



< 연구논문 >

한국미용학회지, 제29권 제2호 (2023), pp. 421-429  
http://e-jkc.org

pISSN 1229-4349, eISSN 2765-5881  
J. Kor. Soc. Cosmetol.  
Vol. 29, No. 2, pp. 421-429(2023)  
https://doi.org/10.52660/JKSC.2023.29.2.421

## Covid-19에 의한 피부변화가 화장품 소비 형태에 미치는 영향: 20~50대 성인 남녀를 중심으로

김태희<sup>1</sup> · 최미옥<sup>2,\*</sup>

<sup>1</sup>광주여자대학교 일반대학원 미용과학과, 박사  
<sup>2</sup>광주여자대학교 미용과학과, 교수

### Effects of Covid-19 Skin Changes on Cosmetic Consumption Form -Focusing on adult men and women in their 20s and 50s-

Tae-Hee Kim<sup>1</sup> and Mee-Ok Choi<sup>2,\*</sup>

<sup>1</sup>Ph.D., Department of Beauty Science, Kwangju Woman University  
<sup>2</sup>Professor, Department of Beauty Science, Kwangju Woman University

Since Covid-19, it has emerged with economic and psychological damage as a policy to curb virus fear and infection worldwide. In addition, the aesthetic industry is shrinking consumers' expectations and consumer sentiment due to the lockdown policy, and the demand for related cosmetics products is decreasing. As Covid-19 continues, as schools conduct online classes and companies conduct telecommuting, our daily lives are gradually changing to a non-face-to-face, untact method. In addition, due to this change in lifestyle, the untact method of the New Normal era is expanding online rather than offline, and as it is mandatory to wear a mask when going out, skin changes and cosmetics consumption changes affect consumer sentiment, skin changes, and cosmetics consumption patterns. This study was conducted to derive the following results. First, the difference in the type of cosmetics consumption according to the general characteristics of the survey subjects was significant in the type of practical cosmetics consumption according to sleep time and skin type. As for the sleep time, respondents who slept for more than 8 hours in order of 7 hours, 5 hours, 6 hours, and 8 hours or more had the lowest practical cosmetics consumption type. As for the skin type, the practical cosmetics consumption type of sensitive skin was the highest in the order of sensitive skin, acne skin, neutral skin, other, oily skin, complex skin, and dry skin, and the practical cosmetics consumption type of dry skin was the lowest. The difference in the form of hedonic cosmetics consumption according to skin type was significant, and the form of hedonic cosmetics consumption was high in the order of sensitive skin, complex skin, neutral skin, acne skin, oily skin, and other dry skin. Second, the correlation between skin change and cosmetic consumption pattern was high in the order of skin trouble, deterioration of dead skin condition, deterioration of moisture condition, and deterioration of oil condition. Third, the effect of skin change on cosmetic consumption patterns is found to have a significant effect on practical cosmetic consumption in the order of skin trouble, deterioration of moisture condition, and deterioration of oil condition. The effect of skin change on the form of pleasure cosmetics consumption was found to have a significant influence on the form of pleasure cosmetics consumption, which means that the more severe the skin trouble of skin change, the higher the form of pleasure cosmetics consumption. Therefore, the results of this study showed that hedonic consumption decreased and practical consumption increased compared to before Covid-19, indicating that skin change due to Covid-19 affects cosmetics consumption. However, this study conducted a survey on the effect of cosmetic consumption patterns and skin changes on cosmetic consumption patterns caused by Covid-19, so there will be limitations in generalizing. Therefore, it is expected that future research should be conducted in-depth to accurately determine the correlation between the consumption form and skin change caused by Covid-19 as various factors related to various variables.

**Keywords:** Consumption form, Cosmetic, Cosmetic consumption form, Covid-19, Skin changes

## I. 서 론

\*Corresponding author: Mee-Ok Choi

Tel : +82-62-950-3792

E-mail : cmo0323@kwu.ac.kr

접수일(2023년 1월 19일)/수정일(2023년 2월 28일)/채택일(2023년 3월 22일)

Covid-19 이후 세계적으로 바이러스에 대한 공포와 감염 억제를 위한 정책으로 경제적·심리적 타격과 함께 나타났다

(Baldwin & di Mauro, 2020). 또한 미적 산업은 봉쇄정책으로 소비자들의 기대·소비 심리는 위축되고 관련된 화장품 제품에 대한 수요는 감소되고 있다(Park, 2021). Covid-19가 지속됨에 따라 거리 두기로 인하여 학교에서는 온라인 수업을 진행하고 회사에서는 재택근무를 시행하면서 우리의 일상생활은 점차 비대면 중심인 언택트 방식으로 변화되어가고 있다(Kang & Lee, 2020). 이와 같은 생활방식의 변화로 뉴 노멀 시대의 언택트 방식은 오프라인이 아닌 온라인 방식으로 소비가 확대되고 있고(Lee, 2021), 외출 시 마스크 착용이 의무화됨에 따라 피부 변화와 화장품 소비 형태에도 영향을 미치기 시작했다. 따라서 화장품의 소비변화는 소비 심리와 피부변화 그리고 화장품 소비 형태에 영향을 주는 것을 알 수 있다(Jang, 2022). 피부변화의 가장 큰 원인은 마스크를 장시간·장기간 착용으로 인한 피부 이상반응으로 피부의 각질 생성, 피지 과다 배출, 모공 확장 등에 대한 요인들이 많아지면서 세균의 증식으로 트러블을 유발시킨다(Lim & Seo, 2020).

현재 Covid-19로 인한 사회적인 관심도나 트렌드가 변화되고 있으며, 뷰티 산업에도 이러한 변화를 인식하고 이를 극복하기 위한 마케팅 및 제품개발에 새로운 방법을 수립이 필요한 시기라고 할 수 있다. 따라서 이러한 시기에 Covid-19에 인한 소비 형태와 피부변화가 화장품 소비 형태에 미치는 영향에 미치는 영향을 실증분석을 통해 살펴보는 것은 뷰티산업의 대응 전략 수립이 필요한 시기에서 매우 의미 있을 것으로 보여진다.

따라서 이러한 문제를 인지하고, Covid-19에 의한 피부변화와 화장품 소비 형태에 미치는 영향을 분석하고자 한다.

이에 본 연구에서는 Covid-19에 인한 피부변화가 화장품 소비 형태에 미치는 영향을 알아보고, 그 해결방안을 제시하는데 도움을 줄 것으로 기대하고 그 기초 자료를 제공하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. Covid-19 시대 화장품 소비 형태

Covid-19는 소비자의 소비 형태에 많은 변화를 가져왔다. 사회적 위험이 증가함에 따라 직접 매장을 방문하는 것보다 온라인을 통한 구매가 증가하고 불요불급한 소비는 자제하는 추세이다(Jung et al., 2013). Covid-19에 대한 위험도는 국가별·지역별 다르게 나타나지만 공통적으로 언택트, 온라인 매출 소비자의 행동에 많은 변화가 나타났다(Son, 2022). 소비자 행동 중 소비 형태에 해당하는 가장 일반적인 분류 방법은 쾌락적 소비와 실용적 소비로 크게 나눌 수 있다(Sweeney & Soutar 2001).

쾌락적 소비는 상품을 구매함으로써 즐거움과 재미를 추구하는 것을 위주로 하는 것이고, 실용적 소비는 필요함으로써 구매를 하는 것으로 해석된다(Babbin, Darden, & Griffin, 1994). 실용적 소비는 상품을 얼마나 목적을 갖고 유용하게 사

용하는지, 쾌락적 소비는 감정을 얼마나 행복하고 즐겁게 해주는 것으로 설명할 수 있다(Choi & Lee, 2020). 실용적 소비는 합리적인 효율적인 가치이고, 쾌락적 소비는 주관적인 효율적인 가치라고 분석되어지고 있다(Heo, 2018).

Covid-19로 소비자의 소비 형태에 변화가 나타났듯이 미용 분야에도 많은 변화가 나타났다. Covid-19가 확산되기 전, 화장품 소비는 심리적인 요인은 미를 추구하는 것에 있으나, 단순히 미를 추구하는 도구가 아닌 개인의 생활 자체에 깊숙하게 침투되어 있어 자기만족감을 추구하는 개성의 실현과 자아각각을 상승시키는 것에 가장 이상적 이미지 추구라고 하였다(E.Dichter, 1964). 그러나 Covid-19에 인해서 화장품 소비 또한 변화가 나타났다.

외부로부터 보여 지는 것을 중요시 생각하여 소비하던 쾌락적 소비에서 비대면 접촉으로 사회적 거리 두기와 마스크 착용의 의무화로 메이크업의 필요성이 현저히 줄어들었다. 이에 소비자들은 장시간 착용하는 마스크로 인해 예민해진 피부를 진정 시키기 위한 화장품을 소비하기 시작했다(Kim, 2013). 과거에는 아름다움만을 추구하고 과시, 유행을 선도하던 화장품의 쾌락적 소비였다면 현재 Covid-19 발생 이후에는 마스크에 묻어 나오지 않는 화장품, 청결, 세정의 실용적 소비를 추구하는 것으로 나타났다(Heo, 2022).

### 2. Covid-19에 의한 피부변화

Covid-19로 인하여 외출 시 마스크 착용이 의무화됨에 따라 우리의 피부에는 많은 변화가 나타났다. 2020년 11월부터 마스크 착용 의무화로 인하여 피부의 장벽이 무너지고 트러블을 호소하는 사람들이 증가하였다(Nan, 2022). 트러블 종류로는 여드름, 피부염으로 부각되어진다.

마스크로 인한 피부염은 물집, 가려움증, 붉어지고 종종 진물에 딱지를 유발하여 피부의 바깥층에 발생하는 염증이다. 알려진 원인으로는 건성피부에 특정 물질과 접촉, 특정 약물 섭취 등이 포함되어 있고 심해지면 개방성 궤양, 발진, 피부 탈피 등의 증상이 나타난다(Koh, 2009).

여드름은 화장을 한 상태에서 오랫동안 마스크를 착용하고 있어 모공을 막는 악순환이 생기고 화장품 중 유분 함량이 많은 제품을 사용할 경우 유분의 과잉으로 피부를 자극하여 여드름이 발생되고 있다(Kwon, 2019). 결과적으로 Covid-19로 인하여 우리 피부에 계속해서 변화가 나타나는 것을 알 수 있다.

## III. 내용 및 방법

### 1. 연구 문제

본 연구에서는 Covid-19에 의한 소비 형태와 피부변화가 화

장품 소비 형태에 미치는 영향에 대한 연구 목적은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성에 따른 화장품 소비 형태의 차이를 알아본다.

둘째, 피부변화와 화장품 소비 형태와 상관관계를 알아본다.

셋째, 피부변화가 화장품 소비 형태에 미치는 영향을 알아본다.

## 2. 연구대상자 및 자료수집

대상자 선정은 Covid-19에 의한 피부변화가 화장품 소비 형태에 미치는 영향의 자료를 수집하기 위해 전국에 거주하는 성인 남성·여성 20~50대 이상을 대상으로 조사되었고, 2022년 03월 02일부터 04월 01일까지 약 1달간 이루어졌으며, 총 300부의 설문지를 배포·수거하여 응답이 불성실한 20부를 제외한 280부를 최종 분석 자료로 사용하였다.

## 3. 연구방법

본 연구는 설문으로 진행되었으며, 설문지의 구성은 예비조사를 실시하여 질문의 내용과 구성, 형식 등의 오류를 수정·보완한 후 최종 확정하였다. 심리상태에 관한 문항은 Hong(2021)의 연구를 참고로 7문항, 마스크사용과 피부변화에 관한 문항은 Bae(2021)의 연구를 참고로 13문항으로 구성하였으며 모두 5점 Likert 척도로 측정하였다. 일반적 특성 6문항은 Lee(2021), Bae(2021), Hong(2021)의 선행연구를 참고하였으며, 총 26 문항으로 구성하였다.

## 4. 자료 분석 및 방법

본 연구에서는 KMO 값이 0.731로 적절하므로 변수 쌍들의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 것으로 판단할 수 있다. 또한, 요인분석의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett의 구형성 검정치(Test of Sphericity)는 근사 카이제곱값이 473.632로 유의수준이 .000으로 나타나 요인분석 사용이 적합하다는 것을 알 수 있다. 요인을 추출하기 위한 방법으로는 각 요인이 기존변수의 정보를 어느 정도 설명하는지를 나타내는 고유값(eigen-value)을 이용하여, 고유값이 1.0 이상인 요인에 한하며 요인적재량이 0.5 이상인 항목들을 기준으로 설정하여 요인수를 2개로 결정하였다. 그 결과 요인 1은 고유값이 1.874, 설명비가 37.47%로 나타나 실용적 요인을, 요인 2는 고유값이 1.764, 설명비가 35.28%로 나타나 쾌락적 요인을 설명해 주고 있다.

본 연구의 실증분석은 모두 유의수준 5%에서 검증하였으며, 통계처리는 SPSSWIN 21.0 프로그램을 사용하여 분석하였다.

## IV. 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성을 살펴본 결과는 <Table 1>과 같다.

성별은 ‘남성’이 37.1%, ‘여성’이 62.9%이었으며, 연령은 ‘30

Table 1. General characteristics of survey subjects

	Sortation	Frequency(N)	Percentage(%)
Gender	Men	99	37.1
	Woman	168	62.9
Age	20's	93	34.8
	30's	107	40.1
	40's	43	16.1
	50's	24	9.0
Last educational background	High school graduation	39	14.6
	Junior college graduation	57	21.3
	A college graduation	129	48.3
	Attending and graduating from graduate school	42	15.8
Job	Professional/free employment	71	26.6
	Sales/Service Jobs	46	17.2
	Self-employment	43	16.1
	A clerical/technical profession	56	21.0
	Production/transportation jobs	7	2.6
	Etc	44	16.5

Table 1. Continued

	Sortation	Frequency(N)	Percentage(%)
Average monthly salary	≤ 1 million won	22	8.2
	≤ 1 to 2 million won	35	13.1
	≤ 2 to 3 million won	92	34.5
	≤ 3 to 4 million won	67	25.1
	≤ 4 to 5 million won	23	8.6
	More than 5 million won	28	10.5
Sleeping hours	≤ 5 hours	4	1.5
	5 hours	31	11.6
	6 hours	104	39.0
	7 hours	99	37.0
	More than 8 hours	29	10.9
Skin type	Normal skin	33	12.4
	Dry skin	54	20.2
	Oily skin	24	9.0
	Combination skin	81	30.3
	Sensitive skin	37	13.9
	Acne prone skin	31	11.6
	Etc	7	2.6
Total		267	100.0

대'가 40.1%, '20대'가 34.8%, '40대'가 16.1%, '50대 이상'이 9.0% 순이었다. 최종학력은 '대학교 졸업'이 48.3%, '전문대 졸업'이 21.3%, '대학원 재학 및 졸업'이 15.7%, '고졸'이 14.6% 순이었고, 직업은 '전문/자유직'이 26.6%, '사무/기술직'이 21.0%, '판매/서비스직'이 17.2%, '기타'가 16.5%, '자영업'이 16.1% 순으로 나타났다. 가구의 월소득은 '200-300만원'이 34.5%, '300-400만원'이 25.1%, '100-200만원'이 13.1%, '500만원 이상'이 10.5% 순이었으며, 수면시간은 '6시간대'가 39.0%, '7시간대'가 37.1%, '5시간대'가 11.6%, '8시간 이상'이 10.9% 이었다. 피부유형은 '복합성피부'가 30.3%로 가장 많았고, '건성피부'는 20.2%, '민감성피부'는 13.9%, '정상피부'는 12.4%, '여드름피부'는 11.6% 순으로 조사되었다.

## 2. 피부변화와 화장품 소비 형태

피부변화와 화장품 소비 형태를 살펴본 결과는 <Table 2>와 같다.

피부변화는 '피부 트러블'(M=3.43), '각질상태 악화'(M=3.18), '유분상태 악화'(M=3.01), '수분상태 악화'(M=2.77) 순으로 피부상태 변화가 있었고, 화장품 소비 형태는 '실용적'(M=2.87), '쾌락적'(M=2.78) 순으로 평균이 높았다. 피부상태 변화 중 피부 트러블이 나타났을 때 피부를 보호하기 위해 실용적으로 화장품 소비를 한다고 보고한 Choi(2005) 결과와 유사하다.

## 3. 연구문제 검증

Table 2. Skin changes, cosmetics consumption patterns

	Sortation	Frequency(N)	Percentage(%)
Skin type	Skin trouble	3.43	.92
	Deterioration of oil conditions	3.01	1.44
	Deterioration of water conditions	2.77	1.01
	Deterioration of the state of dead skin cells	3.18	.73
Cosmetic consumption patterns	Practical	2.87	.96
	Hedonic	2.78	.93

**연구문제 1. 조사대상자의 일반적 특성에 따른 화장품 소비 형태의 차이를 알아본다.**

**1-1. 조사대상자의 일반적 특성에 따른 실용적 화장품 소비 형태의 차이**

조사대상자의 일반적 특성에 따른 실용적 화장품 소비 형태의 차이를 살펴본 결과는 <Table 3>과 같다.

수면시간과 피부유형에 따른 실용적 화장품 소비 형태의 차이는 유의미하였으나, 성별, 연령, 최종학력, 직업, 가구의 월 소득에 따른 차이는 없었다.

수면시간은 7시간대(M=3.08), 5시간(M=2.80), 6시간대(M=2.74), 8시간 이상 대(M=2.66) 순으로 8시간 이상 수면을 하는 응답자의 실용적 화장품 소비 형태가 가장 낮았다(F=2.855, p<.05). 피부유형은 민감성피부(M=3.28), 여드름피부(M=3.09), 정상피부(M=2.88), 기타(M=2.86), 지성피부(M=2.79), 복합성 피부(M=2.78), 건성피부(M=2.62) 순으로 민감성피부의 실용적 화장품 소비 형태가 가장 높았고, 건성피부의 실용적 화장품 소비 형태가 가장 낮았다(F=2.198, p<.05). 생활습관 중 수면시간은 피부에 매우 중요한 역할을 한다. 수면의 시간이 너무 많을 경우에는 삶의 질이 높아져 피부에 나타나는 피부 이상 반응이

**Table 3.** Differences in practical cosmetic consumption types according to the general characteristics of the survey subjects

	Sortation	N	Average	Standard deviation	t/F	p	Scheffe
Gender	Men	99	2.81	1.05	-.689	.492	-
	Woman	168	2.90	.91			
Age	20's	93	2.90	.93	.394	.675	-
	30's	107	2.80	.96			
	People in their 40s and older	67	2.93	1.03			
Last educational background	High school graduation	39	2.80	.91	.397	.756	-
	Junior college graduation	57	2.77	1.02			
	A college graduation	129	2.90	.94			
	Attending and graduating from graduate school	42	2.95	1.04			
Job	Professional/free employment	71	2.89	.97	.489	.744	-
	Sales/Service Jobs	46	2.82	.80			
	Self-employment	43	2.78	1.02			
	A clerical/technical profession	56	3.01	1.00			
	Etc	51	2.79	1.02			
Average monthly salary	≤ 1 million won	57	2.96	1.03	1.250	.292	-
	≤ 2 to 3 million won	92	2.79	.89			
	≤ 3 to 4 million won	67	3.00	1.06			
	More than 4 million won	51	2.71	.86			
Sleeping hours	≤ 5 hours (a)	35	2.80	1.08	2.855*	.038	c,a,b > a,b,d
	6 hours (b)	104	2.74	.88			
	7 hours (c)	99	3.08	.98			
	More than 8 hours (d)	29	2.66	.96			
Skin type	Normal skin (a)	33	2.88	1.01	2.198*	.044	e,f,a,g,c,d > f,a,g,c,d,b
	Dry skin (b)	54	2.62	.91			
	Oily skin (c)	24	2.79	1.04			
	Combination skin (d)	81	2.78	.94			
	Sensitive skin (e)	37	3.28	.93			
	Acne prone skin (f)	31	3.09	1.00			
Etc (g)	7	2.86	.66				

\*p<.05

현저히 낮기 때문에 실용적으로 화장품을 구매하기 보다는 쾌락적으로 소비하는 결과로 보여진다(Jung, 2019). 또한 민감성 피부일수록 화장품 성분에 대한 예민함이 나타나 구매 행동을 보다 더 실용적으로 소비하는 것으로 보여진다(Woo, 2022).

**1-2. 조사대상자의 일반적 특성에 따른 쾌락적 화장품 소비 형태의 차이**

조사대상자의 일반적 특성에 따른 쾌락적 화장품 소비형태의 차이를 살펴본 결과는 <Table 4>와 같다.

피부유형에 따른 쾌락적 화장품 소비형태의 차이는 유의미

하였으나, 성별, 연령, 최종학력, 직업, 가구의 월 소득, 수면시간에 따른 차이는 유의수준 5%에서 유의미하지 않았다.

피부유형은 민감성피부(M=3.04), 복합성피부(M=2.93), 정상피부(M=2.77), 여드름피부(M=2.74), 지성피부(M=2.67), 기타(M=2.64), 건성피부(M=2.44) 순으로 쾌락적 화장품 소비 형태가 높았다(F=2.175, p<.05). 이는 타인으로부터 처음 보여지는 부분이 피부이므로 피부의 상태가 안 좋을수록 피부 상태를 중요시하게 생각하고 심리적인 특성에서 나타나는 쾌락적 소비 형태가 보여진(Lee, 2016)고 사료된다.

**Table 4.** Differences in the types of hedonic cosmetics consumption according to the general characteristics of the survey subjects

	Sortation	N	Average	Standard deviation	t/F	p	Scheffe
Gender	Men	99	2.68	1.05	-1.197	.233	-
	Woman	168	2.83	.85			
Age	20's	93	2.90	.94	1.371	.256	-
	30's	107	2.68	.94			
	People in their 40s and older	67	2.75	.90			
Last educational background	High school graduation	39	2.76	.72	1.289	.278	-
	Junior college graduation	57	2.57	.95			
	A college graduation	129	2.84	.92			
	Attending and graduating from graduate school	42	2.86	1.07			
Job	Professional/free employment	71	2.89	1.07	.915	.456	-
	Sales/Service Jobs	46	2.84	.86			
	Self-employment	43	2.63	.81			
	A clerical/technical profession	56	2.64	.89			
	Etc	51	2.83	.90			
Average monthly salary	≤ 1 million won	57	2.81	.95	.426	.735	-
	≤ 2 to 3 million won	92	2.82	.92			
	≤ 3 to 4 million won	67	2.66	.82			
	More than 4 million won	51	2.81	1.06			
Sleeping hours	≤ 5 hours (a)	35	2.73	.96	2.424	.066	-
	6 hours (b)	104	2.62	.82			
	7 hours (c)	99	2.96	.96			
	More than 8 hours (d)	29	2.74	1.06			
Skin type	Normal skin (a)	33	2.77	.90	2.175*	.046	-
	Dry skin (b)	54	2.44	.77			
	Oily skin (c)	24	2.67	.79			
	Combination skin (d)	81	2.93	1.08			
	Sensitive skin (e)	37	3.04	.85			
	Acne prone skin (f)	31	2.74	.89			
	Etc (g)	7	2.64	.63			

\* p<.05

**Table 5.** Correlation between skin change and cosmetic consumption patterns

Sortation	Skin change				Cosmetic consumption patterns	
	Skin trouble	Deterioration of oil conditions	Deterioration of water conditions	Deterioration of the state of dead skin cells	Practical	Hedonic
Skin change	Skin trouble	1				
	Deterioration of oil conditions	.119	1			
	Deterioration of water conditions	.154*	-.048	1		
	Deterioration of the state of dead skin cells	.313***	.261***	.286***	1	
Cosmetic consumption patterns	Practical	.389***	.166**	.244***	.250***	1
	Hedonic	.309***	.069	.142*	.193**	.527***

\* p&lt;.05, \*\* p&lt;.01, \*\*\* p&lt;.001

**연구문제2. 피부변화와 화장품 소비형태의 상관관계를 알아본다.**

피부변화와 화장품 소비형태의 상관관계를 살펴본 결과는 <Table 5>와 같다.

실용적 화장품 소비형태는 피부변화의 피부 트러블( $r=.389$ ,  $p<.001$ ), 각질상태 악화( $r=.250$ ,  $p<.001$ ), 수분상태 악화( $r=.244$ ,  $p<.001$ ), 유분상태 악화( $r=.166$ ,  $p<.01$ ) 순으로 정의 상관이 높았고, 쾌락적 화장품 소비형태는 피부변화의 피부 트러블( $r=.309$ ,  $p<.001$ ), 각질상태 악화( $r=.193$ ,  $p<.01$ ), 수분상태 악화( $r=.142$ ,  $p<.05$ ) 순으로 정의 상관이 높았으나, 유분상태 악화와 의 상관은 유의수준 5%에서 유의미하지 않았다. 소비형태는

피부에 대한 관심과 피부로부터 스트레스를 받고 있는 피부 유형에서 두드러지게 나타나 있는 것으로 보여지며, 피부에 대한 트러블이 많을수록 실용적으로化妆품을 구매하고 더 나아가 필요하지 않지만 필요할 것으로 간주되어 구매하는 쾌락적으로 化妆품을 구매하는 소비형태로 이어지는 것으로 사료된다 (Lim, 2020).

**연구문제3. 피부변화가 화장품 소비형태에 미치는 영향을 알아본다.**

피부변화가 화장품 소비형태에 미치는 영향을 살펴본 결과는 <Table 6>과 같다.

피부변화가 실용적 화장품 소비형태에 미치는 영향을 알아

**Table 6.** Effects of skin change on cosmetic consumption patterns

Dependent variable	Independent variable	B	$\beta$	t	p	$R^2$	adj $R^2$	F
Practical	(constant)	.706		2.461*	.014			
	Skin trouble	.341	.327	5.623***	.000			
	Deterioration of oil conditions	.079	.119	2.062*	.040	.207	.195	17.114***
	Deterioration of water conditions	.173	.181	3.107**	.002			
	Deterioration of the state of dead skin cells	.086	.065	1.048	.295			
Hedonic	(constant)	1.282		4.385***	.000			
	Skin trouble	.271	.270	4.386***	.000			
	Deterioration of oil conditions	.013	.019	.319	.750	.112	.098	8.224***
	Deterioration of water conditions	.072	.079	1.277	.203			
	Deterioration of the state of dead skin cells	.103	.081	1.226	.221			

\*p&lt;.05, \*\*p&lt;.01, \*\*\*p&lt;.001

보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과,  $R^2=0.207$ 로 전체 변동의 20.7%로 회귀모형을 설명하고 있음을 알 수 있다. 변수간 다중공선성을 진단하기 위하여 분산팽창계수(VIF: variable inflation factor)와 허용치(tolerance)를 살펴보았으며, 일반적으로 분산팽창계수가 10이상이거나 허용치가 0.1보다 작으면 다중공선성의 문제가 있다고 판단하게 된다. 본 분석에서 변수들의 VIF값은 모두 10 이하였고, 허용치는 0.1보다 크게 나타나 다중공선성의 문제는 발생하지 않는 것으로 볼 수 있다. 모형에 대한 분산분석 결과 추정된 모형은 유의한 것을 알 수 있으며( $F=17.114$ ,  $p<.001$ ), 피부변화의 피부 트러블( $\beta=.327$ ,  $p<.001$ ), 수분상태 악화( $\beta=.181$ ,  $p<.01$ ), 유분상태 악화( $\beta=.119$ ,  $p<.05$ ) 순으로 실용적 화장품 소비형태에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 따라서, 피부변화의 피부 트러블과 수분상태 악화, 유분상태 악화가 심할수록 실용적 화장품 소비형태가 높은 것을 알 수 있다.

피부변화가 쾌락적 화장품 소비형태에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과,  $R^2=0.112$ 로 전체 변동의 11.2%로 회귀모형을 설명하고 있으며, 모형에 대한 분산분석 결과 추정된 모형은 유의하였다( $F=8.224$ ,  $p<.001$ ). 피부변화의 피부 트러블( $\beta=.270$ ,  $p<.001$ )만 쾌락적 화장품 소비형태에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났고, 이는 피부변화의 피부 트러블이 심할수록 쾌락적 화장품 소비형태가 높은 것을 의미한다. Lee(2022)의 선행연구에 의하면 피부 트러블이 심할수록 피부에 대한 관심이 많아지고 피부 상태가 좋아지도록 노력하기 때문에 소비 형태가 실용적으로 증가되고, 피부의 질환의 형태에 따라 추가적으로 구매하는 쾌락적 소비 또한 높아지는 결과가 나타났다고 보고하여 본 연구와 유사하게 나타났다.

## V. 결 론

본 연구는 Covid-19에 의한 피부 변화가 화장품 소비 형태에 미치는 영향에 대한 연구를 수행하여, 향후 화장품 산업을 위한 제품 개발과 마케팅의 기본 자료를 제공하고, 이와 같은 사회적 현상이 화장품 소비 형태에 어떤 영향으로 작용하는지를 연구하기 위하여 진행하였다.

본 연구를 실시하여 다음과 같은 결과를 도출하였다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성에 따른 화장품 소비 형태의 차이는 수면시간과 피부유형에 따른 실용적 화장품 소비 형태의 차이는 유의미하였다.

수면시간은 7시간대, 5시간, 6시간대, 8시간 이상 대 순으로 8시간 이상 수면을 하는 응답자의 실용적 화장품 소비형태가 가장 낮았다. 피부유형은 민감성피부, 여드름피부, 정상피부, 기타, 지성피부, 복합성피부, 건성피부 순으로 민감성피부의 실용적 화장품 소비 형태가 가장 높았고, 건성피부의 실용적 화

장품 소비 형태가 가장 낮았다.

피부유형에 따른 쾌락적 화장품 소비 형태의 차이는 유의미하였고, 민감성피부, 복합성피부, 정상피부, 여드름피부, 지성피부, 기타, 건성피부 순으로 쾌락적 화장품 소비 형태가 높았다.

둘째, 피부변화와 화장품 소비 형태와 상관관계는 실용적 화장품 소비 형태는 피부변화의 피부 트러블, 각질상태 악화, 수분상태 악화, 유분상태 악화 순으로 정의 상관이 높았고, 쾌락적 화장품 소비 형태는 피부변화의 피부 트러블, 각질상태 악화, 수분상태 악화 순으로 정의 상관이 높았다.

셋째, 피부변화가 화장품 소비 형태에 미치는 영향은 피부 트러블, 수분상태 악화, 유분상태 악화 순으로 실용적 화장품 소비 형태에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타나, 피부 트러블과 수분상태 악화, 유분상태 악화가 심할수록 실용적 화장품 소비형태가 높은 것을 알 수 있다.

피부변화가 쾌락적 화장품 소비 형태에 미치는 영향은 피부 트러블만 쾌락적 화장품 소비 형태에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났는데, 이는 피부변화의 피부 트러블이 심할수록 쾌락적 화장품 소비형태가 높은 것을 의미한다.

이에 본 연구결과에서는 Covid-19 발생 전과 비교했을 때 소비 형태 중 쾌락적 소비는 감소하였고, 실용적 소비가 증가하였음을 보여주어, Covid-19에 의한 피부변화가 화장품 소비 형태에 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 그러나 본 연구는 Covid-19에 의한 화장품 소비 형태와 피부변화가 화장품 소비 형태에 미치는 영향을 설문으로 진행하였기에 일반화하는 데는 한계가 있을 것이다. 그러므로 향후 연구에는 여러 가지 변수와 관련된 다양한 요인으로 Covid-19에 의한 소비 형태와 피부변화가 화장품 소비 형태에 대한 상관성을 정확히 규명하기 위한 심층적인 연구가 이루어져야 할 것을 기대한다.

## References

- Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/or fun: Measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644-656.
- Choi, H. (2022). The Effect of Consumption Value on the Purchase Intention of Social Enterprise Products: Focusing on the Regulatory Effect of Social Enterprise Recognition. Master's thesis, Pusan National University, Busan, 12-19.
- Choi, S. (2005). Analysis of consumers' purchasing behaviors and satisfaction towards functional cosmetics. Master's thesis, Chung-Ang University, Seoul, 56-58.
- Choi, Y., & Moon, J. (2020). Impact of Environmental Changes on Offline Distribution Channel Sales. *Journal of Channel and Retailing*, 25(4), 31-51.
- Heo, E. (2022). The Influence of Makeup Behavior and Cosmetics Purchase Behavior on Makeup Patterns before and after COVID-19 Pandemic in College Women. Master's thesis, Kwangju Women's University, Gwangju, 11-20.



- Heo, Y. (2019). Analysis Relationship among Service Quality, Hedonic and Utilitarian Values and Behavioral Intentions for Bakery Customers. *Journal of Hotel & Resort*, 18(3), 261-279.
- Hong, P. (2021). The Effect of Corona 19 Occurrence Patterns on Public Psychological Responses, Utilitarian and Hedonistic Consumption. Doctoral dissertation, Sejong University, Seoul, 1-3.
- Jang, M. (2022). Behavioral Study on Consumer Choice of Functional Cosmetics According to Baumann Skin Analysis of Korean women in the Untact Era Focusing on their 30s and 40. Doctoral dissertation, Konkuk University, Seoul, 1-4.
- Jung, S. (2019). Comparison of the quality of life and mental health among three groups; (1. enough sleep, 2. lack of sleep, 3. over sleep) in Korean adults. Master's thesis, Korea University, Seoul, 29-30.
- Jung, S., Kim, S., Kim, J., & Lee, J. (2013). The Effect of Attitude and Purchase Intention on Consumption Values of Social Enterprise Product Focus on University students. *Journal of the Korea Service Management Society*, 14(5), 229-249.
- Kim, S. (2013). A Study on the Use of Cosmetics and Purchasing Behavior. Master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul, 18.
- Koh, M. (2009). Anti-inflammatory effect of DNA vaccine in chronic cutaneous inflammation. doctoral dissertation, Chonnam National University, Gwangju, 14-15.
- Kwon, J. (2019). Study on Actual Condition of Skin Care and Usage behavior of Cosmetics in accordance with Acne Severity of Adult Male. Master's thesis, Daejeon University, Daejeon, 5-6.
- Lee, H., Kim, Y., & Jung, J. (1999). Utilitarian / Hedonic Shopping Value and Shopping Satisfaction : Development and Testing of a Structural Model. *Journal of the Society of Korea Industrial and Systems Engineering*, 28(2), 505-538.
- Lee, J. (2016). The effects of purchasing decision factors of Korean and Chinese female consumers in their twenties on advertisement attitudes, social-face sensitivity, and purchasing behavior. Master's thesis, Seokyeong University, Seoul, 22-34.
- Lee, J. (2021). A Study on Women's Appearance Interest and Cosmetics Purchasing Behavior due to Corona 19. Master's thesis, Sungshin Women's University, Seoul, 1-3.
- Lee, S. (2022). The Study of Consumption Value and Satisfaction of Cosmeceutical Cosmetics According to Skin Disease Concerns. Master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul, 71-73.
- Lee, Y., & Kang, H. (2020). A Theoretical Review on the Untact Marketing of the COVID-19 Period Hospitality Industry Services. *Journal of Korea Entertainment Industry Association*, 14(7), 161-173.
- Lim, K. (2020). The Influence of Perception of Inflammatory Skin Diseases on Cosmetics Purchase Behavior and Consumption Propensity in the Millennial Generation. Master's thesis, Konkuk University, Seoul, 93-99.
- Lim, S., & Seo, H. (2020). Influence of COVID-19 Risk Perception on Consumer Purchasing Behavior of Cosmetic Products. *Journal of Beauty Art Management*, 49(2), 19-37.
- Nan, S. (2022). The effect of wearing a mask due to COVID-19 on the makeup and skin condition of women's. Master's thesis, Nambu University, Gwangju, 8-9.
- Park, Y. (2021). A Study on Changes in Women's Makeup Interest and Cosmetic Use Patterns Before and After the Outbreak of COVID-19 At the time of 1 year after the COVID-19 outbreak. Master's thesis, Konkuk University, Seoul, 1-3.
- Son, S. (2022). Big Data-Based Analysis of Consumption changes and Influencing Factors in Residential Area in Seoul -Before and after the COVID-19 outbreak. Master's thesis, University of Seoul, Seoul, 8-16.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.
- Yu, Y. (2022). Effects of consumption values on cosmetics consumption by millennial female consumers - A Focus on comparison between Korea and China -. Master's thesis, Dankook University, Seoul, 10-13.