



저작자표시-비영리-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 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](#)

안 홍 석 교수지도
석사학위 청구논문

화장품 전성분표시제에 대한
성인 여성의 인식 및 관련 요인 연구

2011

성신여자대학교 문화산업대학원
문화산업학과 피부비만관리학 전공

김 경 미

화장품 전성분표시제에 대한
성인 여성의 인식 및 관련 요인 연구

안 홍 석 교수지도

이 논문을 석사학위 논문으로 제출함

2011년 5월

성신여자대학교 문화산업대학원

문화산업학과 피부비만관리학 전공

김 경 미

인 준 서

김경미의 석사학위 논문으로 인준함

심사위원 _____ (인)

심사위원 _____ (인)

심사위원 _____ (인)

성신여자대학교 문화산업대학원

감사의 글

이 논문이 완성되기까지 많은 도움을 주신 모든 분들께 진심으로 깊은 감사를 드립니다.

먼저 여러 가지로 부족한 저에게 세심한 지도와 격려를 해주시고, 많은 조언을 해주신 안홍석 교수님께 진심으로 존경과 감사를 드립니다.

언제나 자상한 격려와 가르침을 주신 배현숙 교수님, 많은 조언과 세심한 지도로 부족한 부분을 채워주셨던 이은혜 교수님께도 깊은 감사를 드립니다.

함께 공부할 수 있었던 것이 너무나 행운이었고, 참 행복했었던 우리 13기 동기들, 앞으로도 서로에게 늘 응원을 아끼지 않는 벗이 되기를 바랍니다. 논문과정을 함께하며 격려와 도움주신 언니들 덕분에 무사히 마칠 수 있었습니다.

소중한 인연으로 부족한 저를 채워주시는 허은영 원장님, 정진성 본부장님께 감사드립니다. 논문과정에서 많은 도움 주신 선생님들에게도 감사한 마음을 전합니다.

무엇보다 소중한 가족들, 부족한 딸이라 죄송하기만 우리 부모님, 늘 곁에서 도와주는 고마운 우리 언니와 남동생, 미선 언니에게 감사하고 사랑하는 마음을 전합니다.

바쁘신 와중에도 도움주신 모든 분들께 다시 한번 머리 숙여 감사드리고, 앞으로도 항상 최선을 다하는 한사람이 되겠습니다. 감사합니다.

2011년 6월
김경미 올림

논문 개요

본 연구는 화장품의 주 소비계층인 성인 여성들의 화장품 전성분표시제에 관한 인식도를 파악하고, 피부미용 지식 및 피부관리 태도, 화장품 구매행위 등 개별 요인들이 화장품 전성분표시제 인식에 어떤 영향을 미치는지 분석하고 그 상관관계를 알아보고자 하였다. 이를 바탕으로 화장품 전성분표시제의 소비자 인식과 만족도를 높일 수 있는 보다 실용적인 제도 구축을 위한 기초자료를 제공함으로써 화장품 전성분표시제의 성공적인 정착에 기여하는 것을 목적으로 하였다.

본 조사는 2011년 4월 6일부터 4월 19일까지 2주간에 걸쳐 실시하였으며, 수도권에 거주하는 20대에서 40대까지의 성인여성 중 현재 화장품을 구매하여 사용하는 514명의 대상자 가운데 최종 492부가 본 연구의 분석 자료로 사용되었다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 화장품 전성분표시제의 인식도를 조사한 결과, 화장품 전성분표시제의 시행 인지는 '예' 26.6%, '아니오' 73.4%로 나타났으며, 화장품 구매 시 성분표시 확인 여부 또한 확인하는 비율이 20.7%로 화장품 전성분표시제에 대한 소비자의 인식 및 활용도가 낮은 것으로 나타났다. 또한 전성분표시를 확인하는 응답자의 성분 확인 정도를 살펴보면 '전체적으로 대강 살펴본다' 25.5%의 비율이 가장 높았고, 성분의 내용에 대해서도 '보통이다' 52.9%, '잘 모른다' 32.4%순으로 제대로 잘 알지 못하는 것으로 조사되었다. 전성분표시를 확인하

지 않는 이유 또한 ‘표시된 성분을 잘 몰라서’ 50.0%로 실제 인식도는 더 낮은 수준임을 알 수 있었다. 그러나 전성분표시제 시행을 인지하는 그룹의 경우에는 전성분표시제 시행을 인지하지 못하는 그룹보다 화장품 성분 확인비율이 높게 나타났고 그 차이가 통계적으로 유의하였다($p < .001$).

둘째, 화장품 전성분표시제의 인식에 영향을 주는 요인들로서 연구 대상자의 일반적인 특성, 피부미용 지식, 피부관리 태도, 화장품 구매행위, 화장품 부작용 등 그 차이를 살펴보았다. 연구 대상자의 일반적 특성 중 직업에 따른 화장품 전성분표시 확인 여부만 통계적으로 유의한 차이가 나타났다($p < .01$). 피부미용 지식(16.5), 피부관리 태도(29.3)의 평균점수는 모두 비교적 높게 나타났다지만 피부관리 태도만이 화장품 성분표시 확인 여부와 유의한 차이가 있었다($p < 0.01$). 전성분표시 확인 여부에 따른 화장품 구매행위를 비교해보면, 화장품 구입장소($p < .01$), 화장품 구매 시 제품정보를 얻는 경로($p < .01$), 주로 구입하는 화장품의 종류($p < .05$) 등의 항목이 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 또한 기재·표시사항 확인여부에 따른 화장품 구매 시 성분확인 여부를 살펴보면 화장품 구매 시 기재·표시사항 확인군의 성분 확인 여부 응답은 ‘예’ 36.6%, 기재·표시사항 미확인군의 성분 확인 4.9%보다 높게 나타났으며, 그 차이가 통계적으로 유의하였다($p < .001$). 따라서 기재·표시사항을 확인하는 집단이 확인하지 않는 집단보다 화장품 구매 시 성분 확인을 더 많이 함을 알 수 있었다.

셋째, 화장품 전성분표시제의 만족도 및 요구사항을 살펴보면, 성분확인 여부에 따른 화장품성분표시제 만족도는 ‘화장품 전성분표시제가 잘 시행되고 있다’($p < .05$), ‘현행 화장품 전성분표시제에 만족하고 있다’($p < .05$), ‘화장품 전

성분표시제가 제도의 취지에 부합한다'(p<.01), 또한 '화장품 전성분표시제가 제품 선택에 도움이 된다'(p<.001)로 전성분 확인 집단의 화장품 전성분표시제에 대한 만족도 점수가 전성분 미확인 집단보다 높게 나타났다.

화장품 전성분표시제의 필요성은 '예' 98.0%로 매우 높게 나타났다. 전성분 표시제의 홍보 필요성에 대해서는 긍정('매우 그렇다', '그렇다') 93.3%로 홍보가 필요하다는 응답이 매우 높게 나타났다. 또한 정보제공 및 교육의 필요성의 경우 긍정('매우 그렇다', '그렇다')응답이 87.4%로 높게 나타났다. 전성분표시제의 보완 필요성은 긍정('매우 그렇다','그렇다')응답이 58.3%로 높게 나타났다. 화장품 전성분표시제에 대한 요구사항을 살펴보면 '사용된 성분이 안전한지 표시'가 77.8%로 가장 높게 나타났으며, '유해 성분을 구분해서 표시' 69.9%, '화장품 성분의 구체적 효능 표시' 62.6%순으로 높게 나타나 화장품 성분의 안전성 및 이해에 대한 요구도가 높음을 알 수 있었다.

2008년 10월부터 화장품 전성분표시제가 시행되고 있지만, 본 연구를 통해 조사된 현재 화장품 전성분표시제의 소비자 인식도는 아직도 낮은 것으로 나타났다. 또한 전성분표시제의 필요성에 대해서는 높게 인식하고 있는데 반해, 실질적인 활용도는 이에 미치지 못하고 있었다. 같은 맥락에서 화장품 성분의 정보 제공 요구도가 매우 높았는데, 이는 소비자가 화장품 전성분표시를 확인하기 위해서는 화장품 성분에 대한 정보 및 교육이 필요하다는 것을 말하는 것이라 사료된다.

따라서 화장품 전성분표시제의 소비자 인식 및 활용도를 높이기 위해서는 정부기관 및 화장품 업계 등의 적극적인 제도 홍보를 통해 소비자의 인식도를 증대시키고, 더불어 소비자가 신뢰할 수 있고, 이해하기 쉬운 화장품 성분에 대한 교육 및 정보 제공이 필수적인 것으로 보인다.

목 차

감사의 글

논문개요

I. 서론	1
II. 이론적 배경	4
1. 피부미용관리	4
2. 화장품	6
(1) 화장품의 정의	6
(2) 국내 화장품법	7
(3) 화장품의 기재·표시 사항	9
3. 화장품 전성분표시제	11
(1) 국내 화장품 전성분표시제	11
(2) 국외 화장품 전성분표시제	14
III. 연구방법	17
1. 연구대상	17
2. 연구도구	17
3. 자료의 통계처리	20
IV. 연구결과	21
1. 연구대상자의 일반적 특성	21
2. 화장품 전성분표시제 인식도	23
3. 연구대상자의 화장품 전성분표시 확인과 관련 요인 연구	30

4. 화장품 전성분표시제의 만족도	53
5. 화장품 전성분표시제의 필요성 및 요구도	55
V. 고찰	57
VI. 결론 및 제언	61

참 고 문 헌

ABSTRACT

부 록

표 목 차

표 1. 일본, 미국, 유럽의 화장품에 대한 정의	7
표 2. 화장품법 제정 일지	9
표 3. 화장품 기재·표시 사항	10
표 4. 화장품 전성분표시 지침	12
표 5. 외국의 화장품 전성분표시제도 현황	16
표 6. 설문지의 구성	19
표 7. 연구대상자의 일반적 특성	22
표 8. 화장품 전성분표시제 시행 인지 및 알게 된 경로	23
표 9. 일반적 특성에 따른 전성분표시제 시행 인지 여부	24
표 10. 화장품 구매 시 전성분표시 확인 사항	26
표 11. 일반적 특성에 따른 화장품 구매 시 전성분표시 확인 여부	28
표 12. 화장품 전성분표시제 인지에 따른 전성분표시 확인 여부	29
표 13. 피부미용 지식	31
표 14. 피부미용 지식도 그룹	32
표 15. 일반적 특성에 따른 피부미용 지식	33
표 16. 전성분표시 확인 여부에 따른 피부미용 지식	34
표 17. 피부관리 태도	36
표 18. 피부관리 태도 그룹	37
표 19. 일반적 특성에 따른 피부관리 태도	38
표 20. 피부관리 태도와 화장품 전성분표시 확인 여부	40
표 21. 피부미용 지식에 따른 피부관리 태도 차이	41
표 22. 피부미용 지식, 피부관리 태도에 따른 성분확인 여부	42
표 23. 화장품 구매행위	44
표 24. 전성분표시 확인 여부에 따른 화장품 구매행위	46

표 25. 화장품 기재·표시사항 확인 여부	48
표 26. 기재·표시사항 확인 여부에 따른 전성분표시 확인	49
표 27. 화장품 부작용 경험	51
표 28. 화장품 부작용 경험에 따른 전성분표시 확인 여부	52
표 29. 화장품 전성분표시제의 만족도	53
표 30. 전성분 확인 여부에 따른 화장품 전성분표시제 만족도	54
표 31. 화장품 전성분표시제의 필요성 및 요구도	56

I. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

현대사회의 경제적 풍요와 과학기술의 발달은 우리의 삶을 질적으로 향상시켜 주었고, 그 삶의 여유로움은 건강과 미에 대한 관심과 노력을 더욱 추구하게 만들고 있다. 건강과 미에 대한 여성들의 관심은 미의 욕구를 충족시켜주는 화장품에 대한 관심으로 이어져 오늘날 화장품 산업을 더욱 발전시키게 되었고, 그 결과 화장품은 매우 다양해지고 세분화되어, 현대인의 일상생활과 밀접한 관련을 맺고 있는 생활필수품으로 자리매김하게 되었다.

화장품은 소비자의 기호와 화장습관, 유행에 민감한 패션상품으로서 심리적 만족감을 성취하고, 건강한 삶을 영위하려는 등 삶의 질 향상과 밀접히 관련되어 있다(정재용, 2008). 현대에 이르러서는 소비자의 화장품에 대한 다변화된 욕구를 충족 시키기 위하여 다양한 성분과 효능을 갖춘 수많은 종류의 화장품이 판매되고 있으며, 계속적으로 새로운 종류의 화장품이 출시되고 있다. 그러나 이처럼 매 분기 쏟아져 나오는 새로운 제품들과 더불어 소비자의 화장품 소비가 증가하면서 이로 인한 화장품의 부작용 발생 가능성도 증가하고 있다(이윤제, 2010). 화장품은 하루에도 수차례 피부에 사용되기 때문에 화장품의 안전성에 대한 문제는 오늘날 매우 중요하게 인식되고 있다. 화장품 안전성의 제1 조건은 바로 화장품 원료의 안전성이다. 오늘날 다양하고 세분화된 화장품의 종류만큼이나 화장품의 원료가 다양하게 사용되고 있다.

우리나라에서는 화장품 안전성을 위해서 원료들에 대하여 과학적인 평가를 통하여 안전성을 확보해 나가는 동시에 소비자들에게는 화장품에 사용된 원료

성분에 대한 정보를 보다 정확히 제공하는 것이 무엇보다도 중요하다고 판단하여 화장품 전성분표시제의 도입을 추진한 결과, 2008년 10월 18일 본격적으로 화장품 전성분표시제가 시행되었다(김선경, 2011). 화장품 전성분표시제가 시행되기 전에는 보존제 등 일부 성분에 대해서만 용기 등에 기재·표시 되었으나, 제도 시행 후 화장품에 사용된 모든 성분을 공개함으로써 화장품에 대한 소비자의 알 권리와 제품의 선택권을 증진시키고, 화장품 사용 후 부작용이 발생하였을 시 그 원인을 쉽게 파악하기 위한 목적으로 시행되었다(정재용, 2008).

또한, 화장품 전성분표시제는 이미 미국(1976년 도입), 독일(1997년 도입), 일본(2001년 도입) 등 선진국에서 도입되어 화장품 소비자들의 알권리와 건강 보호를 위한 조치로서 효율적으로 시행되고 있던 검증된 제도였다. 해외에서의 성공적인 시행과 마찬가지로 화장품 전성분표시제는 소비자들로 하여금 화학성분 화장품에 대한 불안감을 감소시키고 상품에 대한 알권리를 충족시키며 화장품 선택의 폭을 넓혀 궁극적으로는 국민 건강 및 보전에 일조할 수 있으리라는 기대를 불러일으키기에 충분한 이슈였다(김선경, 2011).

그러나 화장품 전성분표시제가 시행된 지 2년이 넘는 시간이 지난, 2011년 현재 화장품 전성분표시제의 성공적인 정착은 이루어지지 않고 있다. 한국소비자원이 2009년 8월 시중에 유통 중인 29개 마스크 팩에 대해 조사한 결과 6개 제품에서 화장품 성분을 제대로 기입하지 않았으며(문용필, 2009), 여성환경연대가 2009년에 실시한 설문조사에서도 많은 소비자들이 화장품 전성분표시제를 알지 못했고, 표시된 화장품 성분명이 이해하기 어렵고 복잡한 화학물질이 많아 제품을 구매할 때 실질적인 도움을 받기 힘들다는 점이 지적되었다(여성환경연대, 2009).

또한 화장품 전성분표시제에 관한 김명희(2009)의 연구와 홍가영(2010)의 연

구에서 전성분표시제에 대한 인식은 40.4%, 31.7%로 나타나 모르고 있는 소비자가 더 많았고, 전성분표시제도를 알고 있어도 성분표시를 확인하지 않는 소비자가 더 많아(홍가영, 2010) 전성분표시제도의 실효성은 더욱 미미한 실정이다. 더욱이 소비자들의 화장품 부작용 사례는 오히려 늘고 있어(이윤제, 2010) 이 제도의 취지에 비추어 볼 때 그 실효성은 더 초라해 보인다. 물론 화장품 전성분표시제가 실시된 지 얼마 되지 않아, 기존의 선행 연구 자료가 부족하고, 제도시행 후 얼마 되지 않은 시점에서 조사되었기 때문에 제도의 효과가 즉각적으로 나타나기 힘들 수 있다. 또한 기존의 부족한 연구도구 및 좀 더 다양한 설문조사가 이루어지지 못한 점 등 정확한 실태 파악에 한계가 많을 수 있다고 사료되는 바, 화장품 전성분표시제도의 인식도에 관한 보다 구체적인 연구가 필요하다고 생각되어 진다.

따라서 본 연구에서는 화장품의 주 소비계층인 성인 여성을 대상으로 화장품 전성분표시제의 인식과 전성분표시제 인식에 영향을 미치는 요인들을 알아보고자 하는 것으로 구체적인 목적은 다음과 같다.

성인 여성의 일반적 특성에 따른 피부미용 지식 및 피부관리 태도, 화장품 구매행위 등의 차이를 알아보고, 그 차이가 화장품 전성분표시제 인식에 영향을 미치는지 알아본 후, 이를 바탕으로 화장품 전성분표시제의 소비자 인식과 만족도를 높일 수 있는 보다 실용적인 제도 구축을 위한 기초자료를 제공함으로써 화장품 전성분표시제의 성공적인 정착에 기여하는 것을 목적으로 한다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 피부미용 관리

피부미용이란 안면 및 전신의 피부에 물리적 또는 화학적인 방법을 이용하여 피부의 생리기능을 자극함으로써 건강하고 아름다운 피부를 유지시키는 미용 기술이다. 피부는 건강을 유지하기 위한 생리기능을 가지고 있으나 이것은 연령, 계절, 환경, 생활 등에 의하여 변화되어 가고 있다. 이러한 내·외적인 요인으로 인한 미용상의 문제를 예방하고 아름답고 건강한 피부를 유지하기 위하여 전신의 피부를 관리하는 것이 피부미용이다(김수빈, 2008). 피부가 지닌 모든 기능을 가능한 완전하게 유지시켜서, 아름답고 건강하며 보다 젊어 보이는 피부 상태의 유지 관리를 말하며, 노화에 대한 성공적이고 적극적인 대처과정이다(김향숙, 2007).

피부는 몸 안에 있는 여러 가지 기관들을 싸고 있는 하나의 막으로서 신체에서 가장 많은 부분을 차지하며 체온조절 및 미생물이나 화학 물질로부터 신체를 보호하는 동시에 전신의 대사에 필요한 생화학적 기능을 수행하는 중요한 기관 중의 하나이다. 건강한 피부는 충분한 수분을 함유하여야 하고 또한 적당히 피지가 분비되어서 표면은 매끄럽고, 긴장감과 탄력이 있으며 광택과 생기가 있어야 한다(김종대 외, 1996). 하지만 건강한 피부라 할지라도 끊임없는 외부의 자극이나 스트레스, 잘못된 관리방법, 불규칙한 생활습관이나 식습관, 피부에 맞지 않는 화장품 사용으로 인해 한순간 망가질 수 있다. 그러므로 피부 관리를 통해 그러한 문제점을 해결하고 완화하여 보다 아름다운 피부를 가꾸는 것이 피부 관리의 필요성이자 그 목적이라고 할 수 있겠다.

아름다운 피부는 곧 건강한 피부를 말하며, 건강한 피부는 신체의 모든 조직 기능이 건강한 상태에서만 유지될 수 있다. 그러므로 건강한 피부를 위해서는 신체의 건강을 유지하도록 힘쓰면서, 자외선으로부터의 피부보호, 화장품의 올바른 사용 등 피부의 올바른 관리를 하는 것이 중요하다(김복희, 1997). 이러한 차원에서의 피부 관리에는 피부 기능의 정상화를 위해化妆품을 통해 피부에 필요한 성분을 공급한다든지, 마사지를 한다든지 하는 외부적 접근 방식과 스트레스 방지, 자외선 차단, 식이요법, 건전한 생활 습관 등의 예방 의학적 접근 방법 등이 있다. 피부의 건강상태는 개인의 생활 조건에 의해 크게 영향을 받기 때문에 건강한 피부를 유지하기 위해서는 적당한 운동과 영양섭취, 적절한 휴식 등으로 신체의 건강을 유지하도록 힘써야 할 뿐 아니라 자신의 생활습관에서 피부에 영향을 미칠 수 있는 문제점들을 개선시켜야 한다(김향숙, 2007).

흔히 피부 관리를 받는다는 뜻은 치료차원이나 성형수술처럼 피부가 가지는 특성을 변형시키는 것이 아니라, 꾸준한 관리로 피부의 상태를 유지시켜주고 본래의 피부보다 좋게 하고 활발한 피부 생리기능을 회복시켜 건강하고 매끈하며 탄력 있는 피부를 유지시키거나, 또는 문제화된 피부의 경우 피부생리와 기능을 원상태로 회복시켜 피부 고유의 특징과 성질을 찾도록 도와주는 차원의 정상 피부 상태로의 개선과 건강한 피부 유지를 위한 것이다. 표면적인 ‘미’를 가꾸는 분야로 기초 및 색조화장품을 사용하여 외모를 수정하고 개선하는 것이다(김수빈, 2008).

피부미용관리는 피부미용 지식과 실천행위를 통해 아름답고 건강한 피부를 가꾸는 노력이며, 올바른 관리법과 적절한 화장품을 통해 실현할 수 있다. 화장품은 누구나 일상적으로 사용하는 물품으로 특히 여성들에게는 필수품이나 다름없다. 화장품은 피부표면의 메이크업 찌꺼기, 노폐물이나 더러움을 제거하

여 피부를 청결하게 해주고, 피부의 pH를 정상적인 상태로 만들어주며 유분 및 수분공급을 통해 피부를 정돈해주며, 외부로부터의 세균침입을 막아주고, 추위로부터 피부를 보호해주거나, 피부표면의 건조를 방지해 주며 피부를 매끄럽게 해주는 피부보호의 목적을 지닌다. 이러한 목적에 비추어 볼 때, 화장품의 적절한 사용은 건강한 피부를 가꾸려는 피부미용관리의 기본적인 조건이 된다고 할 수 있다.

2. 화장품

1) 화장품의 정의

화장품법 제2조 제1항에는 다음과 같이 법적으로 정의하고 있다. “화장품”이라 함은 인체를 청결, 미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것을 말한다.

화장품에 대한 법적인 정의는 국가별로 조금씩 차이가 있는데, 기본적인 것은 인체를 청결히 하고 아름답게 가꾸며 건강하게 유지시켜 주기 위한 것이라는 사실이다(하병조, 1999). 즉, 법적으로 화장품은 의약품이나 의약외품과 달라서 “인체에 대한 약리적인 효과가 비교적 적은 것”을 말한다(화장품법, 2000).

< 표 1 > 일본, 미국, 유럽의 화장품에 대한 정의

국가	정 의
일본	화장품이란 인체를 청결하게 미화하여 매력을 더하고 용모를 변화시키거나 피부 혹은 모발을 건강하게 유지하기 위하여 신체에 바르거나 뿌리거나, 그 밖에 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 바깥부분 또는 치아 및 구강점막을 청결히 하고 향취를 부여하고 또는 건강한 상태로 유지시키거나 보호하고, 용모를 변화시키거나 체취를 억제하기 위해 사용되는 것을 말한다.

하병조(1999), 화장품학, p.20

2) 국내 화장품법

화장품법은 화장품의 제조·수입 및 판매 등에 관한 사항을 규정함으로써 국민보건향상과 화장품 산업의 발전에 기여함을 목적으로 1999년 9월 7일 제정, 2000년 7월 1일 시행되었다. 화장품법이 발효되기 전까지 화장품 규정은 약사법에 묶여 많은 제약이 있었다. 즉, 화장품임에도 불구하고 약과 동일하게 취급 받았기 때문에 화장품에 관련된 대부분의 규정은 의약품과 동일하게 적용 받았다(박상욱, 2009). 그러나 화장품 관련규정을 분리하여 별도의 법령으로 제정함에 따라 화장품의 특성에 부합되는 적절한 관리를 할 수 있게 되었다(홍가영, 2010).

2000년 화장품법이 시행 된 후 현재까지 화장품법은 시행규칙 등에서 많은

변화와 발전을 거듭해 왔다. 우선 2001년 7월 27일에는 “기능성화장품 기준 및 시험방법”을 제정하여 본격적으로 기능성화장품에 대한 기준과 방법이 설정되어 기능성화장품에 대한 시험을 시행하게 됐다. 또 2001년 10월 10일에는 기능성화장품 중 “자외선차단효과측정방법및기준”을 제정하였고, 2002년 8월에는 “화장품품질검사위탁검사기관지정”에 관한 규정을 제정하게 되어 본격적으로 화장품에 대한 품질검사체계를 구축해 효능 효과에 대한 구체적인 평가 기준을 마련할 수 있게 됐다. 2002년 12월에는 “사용기한 표시대상 화장품지정” 고시를 제정함으로써 화장품이 제조된 날로부터 적절한 보관조건에서 색상, 품질의 변화 없이 최적의 품질로 화장품을 사용할 수 있도록 하는 규정이 마련됐다. 2005년 7월에는 화장품법을 개정하여 어린이의 화장품 중독사고를 예방하고자 안전용기, 포장에 관한 규정을 신설, 2007년 1월 14일부터 시행하게 되었다. 2006년 4월에는 디부틸프탈레이트(DBP), 디에틸렉실프탈레이트(DEHP), 인태반유래물질 등 화장품에 사용할 수 없는 배합금지원료를 추가하는 “화장품원료지정에관한규정”을 개정했다. 2007년 10월 17일에는 화장품의 용기 등에 모든 성분을 표시하도록 의무화하는 내용을 골자로 하는 화장품법을 일부 개정하여 2008년 10월 18일부터 전성분표시를 시행해 소비자 보호 및 알권리에 대한 명분화를 이루게 되었다(데일리코스메틱, 2009).

<표 2 > 화장품법 제정 일지

일 자	내 용
2000년 7월 1일	화장품법 발효
2001년 7월 27일	기능성화장품 기준 및 시험방법 제정
2001년 10월 10일	자외선차단효가측정방법 및 기준을 제정
2002년 8월 22일	“화장품품질검사위탁검사기관지정”에 관한 고시 제정 (사후관리품질관리)
2002년 12월 30일	사용기한 표시대상 화장품 지정 고시 제정
2005년 7월 13일	화장품법 일부개정 (화장품 안전용기, 포장에 관한 내용)
2006년 4월 5일	화장품법 일부개정 (화장품 병행수입)
2007년 1월 14일	화장품 안전용기, 포장 시행
2007년 10월 17일	화장품법일부 개정 (화장품 전성분 표시)
2008년 10월 18일	화장품 전성분표시 시행
2009년 1월 1일	화장품 병행수입 시행
2009년 1월 1일	화장품 관세율 8.0% -> 6.5% 인하

3) 화장품의 기재·표시 사항

화장품법 제10조 및 이에 따른 시행규칙 제13조에 명시되어 있으며, 소비자에게 제품의 정보를 제공하고 올바른 사용을 위하여 반드시 화장품 용기 또는 포장 및 첨부문서에 이를 기재하여야 한다. 제품의 명칭, 제조업자 또는 수입자의 상호 및 주소, 가격 등을 표시하도록 되어 있다.

화장품의 내용량이 15ml 이하 또는 15g 이하인 화장품의 용기 또는 포장에는 명칭, 상호 및 가격 이외의 사항은 표시하지 않아도 된다. 견본 또는 비매품의 표시가 있는 제품은 명칭, 상호만 표시할 수 있다. 2008년 10월부터 화장

품제조에 사용된 모든 성분에 대해 표시하도록 한다. 단, 인체에 무해한 소량 함유 성분 등 보건복지부령으로 정하는 성분은 제외해도 된다(시행규칙 제13조).

< 표 3 > 화장품 기재·표시 사항

	기재·표시 사항
화장품법 제10조	<ol style="list-style-type: none"> 1.제품의 명칭 2. 제조업자 또는 수입자의 상호 및 주소 3. 당해 화장품 제조에 사용된 모든 성분(인체에 무해한 소량함유 성분 등 보건복지가족부령으로 정하는 성분은 제외한다) 4. 내용물의 용량 또는 중량 5. 제조번호 및 제조연월일(식품의약품안전청이 지정·고시하는 화장품의 경우에는 제조연월일 대신 사용기한) 6. 가격 7. 기능성화장품의 경우 “기능성화장품”이라는 문자 8. 사용상의 주의사항
화장품법 시행규칙 제13조	<ol style="list-style-type: none"> 1. 성분명을 제품 명칭의 일부로 사용한 경우에는 그 성분명과 함량 (방향용 제품을 제외한다) 2. 기능성화장품의 경우에는 심사받는 효능·효과, 용법·용량 및 사용상 주의사항 3. 기능성화장품이 아닌 경우에는 별표 2에 따른 사용상 주의사항 4. 보건복지가족부장관이 정하는 바코드 5. 금박의 경우에는 그 함량 6. 샴푸와 린스에 들어 있는 인산염의 경우에는 그 함량 7. 과일산 성분을 10퍼센트 초과하여 함유하는 경우에는 그 함량 8. 수입화장품인 경우에는 제조국의 명칭·제조회사명 및 그 주소 9. 수입자와 수입화장품의 판매자가 다른 경우에는 판매자의 상호 및 그 주소

3. 화장품 전성분표시제

1) 국내 화장품 전성분표시제

화장품의 본래의 기능은 신체의 청결과 미화, 매력증진, 외모변화 등을 위하여 사용되는 것이나, 그 원료성분으로 다양한 화학물질이 사용되고 있고 소비자가 지속적으로 쓴다는 특성으로 인하여 사용과정에서 부작용이 나타날 가능성이 잠재되어 있는 제품이라 할 수 있다(김명희, 2009).

전성분표시제 도입 전 「화장품법」은 화장품의 용기 또는 포장에 보건복지가족부령이 정하는 성분만을 알기 쉬운 용어로 표시하도록 규정하고 있어, 화장품의 용기 등에 표시되지 아니한 성분으로 인해 알레르기 등 피해사례가 급증하였고, 최근 화장품에서 환경호르몬인 프탈레이트 성분이 검출되는 등 화장품에 신중 유해화학물질이 포함될 가능성이 제기되었다. 아울러, 화장품 사용에 대한 부작용 발생 시 화장품의 제조에 사용된 성분을 확인하고자 하는 경우에도 제조업자나 수입업자가 이를 확인시켜 주어야하는 규정이 전무하였기에 제품사용에 대한 소비자의 알권리가 보장되지 않았다. 이에 소비자 알권리를 보장하고 화장품 사용으로 인한 부작용 발생 시 원인규명을 쉽게 하고 신속히 대처할 수 있도록 하기 위하여 화장품 제조에 사용된 모든 성분을 화장품 용기 등에 기재하는 “화장품 전성분표시제도”가 도입되게 된 것이다(정재용, 2008).

이러한 “화장품 전성분표시제도”의 취지는 첫째, 소비자가 화장품의 성분을 파악할 수 있도록 하여 본인의 체질이나 기호에 맞는 화장품을 찾을 수 있도록 하고, 화장품 구매 시에 편리성을 도모하는 등 소비자의 알권리를 보장하는 것이며, 둘째, 부작용 발생 시 장해를 초래한 제품의 포장이나 용기를 병원

에 지참하면 피부과 전문의가 부작용의 원인규명을 쉽게 하고 신속히 대처할 수 있도록 하여 국민이 보건위생의 향상에 기여함이 주된 목적이라 할 수 있다. “화장품 전성분표시제도” 도입을 골자로 하는 「화장품법」 일부개정법률(안)은 2005년 화장품법 개정안 발의 내용에서 처음 언급된 후 2007년 10월 17일에 화장품법이 개정, 공포되었으며, 제조 및 수입업체의 포장재 교체 등 1년간의 유예기간을 거쳐 2008년 10월 18일 이후 출하(수입품은 수입신고)분부터 적용되었다. “화장품 전성분표시제”는 화장품 제조에 사용된 모든 성분을 용기 또는 포장 등에 한글로 표시하도록 하고 있다. 또한, 화장품 성분에 대하여 종전에는 타르색소(발암성 우려), 과일산(산성이 높아 피부 자극성), 배합한도 고시성분(보존제 등) 등 소비자 안전을 위해 특별히 관리 할 필요가 있는 일부 성분만을 기재토록 규정되어 있었으나, 법개정을 통해 개별 제품별로 제조에 사용된 성분 모두를 기재하게 되었다(정재용, 2008). 화장품 전성분 표시제의 주요내용은 <표 4>와 같다.

< 표 4 > 화장품 전성분표시 지침

조항	내 용
제1조 (목적)	이 지침은 화장품의 모든 성분 명칭을 용기 또는 포장에 표시하는 ‘화장품 전성분표시’의 대상 및 방법을 세부적으로 정함을 목적으로 한다.
제2조 (정의)	이 지침에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. 1. “전성분”이라 함은 제품표준서등 처방계획에 의해 투입·사용된 원료의 명칭으로서 혼합원료의 경우에는 그것을 구성하는 개별 성분의 명칭을 말한다.
제3조 (대상)	전성분표시는 모든 화장품을 대상으로 한다. 다만, 다음 각 호의 화장품으로서 전성분 정보를 즉시 제공할 수 있는 전화번호 또는 홈페이지주소를 대신 표시하거나, 전성분 정보를 기재한 책자 등을 매장에 비치한 경우에는 전성분표시 대상에서 제외할 수 있다. 1. 내용량이 50g 또는 50ml 이하인 제품 2. 판매를 목적으로 하지 않으며, 제품 선택 등을 위하여 사전에 소비자가 시험·사용하도록 제조 또는 수입된 제품

제4조 (성분의 명칭)	성분의 명칭은 제8조 규정에 의한 기관의 장이 발간하는 「화장품 성분 사전」에 따른다.
제5조 (글자크기)	전성분을 표시하는 글자의 크기는 5포인트 이상으로 한다.
제6조 (표시의 순서)	성분의 표시는 화장품에 사용된 함량 순으로 많은 것부터 기재한다. 다만, 혼합원료는 개개의 성분으로서 표시하고, 1% 이하로 사용된 성분, 착향제 및 착색제에 대해서는 순서에 상관없이 기재할 수 있다.
제7조 (표시생략 성분 등)	<ol style="list-style-type: none"> ① 메이크업용 제품, 눈화장용 제품, 염모용 제품 및 매니큐어용 제품에서 흡수별로 착색제가 다르게 사용된 경우 「± 또는 +/-」의 표시 뒤에 사용된 모든 착색제 성분을 공동으로 기재할 수 있다. ② 원료 자체에 이미 포함되어 있는 안정화제, 보존제 등으로 제품 중에서 그 효과가 발휘되는 것보다 적은 양으로 포함되어 있는 부수성분과 불순물은 표시하지 않을 수 있다. ③ 제조 과정 중 제거되어 최종 제품에 남아 있지 않는 성분을 표시하지 않을 수 있다. ④ 착향제는 「향료」로 표시할 수 있다. ⑤ 제4항 규정에도 불구하고 식품의약품안전청장은 착향제의 구성 성분 중 알레르기 유발 물질로 알려져 있는 별표의 성분이 함유되어 있는 경우에는 그 성분을 표시하도록 권장 할 수 있다. ⑥ pH 조절 목적으로 사용되는 성분은 그 성분을 표시하는 대신 중화반응의 생성물로 표시할 수 있다. ⑦ 표시할 경우 기업의 정당한 이익을 현저히 해할 우려가 있는 성분의 경우에는 그 사유의 타당성에 대하여 식품의약품안전청장의 사전 심사를 받은 경우에 한하여 「기타 성분」으로 기재할 수 있다.
제8조 (화장품 성분 사전 발간기관 등)	<ol style="list-style-type: none"> ① 제4조 규정에 의한 「화장품 성분 사전」의 발간 기관은 ‘대한화장품협회’로 한다. ② 발간기관의 장은 성분 명명법, 성분 추가 여부 및 발간방법 등에 대하여 화장품 제조업자 및 수입자 등의 의견을 수렴하고 식품의약품안전청장의 사전 검토를 받아 「화장품 성분 사전」을 발간 또는 개정한다.

화장품 전성분표시지침(2007), 식품의약품안전청, pp.1-3

2) 국외 화장품 전성분표시제

화장품 성분표시의 중요성을 일찍부터 인식해온 선진국들은 이미 화장품 전성분표시를 의무화하여 시행하고 있다. 화장품 전성분표시제는 미국에서 1977년부터 화장품의 성분에 대한 물질정보 제공을 목적으로 최초로 시작되었고, 유럽에서는 독일 피부과 의사들의 제안으로 1997년 EU 화장품지침 6차 개정 에 의해서 시행되었다. 일본의 경우 2001년 4월부터 화장품 규제 완화의 일환으로 화장품 원료관리제도의 Negative List(배합 금지 성분 리스트)체계 도입과 함께 사후관리 시스템으로 전환하면서 시작되었다(김영찬 외, 2004).

미국에서 화장품은 식품의약품안전청(FDA)이 관리·감독 하에 1977년 가장 먼저 전성분표시 실시와 타르색소의 안전성 평가를 시행하였고, 이는 세계적으로 큰 반향을 불러 일으켜 미국이 고안한 전성분표시의 기본골격은 현재에 이르기까지 세계기준으로서 각국에서 채용하고 있다. 화장품 성분에 대한 관리는 유럽에서와 같이 Positive 및 Negative List의 개념이 존재하지 않고, 다만 엄격하게 규제되거나 금지된 성분 15개가 있다. 성분목록은 농도가 1%이하인 성분을 제외하고 함유된 성분을 INCI (International Nomenclature of Cosmetic Ingredient, 국제화장품명명법)명으로 함유량이 큰 순으로 나열해야 한다. 그 다음, 농도가 1%이하인 성분을 순서 없이 나열하고 색 첨가제는 다른 성분들을 기재하고 난 다음에 순서에 상관없이 기재한다(정지훈, 2008).

유럽에서 화장품은 EU Cosmetic Directive(76/768/EEC)에 의해 관리·규제되고 있고, 화장품의 규제기관은 EU집행위원회이다. 유럽 화장품법(76/768/EEC)은 1976년 7월 27일 제정되어 현재까지 7번의 수정을 거쳐 일부 규정이 보완되었고 화장품에 사용가능한 성분의 목록을 규정하고 있는 Annex 부분이 31번 수정되는 과정을 거쳐 현재에 이르렀다(정지훈, 2008). 화장품 전성분표시

제는 1977년 EU 화장품지침 6차 개정에 의해 시행되었다. 성분목록은 2차 포장에 표기해야 하나 2차 포장이 없는 경우 1차 포장에 표시되어야 하며 첨가된 시점의 중량을 내림차순으로 표시하되 1% 이하 농도의 성분은 1% 이상 농도를 가진 성분 뒤에 순서 없이 나열 가능하다(황순욱, 2009).

일본에서는 약사법에 근거하여化妆품을 관리하며 化妆품의 규제기관은 일본 후생노동성 의약식품국에서 하고 있다. 化妆품 전성분표시제는 2001년 4월부터 化妆품 규제 완화의 일환으로 기존의 지정 성분을 폐기하고 유럽의 성분 관리 체계를 근거로 하여 배합금지성분목록, 배합한도 성분목록, 자외선차단제 사용가능 성분목록, 살균·보존제의 성분목록, 색소의 성분목록을 만들어 관리하고 있다(홍가영, 2009). 성분목록은 INCI (International Nomenclature of Cosmetic Ingredient, 국제화장품명명법)명으로 함유량이 큰 순으로 나열한 후, 그 다음 농도가 1%이하인 성분을 순서에 상관없이 나열하고, 색 첨가제는 다른 성분들을 기재하고 난 다음에 순서에 상관없이 기재한다. 化妆품 전성분명은 INCI 성분명에 준하여 일본어로 번역하여 기재하도록 되어있으며 성분 목록 작성에 관한 규정은 미국과 유럽의 규정과 유사하다(황순욱, 2009).

< 표 5 > 외국의 화장품 전성분표시제도 현황

구분	도입시기	표시언어	기재 예외
미국	1977년	영어 INCI	-제품의 공정과정에 사용되지만 제조공정에 따라 처리되는 산(중화되어 염으로 변화) -공정과정에서 기술적이거나 기능적인 효과를 위해 사용되지만, 표시성분과 동일한 구성물로 전환되고 구성물이 농도가 크게 증가하지 않는 성분
유럽	1997년	영어 INCI	-사용된 원료의 불순물 -최종 상품에는 존재하지 않지만 제조 시 사용되는 보조물질 -향수나 방향성 조성물의 용제나 캐리어에 쓰이는 규제 필요량만큼 사용하는 물질(향수 또는 아로마로 언급)
일본	2001년	일본어	-배합성분에 부수하는 성분(불순물포함)으로 제품 중 그 효과가 발휘되지 않는 소량 함유성분

정재용(2008), 화장품 전성분 표시제도 시행과 의의, 한국포장협회 통권제179호 pp.48-51

Ⅲ. 연구 방법

1. 연구대상

본 연구는 화장품 전성분표시제에 대한 성인 여성의 인식 및 인식에 영향을 미치는 요인을 알아보기 위하여, 수도권에 거주하는 20대에서 40대까지의 성인 여성으로 현재化妆품을 구매하여 사용하는 514명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 본 조사는 2011년 4월 6일부터 4월 19일까지 2주간에 걸쳐 실시하였으며, 그 중 503부가 회수되었고, 이 중 불충분한 답변 또는 응답하지 않은 문항이 있는 경우를 제외한 총 492부가 본 연구의 분석 자료로 사용되었다.

2. 연구도구

본 조사는 성인 여성의 화장품 전성분표시제에 대한 인식 및 관련 요인을 알아보고자 하는 것으로 연구의 목적을 달성하기 위한 설문지 측정내용을 <표 6>과 같이 조사대상자의 일반적인 특성 및 피부미용 지식, 피부관리 태도, 화장품 구매행위, 화장품 부작용 경험유무, 화장품 전성분표시제의 인식 및 만족에 관한 문항으로 구성되어 있다.

조사 대상자의 일반적 특성을 알아보기 위한 문항은 연령, 결혼유무, 직종, 학력, 월평균가계소득 등 총 5문항으로 구성하였다.

피부미용 지식에 대한 설문은 총 20문항으로 이지수(2004), 김명신(2007), 김

승아(2008), 정향숙(2010) 등의 연구에서 사용한 설문 문항을 참고하여 구성하였다. 정답일 경우 1점씩 획득하게 하여 총점에 따라 상, 중, 하로 그룹을 나누었다.

피부관리 태도에 관한 질문은 총 10문항으로, 이지수(2004), 김명신(2007), 박현진(2009), 정향숙(2010)의 연구에서 본 연구의 내용과 알맞은 설문 문항을 참고하여 구성하였다. 설문 문항을 “매우 그렇다”를 4점으로, “전혀 그렇지 않다”를 1점으로 하는 4점 Likert척도를 사용하여 점수를 환산하였고, 점수에 따라 상, 중, 하로 그룹을 나누었다.

화장품 구매행위에 관한 문항은 11문항으로 화장품 구입에 관련된 질문 등을 다양하게 구성하였다. 또한 화장품 부작용 경험유무와 증상 등 총 4문항 구성하였다.

화장품 전성분표시제와 관련한 문항은 총 17문항으로, 전성분표시제의 인식 및 확인여부 관련 8문항, 만족도 4문항, 필요성 및 요구도 5문항으로 구성하였다.

<표 6 > 설문지의 구성

	설문내용	문항
일반적인 특성	연령, 결혼여부, 직종, 학력, 월평균가계소득	5
피부관리 태도	피부관리를 위한 행동 및 관심도	10
피부미용 지식	여드름, 자외선, 피부노화, 스트레스, 피부타입, 향산화, 화장품, 클렌징, 딥클렌징 등	20
화장품 구매행태	화장품 사용여부, 화장품 구입, 관심도, 구입 장소, 월평균 화장품 구입 개수, 화장품 정보습득 경로, 구입 종류, 화장품 구입 시 중요 요인, 기제·표시사항 확인 여부 등	11
화장품 부작용 경험 여부	화장품 부작용 경험 여부, 부작용 증상, 부작용 대처법, 부작용 성분 인지	4
화장품 전성분표시제 인식 및 확인여부	전성분표시제 시행 인지, 인지 경로, 화장품 구매 시 전성분 확인 여부, 전성분 확인 정도, 확인 이유, 화장품 성분인지도, 성분 정보습득 경로, 전성분표시 확인하지 않는 이유	8
화장품 전성분표시제 만족도	화장품 전성분표시제의 시행 및 만족도, 화장품 선택에 도움 여부, 제도의 취지 부합성	4
화장품 전성분표시제 필요성 및 요구도	화장품 전성분표시제의 필요성, 전성분표시제의 홍보 필요성, 화장품 성분의 정보 제공 및 교육 필요성, 화장품 전성분표시제의 보완점 필요 여부, 화장품 전성분표시제의 요구사항	5
	총 문항수	67

3. 자료의 통계처리

본 연구를 수행하는데 있어서 회수된 자료 중 무성의한 반응을 보인 응답자는 통계처리에서 제외시켰으며 여기서 사용된 구체적인 실증분석방법은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적인 특성, 피부미용 지식, 피부관리 태도, 화장품 구매행위, 부작용 경험, 전성분표시제 인식도 및 만족도 등을 알아보기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

둘째, 성분확인 여부에 따른 피부 관리태도, 피부미용지식, 화장품성분표시제 만족도의 차이를 살펴보기 위하여 평균차이 검증인 T-test를 실시하였다.

셋째, 전성분 확인여부와 성분인지에 따른 화장품 구매행위에 대해 알아보기 위하여 카이스퀘어 검증(Chisquare test)을 실시하였다.

본 연구의 실증분석은 모두 유의수준 $p < .05$ 에서 검증하였으며, 통계처리는 SPSSWIN 12.0 프로그램을 사용하여 분석하였다.

IV. 연구 결과

1. 연구 대상자의 일반적인 특성

연구 대상자의 일반적 특성을 분석한 결과는 <표 7>과 같다. 연구 대상자의 연령은 30대 46.3%, 20대 29.1%, 40대 24.6% 순으로 높게 나타났으며, 결혼여부는 미혼 42.5%, 기혼 57.5%로 기혼이 더 많음을 알 수 있다.

직업의 경우 사무직이 33.9%로 가장 높았으며, 전업주부 23.4%, 생산/제조직 14.0%, 판매/서비스직 10.4%, 기타 8.7%, 자영업 3.9%, 학생 3.7%, 공무원 2.0% 순으로 나타났다.

학력은 대학교 재학 및 졸업이 37.8%로 가장 높았고, 고등학교 졸업 및 이하 30.1%, 전문대학 재학 및 졸업 29.3%, 대학원 재학 및 졸업 2.8%순으로 나타났다.

소득의 경우 300만원 이하 27.0%, 200만원 이하 24.0%, 400만원 이하 15.4%, 150만원 이하 15.0%, 500만원 이하 9.8%, 500만원 이상 8.7% 순으로 높게 나타났다.

< 표 7 > 연구대상자의 일반적 특성

(N=492)

		N	%
나이	20대	143	29.1
	30대	228	46.3
	40대	121	24.6
결혼	미혼	209	42.5
	기혼	283	57.5
직업	학생	18	3.7
	사무직	167	33.9
	판매/서비스직	51	10.4
	공무원	10	2.0
	생산/제조직	69	14.0
	전업주부	115	23.4
	자영업	19	3.9
	기타	43	8.7
학력	고등학교 졸업 및 이하	148	30.1
	전문대학 재학 및 졸업	144	29.3
	대학교 재학 및 졸업	186	37.8
	대학원 재학 및 졸업	14	2.8
소득	150만원 이하	74	15.0
	200만원 이하	118	24.0
	300만원 이하	133	27.0
	400만원 이하	76	15.4
	500만원 이하	48	9.8
	500만원 이상	43	8.7

2. 화장품 전성분표시제 인식도

1) 화장품 전성분표시제 시행 인지

화장품 전성분표시제가 시행되고 있는 것을 알고 있는지를 살펴보면 ‘예’ 26.6%, ‘아니오’ 73.4%로 모르고 있는 사람이 많음을 알 수 있다. 또한 화장품 전성분표시제 시행을 어떻게 알게 되었는지를 살펴보면 TV가 40.4%로 가장 높게 나타났으며, 인터넷이 23.7%, 주변 사람 12.2%, 신문, 잡지 9.2%, 기타 9.2%, 화장품 가게 5.3% 순으로 높게 나타났다.

< 표 8 > 화장품 전성분표시제 시행 인지 및 알게 된 경로

		N	%
시행 인지	예	131	26.6
	아니오	361	73.4
알게 된 경로 (N=131)	TV	53	40.4
	인터넷	31	23.7
	신문, 잡지	12	9.2
	주변 사람	16	12.2
	화장품 가게	7	5.3
	기타	12	9.2

(N=492)

일반적 특성에 따른 전성분표시제 시행 인지여부를 살펴보면 ‘예’라는 응답이 20대 23.8%, 30대 25.9%, 40대 31.4%로 40대가 가장 높게 나타났다. 결혼 여부에 따라 살펴보면 알고 있다는 응답이 기혼이 27.9%로 미혼보다 높게 나타났다. 직업의 경우 공무원 60.0%, 전업주부 30.4%, 판매/서비스직 27.5%순으로 높게 나타났다. 또한 학력에 따라 살펴보면 대학원 재학 및 졸업집단의

35.7%가 알고 있다는 응답하여 다른 집단보다 높게 나타났으며, 대학교 재학 및 졸업 28%, 고등학교 졸업 및 이하 27%, 전문대학 재학 및 졸업 23.6% 순으로 나타났다. 소득에 따라 살펴보면 400만원 이하 31.6%, 300만원 이하 27.8%순으로 높게 나타났음을 알 수 있다.

< 표 9 > 일반적 특성에 따른 전성분표시제 시행 인지 여부

		예		아니오		전체 N	$\chi^2(p)$
		N	%	N	%		
나이	20대	34	23.8	109	76.2	143	2.074 (.354)
	30대	59	25.9	169	74.1	228	
	40대	38	31.4	83	68.6	121	
결혼	미혼	52	24.9	157	75.1	209	.567 (.452)
	기혼	79	27.9	204	72.1	283	
직업	학생	2	11.1	16	88.9	18	10.727 (.151)
	사무직	41	24.6	126	75.4	167	
	판매/서비스직	14	27.5	37	72.5	51	
	공무원	6	60.0	4	40.0	10	
	생산/제조직	17	24.6	52	75.4	69	
	전업주부	35	30.4	80	69.6	115	
	자영업	3	15.8	16	84.2	19	
	기타	13	30.2	30	69.8	43	
학력	고등학교 졸업 및 이하	40	27.0	108	73.0	148	1.443 (.696)
	전문대학 재학 및 졸업	34	23.6	110	76.4	144	
	대학교 재학 및 졸업	52	28.0	134	72.0	186	
	대학원 재학 및 졸업	5	35.7	9	64.3	14	
소득	150만원 이하	19	25.7	55	74.3	74	1.761 (.881)
	200만원 이하	30	25.4	88	74.6	118	
	300만원 이하	37	27.8	96	72.2	133	
	400만원 이하	24	31.6	52	68.4	76	
	500만원 이하	11	22.9	37	77.1	48	
	500만원 이상	10	23.3	33	76.7	43	
전 체		131	26.6	361	73.4	492	

2) 화장품 구매 시 전성분표시 확인 여부

화장품 구매 시 전성분표시 확인 여부를 살펴보면 ‘예’ 20.7%, ‘아니오’ 79.3%로 대부분이 확인하지 않음을 알 수 있다.

성분확인 정도의 경우 ‘전체적으로 대강 살펴본다’가 25.5%로 가장 많았으며, ‘추출물 등 기능성 성분들을 확인한다’ 24.5%, ‘주요 성분들을 확인한다’ 22.5% 순으로 높게 나타났다. ‘유해한 화학성분의 유무 확인(14.7%)’, ‘모든 성분을 꼼꼼히 확인(5.9%)’, ‘전성분표시가 있는지만 확인(4.9%)’, ‘알리지 성분 유무 확인(2.0%)’로 나타났다.

또한 전체 성분표시를 확인하는 이유는 ‘제품의 기능을 발휘하는 성분을 확인하기 위해서’ 48.0%로 가장 높게 나타났다. ‘유해성분을 확인하기 위해서(22.5%)’, ‘그냥 화장품에 기재되어있기 때문에(13.7%)’, ‘알러지를 일으키는 성분을 확인하기 위해(11.8%)’, ‘광고하는 성분의 포함 유무 확인(3.9%)’ 순으로 나타났다.

화장품에 기재된 전체 성분에 대해 얼마나 알고 있는지를 살펴보면 ‘보통이다’ 52.9%, ‘잘 모른다+전혀 모른다’ 34.4%, ‘대체로 알고 있다’ 12.7%순으로 나타났다.

화장품 성분의 정보의 출처의 경우 화장품 판매처 직원이 31.4%로 가장 높게 나타났으며, 인터넷 포털 검색이 30.4%로 다음으로 높게 나타났다.

전체 성분표시를 확인하지 않는 이유를 살펴보면 ‘표시된 성분을 잘 몰라서’ 50.0%로 가장 높았으며, ‘기존에 사용하던 제품을 재구매하기 때문’ 16.4%, ‘성분자체에 관심이 별로 없어서’ 13.8%, ‘판매직원이 주요 성분을 설명해 주기 때문에’ 13.8% 순으로 높게 나타났다.

< 표 10 > 화장품 구매 시 전성분표시 확인 사항

		N	%
성분 확인 여부 (N=492)	예	102	20.7
	아니오	390	79.3
성분 확인 정도 (N=102)	모든 성분을 꼼꼼히 확인	6	5.9
	주요성분들을 확인	23	22.5
	추출물 등 기능성 성분들을 확인	25	24.5
	유해한 화학성분의 유무를 확인	15	14.7
	본인의 피부 알러지 반응을 일으키는 성분의 유무를 확인	2	2.0
	전체적으로 대강 살펴본다	26	25.5
	전체 성분표시가 되어있는지 정도만 확인	5	4.9
성분 확인 이유 (N=102)	제품의 기능을 발휘하는 성분을 확인하기 위해서	49	48.0
	유해성분을 확인하기 위해서	23	22.5
	알러지를 일으키는 성분을 확인하기 위해	12	11.8
	광고하는 성분의 포함 유무를 확인하기 위해	4	3.9
	그냥 화장품에 기재되어있기 때문에	14	13.7
성분 인지 (N=102)	대체로 알고 있다	13	12.7
	보통이다	54	52.9
	잘 모른다	33	32.4
성분 정보 출처 (N=102)	전혀 모른다	2	2.0
	화장품 판매처 직원	32	31.4
	인터넷 포털 검색	31	30.4
	화장품 회사 홈페이지	3	2.9
	화장품 관련 서적 및 잡지	18	17.6
성분을 확인하지 않는 이유 (N=390)	친구, 가족, 동료 등 지인을 통해서	18	17.6
	표시된 성분을 잘 몰라서	195	50.0
	성분자체에 관심이 별로 없어서	54	13.8
	글씨가 너무 작아서	14	3.6
	판매직원이 주요 성분을 설명해주기 때문에	54	13.8
	기존에 사용하던 제품을 재구매하기 때문에	64	16.4
	표시된 성분을 별로 신뢰하지 않기 때문에	9	2.3

일반적 특성에 따른 화장품 구매 시 전체 성분표시확인 여부를 살펴보면 30대의 22.8%가 확인한다고 응답하여 다른 연령대보다 높게 나타났다. 결혼여부에 따라 살펴보면 미혼 16.7%, 기혼 23.7%가 확인한다고 응답하여 기혼이 미혼보다 높게 나타났다. 또한 직업에 따라 살펴보면 공무원 40.0%, 판매/서비스직 33.3%, 자영업 26.3%순으로 확인한다는 응답이 높았으며, 그 차이가 통계적으로 유의하였다($p < .01$). 따라서 공무원이 다른 직업군보다 화장품 구매 시 전체 성분표시를 더 많이 확인함을 알 수 있다.

학력에 따라 살펴보면 '예'라는 응답이 대학원 재학 및 졸업이 42.9%로 가장 높았으며, 대학교 재학 및 졸업이 22.0%로 다음으로 높게 나타났다. 또한 소득에 따라 살펴보면 500만원 이하의 29.2%가 확인한다고 응답하여 가장 높았으며, 500만원 이상이 25.6%로 다음으로 높게 나타났다.

< 표 11 > 일반적 특성에 따른 화장품 구매 시 전성분표시 확인 여부

		예		아니오		전체 N	X ² (p)
		N	%	N	%		
나이	20대	25	17.5	118	82.5	143	1.517 (.468)
	30대	52	22.8	176	77.2	228	
	40대	25	20.7	96	79.3	121	
결혼	미혼	35	16.7	174	83.3	209	3.512 (.061)
	기혼	67	23.7	216	76.3	283	
직업	학생	1	5.6	17	94.4	18	20.195 ** (.005)
	사무직	29	17.4	138	82.6	167	
	판매/서비스직	17	33.3	34	66.7	51	
	공무원	4	40.0	6	60.0	10	
	생산/제조직	6	8.7	63	91.3	69	
	전업주부	27	23.5	88	76.5	115	
	자영업	5	26.3	14	73.7	19	
	기타	13	30.2	30	69.8	43	
학력	고등학교 졸업 및 이하	28	18.9	120	81.1	148	5.005 (.171)
	전문대학 재학 및 졸업	27	18.8	117	81.3	144	
	대학교 재학 및 졸업	41	22.0	145	78.0	186	
	대학원 재학 및 졸업	6	42.9	8	57.1	14	
소득	150만원 이하	13	17.6	61	82.4	74	4.269 (.511)
	200만원 이하	26	22.0	92	78.0	118	
	300만원 이하	23	17.3	110	82.7	133	
	400만원 이하	15	19.7	61	80.3	76	
	500만원 이하	14	29.2	34	70.8	48	
	500만원 이상	11	25.6	32	74.4	43	
전 체		102	20.7	390	79.3	492	

**p<.01

3) 화장품 전성분표시제 인지에 따른 전성분표시 확인 여부

화장품 전성분표시제도 시행인지에 따른 화장품 구매 시 성분확인 여부를 살펴보면 화장품 전성분표시제도의 시행을 알고 있는 응답자의 38.2%가 화장품 구매 시 성분확인을 한다고 응답하여, 시행을 모르는 응답자의 성분확인 정도(14.4%)보다 높게 나타났으며 그 차이가 통계적으로 유의하였다($p < .001$). 따라서 전성분제도의 시행을 알고 있는 집단이 모르는 집단보다 화장품 구매 시 전성분을 더 많이 확인함을 알 수 있다.

< 표 12 > 화장품 전성분표시제 인지에 따른 전성분표시 확인 여부

		화장품 구매 시 성분확인				전체	$\chi^2(p)$
		예		아니오			
		N	%	N	%		
전성분제도 시행인지	예	50	38.2	81	61.8	131	33.029*** (.000)
	아니오	52	14.4	309	85.6	361	
전체		102	20.7	390	79.3	492	

*** $p < .001$

3. 연구 대상자의 화장품 전성분표시 확인과 관련 요인 연구

1) 피부미용 지식도

(1) 피부미용 지식

연구 대상자의 피부미용 지식도의 조사결과는 다음 <표 13>과 같다. 피부미용지식 문항에 대한 정답률을 살펴보면 ‘두 가지 이상의 피부타입을 가지고 있는 것을 복합성 피부라 한다’의 경우 정답 98.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘자외선에 피부가 과도하게 노출되면 피부 노화 현상이 촉진 된다(박현진, 2009)’ 97.6% ‘수면부족은 피부건조화 및 탄력저하 현상을 초래한다(김승아, 2008)’ 96.7%로 대부분이 정답을 맞추었음을 알 수 있다. 또한 ‘흐린 날에는 자외선차단제를 안 발라도 된다(김명신, 2007)’ 93.7%, ‘클렌징 제품은 세정력이 강할수록 피부건강에 좋다’ 92.1%, ‘계절에 따라 피부에 변화가 생긴다(김승아, 2008)’ 91.7%로 정답률이 90%이상으로 응답자의 대부분이 정답을 맞추었다.

반면 ‘딤클렌징은 표피층에 누적된 피지를 제거하는 것을 말한다(김명신, 2007)’의 경우 정답률이 40.4%로 가장 낮았으며, ‘여드름이 있는 경우 유분기가 없는 화장품을 사용해도 괜찮다(김승아, 2008)’ 59.8%, ‘SPF와 PA는 둘 다 자외선 차단지수를 말한다(박현진, 2009)’ 64%로 정답률이 다른 문항에 비해 비교적 낮게 나타났다.

< 표13 > 피부미용 지식

문 항	오답	정답
	N(%)	N(%)
여드름이 있는 경우 유분기가 없는 화장품을 사용해도 괜찮다(o)	198(40.2)	294(59.8)
자외선에 피부가 과도하게 노출되면 피부노화 현상이 촉진된다(o)	12(2.4)	480(97.6)
정상 피부란 PH 4.5~6 사이인 약산성 상태를 말한다(o)	129(26.2)	363(73.8)
계절에 따라 피부에 변화가 생긴다(o)	41(8.3)	451(91.7)
스트레스는 여드름의 원인이 된다(o)	56(11.4)	436(88.6)
자극적인 음식은 피지분비를 촉진시킨다(o)	66(13.4)	426(86.6)
두 가지 이상의 피부타입을 가지고 있는 것을 복합성 피부라 한다(o)	10(2.0)	482(98.0)
비타민E는 항산화기능이 있어 피부노화를 예방해 준다(o)	51(10.4)	441(89.6)
수면부족은 피부건조화 및 탄력저하 현상을 초래한다(o)	16(3.3)	476(96.7)
피부노화는 25세 전후부터 시작된다(o)	158(32.1)	334(67.9)
SPF와 PA는 둘 다 자외선 차단지수를 말한다(o)	177(36.0)	315(64.0)
피부타입에 관계없이 각질제거는 자주 할수록 피부에 좋다(x)	65(13.2)	427(86.8)
여성의 피부는 20대 때 피부타입이 결정되어 유지된다(x)	103(20.9)	389(79.1)
베이비 화장품은 순해서 성인에게도 좋다(x)	92(18.7)	400(81.3)
딥클렌징은 표피층에 누적된 피지를 제거하는 것을 말한다(x)	293(59.6)	199(40.4)
건성피부에는 알코올 함량이 많은 화장수를 사용한다(x)	62(12.6)	430(87.4)
흐린 날에는 자외선차단제를 안 발라도 된다(x)	31(6.3)	461(93.7)
건강한 피부를 위해서는 야채나 과일 등 알칼리성 식품을 섭취하는 것이 좋다(o)	70(14.2)	422(85.8)
클렌징 제품은 세정력이 강할수록 피부건강에 좋다(x)	39(7.9)	453(92.1)
아이크림은 기능성 화장품에 속한다(o)	62(12.6)	430(87.4)

설문지를 조사한 결과 정답인 경우 1점으로, 오답인 경우 0점으로 계산하여 총 20점을 만점으로 하여 점수를 계산하여 피부미용 지식도에 따라 그룹을 상, 중, 하로 나누었다. 그 결과 <표 14>와 같이 전체 응답자 492명 중 상위

30%는 172명(35.0%), 중위 40%는 191명(38.8%), 하위 30%는 129명(26.2%)로 나누어 졌다.

그룹을 나누는 전체 기준은 평균 16.5점을 기준으로 하였다. 상 그룹의 피부 미용지식 점수는 18.5점, 중 그룹의 평균 점수는 16.6점, 하 그룹의 평균은 13.6점으로 나타났다.

< 표 14 > 피부미용 지식도 그룹

	N	%	Mean±SD
상	172	35.0	18.5±0.7
중	191	38.8	16.6±0.5
하	129	26.2	13.6±2.0
전체	492	100.0	16.5±2.2

일반적 특성에 따른 피부미용 지식정도를 살펴보면 ‘중’ 38.8%, ‘상’ 35.0%, ‘하’ 26.2% 순으로 높게 나타났다. 연령에 따라 살펴보면 20대, 30대의 경우 ‘중’이 높게 나타났으며, 40대의 경우 ‘상’이 39.7%로 높게 나타났다. 결혼여부에 따라 살펴보면 미혼은 ‘중’ 39.2%로 높았으며, 기혼의 경우 ‘하’ 27.2%로 미혼보다 높게 나타났다. 또한 직업에 따라 살펴보면 공무원의 경우 ‘하’가 60.0%로 가장 높게 나타났으며, ‘상’의 경우 자영업의 57.9%가 속하여 높게 나타났으며 그 차이가 통계적으로 유의하였다($p<.05$).

학력에 따라 살펴보면 대학원 재학 및 졸업, 대학교 재학 및 졸업의 경우 ‘상’이 가장 높게 나타났으며, 고등학교 졸업 및 이하, 전문대학 재학 및 졸업에서는 ‘중’에 속하는 사람들이 가장 높게 나타났으며, 그 차이가 통계적으로 유의하였다($p<.01$). 또한 소득에 따라 살펴보면 150만원 이하의 경우 ‘하’ 36.5%로 가장 높았으며, ‘상’의 경우 500만원 이상이 46.5%로 가장 높았다.

< 표 15 > 일반적 특성에 따른 피부미용 지식

		상		중		하		전체	X ² (p)
		N	%	N	%	N	%	N	
나이	20대	48	33.6	55	38.5	40	28.0	143	2.023 (.731)
	30대	76	33.3	90	39.5	62	27.2	228	
	40대	48	39.7	46	38.0	27	22.3	121	
결혼	미혼	75	35.9	82	39.2	52	24.9	209	.354
	기혼	97	34.3	109	38.5	77	27.2	283	(.838)
직업	학생	6	33.3	6	33.3	6	33.3	18	26.803* (.020)
	사무직	68	40.7	58	34.7	41	24.6	167	
	판매/서비스직	20	39.2	21	41.2	10	19.6	51	
	공무원	3	30.0	1	10.0	6	60.0	10	
	생산/제조직	14	20.3	30	43.5	25	36.2	69	
	전업주부	35	30.4	53	46.1	27	23.5	115	
	자영업	11	57.9	3	15.8	5	26.3	19	
	기타	15	34.9	19	44.2	9	20.9	43	
학력	고등학교 졸업 및 이하	35	23.6	60	40.5	53	35.8	148	21.214** (.002)
	전문대학 재학 및 졸업	50	34.7	58	40.3	36	25.0	144	
	대학교 재학 및 졸업	78	41.9	70	37.6	38	20.4	186	
	대학원 재학 및 졸업	9	64.3	3	21.4	2	14.3	14	
소득	150만원 이하	23	31.1	24	32.4	27	36.5	74	10.247 (.419)
	200만원 이하	41	34.7	47	39.8	30	25.4	118	
	300만원 이하	47	35.3	51	38.3	35	26.3	133	
	400만원 이하	22	28.9	34	44.7	20	26.3	76	
	500만원 이하	19	39.6	18	37.5	11	22.9	48	
	500만원 이상	20	46.5	17	39.5	6	14.0	43	

*p<.05 **p<.01

(2) 피부미용 지식과 화장품 전성분표시 확인 여부

화장품 성분 확인 여부에 따른 피부미용지식을 살펴보면 <표 16>과 같다. 문항별 정답률은 모든 문항에서 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

< 표 16 > 전성분표시 확인 여부에 따른 피부미용 지식 (O=정답, X=오답)

문항	성분 확인		전체	t
	예	아니오		
	N=102 N(%)	N=390 N(%)		
여드름이 있는 경우 유분기가 없는 화장품을 사용해도 괜찮다	O 66(64.7)	228(58.5)	294(59.8)	1.311
	X 36(35.3)	162(41.5)	198(40.2)	
자외선에 피부가 과도하게 노출되면 피부 노화 현상이 촉진된다	O 99(97.1)	381(97.7)	480(97.6)	.136
	X 3(2.9)	9(2.3)	12(2.4)	
정상 피부란 pH 4.5~6 사이인 약산성 상태를 말한다	O 74(72.5)	289(74.1)	363(73.8)	.101
	X 28(27.5)	101(25.9)	129(26.2)	
계절에 따라 피부에 변화가 생긴다	O 97(95.1)	354(90.8)	451(91.7)	1.983
	X 5(4.9)	36(9.2)	41(8.3)	
스트레스는 여드름의 원인이 된다	O 88(86.3)	348(89.2)	436(88.6)	.701
	X 14(13.7)	42(10.8)	56(11.4)	
자극적인 음식은 피지분비를 촉진시킨다	O 89(87.3)	337(86.4)	426(86.6)	.050
	X 13(12.7)	53(13.6)	66(13.4)	
두가지 이상의 피부타입을 가지고 있는것을 복합성 피부라 한다	O 102(100)	380(97.4)	482(98.0)	2.670
	X 0(0)	10(2.6)	10(2.0)	
비타민E는 항산화기능이 있어 피부노화를 예방해 준다	O 91(89.2)	350(89.7)	441(89.6)	.024
	X 11(10.8)	40(10.3)	51(10.4)	
수면부족은 피부건조화 및 탄력저하 현상을 초래한다	O 101(99)	375(96.2)	476(96.7)	2.110
	X 1(1.0)	15(3.8)	16(3.3)	
피부노화는 25세 전후부터 시작된다	O 64(62.7)	270(69.2)	334(67.9)	1.560
	X 38(37.3)	120(30.8)	158(32.1)	
SPF와 PA는 둘 다 자외선 차단 지수를 말한다	O 62(60.8)	253(64.9)	315(64.0)	.586
	X 40(39.2)	137(35.1)	177(36.0)	
피부타입에 관계없이 각지제거는 자주 할수록 피부에 좋다	O 87(85.3)	340(87.2)	427(86.8)	.251
	X 15(14.7)	50(12.8)	65(13.2)	
여성의 피부는 20대 때 피부타입	O 80(78.4)	309(79.2)	389(79.1)	.031

이 결정되어 유지된다	X	22(21.6)	81(20.8)	103(20.9)	
베이비 화장품은 순해서 성인에 게도 좋다	O	79(77.5)	321(82.3)	400(81.3)	1.254
딥클렌징은 표피층에 누적된 피 지를 제거하는 것을 말한다	X	23(22.5)	69(17.7)	92(18.7)	.544
건성피부에는 알코올 함량이 많 은 화장수를 사용한다	O	38(37.3)	161(41.3)	199(40.4)	.517
호린날에는 자외선차단제를 안 발라도 된다	X	87(85.3)	343(87.9)	430(87.4)	.426
건강한 피부를 위해서는 야채나 과일 등 알칼리성 식품을 섭취하 는 것이 좋다	O	5(4.9)	26(6.7)	31(6.3)	1.233
클렌징 제품은 세정력이 강할수 록 피부건강에 좋다	X	18(17.6)	52(13.3)	70(14.2)	.001
아이크림은 기능성 화장품에 속 한다	O	94(92.2)	359(92.1)	453(92.1)	.082
	X	8(7.8)	31(7.9)	39(7.9)	
	O	90(88.2)	340(87.2)	430(87.4)	
	X	12(11.8)	50(12.8)	62(12.6)	

2) 피부관리 태도

(1) 피부관리 태도

연구 대상자의 피부관리 태도는 <표 17>과 같이 10문항을 “매우 그렇다” 4점, “그렇다” 3점, “그렇지 않다” 2점, “전혀 그렇지 않다”를 1점으로 하는 4점 Likert척도를 사용하여 총 40점 만점으로 하여 획득한 점수를 환산하였다.

< 표 17 > 피부관리 태도 N(%)

문항	매우 그렇다	그렇다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
피부관리에 관심이 많다	143 (29.1)	294 (59.8)	52 (10.6)	3 (.6)
피부관리를 하는 것은 피부노화예방을 위해 효과가 있다고 생각한다.	190 (38.6)	292 (59.3)	8 (1.6)	2 (.4)
자외선은 피부에 해로우므로 외출 시 자외선차단제를 반드시 사용한다	199 (40.4)	217 (44.1)	58 (11.8)	18 (3.7)
흡연, 음주는 피부건강에 유해하므로 삼가는 것이 좋다	161 (32.7)	296 (60.2)	29 (5.9)	6 (1.2)
계절에 맞는 과일이나 채소를 충분히 섭취하여 건강한 피부에 필요한 영양분을 섭취한다	94 (19.1)	247 (50.2)	145 (29.5)	6 (1.2)
혈액순환과 피부미용을 위해 마사지를 주기적으로 한다	42 (8.5)	128 (26.0)	270 (54.9)	52 (10.6)
화장품은 피부타입에 맞게 선택해야 한다고 생각한다	174 (35.4)	301 (61.2)	17 (3.5)	0 (.0)
사용하지 않는 오래된 화장품은 버린다	100 (20.3)	303 (61.6)	87 (17.7)	2 (.4)
피부건강을 위해 규칙적인 취침과 기상을 통해 충분한 수면을 취한다	39 (7.9)	174 (35.4)	246 (50.0)	33 (6.7)
계절에 따라 피부관리 방법이 다르다	30 (6.1)	152 (30.9)	283 (57.5)	27 (5.5)

(N=492)

4점 Likert척도에 따라 점수를 환산하여 피부관리 태도 그룹을 상, 중, 하로 나누는 결과 <표 18> 과 같이 전체 응답자 492명 중 상위 30%는 146명(29.7%), 중위 40%는 184명(37.4%), 하위 30%는 162명(32.9%)로 나누어 졌다. 그룹을 나누는 전체 기준은 평균 29.3점을 기준으로 하였다. 상 그룹의 피부관리 태도 점수는 33.8점, 중 그룹의 평균 점수는 29.2점, 하 그룹의 평균은 25.4점으로 전체적으로 피부관리 태도 점수가 높게 나타났다.

< 표 18 > 피부관리 태도 그룹

	N	%	Mean±SD
상	146	29.7	33.8±1.9
중	184	37.4	29.2±1.1
하	162	32.9	25.4±1.7
전체	492	100.0	29.3±3.7

일반적 특성에 따른 피부관리 태도를 살펴보면 ‘중’이 37.4%로 가장 높게 나타났다으며, ‘하’가 32.9%로 다음으로 높게 나타났다. 연령에 따라 살펴보면 20대, 30대의 경우 ‘중’이 높게 나타났으며, 40대의 경우 ‘하’가 34.7%로 높게 나타났다. 결혼여부에 따라 살펴보면 미혼은 ‘중’이 40.2%로 높게 나타났으며, 기혼의 경우 ‘하’가 35.0%로 미혼보다 높게 나타났다. 또한 직업에 따라 살펴보면 사무직의 경우 ‘하’가 37.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘상’의 경우 자영업이 52.6%로 가장 높게 나타났다.

학력에 따라 살펴보면 대학원 재학 및 졸업의 경우 ‘하’가 42.9%로 가장 높게 나타났으며, 전문대학 재학 및 졸업 이하에서는 ‘중’이 높게 나타났다. 또한 소득의 경우 400만원 이하일 경우에 ‘하’가 39.5%가 가장 높았으며, 상의 경우 500만원 이상이 37.2%로 높게 나타났음을 알 수 있다.

< 표 19 > 일반적 특성에 따른 피부관리 태도

		상		중		하		전체	$\chi^2(p)$
		N	%	N	%	N	%	N	
나이	20대	41	28.7	58	40.6	44	30.8	143	1.290 (.863)
	30대	67	29.4	85	37.3	76	33.3	228	
	40대	38	31.4	41	33.9	42	34.7	121	
결혼	미혼	62	29.7	84	40.2	63	30.1	209	1.613
	기혼	84	29.7	100	35.3	99	35.0	283	(.446)
직업	학생	6	33.3	6	33.3	6	33.3	18	16.310 (.295)
	사무직	46	27.5	59	35.3	62	37.1	167	
	판매/서비스직	18	35.3	17	33.3	16	31.4	51	
	공무원	5	50.0	5	50.0	0	.0	10	
	생산/제조직	20	29.0	26	37.7	23	33.3	69	
	전업주부	31	27.0	45	39.1	39	33.9	115	
	자영업	10	52.6	4	21.1	5	26.3	19	
	기타	10	23.3	22	51.2	11	25.6	43	
학력	고등학교 졸업 및 이하	42	28.4	53	35.8	53	35.8	148	2.683 (.847)
	전문대학 재학 및 졸업	42	29.2	57	39.6	45	31.3	144	
	대학교 재학 및 졸업	57	30.6	71	38.2	58	31.2	186	
	대학원 재학 및 졸업	5	35.7	3	21.4	6	42.9	14	
소득	150만원 이하	18	24.3	36	48.6	20	27.0	74	9.663 (.471)
	200만원 이하	32	27.1	48	40.7	38	32.2	118	
	300만원 이하	44	33.1	44	33.1	45	33.8	133	
	400만원 이하	19	25.0	27	35.5	30	39.5	76	
	500만원 이하	17	35.4	15	31.3	16	33.3	48	
	500만원 이상	16	37.2	14	32.6	13	30.2	43	

(2) 피부관리 태도와 화장품 전성분표시 확인 여부

성분확인 여부에 따른 피부 관리태도를 살펴보면 ‘혈액순환과 피부미용을 위해 마사지를 주기적으로 한다’, ‘사용하지 않는 오래된 화장품은 버린다’는 문항에서 성분확인 여부에 따라 유의한 차이가 나타났다. ‘혈액순환과 피부미용을 위해 마사지를 주기적으로 한다’의 경우 예 2.51, 아니오 2.28로 성분확인 집단이 미확인집단보다 높게 나타났으며 그 차이가 통계적으로 유의하였다 ($p < .01$). 또한 ‘사용하지 않는 오래된 화장품은 버린다’의 경우 예 3.14, 아니오 2.99로 성분확인 집단이 미확인집단보다 높게 나타났으며 그 차이가 유의하였다 ($p < .05$). 그 외의 피부 관리태도 문항의 경우 모두 성분확인 집단이 미확인 집단보다 높게 나타났으나 그 차이가 유의하지 않음을 알 수 있다.

< 표 20 > 피부관리 태도와 화장품 전성분표시 확인 여부

문항	성분확인				t	유의 확률
	예		아니오			
	평균	표준 편차	평균	표준 편차		
피부관리에 관심이 많다	3.27	.583	3.15	.635	1.849	.065
피부관리를 하는 것은 피부노화예방을 위해 효과가 있다고 생각한다.	3.41	.586	3.35	.523	1.056	.292
자외선은 피부에 해로우므로 외출 시 자외선차단제를 반드시 사용한다	3.32	.786	3.18	.790	1.583	.114
흡연, 음주는 피부건강에 유해하므로 삼가는 것이 좋다	3.29	.639	3.23	.607	.929	.354
계절에 맞는 과일이나 채소를 충분히 섭취하여 건강한 피부에 필요한 영양분을 섭취한다	2.99	.751	2.84	.710	1.866	.063
혈액순환과 피부미용을 위해 마사지를 주기적으로 한다	2.51	.767	2.28	.772	2.751 **	.007
화장품은 피부타입에 맞게 선택해야 한다고 생각한다	3.39	.548	3.30	.532	1.549	.122
사용하지 않는 오래된 화장품은 버린다	3.14	.614	2.99	.631	2.150 *	.032
피부건강을 위해 규칙적인 취침과 기상을 통해 충분한 수면을 취한다	2.50	.793	2.43	.720	.846	.398
계절에 따라 피부관리 방법이 다르다	2.47	.713	2.35	.674	1.572	.117
전체	102		390			

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

(3) 피부미용 지식에 따른 피부관리 태도 차이

피부관리 태도를 살펴보면 하 32.9%, 중37.4%, 상29.4%로 중이 가장 높게 나타났다. 피부미용 지식별로 살펴보면 피부미용 지식이 낮은 경우 피부관리 태도가 하에 속하는 사람이 38.8%로 가장 높게 나타났으며, 피부미용 지식이 중·상에 속하는 경우에는 피부관리 태도가 중에 속하는 사람이 가장 많은 것으로 나타났다.

< 표 21 > 피부미용 지식에 따른 피부관리 태도 차이

		피부관리 태도						전체 N	$\chi^2(p)$
		상		중		하			
		N	%	N	%	N	%		
피부미용 지식	상	54	31.4	67	39.0	51	29.7	172	3.519 (.475)
	중	60	31.4	70	36.6	61	31.9	191	
	하	32	24.8	47	36.4	50	38.8	129	
전체		146	29.7	184	37.4	162	32.9	492	

(4) 피부미용 지식, 피부관리 태도와 화장품 전성분표시 확인 여부

성분확인 여부에 따른 피부 관리태도를 살펴보면 예 30.30, 아니오 29.05로 확인집단이 미확인 집단보다 피부 관리태도가 높게 나타났으며 그 차이가 통계적으로 유의하였다($p < .01$). 피부미용지식의 경우 미확인집단이 16.50으로 확인집단보다 높게 나타났으나 그 차이가 유의하지 않음을 알 수 있다.

< 표 22 > 피부미용 지식, 피부관리 태도에 따른 성분확인 여부

문항	성분확인				t	유의확률
	예		아니오			
	평균	표준편차	평균	표준편차		
피부미용지식	16.36	2.294	16.50	2.191	-.547	.584
피부관리태도	30.30	3.817	29.05	3.616	3.079 **	.002
N	102		390			

** $p < .01$

3) 화장품 구매 행위

(1) 연구 대상자의 화장품 구매 행위

화장품 구매 행위를 살펴보면 먼저 화장품 사용여부의 경우 '예' 99.2%로 높게 나타났으며, 화장품 구입경험이 있는 경우 '예' 95.7%로 높게 나타났다. 화장품 관심도의 경우 '매우 많다' 13.0%, '많다' 38.8%로 긍정의 대답이 '별로 없다' 6.1%, '전혀 없다' 0.8%보다 많아 화장품 관심도가 높음을 알 수 있으며, 월평균 화장품 구입개수의 경우 1개 이하 52.0%, 2~3개 42.5%순으로 높게 나타났다. 그리고 주로 화장품을 구입하는 장소를 살펴보면 화장품 전문점 및 브랜드숍이 35.0%로 가장 높게 나타났으며, 제품에 대한 정보를 습득하는 방법의 경우 친구나 가족 등 주변 사람 43.3%, 판매직원 17.7%순으로 높게 나타났다. 화장품 구입종류를 살펴보면 기초 화장품이 가장 높게 나타났으며, 기능성화장품이 각각 39.4%로 다음으로 높게 나타났다. 화장품 구입 시 중요요인을 살펴보면 기능 및 효과가 48.0%로 가장 높게 나타났으며, 품질 30.1%, 가격과 브랜드 이미지가 9.8%로 다음으로 높게 나타났음을 알 수 있다.

< 표 23 > 화장품 구매행위

(N=492)

		N	%
화장품 사용	예	488	99.2
	아니오	4	.8
화장품 구입	예	471	95.7
	아니오	21	4.3
화장품 관심도	매우 많다	64	13.0
	많다	191	38.8
	보통이다	203	41.3
	별로 없다	30	6.1
	전혀 없다	4	.8
화장품 구입개수	1개 이하	256	52.0
	2~3개	209	42.5
	4~5개	18	3.7
	6개 이상	9	1.8
구입 장소	화장품 전문점 및 브랜드숍	172	35.0
	백화점	137	27.8
	대형 할인마트	30	6.1
	인터넷 쇼핑몰	76	15.4
	방문판매	48	9.8
	홈쇼핑	12	2.4
	병원 및 약국	17	3.5
정보습득 방법	tv 등의 광고	71	14.4
	인터넷을 통한 정보	85	17.3
	잡지 광고	36	7.3
	친구나 가족 등 주변 사람	213	43.3
구입종류 (복수응답)	판매직원	87	17.7
	기초 화장품	457	46.5
	기능성 화장품	387	39.4
	색조 화장품	112	11.4
구입 시 중요요인	바디 및 두발 화장품	25	2.5
	가격	48	9.8
	품질	148	30.1
	브랜드 이미지	48	9.8
	디자인 및 용기	6	1.2
	기능 및 효과	236	48.0
	용량	3	.6
향	3	.6	

(2) 화장품 구매행위와 전성분표시 확인 여부

전성분 확인여부에 따른 화장품 구매행위를 살펴보면 먼저 화장품 사용여부의 경우 확인군 99.0%, 미확인군 99.2%가 화장품을 사용한다고 응답하여 유의한 차이가 나타나지 않았다. 1년 이내 화장품 구입경험의 경우에도 확인군 96.1%, 미확인군 95.6%가 구입경험이 있다고 응답하여 확인여부에 따른 유의한 차이가 없음을 알 수 있다. 관심도를 살펴보면 긍정(매우 많다+많다)응답은 확인군 59.8%, 미확인군 49.7%로 성분확인 집단이 미확인집단보다 높게 나타났으나 그 차이가 통계적으로 유의하지 않았다.

월평균 화장품 구입개수를 살펴보면 1개 이하의 경우 미확인군이 52.1%로 높게 나타났으며, 2-3개의 경우 성분확인군이 43.1%로 미확인군보다 높게 나타났으나 그 차이가 유의하지 않았다. 구입 장소를 살펴보면 성분확인군의 경우 화장품 전문점, 인터넷쇼핑몰이 높게 나타났으며, 미확인군의 경우 백화점에서 구입한다는 응답이 31.3%로 성분확인군보다 높음을 알 수 있다($p<.01$). 또한 제품정보를 얻는 방법을 살펴보면 성분확인군의 경우 인터넷을 통한 정보가 29.4%로 미확인군보다 높게 나타났으며, 미확인군은 친구나 가족 등 주변사람이 44.4%로 가장 높게 나타났으며 그 차이가 통계적으로 유의하였다 ($p<.01$).

주로 구입하는 화장품의 종류를 살펴보면 성분확인군은 기능성화장품이 41.7%로 미확인군보다 높게 나타났으며, 미확인군은 기초화장품, 색조화장품에서 성분확인군보다 높게 나타났음을 알 수 있다($p<.05$). 또한 화장품 구입시 중요하게 생각하는 요인의 경우 성분확인군은 기능 및 효과 48.0%, 품질 32.4%, 가격 9.8%로 높게 나타났으며, 미확인군은 브랜드이미지가 10.5%로 성분확인군보다 높게 나타났으나 그 차이가 유의하지 않았다. 따라서 성분확인여부에 따라 화장품 구입 장소, 제품정보 얻는 방법, 주로 구입하는 화장품의

종류에 차이가 있음을 알 수 있다.

< 표 24 > 전성분표시 확인 여부에 따른 화장품 구매행위

구분		성분확인군		미확인군		전체 N	$\chi^2(p)$
		N	%	N	%		
화장품사용	예	101	99.0	387	99.2	488	.045
	아니오	1	1.0	3	.8	4	(.833)
1년 이내 화장품 구입경험	예	98	96.1	373	95.6	471	.038
	아니오	4	3.9	17	4.4	21	(.846)
관심도	매우 많다	19	18.6	45	11.5	64	6.956 (.138)
	많다	42	41.2	149	38.2	191	
	보통이다	38	37.3	165	42.3	203	
	별로 없다	3	2.9	27	6.9	30	
	전혀 없다	0	.0	4	1.0	4	
월평균 구입개수	1개 이하	53	52.0	203	52.1	256	1.897 (.594)
	2-3개	44	43.1	165	42.3	209	
	4-5개	2	2.0	16	4.1	18	
	6개 이상	3	2.9	6	1.5	9	
구입 장소	화장품 전문점	39	38.2	133	34.1	172	19.172 ** (.004)
	백화점	15	14.7	122	31.3	137	
	대형할인마트	4	3.9	26	6.7	30	
	인터넷쇼핑몰	26	25.5	50	12.8	76	
	방문판매	11	10.8	37	9.5	48	
	홈쇼핑	4	3.9	8	2.1	12	
	기타	3	2.9	14	3.6	17	
제품정보 얻는 방법	TV등의 광고	10	9.8	61	15.6	71	14.473 ** (.006)
	인터넷을 통한 정보	30	29.4	55	14.1	85	
	잡지광고	5	4.9	31	7.9	36	
	친구나 가족 등	40	39.2	173	44.4	213	
	주변사람	17	16.7	70	17.9	87	
	판매직원	17	16.7	70	17.9	87	
전체		102	100.0	390	100.0	492	

< 표 24 > 연속

구분	성분 확인군		미확인군		전체	$\chi^2(p)$	
	N	%	N	%	N		
주로 구입하는 화장품의 종류 (중복선택)	기초화장품	91	44.6	366	47.0	457	8.69* (.034)
	기능성화장품	85	41.7	302	38.8	387	
	색조화장품	23	11.3	89	11.4	112	
	바디 및 두발용 화장품	4	2.0	21	2.7	25	
	방향화장품	1	.5	0	.0	1	
전체	102	50.0	390	50.1	492		
화장품 구입 시 중요하게 생각하는 요인	가격	10	9.8	38	9.7	48	2.98 (.811)
	품질	33	32.4	115	29.5	148	
	브랜드이미지	7	6.9	41	10.5	48	
	디자인 및 용기	2	2.0	4	1.0	6	
	기능 및 효과	49	48.0	187	47.9	236	
	용량	1	1.0	2	.5	3	
	향	0	.0	3	.8	3	
전체	102	100.0	390	100.0	492		

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

(3) 화장품 구입 시 기재·표시사항 확인 여부

화장품 구입 시 기재·표시 되어진 사항 확인여부(제조 성분을 제외한)를 살펴보면 예 50.0%, 아니오 50.0%로 나타났다. 화장품 기재·표시(제조성분을 제외한) 되어진 사항 중 주로 확인하는 사항은 제조년월일 36.3%, 제품명 및 브랜드 23.1%, 사용상의 주의사항 19.2%순으로 높게 나타났다. 또한 확인하지 않는 경우 그 이유를 살펴보면 ‘내용이 너무 많아서’가 30.5%로 가장 높게 나타났다으며, ‘판매원이 설명해주기 때문에’ 24.4%, ‘관심이 별로 없어서’ 21.1%, ‘기존에 사용하던 제품을 재구매하기 때문에’ 18.7%순으로 높게 나타났다.

< 표 25 > 화장품 기재·표시사항 확인 여부

		N	%
기재표시사항 확인여부	예	246	50.0
	아니오	246	50.0
확인사항 (복수응답) (N=506)	제품명 및 브랜드	117	47.6
	제조년월일	184	74.8
	화장품의 용량	59	24.0
	제조업자 또는 수입원	49	19.9
	사용상의 주의사항	97	39.4
확인하지 않는 이유	내용이 너무 많아서	75	30.5
	글씨가 너무 작아서	13	5.3
	판매원이 설명해주기 때문에 기존에 사용하던 제품을	60	24.4
	재구매하기 때문에	46	18.7
	관심이 별로 없어서	52	21.1
	합계	246	100.0

(N=492)

(4) 기재·표시사항 확인 여부에 따른 전성분표시 확인

기재·표시사항 확인여부에 따른 화장품 구매 시 성분확인 여부를 살펴보면 화장품 구매 시 기재·표시사항 확인군의 성분 확인을 한다는 응답은 ‘예’ 36.6%, 기재·표시사항 미확인군의 성분 확인 4.9%보다 높게 나타났으며, 그 차이가 통계적으로 유의하였다($p < .001$). 따라서 기재·표시사항을 확인하는 집단이 확인하지 않는 집단보다 화장품 구매 시 성분확인을 더 많이 함을 알 수 있다.

<표 26 > 기재·표시사항 확인 여부에 따른 전성분표시 확인

		화장품 구매 시 성분확인				전체 N	$\chi^2(p)$
		예		아니오			
		N	%	N	%		
기재·표시사항 확인	예	90	36.6	156	63.4	246	75.247*** (.000)
	아니오	12	4.9	234	95.1	246	
전체		102	20.7	390	79.3	492	

***p<.001

4) 화장품 부작용

(1) 화장품 부작용 경험

화장품 부작용 경험을 살펴보면 부작용 경험유무의 경우 ‘예’ 48.4%, ‘아니오’ 51.6%로 경험이 없다는 응답이 더 높게 나타났다.

부작용 증상을 살펴보면 ‘피부 발진 및 붉어짐’이 35.7%로 가장 높게 나타났으며, ‘뽀루지 및 여드름’이 29.8%, ‘가려움증’ 16.8%, ‘따가움, 화끈거림’ 16.8% 순으로 높게 나타났다. 부작용이 나타났을 때의 대처법을 살펴보면 ‘제품 사용 중단 후 다른 제품을 구매하여 사용한다’가 50.4%로 가장 높게 나타났으며, ‘해당제품 사용을 중단 후 제품 지참 없이 피부과 치료를 받는다’가 17.7%로 나타났다. ‘피부를 진정시키는 관리를 한다’는 10.9%, ‘화장품 회사 또는 구입처에 문의한다’가 10.5% 순으로 나타났다. 또한 부작용을 일으킨 성분에 대해 알고 있는지를 살펴보면 ‘알고 있다’는 7.1%, ‘모르고 있다’가 92.9%로 대부분이 부작용 성분을 모르고 있음을 알 수 있다.

< 표 27 > 화장품 부작용 경험

		N	%
부작용	예	238	48.4
경험유무	아니오	254	51.6
부작용증 (N=238)	피부 발진 및 붉어짐	85	35.7
	가려움증	40	16.8
	뽀루지 및 여드름	71	29.8
	부어오름	2	.8
	따가움, 화끈거림	40	16.8
대처법 (N=238)	해당제품 사용을 중단 후 제품을 지참하여 피부과 치료를 받는다	17	7.1
	해당제품 사용을 중단 후 제품 지참 없이 피부과 치료를 받는다	42	17.7
	제품 사용 중단 후 다른 제품을 구매하여 사용 한다	120	50.4
	화장품 회사 또는 구입처에 문의한다	25	10.5
	피부 진정시키는 관리를 한다	26	10.9
	그냥 방치한다	8	3.4
부작용 성분인지 (N=238)	알고 있다	17	7.1
	모르고 있다	221	92.9

(N=492)

(2) 화장품 부작용 경험에 따른 전성분표시 확인 여부

부작용경험에 따른 화장품 구매 시 전성분표시 확인 여부를 살펴보면 부작용 경험이 있는 집단의 23.1%, 없는 집단의 18.5%가 화장품 구매 시 성분확인을 한다는 응답하여 부작용경험이 있는 집단이 없는 집단보다 높게 나타났음을 알 수 있다.

< 표 28 > 화장품 부작용 경험에 따른 전성분표시 확인 여부

		예		아니오		전체	$\chi^2(p)$
		N	%	N	%	N	
부작용 경험	예	55	23.1	183	76.9	238	1.586 (.208)
	아니오	47	18.5	207	81.5	254	
전체		102	20.7	390	79.3	492	

4. 화장품 전성분표시제의 만족도

화장품 전성분표시제의 만족도를 살펴보기 위해 문항별 ‘매우 그렇다’ 5점, ‘그렇다’ 4점, ‘보통’ 3점, ‘아니다’ 2점, ‘전혀 아니다’ 1점으로 5점 Likert척도를 사용하였다. 전성분표시제가 제도의 취지에 부합한다는 문항은 M=3.24로 가장 높게 나타났으며, 제품 선택 시 도움이 된다는 문항은 3.10으로 다음으로 높게 나타났다. 그러나 ‘전성분제도에 만족한다’는 문항은 2.81로 가장 낮게 나타났다.

< 표 29 > 화장품 전성분표시제의 만족도

	평균	표준편차
시행	3.02	.72
만족	2.81	.71
제도취지부합	3.24	.83
제품선택 도움	3.10	.85

성분확인 여부에 따른 화장품성분표시제 만족도를 살펴보면 ‘화장품 전성분 표시제가 잘 시행되고 있다’의 경우 ‘예’ 3.16, ‘아니오’ 2.98로 성분확인집단이 미확인집단보다 높게 나타났으며 그 차이가 유의하였다($p < .05$). ‘현행 화장품 전성분 표시제에 만족하고 있다’는 문항은 ‘예’ 2.95, ‘아니오’ 2.77로 성분확인 집단이 미확인집단보다 높았으며($p < .05$), ‘화장품 전성분표시제가 제도의 취지에 부합한다’는 문항에 대해서도 성분확인 집단이 3.44로 미확인집단보다 높게 나타났으며 그 차이가 유의하였다($p < .01$). 또한 ‘화장품 전성분표시제가 제품 선택에 도움이 된다’는 문항은 ‘예’ 3.53, ‘아니오’ 2.98로 성분확인집단이 미확인집단보다 만족도가 높게 나타났으며 그 차이가 통계적으로 유의하였다($p < .001$). 따라서 성분확인 집단이 미확인집단보다 화장품 전성분표시제의 만

족도가 높음을 알 수 있다.

< 표 30 > 전성분 확인 여부에 따른 화장품 전성분표시제 만족도

문항	성분확인				t	유의 확률
	예		아니오			
	평균	표준 편차	평균	표준 편차		
화장품 전성분표시제가 잘 시행되고 있다	3.16	.700	2.98	.717	2.236 *	.026
현행 화장품 전성분표시제에 만족하고 있다.	2.95	.695	2.77	.715	2.267 *	.024
화장품 전성분표시제가 제도의 취지의 부합한다	3.44	.752	3.19	.843	2.712 **	.007
화장품 전성분표시제가 제품선택에 도움이 된다	3.53	.767	2.98	.839	5.940 ***	.000
전체	102		390			

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

5. 화장품 전성분표시제의 필요성 및 요구도

화장품 전성분표시제의 필요성은 ‘예’ 98.0%, ‘아니오’ 2.0%로 필요성이 높게 나타났다. 전성분표시제의 홍보 필요성에 대해서는 긍정(매우 그렇다+그렇다) 93.3%, 아니다 0.6%로 홍보가 필요하다는 응답이 매우 높게 나타났다. 또한 정보제공 및 교육의 필요성의 경우 긍정(매우 그렇다+그렇다)응답이 87.4%로 높게 나타났다. 전성분표시제의 보완 필요성은 긍정(매우 그렇다+그렇다)응답이 58.3%로 보통, 아니다의 응답보다 높게 나타났다.

전성분 표시제에 대한 요구사항을 살펴보면 ‘사용된 성분이 안전한지 표시’가 77.8%로 가장 높게 나타났으며, ‘유해 성분을 구분해서 표시’ 69.9%, ‘화장품 성분의 구체적 효능 표시’ 62.6%순으로 높게 나타났다.

< 표 31 > 화장품 전성분표시제의 필요성 및 요구도

(N=492)

		N	%
제도 필요성	예	482	98.0
	아니오	10	2.0
홍보 필요성	매우 그렇다	241	49.0
	그렇다	218	44.3
	보통	30	6.1
	아니다	3	.6
교육 필요성	매우 그렇다	173	35.2
	그렇다	257	52.2
	보통	58	11.8
	아니다	4	.8
보완 필요성	매우 그렇다	87	17.7
	그렇다	200	40.6
	보통	183	37.2
	아니다	22	4.5
요구사항 (중복응답) (N=1725)	화장품 전 성분 표시제도의 홍보	215	43.7
	사용된 성분이 안전한지 표시	383	77.8
	큰 글씨와 눈에 띄는 색상 표시	182	37.0
	유해 성분을 구분해서 표시	344	69.9
	화장품 성분의 구체적 효능 표시	308	62.6
	성분의 함량 표시	160	32.5
	판매점에 화장품 성분 안내 책자 배치	133	27.0
	기타	2	.4

V. 고 찰

국내 화장품 전성분표시제는 2008년 10월 18일부터 시행된 제도로, 화장품에 사용된 모든 성분을 공개함으로써 화장품에 대한 소비자의 알 권리와 제품의 선택권을 증진시키며 화장품 사용 후 부작용이 발생하였을 시 그 원인을 쉽게 파악하기 위한 목적을 가진 제도이다. 그러나 제도 시행 후 2년 넘는 시간이 경과한 현재에도 많은 소비자들이 화장품 전성분표시제를 잘 알지 못했으며, 표시된 화장품 성분명이 이해하기 어렵고 복잡한 화학물질이 많아 제품을 구매할 때 실질적인 도움을 받기 힘들다는 점이 지적되어 오고 있다.

본 연구는 화장품의 주 소비계층인 성인 여성을 대상으로 화장품 전성분표시제 인식도를 파악하고, 피부미용 지식 및 피부관리 태도, 화장품 구매행위 등 개별 요인들이 화장품 전성분표시제 인식에 어떤 영향을 미치는지 분석하여 화장품 전성분표시제의 소비자 인식과 만족도를 높이는 실효성 있는 제도 정착을 위한 기초 자료를 제공하고자 하는 목적으로 이루어졌다. 이 연구를 통해 화장품 전성분표시제가 소비자 입장에서 실용적인 제도로 정착될 수 있도록 효과적인 대안을 모색해 보고자 한다.

1. 화장품 전성분표시제의 인식도

화장품 전성분표시제의 인식도를 조사한 결과, 화장품 전성분표시제가 시행된 것을 알고 있는 연구 대상자는 전체의 26.6%로 인지도가 아직도 높지 않음을 알 수 있었다. 이는 김명희(2009), 홍가영(2010)의 연구에서도 각각 40.4%, 31.7%로 전성분표시제를 모르고 있는 소비자가 알고 있는 소비자보다 더 많았고 여전히 그 인지도는 매우 낮음을 나타냈다.

전성분표시 확인 여부를 살펴보면 성분을 확인하는 비율은 20.7%로 전성분 표시제도 시행 인지도보다 낮았다. 이는 홍가영(2010)의 연구에서도 전성분표시제도를 알고 있어도 성분표시를 확인하지 않는 소비자가 더 많다(확인군 24.7%, 미확인군 75.3%)는 결과와 일치함으로써 아직도 전성분표시제도의 실효성이 낮음을 나타낸다고 사료된다. 그러나 전성분표시제 시행 인지도의 성분 확인율은 시행 미인지군의 성분 확인율보다 더 높게 나타나 통계적으로 유의한 차이가 있었고, 홍가영(2010), 이정민(2011)의 연구결과와도 일치했다. 이는 당연한 결과로써, 화장품 전성분표시제가 시행된 것을 알고 있는 연구 대상자에게 화장품 성분에 대한 관심과 이 제도의 실효성이 높게 나타나고 있음을 알 수 있는 결과로 보여진다. 그러나 화장품 성분 표시 확인 정도를 살펴보면, ‘전체적으로 대강 살펴본다’(25.5%)가 가장 많았고, 성분 이해도도 보통, 잘 모른다, 전혀 모른다 순으로 성분의 구체적 내용에 대해 잘 알지 못하는 것으로 조사되어 전성분표시제의 실질적인 인식도는 드러난 수치보다 더 낮은 것으로 보인다. 즉 성분 확인을 하더라도 구체적인 내용을 잘 알지 못하는 경우가 많다는 것을 나타낸다. 홍가영(2010)의 연구에서도 표시된 성분명이 어려워 확인하지 않는다는 비율이 가장 높게 나타났고 이정민(2011)도 화장품의 표시사항 문제점 중 한국어로 표시되어 있으나 말이 어려워 이해하기 어렵다는 응답이 가장 높게 나타나 같은 맥락에서 이해 될 수 있다.

2. 화장품 전성분표시제도 인식과 관련요인 연구

1) 피부미용 지식, 피부관리 태도에 따른 전성분표시제 인식도

본 연구에서는 연구대상자들의 피부미용 지식과 피부관리 태도를 조사해보았는데, 미용지식과 관리태도의 상관관계는 통계적으로 유의한 차이는 나타나지 않았다. 피부미용 지식도가 높을수록 피부관리 태도 또한 긍정적 태도를

보였던 선행연구들과는 차이를 보였는데, 임혜원(1999), 명은진(2001), 이지수(2004)의 연구에서는 피부미용 관리에 대한 지식이 높은 사람일수록 피부미용 관리에 대한 태도가 긍정적이며, 피부미용 관리가 긍정적인 사람이 피부미용 관리행위의 실천도가 높다고 하였다.

피부미용 지식과 피부관리 태도에 따른 전성분표시제 인식도는 피부관리 태도가 높을수록 화장품 구매 시 성분 확인을 더 많이 함을 알 수 있었고 통계적으로도 유의한 차이를 나타냈다.($p<.01$)

2) 화장품 구매행위와 전성분표시제 인식도

화장품 구매행위와 관련된 문항 중 구입 장소 및 제품정보의 습득경로에서 성분확인군과 미확인군의 차이가 있었고, 그 차이가 통계적으로 유의하였다($p<.01$).

기재·표시사항 확인여부에 따른 화장품 구매 시 성분확인 여부의 경우, 화장품 구매 시 기재·표시사항 확인을 하는 경우에 성분 확인을 더 많이 한다고 조사되었고, 그 차이가 통계적으로 유의하였다($p<.001$). 이는 홍가영(2010)연구에서도 같은 결과를 얻어 기재·표시사항을 확인하는 집단이 확인하지 않는 집단보다 화장품 구매 시 성분확인을 더 많이 함을 알 수 있다.

부작용유무에 따른 화장품 구매 시 전성분표시 확인 여부를 살펴보면 부작용 경험이 있는 집단의 23.1%, 없는 집단의 18.5%가 화장품 구매 시 성분확인을 한다는 응답하여 부작용경험이 있는 집단이 없는 집단보다 높게 나타났음을 알 수 있다. 홍가영(2010) 연구에서도 부작용 경험이 있는 집단이 성분 확인을 더 하는 것을 알아볼 수 있었다.

3. 화장품 전성분표시제 만족도 및 요구도

전성분표시제의 만족도에 관한 문항들의 경우 평균 3점 정도로 ‘보통’이상 긍정의 대답이었지만 그리 높은 만족수준을 나타내지는 않았다. 그러나 화장품 전성분 확인군의 경우 미확인군에 비해 만족도가 더 높게 나타나 전성분표시제를 활용하는 경우에는 만족도가 더 높음을 알 수 있었다.

화장품 전성분표시제의 ‘필요성’은 예 98.0%로 매우 높게 나타났지만 마찬가지로 ‘보완점이 필요하다’는 항목도 높은 수치로 나타났다. 또한 전성분표시제의 ‘홍보 필요성’ 93.3%, ‘정보제공 및 교육의 필요성’ 87.4%로 높게 나타났다. 즉化妆품을 구매하는 소비자들에게 화장품 전성분표시제는 매우 필요하다고 인식되어지지만 교육 및 제도 홍보, 보완점 필요성 등 제도의 개선점이 매우 높게 나타나 그 실효성은 아직 미미한 수준임을 알 수 있었다. 전성분표시제도 개선에 대한 요구사항을 살펴보면 ‘사용된 성분이 안전한지 표시’, ‘유해 성분을 구분해서 표시’, ‘화장품 성분의 구체적 효능 표시’ 등 성분에 대한 안전성 및 효능의 정보 제공을 필요로 하는 것을 알 수 있었다. 홍가영(2010)의 연구에서도 제도의 필요성 및 요구사항에서 비슷한 결과를 나타냈다.

화장품 전성분표시제도가 시행된 지 2년이 더 흘렀지만, 연구 결과 아직도 화장품 전성분표시제의 인식도는 매우 낮은 것으로 나타났다. 화장품 전성분표시제는 소비자의 알권리 증진 및 제품 선택권을 위해 시행 되었지만 제도의 홍보 부족과 소비자의 화장품 성분에 대한 이해부족으로 제도의 인식과 활용도가 낮아, 과연 이 제도가 얼마나 실효성이 있는가에 대한 의문을 던져 주고 있다. 따라서 화장품 전성분표시제의 실효성 있는 시행을 위해서는 화장품 전성분표시제의 적극적인 홍보로 소비자 인식도를 높이고, 더불어 소비자가 신뢰할 수 있고, 이해하기 쉽도록 화장품 성분에 대한 교육 및 정보 제공이 필수적인 것으로 사료된다.

VI. 결론 및 제언

본 연구는 화장품 전성분표시제에 대한 성인 여성의 인식도를 파악하고, 피부미용 지식 및 피부관리 태도, 화장품 구매행위 등 개별 요인들이 화장품 전성분표시제 인식에 어떤 영향을 미치는지 분석하여 그 상관관계를 알아보고자 하였다. 본 연구의 연구 결과를 요약해 보면 다음과 같다.

첫째, 화장품 전성분표시제의 인식도를 조사한 결과, 화장품 전성분표시제의 시행 인지는 ‘예’ 26.6%, ‘아니오’ 73.4%로 나타났으며, 화장품 구매 시 성분표시 확인 여부 또한 확인하는 비율이 20.7%로 화장품 전성분표시제에 대한 소비자의 인식 및 활용도가 낮은 것으로 나타났다. 또한 전성분표시를 확인하는 응답자의 성분 확인 정도를 살펴보면 ‘전체적으로 대강 살펴본다’(25.5%)의 비율이 가장 높았고, 성분의 내용에 대해서도 ‘보통이다’(52.9%), ‘잘 모른다’(32.4%)순으로 제대로 잘 알지 못하는 것으로 조사되었다. 전성분표시를 확인하지 않는 이유 또한 ‘표시된 성분을 잘 몰라서’(50.0%)로 실제 인식도는 더 낮은 수준임을 알 수 있었다. 그러나 전성분표시제 시행을 인지하는 그룹의 경우에는 전성분표시제 시행을 인지하지 못하는 그룹보다 화장품 성분 확인비율이 높게 나타났고 그 차이가 통계적으로 유의하였다($p < .001$).

둘째, 화장품 전성분표시제의 인식에 영향을 주는 요인들으로써 연구 대상자의 피부미용 지식, 피부관리 태도, 화장품 구매행위, 화장품 부작용 등 그 차이를 살펴보았다. 피부미용 지식(16.5), 피부관리 태도(29.3)의 평균점수는 모두 비교적 높게 나타났지만 피부관리 태도만 화장품 성분표시 확인 여부와 유의한 차이가 있었다($p < 0.01$). 전성분표시 확인 여부에 따른 화장품 구매행위를

비교해보면, 화장품 구입장소는($p<.01$), 화장품 구매 시 제품정보를 얻는 경로 ($p<.01$), 주로 구입하는 화장품의 종류($p<.05$) 등의 항목이 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 또한 기재·표시사항 확인여부에 따른 화장품 구매 시 성분확인 여부를 살펴보면 화장품 구매 시 기재·표시사항 확인군의 성분 확인 여부 응답은 ‘예’ 36.6%, 기재·표시사항 미확인군의 성분 확인 4.9%보다 높게 나타났으며, 그 차이가 통계적으로 유의하였다($p<.001$). 따라서 기재·표시사항을 확인하는 집단이 확인하지 않는 집단보다 화장품 구매 시 성분확인을 더 많이 할 수 있었다. 화장품 부작용의 경우, 부작용 경험이 있는 집단의 23.1%, 없는 집단의 18.5%가 화장품 구매 시 성분확인을 한다고 응답하였다.

셋째, 화장품 전성분표시제의 만족도 및 요구사항을 살펴보면, 성분확인 여부에 따른 화장품성분표시제 만족도는 ‘화장품 전성분표시제가 잘 시행되고 있다’($p<.05$), ‘현행 화장품 전성분표시제에 만족하고 있다’($p<.05$), ‘화장품 전성분표시제가 제도의 취지에 부합한다’($p<.01$), 또한 ‘화장품 전성분표시제가 제품 선택에 도움이 된다’($p<.001$)로 전성분 확인 집단의 화장품 전성분표시제에 대한 만족도 점수가 전성분 미확인 집단보다 높았고, 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 화장품 전성분표시제의 필요성은 ‘예’ 98.0%로 매우 높게 나타났다. 전성분표시제의 홍보 필요성에 대해서는 긍정(‘매우 그렇다’, ‘그렇다’) 93.3%로 홍보가 필요하다는 응답이 매우 높게 나타났다. 또한 정보제공 및 교육의 필요성의 경우 긍정(‘매우 그렇다’, ‘그렇다’)응답이 87.4%로 높게 나타났다. 전성분표시제의 보완 필요성은 긍정(‘매우 그렇다’, ‘그렇다’)응답이 58.3%로 높게 나타났다. 화장품 전성분표시제에 대한 요구사항을 살펴보면 ‘사용된 성분이 안전한지 표시’가 77.8%로 가장 높게 나타났으며, ‘유해 성분을 구분해서 표시’ 69.9%, ‘화장품 성분의 구체적 효능 표시’ 62.6%순으로 높게 나타나 화장품 성분의 안전성 및 이해에 대한 요구도가 높음을 알 수 있었다.

화장품 전성분표시제는 소비자의 알권리 신장 및 화장품 사용의 안전성 제고를 위해 시행되었지만, 소비자의 인식수준은 여전히 매우 낮아 그 제도의 실효를 거두기란 아직도 요원해 보인다. 따라서 정책당국에서는 화장품 전성분표시제의 실용적인 운용을 위해 지속적으로 제도를 홍보하여야 한다. 또한 제품 선택 시 소비자들이 화장품 전성분표시를 확인하여 이를 효과적으로 활용하기 위해서, 성분과 그 기능에 대한 교육 및 정보의 용이한 접근에 대한 방법을 모색해야 할 것이다. 정부기관은 국민의 안전과 건강을 위해 화장품 성분에 대한 안전성 확보에 노력하며 화장품 전성분표시제에 대한 관리 감독을 철저히 하여야 한다. 소비자 또한 ‘소비자의 권리’로서 화장품의 규정 및 정보에 관심을 가지고 적극적으로 행동하여 화장품 전성분표시제의 중요성을 인식하고 제품 선택 시 효과적으로 활용할 수 있어야 할 것이다.

본 연구는 화장품 전성분표시제에 대한 소비자의 인식도를 조사하는 과정에서 몇 가지 한계점이 발견되었다. 이에 후속연구를 위한 몇가지 제언은 다음과 같다.

첫째, 조사 대상이 서울, 경기지역의 여성들로 국한되어 있어 우리나라 전체 소비자로 일반화 하는데 무리가 따른다. 따라서 앞으로의 연구에서는 연구대상을 성별, 지역별로 더욱 확대하여 이루어져야 할 것이다.

둘째, 본 연구를 위한 설문조사에서 설문 응답 시 응답자의 심리적인 상태, 태도를 완벽히 통제하지 못하였고, 선행 연구들이 부족하여 설문 문항에도 한계점이 많았다. 앞으로의 연구에서는 소비자를 대상으로 선행 조사와 분석을 통한 문항들이 구성되어 측정도구에 대한 심도 있고 체계적인 연구가 계속 이루어져야 할 것이다.

참 고 문 헌

<단행본>

- 구희연 외1(2009), 대한민국 화장품의 비밀, pp.156~158
리타 슈티엔스(2009), 간단한 화장품 사용설명서, 진나무숲, pp.44~48
박상기 외 (2009), 화장품학, 대경출판사, pp.6~10
윤여성(1995), 화장품학, 가림, p.38
하병조(1999), 화장품학, 수문사, p.20
하병조(2010), 화장품 성분, 수문사, pp.16~22

<학위 논문>

- 권순분(2004), 20대 남자 대학생의 화장품에 대한 지식 및 구매행태에 관한 연구, 숙명여자 대학교 원격대학원 석사학위논문
김명신(2007), 여성의 피부건강관리의 지식 및 태도에 관한 연구, 삼육대학원 석사학위논문
김명희(2010), 화장품 전 성분 표시제에 대한 소비자 인식 연구, 건양대학교 대학원 석사학위논문
김복희(1998), 여성의 피부미용관리 지식 및 행위와 관련요인, 경산대학교 보건대학원 석사학위논문
김선경(2011), 친환경 화장품 구매 의도에 화장품 전 성분 표시 인식이 미치는 영향, 영산대학교 미용예술대학원 석사학위논문
김수빈(2008), 여성들의 피부미용에 대한 인식과 관리, 숙명여대 석사학위논문
김숙은(2006), 성인 남성의 피부지식과 피부건강관리 행위에 관한 연구, 성신여대 석사학위논문

- 김승아(2008), 여성의 라이프스타일에 따른 피부건강관리에 대한 지식 및 태도, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문
- 김인옥(2008), 화장품 표시 사항이 소비자 신뢰도에 미치는 영향 연구, 중앙대학교 의약식품 대학원 석사학위논문
- 김향숙(2007), 실업계 고등학생의 건강증진행위 및 피부건강관리 인식에 대한 연구, 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문
- 명은진(2001), 20~30대 여성의 피부건강관리에 대한 지식 및 행위에 관한 연구, 연세대학교 관리과학대학원 석사학위논문
- 박현진(2009), 성인 남성의 피부지식과 화장품 구매성향에 따른 구매행동에 관한 연구, 성신여대 석사학위논문
- 서정민(2011), 여대생의 피부미용관리행동에 영향을 미치는 요인분석, 성신여대 석사학위논문
- 신혜진(2007), 화장품 소비자의 연령별에 따른 구매 형태 및 성향, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문
- 심현숙(2006), 화장품 사용관점에서 소비자인식과 사용안전에 관한 연구
- 여정민(2010), 유기농 화장품에 대한 소비자 인식과 구매행동에 관한 연구, 숙명여대 석사학위논문
- 윤경숙(2010), 대구 경북지역 직장남성의 피부관리 태도에 관한 연구, 경일대학교 디자인 대학원 석사학위논문
- 이상영(2009), 중년 여성의 외모 관심도 및 화장품 구매 행동에 관한 연구, 동명대학교 석사학위논문
- 이성현(2007), 화장품 원료 산업의 발전 전략, 한양대학교 경영대학원 석사학위논문
- 이안나(2003), 중년 여성의 피부건강관리에 대한 지식과 행위에 관한 연구, 전

북대학교 보건대학원 석사학위논문

이영아(2005), 20~30대 직장남성의 피부건강지식 및 행동에 관한 연구, 숙명

여자대학교 원격대학원 석사학위논문

이정민(2011), 성인 여성의 화장품 성분 및 전성분표시제에 대한 인식도 연구,

서경대학교 일반대학원 석사학위논문

이지수(2004), 성인 남성의 피부관리에 대한 지식 및 행위에 관한 조사 연구:

대기업 중심으로, 건국대학교 석사학위논문

임혜원(1999), 일부 여대생의 피부건강 관리에 대한 지식, 태도 및 행위에 관

한 조사 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문

정향숙(2010), 부산 경남지역 일부 실버여성들의 피부관리지식, 태도 및 행위

가 삶의 만족도에 미치는 영향, 대구한의대학교대학원 석사학위

정효정(2008), 천연 화장품의 인식 정도와 만족도 연구: 소비자 중심으로,

중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문

최정연(2011), 성인남성의 피부지식 및 자가 피부 관리 실천행위에 관한 연구,

성신여대 석사학위논문

홍가영(2010), 화장품 전 성분 표시제에 대한 소비자의 인식 연구, 중앙대 의

약식품대학원 석사학위논문

< 학술지 및 정기간행물 >

고경화(2005), 화장품법 개정에 대한 전문가 간담회 자료집, 고경화의원실, p45

김영찬외 3(2004), 주요국가의 화장품 관리규정 변화에 따른 대응방안 수립 연

구, 한국보건산업진흥원, p.134

문용필(2009), 전성분표시제 정착, 건강한 뷰티산업 밑거름, 데일리코스메틱

화장품 성분표시 1년, 잘 지키고 있나, 데일리코스메틱

전 성분 표시제, 선진국보다 32년 늦었다, 데일리코스메틱

화장품 전 성분 표시제 시행 “잘 안 된다” 63%, 데일리코스메틱

박상욱(2009), 화장품법, 어떻게 발전해왔나?, 데일리코스메틱

보건복지부(2007), 2008년부터 화장품의 모든 성분을 용기에 기재하는 표시제 도입

서울지방식품의약품안전청(2009), 의약품 등 주요업무 설명회

식품의약품안전청(2008), 식품의약품 안전백서

식품의약품안전청(2008), 전성분표시제대비 화장품 성분 관리방안 연구

식품의약품 안전백서(2008), pp.292~295 화장품 안전관리 체계 구축,
pp.347~348 화장품 전성분 표시제 도입 시행

여성환경연대(2009), 화장품전성분표시제 1년, 서울, 경기 여성 684명이
진단한다

유대규(2008), 화장품 전성분표시제 설명자료, 식품의약품안전청, pp.47~53

이민원·오창현(2007), 2008년부터 화장품의 모든 성분을 용기에 기재하는 표시
제 도입(보도자료), 보건복지부 <등록일자: 2007.10.31>, p.1

이성구(2005), 화장품법 일부개정법률안, 국회의사국 의안과 의안원문, p.1

이윤제, 2010, 화장품 부작용 보고, 앞으로 의무화(보도자료), 식품의약품 안전
청, [등록일자;2010.8.25] p.1

임도연외 1(2008), 나라별 화장품의 성분 및 사용기한 표시 실태 조사

정승현 외3(2008), 화장품 접촉피부염 및 국내 화장품 성분 표기 현황

정재용(2008), 화장품 전성분표시제도 시행과 의의, 포장계.179호, p.49

정지훈(2008), 전성분표시제대비 화장품 성분 관리방안 연구

하병조(2007), 화장품 성분표기제와 명명법에 대한 조사연구

한국보건산업진흥원(2009), 주요국의 화장품 표시제도 분석을 통한 국내 화장

품 표시제도 선진화 방안

화장품 전성분표시지침(2007), 식품의약품안전청, pp.1-3

황순욱(2009), 글로벌스탠다드에 부합하는 화장품 제도 선진화 방안, 식품의약품안전청, pp.82~84

ABSTRACT

A Study on Adult Women's Awareness of Whole Cosmetic Ingredient Labelling and Related Factors

Kim, Kyeong mi

Skincare and Obesity Management Major

Department of Cultural Industry

Graduate School of Cultural Industry

Sungshin Women's University

The purpose of this study was to examine adult women's awareness of whole cosmetic ingredient labelling, the impact of their individual factors such as skincare knowledge, skincare attitude and cosmetic purchasing behavior on their awareness of whole cosmetic ingredient labelling, and the correlation of their individual factors to awareness, as adult women are the main consumers of cosmetics. It's basically meant to provide some information on ways of spreading awareness of whole cosmetic ingredient

labelling among consumers and their satisfaction to make a contribution to the successful entrenchment of whole cosmetic ingredient labelling.

The subjects in this study were 514 women who were selected from the metropolitan area. They were in their 20s to 40s and made use of cosmetics that they bought. After a survey was conducted during a two-week period of time from April 6 to 19, 2011, the answer sheets from 492 respondents were analyzed.

The findings of the study were as follows:

First, as a result of analyzing their awareness of whole cosmetic ingredient labelling, 26.6 percent were cognizant of it, and 73.4 percent weren't. 20.7 percent checked the ingredient label when they bought cosmetics, which indicated that the consumers weren't well aware of whole cosmetic ingredient labelling nor used it a lot. How much the respondents checked the whole ingredient label was investigated, and the largest group(25.5%) roughly did that in general. And the greatest group(52.9%) had an average level of knowledge about cosmetic ingredients, and the second biggest group(32.4%) didn't know well about them. Thus, they weren't well cognizant of the ingredients. The reason why they didn't check the whole ingredient label was analyzed, and 50.0 percent replied that they didn't know well about cosmetic ingredients, which showed that their actual awareness of whole cosmetic ingredient labelling was very poor.

Those who were cognizant of whole cosmetic ingredient labelling checked cosmetic ingredients more than the others who weren't, and the gap between the two was statistically significant ($p < .001$).

Second, whether their general characteristics involving skincare knowledge, skincare attitude, purchasing behavior and experience of side effects made any differences to their awareness of whole cosmetic ingredient labelling was analyzed. Among their general characteristics, only occupation made a statistically significant difference to whether to check the whole ingredient label or not ($p < .01$). Although they scored higher in both of skincare knowledge (16.5%) and skincare attitude (29.3), just skincare attitude made a significant difference to whether to check the ingredient label or not ($p < 0.01$). When their cosmetic purchasing behavior was compared in consideration of whether to check the whole ingredient label, there were statistically significant differences according to that in the place of purchase ($p < .01$), information acquisition route ($p < .01$) and the type of cosmetics they mainly bought ($p < .05$). As for the relationship between checking the instructions of cosmetics and ingredient checking, 36.6 percent of the women who checked the instructions checked the ingredient listings as well, and just 4.9 percent of those who didn't check the instructions checked the ingredient listings. The gap between the two was statistically significant ($p < .001$). Thus, the women who checked the instructions of

cosmetics checked the ingredient listings more than the others who didn't.

Third, regarding their satisfaction with whole cosmetic ingredient labelling and their needs for that, whether ingredient checking made any differences to satisfaction with cosmetic ingredient labelling was investigated, and the women who checked all the ingredients expressed more satisfaction than the others who didn't, and the intergroup gap was statistically significant. The former replied that this system was implemented well($p < .05$), that they were satisfied with it($p < .05$), that the intent of the system was well actualized($p < .01$) and that it was beneficial to the selection of cosmetics($p < .001$).

As to the necessity of whole cosmetic ingredient labelling, the vast majority(98.0%) felt the need for that. In relation to the necessity of P.R. about that, publicity about the system was considered highly necessary, as 93.3 percent answered that it would be very necessary or necessary. In terms of the necessity of related information and education, as many as 87.4 percent replied that relevant information and education would be very necessary or necessary. As for the necessity of complementing the system, as many as 58.3 percent considered that to be very necessary or necessary. Regarding their needs for that, the largest group(77.8%) called for information on the safety of ingredients, and the second biggest group(69.9%) replied that harmful ingredients should separately be marked.

The third greatest group(62.6%) asked for detailed information on the effect of ingredients. Thus, they demanded information on cosmetic ingredients and their safety.

Even though whole cosmetic ingredient labelling has been introduced since October, 2008, it's found in this study that awareness of it wasn't yet widespread among the consumers. They didn't make use of it whereas they were highly cognizant of its necessity, but they called for information on cosmetic ingredients. It implies that consumers should be taught to check the entire ingredient listings by providing necessary information and education.

To raise awareness and utilization of whole cosmetic ingredient labelling among consumers, the government and cosmetic companies should reinforce their publicity about that, and offering reliable and easy-to-understand information and education seems to be mandatory.

부 록

< 설 문 지 >

화장품 전성분표시제에 대한 성인 여성의 인식 및 관련 요인 연구

안녕하십니까?

바쁘신 와중에도 설문에 응해 주셔서 대단히 감사합니다.

저는 성신여자대학교 문화산업대학원에서 피부비만관리 석사과정에 재학 중인 학생입니다.

본 설문지는 화장품 전성분표시제에 대한 소비자 인식도에 대한 연구의 기초 자료로 사용될 예정이며, 설문지의 모든 문항 하나하나가 본 연구에서 매우 중요한 자료로 이용되오니 다소 번거로우시더라도 빠짐없이 답하여 주시면 감사하겠습니다.

본 설문지의 귀하께서 답해주신 모든 내용은 익명으로 처리되며 학문적 목적 외에 어떠한 다른 용도로도 사용되지 않을 것임을 약속드립니다.

설문내용 및 답변과정에서 궁금하신 점이 있다면 아래 연락처로 문의주시면 성심껏 답해 드리겠습니다.

다시 한번 본 연구에 협조해 주시고 귀한 시간을 내주셔서 감사합니다.

2011년 4월

1. 다음은 일반적인 특성에 관한 문항입니다.

(1) 귀하의 연령은 어디에 해당되십니까?

- ① 20대(20~29) ② 30대(30~39) ③ 40대(40~49)

(2) 귀하의 결혼 유무를 선택해주시오

- ① 미혼 ② 기혼

(3) 귀하의 직종은 무엇입니까?

- ① 학생 ② 사무직 ③ 판매/서비스직 ④ 공무원
⑤ 생산/제조직 ⑥ 전업주부 ⑦ 자영업 ⑧ 기타()

(4) 귀하의 최종학력은 어디에 해당하십니까?

- ① 고등학교 졸업 및 이하 ② 전문대학 재학 및 졸업
③ 대학교 재학 및 졸업 ④ 대학원 재학 및 졸업

(5) 귀하의 월 평균 가계소득은 얼마입니까?

- ① 150만원 이하 ② 200만원 이하 ③ 300만원 이하
④ 400만원 이하 ⑤ 500만원 이하 ⑥ 500만원 이상

2. 다음은 피부관리 태도에 관한 문항입니다.

질문을 읽으시고 해당 사항에 체크해 주십시오.

문 항	매우 그렇다	그렇다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
1. 피부관리에 관심이 많다				
2. 피부관리를 하는 것은 피부노화예방을 위해 효과가 있다고 생각한다.				
3. 자외선은 피부에 해로우므로 외출시 자외선 차단제를 반드시 사용한다.				
4. 흡연, 음주는 피부건강에 유해하므로 삼가				

하는 것이 좋다.				
5. 계절에 맞는 과일이나 야채를 충분히 섭취하여 건강한 피부에 필요한 영양분을 섭취한다.				
6. 혈액순환과 피부미용을 위해 마사지를 주기적으로 한다.				
7. 화장품은 피부타입에 맞게 선택해야 한다고 생각한다.				
8. 사용하지 않은 오래된 화장품은 버린다				
9. 피부건강을 위해 규칙적인 취침과 기상을 통해 충분한 수면을 취한다.				
10. 계절에 따라 피부관리 방법이 다르다.				

3. 다음은 **피부미용지식**에 관한 문항입니다.
질문을 읽고 해당 사항에 체크해 주십시오.

문 항	그렇다	그렇지 않다
1. 여드름이 있는 경우 유분기가 없는 화장품을 사용해도 괜찮다		
2. 자외선에 피부가 과도하게 노출되면 피부 노화 현상이 촉진된다.		
3. 정상 피부란 PH 4.5~6 사이인 약산성 상태를 말한다.		
4. 계절에 따라 피부에 변화가 생긴다.		
5. 스트레스는 여드름의 원인이 된다.		
6. 자극적인 음식은 피지분비를 촉진시킨다.		
7. 두 가지 이상의 피부타입을 가지고 있는 것을 복합성 피부라 한다.		
8. 비타민E는 항산화기능이 있어 피부노화를 예방해 준다.		
9. 수면부족은 피부건조화 및 탄력저하 현상을 초래한다.		
10. 피부노화는 25세 전후부터 시작된다.		

11. SPF와 PA는 둘 다 자외선 차단지수를 말한다.		
12. 피부타입에 관계없이 각질제거는 자주 할수록 피부에 좋다.		
13. 여성의 피부는 20대 때 피부타입이 결정되어 계속 유지된다.		
14. 베이비 화장품은 순해서 성인에게도 좋다.		
15. 딥클렌징은 표피층에 누적된 피지를 제거하는 것을 말한다.		
16. 건성피부에는 알코올 함량이 많은 화장수를 사용한다.		
17. 흐린날에는 자외선차단제를 안 발라도 된다.		
18. 건강한 피부를 위해서는 야채나 과일 등 알칼리성 식품을 섭취하는 것이 좋다.		
19. 클렌징 제품은 세정력이 강할수록 피부건강에 좋다.		
20. 아이크림은 기능성 화장품에 속한다.		

4. 다음은 **화장품 구매행태**에 관한 문항입니다

(1) 귀하는 현재 화장품을 사용하고 계십니까?

- ① 예 ② 아니오

(2) 최근 1년 이내에 화장품을 구입하신 경험이 있으십니까?

- ① 예 ② 아니오

(3) 평소 화장품에 대한 관심도는 얼마나 되십니까?

- ① 매우 많다 ② 많다 ③ 보통이다 ④ 별로 없다 ⑤ 전혀 없다

(4) 귀하의 월평균 화장품 구입 개수는 얼마나 됩니까?

- ① 1개 이하 ② 2~3개 ③ 4~5개 ④ 6개 이상

(5) 화장품의 구입 장소는 주로 어디입니까?(1개 선택)

- ① 화장품 전문점 및 브랜드숍 ② 백화점
 ③ 대형 할인마트 ④ 인터넷 쇼핑몰
 ⑤ 방문 판매 ⑥ 홈쇼핑
 ⑦ 병원 및 약국 ⑧ 기타

- (6) 귀하가 화장품 구입 시 제품에 대한 정보를 얻는 방법은?
 ① TV 등의 광고 ② 인터넷을 통한 정보 ③ 잡지 광고
 ④ 친구나 가족 등 주변 사람 ⑤ 판매 직원
- (7) 귀하가 주로 구입하는 화장품의 종류는 무엇입니까? (2개 선택)
 ① 기초 화장품 ② 기능성 화장품 ③ 색조 화장품
 ④ 바디 및 두발용 화장품 ⑤ 방향 화장품
- (8) 화장품 구입 시 가장 중요하게 생각하는 요인은 무엇입니까?
 ① 가격 ② 품질 ③ 브랜드 이미지 ④ 디자인 및 용기
 ⑤ 기능 및 효과 ⑥ 용량 ⑦ 향
- (9) 귀하는 화장품 구입 시 화장품에 기재·표시 되어진 사항(화장품 성분 제외)을 읽어보십니까?
 ① 예((10)번 문항으로 이동) ② 아니오 ((11)번 문항으로 이동)
- (10) 화장품 기재·표시 사항 중 주로 확인하는 사항은 무엇입니까?
 (다수일 경우 3개까지만 고르시오)
 ① 제품명 및 브랜드 ② 제조년월일 ③ 화장품의 용량
 ④ 제조업자 또는 수입원 ⑤ 사용상의 주의사항
- (11) 화장품의 기재·표시 사항을 확인하지 않는 이유는 무엇입니까?
 ① 내용이 너무 많아서
 ② 글씨가 너무 작아서
 ③ 판매원이 설명해주기 때문에
 ④ 기존에 사용하던 제품을 재구매하기 때문에
 ⑤ 관심이 별로 없어서

5. 다음은 **화장품 부작용 경험**에 관한 문항입니다.

- (1) 화장품 사용 후 피부 부작용을 경험하신 적이 있습니까?
 ① 예 ② 아니오
 (‘예’라고 답한 분만 2,3,4번 문항을 선택해 주세요)

(2) 귀하가 경험하신 피부 부작용은 무엇입니까?

- ① 피부 발진 및 붉어짐 ② 가려움증 ③ 뾰루지 및 여드름
- ④ 통증 ⑤ 부어오름 ⑥ 따가움, 화끈거림

(3) 피부 부작용을 어떻게 대처하십니까?

- ① 해당 제품 사용을 중단 후 제품을 지참하여 피부과 치료를 받는다.
- ② 해당 제품 사용을 중단 후 제품 지참 없이 피부과 치료를 받는다.
- ③ 제품 사용 중단 후 다른 제품을 구매하여 사용 한다.
- ④ 화장품 회사 또는 구입처에 문의한다.
- ⑤ 피부 진정시키는 관리를 한다.
- ⑥ 그냥 방치한다.

(4) 화장품 부작용을 경험하신 후 부작용을 일으킨 성분에 대해 알고 계십니까?

- ① 알고 있다 ② 모르고 있다

6. **화장품 전성분표시제 인식도에 관한 문항입니다.** 아래 참고내용을 읽고 답하여 주십시오.

「화장품 전성분표시제는 2008년 10월 18일 시행된 제도입니다.

화장품의 용기 또는 포장 및 첨부문서가 있는 경우 당해 화장품 제조에 사용된 모든 성분을 반드시 표시해야 합니다.

이는 **소비자의 알권리**를 충족하는 한편, 소비자가 **안전한 화장품을 사용할 수 있게** 하고, 이를 통해 자신에게 맞는 화장품을 선택할 수 있도록 하자는 취지로 도입된 제도입니다.」

시행 전 (표시 성분)	전성분표시제 (표시 성분)
<ul style="list-style-type: none"> • 타르색소, 금박, 인산염, 과일산 • 기능성화장품의 성분 • 살균·보존제 	<ul style="list-style-type: none"> • 화장품 제조에 사용된 모든 성분을 함량 순으로 기재 • 1% 이하로 사용된 성분, 착향제 또는 착색제는 순서에 상관없이 기재

(1) 귀하는 위의 지문을 읽기 이전 우리나라에 화장품 전성분표시제가 시행되고 있는 것을 알고 있었습니까?

- ① 예 (2,3번 문항 모두 체크) ② 아니오 (3번 문항으로 이동)

(2) 귀하는 화장품 전성분표시제 시행을 어떻게 알게 되었습니까?

- ① TV ② 인터넷 ③ 신문, 잡지
④ 주변 사람 ⑤ 화장품 가게 ⑥ 기타()

(3) 귀하는 화장품 구매 시 전체 성분표시를 확인 하십니까?

- ① 예 (4번 문항으로) ② 아니오 (8번 문항으로)

***전체 성분을 확인하시는 분만 응답하여 주십시오 (4번~7번) 필수체크!**

(4) 귀하는 화장품의 전체 성분표시내용을 어느 정도나 확인 하십니까?

- ① 모든 성분을 꼼꼼히 확인한다
② 주요성분들을 확인한다
③ 추출물 등 기능성 성분들을 확인한다
④ 유해한 화학성분의 유무를 확인한다
⑤ 본인의 피부 알러지반응을 일으키는 성분의 유무를 확인한다
⑥ 전체적으로 대강 살펴본다
⑦ 전체 성분 표시가 되어있는지 정도만 확인한다

(5) 화장품의 전체 성분표시를 확인하는 이유는 무엇입니까?

- ① 제품의 기능을 발휘하는 성분을 확인하기 위해서
② 유해성분을 확인하기 위해
③ 알러지를 일으키는 성분을 확인하기 위해
④ 광고하는 성분의 포함 유무를 확인하기 위해
⑤ 그냥 화장품에 기재되어있기 때문에

(6) 화장품에 기재된 전체 성분에 대해 얼마나 알고 계십니까?

- ① 매우 잘 알고 있다 ② 대체로 알고 있다 ③ 보통이다
④ 잘 모른다 ⑤ 전혀 모른다

(7) 귀하가 알고계신 화장품 성분의 정보는 주로 어디에서 얻으십니까?

- ① 화장품 판매처 직원
- ② 인터넷 포털 검색
- ③ 화장품 회사 홈페이지
- ④ 화장품 관련 서적 및 잡지
- ⑤ 친구, 가족, 동료 등 지인을 통해서
- ⑥ 식약청 또는 관련 협회 홈페이지

***전체 성분을 확인하지 않는 분만 체크하세요(8번)**

(8) 화장품 구매 시 전체 성분표시를 확인하지 않는 이유는 무엇입니까?

- ① 표시된 성분을 잘 몰라서
- ② 성분자체에 관심이 별로 없어서
- ③ 글씨가 너무 작아서
- ④ 판매직원이 주요 성분을 설명해주기 때문에
- ⑤ 기존에 사용하던 제품을 재구매하기 때문에
- ⑥ 표시된 성분을 별로 신뢰하지 않기 때문에

7. 다음은 **화장품 전성분표시제의 만족도**에 관해 측정하는 문항입니다. 해당되는 곳에 **√**로 표시해 주십시오.

구 분	매우 그렇다	그렇다	보통	아니다	전혀 아니다
1. 현재 화장품 전성분표시제가 잘 시행되고 있다					
2. 현행 화장품 전성분표시제에 만족하고 있다					
3. 화장품 전성분표시제가 제도의 취지에 부합한다 “소비자의 알권리 증진 및 부작용 발생 시 원인규명을 쉽게 하기 위해 시행”					
4. 화장품 전성분표시제가 제품 선택에 도움이 된다					

