용 설명에 대해 만족하십니까?
 해당사항에 V표 해주십시오.

제품명	매우 만족	만족	보통	불만족	매우 불만족
페이스오일	⑤	④	③	②	①
페이스크림	⑤	④	③	②	①
스킨에센스	⑤	④	③	②	①
바디오일	⑤	④	③	②	①
바디로션	⑤	④	③	②	①
헤어에센스	⑤	④	③	②	①
헤어샴푸	⑤	④	③	②	①
헤어오일	⑤	④	③	②	①
헤어트리트먼트	⑤	④	③	②	①
헤어컨디셔너	⑤	④	③	②	①

11. 현재 사용중인 아르간오일 관련 제품의 포장 및 용기에 대해 만족하십니까?
 해당사항에 V표 해주십시오.

제품명	매우 만족	만족	보통	불만족	매우 불만족
페이스오일	⑤	④	③	②	①
페이스크림	⑤	④	③	②	①
스킨에센스	⑤	④	③	②	①
바디오일	⑤	④	③	②	①
바디로션	⑤	④	③	②	①
헤어에센스	⑤	④	③	②	①
헤어샴푸	⑤	④	③	②	①
헤어오일	⑤	④	③	②	①
헤어트리트먼트	⑤	④	③	②	①
헤어컨디셔너	⑤	④	③	②	①

12. 귀하께서는 아르간오일 관련 제품 사용 후 효과를 보이는 기간은?

- ① 즉각적인 효과 ② 2~3회 사용 후 ③ 한 달 후
 ④ 2~3개월 후 ⑤ 기타 ()

13. 아르간오일 관련제품의 개선해야할 사항 3가지만 선택해 주십시오.

(순서대로) ① _____ ② _____ ③ _____

- ① 제품의 가격 ② 제품의 브랜드 ③ 제품의 품질 ④ 피부의 안정성
 ⑤ 제품의 사용감 ⑥ 색상과 향 ⑦ 제품의 성분 ⑧ 제품의 용량
 ⑨ 용기 및 디자인