

석사학위논문

비건 안티에이징 화장품 사용에 따른  
소비자 인식과 만족도에 대한 연구

-20~50대 중국인 소비자를 중심으로-

2023년

한성대학교 예술대학원

뷰티산업융합학과

화장품산업전공

박 야 희

석사학위논문  
지도교수 전지현

비건 안티에이징 화장품 사용에 따른  
소비자 인식과 만족도에 대한 연구  
-20~50대 중국인 소비자를 중심으로-

A Study on Consumer Perception and Satisfaction of Vegan  
Anti-Aging Cosmetics:  
Focused on Chinese Consumers aged 20~50

2023년 6월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티산업융합학과

화장품산업전공

박 야 희

석사학위논문  
지도교수 전지현

# 비건 안티에이징 화장품 사용에 따른 소비자 인식과 만족도에 대한 연구

-20~50대 중국인 소비자를 중심으로-

A Study on Consumer Perception and Satisfaction of Vegan  
Anti-Aging Cosmetics:  
Focused on Chinese Consumers aged 20~50

위 논문을 예술학 석사학위 논문으로 제출함

2023년 6월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티산업융합학과

화장품산업전공

박 야 희

광야회의 예술학 석사학위 논문을 인준함

2023년 6월 일

심사위원장 김 지 현 (인)

심 사 위 원 정 윤 성 (인)

심 사 위 원 전 지 현 (인)

# 국 문 초 록

## 비건 안티에이징 화장품 사용에 따른 소비자 인식과 만족도에 대한 연구 -20~50대 중국인 소비자를 중심으로-

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원  
뷰 티 산 업 융 합 학 과  
화 장 품 산 업 전 공  
과 야 학

본 연구는 비건 안티에이징 화장품 사용에 따른 소비자 피부 노화 인식과 비건 안티에이징 화장품 사용실태를 분석하고 그에 따른 비건 안티에이징 화장품 소비자 인식과 만족도를 파악하고자 하는 것이며, 비건 화장품 산업을 발전시키기 위한 기초 자료를 제공하는데 그 목적이 있다. 중국 소비자들은 단순한 구매 이유에서 벗어나 자신의 건강이나 환경보호, 동물 복지 등에 관심이 높아지고 있는 추세이다. 따라서 화장품 소비에 다양한 20대, 30대, 40대 50대 중국인 소비자를 대상으로 인구통계학적 특징과 피부 관심도를 분석하였으며, 이를 위해 중국 소비자를 대상으로 2023년 5월 1일부터 5월 4일까지 4일간 설문을 실시하였다. 배포한 총 635부의 설문지 중 불성실 응답자 13부를 제외한 최종 622부의 설문을 분석하였다. 분석방법은 목적에 따라 빈

도 분석, 기술 통계, 독립표본 t-검증, 일원 배치 분산분석(ANOVA), 카이제곱 검정, 신뢰도 분석, pearson 상관분석 및 다중 회귀분석을 실시하였고, 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

조사대상자의 일반적 특성을 살펴본 결과, 성별은 남자가 42.0%, 여자가 58.0%였으며, 연령으로는 20대 이하가 가장 많았고 최종학력은 전문대졸, 결혼 여부로는 기혼, 직업은 회사원, 월평균 수입으로는 3,000위안이 가장 높게 나타났다.

조사대상자의 피부 노화 일반적 인식을 살펴본 결과, 피부 노화 인식에 대한 응답은 ‘그렇다’가 가장 높게 나타났고, 피부 노화 진행에 대한 느낌은 ‘그렇다’, 나이에 비해 피부 노화 정도가 ‘아니다’, 피부 노화로 인한 고민은 ‘그렇다’가 가장 높게 나타났다. 피부 타입을 살펴보면, 복합성, 피부 문제 중 고민되는 사항은 색소침착, 피부 노화 증상 중 고민되는 부분으로는 ‘피부 처짐’, 피부 노화를 느꼈을 때 최초 증상은 ‘잔주름 증가’, 피부 노화가 빠르게 진행되는 이유로는 ‘식습관’, 피부 노화 개선 또는 감추는 방법은 ‘전문적 피부관리실’이 가장 높게 파악되었고, 안티에이징 화장품을 사용하는 대상자가 사용하지 않는 대상자에 비해 많은 것으로 조사되었다.

조사대상자의 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 실태 차이의 경우, ‘피부 보호를 위해서’라고 응답한 비율이 남자보다 여자가 높아 유의한 차이를 보였고, 직업이 주부인 경우가 가장 높았으며, 공무원이 가장 낮아 유의한 차이를 보였다. 수입의 경우, 월평균 수입이 3,000위안인 경우가 가장 높았고, 30,000-40,000위안인 경우는 가장 낮아 유의한 차이를 보였다.

피부 노화 일반적 인식에 따른 안티에이징 화장품 사용 실태 차이에서는 피부 노화 인식이 ‘그렇다’인 경우 ‘피부 보호를 위해서’라고 응답한 비율이, 피부 노화 진행 느낌이 ‘그렇다’인 경우 ‘피부 보호를 위해서’라고 응답한 비율이 가장 높았다.

비건 안티에이징 화장품 사용실태에 따른 소비자 인식 차이에서는 사용 이유가 ‘피부 보호를 위해서’가 가장 높았고, 화장품 관심 시기는 40~50세가 가장 높았으며, 20세 이하는 가장 낮아 유의한 차이를 보였다. 화장품 처음 구매 시기 또한 40-50세가 가장 높았고, 화장품 구매 시 고려 사항이 ‘성분’

인 경우가 가장 높았으며, ‘가격’은 가장 낮아 유의한 차이를 보였다. 화장품 구매의 가장 큰 동기가 ‘제품의 품질과 효능이 좋다’는 경우가 가장 높았고, 비건 화장품 사용 의향이 있는 대상자는 의향이 없는 대상자에 비해 높아 유의한 차이를 보였다.

소비자 인식이 비건 안티에이징 화장품 만족도에 미치는 영향을 살펴보면 성분, 효능, 브랜드 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 소비자 인식이 논 비건 안티에이징 화장품 만족도에 미치는 영향을 살펴보면 효능, 브랜드는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 성분은 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

이에 본 연구는 비건 안티에이징 화장품을 사용해 본 적이 있는 중국 소비자를 대상으로 기존 안티에이징 화장품 관련 연구에서 다루지지 않았던 비건 안티에이징 화장품에 대한 인식을 살펴볼 수 있었다는 점에서 다른 연구들과 차별성이 있으며 이를 통해 중국 화장품 시장의 소비 성향을 예측하고 소비 행동을 파악하여 향후 비건 안티에이징 제품 개발에 도움이 되며 중국 뿐만 아니라 한국 화장품 마케팅 전략 수립에 활용될 수 있는 기초자료가 되기를 기대한다.

【주요어】 비건 화장품, 안티에이징 화장품, 소비자 인식, 만족도

# 목 차

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 제 1 장 서 론 .....             | 1  |
| 제 1 절 연구의 필요성 및 목적 .....    | 1  |
| 제 2 절 연구모형 .....            | 4  |
| 제 3 절 연구가설 .....            | 5  |
| 제 2 장 이론적 배경 .....          | 7  |
| 제 1 절 비건 화장품 .....          | 7  |
| 1) 비건의 개념 .....             | 7  |
| 2) 비건 화장품 .....             | 8  |
| 제 2 절 안티에이징 화장품 .....       | 9  |
| 1) 안티에이징의 개념 .....          | 9  |
| 2) 안티에이징 화장품 .....          | 10 |
| 제 3 절 소비자인식 .....           | 11 |
| 제 4 절 만족도 .....             | 12 |
| 제 3 장 연구방법 .....            | 14 |
| 제 1 절 연구대상의 선정 및 자료수집 ..... | 14 |
| 제 2 절 조사도구 .....            | 14 |
| 제 3 절 분석방법 .....            | 15 |



|            |                                                     |     |
|------------|-----------------------------------------------------|-----|
| 제 4 장      | 연구결과 및 논의 .....                                     | 17  |
| 제 1 절      | 조사대상자 특성과 주요 변인의 기술통계치 .....                        | 17  |
| 제 2 절      | 일반적 특성과 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 실태 차이 ..... | 47  |
| 제 3 절      | 비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 소비자 인식 차이 ..                 | 80  |
| 제 4 절      | 소비자 인식이 만족도에 미치는 영향 요인 .....                        | 89  |
| 제 5 장      | 결 론 .....                                           | 93  |
| 참 고 문 헌    | .....                                               | 96  |
| 부        록 | .....                                               | 99  |
| ABSTRACT   | .....                                               | 118 |

## 표 목 차

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| [표 1] 소비자 인식 척도의 신뢰도 분석 .....                                | 14 |
| [표 2] 만족도 척도의 신뢰도 분석 .....                                   | 15 |
| [표 3] 조사대상자 특성 .....                                         | 18 |
| [표 4] 피부노화 일반적 인식 .....                                      | 20 |
| [표 5] 비건 안티에이징 화장품 사용 실태 .....                               | 23 |
| [표 6] 각 변인에 대한 기술통계 .....                                    | 25 |
| [표 7] 일반적 특성에 따른 사용 이유 차이 .....                              | 27 |
| [표 8] 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 관심 시기 차이 .....                 | 28 |
| [표 9] 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 처음 구매 시기 차이 ·                  | 30 |
| [표 10] 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 시 고려사항 차이<br>.....         | 32 |
| [표 11] 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매의 가장 큰 동기<br>차이 .....       | 34 |
| [표 12] 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 장소 차이 .....                | 36 |
| [표 13] 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과 차이                    | 38 |
| [표 14] 일반적 특성에 따른 정보 경로 차이 .....                             | 40 |
| [표 15] 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 가장 큰 장점 차이                    | 42 |
| [표 16] 일반적 특성에 따른 논 비건 안티에이징 화장품의 아쉬운 점 차이<br>.....          | 44 |
| [표 17] 일반적 특성에 따른 비건 화장품 사용 의향 차이 .....                      | 46 |
| [표 18] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 이유 차<br>이 .....       | 48 |
| [표 18-1] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 이유<br>차이(이어서) ..... | 49 |
| [표 19] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 관심 시기 차<br>이 .....       | 52 |
| [표 19-1] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 관심 시기                  |    |

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| (이어서) .....                                                     | 53 |
| [표 20] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 처음 구매 시기 차이 .....           | 55 |
| [표 20-1] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 처음 구매 시기 차이(이어서) .....    | 56 |
| [표 21] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 시 고려사항 차이 .....          | 58 |
| [표 21-1] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 시 고려사항 차이(이어서) .....   | 59 |
| [표 22] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매의 가장 큰 동기 차이 .....        | 61 |
| [표 22-1] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매의 가장 큰 동기 차이(이어서) ..... | 62 |
| [표 23] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 장소 차이 .....              | 64 |
| [표 23-1] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 장소 차이(이어서) .....       | 65 |
| [표 24] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과 차이 .....            | 67 |
| [표 24-1] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과 차이(이어서) .....     | 68 |
| [표 25] 피부노화 일반적 인식에 따른 정보 경로 차이 .....                           | 70 |
| [표 25-1] 피부노화 일반적 인식에 따른 정보 경로 차이(이어서) .....                    | 71 |
| [표 26] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 가장 큰 장점 차이 .....            | 73 |
| [표 26-1] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 가장 큰 장점 차이(이어서) .....     | 74 |
| [표 27] 피부노화 일반적 인식에 따른 논 비건 안티에이징 화장품의 아쉬운 점 차이 .....           | 76 |

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| [표 27-1] 피부노화 일반적 인식에 따른 논 비건 안티에이징 화장품의 아쉬운 점 차이(이어서) ..... | 77 |
| [표 28] 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 화장품 사용 의향 차이 .....                 | 79 |
| [표 29] 비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 소비자 인식 차이 .....                | 81 |
| [표 30] 비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 성분 차이 .....                    | 84 |
| [표 31] 비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 효능 차이 .....                    | 86 |
| [표 32] 비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 브랜드 차이 .....                   | 88 |
| [표 33] 소비자 인식과 만족도 간 상관관계 .....                              | 90 |
| [표 34] 소비자 인식이 비건 안티에이징 화장품 만족도에 미치는 영향 .....                | 91 |
| [표 35] 소비자 인식이 논 비건 안티에이징 화장품 만족도에 미치는 영향 .....              | 92 |

## 그림 목 차

|                   |   |
|-------------------|---|
| [그림 1] 연구모형 ..... | 4 |
|-------------------|---|

# 제 1 장 서론

## 제 1 절 연구의 필요성 및 목적

전 세계적으로 윤리적 가치관이 높아지므로 인해 환경이나 동물에 대한 보호 인식의 관심이 커져 비건 화장품의 용어가 뷰티산업에 트렌드로 자리 잡게 되었다. 비건 화장품은 동물실험을 배제하고 동물성 원료를 사용하지 않는 것이 비건 화장품으로 인식하고 있다. 최근 코로나-19 바이러스가 나타난 것은 환경오염의 원인일 수 있어 동물성 원료 대신 뷰티 산업에 대체 성분으로 식물성 원료 및 자연 유래 성분까지 부각이 되고 있다(권해리, 2022). 따라서 비건 화장품의 경우는 채식주의자부터 일반 소비자까지 폭넓은 소비자층이 비건 뷰티 시장으로 확장시켜 지속적인 성장세의 트렌드로 발전할 것으로 전망된다(성예림, 2022).

'중국 채식 식당의 조사 보고서'에 따르면 완전 채식을 엄격하게 지키는 중국인 소비자가 많지 않은데, 먹고 입는 정도까지 비건 개념을 적용하려는 사람들이 점점 늘어나고 있다고 지적했다(baidu.com). 위의 내용의 영향으로 중국 정부는 비건에 대한 관심이 늘어남으로 인해 각종 채널 등 홍보 수단을 통해 지속가능한 발전을 국가과제로 지정하여 추진하고 있다. 또한 21세기의 많은 사람들이 동물 학대를 하지 않고 생명을 존중하는 것은 보편적 가치로 인식되기 시작하였다.

따라서 중국 화장품 산업은 점차 동물에게 해를 입히는 제품 개발을 사용하지 않게 됐으며 중국 뷰티 산업도 지속 가능한 발전 방향의 초점을 맞춰가고 있다. 이에 중국 비건 화장품 시장은 초기 단계이며 아직은 완전한 산업 체인이 형성되지 않았다. 그러나 중국에서는 20여 년 전만 해도 환경보호를 중요하게 인지하지 못했으나 오늘날 지속가능성에 대한 관심이 매우 높아지고 있다. 중국 소비자들의 관심이 지속가능성과 채식주의 및 천연 유래 제품의 비중이 커질 뿐만 아니라 건강과 환경문제에도 점점 중요하게 대두되고 있다(Gao, 2021).

또한 현대사회는 외모와 건강 의식이 급속히 변화하고 있으며 사람들의 노화 예방 인식 또한 향상되고 있다. 이에 따라 중국 본토에서도 '전 국민 안티에이징'의 바람을 일으킬 것이며 노화 방지의 전문적 지식 개념은 대중화되고 있고 노화 방지 산업은 급속한 발전 단계를 나타나고 있다. 소비자들의 안티에이징 제품이 기존의 노화 문제를 해결하는 데 적합할 뿐만 아니라 노화 예방에도 중요하다는 것을 깨닫고 있다. 안티에이징 산업에 대한 노화 방지를 추구하는 것은 기대수명 연장에만 집착하는 것이 아니라 소비자의 소비지출이 지역, 문화 등의 특성을 가리지 않고 경제수준과 관심이 계속 증가하고 있으며 노화 방지 화장품 산업 발전이 화장품 업계와 안티에이징 화장품 시장의 성장의 원동력으로 작용하고 있다(RESEARCH, 2023).

2022년의 중국미용박람회 뉴스의 기사에 따르면 노화 방지 제품에 관심이 있는 사람들의 연령으로 볼 때 26-35세 젊은 층 사람들은 노화 방지 스킨케어 제품 관련 정보에 가장 많은 관심을 기울이고 있으며 1990년대, 2000세대 그룹의 노화 방지 인식이 점차 강화되어 노화 방지 제품 소비의 주요 그룹이 되었다(중국미용박람회, 2023). 성별과 연령을 구분하지 않고 젊은 외모를 유지하고 건강하게 살아갈 수 있는 것에 대한 소비자 인식이 높아지면서 안티에이징 화장품 산업이 자리매김하게 되었다(안은주, 2014). 그러므로 중국은 현재 환경 보호에 대한 소비자 인식 증가와 중국 정부의 의도적인 지침으로 지속 가능한 뷰티 화장품 산업이 새로운 발전으로 도전하고 있다. 2018년 '글로벌 코스메틱 포커스'기사 내용에 따르면 최근 미국 화장품 시장의 새로운 바람을 일으킬 트렌드로 비건(Vegan)이 떠오르고 있다. 따라서 소비자의 외모 수요를 위해서 비건 안티에이징 화장품 산업의 확장이 필요하다.

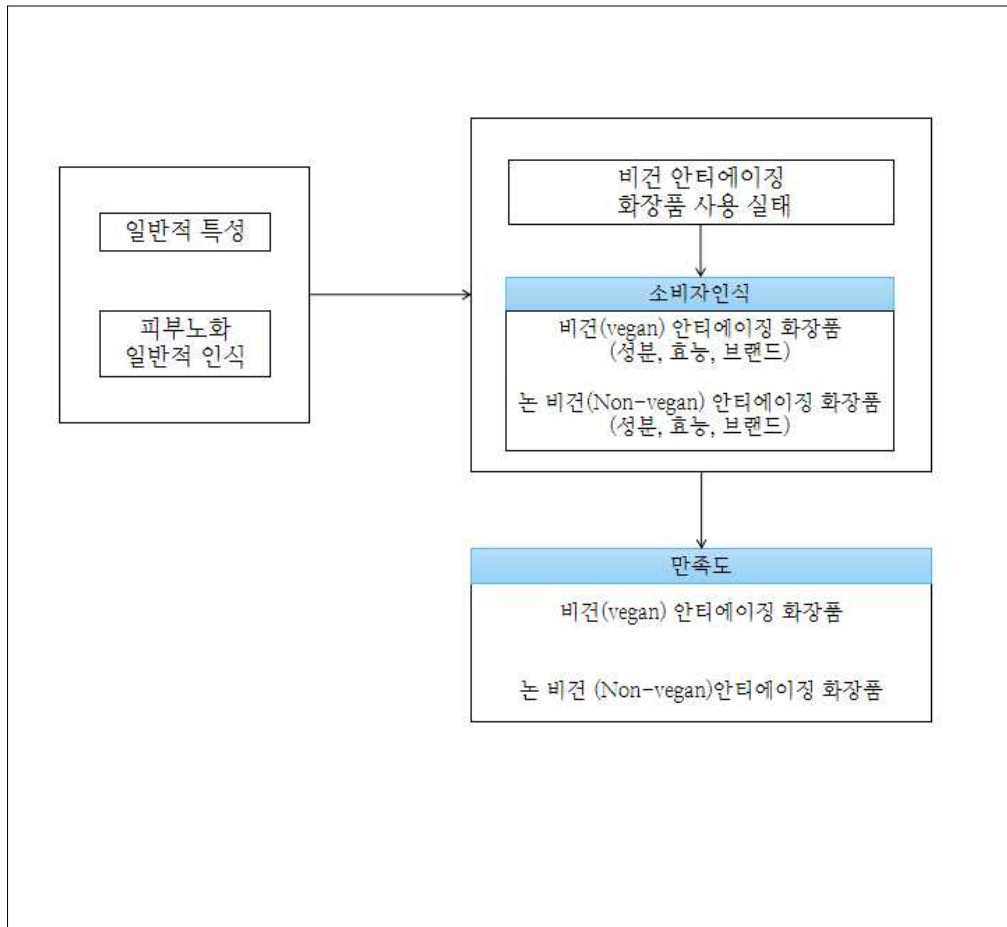
위와 같은 선행 논문을 살펴보았듯이 전 세계적으로 안티에이징 화장품 시장이 성장하고 피부 항노화의 안티에이징 화장품 연구가 많이 진행되어 왔지만 비건 안티에이징 화장품에 관련된 연구는 미비한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 중국인 대상으로 안티에이징 화장품 연구가 아닌 비건 성분이 추가된 비건 안티에이징 화장품에 대한 연구해 보고자 한다. 전 세계 나라에 비해 중국은 비건 화장품에 대한 소비자 인식과 태도를 연구한 자료는 많지 않다.

비건 화장품과 논 비건 화장품의 소비자 인식과 만족도에 대한 연구가 필요할 것이다. 중국의 비건 안티에이징 화장품 시장 현황과 발전에 도움이 될 뿐만 아니라 소비자 행동 등을 이해하는 데 도움이 될 것이다. 이를 바탕으로, 앞으로의 안티에이징 마케팅 전략을 수립하고 중국 비건 화장품 시장의 발전을 위한 기초자료를 제공하여 계속 성장해가고 있는 비건 안티에이징 화장품 시장뿐만 아니라 전 세계 화장품 산업 발전에 기여하는데 목적이 있다.

따라서 본 연구에서는 이러한 점을 주목하여 비건 안티에이징 화장품 사용의 경험이 있는 20대에서 50대까지의 남성, 여성을 대상으로 비건 안티에이징 소비자들의 일반적 특성과 피부 노화 일반적 인식 및 비건 안티에이징 화장품 사용 실태를 파악하여 비건 안티에이징 화장품과 논 비건 안티에이징 화장품의 성분, 효능, 브랜드에 대한 소비자 인식과 만족도를 살펴보고 연구하고자 한다.



## 제 2 절 연구모형



<그림 1> 연구모형

### 제 3 절 연구가설

연구가설은 아래와 같이 설정하였다.

H1. 조사대상자의 일반적 특성은 어떠한가?

H2. 조사대상자의 피부노화 일반적 인식은 어떠한가?

H2-1. 일반적 특성에 따른 피부노화 일반적 인식의 차이는 어떠한가?

H3. 조사대상자의 비건 안티에이징 화장품 사용실태는 어떠한가?

H3-1. 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용실태의 차이는 어떠한가?

H3-1. 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용실태의 차이는 어떠한가?

H4. 조사대상자의 비건 안티에이징 화장품에 대한 소비자인식(성분, 효능, 브랜드)은 어떠한가?

H4-1. 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품에 대한 소비자 인식(성분, 효능, 브랜드)의 차이는 어떠한가?

H4-2. 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품에 대한 소비자인식(성분, 효능, 브랜드)의 차이는 어떠한가?

H4-3. 비건 안티에이징 화장품 사용실태에 따른 비건 안티에이징 화장품에 대한 소비자인식(성분, 효능, 브랜드)의 차이는 어떠한가?

H5. 조사대상자의 논 비건 안티에이징 화장품에 대한 소비자인식(성분, 효능, 브랜드)은 어떠한가?

H5-1. 일반적 특성에 따른 논 비건 안티에이징 화장품에 대한 소비자 인식(성분, 효능, 브랜드)의 차이는 어떠한가?

- H5-2. 피부노화 일반적 인식에 따른 눈 비건 안티에이징 화장품에 대한 소비자 인식(성분, 효능, 브랜드)의 차이는 어떠한가?
- H5-3. 비건 안티에이징 화장품 사용실태에 따른 눈 비건 안티에이징 화장품에 대한 소비자 인식(성분, 효능, 브랜드)의 차이는 어떠한가?
- H6. 조사대상자의 비건 안티에이징 화장품 및 눈 비건 안티에이징 화장품 만족도는 어떠한가?
- H6-1. 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 만족도의 차이는 어떠한가?
- H6-2. 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 만족도의 차이는 어떠한가?
- H6-3. 비건 안티에이징 화장품 사용실태에 따른 비건 안티에이징 화장품 만족도의 차이는 어떠한가?
- H6-4. 일반적 특성에 따른 눈 비건 안티에이징 화장품 만족도의 차이는 어떠한가?
- H6-5. 피부노화 일반적 인식에 따른 눈 비건 안티에이징 화장품 만족도의 차이는 어떠한가?
- H6-6. 비건 안티에이징 화장품에 대한 소비자 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 만족도의 차이는 어떠한가?
- H7. 비건 안티에이징 화장품에 대한 소비자 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 만족도의 차이는 어떠한가?
- H8. 눈 비건 안티에이징 화장품에 대한 소비자 인식에 따른 눈 비건 안티에이징 화장품 만족도의 차이는 어떠한가?
- H9. 조사대상자의 비건 안티에이징 및 눈 비건 안티에이징 화장품 만족도에 대한 제변수들의 상대적 영향력은 어떠한가?

## 제 2 장 이론적 배경

### 제 1 절 비건 화장품

#### 1) 비건의 개념

‘비건(Vegan)’이라는 용어는 1944년 영국의 동물 권리 옹호자 도널드 왓슨(Donald Watson)에 의해 만들어졌다(성예림, 2022). 비건은 동물을 착취하여 만든 모든 물건의 소비를 배격하는 것을 말하며 육류와 어류, 유제품, 꿀처럼 동물에서 비롯된 음식을 거부하고 케이크를 비롯한 과자 또한 모두 식물성 재료로만 만든 것을 먹으며 동물성 색소가 사용된 음료수나 소스 등의 대다수도 수용하지 않는다. 비거니즘이란 식단과 생활 습관에서 동물성 제품을 제거하는 데 중점을 두며 동물 권리 운동의 목표로 간주되고 있다(Munro, 2005).

비건(Vegan)의 사전적 의미는 비거니즘(Veganism)에 동의해 동물성 제품 섭취를 피하며 식습관을 넘어 가죽제품, 털, 동물 화학 실험을 하는 제품 등 동물성 제품 사용도 피하는 보다 적극적인 채식주의자(Vegetarian)를 뜻한다(Wikipedia, 2021). 영국의 시사 주간지 이코노미스트는 최근 발간한 ‘2019 세계 경제 대 전망(The World in 2019)’에서 2019년도 ‘비건의 해’가 될 것으로 전망했다. 일반적으로 세미 채식주의(semi vegetarianism), 일반적 채식주의(vegetarianism), 완전 채식주의(vegan)로 구분하고 더 극단적인 과식주의(fruitarianism)도 있다(김학태, 2013).

연령층 별로 환경오염 문제에 비거니즘을 적극적으로 반영하는 게 우연히 아니라 지구 환경 보존에 큰 의미를 두는 젊은 세대의 가치관이 반영된 비거니즘은 과거 특정 단체의 활동가들이 강한 구호와 함께 이끌던 ‘운동’이 아닌, 하나의 ‘문화’가 되어 MZ 세대 사이에서 뚜렷한 트렌드로 자리 잡아가고 있다(제일매거진, 2021). 전 세계 시장에는 다양한 비건 제품들이 출시되고 있고 급성장세에 있다. 책임감, 친환경 및 지속 가능성이 대두되면서 미래의

터전은 훼손시키지 않고 현재의 필요성은 충족하기를 원하는 소비자들의 니즈에 잘 부합하는 라이프 스타일이라고 할 수 있다.

## 2) 비건 화장품

비건 화장품이란, 동물 실험을 하지 않고 동물성 화장품 성분을 사용하지 않으며 천연에서 얻어지는 안전한 식물성 천연재료를 사용하고 합성 방부제, 인공 향료, 인공 색소, 합성 계면활성제, 미네랄 오일, GMO, 실리콘, 알코올 등 인체에 해를 미칠 수 있는 합성 성분을 사용하지 않는 제품이다(최미화와 여은아, 2013). 비건(Vegetarian)으로 표기된 화장품은 밀랍, 꿀 등 자연동물 부산물이나 유도체가 함유된 화장품을 말하며, 동물성분을 전혀 사용하지 않는 비건 화장품과는 다르게 사용된다.

환경문제, 안전과 건강에 대한 관심이 높아지면서 뷰티업계에서도 비건 화장품 열풍이 불고 있다. 피부에 와닿는 제품을 사고파는 뷰티 시장이 더욱 정교하고 예민해진 것이다. 이렇듯 빠르게 확산되어 가고 있는 비건 트렌드에 대한 수요에 발맞춰 한국 제조업체들은 비건 인증을 받는 화장품 생산장비 획득하는 등 새로운 비건 뷰티 시장을 준비하였다. 연구·개발·생산(ODM) 등 전문 회사인 코스맥스는 2018년 아시아 최초로 프랑스 인증기관인 EVE로부터 제품 생산과정에서 비동물성 원료를 반드시 사용하는 것은 물론 비동물성 실험 원료 및 완제품 등 까다로운 기준을 통과해야 통과할 수 있는 화장품 생산장비 전문 비건 인증을 받았다.

자연환경의 파괴와 지구온난화가 심각해지고 이로 인한 유해환경과 미세먼지도 심각해지고 있으며, 또한 인체에 유해한 합성화학물질에 대한 공포감으로 인한 화학 공포증, 그리고 동물실험에 대한 반대, 지속 가능한 환경보호 등의 문제는 이제 절제된 단어가 아닌 채식주의가 점차 현대인의 생활양식이 되고 있는 것은 당연한 결과이다. '채식 열풍' 트렌드와 함께 비건 화장품이나 비건 뷰티가 전 세계적인 트렌드로 인식되면서 전 세계 화장품 업계도 벌써부터 시장 선점을 위한 경쟁을 벌이고 있고 관련 상품도 속속 출시되고 있다. 그러나 한국 소비자들에게는 비건 화장품에 대한 관심이 서서히 시작되고 있

어 아직은 대중적이지 않은 화장품이라고 할 수 있다. 또한 비건의 개념과 함께 비건 화장품의 정의 및 비건 화장품을 규정하는 경계도 명확하지 않아 현 시점에서의 개념과 정의를 비건 화장품의 인증과 함께 살펴볼 필요가 있다(김윤정, 2021).

전 세계적으로 비건 제품에 대한 관심이 높아지면서 뷰티산업 업계는 스킨케어, 헤어케어 등 다양한 카테고리로 확산할 준비를 하고 있어 비건 화장품 시장 점유율을 늘릴 계획이다.

## 제 2 절 안티에이징 화장품

### 1) 안티에이징의 개념

안티에이징은 전문적인 학술 용어가 아닌 상업적으로 폭넓게 이용되고, 현대의학에서는 주요 사망 질환의 발병을 늦추는 방법으로 다루는 삶의 질을 높이는 방법을 의미(인데이일리, 2013)이며 전 세계적으로 소비 트렌드를 나타내는 중요한 키워드로(Kohrt et al., 2006). 최근 안티에이징의 확산이 동안에 대한 관심과 함께 조기 항노화라는 개념이 급상하면서 동안을 오래도록 유지하는 노화 지연 및 방지 관리가 급속히 번지고 있다(김미영, 2011).

일반 노화의 증상이 느껴지기 시작하는 것은 28-30세 전후지만 생물 한 적으로 노화는 14-15세부터 시작한다고 한다. 하지만 피부는 20대 초반에 피부 조기 노화의 80%가 이루어진다. 피부 노화의 원인은 유전자에 의한, 시간의 흐름에 따른 자연적인 노화인 내인성 노화와 자외선, 흡연, 음주, 스트레스와 같은 외부요인으로 인해 발생하는 외인성 노화가 있다(brunch 블로그, 2018).

안티에이징은 생명의 연장을 의미할 뿐만 아니라 아름다움과 젊음을 장기간 유지하고 다양한 피부미용 기술 등 다양한 자기 관리 수단을 통한 주름개선과 피부 노화가 요구되는 것으로 인식되고 있다. 안티에이징이라는 용어는 이제 전문 학술 용어가 아니며 현재 상업적으로 널리 사용되고 있으며 현대 의학의 관점에서 보면 한편으로는 주요 사망 질환의 발생을 늦추는 방법을

의미하고 다른 한편으로는 삶의 질을 향상시키는 방법을 의미이다. 안티에이징의 개념은 1980년대 미국에서 미국 정부가 예방의학에 힘쓰면서 전 국민이 '건강한 사람(healthy people)' 운동을 전개하면서 65세 이상 노인 중 사회제 도적 치료가 필요한 사람을 9% 이하로 줄이는 운동이 출발점이 되었고, 이후 돈과 시간을 투자하면서 건강의 질이 향상된다는 긍정적인 사고방식이 확산 되어 결국 노화에 따라 줄어드는 호르몬을 안티에이징 의학을 통해 보충함으로써 활기찬 몸을 되찾으려는 시도가 있었다.

현재 전 세계 소비 트렌드의 중요한 키워드로 안티에이징이 두각을 나타 내고 있는데, 고소득층을 목적으로 하는 서비스는 사회적 질병을 줄이는 노년 층의 도입 초기 취지를 살리고 더 큰 산업 발전을 이루려면 고소득층만이 아 닌 보다 폭넓은 연령층의 안티에이징 서비스로 확대되어야 한다. 2005년 『현대경제연구원』은 노화 시대가 주목하는 다섯 개 트렌드 중 하나가 항노 화 산업을 꼽았는데, 노화 속도를 늦추고 젊음을 최대한 늦추는 산업으로 이 제는 노화를 질병으로 간주해 치료하는 항노화 의학 분야까지 등장하고 있다. 요즘 안티에이징 분야의 산업을 통칭해서 첨단 바이오 기술을 바탕으로 자연 노화 및 노인성 질환을 예방하기 위해 치료한다고 한다. 노화 방지를 위한 의 약품계, 식품계, 화장품계, 의료 서비스 분야에서 노화 방지의 목적은 노화 예 방, 증상 완화 등의 임상적 효능을 추구하는 것으로 구체화하여 생각하고 분 류할 수 있다. 이에 따라 건강하고 만족한 상태를 가장 큰 목적으로 하는 의 료 및 보건 산업의 한 분야로서 사람들은 예방 및 관리를 통해 삶의 질을 향 상시키는 수단으로 집중하고 있으며 이러한 요구를 충족시키는 수단으로 간 주되며 이러한 노화 방지 개념을 안티에이징이라고 한다(김미영, 2013).

## 2) 안티에이징 화장품

화장품 업계에서도 현대사회의 다양화와 소비자 니즈의 다양화에 부응하 기 위해 생리 활성이 더 높은 기능성 화장품을 지속적으로 개발하고 있으며, 최근에 나타난 기능성 화장품은 안티에이징, 자외선 차단, 미백, 노화억제, 육 모, 비듬방지 등으로 구분할 수 있으며, 피부 노화의 세 가지 요인인 자외선,

건조, 산화에 적절히 대응하기 위해 자외선 손상 방지, 세포 에너지 공급, 신진대사 활성화, 수분 유지, 유해 활성산소 제거 등의 효능·효과에 대한 연구가 활발히 진행되고 있다(김영희, 2009).

한국 화장품의 법적 정의는 화장품은 인체를 청결, 미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부, 모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 사용하는 제품으로서 인체에 미치는 영향이 경미함을 나타낸다. 피부를 곱게 태워주거나 자외선으로부터 피부를 보호하는 데 도움을 주는 제품을 일컫는다. 화장품 생산에 반드시 필요한 네 가지 조건은 안전성, 안정성, 사용성과 유효성이다. 안전성은 피부에 대한 자극성, 알레르기성, 독성이 적고 안정성을 의미하며 일정 기간 제품이 변질되거나 분리되지 않음을 의미하며, 사용성이 좋다는 것은 피부에 도포할 때 조작성 용이하다는 것을 의미하며, 그 밖에 사용절차가 간단하며, 유효성이란 피부에 도포 후 적절히 보습력, 자외선 차단, 노화 방지, 즉 노화억제 등의 구체적인 효능과 효과를 부여하는 것을 의미이다. 기능성 화장품은 구체적인 효능을 강조하는 약품의 성질과 피부 안전성을 강조하는 화장품의 성질을 동시에 가지고 있어야 하는데, 안티에이징 화장품은 이제 일반화된 미용의 개념에서 진화하여 안티에이징과 피부 관리 치료의 개념을 도입하여 고기능성, 다기능성 자외선 차단, 미백, 주름개선 등의 화장품, 특히 안티에이징을 중심으로 한 신소재의 개발이 필요하다.

### 제 3 절 소비자 인식

소비자 인식이란 “소비자가 합리적인 판단력을 가지고 현명한 의사결정을 위해 필요한 지식으로 사물에 대한 단편적인 사실적, 경험적 인식을 말하며 객관적 타당성을 요구할 수 있는 판단의 체계”를 의미한다(채정숙 외, 2008). 소비자 지식은 소비자들의 상품에 대한 인지 수준의 양에 따라 구매 시 일어나는 정보탐색 활동이 달라질 수 있고, 선택하려는 상품이 달라질 수 있고, 구매 시 소비자가 지르려고 하는 적정한 가격이 달라질 수 있으며, 다른 사람에게 정보를 제공하는 행동이 다르게 나타날 수 있다(김재선, 2004).

소비자 인식은 주관적 지식과 객관적 지식으로 나눌 수 있는데 객관적 지



식은 소비자가 장기간 기억하는 제품과 관련된 정보이며 주관적 지식은 소비자가 제품에 대해 진정으로 이해하는 정도를 나타내므로 전문성과 제품 관련 업무를 수행하는 능력과 관련이 있다. 또한 주관적 지식은 자신이 알고 있는 것에 대한 주관적 해석에 기초한 것으로 제품에 대한 친숙성과 스스로 판단하는 지식 정도로서 제품에 대한 개인의 주관적 견해이며, 소비자가 얼마나 알고 있다고 생각하는가를 측정하는 것이다(권혁수 외, 2012). 소비자는 지식을 이용하여 대안을 평가하고 그에 따라 제품에 대한 구매 결정 등을 내리므로, 소비자가 관련 제품에 어느 정도의 지식을 지니고 있는가는 소비행동을 이해하는 데 있어 중요한 요인이다(윤여임, 2014). 새로운 지식과 기술이 요구되는 현대 사회의 소비자들은 이러한 사회의 급변화에 따라가지 못하고 있으며 낮은 소비자 지식은 비합리적인 소비자 선택으로 나타나며, 이는 소비자 문제의 원인으로 귀결된다(김영숙, 2006).

따라서 생활 쓰레기를 건디고 환경을 생각하는 지속가능성을 추구하기 위해서는 소비자가 가치관을 확립하는 것 외에도 기업의 경영과 제품의 제조방식을 실제로 잘 살펴보고 제품 간 비교를 통해 현명한 구매가 이루어지도록 한다. 환경을 오염시키는 유해 물질로 포장된 용기의 제품 구매를 피하고 특히 사용한 뒤 폐기를 함에 있어서도 분리수거를 통한 자원 재순환이 될 수 있게 이바지해야 한다(김민정 외, 2014). 이러한 내용들은 점차 많은 소비자들에게 인식되어 나타나는 현대 소비자의 변화이자 생활양식이다(손은혜, 2021).

## 제 4 절 만족도

만족이란 제품을 구매하고 사용한 후까지의 과정에서 일어나는 감정의 경험을 토대로 한 감정평가로 제품이나 서비스를 사용하기 전에 가지는 기대와 사용하고 난 후에 발생하는 감정의 차이라고 볼 수 있다(조옥문등, 2019). 만족은 보통 경험되는 것으로 고객의 감정에 의해 강하게 영향을 받으므로 고객의 감정을 헤아려 만족을 넘어 감동을 주는 것이 고객에게 인상 깊이 인식될 수 있다. 만족도는 기능, 효율성, 가격 등과 같은 제품의 품질이 우수할

때, 친절하고 신속한 업무처리와 서비스를 제공받을 때, 기업이 사회적으로 비치고 있는 이미지 등이 자신의 기대와 니즈(needs)에 일치할 때 높아진다. 고객 만족에 대한 중요성이 커지면서 기업은 고객 만족 경영을 시작하였다.

고객 만족 경영의 효과로는 첫째, 제품을 구매한 기존 고객과 신규 고객의 반복 구매로 기업의 매출이 일어나며 상표충성도를 보이게 된다. 또한 가격에 민감하지 않도록 고객이 만족하기 때문에 기업은 더 많은 이윤을 창출할 수 있다. 이에 구전으로 인한 광고효과로 비용 절감을 할 수 있다. 한 명의 만족한 고객이 구전을 통해서 여러 명의 새로운 고객을 창출하고 기업의 별도 광고비용을 들이지 않고 큰 성과를 낼 수 있다(이영희,황복주, 2013). 전인수, 김현정(2005)은 KCSI를 사용하여 만족도를 연구한 결과 재무성과에 적극적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 고객의 만족도를 높이는 것이 당기순이익만이 아닌 장기적으로 수익에 영향을 미친다고 말하였다.

이유재, 이청림(2006)은 만족도가 기업의 수익성에 긍정적인 영향을 미치고 만족도가 높을수록 기업의 가치도 높아진다고 말하였다. 이처럼 만족도는 치열한 시장경쟁 속에서 기업의 우위와 경제적 성과를 높이는 중요한 요소이고, 고객의 행동을 예측할 수 있는 변수로써 마케팅에서 중요한 역할을 하기 때문에 소비자들의 만족도를 위해 제품과 서비스 향상을 위한 노력은 계속되어야 한다. 선행연구인 이승원(2017)의 만족도에 따른 유형에는 재구매 의도, 구전 의도, 제품 만족의 3가지가 있다.

소비자는 제품 구매 후 만족 또는 불만족을 느끼게 되는데 이것은 주로 제품 구매 전 기대치와 비교해서 효능, 효과가 어떠했는지에 따라 결정 된다(Kaisa Joukanen, 2019). 따라서 제품에 대한 만족도는 제품 이전에 기대치와 연결되기 때문에 과거 사용해 본 경험이 있는 제3자의 조언이나 과거에 사용해 본 경험, 광고 등의 영향을 받기도 하여 주관적이라 할 수 있지만 제품에 대한 만족도는 소비자가 재구매를 결정하고 만족도를 인식하는데 가장 중요한 변수라 할 수 있다(김영자, 2005).

따라서 비건 안티에이징 화장품 소비자들의 제품에 대한 만족도에도 영향을 줄 것이므로 해내외 화장품 업계의 개발 발전과 향후 마케팅 수단 고려시 필수 대상이 될 것이다.

## 제 3 장 연구방법

### 제 1 절 연구대상의 선정 및 자료수집

본 연구의 조사대상자는 중국 20대부터 50대까지 남성과 여성 소비자를 구성되었으며, 모바일을 통해 설문지의 내용을 설명하고 총 49문항의 설문 문항에 응답하게 하였다. 설문조사는 2023년 5월1일부터 5월4일까지 4일간 실시하였으며, 배포한 총 635부의 설문지 중 불성실 응답 13부를 제외한 최종 622부의 설문 분석에 사용하였다.

### 제 2 절 조사도구

#### 1. 소비자 인식

본 연구에서 활용한 소비자 인식 척도의 신뢰도 분석 결과는 다음의 <표 1>과 같다. 신뢰도 검증을 위해 산출한 Cronbach's  $\alpha$  값을 살펴보면, 소비자 인식 전체는 .944이었고, 하위요인인 성분은 .879, 효능은 .868, 브랜드는 .800으로 나타났다. 모든 하위영역의 Cronbach's  $\alpha$  값이 .6 이상으로 나타나 각 문항 간의 내적일치도는 매우 높게 나타났다.

<표 1> 소비자 인식 척도의 신뢰도 분석

| 하위요인 | 문항 번호          | 문항 수 | Cronbach's $\alpha$ |
|------|----------------|------|---------------------|
| 성분   | 1, 2, 3, 4, 5  | 5    | 0.879               |
| 효능   | 6, 7, 8, 9, 10 | 5    | 0.868               |
| 브랜드  | 11, 12, 13     | 3    | 0.800               |
| 전체   |                | 13   | 0.944               |

## 2. 만족도

본 연구에서 활용한 만족도 척도의 신뢰도 분석 결과는 다음의 <표 2>와 같다. 신뢰도 검증을 위해 산출한 Cronbach's  $\alpha$  값을 살펴보면, 만족도 전체는 .886이었고, 하위요인인 비건 안티에이징 만족도는 .831, 논 비건 안티에이징 만족도는 .806으로 나타났다. 모든 하위영역의 Cronbach's  $\alpha$  값이 .6 이상으로 나타나 각 문항 간의 내적일치도는 매우 높게 나타났다.

<표 2> 만족도 척도의 신뢰도 분석

| 하위요인              | 문항 번호   | 문항 수 | Cronbach's $\alpha$ |
|-------------------|---------|------|---------------------|
| 비건 안티에이징 만족도      | 1, 2, 3 | 3    | 0.831               |
| 논 비건 안티에이징<br>만족도 | 4, 5, 6 | 3    | 0.806               |
| 전체                |         | 6    | 0.886               |

## 제 3 절 분석방법

수집된 자료 635부 가운데 불성실 응답 13부를 제외한 최종 622부의 설문지가 SPSS 26.0 통계 프로그램을 사용하여 분석되었다. 분석에 사용된 주요 통계는 다음과 같다.

첫째, 조사대상자 특성과 피부노화 일반적 인식, 비건 안티에이징 화장품 사용 실태를 살펴보기 위해 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 소비자 인식과 만족도 척도의 신뢰도를 검증하기 위해 신뢰도 분석을 실시하여 Cronbach's  $\alpha$ 를 산출하였다.

셋째, 소비자 인식과 만족도 척도의 평균 및 표준편차를 살펴보고, 정규성 진단을 위해 왜도와 첨도를 산출하고자 기술통계를 실시하였다.

넷째, 조사대상자 특성과 피부노화 일반적 인식에 따라 비건 안티에이징

화장품 사용 실태 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시하였다.

다섯째, 비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따라 소비자의 인식 차이를 살펴보기 위해 독립표본 t-검정과 일원배치 분산분석(ANOVA)을 실시하였다.

여섯째, 소비자 인식과 만족도 간의 상관관계를 살펴보기 위해 Pearson의 상관분석을 실시하였다.

일곱째, 소비자 인식이 만족도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

본 연구는 유의수준  $p < .05$ ,  $p < .01$ ,  $p < .001$  하에서 검증하였다.

## 제 4 장 연구결과 및 논의

### 제 1 절 조사대상자 특성과 주요 변인의 기술통계치

#### 1. 조사대상자 특성

조사대상자 특성을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 <표 3>과 같다. 성별은 남자가 261명(42.0%), 여자가 361명(58.0%)이었고, 연령으로는 20대 이하가 301명(48.4%)으로 가장 많았으며, 30대가 157명(25.2%), 40대가 140명(22.5%), 50대 이상이 24명(3.9%) 순으로 조사되었다.

최종 학력을 살펴보면, 전문대졸이 161명(25.9%)으로 가장 많았고, 고졸 이하가 143명(23.0%), 대학원 이상이 131명(21.1%), 대졸이 122명(19.6%), 대학 재학이 65명(10.5%) 순이었으며, 결혼 여부로는 기혼이 408명(65.6%)으로 가장 많았고, 독신이 108명(17.4%), 미혼이 106명(17.0%) 순으로 조사되었다.

직업을 살펴보면, 회사원이 131명(21.1%)으로 가장 많았고, 미용업 종사자가 108명(17.4%), 자영업이 91명(14.6%), 전문직이 89명(14.3%), 학생이 83명(13.3%), 공무원이 58명(9.3%), 기타가 40명(6.4%), 주부가 22명(3.5%) 순이었으며, 월 평균 수입으로는 3,000위안은 108명(17.4%)으로 가장 많았고, 8,000-12,000위안은 107명(17.2%), 5,000-8,000위안이 91명(14.6%), 12,000-20,000위안이 72명(11.6%), 3,000-5,000위안이 68명(10.9%), 20,000-30,000위안이 65명(10.5%), 30,000-40,000위안이 45명(7.2%), 50,000위안 이상이 36명(5.8%), 40,000-50,000위안이 30명(4.8%) 순으로 조사되었다.

<표 3> 조사대상자 특성

(N=622)

|         | 구분              | 빈도(명) | 비율(%) |
|---------|-----------------|-------|-------|
| 성별      | 남자              | 261   | 42.0  |
|         | 여자              | 361   | 58.0  |
| 연령      | 20대 이하          | 301   | 48.4  |
|         | 30대             | 157   | 25.2  |
|         | 40대             | 140   | 22.5  |
|         | 50대 이상          | 24    | 3.9   |
| 최종 학력   | 고졸 이하           | 143   | 23.0  |
|         | 대학 재학           | 65    | 10.5  |
|         | 전문대졸            | 161   | 25.9  |
|         | 대졸              | 122   | 19.6  |
|         | 대학원 이상          | 131   | 21.1  |
| 결혼 여부   | 기혼              | 408   | 65.6  |
|         | 미혼              | 106   | 17.0  |
|         | 독신              | 108   | 17.4  |
| 직업      | 학생              | 83    | 13.3  |
|         | 공무원             | 58    | 9.3   |
|         | 회사원             | 131   | 21.1  |
|         | 미용업 종사자         | 108   | 17.4  |
|         | 자영업             | 91    | 14.6  |
|         | 전문직             | 89    | 14.3  |
|         | 주부              | 22    | 3.5   |
|         | 기타              | 40    | 6.4   |
| 월 평균 수입 | 3,000위안         | 108   | 17.4  |
|         | 3,000-5,000위안   | 68    | 10.9  |
|         | 5,000-8,000위안   | 91    | 14.6  |
|         | 8,000-12,000위안  | 107   | 17.2  |
|         | 12,000-20,000위안 | 72    | 11.6  |
|         | 20,000-30,000위안 | 65    | 10.5  |
|         | 30,000-40,000위안 | 45    | 7.2   |
|         | 40,000-50,000위안 | 30    | 4.8   |
|         | 50,000위안 이상     | 36    | 5.8   |

## 2. 피부노화 일반적 인식

피부노화 일반적 인식을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 <표 4>와 같다. 피부노화 인식에 ‘그렇다’가 371명(59.6%)으로 가장 많았고, ‘보통이다’가 128명(20.6%), ‘아니다’가 123명(19.8%) 순이었으며, 피부노화 진행 느낌에 ‘그렇다’가 324명(52.1%)으로 가장 많았고, ‘보통이다’가 172명(27.7%), ‘아니다’가 126명(20.3%) 순으로 조사되었다.

나이에 비해 피부노화 정도가 ‘아니다’는 240명(38.6%)으로 가장 많았고, ‘보통이다’와 ‘그렇다’가 각각 191명(30.7%) 순이었으며, 피부노화로 인한 고민은 ‘그렇다’가 267명(42.9%)으로 가장 많았고, ‘보통이다’가 183명(29.4%), ‘아니다’가 172명(27.7%) 순으로 조사되었다.

피부타입을 살펴보면, 복합성이 129명(20.7%)으로 가장 많았고, 건성이 127명(20.4%), 중성과 지성이 각각 107명(17.2%), 여드름이 55명(8.8%), 민감성이 52명(8.4%), 모른다가 45명(7.2%) 순이었으며, 피부노화 시작 시점이 30대 후반-40대 초반인 경우는 213명(34.2%)으로 가장 많았고, 20대 후반-30대 초반은 197명(31.7%), 40대 후반은 91명(14.6%), 20대 초는 90명(14.5%), 50대는 31명(5.0%) 순으로 조사되었다.

피부문제 중 고민되는 사항을 살펴보면, 색소침착이 114명(18.3%)으로 가장 많았고, 피부치짐이 111명(17.8%), 건조는 110명(17.7%), 주름은 99명(15.9%), 모공은 88명(14.1%), 트러블은 63명(10.1%), 기타는 37명(5.9%) 순이었으며, 피부노화 증상 중 고민되는 부분으로는 피부치짐이 105명(16.9%)으로 가장 많았고, 주름이 103명(16.6%), 색소침착이 101명(16.2%), 건조함이 94명(15.1%), 모공이 86명(13.8%), 트러블이 59명(9.5%), 기타가 40명(6.4%), 홍조가 34명(5.5%) 순으로 조사되었다.

피부노화를 느꼈을 때 최초 증상을 살펴보면, 잔주름 증가가 113명(18.2%)으로 가장 많았고, 피부 치짐이 102명(16.4%), 피부 각질 증가가 100명(16.1%), 넓어진 모공이 99명(15.9%), 피부톤 변화가 80명(12.9%), 얼굴라인 변화와 색소침착이 각각 64명(10.3%) 순이었으며, 피부노화가 빠르게 진행되는 이유로는 식습관이 371명(12.1%)으로 가장 많았고, 자외선이 360명(11.1%)으로



7%), 스트레스가 341명(11.1%), 질병이 293명(9.5%), 과다음주가 287명(9.3%), 흡연이 282명(9.2%), 운동부족이 263명(8.6%), 유전적 요인이 235명(7.7%), 관리소홀이 232명(7.6%), 미세먼지가 228명(7.4%), 대기오염이 178명(5.8%) 순으로 조사되었다.

피부노화 개선 또는 감추는 방법을 살펴보면, 전문적 피부관리실이 141명(22.7%)으로 가장 많았고, 규칙적 생활습관과 운동이 132명(21.2%), 기능성 화장품 및 메이크업이 124명(19.9%), 미용 성형수술 및 병원 시술관리가 123명(19.8%), 건강기능식품이 102명(16.4%) 순이었으며, 안티에이징 화장품을 사용하는 대상자가 426명(68.5%)으로 사용하지 않는 196명(31.5%)에 비해 많은 것으로 조사되었다.

<표 4> 피부노화 일반적 인식

(N=622)

| 구분             |               | 빈도(명) | 비율(%) |
|----------------|---------------|-------|-------|
| 피부노화 인식        | 아니다           | 123   | 19.8  |
|                | 보통이다          | 128   | 20.6  |
|                | 그렇다           | 371   | 59.6  |
| 피부노화 진행 느낌     | 아니다           | 126   | 20.3  |
|                | 보통이다          | 172   | 27.7  |
|                | 그렇다           | 324   | 52.1  |
| 나이에 비해 피부노화 정도 | 아니다           | 240   | 38.6  |
|                | 보통이다          | 191   | 30.7  |
|                | 그렇다           | 191   | 30.7  |
| 피부노화로 인한 고민    | 아니다           | 172   | 27.7  |
|                | 보통이다          | 183   | 29.4  |
|                | 그렇다           | 267   | 42.9  |
| 피부타입           | 건성            | 127   | 20.4  |
|                | 중성            | 107   | 17.2  |
|                | 지성            | 107   | 17.2  |
|                | 복합성           | 129   | 20.7  |
|                | 민감성           | 52    | 8.4   |
|                | 여드름           | 55    | 8.8   |
|                | 모른다           | 45    | 7.2   |
| 피부노화 시작 시점     | 20대 초         | 90    | 14.5  |
|                | 20대 후반-30대 초반 | 197   | 31.7  |
|                | 30대 후반-40대 초반 | 213   | 34.2  |
|                | 40대 후반        | 91    | 14.6  |
|                | 50대           | 31    | 5.0   |
| 피부문제 중 고민되는 사항 | 건조            | 110   | 17.7  |
|                | 주름            | 99    | 15.9  |

|                       |                      |     |      |
|-----------------------|----------------------|-----|------|
|                       | 모공                   | 88  | 14.1 |
|                       | 피부처짐                 | 111 | 17.8 |
|                       | 트러블                  | 63  | 10.1 |
|                       | 색소침착                 | 114 | 18.3 |
|                       | 기타                   | 37  | 5.9  |
| 피부노화 증상 중<br>고민되는 부분  | 건조함                  | 94  | 15.1 |
|                       | 주름                   | 103 | 16.6 |
|                       | 피부처짐                 | 105 | 16.9 |
|                       | 모공                   | 86  | 13.8 |
|                       | 색소침착                 | 101 | 16.2 |
|                       | 트러블                  | 59  | 9.5  |
|                       | 홍조                   | 34  | 5.5  |
|                       | 기타                   | 40  | 6.4  |
| 피부노화를 느꼈을 때<br>최초 증상  | 잔주름 증가               | 113 | 18.2 |
|                       | 피부 각질 증가             | 100 | 16.1 |
|                       | 피부 처짐                | 102 | 16.4 |
|                       | 얼굴라인 변화              | 64  | 10.3 |
|                       | 색소침착                 | 64  | 10.3 |
|                       | 피부톤 변화               | 80  | 12.9 |
|                       | 넓어진 모공               | 99  | 15.9 |
| 피부노화가 빠르게<br>진행되는 이유* | 유전적 요인               | 235 | 7.7  |
|                       | 자외선                  | 360 | 11.7 |
|                       | 미세먼지                 | 228 | 7.4  |
|                       | 대기오염                 | 178 | 5.8  |
|                       | 스트레스                 | 341 | 11.1 |
|                       | 과다음주                 | 287 | 9.3  |
|                       | 흡연                   | 282 | 9.2  |
|                       | 식습관                  | 371 | 12.1 |
|                       | 운동부족                 | 263 | 8.6  |
|                       | 질병                   | 293 | 9.5  |
|                       | 관리소홀                 | 232 | 7.6  |
| 피부노화 개선 또는<br>감추는 방법  | 전문적 피부관리실            | 141 | 22.7 |
|                       | 미용 성형수술 및<br>병원 시술관리 | 123 | 19.8 |
|                       | 기능성 화장품 및<br>메이크업    | 124 | 19.9 |
|                       | 건강기능식품               | 102 | 16.4 |
|                       | 규칙적 생활습관과 운동         | 132 | 21.2 |
| 안티에이징 화장품 사용 여부       | 예                    | 426 | 68.5 |
|                       | 아니오                  | 196 | 31.5 |

\* 복수응답

### 3. 비건 안티에이징 화장품 사용 실태

비건 안티에이징 화장품 사용 실태를 살펴보기 위해 빈도분석을 실시한

결과는 <표 5>와 같다. 사용 이유를 살펴보면, 피부보호를 위해서가 89명(14.3%)으로 가장 많았고, 생명존중을 위해서가 80명(12.9%), 비건 제품이 우수해서가 73명(11.7%), 전문지식을 갖고가 65명(10.5%), 환경보호를 위해서가 62명(10.0%), 판매원의 권유가 58명(9.3%), 동물보호를 위해서가 55명(8.8%), 광고를 보고가 53명(8.5%), 주변 지인 추천이 51명(8.2%), 기타가 36명(5.8%) 순이었으며, 화장품 관심 시기가 21-25세인 대상자는 163명(26.2%)으로 가장 많았고, 31-35세가 111명(17.8%), 36-40세가 97명(15.6%), 20세 이하가 89명(14.3%), 40-50세가 84명(13.5%), 26-30세가 78명(12.5%) 순으로 조사되었다.

화장품 처음 구매 시기가 21-25세인 경우 181명(29.1%)으로 가장 많았고, 26-30세가 101명(16.2%), 31-35세가 96명(15.4%), 20세 이하가 93명(15.0%), 40-50세가 82명(13.2%), 36-40세가 69명(11.1%) 순이었으며, 화장품 구매 시 고려사항으로는 효능이 161명(25.9%)으로 가장 많았고, 사용감이 111명(17.8%), 성분이 107명(17.2%), 가격이 88명(14.1%), 윤리적 소비가 83명(13.3%), 브랜드가 72명(11.6%) 순으로 조사되었다.

화장품 구매의 가장 큰 동기로는 제품의 품질과 효능이 좋다가 166명(26.7%)으로 가장 많았고, 인플루언서 및 사용후기가 108명(17.4%), 가족 및 지인 추천이 106명(17.0%), 동물성 원료를 배제하고 동물실험이 없다가 100명(16.1%), 매장 직원 추천이 95명(15.3%), 기타가 47명(7.6%) 순이었으며, 화장품 구매 장소로는 온라인 쇼핑몰이 192명(30.9%)으로 가장 많았고, 오프라인매장이 153명(24.6%), 병원, 약국, 피부관리실이 123명(19.8%), 실시간 라이브방송이 80명(12.9%), 홈쇼핑이 74명(11.9%) 순으로 조사되었다.

비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과를 살펴보면, 보습이 162명(26.0%)으로 가장 많았고, 수분이 131명(21.1%), 영양이 116명(18.6%), 탄력/주름이 111명(17.8%), 기미/잡티가 102명(16.4%) 순이었으며, 정보 경로로는 지인이 139명(22.3%)으로 가장 많았고, SNS 광고 및 인플루언서가 126명(20.3%), 인터넷 검색이 100명(16.1%), 매체 및 기사가 97명(15.6%), 판매처 직원이 93명(15.0%), 화장품 브랜드 공식 홈페이지가 67명(10.8%) 순으로 조사되었다.

가장 큰 장점을 살펴보면, 피부에 유익한 성분이 167명(26.8%)으로 가장 많았고, 풍부한 보습, 탄력감 제공, 피부에 무해 및 안전이 158명(25.4%), 건강과 환경을 생각하는 가치관은 104명(16.7%), 동물 실험 반대가 100명(16.1%), 윤리적 소비를 하고 있다는 인식이 든다가 93명(15.0%) 순이었으며, 안티에이징 화장품의 아쉬운 점으로는 낮은 흡수율 및 피부 트러블 유발이 155명(24.9%)으로 가장 많았고, 잘못된 인식에서 비롯한 추천이 142명(22.8%), 성분에 대한 안전성이 부족하다가 131명(21.1%), 건강과 환경을 생각하지 않는 가치관이 124명(19.9%), 동물 학대의 요소가 70명(11.3%) 순으로 조사되었다.

비건 화장품 만족 부분을 살펴보면, 화장품의 효과가 392명(20.4%)으로 가장 많았고, 동물보호 실천이 335명(17.5%), 가격이 293명(15.3%), 성분 및 원료가 290명(15.1%), 용기 및 디자인이 267명(13.9%), 윤리적 소비가 243명(12.7%), 환경보호 실천이 99명(5.2%) 순이었으며, 비건 화장품 사용 의향이 있는 대상자가 447명(71.9%)으로 의향이 없는 175명(28.1%)에 비해 많은 것으로 조사되었다.

<표 5> 비건 안티에이징 화장품 사용 실태

(N=622)

| 구분           |             | 빈도(명) | 비율(%) |
|--------------|-------------|-------|-------|
| 사용 이유        | 비건 제품이 우수해서 | 73    | 11.7  |
|              | 동물보호를 위해    | 55    | 8.8   |
|              | 환경보호를 위해    | 62    | 10.0  |
|              | 피부보호를 위해    | 89    | 14.3  |
|              | 생명존중을 위해    | 80    | 12.9  |
|              | 주변 지인 추천    | 51    | 8.2   |
|              | 광고를 보고      | 53    | 8.5   |
|              | 판매원의 권유     | 58    | 9.3   |
|              | 전문지식을 갖고    | 65    | 10.5  |
|              | 기타          | 36    | 5.8   |
| 화장품 관심 시기    | 20세 이하      | 89    | 14.3  |
|              | 21-25세      | 163   | 26.2  |
|              | 26-30세      | 78    | 12.5  |
|              | 31-35세      | 111   | 17.8  |
|              | 36-40세      | 97    | 15.6  |
|              | 40-50세      | 84    | 13.5  |
| 화장품 처음 구매 시기 | 20세 이하      | 93    | 15.0  |
|              | 21-25세      | 181   | 29.1  |
|              | 26-30세      | 101   | 16.2  |
|              | 31-35세      | 96    | 15.4  |

|                         |                                |     |      |
|-------------------------|--------------------------------|-----|------|
|                         | 36-40세                         | 69  | 11.1 |
|                         | 40-50세                         | 82  | 13.2 |
| 화장품 구매 시<br>고려사항        | 성분                             | 107 | 17.2 |
|                         | 효능                             | 161 | 25.9 |
|                         | 브랜드                            | 72  | 11.6 |
|                         | 가격                             | 88  | 14.1 |
|                         | 사용감                            | 111 | 17.8 |
|                         | 윤리적 소비                         | 83  | 13.3 |
| 화장품 구매의<br>가장 큰 동기      | 가족 및 지인 추천                     | 106 | 17.0 |
|                         | 매장 직원 추천                       | 95  | 15.3 |
|                         | 인플루언서 및 사용후기                   | 108 | 17.4 |
|                         | 동물성 원료를 배제하고<br>동물실험이 없다       | 100 | 16.1 |
|                         | 제품의 품질과 효능이 좋다                 | 166 | 26.7 |
|                         | 기타                             | 47  | 7.6  |
| 화장품 구매 장소               | 온라인 쇼핑몰                        | 192 | 30.9 |
|                         | 오프라인매장                         | 153 | 24.6 |
|                         | 병원, 약국, 피부관리실                  | 123 | 19.8 |
|                         | 홈쇼핑                            | 74  | 11.9 |
|                         | 실시간 라이브방송                      | 80  | 12.9 |
| 비건 안티에이징<br>화장품 사용 시 효과 | 수분                             | 131 | 21.1 |
|                         | 보습                             | 162 | 26.0 |
|                         | 탄력/주름                          | 111 | 17.8 |
|                         | 영양                             | 116 | 18.6 |
|                         | 기미/잡티                          | 102 | 16.4 |
| 정보 경로                   | SNS 광고 및 인플루언서                 | 126 | 20.3 |
|                         | 지인                             | 139 | 22.3 |
|                         | 인터넷 검색                         | 100 | 16.1 |
|                         | 판매처 직원                         | 93  | 15.0 |
|                         | 화장품 브랜드 공식 홈페이지                | 67  | 10.8 |
|                         | 매체 및 기사                        | 97  | 15.6 |
| 가장 큰 장점                 | 피부에 유익한 성분                     | 167 | 26.8 |
|                         | 동물 실험 반대                       | 100 | 16.1 |
|                         | 건강과 환경을 생각하는 가치관               | 104 | 16.7 |
|                         | 풍부한 보습, 탄력감 제공, 피부에<br>무해 및 안전 | 158 | 25.4 |
|                         | 윤리적 소비를 하고 있다는 인식이<br>든다       | 93  | 15.0 |
| 안티에이징 화장품의<br>아쉬운 점     | 성분에 대한 안전성이 부족하다               | 131 | 21.1 |
|                         | 동물 학대의 요소                      | 70  | 11.3 |
|                         | 건강과 환경을 생각하지 않는<br>가치관         | 124 | 19.9 |
|                         | 낮은 흡수율 및 피부 트러블 유발             | 155 | 24.9 |
|                         | 잘못된 인식에서 비롯한 추천                | 142 | 22.8 |
| 비건 화장품 만족 부분*           | 화장품의 효과                        | 392 | 20.4 |
|                         | 가격                             | 293 | 15.3 |
|                         | 성분 및 원료                        | 290 | 15.1 |
|                         | 동물보호 실천                        | 335 | 17.5 |
|                         | 윤리적 소비                         | 243 | 12.7 |
|                         | 용기 및 디자인                       | 267 | 13.9 |
|                         | 환경보호 실천                        | 99  | 5.2  |
| 비건 화장품 사용 의향            | 예                              | 447 | 71.9 |
|                         | 아니오                            | 175 | 28.1 |

\* 복수응답

#### 4. 각 변인에 대한 기술통계

기초 분석으로서 각 척도에 대한 기술통계를 산출한 결과는 다음의 <표 6>과 같다. 소비자 인식 전체 평균은 3.50(SD=0.90)점이었고, 하위요인인 성분은 3.52(SD=0.93)점, 효능은 3.49(SD=0.94)점, 브랜드는 3.49(SD=1.01)점으로 나타났다. 만족도 전체 평균은 3.49(SD=0.92)점이었고, 하위요인인 비건 안티에이징 만족도는 3.54(SD=0.99)점, 논 비건 안티에이징 만족도는 3.45(SD=0.99)점으로 나타났다.

또한, Finch와 West(1997)는 측정변수들이 왜도와 첨도의 절대 값이 각각 2와 7을 넘지 않을 때 정상분포 가정을 충족한다고 제안하였다. 왜도와 첨도를 계산한 결과, 왜도는  $-0.39 \sim -0.25$ , 첨도는  $-0.60 \sim -0.47$ 로 모든 변수들에서 기준치를 넘지 않는 것으로 나타나 일변량 정규성 가정을 충족시킨다고 볼 수 있다. 따라서, 모든 변수들에서 정상분포 가정을 충족하므로 최대우도법(Maximum Likelihood Estimaste Method)을 활용하여 연구모형의 유의성을 검증하는데 적합하다고 판단하였다.

<표 6> 각 변인에 대한 기술통계

(N=622)

| 구분        |                   | 평균   | 표준편차 | 왜도    | 첨도    |
|-----------|-------------------|------|------|-------|-------|
| 소비자<br>인식 | 성분                | 3.52 | 0.93 | -0.35 | -0.51 |
|           | 효능                | 3.49 | 0.94 | -0.31 | -0.49 |
|           | 브랜드               | 3.49 | 1.01 | -0.37 | -0.59 |
|           | 전체                | 3.50 | 0.90 | -0.39 | -0.47 |
| 만족도       | 비건 안티에이징<br>만족도   | 3.54 | 0.99 | -0.36 | -0.51 |
|           | 논 비건 안티에이징<br>만족도 | 3.45 | 0.99 | -0.25 | -0.60 |
|           | 전체                | 3.49 | 0.92 | -0.32 | -0.52 |

## 제 2 절 일반적 특성과 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 실태 차이

### 1. 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 실태 차이

#### 1-1. 일반적 특성에 따른 사용 이유 차이

일반적 특성에 따른 사용 이유 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 7>과 같다. 모든 일반적 특성에 따라 사용 이유에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 성별에서 여자는 피부보호를 위해서라고 응답한 비율이 17.2%로 남자 10.3%에 비해 높아 유의한 차이를 보였고( $\chi^2=22.438$ ,  $p<.01$ ), 연령이 50대 이상인 경우 피부보호를 위해서라고 응답한 비율이 33.3%로 가장 높았으며, 30대는 7.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=44.919$ ,  $p<.05$ ).

최종 학력이 대졸인 경우 피부보호를 위해서라고 응답한 비율이 20.5%로 가장 높았고, 전문대졸은 7.5%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=52.552$ ,  $p<.05$ ), 결혼 여부가 독신인 경우 피부보호를 위해서라고 응답한 비율이 25.9%로 가장 높았고, 기혼은 9.3%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=50.354$ ,  $p<.001$ ).

직업이 주부인 경우 피부보호를 위해서라고 응답한 비율이 36.4%로 가장 높았고, 공무원은 5.2%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=119.254$ ,  $p<.001$ ), 월 평균 수입이 3,000위안인 경우 피부보호를 위해서라고 응답한 비율이 24.1%로 가장 높았고, 30,000-40,000위안인 경우는 2.2%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=130.893$ ,  $p<.001$ ).

<표 7> 일반적 특성에 따른 사용 이유 차이

| 구분      |                 | 사용 이유         |               |               |               |               |               |               |               |               |               | 전체              | $\chi^2(p)$    |
|---------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|----------------|
|         |                 | 비건 제품이 우수해서   | 동물보호를 위해      | 환경보호를 위해      | 피부보호를 위해      | 생명존중을 위해      | 주변지인 추천       | 광고를 보고        | 판매원의 권유       | 전문지식을 갖고      | 기타            |                 |                |
| 성별      | 남자              | 22<br>(8.4%)  | 28<br>(10.7%) | 30<br>(11.5%) | 27<br>(10.3%) | 33<br>(12.6%) | 29<br>(11.1%) | 27<br>(10.3%) | 29<br>(11.1%) | 21<br>(8.0%)  | 15<br>(5.7%)  | 261<br>(100.0%) | 22.438<br>**   |
|         | 여자              | 51<br>(14.1%) | 27<br>(7.5%)  | 32<br>(8.9%)  | 62<br>(17.2%) | 47<br>(13.0%) | 22<br>(6.1%)  | 26<br>(7.2%)  | 29<br>(8.0%)  | 44<br>(12.2%) | 21<br>(5.8%)  | 361<br>(100.0%) |                |
| 연령      | 20대 이하          | 40<br>(13.3%) | 26<br>(8.6%)  | 30<br>(10.0%) | 53<br>(17.6%) | 36<br>(12.0%) | 24<br>(8.0%)  | 24<br>(8.0%)  | 26<br>(8.6%)  | 22<br>(7.3%)  | 20<br>(6.6%)  | 301<br>(100.0%) | 44.919*<br>*** |
|         | 30대             | 13<br>(8.3%)  | 18<br>(11.5%) | 16<br>(10.2%) | 11<br>(7.0%)  | 22<br>(14.0%) | 17<br>(10.8%) | 19<br>(12.1%) | 16<br>(10.2%) | 22<br>(14.0%) | 3<br>(1.9%)   | 157<br>(100.0%) |                |
|         | 40대             | 15<br>(10.7%) | 9<br>(6.4%)   | 16<br>(11.4%) | 17<br>(12.1%) | 21<br>(15.0%) | 8<br>(5.7%)   | 9<br>(6.4%)   | 14<br>(10.0%) | 19<br>(13.6%) | 12<br>(8.6%)  | 140<br>(100.0%) |                |
|         | 50대 이상          | 5<br>(20.8%)  | 2<br>(8.3%)   | 0<br>(0.0%)   | 8<br>(33.3%)  | 1<br>(4.2%)   | 2<br>(8.3%)   | 1<br>(4.2%)   | 2<br>(8.3%)   | 2<br>(8.3%)   | 1<br>(4.2%)   | 24<br>(100.0%)  |                |
| 최종학력    | 고졸 이하           | 16<br>(11.2%) | 10<br>(7.0%)  | 13<br>(9.1%)  | 19<br>(13.3%) | 21<br>(14.7%) | 8<br>(5.6%)   | 14<br>(9.8%)  | 18<br>(12.6%) | 15<br>(10.5%) | 9<br>(6.3%)   | 143<br>(100.0%) | 52.552*<br>*** |
|         | 대학 재학           | 7<br>(10.8%)  | 5<br>(7.7%)   | 6<br>(9.2%)   | 13<br>(20.0%) | 7<br>(10.8%)  | 7<br>(10.8%)  | 6<br>(9.2%)   | 8<br>(12.3%)  | 3<br>(4.6%)   | 3<br>(4.6%)   | 65<br>(100.0%)  |                |
|         | 전문대졸            | 13<br>(8.1%)  | 17<br>(10.6%) | 18<br>(11.2%) | 12<br>(7.5%)  | 29<br>(18.0%) | 8<br>(5.0%)   | 9<br>(5.6%)   | 18<br>(11.2%) | 28<br>(17.4%) | 9<br>(5.6%)   | 161<br>(100.0%) |                |
|         | 대졸              | 18<br>(14.8%) | 13<br>(10.7%) | 12<br>(9.8%)  | 25<br>(20.5%) | 10<br>(8.2%)  | 15<br>(12.3%) | 10<br>(8.2%)  | 4<br>(3.3%)   | 8<br>(6.6%)   | 7<br>(5.7%)   | 122<br>(100.0%) |                |
|         | 대학원 이상          | 19<br>(14.5%) | 10<br>(7.6%)  | 13<br>(9.9%)  | 20<br>(15.3%) | 13<br>(9.9%)  | 13<br>(9.9%)  | 14<br>(10.7%) | 10<br>(7.6%)  | 11<br>(8.4%)  | 8<br>(6.1%)   | 131<br>(100.0%) |                |
| 결혼여부    | 기혼              | 38<br>(9.3%)  | 41<br>(10.0%) | 44<br>(10.8%) | 38<br>(9.3%)  | 61<br>(15.0%) | 32<br>(7.8%)  | 32<br>(7.8%)  | 46<br>(11.3%) | 53<br>(13.0%) | 23<br>(5.6%)  | 408<br>(100.0%) | 50.354<br>***  |
|         | 미혼              | 17<br>(16.0%) | 6<br>(5.7%)   | 11<br>(10.4%) | 23<br>(21.7%) | 10<br>(9.4%)  | 11<br>(10.4%) | 10<br>(9.4%)  | 5<br>(4.7%)   | 8<br>(7.5%)   | 5<br>(4.7%)   | 106<br>(100.0%) |                |
|         | 독신              | 18<br>(16.7%) | 8<br>(7.4%)   | 7<br>(6.5%)   | 28<br>(25.9%) | 9<br>(8.3%)   | 8<br>(7.4%)   | 11<br>(10.2%) | 7<br>(6.5%)   | 4<br>(3.7%)   | 8<br>(7.4%)   | 108<br>(100.0%) |                |
| 직업      | 학생              | 16<br>(19.3%) | 7<br>(8.4%)   | 7<br>(8.4%)   | 22<br>(26.5%) | 5<br>(6.0%)   | 9<br>(10.8%)  | 7<br>(8.4%)   | 4<br>(4.8%)   | 1<br>(1.2%)   | 5<br>(6.0%)   | 83<br>(100.0%)  | 119.254<br>*** |
|         | 공무원             | 6<br>(10.3%)  | 7<br>(12.1%)  | 8<br>(13.8%)  | 3<br>(5.2%)   | 5<br>(8.6%)   | 8<br>(13.8%)  | 7<br>(12.1%)  | 3<br>(5.2%)   | 8<br>(13.8%)  | 3<br>(5.2%)   | 58<br>(100.0%)  |                |
|         | 회사원             | 5<br>(3.8%)   | 12<br>(9.2%)  | 16<br>(12.2%) | 14<br>(10.7%) | 23<br>(17.6%) | 7<br>(5.3%)   | 9<br>(6.9%)   | 22<br>(16.8%) | 17<br>(13.0%) | 6<br>(4.6%)   | 131<br>(100.0%) |                |
|         | 미용업 종사자         | 11<br>(10.2%) | 9<br>(8.3%)   | 12<br>(11.1%) | 9<br>(8.3%)   | 20<br>(18.5%) | 7<br>(6.5%)   | 11<br>(10.2%) | 5<br>(4.6%)   | 21<br>(19.4%) | 3<br>(2.8%)   | 108<br>(100.0%) |                |
|         | 자영업             | 16<br>(17.6%) | 6<br>(6.6%)   | 8<br>(8.8%)   | 13<br>(14.3%) | 14<br>(15.4%) | 4<br>(4.4%)   | 9<br>(9.9%)   | 9<br>(9.9%)   | 4<br>(4.4%)   | 8<br>(8.8%)   | 91<br>(100.0%)  |                |
|         | 전문직             | 9<br>(10.1%)  | 11<br>(12.4%) | 7<br>(7.9%)   | 10<br>(11.2%) | 12<br>(13.5%) | 9<br>(10.1%)  | 5<br>(5.6%)   | 12<br>(13.5%) | 8<br>(9.0%)   | 6<br>(6.7%)   | 89<br>(100.0%)  |                |
|         | 주부              | 3<br>(13.6%)  | 2<br>(9.1%)   | 1<br>(4.5%)   | 8<br>(36.4%)  | 0<br>(0.0%)   | 1<br>(4.5%)   | 2<br>(9.1%)   | 1<br>(4.5%)   | 3<br>(13.6%)  | 1<br>(4.5%)   | 22<br>(100.0%)  |                |
|         | 기타              | 7<br>(17.5%)  | 1<br>(2.5%)   | 3<br>(7.5%)   | 10<br>(25.0%) | 1<br>(2.5%)   | 6<br>(15.0%)  | 3<br>(7.5%)   | 2<br>(5.0%)   | 3<br>(7.5%)   | 4<br>(10.0%)  | 40<br>(100.0%)  |                |
|         | 3,000위안         | 17<br>(15.7%) | 8<br>(7.4%)   | 7<br>(6.5%)   | 26<br>(24.1%) | 7<br>(6.5%)   | 12<br>(11.1%) | 8<br>(7.4%)   | 8<br>(7.4%)   | 3<br>(2.8%)   | 12<br>(11.1%) | 108<br>(100.0%) |                |
| 월 평균 수입 | 3,000-5,000위안   | 14<br>(20.6%) | 5<br>(7.4%)   | 8<br>(11.8%)  | 10<br>(14.7%) | 9<br>(13.2%)  | 3<br>(4.4%)   | 7<br>(10.3%)  | 1<br>(1.5%)   | 4<br>(5.9%)   | 7<br>(10.3%)  | 68<br>(100.0%)  | 130.893<br>*** |
|         | 5,000-8,000위안   | 15<br>(16.5%) | 8<br>(8.8%)   | 4<br>(4.4%)   | 18<br>(19.8%) | 7<br>(7.7%)   | 8<br>(8.8%)   | 7<br>(7.7%)   | 10<br>(11.0%) | 12<br>(13.2%) | 2<br>(2.2%)   | 91<br>(100.0%)  |                |
|         | 8,000-12,000위안  | 12<br>(11.2%) | 12<br>(11.2%) | 8<br>(7.5%)   | 12<br>(11.2%) | 20<br>(18.7%) | 7<br>(6.5%)   | 7<br>(6.5%)   | 5<br>(4.7%)   | 19<br>(17.8%) | 5<br>(4.7%)   | 107<br>(100.0%) |                |
|         | 12,000-20,000위안 | 3<br>(4.2%)   | 9<br>(12.5%)  | 10<br>(13.9%) | 9<br>(12.5%)  | 11<br>(15.3%) | 6<br>(8.3%)   | 7<br>(9.7%)   | 8<br>(11.1%)  | 8<br>(11.1%)  | 1<br>(1.4%)   | 72<br>(100.0%)  |                |
|         | 20,000-30,000위안 | 0<br>(0.0%)   | 8<br>(12.3%)  | 7<br>(10.8%)  | 6<br>(9.2%)   | 12<br>(18.5%) | 6<br>(9.2%)   | 4<br>(6.2%)   | 10<br>(15.4%) | 9<br>(13.8%)  | 3<br>(4.6%)   | 65<br>(100.0%)  |                |
|         | 30,000-40,000위안 | 6<br>(13.3%)  | 1<br>(2.2%)   | 12<br>(26.7%) | 1<br>(2.2%)   | 4<br>(8.9%)   | 3<br>(6.7%)   | 6<br>(13.3%)  | 7<br>(15.6%)  | 4<br>(8.9%)   | 1<br>(2.2%)   | 45<br>(100.0%)  |                |
|         | 40,000-50,000위안 | 4<br>(13.3%)  | 3<br>(10.0%)  | 4<br>(13.3%)  | 2<br>(6.7%)   | 4<br>(13.3%)  | 3<br>(10.0%)  | 1<br>(3.3%)   | 2<br>(6.7%)   | 4<br>(13.3%)  | 3<br>(10.0%)  | 30<br>(100.0%)  |                |
|         | 50,000위안 이상     | 2<br>(5.6%)   | 1<br>(2.8%)   | 2<br>(5.6%)   | 5<br>(13.9%)  | 6<br>(16.7%)  | 3<br>(8.3%)   | 6<br>(16.7%)  | 7<br>(19.4%)  | 2<br>(5.6%)   | 2<br>(5.6%)   | 36<br>(100.0%)  |                |



|    |               |              |               |               |               |              |              |              |               |              |                 |
|----|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|-----------------|
| 전체 | 73<br>(11.7%) | 55<br>(8.8%) | 62<br>(10.0%) | 89<br>(14.3%) | 80<br>(12.9%) | 51<br>(8.2%) | 53<br>(8.5%) | 58<br>(9.3%) | 65<br>(10.5%) | 36<br>(5.8%) | 622<br>(100.0%) |
|----|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|-----------------|

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

## 1-2. 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 관심 시기 차이

일반적 특성에 따른 안티에이징 화장품 관심 시기 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 8>과 같다. 모든 일반적 특성에 따라 비건 안티에이징 화장품 관심 시기에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 성별에서 여자는 21-25세라고 응답한 비율이 31.9%로 남자 18.4%에 비해 높아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=27.937$ ,  $p < .001$ ), 연령이 20대 이하인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 45.2%로 가장 높았고, 50대 이상은 8.3%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=185.065$ ,  $p < .001$ ).

최종 학력이 대학 재학인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 46.2%로 가장 높았고, 고졸 이하와 전문대졸은 각각 16.1%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=94.162$ ,  $p < .001$ ), 결혼 여부가 독신인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 64.8%로 가장 높았고, 기혼은 11.3%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=224.729$ ,  $p < .001$ ).

직업이 학생인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 59.0%로 가장 높았고, 주부는 0.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=162.038$ ,  $p < .001$ ), 월 평균 수입이 3,000-5,000위안인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 44.1%로 가장 높았고, 20,000-30,000위안은 12.3%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=134.345$ ,  $p < .001$ ).

<표 8> 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 관심 시기 차이

| 구분 |        | 비건 안티에이징 화장품 관심 시기 |                |               |               |               |               | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|----|--------|--------------------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-------------|
|    |        | 20세 이하             | 21-25세         | 26-30세        | 31-35세        | 36-40세        | 40-50세        |                 |             |
| 성별 | 남자     | 55<br>(21.1%)      | 48<br>(18.4%)  | 28<br>(10.7%) | 52<br>(19.9%) | 39<br>(14.9%) | 39<br>(14.9%) | 261<br>(100.0%) | 27.937***   |
|    | 여자     | 34<br>(9.4%)       | 115<br>(31.9%) | 50<br>(13.9%) | 59<br>(16.3%) | 58<br>(16.1%) | 45<br>(12.5%) | 361<br>(100.0%) |             |
| 연령 | 20대 이하 | 50<br>(16.6%)      | 136<br>(45.2%) | 42<br>(14.0%) | 28<br>(9.3%)  | 22<br>(7.3%)  | 23<br>(7.6%)  | 301<br>(100.0%) | 185.065***  |
|    | 30대    | 28<br>(17.8%)      | 13<br>(8.3%)   | 19<br>(12.1%) | 44<br>(28.0%) | 31<br>(19.7%) | 22<br>(14.0%) | 157<br>(100.0%) |             |

|         |                 |               |                |               |                |               |               |                 |            |
|---------|-----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|---------------|-----------------|------------|
| 최종 학력   | 40대             | 10<br>(7.1%)  | 12<br>(8.6%)   | 14<br>(10.0%) | 38<br>(27.1%)  | 39<br>(27.9%) | 27<br>(19.3%) | 140<br>(100.0%) | 94.162***  |
|         | 50대 이상          | 1<br>(4.2%)   | 2<br>(8.3%)    | 3<br>(12.5%)  | 1<br>(4.2%)    | 5<br>(20.8%)  | 12<br>(50.0%) | 24<br>(100.0%)  |            |
|         | 고졸 이하           | 12<br>(8.4%)  | 23<br>(16.1%)  | 11<br>(7.7%)  | 33<br>(23.1%)  | 34<br>(23.8%) | 30<br>(21.0%) | 143<br>(100.0%) |            |
|         | 대학 재학           | 10<br>(15.4%) | 30<br>(46.2%)  | 11<br>(16.9%) | 4<br>(6.2%)    | 7<br>(10.8%)  | 3<br>(4.6%)   | 65<br>(100.0%)  |            |
|         | 전문대졸            | 27<br>(16.8%) | 26<br>(16.1%)  | 10<br>(6.2%)  | 40<br>(24.8%)  | 31<br>(19.3%) | 27<br>(16.8%) | 161<br>(100.0%) |            |
|         | 대졸              | 19<br>(15.6%) | 39<br>(32.0%)  | 19<br>(15.6%) | 23<br>(18.9%)  | 10<br>(8.2%)  | 12<br>(9.8%)  | 122<br>(100.0%) |            |
|         | 대학원 이상          | 21<br>(16.0%) | 45<br>(34.4%)  | 27<br>(20.6%) | 11<br>(8.4%)   | 15<br>(11.5%) | 12<br>(9.2%)  | 131<br>(100.0%) |            |
| 결혼 여부   | 기혼              | 52<br>(12.7%) | 46<br>(11.3%)  | 38<br>(9.3%)  | 104<br>(25.5%) | 93<br>(22.8%) | 75<br>(18.4%) | 408<br>(100.0%) | 224.729*** |
|         | 미혼              | 22<br>(20.8%) | 47<br>(44.3%)  | 23<br>(21.7%) | 6<br>(5.7%)    | 2<br>(1.9%)   | 6<br>(5.7%)   | 106<br>(100.0%) |            |
|         | 독신              | 15<br>(13.9%) | 70<br>(64.8%)  | 17<br>(15.7%) | 1<br>(.9%)     | 2<br>(1.9%)   | 3<br>(2.8%)   | 108<br>(100.0%) |            |
| 직업      | 학생              | 2<br>(2.4%)   | 49<br>(59.0%)  | 21<br>(25.3%) | 4<br>(4.8%)    | 2<br>(2.4%)   | 5<br>(6.0%)   | 83<br>(100.0%)  | 162.038*** |
|         | 공무원             | 18<br>(31.0%) | 14<br>(24.1%)  | 9<br>(15.5%)  | 7<br>(12.1%)   | 5<br>(8.6%)   | 5<br>(8.6%)   | 58<br>(100.0%)  |            |
|         | 회사원             | 18<br>(13.7%) | 22<br>(16.8%)  | 8<br>(6.1%)   | 35<br>(26.7%)  | 28<br>(21.4%) | 20<br>(15.3%) | 131<br>(100.0%) |            |
|         | 미용업 종사자         | 19<br>(17.6%) | 22<br>(20.4%)  | 6<br>(5.6%)   | 24<br>(22.2%)  | 24<br>(22.2%) | 13<br>(12.0%) | 108<br>(100.0%) |            |
|         | 자영업             | 17<br>(18.7%) | 20<br>(22.0%)  | 10<br>(11.0%) | 19<br>(20.9%)  | 11<br>(12.1%) | 14<br>(15.4%) | 91<br>(100.0%)  |            |
|         | 전문직             | 12<br>(13.5%) | 25<br>(28.1%)  | 15<br>(16.9%) | 15<br>(16.9%)  | 14<br>(15.7%) | 8<br>(9.0%)   | 89<br>(100.0%)  |            |
|         | 주부              | 0<br>(0.0%)   | 0<br>(0.0%)    | 2<br>(9.1%)   | 4<br>(18.2%)   | 5<br>(22.7%)  | 11<br>(50.0%) | 22<br>(100.0%)  |            |
|         | 기타              | 3<br>(7.5%)   | 11<br>(27.5%)  | 7<br>(17.5%)  | 3<br>(7.5%)    | 8<br>(20.0%)  | 8<br>(20.0%)  | 40<br>(100.0%)  |            |
| 월 평균 수입 | 3,000위안         | 12<br>(11.1%) | 34<br>(31.5%)  | 24<br>(22.2%) | 9<br>(8.3%)    | 12<br>(11.1%) | 17<br>(15.7%) | 108<br>(100.0%) | 134.345*** |
|         | 3,000-5,000위안   | 12<br>(17.6%) | 30<br>(44.1%)  | 7<br>(10.3%)  | 5<br>(7.4%)    | 4<br>(5.9%)   | 10<br>(14.7%) | 68<br>(100.0%)  |            |
|         | 5,000-8,000위안   | 11<br>(12.1%) | 29<br>(31.9%)  | 9<br>(9.9%)   | 11<br>(12.1%)  | 15<br>(16.5%) | 16<br>(17.6%) | 91<br>(100.0%)  |            |
|         | 8,000-12,000위안  | 6<br>(5.6%)   | 15<br>(14.0%)  | 14<br>(13.1%) | 28<br>(26.2%)  | 32<br>(29.9%) | 12<br>(11.2%) | 107<br>(100.0%) |            |
|         | 12,000-20,000위안 | 10<br>(13.9%) | 16<br>(22.2%)  | 6<br>(8.3%)   | 18<br>(25.0%)  | 11<br>(15.3%) | 11<br>(15.3%) | 72<br>(100.0%)  |            |
|         | 20,000-30,000위안 | 10<br>(15.4%) | 8<br>(12.3%)   | 5<br>(7.7%)   | 26<br>(40.0%)  | 7<br>(10.8%)  | 9<br>(13.8%)  | 65<br>(100.0%)  |            |
|         | 30,000-40,000위안 | 12<br>(26.7%) | 8<br>(17.8%)   | 2<br>(4.4%)   | 8<br>(17.8%)   | 6<br>(13.3%)  | 9<br>(20.0%)  | 45<br>(100.0%)  |            |
|         | 40,000-50,000위안 | 5<br>(16.7%)  | 10<br>(33.3%)  | 8<br>(26.7%)  | 3<br>(10.0%)   | 4<br>(13.3%)  | 0<br>(0.0%)   | 30<br>(100.0%)  |            |
|         | 50,000위안 이상     | 11<br>(30.6%) | 13<br>(36.1%)  | 3<br>(8.3%)   | 3<br>(8.3%)    | 6<br>(16.7%)  | 0<br>(0.0%)   | 36<br>(100.0%)  |            |
|         | 전체              | 89<br>(14.3%) | 163<br>(26.2%) | 78<br>(12.5%) | 111<br>(17.8%) | 97<br>(15.6%) | 84<br>(13.5%) | 622<br>(100.0%) |            |

\*\*\* $p<.001$

### 1-3. 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 처음 구매 시기 차이

일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 처음 구매 시기 차이를 살펴 보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 9>와 같다. 모든 일반적 특성

에 따라 비건 안티에이징 화장품 처음 구매 시기에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 성별에서 여자는 21-25세라고 응답한 비율이 32.7%로 남자 24.1%에 비해 높아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=13.126$ ,  $p<.001$ ), 연령이 20대 이하인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 44.9%로 가장 높았고, 50대 이상은 4.2%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=147.344$ ,  $p<.001$ ).

최종 학력이 대학 재학인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 41.5%로 가장 높았고, 고졸 이하는 17.5%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=96.384$ ,  $p<.001$ ), 결혼 여부가 독신인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 61.1%로 가장 높았고, 기혼은 17.4%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=156.749$ ,  $p<.001$ ).

직업이 학생인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 57.8%로 가장 높았고, 주부는 0.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=149.868$ ,  $p<.001$ ), 월 평균 수입이 5,000-8,000위안인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 44.0%로 가장 높았고, 20,000-30,000위안은 12.3%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=90.962$ ,  $p<.001$ ).

<표 9> 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 처음 구매 시기 차이

| 구분    |        | 비건 안티에이징 화장품 처음 구매 시기 |                |               |               |               |               | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|-------|--------|-----------------------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-------------|
|       |        | 20세 이하                | 21-25세         | 26-30세        | 31-35세        | 36-40세        | 40-50세        |                 |             |
| 성별    | 남자     | 52<br>(19.9%)         | 63<br>(24.1%)  | 45<br>(17.2%) | 41<br>(15.7%) | 24<br>(9.2%)  | 36<br>(13.8%) | 261<br>(100.0%) | 13.126***   |
|       | 여자     | 41<br>(11.4%)         | 118<br>(32.7%) | 56<br>(15.5%) | 55<br>(15.2%) | 45<br>(12.5%) | 46<br>(12.7%) | 361<br>(100.0%) |             |
| 연령    | 20대 이하 | 58<br>(19.3%)         | 135<br>(44.9%) | 51<br>(16.9%) | 17<br>(5.6%)  | 21<br>(7.0%)  | 19<br>(6.3%)  | 301<br>(100.0%) | 147.344***  |
|       | 30대    | 21<br>(13.4%)         | 24<br>(15.3%)  | 30<br>(19.1%) | 37<br>(23.6%) | 21<br>(13.4%) | 24<br>(15.3%) | 157<br>(100.0%) |             |
|       | 40대    | 13<br>(9.3%)          | 21<br>(15.0%)  | 17<br>(12.1%) | 39<br>(27.9%) | 22<br>(15.7%) | 28<br>(20.0%) | 140<br>(100.0%) |             |
|       | 50대 이상 | 1<br>(4.2%)           | 1<br>(4.2%)    | 3<br>(12.5%)  | 3<br>(12.5%)  | 5<br>(20.8%)  | 11<br>(45.8%) | 24<br>(100.0%)  |             |
| 최종 학력 | 고졸 이하  | 19<br>(13.3%)         | 25<br>(17.5%)  | 13<br>(9.1%)  | 27<br>(18.9%) | 25<br>(17.5%) | 34<br>(23.8%) | 143<br>(100.0%) | 96.384***   |
|       | 대학 재학  | 15<br>(23.1%)         | 27<br>(41.5%)  | 10<br>(15.4%) | 8<br>(12.3%)  | 3<br>(4.6%)   | 2<br>(3.1%)   | 65<br>(100.0%)  |             |
|       | 전문대졸   | 21<br>(13.0%)         | 37<br>(23.0%)  | 17<br>(10.6%) | 33<br>(20.5%) | 28<br>(17.4%) | 25<br>(15.5%) | 161<br>(100.0%) |             |
|       | 대졸     | 21                    | 42             | 23            | 17            | 9             | 10            | 122             |             |

|            |                     |               |                |                |               |               |               |                 |                |
|------------|---------------------|---------------|----------------|----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|----------------|
|            |                     | (17.2%)       | (34.4%)        | (18.9%)        | (13.9%)       | (7.4%)        | (8.2%)        | (100.0%)        |                |
|            | 대학원 이상              | 17<br>(13.0%) | 50<br>(38.2%)  | 38<br>(29.0%)  | 11<br>(8.4%)  | 4<br>(3.1%)   | 11<br>(8.4%)  | 131<br>(100.0%) |                |
| 결혼 여부      | 기혼                  | 49<br>(12.0%) | 71<br>(17.4%)  | 59<br>(14.5%)  | 92<br>(22.5%) | 61<br>(15.0%) | 76<br>(18.6%) | 408<br>(100.0%) | 156.749<br>*** |
|            | 미혼                  | 25<br>(23.6%) | 44<br>(41.5%)  | 24<br>(22.6%)  | 4<br>(3.8%)   | 5<br>(4.7%)   | 4<br>(3.8%)   | 106<br>(100.0%) |                |
|            | 독신                  | 19<br>(17.6%) | 66<br>(61.1%)  | 18<br>(16.7%)  | 0<br>(0.0%)   | 3<br>(2.8%)   | 2<br>(1.9%)   | 108<br>(100.0%) |                |
|            | 학대                  | 4<br>(4.8%)   | 48<br>(57.8%)  | 21<br>(25.3%)  | 2<br>(2.4%)   | 4<br>(4.8%)   | 4<br>(4.8%)   | 83<br>(100.0%)  |                |
| 직업         | 공무원                 | 17<br>(29.3%) | 22<br>(37.9%)  | 7<br>(12.1%)   | 6<br>(10.3%)  | 2<br>(3.4%)   | 4<br>(6.9%)   | 58<br>(100.0%)  | 149.868<br>*** |
|            | 회사원                 | 12<br>(9.2%)  | 31<br>(23.7%)  | 16<br>(12.2%)  | 31<br>(23.7%) | 24<br>(18.3%) | 17<br>(13.0%) | 131<br>(100.0%) |                |
|            | 미용업 종사자             | 20<br>(18.5%) | 28<br>(25.9%)  | 15<br>(13.9%)  | 19<br>(17.6%) | 15<br>(13.9%) | 11<br>(10.2%) | 108<br>(100.0%) |                |
|            | 자영업                 | 20<br>(22.0%) | 16<br>(17.6%)  | 17<br>(18.7%)  | 13<br>(14.3%) | 11<br>(12.1%) | 14<br>(15.4%) | 91<br>(100.0%)  |                |
|            | 전문직                 | 16<br>(18.0%) | 26<br>(29.2%)  | 16<br>(18.0%)  | 18<br>(20.2%) | 4<br>(4.5%)   | 9<br>(10.1%)  | 89<br>(100.0%)  |                |
|            | 주부                  | 0<br>(0.0%)   | 0<br>(0.0%)    | 2<br>(9.1%)    | 4<br>(18.2%)  | 4<br>(18.2%)  | 12<br>(54.5%) | 22<br>(100.0%)  |                |
|            | 기타                  | 4<br>(10.0%)  | 10<br>(25.0%)  | 7<br>(17.5%)   | 3<br>(7.5%)   | 5<br>(12.5%)  | 11<br>(27.5%) | 40<br>(100.0%)  |                |
|            | 3,000위안             | 21<br>(19.4%) | 33<br>(30.6%)  | 18<br>(16.7%)  | 7<br>(6.5%)   | 12<br>(11.1%) | 17<br>(15.7%) | 108<br>(100.0%) |                |
|            | 3,000-5,000위<br>안   | 10<br>(14.7%) | 27<br>(39.7%)  | 9<br>(13.2%)   | 8<br>(11.8%)  | 2<br>(2.9%)   | 12<br>(17.6%) | 68<br>(100.0%)  |                |
|            | 5,000-8,000위<br>안   | 6<br>(6.6%)   | 40<br>(44.0%)  | 11<br>(12.1%)  | 8<br>(8.8%)   | 11<br>(12.1%) | 15<br>(16.5%) | 91<br>(100.0%)  |                |
| 월 평균<br>수입 | 8,000-12,000<br>위안  | 10<br>(9.3%)  | 20<br>(18.7%)  | 23<br>(21.5%)  | 23<br>(21.5%) | 20<br>(18.7%) | 11<br>(10.3%) | 107<br>(100.0%) | 90.962***      |
|            | 12,000-20,000<br>위안 | 7<br>(9.7%)   | 20<br>(27.8%)  | 13<br>(18.1%)  | 10<br>(13.9%) | 12<br>(16.7%) | 10<br>(13.9%) | 72<br>(100.0%)  |                |
|            | 20,000-30,000<br>위안 | 12<br>(18.5%) | 8<br>(12.3%)   | 11<br>(16.9%)  | 18<br>(27.7%) | 7<br>(10.8%)  | 9<br>(13.8%)  | 65<br>(100.0%)  |                |
|            | 30,000-40,000<br>위안 | 12<br>(26.7%) | 12<br>(26.7%)  | 4<br>(8.9%)    | 6<br>(13.3%)  | 4<br>(8.9%)   | 7<br>(15.6%)  | 45<br>(100.0%)  |                |
|            | 40,000-50,000<br>위안 | 7<br>(23.3%)  | 9<br>(30.0%)   | 6<br>(20.0%)   | 7<br>(23.3%)  | 0<br>(0.0%)   | 1<br>(3.3%)   | 30<br>(100.0%)  |                |
|            | 50,000위안<br>이상      | 8<br>(22.2%)  | 12<br>(33.3%)  | 6<br>(16.7%)   | 9<br>(25.0%)  | 1<br>(2.8%)   | 0<br>(0.0%)   | 36<br>(100.0%)  |                |
|            | 전체                  | 93<br>(15.0%) | 181<br>(29.1%) | 101<br>(16.2%) | 96<br>(15.4%) | 69<br>(11.1%) | 82<br>(13.2%) | 622<br>(100.0%) |                |

\*\*\* $p < .001$

#### 1-4. 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 시 고려사항 차이

일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 시 고려사항 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 10>과 같다. 성별을 제외한 일반적 특성에 따라 비건 안티에이징 화장품 구매 시 고려사항에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 연령에서 20대 이하는 효능이라고 응답한 비율이 27.2%로 가장 높았고, 40대는 22.1%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=30.210$ ,  $p<.05$ ), 최종 학력이 전문대졸인 경우 효능이

라고 응답한 비율이 29.8%로 가장 높았고, 고졸 이하는 23.1%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=41.173$ ,  $p<.01$ ).

결혼 여부가 독신인 경우 효능이라고 응답한 비율이 33.3%로 가장 높았고, 기혼은 23.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=21.350$ ,  $p<.05$ ), 직업이 학생인 경우 효능이라고 응답한 비율이 36.1%로 가장 높았고, 자영업은 16.5%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=77.134$ ,  $p<.001$ ), 월 평균 수입이 8,000-12,000위안인 경우 효능이라고 응답한 비율이 36.4%로 가장 높았고, 20,000-30,000위안은 16.9%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=64.764$ ,  $p<.01$ ).

<표 10> 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 시 고려사항 차이

| 구분    |         | 비건 안티에이징 화장품 구매 시 고려사항 |               |               |               |               |               | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|-------|---------|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-------------|
|       |         | 성분                     | 효능            | 브랜드           | 가격            | 사용감           | 윤리적 소비        |                 |             |
| 성별    | 남자      | 40<br>(15.3%)          | 63<br>(24.1%) | 32<br>(12.3%) | 40<br>(15.3%) | 47<br>(18.0%) | 39<br>(14.9%) | 261<br>(100.0%) | 2.942       |
|       | 여자      | 67<br>(18.6%)          | 98<br>(27.1%) | 40<br>(11.1%) | 48<br>(13.3%) | 64<br>(17.7%) | 44<br>(12.2%) | 361<br>(100.0%) |             |
| 연령    | 20대 이하  | 66<br>(21.9%)          | 82<br>(27.2%) | 36<br>(12.0%) | 41<br>(13.6%) | 50<br>(16.6%) | 26<br>(8.6%)  | 301<br>(100.0%) | 30.210*     |
|       | 30대     | 21<br>(13.4%)          | 42<br>(26.8%) | 19<br>(12.1%) | 19<br>(12.1%) | 29<br>(18.5%) | 27<br>(17.2%) | 157<br>(100.0%) |             |
|       | 40대     | 13<br>(9.3%)           | 31<br>(22.1%) | 15<br>(10.7%) | 25<br>(17.9%) | 27<br>(19.3%) | 29<br>(20.7%) | 140<br>(100.0%) |             |
|       | 50대 이상  | 7<br>(29.2%)           | 6<br>(25.0%)  | 2<br>(8.3%)   | 3<br>(12.5%)  | 5<br>(20.8%)  | 1<br>(4.2%)   | 24<br>(100.0%)  |             |
|       |         |                        |               |               |               |               |               |                 |             |
| 최종 학력 | 고졸 이하   | 24<br>(16.8%)          | 33<br>(23.1%) | 11<br>(7.7%)  | 19<br>(13.3%) | 38<br>(26.6%) | 18<br>(12.6%) | 143<br>(100.0%) | 41.173**    |
|       | 대학 재학   | 13<br>(20.0%)          | 18<br>(27.7%) | 9<br>(13.8%)  | 12<br>(18.5%) | 9<br>(13.8%)  | 4<br>(6.2%)   | 65<br>(100.0%)  |             |
|       | 전문대졸    | 11<br>(6.8%)           | 48<br>(29.8%) | 18<br>(11.2%) | 26<br>(16.1%) | 30<br>(18.6%) | 28<br>(17.4%) | 161<br>(100.0%) |             |
|       | 대졸      | 26<br>(21.3%)          | 31<br>(25.4%) | 21<br>(17.2%) | 13<br>(10.7%) | 14<br>(11.5%) | 17<br>(13.9%) | 122<br>(100.0%) |             |
|       | 대학원 이상  | 33<br>(25.2%)          | 31<br>(23.7%) | 13<br>(9.9%)  | 18<br>(13.7%) | 20<br>(15.3%) | 16<br>(12.2%) | 131<br>(100.0%) |             |
| 결혼 여부 | 기혼      | 59<br>(14.5%)          | 94<br>(23.0%) | 45<br>(11.0%) | 66<br>(16.2%) | 79<br>(19.4%) | 65<br>(15.9%) | 408<br>(100.0%) | 21.350*     |
|       | 미혼      | 24<br>(22.6%)          | 31<br>(29.2%) | 13<br>(12.3%) | 10<br>(9.4%)  | 17<br>(16.0%) | 11<br>(10.4%) | 106<br>(100.0%) |             |
|       | 독신      | 24<br>(22.2%)          | 36<br>(33.3%) | 14<br>(13.0%) | 12<br>(11.1%) | 15<br>(13.9%) | 7<br>(6.5%)   | 108<br>(100.0%) |             |
|       | 학생      | 28<br>(33.7%)          | 30<br>(36.1%) | 4<br>(4.8%)   | 9<br>(10.8%)  | 9<br>(10.8%)  | 3<br>(3.6%)   | 83<br>(100.0%)  |             |
| 직업    | 공무원     | 14<br>(24.1%)          | 14<br>(24.1%) | 6<br>(10.3%)  | 11<br>(19.0%) | 3<br>(5.2%)   | 10<br>(17.2%) | 58<br>(100.0%)  | 77.134***   |
|       | 회사원     | 9<br>(6.9%)            | 38<br>(29.0%) | 18<br>(13.7%) | 17<br>(13.0%) | 28<br>(21.4%) | 21<br>(16.0%) | 131<br>(100.0%) |             |
|       | 미용업 종사자 | 12<br>(11.1%)          | 33<br>(30.6%) | 13<br>(12.0%) | 14<br>(13.0%) | 21<br>(19.4%) | 15<br>(13.9%) | 108<br>(100.0%) |             |
|       | 자영업     | 21<br>(23.1%)          | 15<br>(16.5%) | 18<br>(19.8%) | 11<br>(12.1%) | 15<br>(16.5%) | 11<br>(12.1%) | 91<br>(100.0%)  |             |
|       |         |                        |               |               |               |               |               |                 |             |

|         |                 |                |                |               |               |                |               |                 |          |
|---------|-----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|----------|
| 월 평균 수입 | 전문직             | 9<br>(10.1%)   | 19<br>(21.3%)  | 8<br>(9.0%)   | 16<br>(18.0%) | 20<br>(22.5%)  | 17<br>(19.1%) | 89<br>(100.0%)  | 64.764** |
|         | 주부              | 5<br>(22.7%)   | 4<br>(18.2%)   | 2<br>(9.1%)   | 5<br>(22.7%)  | 4<br>(18.2%)   | 2<br>(9.1%)   | 22<br>(100.0%)  |          |
|         | 기타              | 9<br>(22.5%)   | 8<br>(20.0%)   | 3<br>(7.5%)   | 5<br>(12.5%)  | 11<br>(27.5%)  | 4<br>(10.0%)  | 40<br>(100.0%)  |          |
|         | 3,000위안         | 26<br>(24.1%)  | 27<br>(25.0%)  | 6<br>(5.6%)   | 18<br>(16.7%) | 21<br>(19.4%)  | 10<br>(9.3%)  | 108<br>(100.0%) |          |
|         | 3,000-5,000위안   | 18<br>(26.5%)  | 16<br>(23.5%)  | 6<br>(8.8%)   | 7<br>(10.3%)  | 8<br>(11.8%)   | 13<br>(19.1%) | 68<br>(100.0%)  |          |
|         | 5,000-8,000위안   | 12<br>(13.2%)  | 30<br>(33.0%)  | 9<br>(9.9%)   | 13<br>(14.3%) | 14<br>(15.4%)  | 13<br>(14.3%) | 91<br>(100.0%)  |          |
|         | 8,000-12,000위안  | 12<br>(11.2%)  | 39<br>(36.4%)  | 13<br>(12.1%) | 12<br>(11.2%) | 23<br>(21.5%)  | 8<br>(7.5%)   | 107<br>(100.0%) |          |
|         | 12,000-20,000위안 | 11<br>(15.3%)  | 13<br>(18.1%)  | 7<br>(9.7%)   | 13<br>(18.1%) | 19<br>(26.4%)  | 9<br>(12.5%)  | 72<br>(100.0%)  |          |
|         | 20,000-30,000위안 | 11<br>(16.9%)  | 11<br>(16.9%)  | 9<br>(13.8%)  | 11<br>(16.9%) | 14<br>(21.5%)  | 9<br>(13.8%)  | 65<br>(100.0%)  |          |
|         | 30,000-40,000위안 | 2<br>(4.4%)    | 10<br>(22.2%)  | 8<br>(17.8%)  | 8<br>(17.8%)  | 8<br>(17.8%)   | 9<br>(20.0%)  | 45<br>(100.0%)  |          |
|         | 40,000-50,000위안 | 6<br>(20.0%)   | 6<br>(20.0%)   | 5<br>(16.7%)  | 4<br>(13.3%)  | 2<br>(6.7%)    | 7<br>(23.3%)  | 30<br>(100.0%)  |          |
|         | 50,000위안 이상     | 9<br>(25.0%)   | 9<br>(25.0%)   | 9<br>(25.0%)  | 2<br>(5.6%)   | 2<br>(5.6%)    | 5<br>(13.9%)  | 36<br>(100.0%)  |          |
|         | 전체              | 107<br>(17.2%) | 161<br>(25.9%) | 72<br>(11.6%) | 88<br>(14.1%) | 111<br>(17.8%) | 83<br>(13.3%) | 622<br>(100.0%) |          |

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

## 1-5. 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매의 가장 큰 동기 차이

일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매의 가장 큰 동기 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 11>과 같다. 성별과 연령, 월 평균 수입은 화장품 구매의 가장 큰 동기에 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 최종 학력이 대학원 이상인 경우 제품의 품질과 효능이 좋아서라고 응답한 비율이 30.5%로 가장 높았고, 전문대졸은 23.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=39.737$ ,  $p<.01$ ), 결혼 여부가 독신인 경우 제품의 품질과 효능이 좋아서라고 응답한 비율이 37.0%로 가장 높았고, 기혼은 23.8%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=34.085$ ,  $p<.01$ ), 직업이 학생인 경우 제품의 품질과 효능이 좋아서라고 응답한 비율이 45.8%로 가장 높았고, 회사원은 16.8%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=67.327$ ,  $p<.001$ ).

<표 11> 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매의 가장 큰 동기 차이

| 구분    |        | 비건 안티에이징 화장품 구매의 가장 큰 동기 |               |               |                       |                |               | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|-------|--------|--------------------------|---------------|---------------|-----------------------|----------------|---------------|-----------------|-------------|
|       |        | 가족 및 지인 추천               | 매장 직원 추천      | 인플루언서 및 사용 후기 | 동물성 원료를 배제하고 동물실험이 없다 | 제품의 품질과 효능이 좋다 | 기타            |                 |             |
| 성별    | 남자     | 52<br>(19.9%)            | 46<br>(17.6%) | 48<br>(18.4%) | 31<br>(11.9%)         | 67<br>(25.7%)  | 17<br>(6.5%)  | 261<br>(100.0%) | 9.848       |
|       | 여자     | 54<br>(15.0%)            | 49<br>(13.6%) | 60<br>(16.6%) | 69<br>(19.1%)         | 99<br>(27.4%)  | 30<br>(8.3%)  | 361<br>(100.0%) |             |
| 연령    | 20대 이하 | 56<br>(18.6%)            | 41<br>(13.6%) | 53<br>(17.6%) | 50<br>(16.6%)         | 82<br>(27.2%)  | 19<br>(6.3%)  | 301<br>(100.0%) | 19.225      |
|       | 30대    | 28<br>(17.8%)            | 26<br>(16.6%) | 30<br>(19.1%) | 25<br>(15.9%)         | 40<br>(25.5%)  | 8(5.1%)       | 157<br>(100.0%) |             |
|       | 40대    | 20<br>(14.3%)            | 26<br>(18.6%) | 21<br>(15.0%) | 23<br>(16.4%)         | 32<br>(22.9%)  | 18<br>(12.9%) | 140<br>(100.0%) |             |
|       | 50대 이상 | 2<br>(8.3%)              | 2<br>(8.3%)   | 4<br>(16.7%)  | 2<br>(8.3%)           | 12<br>(50.0%)  | 2<br>(8.3%)   | 24<br>(100.0%)  |             |
| 최종 학력 | 고졸 이하  | 19<br>(13.3%)            | 28<br>(19.6%) | 25<br>(17.5%) | 20<br>(14.0%)         | 39<br>(27.3%)  | 12<br>(8.4%)  | 143<br>(100.0%) | 39.737**    |
|       | 대학 재학  | 17<br>(26.2%)            | 9<br>(13.8%)  | 6<br>(9.2%)   | 9<br>(13.8%)          | 17<br>(26.2%)  | 7<br>(10.8%)  | 65<br>(100.0%)  |             |
|       | 전문대졸   | 18<br>(11.2%)            | 30<br>(18.6%) | 28<br>(17.4%) | 39<br>(24.2%)         | 37<br>(23.0%)  | 9<br>(5.6%)   | 161<br>(100.0%) |             |
|       | 대졸     | 26<br>(21.3%)            | 17<br>(13.9%) | 19<br>(15.6%) | 13<br>(10.7%)         | 33<br>(27.0%)  | 14<br>(11.5%) | 122<br>(100.0%) |             |
|       | 대학원 이상 | 26<br>(19.8%)            | 11<br>(8.4%)  | 30<br>(22.9%) | 19<br>(14.5%)         | 40<br>(30.5%)  | 5<br>(3.8%)   | 131<br>(100.0%) |             |
| 결혼 여부 | 기혼     | 56<br>(13.7%)            | 75<br>(18.4%) | 71<br>(17.4%) | 73<br>(17.9%)         | 97<br>(23.8%)  | 36<br>(8.8%)  | 408<br>(100.0%) | 34.085***   |
|       | 미혼     | 32<br>(30.2%)            | 11<br>(10.4%) | 20<br>(18.9%) | 11<br>(10.4%)         | 29<br>(27.4%)  | 3<br>(2.8%)   | 106<br>(100.0%) |             |
|       | 독신     | 18<br>(16.7%)            | 9<br>(8.3%)   | 17<br>(15.7%) | 16<br>(14.8%)         | 40<br>(37.0%)  | 8<br>(7.4%)   | 108<br>(100.0%) |             |
| 직업    | 학생     | 17<br>(20.5%)            | 4<br>(4.8%)   | 12<br>(14.5%) | 8<br>(9.6%)           | 38<br>(45.8%)  | 4<br>(4.8%)   | 83<br>(100.0%)  | 67.327***   |
|       | 공무원    | 8<br>(13.8%)             | 9<br>(15.5%)  | 13<br>(22.4%) | 9<br>(15.5%)          | 15<br>(25.9%)  | 4<br>(6.9%)   | 58<br>(100.0%)  |             |

|            |                     |                |               |                |                |                |               |                 |        |
|------------|---------------------|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|---------------|-----------------|--------|
|            | 회사원                 | 21<br>(16.0%)  | 29<br>(22.1%) | 25<br>(19.1%)  | 29<br>(22.1%)  | 22<br>(16.8%)  | 5<br>(3.8%)   | 131<br>(100.0%) |        |
|            | 미용업 종사자             | 16<br>(14.8%)  | 21<br>(19.4%) | 18<br>(16.7%)  | 22<br>(20.4%)  | 24<br>(22.2%)  | 7<br>(6.5%)   | 108<br>(100.0%) |        |
|            | 자영업                 | 17<br>(18.7%)  | 10<br>(11.0%) | 12<br>(13.2%)  | 12<br>(13.2%)  | 25<br>(27.5%)  | 15<br>(16.5%) | 91<br>(100.0%)  |        |
|            | 전문직                 | 11<br>(12.4%)  | 15<br>(16.9%) | 19<br>(21.3%)  | 14<br>(15.7%)  | 22<br>(24.7%)  | 8<br>(9.0%)   | 89<br>(100.0%)  |        |
|            | 주부                  | 4<br>(18.2%)   | 4<br>(18.2%)  | 1<br>(4.5%)    | 3<br>(13.6%)   | 9<br>(40.9%)   | 1<br>(4.5%)   | 22<br>(100.0%)  |        |
|            | 기타                  | 12<br>(30.0%)  | 3<br>(7.5%)   | 8<br>(20.0%)   | 3<br>(7.5%)    | 11<br>(27.5%)  | 3<br>(7.5%)   | 40<br>(100.0%)  |        |
| 월 평균<br>수입 | 3,000위안             | 24<br>(22.2%)  | 15<br>(13.9%) | 12<br>(11.1%)  | 12<br>(11.1%)  | 37<br>(34.3%)  | 8<br>(7.4%)   | 108<br>(100.0%) | 52.894 |
|            | 3,000~5,000위<br>안   | 15<br>(22.1%)  | 7<br>(10.3%)  | 12<br>(17.6%)  | 6<br>(8.8%)    | 20<br>(29.4%)  | 8<br>(11.8%)  | 68<br>(100.0%)  |        |
|            | 5,000~8,000위<br>안   | 15<br>(16.5%)  | 15<br>(16.5%) | 14<br>(15.4%)  | 15<br>(16.5%)  | 29<br>(31.9%)  | 3<br>(3.3%)   | 91<br>(100.0%)  |        |
|            | 8,000~12,000<br>위안  | 16<br>(15.0%)  | 20<br>(18.7%) | 16<br>(15.0%)  | 26<br>(24.3%)  | 24<br>(22.4%)  | 5<br>(4.7%)   | 107<br>(100.0%) |        |
|            | 12,000~20,000<br>위안 | 8<br>(11.1%)   | 12<br>(16.7%) | 17<br>(23.6%)  | 13<br>(18.1%)  | 17<br>(23.6%)  | 5<br>(6.9%)   | 72<br>(100.0%)  |        |
|            | 20,000~30,000<br>위안 | 7<br>(10.8%)   | 13<br>(20.0%) | 12<br>(18.5%)  | 9<br>(13.8%)   | 18<br>(27.7%)  | 6<br>(9.2%)   | 65<br>(100.0%)  |        |
|            | 30,000~40,000<br>위안 | 10<br>(22.2%)  | 5<br>(11.1%)  | 6<br>(13.3%)   | 9<br>(20.0%)   | 11<br>(24.4%)  | 4<br>(8.9%)   | 45<br>(100.0%)  |        |
|            | 40,000~50,000<br>위안 | 3<br>(10.0%)   | 2<br>(6.7%)   | 10<br>(33.3%)  | 5<br>(16.7%)   | 4<br>(13.3%)   | 6<br>(20.0%)  | 30<br>(100.0%)  |        |
|            | 50,000위안<br>이상      | 8<br>(22.2%)   | 6<br>(16.7%)  | 9<br>(25.0%)   | 5<br>(13.9%)   | 6<br>(16.7%)   | 2<br>(5.6%)   | 36<br>(100.0%)  |        |
|            | 전체                  | 106<br>(17.0%) | 95<br>(15.3%) | 108<br>(17.4%) | 100<br>(16.1%) | 166<br>(26.7%) | 47<br>(7.6%)  | 622<br>(100.0%) |        |

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



## 1-6. 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 장소 차이

일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 장소 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 12>와 같다. 성별을 제외한 모든 일반적 특성에 따라 화장품 구매 장소에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 연령이 50대 이상인 경우 온라인 쇼핑몰이라고 응답한 비율이 50.0%로 가장 높았고, 40대는 18.6%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=32.830$ ,  $p<.001$ ), 최종 학력이 대학원 이상인 경우 온라인 쇼핑몰이라고 응답한 비율이 37.4%로 가장 높았고, 고졸 이하는 23.8%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=31.724$ ,  $p<.05$ ).

결혼 여부가 독신인 경우 온라인 쇼핑몰이라고 응답한 비율이 48.1%로 가장 높았고, 기혼은 24.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=33.602$ ,  $p<.001$ ), 직업이 기타인 경우 온라인 쇼핑몰이라고 응답한 비율이 52.5%로 가장 높았고, 자영업은 18.7%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=62.864$ ,  $p<.001$ ), 월 평균 수입이 5,000-8,000위안인 경우 온라인 쇼핑몰이라고 응답한 비율이 40.7%로 가장 높았고, 30,000-40,000위안은 11.1%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=55.210$ ,  $p<.01$ ).

<표 12> 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 장소 차이

| 구분    |        | 비건 안티에이징 화장품 구매 장소 |               |                         |               |                  | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|-------|--------|--------------------|---------------|-------------------------|---------------|------------------|-----------------|-------------|
|       |        | 온라인<br>쇼핑몰         | 오프라인<br>매장    | 병원,<br>약국,<br>피부관리<br>실 | 홈쇼핑           | 실시간<br>라이브방<br>송 |                 |             |
| 성별    | 남자     | 71<br>(27.2%)      | 66<br>(25.3%) | 49<br>(18.8%)           | 38<br>(14.6%) | 37<br>(14.2%)    | 261<br>(100.0%) | 5.555       |
|       | 여자     | 121<br>(33.5%)     | 87<br>(24.1%) | 74<br>(20.5%)           | 36<br>(10.0%) | 43<br>(11.9%)    | 361<br>(100.0%) |             |
| 연령    | 20대 이하 | 114<br>(37.9%)     | 65<br>(21.6%) | 58<br>(19.3%)           | 35<br>(11.6%) | 29<br>(9.6%)     | 301<br>(100.0%) | 32.830***   |
|       | 30대    | 40<br>(25.5%)      | 35<br>(22.3%) | 32<br>(20.4%)           | 24<br>(15.3%) | 26<br>(16.6%)    | 157<br>(100.0%) |             |
|       | 40대    | 26<br>(18.6%)      | 46<br>(32.9%) | 30<br>(21.4%)           | 15<br>(10.7%) | 23<br>(16.4%)    | 140<br>(100.0%) |             |
|       | 50대 이상 | 12<br>(50.0%)      | 7<br>(29.2%)  | 3<br>(12.5%)            | 0<br>(0.0%)   | 2<br>(8.3%)      | 24<br>(100.0%)  |             |
| 최종 학력 | 고졸 이하  | 34<br>(23.8%)      | 50<br>(35.0%) | 27<br>(18.9%)           | 10<br>(7.0%)  | 22<br>(15.4%)    | 143<br>(100.0%) | 31.724*     |

|            |                     |                |                |                |               |               |                 |           |
|------------|---------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|-----------------|-----------|
|            | 대학 재학               | 21<br>(32.3%)  | 10<br>(15.4%)  | 11<br>(16.9%)  | 13<br>(20.0%) | 10<br>(15.4%) | 65<br>(100.0%)  |           |
|            | 전문대졸                | 54<br>(33.5%)  | 42<br>(26.1%)  | 31<br>(19.3%)  | 16<br>(9.9%)  | 18<br>(11.2%) | 161<br>(100.0%) |           |
|            | 대졸                  | 34<br>(27.9%)  | 21<br>(17.2%)  | 34<br>(27.9%)  | 18<br>(14.8%) | 15<br>(12.3%) | 122<br>(100.0%) |           |
|            | 대학원 이상              | 49<br>(37.4%)  | 30<br>(22.9%)  | 20<br>(15.3%)  | 17<br>(13.0%) | 15<br>(11.5%) | 131<br>(100.0%) |           |
| 결혼 여부      | 기혼                  | 98<br>(24.0%)  | 106<br>(26.0%) | 89<br>(21.8%)  | 55<br>(13.5%) | 60<br>(14.7%) | 408<br>(100.0%) | 33.602*** |
|            | 미혼                  | 42<br>(39.6%)  | 28<br>(26.4%)  | 21<br>(19.8%)  | 6<br>(5.7%)   | 9<br>(8.5%)   | 106<br>(100.0%) |           |
|            | 독신                  | 52<br>(48.1%)  | 19<br>(17.6%)  | 13<br>(12.0%)  | 13<br>(12.0%) | 11<br>(10.2%) | 108<br>(100.0%) |           |
| 직업         | 학생                  | 43<br>(51.8%)  | 23<br>(27.7%)  | 10<br>(12.0%)  | 3<br>(3.6%)   | 4<br>(4.8%)   | 83<br>(100.0%)  | 62.864*** |
|            | 공무원                 | 13<br>(22.4%)  | 16<br>(27.6%)  | 13<br>(22.4%)  | 7<br>(12.1%)  | 9<br>(15.5%)  | 58<br>(100.0%)  |           |
|            | 회사원                 | 36<br>(27.5%)  | 31<br>(23.7%)  | 29<br>(22.1%)  | 17<br>(13.0%) | 18<br>(13.7%) | 131<br>(100.0%) |           |
|            | 미용업 종사자             | 34<br>(31.5%)  | 24<br>(22.2%)  | 26<br>(24.1%)  | 14<br>(13.0%) | 10<br>(9.3%)  | 108<br>(100.0%) |           |
|            | 자영업                 | 17<br>(18.7%)  | 20<br>(22.0%)  | 23<br>(25.3%)  | 13<br>(14.3%) | 18<br>(19.8%) | 91<br>(100.0%)  |           |
|            | 전문직                 | 22<br>(24.7%)  | 20<br>(22.5%)  | 14<br>(15.7%)  | 17<br>(19.1%) | 16<br>(18.0%) | 89<br>(100.0%)  |           |
|            | 주부                  | 6<br>(27.3%)   | 10<br>(45.5%)  | 2<br>(9.1%)    | 2<br>(9.1%)   | 2<br>(9.1%)   | 22<br>(100.0%)  |           |
|            | 기타                  | 21<br>(52.5%)  | 9<br>(22.5%)   | 6<br>(15.0%)   | 1<br>(2.5%)   | 3<br>(7.5%)   | 40<br>(100.0%)  |           |
| 월 평균<br>수입 | 3,000위안             | 43<br>(39.8%)  | 30<br>(27.8%)  | 12<br>(11.1%)  | 12<br>(11.1%) | 11<br>(10.2%) | 108<br>(100.0%) | 55.210**  |
|            | 3,000-5,000위안       | 23<br>(33.8%)  | 16<br>(23.5%)  | 13<br>(19.1%)  | 8<br>(11.8%)  | 8<br>(11.8%)  | 68<br>(100.0%)  |           |
|            | 5,000-8,000위안       | 37<br>(40.7%)  | 22<br>(24.2%)  | 13<br>(14.3%)  | 8<br>(8.8%)   | 11<br>(12.1%) | 91<br>(100.0%)  |           |
|            | 8,000-12,000<br>위안  | 28<br>(26.2%)  | 28<br>(26.2%)  | 35<br>(32.7%)  | 7<br>(6.5%)   | 9<br>(8.4%)   | 107<br>(100.0%) |           |
|            | 12,000-20,000<br>위안 | 25<br>(34.7%)  | 21<br>(29.2%)  | 12<br>(16.7%)  | 6<br>(8.3%)   | 8<br>(11.1%)  | 72<br>(100.0%)  |           |
|            | 20,000-30,000<br>위안 | 15<br>(23.1%)  | 13<br>(20.0%)  | 12<br>(18.5%)  | 11<br>(16.9%) | 14<br>(21.5%) | 65<br>(100.0%)  |           |
|            | 30,000-40,000<br>위안 | 5<br>(11.1%)   | 12<br>(26.7%)  | 12<br>(26.7%)  | 10<br>(22.2%) | 6<br>(13.3%)  | 45<br>(100.0%)  |           |
|            | 40,000-50,000<br>위안 | 7<br>(23.3%)   | 5<br>(16.7%)   | 7<br>(23.3%)   | 5<br>(16.7%)  | 6<br>(20.0%)  | 30<br>(100.0%)  |           |
|            | 50,000위안 이상         | 9<br>(25.0%)   | 6<br>(16.7%)   | 7<br>(19.4%)   | 7<br>(19.4%)  | 7<br>(19.4%)  | 36<br>(100.0%)  |           |
| 전체         |                     | 192<br>(30.9%) | 153<br>(24.6%) | 123<br>(19.8%) | 74<br>(11.9%) | 80<br>(12.9%) | 622<br>(100.0%) |           |

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

### 1-7. 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과 차이

일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 13>과 같다. 모든 일반적 특성에 따라 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 성별에서 여자는 보습이라고 응답한 비율이 29.6%로 남자 21.1%에 비해 높아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=10.407$ ,  $p<.05$ ), 연령이 50대 이상인 경우 보습이라고 응답한 비율이 33.3%로 가장 높았고, 30대는 20.4%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=31.661$ ,  $p<.01$ ).

최종 학력이 대졸인 경우 보습이라고 응답한 비율이 34.4%로 가장 높았고, 전문대졸은 12.4%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=52.138$ ,  $p<.001$ ), 결혼 여부가 독신인 경우 보습이라고 응답한 비율이 33.3%로 가장 높았고, 기혼은 22.3%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=34.481$ ,  $p<.001$ ).

직업이 주부인 경우 보습이라고 응답한 비율이 45.5%로 가장 높았고, 전문직은 16.9%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=70.136$ ,  $p<.001$ ), 월평균 수입이 3,000-5,000위안인 경우 보습이라고 응답한 비율이 36.8%로 가장 높았고, 20,000-30,000위안은 13.8%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=51.460$ ,  $p<.05$ ).

<표 13> 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과 차이

| 구분    |        | 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과 |                |               |               |               | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|-------|--------|----------------------|----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-------------|
|       |        | 수분                   | 보습             | 탄력/주름         | 영양            | 기미/잡티         |                 |             |
| 성별    | 남자     | 56<br>(21.5%)        | 55<br>(21.1%)  | 55<br>(21.1%) | 44<br>(16.9%) | 51<br>(19.5%) | 261<br>(100.0%) | 10.407*     |
|       | 여자     | 75<br>(20.8%)        | 107<br>(29.6%) | 56<br>(15.5%) | 72<br>(19.9%) | 51<br>(14.1%) | 361<br>(100.0%) |             |
| 연령    | 20대 이하 | 73<br>(24.3%)        | 88<br>(29.2%)  | 59<br>(19.6%) | 49<br>(16.3%) | 32<br>(10.6%) | 301<br>(100.0%) | 31.661**    |
|       | 30대    | 33<br>(21.0%)        | 32<br>(20.4%)  | 19<br>(12.1%) | 38<br>(24.2%) | 35<br>(22.3%) | 157<br>(100.0%) |             |
|       | 40대    | 21<br>(15.0%)        | 34<br>(24.3%)  | 26<br>(18.6%) | 28<br>(20.0%) | 31<br>(22.1%) | 140<br>(100.0%) |             |
|       | 50대 이상 | 4<br>(16.7%)         | 8<br>(33.3%)   | 7<br>(29.2%)  | 1<br>(4.2%)   | 4<br>(16.7%)  | 24<br>(100.0%)  |             |
|       |        |                      |                |               |               |               |                 |             |
| 최종 학력 | 고졸 이하  | 20<br>(14.0%)        | 38<br>(26.6%)  | 25<br>(17.5%) | 23<br>(16.1%) | 37<br>(25.9%) | 143<br>(100.0%) | 52.138***   |
|       | 대학 재학  | 17<br>(26.2%)        | 20<br>(30.8%)  | 7<br>(10.8%)  | 14<br>(21.5%) | 7<br>(10.8%)  | 65<br>(100.0%)  |             |

|         |                  |                |                |                |                |                |                 |           |
|---------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------|
|         | 전문대졸             | 32<br>(19.9%)  | 20<br>(12.4%)  | 35<br>(21.7%)  | 42<br>(26.1%)  | 32<br>(19.9%)  | 161<br>(100.0%) |           |
|         | 대졸               | 29<br>(23.8%)  | 42<br>(34.4%)  | 18<br>(14.8%)  | 17<br>(13.9%)  | 16<br>(13.1%)  | 122<br>(100.0%) |           |
|         | 대학원 이상           | 33<br>(25.2%)  | 42<br>(32.1%)  | 26<br>(19.8%)  | 20<br>(15.3%)  | 10<br>(7.6%)   | 131<br>(100.0%) |           |
| 결혼 여부   | 기혼               | 77<br>(18.9%)  | 91<br>(22.3%)  | 66<br>(16.2%)  | 87<br>(21.3%)  | 87<br>(21.3%)  | 408<br>(100.0%) | 34.481*** |
|         | 미혼               | 24<br>(22.6%)  | 35<br>(33.0%)  | 22<br>(20.8%)  | 15<br>(14.2%)  | 10<br>(9.4%)   | 106<br>(100.0%) |           |
|         | 독신               | 30<br>(27.8%)  | 36<br>(33.3%)  | 23<br>(21.3%)  | 14<br>(13.0%)  | 5<br>(4.6%)    | 108<br>(100.0%) |           |
| 직업      | 학생               | 23<br>(27.7%)  | 30<br>(36.1%)  | 16<br>(19.3%)  | 9<br>(10.8%)   | 5<br>(6.0%)    | 83<br>(100.0%)  | 70.136*** |
|         | 공무원              | 18<br>(31.0%)  | 10<br>(17.2%)  | 9<br>(15.5%)   | 11<br>(19.0%)  | 10<br>(17.2%)  | 58<br>(100.0%)  |           |
|         | 회사원              | 19<br>(14.5%)  | 32<br>(24.4%)  | 15<br>(11.5%)  | 41<br>(31.3%)  | 24<br>(18.3%)  | 131<br>(100.0%) |           |
|         | 미용업 종사자          | 15<br>(13.9%)  | 22<br>(20.4%)  | 21<br>(19.4%)  | 22<br>(20.4%)  | 28<br>(25.9%)  | 108<br>(100.0%) |           |
|         | 자영업              | 20<br>(22.0%)  | 28<br>(30.8%)  | 16<br>(17.6%)  | 13<br>(14.3%)  | 14<br>(15.4%)  | 91<br>(100.0%)  |           |
|         | 전문직              | 22<br>(24.7%)  | 15<br>(16.9%)  | 23<br>(25.8%)  | 13<br>(14.6%)  | 16<br>(18.0%)  | 89<br>(100.0%)  |           |
|         | 주부               | 5<br>(22.7%)   | 10<br>(45.5%)  | 1<br>(4.5%)    | 2<br>(9.1%)    | 4<br>(18.2%)   | 22<br>(100.0%)  |           |
|         | 기타               | 9<br>(22.5%)   | 15<br>(37.5%)  | 10<br>(25.0%)  | 5<br>(12.5%)   | 1<br>(2.5%)    | 40<br>(100.0%)  |           |
| 월 평균 수입 | 3,000위안          | 26<br>(24.1%)  | 35<br>(32.4%)  | 19<br>(17.6%)  | 11<br>(10.2%)  | 17<br>(15.7%)  | 108<br>(100.0%) | 51.460*   |
|         | 3,000-5,000위안    | 16<br>(23.5%)  | 25<br>(36.8%)  | 17<br>(25.0%)  | 8<br>(11.8%)   | 2<br>(2.9%)    | 68<br>(100.0%)  |           |
|         | 5,000-8,000위안    | 15<br>(16.5%)  | 24<br>(26.4%)  | 17<br>(18.7%)  | 21<br>(23.1%)  | 14<br>(15.4%)  | 91<br>(100.0%)  |           |
|         | 8,000-12,000 위안  | 18<br>(16.8%)  | 25<br>(23.4%)  | 21<br>(19.6%)  | 22<br>(20.6%)  | 21<br>(19.6%)  | 107<br>(100.0%) |           |
|         | 12,000-20,000 위안 | 13<br>(18.1%)  | 18<br>(25.0%)  | 13<br>(18.1%)  | 15<br>(20.8%)  | 13<br>(18.1%)  | 72<br>(100.0%)  |           |
|         | 20,000-30,000 위안 | 14<br>(21.5%)  | 9<br>(13.8%)   | 9<br>(13.8%)   | 20<br>(30.8%)  | 13<br>(20.0%)  | 65<br>(100.0%)  |           |
|         | 30,000-40,000 위안 | 6<br>(13.3%)   | 11<br>(24.4%)  | 7<br>(15.6%)   | 10<br>(22.2%)  | 11<br>(24.4%)  | 45<br>(100.0%)  |           |
|         | 40,000-50,000 위안 | 12<br>(40.0%)  | 8<br>(26.7%)   | 1<br>(3.3%)    | 5<br>(16.7%)   | 4<br>(13.3%)   | 30<br>(100.0%)  |           |
|         | 50,000위안 이상      | 11<br>(30.6%)  | 7<br>(19.4%)   | 7<br>(19.4%)   | 4<br>(11.1%)   | 7<br>(19.4%)   | 36<br>(100.0%)  |           |
| 전체      |                  | 131<br>(21.1%) | 162<br>(26.0%) | 111<br>(17.8%) | 116<br>(18.6%) | 102<br>(16.4%) | 622<br>(100.0%) |           |

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

## 1-8. 일반적 특성에 따른 정보 경로 차이

일반적 특성에 따른 정보 경로 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 14>와 같다. 성별과 월 평균 수입에 따라 정보 경로에는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 연령이 50대 이상인 경우 지인이라고 응답한 비율이 54.2%로 가장 높았고, 30대는 15.3%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=34.343$ ,  $p<.01$ ), 최종 학력이 고졸 이하인

경우 지인이라고 응답한 비율이 27.3%로 가장 높았고, 대졸은 18.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=32.750$ ,  $p<.05$ ).

결혼 여부가 미혼인 경우 지인이라고 응답한 비율이 27.4%로 가장 높았고, 독신은 21.3%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=28.912$ ,  $p<.001$ ), 직업이 주부인 경우 지인이라고 응답한 비율이 50.0%로 가장 높았고, 미용업 종사자는 16.7%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=72.166$ ,  $p<.001$ ).

<표 14> 일반적 특성에 따른 정보 경로 차이

| 구분    |        | 정보 경로                |               |               |               |                          |               | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|-------|--------|----------------------|---------------|---------------|---------------|--------------------------|---------------|-----------------|-------------|
|       |        | SNS<br>광고 및<br>인플루언서 | 지인            | 인터넷<br>검색     | 판매처<br>직원     | 화장품<br>브랜드<br>공식<br>홈페이지 | 매체 및<br>기사    |                 |             |
| 성별    | 남자     | 49<br>(18.8%)        | 57<br>(21.8%) | 48<br>(18.4%) | 44<br>(16.9%) | 24<br>(9.2%)             | 39<br>(14.9%) | 261<br>(100.0%) | 4.291       |
|       | 여자     | 77<br>(21.3%)        | 82<br>(22.7%) | 52<br>(14.4%) | 49<br>(13.6%) | 43<br>(11.9%)            | 58<br>(16.1%) | 361<br>(100.0%) |             |
| 연령    | 20대 이하 | 74<br>(24.6%)        | 6<br>(21.6%)  | 54<br>(17.9%) | 38<br>(12.6%) | 30<br>(10.0%)            | 40<br>(13.3%) | 301<br>(100.0%) | 34.343**    |
|       | 30대    | 32<br>(20.4%)        | 24<br>(15.3%) | 26<br>(16.6%) | 27<br>(17.2%) | 18<br>(11.5%)            | 30<br>(19.1%) | 157<br>(100.0%) |             |
|       | 40대    | 17<br>(12.1%)        | 37<br>(26.4%) | 19<br>(13.6%) | 26<br>(18.6%) | 16<br>(11.4%)            | 25<br>(17.9%) | 140<br>(100.0%) |             |
|       | 50대 이상 | 3<br>(12.5%)         | 13<br>(54.2%) | 1<br>(4.2%)   | 2<br>(8.3%)   | 3<br>(12.5%)             | 2<br>(8.3%)   | 24<br>(100.0%)  |             |
| 최종 학력 | 고졸 이하  | 22<br>(15.4%)        | 39<br>(27.3%) | 14<br>(9.8%)  | 21<br>(14.7%) | 14<br>(9.8%)             | 33<br>(23.1%) | 143<br>(100.0%) | 32.750*     |
|       | 대학 재학  | 16<br>(24.6%)        | 15<br>(23.1%) | 15<br>(23.1%) | 10<br>(15.4%) | 3<br>(4.6%)              | 6<br>(9.2%)   | 65<br>(100.0%)  |             |
|       | 전문대졸   | 28<br>(17.4%)        | 39<br>(24.2%) | 27<br>(16.8%) | 24<br>(14.9%) | 14<br>(8.7%)             | 29<br>(18.0%) | 161<br>(100.0%) |             |
|       | 대졸     | 27<br>(22.1%)        | 22<br>(18.0%) | 25<br>(20.5%) | 18<br>(14.8%) | 15<br>(12.3%)            | 15<br>(12.3%) | 122<br>(100.0%) |             |
|       | 대학원 이상 | 33<br>(25.2%)        | 24<br>(18.3%) | 19<br>(14.5%) | 20<br>(15.3%) | 21<br>(16.0%)            | 14<br>(10.7%) | 131<br>(100.0%) |             |
| 결혼 여부 | 기혼     | 66<br>(16.2%)        | 87<br>(21.3%) | 64<br>(15.7%) | 73<br>(17.9%) | 42<br>(10.3%)            | 76<br>(18.6%) | 408<br>(100.0%) | 28.912***   |
|       | 미혼     | 30<br>(28.3%)        | 29<br>(27.4%) | 16<br>(15.1%) | 6<br>(5.7%)   | 15<br>(14.2%)            | 10<br>(9.4%)  | 106<br>(100.0%) |             |
|       | 독신     | 30<br>(27.8%)        | 23<br>(21.3%) | 20<br>(18.5%) | 14<br>(13.0%) | 10<br>(9.3%)             | 11<br>(10.2%) | 108<br>(100.0%) |             |

|         |                  |                |                |                |               |               |               |                 |           |
|---------|------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-----------|
| 직업      | 학생               | 28<br>(33.7%)  | 23<br>(27.7%)  | 16<br>(19.3%)  | 3<br>(3.6%)   | 7<br>(8.4%)   | 6<br>(7.2%)   | 83<br>(100.0%)  | 72.166*** |
|         | 공무원              | 11<br>(19.0%)  | 13<br>(22.4%)  | 8<br>(13.8%)   | 8<br>(13.8%)  | 10<br>(17.2%) | 8<br>(13.8%)  | 58<br>(100.0%)  |           |
|         | 회사원              | 23<br>(17.6%)  | 23<br>(17.6%)  | 27<br>(20.6%)  | 29<br>(22.1%) | 14<br>(10.7%) | 15<br>(11.5%) | 131<br>(100.0%) |           |
|         | 미용업 종사자          | 24<br>(22.2%)  | 18<br>(16.7%)  | 21<br>(19.4%)  | 11<br>(10.2%) | 14<br>(13.0%) | 20<br>(18.5%) | 108<br>(100.0%) |           |
|         | 자영업              | 15<br>(16.5%)  | 22<br>(24.2%)  | 9<br>(9.9%)    | 21<br>(23.1%) | 7<br>(7.7%)   | 17<br>(18.7%) | 91<br>(100.0%)  |           |
|         | 전문직              | 19<br>(21.3%)  | 19<br>(21.3%)  | 8<br>(9.0%)    | 17<br>(19.1%) | 6<br>(6.7%)   | 20<br>(22.5%) | 89<br>(100.0%)  |           |
|         | 주부               | 2<br>(9.1%)    | 11<br>(50.0%)  | 2<br>(9.1%)    | 2<br>(9.1%)   | 2<br>(9.1%)   | 3<br>(13.6%)  | 22<br>(100.0%)  |           |
|         | 기타               | 4<br>(10.0%)   | 10<br>(25.0%)  | 9<br>(22.5%)   | 2<br>(5.0%)   | 7<br>(17.5%)  | 8<br>(20.0%)  | 40<br>(100.0%)  |           |
| 월 평균 수입 | 3,000위안          | 19<br>(17.6%)  | 27<br>(25.0%)  | 23<br>(21.3%)  | 14<br>(13.0%) | 13<br>(12.0%) | 12<br>(11.1%) | 108<br>(100.0%) | 49.538    |
|         | 3,000-5,000위안    | 18<br>(26.5%)  | 17<br>(25.0%)  | 8<br>(11.8%)   | 4<br>(5.9%)   | 10<br>(14.7%) | 11<br>(16.2%) | 68<br>(100.0%)  |           |
|         | 5,000-8,000위안    | 14<br>(15.4%)  | 24<br>(26.4%)  | 16<br>(17.6%)  | 12<br>(13.2%) | 9<br>(9.9%)   | 16<br>(17.6%) | 91<br>(100.0%)  |           |
|         | 8,000-12,000 위안  | 19<br>(17.8%)  | 28<br>(26.2%)  | 20<br>(18.7%)  | 19<br>(17.8%) | 6<br>(5.6%)   | 15<br>(14.0%) | 107<br>(100.0%) |           |
|         | 12,000-20,000 위안 | 20<br>(27.8%)  | 11<br>(15.3%)  | 12<br>(16.7%)  | 14<br>(19.4%) | 7<br>(9.7%)   | 8<br>(11.1%)  | 72<br>(100.0%)  |           |
|         | 20,000-30,000 위안 | 13<br>(20.0%)  | 16<br>(24.6%)  | 11<br>(16.9%)  | 8<br>(12.3%)  | 5<br>(7.7%)   | 12<br>(18.5%) | 65<br>(100.0%)  |           |
|         | 30,000-40,000 위안 | 10<br>(22.2%)  | 6<br>(13.3%)   | 4<br>(8.9%)    | 6<br>(13.3%)  | 10<br>(22.2%) | 9<br>(20.0%)  | 45<br>(100.0%)  |           |
|         | 40,000-50,000 위안 | 4<br>(13.3%)   | 6<br>(20.0%)   | 5<br>(16.7%)   | 5<br>(16.7%)  | 3<br>(10.0%)  | 7<br>(23.3%)  | 30<br>(100.0%)  |           |
|         | 50,000위안 이상      | 9<br>(25.0%)   | 4<br>(11.1%)   | 1<br>(2.8%)    | 11<br>(30.6%) | 4<br>(11.1%)  | 7<br>(19.4%)  | 36<br>(100.0%)  |           |
| 전체      |                  | 126<br>(20.3%) | 139<br>(22.3%) | 100<br>(16.1%) | 93<br>(15.0%) | 67<br>(10.8%) | 97<br>(15.6%) | 622<br>(100.0%) |           |

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

## 1-9. 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 가장 큰 장점 차이

일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 가장 큰 장점 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 15>와 같다. 성별과 최종 학력, 직업에 따라 가장 큰 장점에 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 연령이 20대 이하인 경우 피부에 유익한 성분이라고 응답한 비율이

32.6%로 가장 높았고, 50대 이상은 20.8%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=30.651$ ,  $p<.01$ ), 결혼 여부가 미혼인 경우 피부에 유익한 성분이라고 응답한 비율이 39.6%로 가장 높았고, 기혼은 21.8%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=24.237$ ,  $p<.01$ ), 월 평균 수입이 3,000-5,000위안인 경우 피부에 유익한 성분이라고 응답한 비율이 38.2%로 가장 높았고, 40,000-50,000위안은 13.3%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=54.300$ ,  $p<.01$ ).

<표 15> 일반적 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 가장 큰 장점 차이

| 구분    |        | 비건 안티에이징 화장품 가장 큰 장점 |               |                  |                             |                       | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|-------|--------|----------------------|---------------|------------------|-----------------------------|-----------------------|-----------------|-------------|
|       |        | 피부에 유익한 성분           | 동물 실험 반대      | 건강과 환경을 생각하는 가치관 | 풍부한 보습, 탄력감 제공, 피부에 무해 및 안전 | 윤리적 소비를 하고 있다는 인식이 든다 |                 |             |
| 성별    | 남자     | 66<br>(25.3%)        | 47<br>(18.0%) | 45<br>(17.2%)    | 57<br>(21.8%)               | 46<br>(17.6%)         | 261<br>(100.0%) | 5.920       |
|       | 여자     | 101<br>(28.0%)       | 53<br>(14.7%) | 59<br>(16.3%)    | 101<br>(28.0%)              | 47<br>(13.0%)         | 361<br>(100.0%) |             |
| 연령    | 20대 이하 | 98<br>(32.6%)        | 47<br>(15.6%) | 57<br>(18.9%)    | 58<br>(19.3%)               | 41<br>(13.6%)         | 301<br>(100.0%) | 30.651**    |
|       | 30대    | 34<br>(21.7%)        | 33<br>(21.0%) | 25<br>(15.9%)    | 47<br>(29.9%)               | 18<br>(11.5%)         | 157<br>(100.0%) |             |
|       | 40대    | 30<br>(21.4%)        | 19<br>(13.6%) | 19<br>(13.6%)    | 42<br>(30.0%)               | 30<br>(21.4%)         | 140<br>(100.0%) |             |
|       | 50대 이상 | 5<br>(20.8%)         | 1<br>(4.2%)   | 3<br>(12.5%)     | 11<br>(45.8%)               | 4<br>(16.7%)          | 24<br>(100.0%)  |             |
| 최종 학력 | 고졸 이하  | 45<br>(31.5%)        | 25<br>(17.5%) | 15<br>(10.5%)    | 40<br>(28.0%)               | 18<br>(12.6%)         | 143<br>(100.0%) | 20.390      |
|       | 대학 재학  | 16<br>(24.6%)        | 5<br>(7.7%)   | 14<br>(21.5%)    | 19<br>(29.2%)               | 11<br>(16.9%)         | 65<br>(100.0%)  |             |
|       | 전문대졸   | 34<br>(21.1%)        | 23<br>(14.3%) | 27<br>(16.8%)    | 48<br>(29.8%)               | 29<br>(18.0%)         | 161<br>(100.0%) |             |
|       | 대졸     | 38<br>(31.1%)        | 22<br>(18.0%) | 22<br>(18.0%)    | 23<br>(18.9%)               | 17<br>(13.9%)         | 122<br>(100.0%) |             |
|       | 대학원 이상 | 34<br>(26.0%)        | 25<br>(19.1%) | 26<br>(19.8%)    | 28<br>(21.4%)               | 18<br>(13.7%)         | 131<br>(100.0%) |             |
| 결혼 여부 | 기혼     | 89<br>(21.8%)        | 65<br>(15.9%) | 66<br>(16.2%)    | 123<br>(30.1%)              | 65<br>(15.9%)         | 408<br>(100.0%) | 24.237**    |
|       | 미혼     | 42<br>(39.6%)        | 16<br>(15.1%) | 18<br>(17.0%)    | 18<br>(17.0%)               | 12<br>(11.3%)         | 106<br>(100.0%) |             |

|         |                  |                |                |                |                |               |                 |          |
|---------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|-----------------|----------|
|         | 독신               | 36(33.3%)      | 19(17.6%)      | 20(18.5%)      | 17(15.7%)      | 16(14.8%)     | 108<br>(100.0%) |          |
| 직업      | 학생               | 30(36.1%)      | 10(12.0%)      | 16(19.3%)      | 17(20.5%)      | 10(12.0%)     | 83(100.0%)      | 35.252   |
|         | 공무원              | 13(22.4%)      | 12(20.7%)      | 12(20.7%)      | 12(20.7%)      | 9(15.5%)      | 58(100.0%)      |          |
|         | 회사원              | 31(23.7%)      | 29(22.1%)      | 22(16.8%)      | 34(26.0%)      | 15(11.5%)     | 131<br>(100.0%) |          |
|         | 미용업 종사자          | 25(23.1%)      | 16(14.8%)      | 12(11.1%)      | 35(32.4%)      | 20(18.5%)     | 108<br>(100.0%) |          |
|         | 자영업              | 20(22.0%)      | 11(12.1%)      | 20(22.0%)      | 25(27.5%)      | 15(16.5%)     | 91(100.0%)      |          |
|         | 전문직              | 23(25.8%)      | 14(15.7%)      | 18(20.2%)      | 20(22.5%)      | 14(15.7%)     | 89(100.0%)      |          |
|         | 주부               | 6(27.3%)       | 5(22.7%)       | 1(4.5%)        | 6(27.3%)       | 4(18.2%)      | 22(100.0%)      |          |
|         | 기타               | 19(47.5%)      | 3(7.5%)        | 3(7.5%)        | 9(22.5%)       | 6(15.0%)      | 40(100.0%)      |          |
| 월 평균 수입 | 3,000위안          | 36(33.3%)      | 17(15.7%)      | 12(11.1%)      | 29(26.9%)      | 14(13.0%)     | 108<br>(100.0%) | 54.300** |
|         | 3,000-5,000위안    | 26(38.2%)      | 5(7.4%)        | 13(19.1%)      | 15(22.1%)      | 9(13.2%)      | 68(100.0%)      |          |
|         | 5,000-8,000위안    | 25(27.5%)      | 20(22.0%)      | 14(15.4%)      | 23(25.3%)      | 9(9.9%)       | 91(100.0%)      |          |
|         | 8,000-12,000 위안  | 23(21.5%)      | 18(16.8%)      | 16(15.0%)      | 36(33.6%)      | 14(13.1%)     | 107<br>(100.0%) |          |
|         | 12,000-20,000 위안 | 19(26.4%)      | 15(20.8%)      | 14(19.4%)      | 14(19.4%)      | 10(13.9%)     | 72(100.0%)      |          |
|         | 20,000-30,000 위안 | 16(24.6%)      | 9(13.8%)       | 13(20.0%)      | 16(24.6%)      | 11(16.9%)     | 65(100.0%)      |          |
|         | 30,000-40,000 위안 | 10(22.2%)      | 7(15.6%)       | 3(6.7%)        | 8(17.8%)       | 17(37.8%)     | 45(100.0%)      |          |
|         | 40,000-50,000 위안 | 4(13.3%)       | 3(10.0%)       | 11(36.7%)      | 9(30.0%)       | 3(10.0%)      | 30(100.0%)      |          |
|         | 50,000위안 이상      | 8(22.2%)       | 6(16.7%)       | 8(22.2%)       | 8(22.2%)       | 6(16.7%)      | 36(100.0%)      |          |
| 전체      |                  | 167<br>(26.8%) | 100<br>(16.1%) | 104<br>(16.7%) | 158<br>(25.4%) | 93<br>(15.0%) | 622<br>(100.0%) |          |

\*\* $p < .01$

#### 1-10. 일반적 특성에 따른 눈 비건 안티에이징 화장품의 아쉬운 점 차이

일반적 특성에 따른 눈 비건 안티에이징 화장품의 아쉬운 점 차이를 살펴 보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 16>과 같다. 직업을 제외한 모든 일반적 특성에 따라 눈 비건 안티에이징 화장품의 아쉬운 점에는 유의



한 차이가 없는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 직업이 학생인 경우 낮은 흡수율 및 피부 트러블 유발이라고 응답한 비율이 37.3%로 가장 높았고, 자영업은 14.3%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=65.351$ ,  $p<.001$ ).

<표 16> 일반적 특성에 따른 논 비건 안티에이징 화장품의 아쉬운 점 차이

| 구분    |        | 논 비건 안티에이징 화장품의 아쉬운 점 |           |                     |                    |                 | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|-------|--------|-----------------------|-----------|---------------------|--------------------|-----------------|-----------------|-------------|
|       |        | 성분에 대한 안전성이 부족하다      | 동물학대의 요소  | 건강과 환경을 생각하지 않는 가치관 | 낮은 흡수율 및 피부 트러블 유발 | 잘못된 인식에서 비롯된 추천 |                 |             |
| 성별    | 남자     | 54(20.7%)             | 33(12.6%) | 56(21.5%)           | 63(24.1%)          | 55(21.1%)       | 261<br>(100.0%) | 2.041       |
|       | 여자     | 77(21.3%)             | 37(10.2%) | 68(18.8%)           | 92(25.5%)          | 87(24.1%)       | 361<br>(100.0%) |             |
| 연령    | 20대 이하 | 59(19.6%)             | 33(11.0%) | 56(18.6%)           | 84(27.9%)          | 69(22.9%)       | 301<br>(100.0%) | 9.847       |
|       | 30대    | 40(25.5%)             | 17(10.8%) | 34(21.7%)           | 31(19.7%)          | 35(22.3%)       | 157<br>(100.0%) |             |
|       | 40대    | 25(17.9%)             | 16(11.4%) | 31(22.1%)           | 33(23.6%)          | 35(25.0%)       | 140<br>(100.0%) |             |
|       | 50대 이상 | 7(29.2%)              | 4(16.7%)  | 3(12.5%)            | 7(29.2%)           | 3(12.5%)        | 24<br>(100.0%)  |             |
| 최종 학력 | 고졸 이하  | 40(28.0%)             | 18(12.6%) | 26(18.2%)           | 27(18.9%)          | 32(22.4%)       | 143<br>(100.0%) | 15.674      |
|       | 대학 재학  | 8(12.3%)              | 7(10.8%)  | 15(23.1%)           | 18(27.7%)          | 17(26.2%)       | 65<br>(100.0%)  |             |
|       | 전문대졸   | 27(16.8%)             | 18(11.2%) | 41(25.5%)           | 39(24.2%)          | 36(22.4%)       | 161<br>(100.0%) |             |
|       | 대졸     | 28(23.0%)             | 13(10.7%) | 20(16.4%)           | 34(27.9%)          | 27(22.1%)       | 122<br>(100.0%) |             |
|       | 대학원 이상 | 28(21.4%)             | 14(10.7%) | 22(16.8%)           | 37(28.2%)          | 30(22.9%)       | 131<br>(100.0%) |             |
| 결혼 여부 | 기혼     | 89(21.8%)             | 50(12.3%) | 92(22.5%)           | 89(21.8%)          | 88(21.6%)       | 408<br>(100.0%) | 13.112      |
|       | 미혼     | 17(16.0%)             | 9(8.5%)   | 18(17.0%)           | 35(33.0%)          | 27(25.5%)       | 106<br>(100.0%) |             |
|       | 독신     | 25(23.1%)             | 11(10.2%) | 14(13.0%)           | 31(28.7%)          | 27(25.0%)       | 108<br>(100.0%) |             |
| 직업    | 학생     | 15(18.1%)             | 3(3.6%)   | 7(8.4%)             | 31(37.3%)          | 27(32.5%)       | 83<br>(100.0%)  | 65.351***   |
|       | 공무원    | 13(22.4%)             | 10(17.2%) | 11(19.0%)           | 9(15.5%)           | 15(25.9%)       | 58(100.0%)      |             |

|            |                     |                |               |                |                |                |                 |        |
|------------|---------------------|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|--------|
| 월 평균<br>수입 | 회사원                 | 22(16.8%)      | 19(14.5%)     | 31(23.7%)      | 38(29.0%)      | 21(16.0%)      | 131<br>(100.0%) | 39.886 |
|            | 미용업 종사자             | 19(17.6%)      | 5(4.6%)       | 26(24.1%)      | 30(27.8%)      | 28(25.9%)      | 108<br>(100.0%) |        |
|            | 자영업                 | 27(29.7%)      | 13(14.3%)     | 16(17.6%)      | 13(14.3%)      | 22(24.2%)      | 91<br>(100.0%)  |        |
|            | 전문직                 | 15(16.9%)      | 17(19.1%)     | 24(27.0%)      | 21(23.6%)      | 12(13.5%)      | 89<br>(100.0%)  |        |
|            | 주부                  | 6(27.3%)       | 1(4.5%)       | 4(18.2%)       | 6(27.3%)       | 5(22.7%)       | 22<br>(100.0%)  |        |
|            | 기타                  | 14(35.0%)      | 2(5.0%)       | 5(12.5%)       | 7(17.5%)       | 12(30.0%)      | 40<br>(100.0%)  |        |
|            | 3,000위안             | 23(21.3%)      | 10(9.3%)      | 21(19.4%)      | 23(21.3%)      | 31(28.7%)      | 108<br>(100.0%) |        |
|            | 3,000-5,000위안       | 16(23.5%)      | 9(13.2%)      | 9(13.2%)       | 15(22.1%)      | 19(27.9%)      | 68<br>(100.0%)  |        |
|            | 5,000-8,000위안       | 17(18.7%)      | 11(12.1%)     | 14(15.4%)      | 25(27.5%)      | 24(26.4%)      | 91<br>(100.0%)  |        |
|            | 8,000-12,000<br>위안  | 25(23.4%)      | 5(4.7%)       | 25(23.4%)      | 33(30.8%)      | 19(17.8%)      | 107<br>(100.0%) |        |
|            | 12,000-20,000<br>위안 | 14(19.4%)      | 10(13.9%)     | 18(25.0%)      | 18(25.0%)      | 12(16.7%)      | 72<br>(100.0%)  | 39.886 |
|            | 20,000-30,000<br>위안 | 17(26.2%)      | 4(6.2%)       | 16(24.6%)      | 14(21.5%)      | 14(21.5%)      | 65<br>(100.0%)  |        |
|            | 30,000-40,000<br>위안 | 11(24.4%)      | 11(24.4%)     | 7(15.6%)       | 9(20.0%)       | 7(15.6%)       | 45<br>(100.0%)  |        |
|            | 40,000-50,000<br>위안 | 2(6.7%)        | 5(16.7%)      | 6(20.0%)       | 6(20.0%)       | 11(36.7%)      | 30<br>(100.0%)  |        |
|            | 50,000위안 이상         | 6(16.7%)       | 5(13.9%)      | 8(22.2%)       | 12(33.3%)      | 5(13.9%)       | 36<br>(100.0%)  |        |
| 전체         |                     | 131<br>(21.1%) | 70<br>(11.3%) | 124<br>(19.9%) | 155<br>(24.9%) | 142<br>(22.8%) | 622<br>(100.0%) |        |

\*\*\* $p < .001$

### 1-11. 일반적 특성에 따른 비건 화장품 사용 의향 차이

일반적 특성에 따른 비건 화장품 사용 의향 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 17>과 같다. 성별과 연령, 결혼 여부에 따라 비건 화장품 사용 의향에는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 최종 학력이 대학원 이상인 경우 사용 의향이 있다고 응답한 비율이 77.1%로 가장 높았고, 대학 재학은 52.3%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였

으며( $\chi^2=14.683$ ,  $p<.01$ ), 직업이 학생인 경우 사용 의향이 있다고 응답한 비율이 83.1%로 가장 높았고, 공무원은 51.7%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=28.207$ ,  $p<.001$ ), 월 평균 수입이 8,000-12,000위안인 경우 사용 의향이 있다고 응답한 비율이 89.7%로 가장 높았고, 40,000-50,000위안은 43.3%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=38.325$ ,  $p<.001$ ).

<표 17> 일반적 특성에 따른 비건 화장품 사용 의향 차이

| 구분      | 비건 화장품 사용 의향     |            | 전체         | $\chi^2(p)$ |
|---------|------------------|------------|------------|-------------|
|         | 예                | 아니오        |            |             |
| 성별      | 남자               | 177(67.8%) | 84(32.2%)  | 3.646       |
|         | 여자               | 270(74.8%) | 91(25.2%)  |             |
| 연령      | 20대 이하           | 217(72.1%) | 84(27.9%)  | 1.192       |
|         | 30대              | 116(73.9%) | 41(26.1%)  |             |
|         | 40대              | 96(68.6%)  | 44(31.4%)  |             |
|         | 50대 이상           | 18(75.0%)  | 6(25.0%)   |             |
| 최종 학력   | 고졸 이하            | 103(72.0%) | 40(28.0%)  | 14.683**    |
|         | 대학 재학            | 34(52.3%)  | 31(47.7%)  |             |
|         | 전문대졸             | 118(73.3%) | 43(26.7%)  |             |
|         | 대졸               | 91(74.6%)  | 31(25.4%)  |             |
|         | 대학원 이상           | 101(77.1%) | 30(22.9%)  |             |
| 결혼 여부   | 기혼               | 287(70.3%) | 121(29.7%) | 3.442       |
|         | 미혼               | 84(79.2%)  | 22(20.8%)  |             |
|         | 독신               | 76(70.4%)  | 32(29.6%)  |             |
| 직업      | 학생               | 69(83.1%)  | 14(16.9%)  | 28.207***   |
|         | 공무원              | 30(51.7%)  | 28(48.3%)  |             |
|         | 회사원              | 104(79.4%) | 27(20.6%)  |             |
|         | 미용업 종사자          | 77(71.3%)  | 31(28.7%)  |             |
|         | 자영업              | 56(61.5%)  | 35(38.5%)  |             |
|         | 전문직              | 61(68.5%)  | 28(31.5%)  |             |
|         | 주부               | 18(81.8%)  | 4(18.2%)   |             |
|         | 기타               | 32(80.0%)  | 8(20.0%)   |             |
| 월 평균 수입 | 3,000위안          | 72(66.7%)  | 36(33.3%)  | 38.325***   |
|         | 3,000-5,000위안    | 46(67.6%)  | 22(32.4%)  |             |
|         | 5,000-8,000위안    | 71(78.0%)  | 20(22.0%)  |             |
|         | 8,000-12,000위안   | 96(89.7%)  | 11(10.3%)  |             |
|         | 12,000-20,000 위안 | 51(70.8%)  | 21(29.2%)  |             |
|         | 20,000-30,000 위안 | 49(75.4%)  | 16(24.6%)  |             |
|         | 30,000-40,000 위안 | 27(60.0%)  | 18(40.0%)  |             |
|         | 40,000-50,000 위안 | 13(43.3%)  | 17(56.7%)  |             |
|         | 50,000위안 이상      | 22(61.1%)  | 14(38.9%)  |             |
|         | 전체               | 447(71.9%) | 175(28.1%) |             |

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

## 제 2 절 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 실태 차이

### 2-1. 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 이유 차이

피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 이유 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 18>과 같다. 나이에 비해 피부노화 정도와 피부노화로 인한 고민, 피부 문제 중 고민되는 사항에 따라서는 사용 이유에 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 피부노화 인식이 ‘그렇다’인 경우 피부보호를 위해서라고 응답한 비율이 18.1%로 가장 높았고, ‘보통이다’는 7.8%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=34.338$ ,  $p<.05$ ), 피부노화 진행 느낌이 ‘그렇다’인 경우 피부보호를 위해서라고 응답한 비율이 19.4%로 가장 높았고, ‘아니다’는 4.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=44.197$ ,  $p<.001$ ).

피부타입이 복합성인 경우 피부보호를 위해서라고 응답한 비율이 21.7%로 가장 높았고, 여드름은 5.5%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=93.363$ ,  $p<.001$ ), 피부노화 시작 시점이 20대 후반~30대 초반인 경우 피부보호를 위해서라고 응답한 비율이 23.9%로 가장 높았고, 50대는 6.5%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=103.537$ ,  $p<.001$ ).

피부노화 증상 중 고민되는 부분이 피부처짐인 경우 피부보호를 위해서라고 응답한 비율이 21.0%로 가장 높았고, 건조한 경우는 3.2%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=108.674$ ,  $p<.001$ ), 피부노화를 느꼈을 때 최초 증상이 잔주름 증가인 경우 피부보호를 위해서라고 응답한 비율이 22.1%로 가장 높았고, 피부 처짐은 9.8%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=83.004$ ,  $p<.01$ ).

피부노화 개선 또는 감추는 방법이 규칙적 생활습관과 운동인 경우 피부보호를 위해서라고 응답한 비율이 24.2%로 가장 높았고, 건강기능식품은 7.

8%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=59.528$ ,  $p<.01$ ), 안티에이징 화장품 사용을 하는 대상자는 피부보호를 위해서라고 응답한 비율이 17.4%로 사용하지 않는 7.7%에 비해 높아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=24.604$ ,  $p<.01$ ).

<표 18> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 이유 차이

| 구분                      |      | 비건 안티에이징 화장품 사용 이유    |                 |                 |                 |                 |                |               |               |                 |              | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|-------------------------|------|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|---------------|---------------|-----------------|--------------|-----------------|-------------|
|                         |      | 비건<br>제품이<br>우수해<br>서 | 동물보<br>호를<br>위해 | 환경보<br>호를<br>위해 | 피부보<br>호를<br>위해 | 생명존<br>중을<br>위해 | 주변<br>지인<br>추천 | 광고를<br>보고     | 판매원<br>의 권유   | 전문지<br>식을<br>갖고 | 기타           |                 |             |
| 피부노화<br>인식              | 아니다  | 15<br>(12.2%)         | 11<br>(8.9%)    | 9(7.3%)         | 12<br>(9.8%)    | 13<br>(10.6%)   | 13<br>(10.6%)  | 15<br>(12.2%) | 10<br>(8.1%)  | 14<br>(11.4%)   | 11<br>(8.9%) | 123<br>(100.0%) | 34.338*     |
|                         | 보통이다 | 13<br>(10.2%)         | 13<br>(10.2%)   | 12<br>(9.4%)    | 10<br>(7.8%)    | 14<br>(10.9%)   | 19<br>(14.8%)  | 11<br>(8.6%)  | 13<br>(10.2%) | 12<br>(9.4%)    | 11<br>(8.6%) | 128<br>(100.0%) |             |
|                         | 그렇다  | 45<br>(12.1%)         | 31<br>(8.4%)    | 41<br>(11.1%)   | 67<br>(18.1%)   | 53<br>(14.3%)   | 19<br>(5.1%)   | 27<br>(7.3%)  | 35<br>(9.4%)  | 39<br>(10.5%)   | 14<br>(3.8%) | 371<br>(100.0%) |             |
| 피부노화<br>진행<br>느낌        | 아니다  | 18<br>(14.3%)         | 15<br>(11.9%)   | 13<br>(10.3%)   | 5<br>(4.0%)     | 15<br>(11.9%)   | 9<br>(7.1%)    | 14<br>(11.1%) | 16<br>(12.7%) | 14<br>(11.1%)   | 7<br>(5.6%)  | 126<br>(100.0%) | 44.197***   |
|                         | 보통이다 | 10<br>(5.8%)          | 18<br>(10.5%)   | 17<br>(9.9%)    | 21<br>(12.2%)   | 21<br>(12.2%)   | 23<br>(13.4%)  | 12<br>(7.0%)  | 17<br>(9.9%)  | 17<br>(9.9%)    | 16<br>(9.3%) | 172<br>(100.0%) |             |
|                         | 그렇다  | 45<br>(13.9%)         | 22<br>(6.8%)    | 32<br>(9.9%)    | 63<br>(19.4%)   | 44<br>(13.6%)   | 19<br>(5.9%)   | 27<br>(8.3%)  | 25<br>(7.7%)  | 34<br>(10.5%)   | 13<br>(4.0%) | 324<br>(100.0%) |             |
| 나이에<br>비해<br>피부노화<br>정도 | 아니다  | 25<br>(10.4%)         | 25<br>(10.4%)   | 28<br>(11.7%)   | 22<br>(9.2%)    | 38<br>(15.8%)   | 17<br>(7.1%)   | 19<br>(7.9%)  | 25<br>(10.4%) | 29<br>(12.1%)   | 12<br>(5.0%) | 240<br>(100.0%) | 20.836      |
|                         | 보통이다 | 23<br>(12.0%)         | 20<br>(10.5%)   | 17<br>(8.9%)    | 32<br>(16.8%)   | 19<br>(9.9%)    | 17<br>(8.9%)   | 20<br>(10.5%) | 14<br>(7.3%)  | 17<br>(8.9%)    | 12<br>(6.3%) | 191<br>(100.0%) |             |
|                         | 그렇다  | 25<br>(13.1%)         | 10<br>(5.2%)    | 17<br>(8.9%)    | 35<br>(18.3%)   | 23<br>(12.0%)   | 17<br>(8.9%)   | 14<br>(7.3%)  | 19<br>(9.9%)  | 19<br>(9.9%)    | 12<br>(6.3%) | 191<br>(100.0%) |             |
| 피부노화<br>로 인한<br>고민      | 아니다  | 26<br>(15.1%)         | 11<br>(6.4%)    | 20<br>(11.6%)   | 22<br>(12.8%)   | 24<br>(14.0%)   | 16<br>(9.3%)   | 18<br>(10.5%) | 11<br>(6.4%)  | 14<br>(8.1%)    | 10<br>(5.8%) | 172<br>(100.0%) | 24.603      |
|                         | 보통이다 | 21<br>(11.5%)         | 24<br>(13.1%)   | 14<br>(7.7%)    | 32<br>(17.5%)   | 21<br>(11.5%)   | 16<br>(8.7%)   | 14<br>(7.7%)  | 13<br>(7.1%)  | 15<br>(8.2%)    | 13<br>(7.1%) | 183<br>(100.0%) |             |
|                         | 그렇다  | 26<br>(9.7%)          | 20<br>(7.5%)    | 28<br>(10.5%)   | 35<br>(13.1%)   | 35<br>(13.1%)   | 19<br>(7.1%)   | 21<br>(7.9%)  | 34<br>(12.7%) | 36<br>(13.5%)   | 13<br>(4.9%) | 267<br>(100.0%) |             |
| 피부타입                    | 건성   | 22<br>(17.3%)         | 9<br>(7.1%)     | 9<br>(7.1%)     | 27<br>(21.3%)   | 13<br>(10.2%)   | 5<br>(3.9%)    | 10<br>(7.9%)  | 13<br>(10.2%) | 14<br>(11.0%)   | 5<br>(3.9%)  | 127<br>(100.0%) | 93.363***   |
|                         | 중성   | 8<br>(7.5%)           | 10<br>(9.3%)    | 3<br>(2.8%)     | 9<br>(8.4%)     | 26<br>(24.3%)   | 11<br>(10.3%)  | 5<br>(4.7%)   | 13<br>(12.1%) | 16<br>(15.0%)   | 6<br>(5.6%)  | 107<br>(100.0%) |             |

|                  |                     |               |               |               |               |               |               |               |               |               |               |                 |
|------------------|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
|                  | 지성                  | 7<br>(6.5%)   | 7<br>(6.5%)   | 15<br>(14.0%) | 10<br>(9.3%)  | 14<br>(13.1%) | 12<br>(11.2%) | 13<br>(12.1%) | 10<br>(9.3%)  | 7<br>(6.5%)   | 12<br>(11.2%) | 107<br>(100.0%) |
|                  | 복합성                 | 20<br>(15.5%) | 12<br>(9.3%)  | 13<br>(10.1%) | 28<br>(21.7%) | 15<br>(11.6%) | 11<br>(8.5%)  | 8<br>(6.2%)   | 7<br>(5.4%)   | 11<br>(8.5%)  | 4<br>(3.1%)   | 129<br>(100.0%) |
|                  | 민감성                 | 6<br>(11.5%)  | 3<br>(5.8%)   | 11<br>(21.2%) | 5<br>(9.6%)   | 3<br>(5.8%)   | 4<br>(7.7%)   | 7<br>(13.5%)  | 5<br>(9.6%)   | 6<br>(11.5%)  | 2<br>(3.8%)   | 52<br>(100.0%)  |
|                  | 여드름                 | 5<br>(9.1%)   | 6<br>(10.9%)  | 6<br>(10.9%)  | 3<br>(5.5%)   | 7<br>(12.7%)  | 4<br>(7.3%)   | 5<br>(9.1%)   | 7<br>(12.7%)  | 8<br>(14.5%)  | 4<br>(7.3%)   | 55<br>(100.0%)  |
|                  | 모른다                 | 5<br>(11.1%)  | 8<br>(17.8%)  | 5<br>(11.1%)  | 7<br>(15.6%)  | 2<br>(4.4%)   | 4<br>(8.9%)   | 5<br>(11.1%)  | 3<br>(6.7%)   | 3<br>(6.7%)   | 3<br>(6.7%)   | 45<br>(100.0%)  |
| 피부노화<br>시작<br>시점 | 20대 초               | 6<br>(6.7%)   | 9<br>(10.0%)  | 8<br>(8.9%)   | 14<br>(15.6%) | 12<br>(13.3%) | 9<br>(10.0%)  | 6<br>(6.7%)   | 7<br>(7.8%)   | 7<br>(7.8%)   | 12<br>(13.3%) | 90<br>(100.0%)  |
|                  | 20대<br>후반-30대<br>초반 | 39<br>(19.8%) | 12<br>(6.1%)  | 19<br>(9.6%)  | 47<br>(23.9%) | 19<br>(9.6%)  | 15<br>(7.6%)  | 22<br>(11.2%) | 10<br>(5.1%)  | 7<br>(3.6%)   | 7<br>(3.6%)   | 197<br>(100.0%) |
|                  | 30대<br>후반-40대<br>초반 | 17<br>(8.0%)  | 24<br>(11.3%) | 23<br>(10.8%) | 14<br>(6.6%)  | 38<br>(17.8%) | 13<br>(6.1%)  | 11<br>(5.2%)  | 31<br>(14.6%) | 34<br>(16.0%) | 8<br>(3.8%)   | 213<br>(100.0%) |
|                  | 40대 후반              | 6<br>(6.6%)   | 8<br>(8.8%)   | 10<br>(11.0%) | 12<br>(13.2%) | 9<br>(9.9%)   | 10<br>(11.0%) | 10<br>(11.0%) | 8<br>(8.8%)   | 11<br>(12.1%) | 7<br>(7.7%)   | 91<br>(100.0%)  |
|                  | 50대                 | 5<br>(16.1%)  | 2<br>(6.5%)   | 2<br>(6.5%)   | 2<br>(6.5%)   | 2<br>(6.5%)   | 4<br>(12.9%)  | 4<br>(12.9%)  | 2<br>(6.5%)   | 6<br>(19.4%)  | 2<br>(6.5%)   | 31<br>(100.0%)  |
| 전체               |                     | 73<br>(11.7%) | 55<br>(8.8%)  | 62<br>(10.0%) | 89<br>(14.3%) | 80<br>(12.9%) | 51<br>(8.2%)  | 53<br>(8.5%)  | 58<br>(9.3%)  | 65<br>(10.5%) | 36<br>(5.8%)  | 622<br>(100.0%) |

103.537  
\*\*\*

\*\*\* $p < .001$

<표 18-1> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 이유  
차이(이어서)

| 구분                      | 비건 안티에이징 화장품 사용 이유    |                 |                 |                 |                 |                |               |               |                 |               | 전체           | $\chi^2(p)$     |
|-------------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|---------------|---------------|-----------------|---------------|--------------|-----------------|
|                         | 비건<br>제품이<br>우수해<br>서 | 동물보<br>호를<br>위해 | 환경보<br>호를<br>위해 | 피부보<br>호를<br>위해 | 생명존<br>중을<br>위해 | 주변<br>지인<br>추천 | 광고를<br>보고     | 판매원<br>의 권유   | 전문지<br>식을<br>갖고 | 기타            |              |                 |
| 피부문제<br>중<br>고민되는<br>사항 | 건조                    | 19<br>(17.3%)   | 10<br>(9.1%)    | 10<br>(9.1%)    | 11<br>(10.0%)   | 17<br>(15.5%)  | 11<br>(10.0%) | 7<br>(6.4%)   | 10<br>(9.1%)    | 11<br>(10.0%) | 4<br>(3.6%)  | 110<br>(100.0%) |
|                         | 주름                    | 11<br>(11.1%)   | 8<br>(8.1%)     | 9<br>(9.1%)     | 11<br>(11.1%)   | 15<br>(15.2%)  | 9<br>(9.1%)   | 7<br>(7.1%)   | 13<br>(13.1%)   | 11<br>(11.1%) | 5<br>(5.1%)  | 99<br>(100.0%)  |
|                         | 모공                    | 8<br>(9.1%)     | 11<br>(12.5%)   | 10<br>(11.4%)   | 12<br>(13.6%)   | 8<br>(9.1%)    | 10<br>(11.4%) | 7<br>(8.0%)   | 9<br>(10.2%)    | 6<br>(6.8%)   | 7<br>(8.0%)  | 88<br>(100.0%)  |
|                         | 피부처짐                  | 12<br>(10.8%)   | 8<br>(7.2%)     | 15<br>(13.5%)   | 18<br>(16.2%)   | 14<br>(12.6%)  | 6<br>(5.4%)   | 9<br>(8.1%)   | 14<br>(12.6%)   | 11<br>(9.9%)  | 4<br>(3.6%)  | 111<br>(100.0%) |
|                         | 트러블                   | 8<br>(12.7%)    | 6<br>(9.5%)     | 2<br>(3.2%)     | 11<br>(17.5%)   | 7<br>(11.1%)   | 5<br>(7.9%)   | 9<br>(14.3%)  | 3<br>(4.8%)     | 7<br>(11.1%)  | 5<br>(7.9%)  | 63<br>(100.0%)  |
|                         | 색소침착                  | 8<br>(7.0%)     | 11<br>(9.6%)    | 13<br>(11.4%)   | 21<br>(18.4%)   | 15<br>(13.2%)  | 8<br>(7.0%)   | 12<br>(10.5%) | 6<br>(5.3%)     | 16<br>(14.0%) | 4<br>(3.5%)  | 114<br>(100.0%) |
|                         | 기타                    | 7<br>(18.9%)    | 1<br>(2.7%)     | 3<br>(8.1%)     | 5<br>(13.5%)    | 4<br>(10.8%)   | 2<br>(5.4%)   | 2<br>(5.4%)   | 3<br>(8.1%)     | 3<br>(8.1%)   | 7<br>(18.9%) | 37<br>(100.0%)  |

54.179

|                               |                         |               |               |               |               |               |               |               |               |               |               |                 |                |
|-------------------------------|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|----------------|
| 피부노화<br>증상<br>고민되는<br>부분      | 건조함                     | 15<br>(16.0%) | 7<br>(7.4%)   | 13<br>(13.8%) | 3<br>(3.2%)   | 16<br>(17.0%) | 8<br>(8.5%)   | 7<br>(7.4%)   | 12<br>(12.8%) | 9<br>(9.6%)   | 4<br>(4.3%)   | 94<br>(100.0%)  | 108.674<br>*** |
|                               | 주름                      | 17<br>(16.5%) | 9<br>(8.7%)   | 7<br>(6.8%)   | 18<br>(17.5%) | 13<br>(12.6%) | 12<br>(11.7%) | 10<br>(9.7%)  | 10<br>(9.7%)  | 6<br>(5.8%)   | 1<br>(1.0%)   | 103<br>(100.0%) |                |
|                               | 피부처짐                    | 13<br>(12.4%) | 4<br>(3.8%)   | 13<br>(12.4%) | 22<br>(21.0%) | 13<br>(12.4%) | 6<br>(5.7%)   | 7<br>(6.7%)   | 9<br>(8.6%)   | 14<br>(13.3%) | 4<br>(3.8%)   | 105<br>(100.0%) |                |
|                               | 모공                      | 10<br>(11.6%) | 12<br>(14.0%) | 9<br>(10.5%)  | 11<br>(12.8%) | 10<br>(11.6%) | 8<br>(9.3%)   | 8<br>(9.3%)   | 9<br>(10.5%)  | 6<br>(7.0%)   | 3<br>(3.5%)   | 86<br>(100.0%)  |                |
|                               | 색소침착                    | 4<br>(4.0%)   | 13<br>(12.9%) | 12<br>(11.9%) | 17<br>(16.8%) | 11<br>(10.9%) | 4<br>(4.0%)   | 11<br>(10.9%) | 7<br>(6.9%)   | 17<br>(16.8%) | 5<br>(5.0%)   | 101<br>(100.0%) |                |
|                               | 트러블                     | 10<br>(16.9%) | 3<br>(5.1%)   | 1<br>(1.7%)   | 12<br>(20.3%) | 6<br>(10.2%)  | 7<br>(11.9%)  | 4<br>(6.8%)   | 2<br>(3.4%)   | 7<br>(11.9%)  | 7<br>(11.9%)  | 59<br>(100.0%)  |                |
|                               | 홍조                      | 2<br>(5.9%)   | 4<br>(11.8%)  | 2<br>(5.9%)   | 3<br>(8.8%)   | 4<br>(11.8%)  | 4<br>(11.8%)  | 3<br>(8.8%)   | 6<br>(17.6%)  | 4<br>(11.8%)  | 2<br>(5.9%)   | 34<br>(100.0%)  |                |
|                               | 기타                      | 2<br>(5.0%)   | 3<br>(7.5%)   | 5<br>(12.5%)  | 3<br>(7.5%)   | 7<br>(17.5%)  | 2<br>(5.0%)   | 3<br>(7.5%)   | 3<br>(7.5%)   | 2<br>(5.0%)   | 10<br>(25.0%) | 40<br>(100.0%)  |                |
| 피부노화<br>를<br>느꼈을<br>때<br>증상   | 잔주름 증가                  | 19<br>(16.8%) | 7<br>(6.2%)   | 12<br>(10.6%) | 25<br>(22.1%) | 10<br>(8.8%)  | 8<br>(7.1%)   | 10<br>(8.8%)  | 7<br>(6.2%)   | 7<br>(6.2%)   | 8<br>(7.1%)   | 113<br>(100.0%) | 83.004<br>**   |
|                               | 피부 각질 증가                | 12<br>(12.0%) | 11<br>(11.0%) | 7<br>(7.0%)   | 13<br>(13.0%) | 14<br>(14.0%) | 6<br>(6.0%)   | 8<br>(8.0%)   | 14<br>(14.0%) | 13<br>(13.0%) | 2<br>(2.0%)   | 100<br>(100.0%) |                |
|                               | 피부 처짐                   | 8<br>(7.8%)   | 5<br>(4.9%)   | 9<br>(8.8%)   | 10<br>(9.8%)  | 20<br>(19.6%) | 6<br>(5.9%)   | 9<br>(8.8%)   | 10<br>(9.8%)  | 18<br>(17.6%) | 7<br>(6.9%)   | 102<br>(100.0%) |                |
|                               | 얼굴라인 변화                 | 11<br>(17.2%) | 3<br>(4.7%)   | 11<br>(17.2%) | 12<br>(18.8%) | 6<br>(9.4%)   | 5<br>(7.8%)   | 5<br>(7.8%)   | 2<br>(3.1%)   | 5<br>(7.8%)   | 4<br>(6.3%)   | 64<br>(100.0%)  |                |
|                               | 색소침착                    | 3<br>(4.7%)   | 4<br>(6.3%)   | 9<br>(14.1%)  | 8<br>(12.5%)  | 8<br>(12.5%)  | 6<br>(9.4%)   | 11<br>(17.2%) | 6<br>(9.4%)   | 5<br>(7.8%)   | 4<br>(6.3%)   | 64<br>(100.0%)  |                |
|                               | 피부톤 변화                  | 9<br>(11.3%)  | 9<br>(11.3%)  | 10<br>(12.5%) | 8<br>(10.0%)  | 10<br>(12.5%) | 4<br>(5.0%)   | 6<br>(7.5%)   | 9<br>(11.3%)  | 11<br>(13.8%) | 4<br>(5.0%)   | 80<br>(100.0%)  |                |
|                               | 넓어진 모공                  | 11<br>(11.1%) | 16<br>(16.2%) | 4<br>(4.0%)   | 13<br>(13.1%) | 12<br>(12.1%) | 16<br>(16.2%) | 4<br>(4.0%)   | 10<br>(10.1%) | 6<br>(6.1%)   | 7<br>(7.1%)   | 99<br>(100.0%)  |                |
| 피부노화<br>개선<br>또는<br>감추는<br>방법 | 전문적<br>피부관리실            | 21<br>(14.9%) | 12<br>(8.5%)  | 19<br>(13.5%) | 21<br>(14.9%) | 12<br>(8.5%)  | 11<br>(7.8%)  | 12<br>(8.5%)  | 9<br>(6.4%)   | 15<br>(10.6%) | 9<br>(6.4%)   | 141<br>(100.0%) | 59.528<br>**   |
|                               | 미용 성형수술<br>및<br>병원 시술관리 | 14<br>(11.4%) | 6<br>(4.9%)   | 13<br>(10.6%) | 11<br>(8.9%)  | 22<br>(17.9%) | 11<br>(8.9%)  | 10<br>(8.1%)  | 14<br>(11.4%) | 18<br>(14.6%) | 4<br>(3.3%)   | 123<br>(100.0%) |                |
|                               | 기능성 화장품<br>및<br>메이크업    | 13<br>(10.5%) | 14<br>(11.3%) | 14<br>(11.3%) | 17<br>(13.7%) | 20<br>(16.1%) | 7<br>(5.6%)   | 15<br>(12.1%) | 8<br>(6.5%)   | 11<br>(8.9%)  | 5<br>(4.0%)   | 124<br>(100.0%) |                |
|                               | 건강기능식품                  | 10<br>(9.8%)  | 9<br>(8.8%)   | 10<br>(9.8%)  | 8<br>(7.8%)   | 13<br>(12.7%) | 8<br>(7.8%)   | 6<br>(5.9%)   | 17<br>(16.7%) | 15<br>(14.7%) | 6<br>(5.9%)   | 102<br>(100.0%) |                |
|                               | 규칙적<br>생활습관과<br>운동      | 15<br>(11.4%) | 14<br>(10.6%) | 6<br>(4.5%)   | 32<br>(24.2%) | 13<br>(9.8%)  | 14<br>(10.6%) | 10<br>(7.6%)  | 10<br>(7.6%)  | 6<br>(4.5%)   | 12<br>(9.1%)  | 132<br>(100.0%) |                |
| 안티에이징<br>화장품<br>사용<br>여부      | 예                       | 52<br>(12.2%) | 31<br>(7.3%)  | 38<br>(8.9%)  | 74<br>(17.4%) | 55<br>(12.9%) | 31<br>(7.3%)  | 31<br>(7.3%)  | 44<br>(10.3%) | 50<br>(11.7%) | 20<br>(4.7%)  | 426<br>(100.0%) | 24.604<br>**   |
|                               | 아니오                     | 21<br>(10.7%) | 24<br>(12.2%) | 24<br>(12.2%) | 15<br>(7.7%)  | 25<br>(12.8%) | 20<br>(10.2%) | 22<br>(11.2%) | 14<br>(7.1%)  | 15<br>(7.7%)  | 16<br>(8.2%)  | 196<br>(100.0%) |                |
| 전체                            |                         | 73<br>(11.7%) | 55<br>(8.8%)  | 62<br>(10.0%) | 89<br>(14.3%) | 80<br>(12.9%) | 51<br>(8.2%)  | 53<br>(8.5%)  | 58<br>(9.3%)  | 65<br>(10.5%) | 36<br>(5.8%)  | 622<br>(100.0%) |                |

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

## 2-2. 피부노화 일반적 인식에 따른 화장품 관심 시기 차이

피부노화 일반적 인식에 따른 화장품 관심 시기 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 19>와 같다. 피부노화 인식과 피부노화를 느꼈을 때 최초 증상, 피부노화 개선 또는 감추는 방법에 따라 화장품 관심 시기에 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 피부노화 진행 느낌이 ‘그렇다’인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 29.3%로 가장 높았고, ‘아니다’는 20.6%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=23.014$ ,  $p<.05$ ), 나이에 비해 피부노화 정도가 ‘보통이다’인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 34.6%로 가장 높았고, ‘아니다’는 17.1%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=41.195$ ,  $p<.001$ ).

피부노화로 인한 고민이 ‘보통이다’인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 31.7%로 가장 높았고, ‘아니다’는 18.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=20.140$ ,  $p<.05$ ), 피부타입이 민감성인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 38.5%로 가장 높았고, 중성은 12.1%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=97.228$ ,  $p<.001$ ).

피부노화 시작 시점이 20대 초인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 55.6%로 가장 높았고, 40대 후반은 5.5%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=208.586$ ,  $p<.001$ ), 피부문제 중 고민되는 사항이 모공인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 33.0%로 가장 높았고, 주름은 17.2%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=62.948$ ,  $p<.001$ ).

피부노화 증상 중 고민되는 부분이 기타인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 40.0%로 가장 높았고, 건조한 경우는 19.1%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=81.264$ ,  $p<.001$ ), 안티에이징 화장품을 사용하는 대상자는 21-25세라고 응답한 비율이 28.4%로 사용하지 않는 21.4%에 비해 높아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=23.310$ ,  $p<.001$ ).



<표 19> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 관심 시기 차이

| 구분             |               | 화장품 관심 시기     |                |               |                |               |               | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|----------------|---------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|---------------|-----------------|-------------|
|                |               | 20세 이하        | 21-25세         | 26-30세        | 31-35세         | 36-40세        | 40-50세        |                 |             |
| 피부노화 인식        | 아니다           | 28(22.8%)     | 33(26.8%)      | 15(12.2%)     | 17(13.8%)      | 18(14.6%)     | 12(9.8%)      | 123(100.0%)     | 12.989      |
|                | 보통이다          | 20(15.6%)     | 30(23.4%)      | 15(11.7%)     | 23(18.0%)      | 20(15.6%)     | 20(15.6%)     | 128(100.0%)     |             |
|                | 그렇다           | 41(11.1%)     | 100<br>(27.0%) | 48(12.9%)     | 71(19.1%)      | 59(15.9%)     | 52(14.0%)     | 371(100.0%)     |             |
| 피부노화 진행 느낌     | 아니다           | 24(19.0%)     | 26(20.6%)      | 14(11.1%)     | 28(22.2%)      | 17(13.5%)     | 17(13.5%)     | 126(100.0%)     | 23.014*     |
|                | 보통이다          | 37(21.5%)     | 42(24.4%)      | 22(12.8%)     | 26(15.1%)      | 27(15.7%)     | 18(10.5%)     | 172(100.0%)     |             |
|                | 그렇다           | 28(8.6%)      | 95(29.3%)      | 42(13.0%)     | 57(17.6%)      | 53(16.4%)     | 49(15.1%)     | 324(100.0%)     |             |
| 나이에 비해 피부노화 정도 | 아니다           | 29(12.1%)     | 41(17.1%)      | 21(8.8%)      | 58(24.2%)      | 49(20.4%)     | 42(17.5%)     | 240(100.0%)     | 41.195***   |
|                | 보통이다          | 32(16.8%)     | 66(34.6%)      | 24(12.6%)     | 26(13.6%)      | 25(13.1%)     | 18(9.4%)      | 191(100.0%)     |             |
|                | 그렇다           | 28(14.7%)     | 56(29.3%)      | 33(17.3%)     | 27(14.1%)      | 23(12.0%)     | 24(12.6%)     | 191(100.0%)     |             |
| 피부노화로 인한 고민    | 아니다           | 34(19.8%)     | 31(18.0%)      | 28(16.3%)     | 33(19.2%)      | 23(13.4%)     | 23(13.4%)     | 172(100.0%)     | 20.140*     |
|                | 보통이다          | 25(13.7%)     | 58(31.7%)      | 24(13.1%)     | 24(13.1%)      | 28(15.3%)     | 24(13.1%)     | 183(100.0%)     |             |
|                | 그렇다           | 30(11.2%)     | 74(27.7%)      | 26(9.7%)      | 54(20.2%)      | 46(17.2%)     | 37(13.9%)     | 267(100.0%)     |             |
| 피부타입           | 건성            | 13(10.2%)     | 30(23.6%)      | 15(11.8%)     | 23(18.1%)      | 23(18.1%)     | 23(18.1%)     | 127(100.0%)     | 97.228***   |
|                | 중성            | 13(12.1%)     | 13(12.1%)      | 7(6.5%)       | 27(25.2%)      | 25(23.4%)     | 22(20.6%)     | 107(100.0%)     |             |
|                | 지성            | 15(14.0%)     | 27(25.2%)      | 15(14.0%)     | 23(21.5%)      | 13(12.1%)     | 14(13.1%)     | 107(100.0%)     |             |
|                | 복합성           | 9(7.0%)       | 46(35.7%)      | 29(22.5%)     | 16(12.4%)      | 13(10.1%)     | 16(12.4%)     | 129(100.0%)     |             |
|                | 민감성           | 6(11.5%)      | 20(38.5%)      | 4(7.7%)       | 11(21.2%)      | 8(15.4%)      | 3(5.8%)       | 52(100.0%)      |             |
|                | 여드름           | 16(29.1%)     | 15(27.3%)      | 7(12.7%)      | 7(12.7%)       | 8(14.5%)      | 2(3.6%)       | 55(100.0%)      |             |
|                | 모른다           | 17(37.8%)     | 12(26.7%)      | 1(2.2%)       | 4(8.9%)        | 7(15.6%)      | 4(8.9%)       | 45(100.0%)      |             |
| 피부노화 시작 시점     | 20대 초         | 21(23.3%)     | 50(55.6%)      | 8(8.9%)       | 4(4.4%)        | 3(3.3%)       | 4(4.4%)       | 90(100.0%)      | 208.586***  |
|                | 20대 후반-30대 초반 | 30(15.2%)     | 80(40.6%)      | 43(21.8%)     | 17(8.6%)       | 17(8.6%)      | 10(5.1%)      | 197(100.0%)     |             |
|                | 30대 후반-40대 초반 | 26(12.2%)     | 25(11.7%)      | 14(6.6%)      | 60(28.2%)      | 51(23.9%)     | 37(17.4%)     | 213(100.0%)     |             |
|                | 40대 후반        | 7(7.7%)       | 5(5.5%)        | 12(13.2%)     | 22(24.2%)      | 21(23.1%)     | 24(26.4%)     | 91(100.0%)      |             |
|                | 50대           | 5(16.1%)      | 3(9.7%)        | 1(3.2%)       | 8(25.8%)       | 5(16.1%)      | 9(29.0%)      | 31(100.0%)      |             |
| 전체             |               | 89<br>(14.3%) | 163<br>(26.2%) | 78<br>(12.5%) | 111<br>(17.8%) | 97<br>(15.6%) | 84<br>(13.5%) | 622<br>(100.0%) |             |

\*\*\*  $p < .001$

<표 19-1> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 관심 시기(이어서)

| 구분                |                   | 화장품 관심 시기 |            |           |            |           |           | 전체          | $\chi^2(p)$ |
|-------------------|-------------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|-------------|-------------|
|                   |                   | 20세 이하    | 21-25세     | 26-30세    | 31-35세     | 36-40세    | 40-50세    |             |             |
| 피부문제 중 고민되는 사항    | 건조                | 14(12.7%) | 32(29.1%)  | 10(9.1%)  | 20(18.2%)  | 24(21.8%) | 10(9.1%)  | 110(100.0%) | 62.948***   |
|                   | 주름                | 12(12.1%) | 17(17.2%)  | 13(13.1%) | 23(23.2%)  | 16(16.2%) | 18(18.2%) | 99(100.0%)  |             |
|                   | 모공                | 10(11.4%) | 29(33.0%)  | 13(14.8%) | 15(17.0%)  | 12(13.6%) | 9(10.2%)  | 88(100.0%)  |             |
|                   | 피부처짐              | 17(15.3%) | 32(28.8%)  | 13(11.7%) | 19(17.1%)  | 15(13.5%) | 15(13.5%) | 111(100.0%) |             |
|                   | 트러블               | 10(15.9%) | 16(25.4%)  | 18(28.6%) | 8(12.7%)   | 7(11.1%)  | 4(6.3%)   | 63(100.0%)  |             |
|                   | 색소침착              | 13(11.4%) | 27(23.7%)  | 6(5.3%)   | 23(20.2%)  | 19(16.7%) | 26(22.8%) | 114(100.0%) |             |
|                   | 기타                | 13(35.1%) | 10(27.0%)  | 5(13.5%)  | 3(8.1%)    | 4(10.8%)  | 2(5.4%)   | 37(100.0%)  |             |
| 피부노화 증상 고민되는 부분   | 건조함               | 13(13.8%) | 18(19.1%)  | 10(10.6%) | 18(19.1%)  | 24(25.5%) | 11(11.7%) | 94(100.0%)  | 81.264***   |
|                   | 주름                | 11(10.7%) | 25(24.3%)  | 10(9.7%)  | 21(20.4%)  | 15(14.6%) | 21(20.4%) | 103(100.0%) |             |
|                   | 피부처짐              | 8(7.6%)   | 28(26.7%)  | 14(13.3%) | 24(22.9%)  | 15(14.3%) | 16(15.2%) | 105(100.0%) |             |
|                   | 모공                | 9(10.5%)  | 25(29.1%)  | 19(22.1%) | 12(14.0%)  | 13(15.1%) | 8(9.3%)   | 86(100.0%)  |             |
|                   | 색소침착              | 13(12.9%) | 24(23.8%)  | 5(5.0%)   | 20(19.8%)  | 18(17.8%) | 21(20.8%) | 101(100.0%) |             |
|                   | 트러블               | 13(22.0%) | 17(28.8%)  | 15(25.4%) | 6(10.2%)   | 4(6.8%)   | 4(6.8%)   | 59(100.0%)  |             |
|                   | 홍조                | 12(35.3%) | 10(29.4%)  | 3(8.8%)   | 4(11.8%)   | 4(11.8%)  | 1(2.9%)   | 34(100.0%)  |             |
|                   | 기타                | 10(25.0%) | 16(40.0%)  | 2(5.0%)   | 6(15.0%)   | 4(10.0%)  | 2(5.0%)   | 40(100.0%)  |             |
| 피부노화를 느꼈을 때 최초 증상 | 잔주름 증가            | 16(14.2%) | 36(31.9%)  | 18(15.9%) | 17(15.0%)  | 10(8.8%)  | 16(14.2%) | 113(100.0%) | 34.578      |
|                   | 피부 각질 증가          | 11(11.0%) | 22(22.0%)  | 13(13.0%) | 22(22.0%)  | 23(23.0%) | 9(9.0%)   | 100(100.0%) |             |
|                   | 피부 처짐             | 12(11.8%) | 23(22.5%)  | 12(11.8%) | 26(25.5%)  | 17(16.7%) | 12(11.8%) | 102(100.0%) |             |
|                   | 얼굴라인 변화           | 16(25.0%) | 17(26.6%)  | 5(7.8%)   | 7(10.9%)   | 11(17.2%) | 8(12.5%)  | 64(100.0%)  |             |
|                   | 색소침착              | 12(18.8%) | 13(20.3%)  | 9(14.1%)  | 11(17.2%)  | 7(10.9%)  | 12(18.8%) | 64(100.0%)  |             |
|                   | 피부톤 변화            | 10(12.5%) | 21(26.3%)  | 9(11.3%)  | 13(16.3%)  | 16(20.0%) | 11(13.8%) | 80(100.0%)  |             |
|                   | 넓어진 모공            | 12(12.1%) | 31(31.3%)  | 12(12.1%) | 15(15.2%)  | 13(13.1%) | 16(16.2%) | 99(100.0%)  |             |
| 피부노화 개선 또는 감추는 방법 | 전문적 피부관리실         | 14(9.9%)  | 41(29.1%)  | 19(13.5%) | 22(15.6%)  | 21(14.9%) | 24(17.0%) | 141(100.0%) | 28.947      |
|                   | 미용 성형수술 및 병원 시술관리 | 17(13.8%) | 29(23.6%)  | 17(13.8%) | 23(18.7%)  | 27(22.0%) | 10(8.1%)  | 123(100.0%) |             |
|                   | 기능성 화장품 및 메이크업    | 21(16.9%) | 29(23.4%)  | 13(10.5%) | 28(22.6%)  | 16(12.9%) | 17(13.7%) | 124(100.0%) |             |
|                   | 건강기능식품            | 13(12.7%) | 26(25.5%)  | 10(9.8%)  | 27(26.5%)  | 12(11.8%) | 14(13.7%) | 102(100.0%) |             |
|                   | 규칙적 생활습관과 운동      | 24(18.2%) | 38(28.8%)  | 19(14.4%) | 11(8.3%)   | 21(15.9%) | 19(14.4%) | 132(100.0%) |             |
| 안티에이징 화장품 사용 여부   | 예                 | 43(10.1%) | 121(28.4%) | 58(13.6%) | 80(18.8%)  | 71(16.7%) | 53(12.4%) | 426(100.0%) | 23.310***   |
|                   | 아니오               | 46(23.5%) | 42(21.4%)  | 20(10.2%) | 31(15.8%)  | 26(13.3%) | 31(15.8%) | 196(100.0%) |             |
| 전체                |                   | 89(14.3%) | 163(26.2%) | 78(12.5%) | 111(17.8%) | 97(15.6%) | 84(13.5%) | 622(100.0%) |             |

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

### 2-3. 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 처음 구매 시기 차이

피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 처음 구매 시기 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 20>과 같다. 피부노화를 느꼈을 때 최초 증상에 따라 비건 안티에이징 화장품 처음 구매 시기에 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 피부노화 인식이 ‘보통이다’인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 33.6%로 가장 높았고, ‘아니다’는 25.2%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=37.069$ ,  $p<.001$ ), 피부노화 진행 느낌이 ‘보통이다’인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 34.3%로 가장 높았고, ‘아니다’는 23.8%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=21.175$ ,  $p<.05$ ).

나이에 비해 피부노화 정도가 ‘보통이다’인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 38.2%로 가장 높았고, ‘아니다’는 18.8%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=40.896$ ,  $p<.001$ ), 피부노화로 인한 고민이 ‘보통이다’인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 35.0%로 가장 높았고, ‘아니다’는 26.2%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=18.642$ ,  $p<.05$ ).

피부타입이 민감성인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 36.5%로 가장 높았고, 중성은 15.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=94.227$ ,  $p<.001$ ), 피부노화 시작 시점이 20대 초인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 45.6%로 가장 높았고, 40대 후반은 15.4%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=143.325$ ,  $p<.001$ ).

피부문제 중 고민되는 사항이 기타인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 43.2%로 가장 높았고, 색소침착은 19.3%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=56.020$ ,  $p<.01$ ), 피부노화 증상 중 고민되는 부분이 홍조인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 47.1%로 가장 높았고, 색소침착은 19.8%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=55.291$ ,  $p<.05$ ), 피부노화 개선 또는 감추는 방법이 규칙적 생활습관과 운동인 경우 21-25세라고 응답한 비율이 37.1%로

가장 높았고, 기능성 화장품 및 메이크업은 22.6%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=38.531$ ,  $p<.01$ ), 안티에이징 화장품을 사용하지 않는 대상자는 21-25세라고 응답한 비율이 30.1%로 사용하는 28.6%에 비해 높아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=13.348$ ,  $p<.05$ ).

<표 20> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 처음 구매 시기 차이

| 구분             |               | 비건 안티에이징 화장품 처음 구매 시기 |                |           |           |           |           | 전체          | $\chi^2(p)$ |
|----------------|---------------|-----------------------|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|-------------|
|                |               | 20세 이하                | 21-25세         | 26-30세    | 31-35세    | 36-40세    | 40-50세    |             |             |
| 피부노화 인식        | 아니다           | 36(29.3%)             | 31(25.2%)      | 19(15.4%) | 20(16.3%) | 6(4.9%)   | 11(8.9%)  | 123(100.0%) | 37.069***   |
|                | 보통이다          | 19(14.8%)             | 43(33.6%)      | 23(18.0%) | 11(8.6%)  | 14(10.9%) | 18(14.1%) | 128(100.0%) |             |
|                | 그렇다           | 38(10.2%)             | 107<br>(28.8%) | 59(15.9%) | 65(17.5%) | 49(13.2%) | 53(14.3%) | 371(100.0%) |             |
| 피부노화 진행 느낌     | 아니다           | 30(23.8%)             | 30(23.8%)      | 18(14.3%) | 19(15.1%) | 13(10.3%) | 16(12.7%) | 126(100.0%) | 21.175*     |
|                | 보통이다          | 30(17.4%)             | 59(34.3%)      | 29(16.9%) | 23(13.4%) | 15(8.7%)  | 16(9.3%)  | 172(100.0%) |             |
|                | 그렇다           | 33(10.2%)             | 92(28.4%)      | 54(16.7%) | 54(16.7%) | 41(12.7%) | 50(15.4%) | 324(100.0%) |             |
| 나이에 비해 피부노화 정도 | 아니다           | 40(16.7%)             | 45(18.8%)      | 29(12.1%) | 45(18.8%) | 40(16.7%) | 41(17.1%) | 240(100.0%) | 40.896***   |
|                | 보통이다          | 30(15.7%)             | 73(38.2%)      | 34(17.8%) | 24(12.6%) | 13(6.8%)  | 17(8.9%)  | 191(100.0%) |             |
|                | 그렇다           | 23(12.0%)             | 63(33.0%)      | 38(19.9%) | 27(14.1%) | 16(8.4%)  | 24(12.6%) | 191(100.0%) |             |
| 피부노화로 인한 고민    | 아니다           | 38(22.1%)             | 45(26.2%)      | 25(14.5%) | 25(14.5%) | 16(9.3%)  | 23(13.4%) | 172(100.0%) | 18.642*     |
|                | 보통이다          | 26(14.2%)             | 64(35.0%)      | 31(16.9%) | 22(12.0%) | 16(8.7%)  | 24(13.1%) | 183(100.0%) |             |
|                | 그렇다           | 29(10.9%)             | 72(27.0%)      | 45(16.9%) | 49(18.4%) | 37(13.9%) | 35(13.1%) | 267(100.0%) |             |
| 피부타입           | 건성            | 14(11.0%)             | 34(26.8%)      | 17(13.4%) | 21(16.5%) | 19(15.0%) | 22(17.3%) | 127(100.0%) | 94.227***   |
|                | 중성            | 14(13.1%)             | 16(15.0%)      | 10(9.3%)  | 27(25.2%) | 18(16.8%) | 22(20.6%) | 107(100.0%) |             |
|                | 지성            | 18(16.8%)             | 34(31.8%)      | 21(19.6%) | 9(8.4%)   | 11(10.3%) | 14(13.1%) | 107(100.0%) |             |
|                | 복합성           | 7(5.4%)               | 44(34.1%)      | 35(27.1%) | 17(13.2%) | 12(9.3%)  | 14(10.9%) | 129(100.0%) |             |
|                | 민감성           | 8(15.4%)              | 19(36.5%)      | 6(11.5%)  | 13(25.0%) | 2(3.8%)   | 4(7.7%)   | 52(100.0%)  |             |
|                | 여드름           | 17(30.9%)             | 20(36.4%)      | 6(10.9%)  | 6(10.9%)  | 4(7.3%)   | 2(3.6%)   | 55(100.0%)  |             |
|                | 모른다           | 15(33.3%)             | 14(31.1%)      | 6(13.3%)  | 3(6.7%)   | 3(6.7%)   | 4(8.9%)   | 45(100.0%)  |             |
| 피부노화 시작 시점     | 20대 초         | 27(30.0%)             | 41(45.6%)      | 11(12.2%) | 6(6.7%)   | 0(0.0%)   | 5(5.6%)   | 90(100.0%)  | 143.325***  |
|                | 20대 후반-30대 초반 | 31(15.7%)             | 84(42.6%)      | 44(22.3%) | 19(9.6%)  | 7(3.6%)   | 12(6.1%)  | 197(100.0%) |             |

|               |               |                |                |               |               |               |                 |
|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| 30대 후반-40대 초반 | 25(11.7%)     | 36(16.9%)      | 25(11.7%)      | 47(22.1%)     | 41(19.2%)     | 39(18.3%)     | 213(100.0%)     |
| 40대 후반        | 8(8.8%)       | 14(15.4%)      | 18(19.8%)      | 16(17.6%)     | 16(17.6%)     | 19(20.9%)     | 91(100.0%)      |
| 50대           | 2(6.5%)       | 6(19.4%)       | 3(9.7%)        | 8(25.8%)      | 5(16.1%)      | 7(22.6%)      | 31(100.0%)      |
| 전체            | 93<br>(15.0%) | 181<br>(29.1%) | 101<br>(16.2%) | 96<br>(15.4%) | 69<br>(11.1%) | 82<br>(13.2%) | 622<br>(100.0%) |

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

<표 20-1> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 처음 구매 시기 차이(이어서)

| 구분                |                   | 비건 안티에이징 화장품 처음 구매 시기 |           |           |           |           |           | 전체          | $\chi^2(p)$ |
|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|-------------|
|                   |                   | 20세 이하                | 21-25세    | 26-30세    | 31-35세    | 36-40세    | 40-50세    |             |             |
| 피부문제 중 고민되는 사항    | 건조                | 14(12.7%)             | 31(28.2%) | 15(13.6%) | 23(20.9%) | 16(14.5%) | 11(10.0%) | 110(100.0%) | 56.020**    |
|                   | 주름                | 12(12.1%)             | 22(22.2%) | 14(14.1%) | 21(21.2%) | 13(13.1%) | 17(17.2%) | 99(100.0%)  |             |
|                   | 모공                | 10(11.4%)             | 34(38.6%) | 18(20.5%) | 11(12.5%) | 6(6.8%)   | 9(10.2%)  | 88(100.0%)  |             |
|                   | 피부처짐              | 16(14.4%)             | 35(31.5%) | 19(17.1%) | 13(11.7%) | 12(10.8%) | 16(14.4%) | 111(100.0%) |             |
|                   | 트러블               | 8(12.7%)              | 21(33.3%) | 16(25.4%) | 10(15.9%) | 4(6.3%)   | 4(6.3%)   | 63(100.0%)  |             |
|                   | 색소침착              | 21(18.4%)             | 22(19.3%) | 15(13.2%) | 16(14.0%) | 16(14.0%) | 24(21.1%) | 114(100.0%) |             |
|                   | 기타                | 12(32.4%)             | 16(43.2%) | 4(10.8%)  | 2(5.4%)   | 2(5.4%)   | 1(2.7%)   | 37(100.0%)  |             |
| 피부노화 증상 중 고민되는 부분 | 건조함               | 12(12.8%)             | 28(29.8%) | 8(8.5%)   | 17(18.1%) | 16(17.0%) | 13(13.8%) | 94(100.0%)  | 55.291*     |
|                   | 주름                | 13(12.6%)             | 23(22.3%) | 18(17.5%) | 18(17.5%) | 16(15.5%) | 15(14.6%) | 103(100.0%) |             |
|                   | 피부처짐              | 12(11.4%)             | 30(28.6%) | 18(17.1%) | 15(14.3%) | 13(12.4%) | 17(16.2%) | 105(100.0%) |             |
|                   | 모공                | 13(15.1%)             | 29(33.7%) | 20(23.3%) | 11(12.8%) | 4(4.7%)   | 9(10.5%)  | 86(100.0%)  |             |
|                   | 색소침착              | 18(17.8%)             | 20(19.8%) | 11(10.9%) | 16(15.8%) | 15(14.9%) | 21(20.8%) | 101(100.0%) |             |
|                   | 트러블               | 10(16.9%)             | 19(32.2%) | 14(23.7%) | 8(13.6%)  | 4(6.8%)   | 4(6.8%)   | 59(100.0%)  |             |
|                   | 홍조                | 7(20.6%)              | 16(47.1%) | 5(14.7%)  | 5(14.7%)  | 0(0.0%)   | 1(2.9%)   | 34(100.0%)  |             |
|                   | 기타                | 8(20.0%)              | 16(40.0%) | 7(17.5%)  | 6(15.0%)  | 1(2.5%)   | 2(5.0%)   | 40(100.0%)  |             |
| 피부노화를 느꼈을 때 최초 증상 | 잔주름 증가            | 12(10.6%)             | 40(35.4%) | 23(20.4%) | 14(12.4%) | 10(8.8%)  | 14(12.4%) | 113(100.0%) | 18.814      |
|                   | 피부 각질 증가          | 16(16.0%)             | 24(24.0%) | 18(18.0%) | 18(18.0%) | 15(15.0%) | 9(9.0%)   | 100(100.0%) |             |
|                   | 피부 처짐             | 17(16.7%)             | 23(22.5%) | 16(15.7%) | 18(17.6%) | 14(13.7%) | 14(13.7%) | 102(100.0%) |             |
|                   | 얼굴라인 변화           | 10(15.6%)             | 23(35.9%) | 10(15.6%) | 8(12.5%)  | 6(9.4%)   | 7(10.9%)  | 64(100.0%)  |             |
|                   | 색소침착              | 9(14.1%)              | 19(29.7%) | 10(15.6%) | 9(14.1%)  | 5(7.8%)   | 12(18.8%) | 64(100.0%)  |             |
|                   | 피부톤 변화            | 13(16.3%)             | 22(27.5%) | 10(12.5%) | 15(18.8%) | 9(11.3%)  | 11(13.8%) | 80(100.0%)  |             |
| 피부노화 개선 또는 감추는 방법 | 넓어진 모공            | 16(16.2%)             | 30(30.3%) | 14(14.1%) | 14(14.1%) | 10(10.1%) | 15(15.2%) | 99(100.0%)  | 38.531**    |
|                   | 전문적 피부관리실         | 17(12.1%)             | 48(34.0%) | 17(12.1%) | 21(14.9%) | 20(14.2%) | 18(12.8%) | 141(100.0%) |             |
|                   | 미용 성형수술 및 병원 시술관리 | 18(14.6%)             | 28(22.8%) | 25(20.3%) | 25(20.3%) | 15(12.2%) | 12(9.8%)  | 123(100.0%) |             |
|                   | 기능성 화장품 및 메이크업    | 27(21.8%)             | 28(22.6%) | 14(11.3%) | 20(16.1%) | 17(13.7%) | 18(14.5%) | 124(100.0%) |             |
|                   | 건강기능식품            | 14(13.7%)             | 28(27.5%) | 25(24.5%) | 19(18.6%) | 4(3.9%)   | 12(11.8%) | 102(100.0%) |             |
|                   |                   |                       |           |           |           |           |           |             |             |

|                 |              |            |             |             |            |            |            |              |         |
|-----------------|--------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|--------------|---------|
|                 | 규칙적 생활습관과 운동 | 17(12.9%)  | 49(37.1%)   | 20(15.2%)   | 11(8.3%)   | 13(9.8%)   | 22(16.7%)  | 132(100.0%)  |         |
| 안티에이징 화장품 사용 여부 | 예            | 50(11.7%)  | 122 (28.6%) | 73(17.1%)   | 73(17.1%)  | 50(11.7%)  | 58(13.6%)  | 426(100.0%)  | 13.348* |
|                 | 아니오          | 43(21.9%)  | 59(30.1%)   | 28(14.3%)   | 23(11.7%)  | 19(9.7%)   | 24(12.2%)  | 196(100.0%)  |         |
| 전체              |              | 93 (15.0%) | 181 (29.1%) | 101 (16.2%) | 96 (15.4%) | 69 (11.1%) | 82 (13.2%) | 622 (100.0%) |         |

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

#### 2-4. 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 시 고려사항 차이

피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 시 고려사항 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 21>과 같다. 나이에 비해 피부노화 정도와 피부노화로 인한 고민, 피부타입, 피부문제 중 고민되는 사항, 피부노화를 느꼈을 때 최초 증상, 피부노화 개선 또는 감추는 방법에 따라 화장품 구매 시 고려사항에는 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 피부노화 인식이 ‘그렇다’인 경우 효능이라고 응답한 비율이 28.3%로 가장 높았고, ‘아니다’는 17.9%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=26.524$ ,  $p<.01$ ), 피부노화 진행 느낌이 ‘보통이다’인 경우 효능이라고 응답한 비율이 28.5%로 가장 높았고, ‘아니다’는 18.3%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=24.657$ ,  $p<.01$ ).

피부노화 시작 시점이 20대 후반-30대 초반인 경우 효능이라고 응답한 비율이 32.0%로 가장 높았고, 40대 후반은 12.1%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=40.687$ ,  $p<.01$ ), 피부노화 증상 중 고민되는 부분이 건조함인 경우 효능이라고 응답한 비율이 34.0%로 가장 높았고, 기타는 15.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=50.126$ ,  $p<.05$ ), 안티에이징 화장품을 사용하는 대상자는 효능이라고 응답한 비율이 27.2%로 사용하지 않는 23.0%에 비해 높아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=12.127$ ,  $p<.05$ ).

<표 21> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 시  
고려사항 차이

| 구분             |               | 비건 안티에이징 화장품 구매 시 고려사항 |            |           |           |            |           | 전체          | $\chi^2(p)$ |
|----------------|---------------|------------------------|------------|-----------|-----------|------------|-----------|-------------|-------------|
|                |               | 성분                     | 효능         | 브랜드       | 가격        | 사용감        | 윤리적 소비    |             |             |
| 피부노화 인식        | 아니다           | 15(12.2%)              | 22(17.9%)  | 26(21.1%) | 24(19.5%) | 18(14.6%)  | 18(14.6%) | 123(100.0%) | 26.524**    |
|                | 보통이다          | 19(14.8%)              | 34(26.6%)  | 15(11.7%) | 20(15.6%) | 21(16.4%)  | 19(14.8%) | 128(100.0%) |             |
|                | 그렇다           | 73(19.7%)              | 105(28.3%) | 31(8.4%)  | 44(11.9%) | 72(19.4%)  | 46(12.4%) | 371(100.0%) |             |
| 피부노화 진행 느낌     | 아니다           | 20(15.9%)              | 23(18.3%)  | 23(18.3%) | 22(17.5%) | 21(16.7%)  | 17(13.5%) | 126(100.0%) | 24.657**    |
|                | 보통이다          | 23(13.4%)              | 49(28.5%)  | 20(11.6%) | 32(18.6%) | 22(12.8%)  | 26(15.1%) | 172(100.0%) |             |
|                | 그렇다           | 64(19.8%)              | 89(27.5%)  | 29(9.0%)  | 34(10.5%) | 68(21.0%)  | 40(12.3%) | 324(100.0%) |             |
| 나이에 비해 피부노화 정도 | 아니다           | 34(14.2%)              | 72(30.0%)  | 22(9.2%)  | 30(12.5%) | 46(19.2%)  | 36(15.0%) | 240(100.0%) | 15.306      |
|                | 보통이다          | 34(17.8%)              | 50(26.2%)  | 19(9.9%)  | 27(14.1%) | 33(17.3%)  | 28(14.7%) | 191(100.0%) |             |
|                | 그렇다           | 39(20.4%)              | 39(20.4%)  | 31(16.2%) | 31(16.2%) | 32(16.8%)  | 19(9.9%)  | 191(100.0%) |             |
| 피부노화로 인한 고민    | 아니다           | 31(18.0%)              | 36(20.9%)  | 26(15.1%) | 33(19.2%) | 25(14.5%)  | 21(12.2%) | 172(100.0%) | 16.139      |
|                | 보통이다          | 30(16.4%)              | 43(23.5%)  | 19(10.4%) | 27(14.8%) | 34(18.6%)  | 30(16.4%) | 183(100.0%) |             |
|                | 그렇다           | 46(17.2%)              | 82(30.7%)  | 27(10.1%) | 28(10.5%) | 52(19.5%)  | 32(12.0%) | 267(100.0%) |             |
| 피부타입           | 건성            | 28(22.0%)              | 36(28.3%)  | 14(11.0%) | 16(12.6%) | 21(16.5%)  | 12(9.4%)  | 127(100.0%) | 42.805      |
|                | 중성            | 14(13.1%)              | 32(29.9%)  | 10(9.3%)  | 15(14.0%) | 24(22.4%)  | 12(11.2%) | 107(100.0%) |             |
|                | 지성            | 19(17.8%)              | 26(24.3%)  | 12(11.2%) | 24(22.4%) | 14(13.1%)  | 12(11.2%) | 107(100.0%) |             |
|                | 복합성           | 28(21.7%)              | 39(30.2%)  | 11(8.5%)  | 14(10.9%) | 20(15.5%)  | 17(13.2%) | 129(100.0%) |             |
|                | 민감성           | 6(11.5%)               | 10(19.2%)  | 7(13.5%)  | 4(7.7%)   | 15(28.8%)  | 10(19.2%) | 52(100.0%)  |             |
|                | 여드름           | 8(14.5%)               | 9(16.4%)   | 12(21.8%) | 9(16.4%)  | 7(12.7%)   | 10(18.2%) | 55(100.0%)  |             |
|                | 모른다           | 4(8.9%)                | 9(20.0%)   | 6(13.3%)  | 6(13.3%)  | 10(22.2%)  | 10(22.2%) | 45(100.0%)  |             |
| 피부노화 시작 시점     | 20대 초         | 14(15.6%)              | 22(24.4%)  | 10(11.1%) | 14(15.6%) | 12(13.3%)  | 18(20.0%) | 90(100.0%)  | 40.687**    |
|                | 20대 후반-30대 초반 | 48(24.4%)              | 63(32.0%)  | 19(9.6%)  | 19(9.6%)  | 31(15.7%)  | 17(8.6%)  | 197(100.0%) |             |
|                | 30대 후반-40대 초반 | 30(14.1%)              | 57(26.8%)  | 27(12.7%) | 32(15.0%) | 40(18.8%)  | 27(12.7%) | 213(100.0%) |             |
|                | 40대 후반        | 11(12.1%)              | 11(12.1%)  | 11(12.1%) | 21(23.1%) | 21(23.1%)  | 16(17.6%) | 91(100.0%)  |             |
|                | 50대           | 4(12.9%)               | 8(25.8%)   | 5(16.1%)  | 2(6.5%)   | 7(22.6%)   | 5(16.1%)  | 31(100.0%)  |             |
| 전체             |               | 107(17.2%)             | 161(25.9%) | 72(11.6%) | 88(14.1%) | 111(17.8%) | 83(13.3%) | 622(100.0%) |             |

\*\* $p < .01$

<표 21-1> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 시 고려사항 차이(이어서)

| 구분                |                   | 비건 안티에이징 화장품 구매 시 고려사항 |            |           |           |            |           | 전체          | $\chi^2(p)$ |
|-------------------|-------------------|------------------------|------------|-----------|-----------|------------|-----------|-------------|-------------|
|                   |                   | 성분                     | 효능         | 브랜드       | 가격        | 사용감        | 윤리적 소비    |             |             |
| 피부문제 중 고민되는 사항    | 건조                | 23(20.9%)              | 34(30.9%)  | 7(6.4%)   | 8(7.3%)   | 23(20.9%)  | 15(13.6%) | 110(100.0%) | 29.469      |
|                   | 주름                | 18(18.2%)              | 28(28.3%)  | 7(7.1%)   | 15(15.2%) | 18(18.2%)  | 13(13.1%) | 99(100.0%)  |             |
|                   | 모공                | 15(17.0%)              | 20(22.7%)  | 16(18.2%) | 15(17.0%) | 12(13.6%)  | 10(11.4%) | 88(100.0%)  |             |
|                   | 피부처짐              | 20(18.0%)              | 27(24.3%)  | 12(10.8%) | 15(13.5%) | 18(16.2%)  | 19(17.1%) | 111(100.0%) |             |
|                   | 트러블               | 11(17.5%)              | 18(28.6%)  | 11(17.5%) | 5(7.9%)   | 10(15.9%)  | 8(12.7%)  | 63(100.0%)  |             |
|                   | 색소침착              | 16(14.0%)              | 25(21.9%)  | 15(13.2%) | 22(19.3%) | 24(21.1%)  | 12(10.5%) | 114(100.0%) |             |
|                   | 기타                | 4(10.8%)               | 9(24.3%)   | 4(10.8%)  | 8(21.6%)  | 6(16.2%)   | 6(16.2%)  | 37(100.0%)  |             |
| 피부노화 증상 중 고민되는 부분 | 건조함               | 13(13.8%)              | 32(34.0%)  | 8(8.5%)   | 9(9.6%)   | 19(20.2%)  | 13(13.8%) | 94(100.0%)  | 50.126*     |
|                   | 주름                | 21(20.4%)              | 29(28.2%)  | 5(4.9%)   | 13(12.6%) | 23(22.3%)  | 12(11.7%) | 103(100.0%) |             |
|                   | 피부처짐              | 21(20.0%)              | 27(25.7%)  | 7(6.7%)   | 15(14.3%) | 21(20.0%)  | 14(13.3%) | 105(100.0%) |             |
|                   | 모공                | 16(18.6%)              | 23(26.7%)  | 14(16.3%) | 11(12.8%) | 11(12.8%)  | 11(12.8%) | 86(100.0%)  |             |
|                   | 색소침착              | 13(12.9%)              | 20(19.8%)  | 18(17.8%) | 22(21.8%) | 18(17.8%)  | 10(9.9%)  | 101(100.0%) |             |
|                   | 트러블               | 12(20.3%)              | 16(27.1%)  | 7(11.9%)  | 6(10.2%)  | 8(13.6%)   | 10(16.9%) | 59(100.0%)  |             |
|                   | 홍조                | 3(8.8%)                | 8(23.5%)   | 9(26.5%)  | 7(20.6%)  | 5(14.7%)   | 2(5.9%)   | 34(100.0%)  |             |
|                   | 기타                | 8(20.0%)               | 6(15.0%)   | 4(10.0%)  | 5(12.5%)  | 6(15.0%)   | 11(27.5%) | 40(100.0%)  |             |
| 피부노화를 느꼈을 때 최초 증상 | 잔주름 증가            | 28(24.8%)              | 28(24.8%)  | 14(12.4%) | 14(12.4%) | 19(16.8%)  | 10(8.8%)  | 113(100.0%) | 25.087      |
|                   | 피부 각질 증가          | 14(14.0%)              | 29(29.0%)  | 12(12.0%) | 14(14.0%) | 17(17.0%)  | 14(14.0%) | 100(100.0%) |             |
|                   | 피부 처짐             | 18(17.6%)              | 34(33.3%)  | 11(10.8%) | 12(11.8%) | 18(17.6%)  | 9(8.8%)   | 102(100.0%) |             |
|                   | 얼굴라인 변화           | 9(14.1%)               | 14(21.9%)  | 8(12.5%)  | 11(17.2%) | 14(21.9%)  | 8(12.5%)  | 64(100.0%)  |             |
|                   | 색소침착              | 10(15.6%)              | 12(18.8%)  | 6(9.4%)   | 13(20.3%) | 11(17.2%)  | 12(18.8%) | 64(100.0%)  |             |
|                   | 피부톤 변화            | 10(12.5%)              | 18(22.5%)  | 12(15.0%) | 11(13.8%) | 12(15.0%)  | 17(21.3%) | 80(100.0%)  |             |
|                   | 넓어진 모공            | 18(18.2%)              | 26(26.3%)  | 9(9.1%)   | 13(13.1%) | 20(20.2%)  | 13(13.1%) | 99(100.0%)  |             |
| 피부노화 개선 또는 감추는 방법 | 전문적 피부관리실         | 34(24.1%)              | 42(29.8%)  | 16(11.3%) | 13(9.2%)  | 18(12.8%)  | 18(12.8%) | 141(100.0%) | 20.416      |
|                   | 미용 성형수술 및 병원 시술관리 | 17(13.8%)              | 33(26.8%)  | 14(11.4%) | 18(14.6%) | 25(20.3%)  | 16(13.0%) | 123(100.0%) |             |
|                   | 기능성 화장품 및 메이크업    | 21(16.9%)              | 32(25.8%)  | 16(12.9%) | 14(11.3%) | 27(21.8%)  | 14(11.3%) | 124(100.0%) |             |
|                   | 건강기능식품            | 13(12.7%)              | 25(24.5%)  | 14(13.7%) | 19(18.6%) | 15(14.7%)  | 16(15.7%) | 102(100.0%) |             |
|                   | 규칙적 생활습관과 운동      | 22(16.7%)              | 29(22.0%)  | 12(9.1%)  | 24(18.2%) | 26(19.7%)  | 19(14.4%) | 132(100.0%) |             |
| 안티에이징 화장품 사용 여부   | 예                 | 81(19.0%)              | 116(27.2%) | 45(10.6%) | 56(13.1%) | 81(19.0%)  | 47(11.0%) | 426(100.0%) | 12.127*     |
|                   | 아니오               | 26(13.3%)              | 45(23.0%)  | 27(13.8%) | 32(16.3%) | 30(15.3%)  | 36(18.4%) | 196(100.0%) |             |
| 전체                |                   | 107(17.2%)             | 161(25.9%) | 72(11.6%) | 88(14.1%) | 111(17.8%) | 83(13.3%) | 622(100.0%) |             |

\* $p < .05$



## 2-5. 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매의 가장 큰 동기 차이

피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매의 가장 큰 동기 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 22>와 같다. 나이에 비해 피부노화 정도와 피부문제 중 고민되는 사항, 안티에이징 화장품 사용 여부에 따라 비건 안티에이징 화장품 구매의 가장 큰 동기에는 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 피부노화 인식이 ‘그렇다’인 경우 제품의 품질과 효능이 좋아서라고 응답한 비율이 31.8%로 가장 높았고, ‘아니다’는 17.9%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=26.769$ ,  $p<.01$ ), 피부노화 진행 느낌이 ‘그렇다’인 경우 제품의 품질과 효능이 좋아서라고 응답한 비율이 32.1%로 가장 높았고, ‘아니다’는 16.7%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=28.688$ ,  $p<.001$ ).

피부노화로 인한 고민이 ‘아니다’인 경우 제품의 품질과 효능이 좋아서라고 응답한 비율이 30.8%로 가장 높았고, ‘그렇다’는 24.7%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=23.775$ ,  $p<.01$ ), 피부타입이 건성인 경우 제품의 품질과 효능이 좋아서라고 응답한 비율이 33.9%로 가장 높았고, 모른다는 17.8%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=48.310$ ,  $p<.05$ ).

피부노화 시작 시점이 20대 후반-30대 초반인 경우 제품의 품질과 효능이 좋아서라고 응답한 비율이 33.5%로 가장 높았고, 50대는 19.4%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=43.722$ ,  $p<.01$ ), 피부노화 증상 중 고민되는 부분이 모공인 경우 제품의 품질과 효능이 좋아서라고 응답한 비율이 36.0%로 가장 높았고, 홍조는 17.6%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=61.966$ ,  $p<.01$ ).

피부노화를 느꼈을 때 최초 증상이 잔주름 증가인 경우 제품의 품질과 효능이 좋아서라고 응답한 비율이 31.9%로 가장 높았고, 피부톤 변화는 18.8%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=57.164$ ,  $p<.01$ ), 피부노화 개선 또는 감추는 방법이 전문적 피부관리실인 경우 제품의 품질과 효능이 좋아서라고 응답한 비율이 36.9%로 가장 높았고, 건강기능식품은 19.6%로 가장 낮아

유의한 차이를 보였다( $\chi^2=34.220$ ,  $p<.05$ ).

<표 22> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매의 가장 큰 동기 차이

| 구분             |               | 비건 안티에이징 화장품 구매의 가장 큰 동기 |           |               |                       |                |           | 전체          | $\chi^2(p)$ |
|----------------|---------------|--------------------------|-----------|---------------|-----------------------|----------------|-----------|-------------|-------------|
|                |               | 가족 및 지인 추천               | 매장 직원 추천  | 인플루언서 및 사용 후기 | 동물성 원료를 배제하고 동물실험이 없다 | 제품의 품질과 효능이 좋다 | 기타        |             |             |
| 피부노화 인식        | 아니다           | 19(15.4%)                | 22(17.9%) | 25(20.3%)     | 19(15.4%)             | 22(17.9%)      | 16(13.0%) | 123(100.0%) | 26.769**    |
|                | 보통이다          | 17(13.3%)                | 18(14.1%) | 31(24.2%)     | 26(20.3%)             | 26(20.3%)      | 10(7.8%)  | 128(100.0%) |             |
|                | 그렇다           | 70(18.9%)                | 55(14.8%) | 52(14.0%)     | 55(14.8%)             | 118(31.8%)     | 21(5.7%)  | 371(100.0%) |             |
| 피부노화 진행 느낌     | 아니다           | 23(18.3%)                | 23(18.3%) | 28(22.2%)     | 19(15.1%)             | 21(16.7%)      | 12(9.5%)  | 126(100.0%) | 28.688***   |
|                | 보통이다          | 22(12.8%)                | 24(14.0%) | 41(23.8%)     | 26(15.1%)             | 41(23.8%)      | 18(10.5%) | 172(100.0%) |             |
|                | 그렇다           | 61(18.8%)                | 48(14.8%) | 39(12.0%)     | 55(17.0%)             | 104(32.1%)     | 17(5.2%)  | 324(100.0%) |             |
| 나이에 비해 피부노화 정도 | 아니다           | 37(15.4%)                | 47(19.6%) | 39(16.3%)     | 35(14.6%)             | 68(28.3%)      | 14(5.8%)  | 240(100.0%) | 10.902      |
|                | 보통이다          | 30(15.7%)                | 24(12.6%) | 37(19.4%)     | 34(17.8%)             | 47(24.6%)      | 19(9.9%)  | 191(100.0%) |             |
|                | 그렇다           | 39(20.4%)                | 24(12.6%) | 32(16.8%)     | 31(16.2%)             | 51(26.7%)      | 14(7.3%)  | 191(100.0%) |             |
| 피부노화로 인한 고민    | 아니다           | 22(12.8%)                | 24(14.0%) | 32(18.6%)     | 23(13.4%)             | 53(30.8%)      | 18(10.5%) | 172(100.0%) | 23.775**    |
|                | 보통이다          | 30(16.4%)                | 33(18.0%) | 38(20.8%)     | 19(10.4%)             | 47(25.7%)      | 16(8.7%)  | 183(100.0%) |             |
|                | 그렇다           | 54(20.2%)                | 38(14.2%) | 38(14.2%)     | 58(21.7%)             | 66(24.7%)      | 13(4.9%)  | 267(100.0%) |             |
| 피부타입           | 건성            | 20(15.7%)                | 16(12.6%) | 20(15.7%)     | 18(14.2%)             | 43(33.9%)      | 10(7.9%)  | 127(100.0%) | 48.310*     |
|                | 중성            | 11(10.3%)                | 23(21.5%) | 17(15.9%)     | 26(24.3%)             | 24(22.4%)      | 6(5.6%)   | 107(100.0%) |             |
|                | 지성            | 19(17.8%)                | 14(13.1%) | 22(20.6%)     | 11(10.3%)             | 30(28.0%)      | 11(10.3%) | 107(100.0%) |             |
|                | 복합성           | 30(23.3%)                | 19(14.7%) | 16(12.4%)     | 19(14.7%)             | 40(31.0%)      | 5(3.9%)   | 129(100.0%) |             |
|                | 민감성           | 13(25.0%)                | 7(13.5%)  | 6(11.5%)      | 10(19.2%)             | 11(21.2%)      | 5(9.6%)   | 52(100.0%)  |             |
|                | 여드름           | 10(18.2%)                | 7(12.7%)  | 16(29.1%)     | 9(16.4%)              | 10(18.2%)      | 3(5.5%)   | 55(100.0%)  |             |
|                | 모른다           | 3(6.7%)                  | 9(20.0%)  | 11(24.4%)     | 7(15.6%)              | 8(17.8%)       | 7(15.6%)  | 45(100.0%)  |             |
| 피부노화 시작 시점     | 20대 초         | 17(18.9%)                | 13(14.4%) | 18(20.0%)     | 13(14.4%)             | 20(22.2%)      | 9(10.0%)  | 90(100.0%)  | 43.722**    |
|                | 20대 후반-30대 초반 | 44(22.3%)                | 16(8.1%)  | 37(18.8%)     | 21(10.7%)             | 66(33.5%)      | 13(6.6%)  | 197(100.0%) |             |
|                | 30대 후반-40대 초반 | 21(9.9%)                 | 45(21.1%) | 33(15.5%)     | 45(21.1%)             | 52(24.4%)      | 17(8.0%)  | 213(100.0%) |             |
|                | 40대 후반        | 17(18.7%)                | 18(19.8%) | 15(16.5%)     | 16(17.6%)             | 22(24.2%)      | 3(3.3%)   | 91(100.0%)  |             |
|                | 50대           | 7(22.6%)                 | 3(9.7%)   | 5(16.1%)      | 5(16.1%)              | 6(19.4%)       | 5(16.1%)  | 31(100.0%)  |             |
| 전체             |               | 106(17.0%)               | 95(15.3%) | 108(17.4%)    | 100(16.1%)            | 166(26.7%)     | 47(7.6%)  | 622(100.0%) |             |

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

<표 22-1> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매의 가장 큰 동기 차이(이어서)

| 구분                |                   | 비건 안티에이징 화장품 구매의 가장 큰 동기 |            |               |                    |                            |           | 전체           | $\chi^2(p)$ |
|-------------------|-------------------|--------------------------|------------|---------------|--------------------|----------------------------|-----------|--------------|-------------|
|                   |                   | 가족 및 지인 추천               | 매장 직원 추천   | 인플루언서 및 사용 후기 | 동물성을 배제하고 동물실험이 없다 | 제품의 품질과 효능이 좋다             | 기타        |              |             |
| 피부문제 중 고민되는 사항    | 건조                | 15(13.6%)                | 20(18.2%)  | 21(19.1%)     | 24(21.8%)          | 25(22.7%)                  | 5(4.5%)   | 110(100.0%)  | 33.618      |
|                   | 주름                | 14(14.1%)                | 17(17.2%)  | 11(11.1%)     | 16(16.2%)          | 28(28.3%)                  | 13(13.1%) | 99(100.0%)   |             |
|                   | 모공                | 17(19.3%)                | 7(8.0%)    | 24(27.3%)     | 7(8.0%)            | 28(31.8%)                  | 5(5.7%)   | 88(100.0%)   |             |
|                   | 피부처짐              | 20(18.0%)                | 19(17.1%)  | 14(12.6%)     | 21(18.9%)          | 29(26.1%)                  | 8(7.2%)   | 111(100.0%)  |             |
|                   | 트러블               | 12(19.0%)                | 9(14.3%)   | 11(17.5%)     | 12(19.0%)          | 17(27.0%)                  | 2(3.2%)   | 63(100.0%)   |             |
|                   | 색소침착              | 21(18.4%)                | 16(14.0%)  | 19(16.7%)     | 16(14.0%)          | 31(27.2%)                  | 11(9.6%)  | 114(100.0%)  |             |
|                   | 기타                | 7(18.9%)                 | 7(18.9%)   | 8(21.6%)      | 4(10.8%)           | 8(21.6%)                   | 3(8.1%)   | 37(100.0%)   |             |
| 피부노화 증상 중 고민되는 부분 | 건조함               | 18(19.1%)                | 19(20.2%)  | 15(16.0%)     | 19(20.2%)          | 17(18.1%)                  | 6(6.4%)   | 94(100.0%)   | 61.966**    |
|                   | 주름                | 17(16.5%)                | 14(13.6%)  | 14(13.6%)     | 17(16.5%)          | 37(35.9%)                  | 4(3.9%)   | 103(100.0%)  |             |
|                   | 피부처짐              | 21(20.0%)                | 16(15.2%)  | 17(16.2%)     | 19(18.1%)          | 28(26.7%)                  | 4(3.8%)   | 105(100.0%)  |             |
|                   | 모공                | 14(16.3%)                | 9(10.5%)   | 19(22.1%)     | 7(8.1%)            | 31(36.0%)                  | 6(7.0%)   | 86(100.0%)   |             |
|                   | 색소침착              | 17(16.8%)                | 16(15.8%)  | 21(20.8%)     | 18(17.8%)          | 21(20.8%)                  | 8(7.9%)   | 101(100.0%)  |             |
|                   | 트러블               | 10(16.9%)                | 10(16.9%)  | 14(23.7%)     | 8(13.6%)           | 16(27.1%)                  | 1(1.7%)   | 59(100.0%)   |             |
|                   | 홍조                | 4(11.8%)                 | 5(14.7%)   | 4(11.8%)      | 6(17.6%)           | 6(17.6%)                   | 9(26.5%)  | 34(100.0%)   |             |
|                   | 기타                | 5(12.5%)                 | 6(15.0%)   | 4(10.0%)      | 6(15.0%)           | 10(25.0%)                  | 9(22.5%)  | 40(100.0%)   |             |
| 피부노화를 느꼈을 때 최초 증상 | 잔주름 증가            | 24(21.2%)                | 7(6.2%)    | 23(20.4%)     | 13(11.5%)          | 36(31.9%)                  | 10(8.8%)  | 113(100.0%)  | 57.164**    |
|                   | 피부 각질 증가          | 6(6.0%)                  | 22(22.0%)  | 22(22.0%)     | 23(23.0%)          | 26(26.0%)                  | 1(1.0%)   | 100(100.0%)  |             |
|                   | 피부 처짐             | 15(14.7%)                | 21(20.6%)  | 11(10.8%)     | 17(16.7%)          | 24(23.5%)                  | 14(13.7%) | 102(100.0%)  |             |
|                   | 얼굴라인 변화           | 11(17.2%)                | 11(17.2%)  | 12(18.8%)     | 5(7.8%)            | 18(28.1%)                  | 7(10.9%)  | 64(100.0%)   |             |
|                   | 색소침착              | 16(25.0%)                | 7(10.9%)   | 10(15.6%)     | 9(14.1%)           | 17(26.6%)                  | 5(7.8%)   | 64(100.0%)   |             |
|                   | 피부톤 변화            | 13(16.3%)                | 16(20.0%)  | 13(16.3%)     | 17(21.3%)          | 15(18.8%)                  | 6(7.5%)   | 80(100.0%)   |             |
|                   | 넓어진 모공            | 21(21.2%)                | 11(11.1%)  | 17(17.2%)     | 16(16.2%)          | 30(30.3%)                  | 4(4.0%)   | 99(100.0%)   |             |
| 피부노화 개선 또는 감주는 방법 | 전문적 피부관리실         | 29(20.6%)                | 15(10.6%)  | 21(14.9%)     | 20(14.2%)          | 52(36.9%)                  | 4(2.8%)   | 141(100.0%)  | 34.220*     |
|                   | 미용 성형수술 및 병원 시술관리 | 19(15.4%)                | 17(13.8%)  | 27(22.0%)     | 25(20.3%)          | 28(22.8%)                  | 7(5.7%)   | 123(100.0%)  |             |
|                   | 기능성 화장품 및 메이크업    | 19(15.3%)                | 28(22.6%)  | 21(16.9%)     | 19(15.3%)          | 27(21.8%)                  | 10(8.1%)  | 124(100.0%)  |             |
|                   | 건강기능식품            | 15(14.7%)                | 18(17.6%)  | 19(18.6%)     | 20(19.6%)          | 20(19.6%)                  | 10(9.8%)  | 102(100.0%)  |             |
|                   | 규칙적 생활습관과 운동      | 24(18.2%)                | 17(12.9%)  | 20(15.2%)     | 16(12.1%)          | 39(29.5%)                  | 16(12.1%) | 132(100.0%)  |             |
| 안티에이징 화장품 사용 여부   | 예                 | 72(16.9%)                | 62(14.6%)  | 71(16.7%)     | 69(16.2%)          | 126 <sup>126</sup> (29.6%) | 26(6.1%)  | 426(100.0%)  | 8.870       |
|                   | 아니오               | 34(17.3%)                | 33(16.8%)  | 37(18.9%)     | 31(15.8%)          | 40(20.4%)                  | 21(10.7%) | 196(100.0%)  |             |
| 전체                |                   | 106 (17.0%)              | 95 (15.3%) | 108 (17.4%)   | 100 (16.1%)        | 166 (26.7%)                | 47 (7.6%) | 622 (100.0%) |             |

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

## 2-6. 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 장소 차이

피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 장소 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 23>과 같다. 나이에 비해 피부노화 정도와 피부노화로 인한 고민, 피부문제 중 고민되는 사항, 피부노화 증상 중 고민되는 부분, 피부노화 개선 또는 감추는 방법, 비건 안티에이징 화장품 사용 여부에 따라 화장품 구매 장소에 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 피부노화 인식이 ‘보통이다’인 경우 온라인 쇼핑몰이라고 응답한 비율이 34.4%로 가장 높았고, ‘아니다’는 17.9%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=30.947$ ,  $p<.001$ ), 피부노화 진행 느낌이 ‘그렇다’인 경우 온라인 쇼핑몰이라고 응답한 비율이 34.3%로 가장 높았고, ‘아니다’는 27.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=21.617$ ,  $p<.01$ ).

피부타입이 복합성인 경우 온라인 쇼핑몰이라고 응답한 비율이 38.8%로 가장 높았고, 여드름과 모른다는 각각 20.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=63.671$ ,  $p<.001$ ), 피부노화 시작 시점이 20대 후반-30대 초반인 경우 온라인 쇼핑몰이라고 응답한 비율이 48.7%로 가장 높았고, 50대는 16.1%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=74.496$ ,  $p<.001$ ).

피부노화를 느꼈을 때 최초 증상이 잔주름 증가인 경우 온라인 쇼핑몰이라고 응답한 비율이 40.7%로 가장 높았고, 색소침착은 18.8%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=52.850$ ,  $p<.001$ ).

<표 23> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 장소 차이

| 구분                   |                  | 비건 안티에이징 화장품 구매 장소 |                |                         |               |                  | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|----------------------|------------------|--------------------|----------------|-------------------------|---------------|------------------|-----------------|-------------|
|                      |                  | 온라인<br>쇼핑몰         | 오프라인<br>매장     | 병원,<br>약국,<br>피부관리<br>실 | 홈쇼핑           | 실시간<br>라이브방<br>송 |                 |             |
| 피부노화<br>인식           | 아니다              | 22<br>(17.9%)      | 22<br>(17.9%)  | 32<br>(26.0%)           | 21<br>(17.1%) | 26<br>(21.1%)    | 123<br>(100.0%) | 30.947***   |
|                      | 보통이다             | 44<br>(34.4%)      | 28<br>(21.9%)  | 20<br>(15.6%)           | 17<br>(13.3%) | 19<br>(14.8%)    | 128<br>(100.0%) |             |
|                      | 그렇다              | 126<br>(34.0%)     | 103<br>(27.8%) | 71<br>(19.1%)           | 36<br>(9.7%)  | 35<br>(9.4%)     | 371<br>(100.0%) |             |
| 피부노화<br>진행 느낌        | 아니다              | 34<br>(27.0%)      | 27<br>(21.4%)  | 21<br>(16.7%)           | 23<br>(18.3%) | 21<br>(16.7%)    | 126<br>(100.0%) | 21.617**    |
|                      | 보통이다             | 47<br>(27.3%)      | 38<br>(22.1%)  | 33<br>(19.2%)           | 26<br>(15.1%) | 28<br>(16.3%)    | 172<br>(100.0%) |             |
|                      | 그렇다              | 111<br>(34.3%)     | 88<br>(27.2%)  | 69<br>(21.3%)           | 25<br>(7.7%)  | 31<br>(9.6%)     | 324<br>(100.0%) |             |
| 나이에 비해<br>피부노화<br>정도 | 아니다              | 65<br>(27.1%)      | 59<br>(24.6%)  | 47<br>(19.6%)           | 36<br>(15.0%) | 33<br>(13.8%)    | 240<br>(100.0%) | 7.224       |
|                      | 보통이다             | 64<br>(33.5%)      | 49<br>(25.7%)  | 34<br>(17.8%)           | 22<br>(11.5%) | 22<br>(11.5%)    | 191<br>(100.0%) |             |
|                      | 그렇다              | 63<br>(33.0%)      | 45<br>(23.6%)  | 42<br>(22.0%)           | 16<br>(8.4%)  | 25<br>(13.1%)    | 191<br>(100.0%) |             |
| 피부노화로<br>인한 고민       | 아니다              | 54<br>(31.4%)      | 39<br>(22.7%)  | 30<br>(17.4%)           | 23<br>(13.4%) | 26<br>(15.1%)    | 172<br>(100.0%) | 9.549       |
|                      | 보통이다             | 56<br>(30.6%)      | 39<br>(21.3%)  | 35<br>(19.1%)           | 28<br>(15.3%) | 25<br>(13.7%)    | 183<br>(100.0%) |             |
|                      | 그렇다              | 82<br>(30.7%)      | 75<br>(28.1%)  | 58<br>(21.7%)           | 23<br>(8.6%)  | 29<br>(10.9%)    | 267<br>(100.0%) |             |
| 피부타입                 | 건성               | 45<br>(35.4%)      | 34<br>(26.8%)  | 25<br>(19.7%)           | 11<br>(8.7%)  | 12<br>(9.4%)     | 127<br>(100.0%) | 63.671***   |
|                      | 중성               | 27<br>(25.2%)      | 38<br>(35.5%)  | 25<br>(23.4%)           | 8<br>(7.5%)   | 9<br>(8.4%)      | 107<br>(100.0%) |             |
|                      | 지성               | 36<br>(33.6%)      | 25<br>(23.4%)  | 18<br>(16.8%)           | 18<br>(16.8%) | 10<br>(9.3%)     | 107<br>(100.0%) |             |
|                      | 복합성              | 50<br>(38.8%)      | 30<br>(23.3%)  | 24<br>(18.6%)           | 8<br>(6.2%)   | 17<br>(13.2%)    | 129<br>(100.0%) |             |
|                      | 민감성              | 14<br>(26.9%)      | 2<br>(3.8%)    | 13<br>(25.0%)           | 14<br>(26.9%) | 9<br>(17.3%)     | 52<br>(100.0%)  |             |
|                      | 여드름              | 11<br>(20.0%)      | 12<br>(21.8%)  | 9<br>(16.4%)            | 12<br>(21.8%) | 11<br>(20.0%)    | 55<br>(100.0%)  |             |
|                      | 모른다              | 9<br>(20.0%)       | 12<br>(26.7%)  | 9<br>(20.0%)            | 3<br>(6.7%)   | 12<br>(26.7%)    | 45<br>(100.0%)  |             |
| 피부노화<br>시작 시점        | 20대 초            | 25<br>(27.8%)      | 17<br>(18.9%)  | 20<br>(22.2%)           | 15<br>(16.7%) | 13<br>(14.4%)    | 90<br>(100.0%)  | 74.496***   |
|                      | 20대 후반-30대<br>초반 | 96<br>(48.7%)      | 43<br>(21.8%)  | 27<br>(13.7%)           | 15<br>(7.6%)  | 16<br>(8.1%)     | 197<br>(100.0%) |             |
|                      | 30대 후반-40대<br>초반 | 46<br>(21.6%)      | 70<br>(32.9%)  | 53<br>(24.9%)           | 23<br>(10.8%) | 21<br>(9.9%)     | 213<br>(100.0%) |             |
|                      | 40대 후반           | 20<br>(22.0%)      | 17<br>(18.7%)  | 18<br>(19.8%)           | 14<br>(15.4%) | 22<br>(24.2%)    | 91<br>(100.0%)  |             |
|                      | 50대              | 5<br>(16.1%)       | 6<br>(19.4%)   | 5<br>(16.1%)            | 7<br>(22.6%)  | 8<br>(25.8%)     | 31<br>(100.0%)  |             |
| 전체                   |                  | 192<br>(30.9%)     | 153<br>(24.6%) | 123<br>(19.8%)          | 74<br>(11.9%) | 80<br>(12.9%)    | 622<br>(100.0%) |             |

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

<표 23-1> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 구매 장소 차이(이어서)

| 구분                         |                      | 비건 안티에이징 화장품 구매 장소 |                |                         |               |                  | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|----------------------------|----------------------|--------------------|----------------|-------------------------|---------------|------------------|-----------------|-------------|
|                            |                      | 온라인<br>쇼핑몰         | 오프라인<br>매장     | 병원,<br>약국,<br>피부관리<br>실 | 홈쇼핑           | 실시간<br>라이브방<br>송 |                 |             |
| 피부문제 중<br>고민되는<br>사항       | 건조                   | 40<br>(36.4%)      | 18<br>(16.4%)  | 29<br>(26.4%)           | 15<br>(13.6%) | 8<br>(7.3%)      | 110<br>(100.0%) | 33.078      |
|                            | 주름                   | 26<br>(26.3%)      | 29<br>(29.3%)  | 14<br>(14.1%)           | 15<br>(15.2%) | 15<br>(15.2%)    | 99<br>(100.0%)  |             |
|                            | 모공                   | 27<br>(30.7%)      | 23<br>(26.1%)  | 15<br>(17.0%)           | 9<br>(10.2%)  | 14<br>(15.9%)    | 88<br>(100.0%)  |             |
|                            | 피부처짐                 | 45<br>(40.5%)      | 24<br>(21.6%)  | 22<br>(19.8%)           | 10<br>(9.0%)  | 10<br>(9.0%)     | 111<br>(100.0%) |             |
|                            | 트러블                  | 21<br>(33.3%)      | 14<br>(22.2%)  | 8<br>(12.7%)            | 10<br>(15.9%) | 10<br>(15.9%)    | 63<br>(100.0%)  |             |
|                            | 색소침착                 | 24<br>(21.1%)      | 35<br>(30.7%)  | 28<br>(24.6%)           | 10<br>(8.8%)  | 17<br>(14.9%)    | 114<br>(100.0%) |             |
|                            | 기타                   | 9<br>(24.3%)       | 10<br>(27.0%)  | 7<br>(18.9%)            | 5<br>(13.5%)  | 6<br>(16.2%)     | 37<br>(100.0%)  |             |
| 피부노화<br>증상 중<br>고민되는<br>부분 | 건조함                  | 35<br>(37.2%)      | 14<br>(14.9%)  | 23<br>(24.5%)           | 12<br>(12.8%) | 10<br>(10.6%)    | 94<br>(100.0%)  | 38.300      |
|                            | 주름                   | 34<br>(33.0%)      | 32<br>(31.1%)  | 15<br>(14.6%)           | 9<br>(8.7%)   | 13<br>(12.6%)    | 103<br>(100.0%) |             |
|                            | 피부처짐                 | 39<br>(37.1%)      | 30<br>(28.6%)  | 20<br>(19.0%)           | 10<br>(9.5%)  | 6<br>(5.7%)      | 105<br>(100.0%) |             |
|                            | 모공                   | 24<br>(27.9%)      | 20<br>(23.3%)  | 18<br>(20.9%)           | 10<br>(11.6%) | 14<br>(16.3%)    | 86<br>(100.0%)  |             |
|                            | 색소침착                 | 28<br>(27.7%)      | 31<br>(30.7%)  | 21<br>(20.8%)           | 8<br>(7.9%)   | 13<br>(12.9%)    | 101<br>(100.0%) |             |
|                            | 트러블                  | 18<br>(30.5%)      | 12<br>(20.3%)  | 9<br>(15.3%)            | 12<br>(20.3%) | 8<br>(13.6%)     | 59<br>(100.0%)  |             |
|                            | 홍조                   | 7<br>(20.6%)       | 7<br>(20.6%)   | 8<br>(23.5%)            | 6<br>(17.6%)  | 6<br>(17.6%)     | 34<br>(100.0%)  |             |
|                            | 기타                   | 7<br>(17.5%)       | 7<br>(17.5%)   | 9<br>(22.5%)            | 7<br>(17.5%)  | 10<br>(25.0%)    | 40<br>(100.0%)  |             |
| 피부노화를<br>느꼈을 때<br>최초 증상    | 잔주름 증가               | 46<br>(40.7%)      | 23<br>(20.4%)  | 20<br>(17.7%)           | 14<br>(12.4%) | 10<br>(8.8%)     | 113<br>(100.0%) | 52.850***   |
|                            | 피부 각질 증가             | 26<br>(26.0%)      | 31<br>(31.0%)  | 21<br>(21.0%)           | 6<br>(6.0%)   | 16<br>(16.0%)    | 100<br>(100.0%) |             |
|                            | 피부 처짐                | 30<br>(29.4%)      | 21<br>(20.6%)  | 36<br>(35.3%)           | 9<br>(8.8%)   | 6<br>(5.9%)      | 102<br>(100.0%) |             |
|                            | 얼굴라인 변화              | 17<br>(26.6%)      | 15<br>(23.4%)  | 12<br>(18.8%)           | 8<br>(12.5%)  | 12<br>(18.8%)    | 64<br>(100.0%)  |             |
|                            | 색소침착                 | 12<br>(18.8%)      | 23<br>(35.9%)  | 8<br>(12.5%)            | 11<br>(17.2%) | 10<br>(15.6%)    | 64<br>(100.0%)  |             |
|                            | 피부톤 변화               | 22<br>(27.5%)      | 18<br>(22.5%)  | 13<br>(16.3%)           | 11<br>(13.8%) | 16<br>(20.0%)    | 80<br>(100.0%)  |             |
|                            | 넓어진 모공               | 39<br>(39.4%)      | 22<br>(22.2%)  | 13<br>(13.1%)           | 15<br>(15.2%) | 10<br>(10.1%)    | 99<br>(100.0%)  |             |
| 피부노화<br>개선 또는<br>감추는 방법    | 전문적 피부관리실            | 47<br>(33.3%)      | 33<br>(23.4%)  | 28<br>(19.9%)           | 12<br>(8.5%)  | 21<br>(14.9%)    | 141<br>(100.0%) | 11.258      |
|                            | 미용 성형수술 및<br>병원 시술관리 | 38<br>(30.9%)      | 27<br>(22.0%)  | 28<br>(22.8%)           | 12<br>(9.8%)  | 18<br>(14.6%)    | 123<br>(100.0%) |             |
|                            | 기능성 화장품 및<br>메이크업    | 40<br>(32.3%)      | 29<br>(23.4%)  | 19<br>(15.3%)           | 21<br>(16.9%) | 15<br>(12.1%)    | 124<br>(100.0%) |             |
|                            | 건강기능식품               | 25<br>(24.5%)      | 29<br>(28.4%)  | 23<br>(22.5%)           | 13<br>(12.7%) | 12<br>(11.8%)    | 102<br>(100.0%) |             |
|                            | 규칙적 생활습관과<br>운동      | 42<br>(31.8%)      | 35<br>(26.5%)  | 25<br>(18.9%)           | 16<br>(12.1%) | 14<br>(10.6%)    | 132<br>(100.0%) |             |
| 안티에이징<br>화장품<br>사용 여부      | 예                    | 136<br>(31.9%)     | 116<br>(27.2%) | 80<br>(18.8%)           | 46<br>(10.8%) | 48<br>(11.3%)    | 426<br>(100.0%) | 9.017       |
|                            | 아니오                  | 56<br>(28.6%)      | 37<br>(18.9%)  | 43<br>(21.9%)           | 28<br>(14.3%) | 32<br>(16.3%)    | 196<br>(100.0%) |             |
| 전체                         |                      | 192<br>(30.9%)     | 153<br>(24.6%) | 123<br>(19.8%)          | 74<br>(11.9%) | 80<br>(12.9%)    | 622<br>(100.0%) |             |

\*\*\* $p < .001$

## 2-7. 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과 차이

피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 24>와 같다. 피부노화 인식과 피부노화 진행 느낌, 피부노화로 인한 고민, 피부문제 중 고민되는 사항, 피부노화 증상 중 고민되는 부분, 피부노화 개선 또는 감추는 방법, 비건 안티에이징 화장품 사용 여부에 따라 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과에 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 나이에 비해 피부노화 정도가 ‘그렇다’인 경우 보습이라고 응답한 비율이 30.4%로 가장 높았고, ‘아니다’는 21.7%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=19.131$ ,  $p<.05$ ), 피부타입이 복합성인 경우 보습이라고 응답한 비율이 33.3%로 가장 높았고, 중성은 14.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=43.715$ ,  $p<.01$ ).

피부노화 시작 시점이 20대 후반-30대 초반인 경우 보습이라고 응답한 비율이 35.0%로 가장 높았고, 50대는 12.9%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=37.405$ ,  $p<.01$ ), 피부노화를 느꼈을 때 최초 증상이 잔주름 증가인 경우 보습이라고 응답한 비율이 33.6%로 가장 높았고, 피부 각질 증가는 19.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다.( $\chi^2=48.232$ ,  $p<.01$ ).

<표 24> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과 차이

| 구분             |               | 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과 |                |                |                |                | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|----------------|---------------|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-------------|
|                |               | 수분                   | 보습             | 탄력/주름          | 영양             | 기미/잡티          |                 |             |
| 피부노화 인식        | 아니다           | 31<br>(25.2%)        | 24<br>(19.5%)  | 20<br>(16.3%)  | 28<br>(22.8%)  | 20<br>(16.3%)  | 123<br>(100.0%) | 10.909      |
|                | 보통이다          | 25<br>(19.5%)        | 39<br>(30.5%)  | 15<br>(11.7%)  | 25<br>(19.5%)  | 24<br>(18.8%)  | 128<br>(100.0%) |             |
|                | 그렇다           | 75<br>(20.2%)        | 99<br>(26.7%)  | 76<br>(20.5%)  | 63<br>(17.0%)  | 58<br>(15.6%)  | 371<br>(100.0%) |             |
| 피부노화 진행 느낌     | 아니다           | 31<br>(24.6%)        | 26<br>(20.6%)  | 16<br>(12.7%)  | 30<br>(23.8%)  | 23<br>(18.3%)  | 126<br>(100.0%) | 9.982       |
|                | 보통이다          | 39<br>(22.7%)        | 42<br>(24.4%)  | 32<br>(18.6%)  | 33<br>(19.2%)  | 26<br>(15.1%)  | 172<br>(100.0%) |             |
|                | 그렇다           | 61<br>(18.8%)        | 94<br>(29.0%)  | 63<br>(19.4%)  | 53<br>(16.4%)  | 53<br>(16.4%)  | 324<br>(100.0%) |             |
| 나이에 비해 피부노화 정도 | 아니다           | 39<br>(16.3%)        | 52<br>(21.7%)  | 42<br>(17.5%)  | 56<br>(23.3%)  | 51<br>(21.3%)  | 240<br>(100.0%) | 19.131*     |
|                | 보통이다          | 49<br>(25.7%)        | 52<br>(27.2%)  | 34<br>(17.8%)  | 33<br>(17.3%)  | 23<br>(12.0%)  | 191<br>(100.0%) |             |
|                | 그렇다           | 43<br>(22.5%)        | 58<br>(30.4%)  | 35<br>(18.3%)  | 27<br>(14.1%)  | 28<br>(14.7%)  | 191<br>(100.0%) |             |
| 피부노화로 인한 고민    | 아니다           | 33<br>(19.2%)        | 42<br>(24.4%)  | 26<br>(15.1%)  | 43<br>(25.0%)  | 28<br>(16.3%)  | 172<br>(100.0%) | 12.209      |
|                | 보통이다          | 45<br>(24.6%)        | 51<br>(27.9%)  | 38<br>(20.8%)  | 26<br>(14.2%)  | 23<br>(12.6%)  | 183<br>(100.0%) |             |
|                | 그렇다           | 53<br>(19.9%)        | 69<br>(25.8%)  | 47<br>(17.6%)  | 47<br>(17.6%)  | 51<br>(19.1%)  | 267<br>(100.0%) |             |
| 피부타입           | 건성            | 35<br>(27.6%)        | 33<br>(26.0%)  | 14<br>(11.0%)  | 24<br>(18.9%)  | 21<br>(16.5%)  | 127<br>(100.0%) | 43.715**    |
|                | 중성            | 18<br>(16.8%)        | 15<br>(14.0%)  | 21<br>(19.6%)  | 27<br>(25.2%)  | 26<br>(24.3%)  | 107<br>(100.0%) |             |
|                | 지성            | 27<br>(25.2%)        | 31<br>(29.0%)  | 19<br>(17.8%)  | 11<br>(10.3%)  | 19<br>(17.8%)  | 107<br>(100.0%) |             |
|                | 복합성           | 23<br>(17.8%)        | 43<br>(33.3%)  | 30<br>(23.3%)  | 19<br>(14.7%)  | 14<br>(10.9%)  | 129<br>(100.0%) |             |
|                | 민감성           | 7(13.5%)             | 16<br>(30.8%)  | 10<br>(19.2%)  | 13<br>(25.0%)  | 6<br>(11.5%)   | 52<br>(100.0%)  |             |
|                | 여드름           | 14<br>(25.5%)        | 10<br>(18.2%)  | 9<br>(16.4%)   | 15<br>(27.3%)  | 7<br>(12.7%)   | 55<br>(100.0%)  |             |
|                | 모른다           | 7<br>(15.6%)         | 14<br>(31.1%)  | 8<br>(17.8%)   | 7<br>(15.6%)   | 9<br>(20.0%)   | 45<br>(100.0%)  |             |
| 피부노화 시작 시점     | 20대 초         | 22<br>(24.4%)        | 23<br>(25.6%)  | 13<br>(14.4%)  | 18<br>(20.0%)  | 14<br>(15.6%)  | 90<br>(100.0%)  | 37.405**    |
|                | 20대 후반-30대 초반 | 46<br>(23.4%)        | 69<br>(35.0%)  | 41<br>(20.8%)  | 24<br>(12.2%)  | 17<br>(8.6%)   | 197<br>(100.0%) |             |
|                | 30대 후반-40대 초반 | 40<br>(18.8%)        | 42<br>(19.7%)  | 37<br>(17.4%)  | 49<br>(23.0%)  | 45<br>(21.1%)  | 213<br>(100.0%) |             |
|                | 40대 후반        | 18<br>(19.8%)        | 24<br>(26.4%)  | 16<br>(17.6%)  | 16<br>(17.6%)  | 17<br>(18.7%)  | 91<br>(100.0%)  |             |
|                | 50대           | 5<br>(16.1%)         | 4<br>(12.9%)   | 4<br>(12.9%)   | 9<br>(29.0%)   | 9<br>(29.0%)   | 31<br>(100.0%)  |             |
| 전체             |               | 131<br>(21.1%)       | 162<br>(26.0%) | 111<br>(17.8%) | 116<br>(18.6%) | 102<br>(16.4%) | 622<br>(100.0%) |             |

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



<표 24-1> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과 차이(이어서)

| 구분                |                   | 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과 |                |                |                |                | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|-------------------|-------------------|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-------------|
|                   |                   | 수분                   | 보습             | 탄력/주름          | 영양             | 기미/잡티          |                 |             |
| 피부문제 중 고민되는 사항    | 건조                | 23<br>(20.9%)        | 29<br>(26.4%)  | 13<br>(11.8%)  | 24<br>(21.8%)  | 21<br>(19.1%)  | 110<br>(100.0%) | 27.039      |
|                   | 주름                | 18<br>(18.2%)        | 26<br>(26.3%)  | 16<br>(16.2%)  | 20<br>(20.2%)  | 19<br>(19.2%)  | 99<br>(100.0%)  |             |
|                   | 모공                | 18<br>(20.5%)        | 24<br>(27.3%)  | 21<br>(23.9%)  | 17<br>(19.3%)  | 8<br>(9.1%)    | 88<br>(100.0%)  |             |
|                   | 피부처짐              | 24<br>(21.6%)        | 25<br>(22.5%)  | 22<br>(19.8%)  | 22<br>(19.8%)  | 18<br>(16.2%)  | 111<br>(100.0%) |             |
|                   | 트러블               | 16<br>(25.4%)        | 19<br>(30.2%)  | 12<br>(19.0%)  | 11<br>(17.5%)  | 5<br>(7.9%)    | 63<br>(100.0%)  |             |
|                   | 색소침착              | 21<br>(18.4%)        | 36<br>(31.6%)  | 20<br>(17.5%)  | 13<br>(11.4%)  | 24<br>(21.1%)  | 114<br>(100.0%) |             |
|                   | 기타                | 11<br>(29.7%)        | 3<br>(8.1%)    | 7<br>(18.9%)   | 9<br>(24.3%)   | 7<br>(18.9%)   | 37<br>(100.0%)  |             |
| 피부노화 증상 중 고민되는 부분 | 건조함               | 21<br>(22.3%)        | 23<br>(24.5%)  | 8<br>(8.5%)    | 21<br>(22.3%)  | 21<br>(22.3%)  | 94<br>(100.0%)  | 30.439      |
|                   | 주름                | 22<br>(21.4%)        | 25<br>(24.3%)  | 23<br>(22.3%)  | 16<br>(15.5%)  | 17<br>(16.5%)  | 103<br>(100.0%) |             |
|                   | 피부처짐              | 23<br>(21.9%)        | 30<br>(28.6%)  | 16<br>(15.2%)  | 16<br>(15.2%)  | 20<br>(19.0%)  | 105<br>(100.0%) |             |
|                   | 모공                | 20<br>(23.3%)        | 21<br>(24.4%)  | 20<br>(23.3%)  | 17<br>(19.8%)  | 8<br>(9.3%)    | 86<br>(100.0%)  |             |
|                   | 색소침착              | 19<br>(18.8%)        | 28<br>(27.7%)  | 21<br>(20.8%)  | 16<br>(15.8%)  | 17<br>(16.8%)  | 101<br>(100.0%) |             |
|                   | 트러블               | 14<br>(23.7%)        | 18<br>(30.5%)  | 9<br>(15.3%)   | 11<br>(18.6%)  | 7<br>(11.9%)   | 59<br>(100.0%)  |             |
|                   | 홍조                | 7<br>(20.6%)         | 4<br>(11.8%)   | 4<br>(11.8%)   | 11<br>(32.4%)  | 8<br>(23.5%)   | 34<br>(100.0%)  |             |
|                   | 기타                | 5<br>(12.5%)         | 13<br>(32.5%)  | 10<br>(25.0%)  | 8<br>(20.0%)   | 4<br>(10.0%)   | 40<br>(100.0%)  |             |
| 피부노화를 느꼈을 때 최초 증상 | 잔주름 증가            | 33<br>(29.2%)        | 38<br>(33.6%)  | 21<br>(18.6%)  | 11<br>(9.7%)   | 10<br>(8.8%)   | 113<br>(100.0%) | 48.232**    |
|                   | 피부 각질 증가          | 18<br>(18.0%)        | 19<br>(19.0%)  | 11<br>(11.0%)  | 26<br>(26.0%)  | 26<br>(26.0%)  | 100<br>(100.0%) |             |
|                   | 피부 처짐             | 19<br>(18.6%)        | 27<br>(26.5%)  | 21<br>(20.6%)  | 17<br>(16.7%)  | 18<br>(17.6%)  | 102<br>(100.0%) |             |
|                   | 얼굴라인 변화           | 17<br>(26.6%)        | 16<br>(25.0%)  | 10<br>(15.6%)  | 8<br>(12.5%)   | 13<br>(20.3%)  | 64<br>(100.0%)  |             |
|                   | 색소침착              | 7<br>(10.9%)         | 18<br>(28.1%)  | 14<br>(21.9%)  | 10<br>(15.6%)  | 15<br>(23.4%)  | 64<br>(100.0%)  |             |
|                   | 피부톤 변화            | 15<br>(18.8%)        | 17<br>(21.3%)  | 15<br>(18.8%)  | 24<br>(30.0%)  | 9<br>(11.3%)   | 80<br>(100.0%)  |             |
|                   | 넓어진 모공            | 22<br>(22.2%)        | 27<br>(27.3%)  | 19<br>(19.2%)  | 20<br>(20.2%)  | 11<br>(11.1%)  | 99<br>(100.0%)  |             |
| 피부노화 개선 또는 감추는 방법 | 전문적 피부관리실         | 27<br>(19.1%)        | 40<br>(28.4%)  | 28<br>(19.9%)  | 28<br>(19.9%)  | 18<br>(12.8%)  | 141<br>(100.0%) | 17.314      |
|                   | 미용 성형수술 및 병원 시술관리 | 26<br>(21.1%)        | 27<br>(22.0%)  | 18<br>(14.6%)  | 30<br>(24.4%)  | 22<br>(17.9%)  | 123<br>(100.0%) |             |
|                   | 기능성 화장품 및 메이크업    | 26<br>(21.0%)        | 32<br>(25.8%)  | 21<br>(16.9%)  | 20<br>(16.1%)  | 25<br>(20.2%)  | 124<br>(100.0%) |             |
|                   | 건강기능식품            | 23<br>(22.5%)        | 19<br>(18.6%)  | 20<br>(19.6%)  | 18<br>(17.6%)  | 22<br>(21.6%)  | 102<br>(100.0%) |             |
|                   | 규칙적 생활습관과 운동      | 29<br>(22.0%)        | 44<br>(33.3%)  | 24<br>(18.2%)  | 20<br>(15.2%)  | 15<br>(11.4%)  | 132<br>(100.0%) |             |
| 안티에이징 화장품 사용 여부   | 예                 | 85<br>(20.0%)        | 110<br>(25.8%) | 83<br>(19.5%)  | 77<br>(18.1%)  | 71<br>(16.7%)  | 426<br>(100.0%) | 3.145       |
|                   | 아니오               | 46<br>(23.5%)        | 52<br>(26.5%)  | 28<br>(14.3%)  | 39<br>(19.9%)  | 31<br>(15.8%)  | 196<br>(100.0%) |             |
| 전체                |                   | 131<br>(21.1%)       | 162<br>(26.0%) | 111<br>(17.8%) | 116<br>(18.6%) | 102<br>(16.4%) | 622<br>(100.0%) |             |

\*\* $p < .01$

## 2-8. 피부노화 일반적 인식에 따른 정보 경로 차이

피부노화 일반적 인식에 따른 정보 경로 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 25>와 같다. 피부노화 시작 시점과 피부노화를 느꼈을 때 최초 증상에 따라 정보 경로에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 피부노화 시작 시점이 30대 후반-40대 초반인 경우 지인이라고 응답한 비율이 26.3%로 가장 높았고, 20대 초는 14.4%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=42.903$ ,  $p<.01$ ), 피부노화를 느꼈을 때 최초 증상이 잔주름 증가인 경우 지인이라고 응답한 비율이 29.2%로 가장 높았고, 얼굴라인 변화가 17.2%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=45.652$ ,  $p<.05$ ).

<표 25> 피부노화 일반적 인식에 따른 정보 경로 차이

| 구분                      |               | 정보 경로                |                |                |               |                          |               | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|-------------------------|---------------|----------------------|----------------|----------------|---------------|--------------------------|---------------|-----------------|-------------|
|                         |               | SNS<br>광고 및<br>인플루언서 | 지인             | 인터넷<br>검색      | 판매처<br>직원     | 화장품<br>브랜드<br>공식<br>홈페이지 | 매체 및<br>기사    |                 |             |
| 피부노화<br>인식              | 아니다           | 29<br>(23.6%)        | 26<br>(21.1%)  | 17<br>(13.8%)  | 17<br>(13.8%) | 16<br>(13.0%)            | 18<br>(14.6%) | 123<br>(100.0%) | 9.669       |
|                         | 보통이다          | 23<br>(18.0%)        | 21<br>(16.4%)  | 28<br>(21.9%)  | 18<br>(14.1%) | 16<br>(12.5%)            | 22<br>(17.2%) | 128<br>(100.0%) |             |
|                         | 그렇다           | 74<br>(19.9%)        | 92<br>(24.8%)  | 55<br>(14.8%)  | 58<br>(15.6%) | 35<br>(9.4%)             | 57<br>(15.4%) | 371<br>(100.0%) |             |
| 피부노화<br>진행 느낌           | 아니다           | 29<br>(23.0%)        | 22<br>(17.5%)  | 21<br>(16.7%)  | 18<br>(14.3%) | 21<br>(16.7%)            | 15<br>(11.9%) | 126<br>(100.0%) | 14.144      |
|                         | 보통이다          | 28<br>(16.3%)        | 36<br>(20.9%)  | 32<br>(18.6%)  | 27<br>(15.7%) | 15<br>(8.7%)             | 34<br>(19.8%) | 172<br>(100.0%) |             |
|                         | 그렇다           | 69<br>(21.3%)        | 81<br>(25.0%)  | 47<br>(14.5%)  | 48<br>(14.8%) | 31<br>(9.6%)             | 48<br>(14.8%) | 324<br>(100.0%) |             |
| 나이에<br>비해<br>피부노화<br>정도 | 아니다           | 45<br>(18.8%)        | 59<br>(24.6%)  | 35<br>(14.6%)  | 41<br>(17.1%) | 23<br>(9.6%)             | 37<br>(15.4%) | 240<br>(100.0%) | 11.866      |
|                         | 보통이다          | 39<br>(20.4%)        | 41<br>(21.5%)  | 32<br>(16.8%)  | 27<br>(14.1%) | 15<br>(7.9%)             | 37<br>(19.4%) | 191<br>(100.0%) |             |
|                         | 그렇다           | 42<br>(22.0%)        | 39<br>(20.4%)  | 33<br>(17.3%)  | 25<br>(13.1%) | 29<br>(15.2%)            | 23<br>(12.0%) | 191<br>(100.0%) |             |
| 피부노화로<br>인한 고민          | 아니다           | 30<br>(17.4%)        | 41<br>(23.8%)  | 26<br>(15.1%)  | 26<br>(15.1%) | 25<br>(14.5%)            | 24<br>(14.0%) | 172<br>(100.0%) | 7.307       |
|                         | 보통이다          | 39<br>(21.3%)        | 44<br>(24.0%)  | 32<br>(17.5%)  | 26<br>(14.2%) | 13<br>(7.1%)             | 29<br>(15.8%) | 183<br>(100.0%) |             |
|                         | 그렇다           | 57<br>(21.3%)        | 54<br>(20.2%)  | 42<br>(15.7%)  | 41<br>(15.4%) | 29<br>(10.9%)            | 44<br>(16.5%) | 267<br>(100.0%) |             |
| 피부타입                    | 건성            | 28<br>(22.0%)        | 27<br>(21.3%)  | 20<br>(15.7%)  | 18<br>(14.2%) | 11<br>(8.7%)             | 23<br>(18.1%) | 127<br>(100.0%) | 31.205      |
|                         | 중성            | 14<br>(13.1%)        | 30<br>(28.0%)  | 15<br>(14.0%)  | 16<br>(15.0%) | 11<br>(10.3%)            | 21<br>(19.6%) | 107<br>(100.0%) |             |
|                         | 지성            | 13<br>(12.1%)        | 32<br>(29.9%)  | 18<br>(16.8%)  | 19<br>(17.8%) | 13<br>(12.1%)            | 12<br>(11.2%) | 107<br>(100.0%) |             |
|                         | 복합성           | 31<br>(24.0%)        | 23<br>(17.8%)  | 24<br>(18.6%)  | 16<br>(12.4%) | 14<br>(10.9%)            | 21<br>(16.3%) | 129<br>(100.0%) |             |
|                         | 민감성           | 17<br>(32.7%)        | 7<br>(13.5%)   | 6<br>(11.5%)   | 7<br>(13.5%)  | 8<br>(15.4%)             | 7<br>(13.5%)  | 52<br>(100.0%)  |             |
|                         | 여드름           | 15<br>(27.3%)        | 12<br>(21.8%)  | 9<br>(16.4%)   | 10<br>(18.2%) | 4<br>(7.3%)              | 5<br>(9.1%)   | 55<br>(100.0%)  |             |
|                         | 모른다           | 8<br>(17.8%)         | 8<br>(17.8%)   | 8<br>(17.8%)   | 7<br>(15.6%)  | 6<br>(13.3%)             | 8<br>(17.8%)  | 45<br>(100.0%)  |             |
| 피부노화<br>시작 시점           | 20대 초         | 16<br>(17.8%)        | 13<br>(14.4%)  | 19<br>(21.1%)  | 11<br>(12.2%) | 12<br>(13.3%)            | 19<br>(21.1%) | 90<br>(100.0%)  | 42.903**    |
|                         | 20대 후반-30대 초반 | 56<br>(28.4%)        | 43<br>(21.8%)  | 28<br>(14.2%)  | 19<br>(9.6%)  | 30<br>(15.2%)            | 21<br>(10.7%) | 197<br>(100.0%) |             |
|                         | 30대 후반-40대 초반 | 33<br>(15.5%)        | 56<br>(26.3%)  | 38<br>(17.8%)  | 40<br>(18.8%) | 11<br>(5.2%)             | 35<br>(16.4%) | 213<br>(100.0%) |             |
|                         | 40대 후반        | 17<br>(18.7%)        | 22<br>(24.2%)  | 10<br>(11.0%)  | 16<br>(17.6%) | 11<br>(12.1%)            | 15<br>(16.5%) | 91<br>(100.0%)  |             |
|                         | 50대           | 4<br>(12.9%)         | 5<br>(16.1%)   | 5<br>(16.1%)   | 7<br>(22.6%)  | 3<br>(9.7%)              | 7<br>(22.6%)  | 31<br>(100.0%)  |             |
| 전체                      |               | 126<br>(20.3%)       | 139<br>(22.3%) | 100<br>(16.1%) | 93<br>(15.0%) | 67<br>(10.8%)            | 97<br>(15.6%) | 622<br>(100.0%) |             |

<표 25-1> 피부노화 일반적 인식에 따른 정보 경로 차이(이어서)

| 구분                            |                       | 정보 경로                |                |                |               |                          |               | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|-------------------------------|-----------------------|----------------------|----------------|----------------|---------------|--------------------------|---------------|-----------------|-------------|
|                               |                       | SNS<br>광고 및<br>인플루언서 | 지인             | 인터넷<br>검색      | 판매처<br>직원     | 화장품<br>브랜드<br>공식<br>홈페이지 | 매체 및<br>기사    |                 |             |
| 피부문제<br>중<br>고민되는<br>사항       | 건조                    | 26<br>(23.6%)        | 21<br>(19.1%)  | 18<br>(16.4%)  | 12<br>(10.9%) | 13<br>(11.8%)            | 20<br>(18.2%) | 110<br>(100.0%) | 43.573      |
|                               | 주름                    | 8<br>(8.1%)          | 31<br>(31.3%)  | 13<br>(13.1%)  | 21<br>(21.2%) | 9<br>(9.1%)              | 17<br>(17.2%) | 99<br>(100.0%)  |             |
|                               | 모공                    | 23<br>(26.1%)        | 22<br>(25.0%)  | 17<br>(19.3%)  | 13<br>(14.8%) | 5(5.7%)                  | 8<br>(9.1%)   | 88<br>(100.0%)  |             |
|                               | 피부처짐                  | 29<br>(26.1%)        | 22<br>(19.8%)  | 19<br>(17.1%)  | 14<br>(12.6%) | 14<br>(12.6%)            | 13<br>(11.7%) | 111<br>(100.0%) |             |
|                               | 트러블                   | 12<br>(19.0%)        | 7<br>(11.1%)   | 9<br>(14.3%)   | 9<br>(14.3%)  | 11<br>(17.5%)            | 15<br>(23.8%) | 63<br>(100.0%)  |             |
|                               | 색소침착                  | 17<br>(14.9%)        | 28<br>(24.6%)  | 17<br>(14.9%)  | 19<br>(16.7%) | 12<br>(10.5%)            | 21<br>(18.4%) | 114<br>(100.0%) |             |
|                               | 기타                    | 11<br>(29.7%)        | 8<br>(21.6%)   | 7<br>(18.9%)   | 5<br>(13.5%)  | 3<br>(8.1%)              | 3<br>(8.1%)   | 37<br>(100.0%)  |             |
| 피부노화<br>증상<br>중<br>고민되는<br>부분 | 건조함                   | 25<br>(26.6%)        | 22<br>(23.4%)  | 14<br>(14.9%)  | 14<br>(14.9%) | 6<br>(6.4%)              | 13<br>(13.8%) | 94<br>(100.0%)  | 36.815      |
|                               | 주름                    | 15<br>(14.6%)        | 34<br>(33.0%)  | 18<br>(17.5%)  | 15<br>(14.6%) | 12<br>(11.7%)            | 9<br>(8.7%)   | 103<br>(100.0%) |             |
|                               | 피부처짐                  | 22<br>(21.0%)        | 22<br>(21.0%)  | 19<br>(18.1%)  | 14<br>(13.3%) | 10<br>(9.5%)             | 18<br>(17.1%) | 105<br>(100.0%) |             |
|                               | 모공                    | 21<br>(24.4%)        | 17<br>(19.8%)  | 15<br>(17.4%)  | 11<br>(12.8%) | 7<br>(8.1%)              | 15<br>(17.4%) | 86<br>(100.0%)  |             |
|                               | 색소침착                  | 21<br>(20.8%)        | 23<br>(22.8%)  | 10<br>(9.9%)   | 17<br>(16.8%) | 12<br>(11.9%)            | 18<br>(17.8%) | 101<br>(100.0%) |             |
|                               | 트러블                   | 12<br>(20.3%)        | 6<br>(10.2%)   | 11<br>(18.6%)  | 8<br>(13.6%)  | 9<br>(15.3%)             | 13<br>(22.0%) | 59<br>(100.0%)  |             |
|                               | 홍조                    | 7(20.6%)             | 4(11.8%)       | 5(14.7%)       | 7(20.6%)      | 4(11.8%)                 | 7(20.6%)      | 34(100.0%)      |             |
| 피부노화를<br>느꼈을 때<br>최초 증상       | 기타                    | 3<br>(7.5%)          | 11<br>(27.5%)  | 8<br>(20.0%)   | 7<br>(17.5%)  | 7<br>(17.5%)             | 4<br>(10.0%)  | 40<br>(100.0%)  | 45.652*     |
|                               | 잔주름 증가                | 29<br>(25.7%)        | 33<br>(29.2%)  | 11<br>(9.7%)   | 12<br>(10.6%) | 13<br>(11.5%)            | 15<br>(13.3%) | 113<br>(100.0%) |             |
|                               | 피부 각질 증가              | 23<br>(23.0%)        | 29<br>(29.0%)  | 15<br>(15.0%)  | 12<br>(12.0%) | 5<br>(5.0%)              | 16<br>(16.0%) | 100<br>(100.0%) |             |
|                               | 피부 처짐                 | 14<br>(13.7%)        | 19<br>(18.6%)  | 20<br>(19.6%)  | 17<br>(16.7%) | 10<br>(9.8%)             | 22<br>(21.6%) | 102<br>(100.0%) |             |
|                               | 얼굴라인 변화               | 22<br>(34.4%)        | 11<br>(17.2%)  | 10<br>(15.6%)  | 7<br>(10.9%)  | 7<br>(10.9%)             | 7<br>(10.9%)  | 64<br>(100.0%)  |             |
|                               | 색소침착                  | 12<br>(18.8%)        | 12<br>(18.8%)  | 9<br>(14.1%)   | 15<br>(23.4%) | 10<br>(15.6%)            | 6<br>(9.4%)   | 64<br>(100.0%)  |             |
|                               | 피부톤 변화                | 11<br>(13.8%)        | 14<br>(17.5%)  | 17<br>(21.3%)  | 17<br>(21.3%) | 8<br>(10.0%)             | 13<br>(16.3%) | 80<br>(100.0%)  |             |
| 피부노화<br>개선 또는<br>감추는<br>방법    | 넓어진 모공                | 15<br>(15.2%)        | 21<br>(21.2%)  | 18<br>(18.2%)  | 13<br>(13.1%) | 14<br>(14.1%)            | 18<br>(18.2%) | 99<br>(100.0%)  | 28.777      |
|                               | 전문적<br>피부관리실          | 26<br>(18.4%)        | 37<br>(26.2%)  | 21<br>(14.9%)  | 14<br>(9.9%)  | 14<br>(9.9%)             | 29<br>(20.6%) | 141<br>(100.0%) |             |
|                               | 미용 성형수술 및<br>병원 시술관리  | 33<br>(26.8%)        | 24<br>(19.5%)  | 24<br>(19.5%)  | 16<br>(13.0%) | 9<br>(7.3%)              | 17<br>(13.8%) | 123<br>(100.0%) |             |
|                               | 기능성 화장품 및<br>메이크업     | 19<br>(15.3%)        | 22<br>(17.7%)  | 22<br>(17.7%)  | 22<br>(17.7%) | 19<br>(15.3%)            | 20<br>(16.1%) | 124<br>(100.0%) |             |
|                               | 건강기능식품                | 16<br>(15.7%)        | 22<br>(21.6%)  | 21<br>(20.6%)  | 19<br>(18.6%) | 9<br>(8.8%)              | 15<br>(14.7%) | 102<br>(100.0%) |             |
|                               | 규칙적<br>생활습관과 운동       | 32<br>(24.2%)        | 34<br>(25.8%)  | 12<br>(9.1%)   | 22<br>(16.7%) | 16<br>(12.1%)            | 16<br>(12.1%) | 132<br>(100.0%) |             |
|                               | 안티에이징<br>화장품<br>사용 여부 | 91<br>(21.4%)        | 96<br>(22.5%)  | 74<br>(17.4%)  | 62<br>(14.6%) | 41<br>(9.6%)             | 62<br>(14.6%) | 426<br>(100.0%) |             |
| 안티에이징<br>화장품<br>사용 여부         | 예                     | 35<br>(17.9%)        | 43<br>(21.9%)  | 26<br>(13.3%)  | 31<br>(15.8%) | 26<br>(13.3%)            | 35<br>(17.9%) | 196<br>(100.0%) | 4.977       |
|                               | 아니오                   | 126<br>(20.3%)       | 139<br>(22.3%) | 100<br>(16.1%) | 93<br>(15.0%) | 67<br>(10.8%)            | 97<br>(15.6%) | 622<br>(100.0%) |             |
| 전체                            |                       | 126<br>(20.3%)       | 139<br>(22.3%) | 100<br>(16.1%) | 93<br>(15.0%) | 67<br>(10.8%)            | 97<br>(15.6%) | 622<br>(100.0%) |             |

\*\* $p < .01$

\* $p < .05$

## 2-9. 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 가장 큰 장점 차이

피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 가장 큰 장점 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 26>과 같다. 피부노화 인식과 피부노화 진행 느낌, 피부타입, 피부노화 시작 시점에 따라 가장 큰 장점에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 피부노화 인식이 ‘그렇다’인 경우 피부에 유익한 성분이라고 응답한 비율이 29.1%로 가장 높았고, ‘아니다’는 18.7%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며 ( $\chi^2=17.398$ ,  $p<.05$ ), 피부노화 진행 느낌이 ‘그렇다’인 경우 피부에 유익한 성분이라고 응답한 비율이 31.2%로 가장 높았고, ‘아니다’는 15.9%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=20.495$ ,  $p<.01$ ).

피부타입이 복합성인 경우 피부에 유익한 성분이라고 응답한 비율이 37.2%로 가장 높았고, 여드름은 18.2%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=51.427$ ,  $p<.001$ ), 피부노화 시작 시점이 20대 후반-30대 초반인 경우 피부에 유익한 성분이라고 응답한 비율이 36.5%로 가장 높았고, 40대 후반은 16.5%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=30.420$ ,  $p<.05$ ).

<표 26> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 가장 큰 장점 차이

| 구분                   |               | 비건 안티에이징 화장품 가장 큰 장점 |                |                           |                                               |                                      | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|----------------------|---------------|----------------------|----------------|---------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------|-----------------|-------------|
|                      |               | 피부에<br>유익한<br>성분     | 동물<br>실험<br>반대 | 건강과<br>환경을<br>생각하는<br>가치관 | 풍부한<br>보습·<br>탄력감<br>제공·<br>피부에<br>무해 및<br>안전 | 윤리적<br>소비를<br>하고<br>있다는<br>인식이<br>든다 |                 |             |
| 피부노화<br>인식           | 아니다           | 23<br>(18.7%)        | 26<br>(21.1%)  | 22<br>(17.9%)             | 26<br>(21.1%)                                 | 26<br>(21.1%)                        | 123<br>(100.0%) | 17.398*     |
|                      | 보통이다          | 36<br>(28.1%)        | 18<br>(14.1%)  | 25<br>(19.5%)             | 26<br>(20.3%)                                 | 23<br>(18.0%)                        | 128<br>(100.0%) |             |
|                      | 그렇다           | 108<br>(29.1%)       | 56<br>(15.1%)  | 57<br>(15.4%)             | 106<br>(28.6%)                                | 44<br>(11.9%)                        | 371<br>(100.0%) |             |
| 피부노화<br>진행 느낌        | 아니다           | 20<br>(15.9%)        | 24<br>(19.0%)  | 24<br>(19.0%)             | 27<br>(21.4%)                                 | 31<br>(24.6%)                        | 126<br>(100.0%) | 20.495**    |
|                      | 보통이다          | 46<br>(26.7%)        | 28<br>(16.3%)  | 29<br>(16.9%)             | 46<br>(26.7%)                                 | 23<br>(13.4%)                        | 172<br>(100.0%) |             |
|                      | 그렇다           | 101<br>(31.2%)       | 48<br>(14.8%)  | 51<br>(15.7%)             | 85<br>(26.2%)                                 | 39<br>(12.0%)                        | 324<br>(100.0%) |             |
| 나이에 비해<br>피부노화<br>정도 | 아니다           | 54<br>(22.5%)        | 48<br>(20.0%)  | 39<br>(16.3%)             | 67<br>(27.9%)                                 | 32<br>(13.3%)                        | 240<br>(100.0%) | 13.642      |
|                      | 보통이다          | 48<br>(25.1%)        | 27<br>(14.1%)  | 38<br>(19.9%)             | 49<br>(25.7%)                                 | 29<br>(15.2%)                        | 191<br>(100.0%) |             |
|                      | 그렇다           | 65<br>(34.0%)        | 25<br>(13.1%)  | 27<br>(14.1%)             | 42<br>(22.0%)                                 | 32<br>(16.8%)                        | 191<br>(100.0%) |             |
| 피부노화로<br>인한 고민       | 아니다           | 33<br>(19.2%)        | 27<br>(15.7%)  | 34<br>(19.8%)             | 46<br>(26.7%)                                 | 32<br>(18.6%)                        | 172<br>(100.0%) | 11.299      |
|                      | 보통이다          | 58<br>(31.7%)        | 31<br>(16.9%)  | 31<br>(16.9%)             | 39<br>(21.3%)                                 | 24<br>(13.1%)                        | 183<br>(100.0%) |             |
|                      | 그렇다           | 76<br>(28.5%)        | 42<br>(15.7%)  | 39<br>(14.6%)             | 73<br>(27.3%)                                 | 37<br>(13.9%)                        | 267<br>(100.0%) |             |
| 피부타입                 | 건성            | 40<br>(31.5%)        | 21<br>(16.5%)  | 20<br>(15.7%)             | 33<br>(26.0%)                                 | 13<br>(10.2%)                        | 127<br>(100.0%) | 51.427***   |
|                      | 중성            | 20<br>(18.7%)        | 20<br>(18.7%)  | 13<br>(12.1%)             | 40<br>(37.4%)                                 | 14<br>(13.1%)                        | 107<br>(100.0%) |             |
|                      | 지성            | 24<br>(22.4%)        | 11<br>(10.3%)  | 15<br>(14.0%)             | 35<br>(32.7%)                                 | 22<br>(20.6%)                        | 107<br>(100.0%) |             |
|                      | 복합성           | 48<br>(37.2%)        | 23<br>(17.8%)  | 22<br>(17.1%)             | 23<br>(17.8%)                                 | 13<br>(10.1%)                        | 129<br>(100.0%) |             |
|                      | 민감성           | 12<br>(23.1%)        | 10<br>(19.2%)  | 16<br>(30.8%)             | 4<br>(7.7%)                                   | 10<br>(19.2%)                        | 52<br>(100.0%)  |             |
|                      | 여드름           | 10<br>(18.2%)        | 9<br>(16.4%)   | 11<br>(20.0%)             | 12<br>(21.8%)                                 | 13<br>(23.6%)                        | 55<br>(100.0%)  |             |
|                      | 모른다           | 13<br>(28.9%)        | 6<br>(13.3%)   | 7<br>(15.6%)              | 11<br>(24.4%)                                 | 8<br>(17.8%)                         | 45<br>(100.0%)  |             |
| 피부노화<br>시작 시점        | 20대 초         | 27<br>(30.0%)        | 12<br>(13.3%)  | 20<br>(22.2%)             | 18<br>(20.0%)                                 | 13<br>(14.4%)                        | 90<br>(100.0%)  | 30.420*     |
|                      | 20대 후반-30대 초반 | 72<br>(36.5%)        | 35<br>(17.8%)  | 32<br>(16.2%)             | 37<br>(18.8%)                                 | 21<br>(10.7%)                        | 197<br>(100.0%) |             |
|                      | 30대 후반-40대 초반 | 46<br>(21.6%)        | 33<br>(15.5%)  | 32<br>(15.0%)             | 67<br>(31.5%)                                 | 35<br>(16.4%)                        | 213<br>(100.0%) |             |
|                      | 40대 후반        | 15<br>(16.5%)        | 15<br>(16.5%)  | 15<br>(16.5%)             | 26<br>(28.6%)                                 | 20<br>(22.0%)                        | 91<br>(100.0%)  |             |
|                      | 50대           | 7<br>(22.6%)         | 5<br>(16.1%)   | 5<br>(16.1%)              | 10<br>(32.3%)                                 | 4<br>(12.9%)                         | 31<br>(100.0%)  |             |
| 전체                   |               | 167<br>(26.8%)       | 100<br>(16.1%) | 104<br>(16.7%)            | 158<br>(25.4%)                                | 93<br>(15.0%)                        | 622<br>(100.0%) |             |

<표 26-1> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품 가장 큰 장점 차이(이어서)

| 구분                      |                       | 비건 안티에이징 화장품 가장 큰 장점 |                |                           |                                               |                                      | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|-------------------------|-----------------------|----------------------|----------------|---------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------|-----------------|-------------|
|                         |                       | 피부에<br>유익한<br>성분     | 동물 실험<br>반대    | 건강과<br>환경을<br>생각하는<br>가치관 | 풍부한<br>보습,<br>탄력감<br>제공,<br>피부에<br>무해 및<br>안전 | 윤리적<br>소비를<br>하고<br>있다는<br>인식이<br>든다 |                 |             |
| 피부문제 중<br>고민되는 사항       | 건조                    | 36<br>(32.7%)        | 20<br>(18.2%)  | 22<br>(20.0%)             | 25<br>(22.7%)                                 | 7<br>(6.4%)                          | 110<br>(100.0%) | 33.771      |
|                         | 주름                    | 27<br>(27.3%)        | 18<br>(18.2%)  | 14<br>(14.1%)             | 27<br>(27.3%)                                 | 13<br>(13.1%)                        | 99<br>(100.0%)  |             |
|                         | 모공                    | 22<br>(25.0%)        | 16<br>(18.2%)  | 13<br>(14.8%)             | 20<br>(22.7%)                                 | 17<br>(19.3%)                        | 88<br>(100.0%)  |             |
|                         | 피부처짐                  | 29<br>(26.1%)        | 11<br>(9.9%)   | 21<br>(18.9%)             | 25<br>(22.5%)                                 | 25<br>(22.5%)                        | 111<br>(100.0%) |             |
|                         | 트러블                   | 18<br>(28.6%)        | 9<br>(14.3%)   | 11<br>(17.5%)             | 11<br>(17.5%)                                 | 14<br>(22.2%)                        | 63<br>(100.0%)  |             |
|                         | 색소침착                  | 30<br>(26.3%)        | 16<br>(14.0%)  | 17<br>(14.9%)             | 37<br>(32.5%)                                 | 14<br>(12.3%)                        | 114<br>(100.0%) |             |
|                         | 기타                    | 5<br>(13.5%)         | 10<br>(27.0%)  | 6<br>(16.2%)              | 13<br>(35.1%)                                 | 3<br>(8.1%)                          | 37<br>(100.0%)  |             |
| 피부노화<br>증상 중<br>고민되는 부분 | 건조함                   | 29<br>(30.9%)        | 15<br>(16.0%)  | 15<br>(16.0%)             | 23<br>(24.5%)                                 | 12<br>(12.8%)                        | 94<br>(100.0%)  | 28.264      |
|                         | 주름                    | 30<br>(29.1%)        | 15<br>(14.6%)  | 18<br>(17.5%)             | 30<br>(29.1%)                                 | 10<br>(9.7%)                         | 103<br>(100.0%) |             |
|                         | 피부처짐                  | 28<br>(26.7%)        | 16<br>(15.2%)  | 19<br>(18.1%)             | 20<br>(19.0%)                                 | 22<br>(21.0%)                        | 105<br>(100.0%) |             |
|                         | 모공                    | 20<br>(23.3%)        | 18<br>(20.9%)  | 11<br>(12.8%)             | 23<br>(26.7%)                                 | 14<br>(16.3%)                        | 86<br>(100.0%)  |             |
|                         | 색소침착                  | 26<br>(25.7%)        | 16<br>(15.8%)  | 17<br>(16.8%)             | 32<br>(31.7%)                                 | 10<br>(9.9%)                         | 101<br>(100.0%) |             |
|                         | 트러블                   | 15<br>(25.4%)        | 7<br>(11.9%)   | 17<br>(28.8%)             | 10<br>(16.9%)                                 | 10<br>(16.9%)                        | 59<br>(100.0%)  |             |
|                         | 홍조                    | 9<br>(26.5%)         | 5<br>(14.7%)   | 4<br>(11.8%)              | 11<br>(32.4%)                                 | 5<br>(14.7%)                         | 34<br>(100.0%)  |             |
| 피부노화를<br>느꼈을 때<br>최초 증상 | 기타                    | 10<br>(25.0%)        | 8<br>(20.0%)   | 3<br>(7.5%)               | 9<br>(22.5%)                                  | 10<br>(25.0%)                        | 40<br>(100.0%)  | 32.423      |
|                         | 잔주름 증가                | 38<br>(33.6%)        | 24<br>(21.2%)  | 20<br>(17.7%)             | 21<br>(18.6%)                                 | 10<br>(8.8%)                         | 113<br>(100.0%) |             |
|                         | 피부 각질 증가              | 30<br>(30.0%)        | 10<br>(10.0%)  | 16<br>(16.0%)             | 31<br>(31.0%)                                 | 13<br>(13.0%)                        | 100<br>(100.0%) |             |
|                         | 피부 처짐                 | 25<br>(24.5%)        | 10<br>(9.8%)   | 13<br>(12.7%)             | 36<br>(35.3%)                                 | 18<br>(17.6%)                        | 102<br>(100.0%) |             |
|                         | 얼굴라인 변화               | 16<br>(25.0%)        | 9<br>(14.1%)   | 10<br>(15.6%)             | 17<br>(26.6%)                                 | 12<br>(18.8%)                        | 64<br>(100.0%)  |             |
|                         | 색소침착                  | 16<br>(25.0%)        | 8<br>(12.5%)   | 13<br>(20.3%)             | 13<br>(20.3%)                                 | 14<br>(21.9%)                        | 64<br>(100.0%)  |             |
|                         | 피부톤 변화                | 16<br>(20.0%)        | 19<br>(23.8%)  | 16<br>(20.0%)             | 18<br>(22.5%)                                 | 11<br>(13.8%)                        | 80<br>(100.0%)  |             |
| 피부노화 개선<br>또는<br>감추는 방법 | 넓어진 모공                | 26<br>(26.3%)        | 20<br>(20.2%)  | 16<br>(16.2%)             | 22<br>(22.2%)                                 | 15<br>(15.2%)                        | 99<br>(100.0%)  | 11.647      |
|                         | 전문적 피부관리실             | 39<br>(27.7%)        | 24<br>(17.0%)  | 20<br>(14.2%)             | 37<br>(26.2%)                                 | 21<br>(14.9%)                        | 141<br>(100.0%) |             |
|                         | 미용 성형수술 및<br>병원 시술관리  | 38<br>(30.9%)        | 20<br>(16.3%)  | 20<br>(16.3%)             | 30<br>(24.4%)                                 | 15<br>(12.2%)                        | 123<br>(100.0%) |             |
|                         | 기능성 화장품 및<br>메이크업     | 34<br>(27.4%)        | 19<br>(15.3%)  | 18<br>(14.5%)             | 35<br>(28.2%)                                 | 18<br>(14.5%)                        | 124<br>(100.0%) |             |
|                         | 건강기능식품                | 19<br>(18.6%)        | 21<br>(20.6%)  | 17<br>(16.7%)             | 26<br>(25.5%)                                 | 19<br>(18.6%)                        | 102<br>(100.0%) |             |
|                         | 규칙적 생활습관과<br>운동       | 37<br>(28.0%)        | 16<br>(12.1%)  | 29<br>(22.0%)             | 30<br>(22.7%)                                 | 20<br>(15.2%)                        | 132<br>(100.0%) |             |
|                         | 안티에이징<br>화장품<br>사용 여부 | 121<br>(28.4%)       | 72<br>(16.9%)  | 66<br>(15.5%)             | 107<br>(25.1%)                                | 60<br>(14.1%)                        | 426<br>(100.0%) | 3.730       |
| 전체                      | 예                     | 46<br>(23.5%)        | 28<br>(14.3%)  | 38<br>(19.4%)             | 51<br>(26.0%)                                 | 33<br>(16.8%)                        | 196<br>(100.0%) |             |
|                         | 아니오                   | 167<br>(26.8%)       | 100<br>(16.1%) | 104<br>(16.7%)            | 158<br>(25.4%)                                | 93<br>(15.0%)                        | 622<br>(100.0%) |             |

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

## 2-10. 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품의 아쉬운 점 차이

피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품의 아쉬운 점 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 27>과 같다. 피부노화 인식과 피부타입, 비건 안티에이징 화장품 사용 여부에 따라 비건 안티에이징 화장품의 아쉬운 점에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 피부노화 인식이 ‘보통이다’인 경우 낮은 흡수율 및 피부 트러블 유발이라고 응답한 비율이 28.1%로 가장 높았고, ‘아니다’는 12.2%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=30.141$ ,  $p<.001$ ), 피부타입이 복합성인 경우 낮은 흡수율 및 피부 트러블 유발이라고 응답한 비율이 31.0%로 가장 높았고, 모른다는 15.6%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=39.564$ ,  $p<.05$ ), 비건 안티에이징 화장품을 사용하는 대상자는 낮은 흡수율 및 피부 트러블 유발이라고 응답한 비율이 28.2%로 사용하지 않는 17.9%에 비해 높아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=10.379$ ,  $p<.05$ ).



<표 27> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품의 아쉬운 점 차이

| 구분                   |               | 비건 안티에이징 화장품의 아쉬운 점       |                 |                                 |                                   |                          | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|----------------------|---------------|---------------------------|-----------------|---------------------------------|-----------------------------------|--------------------------|-----------------|-------------|
|                      |               | 성분에<br>대한<br>안전성이<br>부족하다 | 동물<br>학대의<br>요소 | 건강과<br>환경을<br>생각하지<br>않는<br>가치관 | 낮은<br>흡수율<br>및<br>피부<br>트러블<br>유발 | 잘못된<br>인식에서<br>비롯한<br>추천 |                 |             |
| 피부노화<br>인식           | 아니다           | 32<br>(26.0%)             | 18<br>(14.6%)   | 24<br>(19.5%)                   | 15<br>(12.2%)                     | 34<br>(27.6%)            | 123<br>(100.0%) | 30.141***   |
|                      | 보통이다          | 12<br>(9.4%)              | 21<br>(16.4%)   | 29<br>(22.7%)                   | 36<br>(28.1%)                     | 30<br>(23.4%)            | 128<br>(100.0%) |             |
|                      | 그렇다           | 87<br>(23.5%)             | 31<br>(8.4%)    | 71<br>(19.1%)                   | 104<br>(28.0%)                    | 78<br>(21.0%)            | 371<br>(100.0%) |             |
| 피부노화<br>진행 느낌        | 아니다           | 26<br>(20.6%)             | 18<br>(14.3%)   | 33<br>(26.2%)                   | 28<br>(22.2%)                     | 21<br>(16.7%)            | 126<br>(100.0%) | 13.420      |
|                      | 보통이다          | 34<br>(19.8%)             | 22<br>(12.8%)   | 33<br>(19.2%)                   | 35<br>(20.3%)                     | 48<br>(27.9%)            | 172<br>(100.0%) |             |
|                      | 그렇다           | 71<br>(21.9%)             | 30<br>(9.3%)    | 58<br>(17.9%)                   | 92<br>(28.4%)                     | 73<br>(22.5%)            | 324<br>(100.0%) |             |
| 나이에 비해<br>피부노화<br>정도 | 아니다           | 44<br>(18.3%)             | 33<br>(13.8%)   | 57<br>(23.8%)                   | 61<br>(25.4%)                     | 45<br>(18.8%)            | 240<br>(100.0%) | 10.596      |
|                      | 보통이다          | 47<br>(24.6%)             | 20<br>(10.5%)   | 33<br>(17.3%)                   | 44<br>(23.0%)                     | 47<br>(24.6%)            | 191<br>(100.0%) |             |
|                      | 그렇다           | 40<br>(20.9%)             | 17<br>(8.9%)    | 34<br>(17.8%)                   | 50<br>(26.2%)                     | 50<br>(26.2%)            | 191<br>(100.0%) |             |
| 피부노화로<br>인한 고민       | 아니다           | 47<br>(27.3%)             | 21<br>(12.2%)   | 27<br>(15.7%)                   | 45<br>(26.2%)                     | 32<br>(18.6%)            | 172<br>(100.0%) | 12.143      |
|                      | 보통이다          | 37<br>(20.2%)             | 25<br>(13.7%)   | 37<br>(20.2%)                   | 41<br>(22.4%)                     | 43<br>(23.5%)            | 183<br>(100.0%) |             |
|                      | 그렇다           | 47<br>(17.6%)             | 24<br>(9.0%)    | 60<br>(22.5%)                   | 69<br>(25.8%)                     | 67<br>(25.1%)            | 267<br>(100.0%) |             |
| 피부타입                 | 건성            | 29<br>(22.8%)             | 10<br>(7.9%)    | 17<br>(13.4%)                   | 32<br>(25.2%)                     | 39<br>(30.7%)            | 127<br>(100.0%) | 39.564*     |
|                      | 중성            | 17<br>(15.9%)             | 12<br>(11.2%)   | 32<br>(29.9%)                   | 22<br>(20.6%)                     | 24<br>(22.4%)            | 107<br>(100.0%) |             |
|                      | 지성            | 24<br>(22.4%)             | 14<br>(13.1%)   | 14<br>(13.1%)                   | 29<br>(27.1%)                     | 26<br>(24.3%)            | 107<br>(100.0%) |             |
|                      | 복합성           | 30<br>(23.3%)             | 11<br>(8.5%)    | 24<br>(18.6%)                   | 40<br>(31.0%)                     | 24<br>(18.6%)            | 129<br>(100.0%) |             |
|                      | 민감성           | 12<br>(23.1%)             | 8<br>(15.4%)    | 14<br>(26.9%)                   | 12<br>(23.1%)                     | 6<br>(11.5%)             | 52<br>(100.0%)  |             |
|                      | 여드름           | 10<br>(18.2%)             | 12<br>(21.8%)   | 9<br>(16.4%)                    | 13<br>(23.6%)                     | 11<br>(20.0%)            | 55<br>(100.0%)  |             |
|                      | 모른다           | 9<br>(20.0%)              | 3<br>(6.7%)     | 14<br>(31.1%)                   | 7<br>(15.6%)                      | 12<br>(26.7%)            | 45<br>(100.0%)  |             |
| 피부노화<br>시작 시점        | 20대 초         | 20<br>(22.2%)             | 13<br>(14.4%)   | 18<br>(20.0%)                   | 22<br>(24.4%)                     | 17<br>(18.9%)            | 90<br>(100.0%)  | 14.369      |
|                      | 20대 후반-30대 초반 | 46<br>(23.4%)             | 17<br>(8.6%)    | 34<br>(17.3%)                   | 51<br>(25.9%)                     | 49<br>(24.9%)            | 197<br>(100.0%) |             |
|                      | 30대 후반-40대 초반 | 34<br>(16.0%)             | 24<br>(11.3%)   | 50<br>(23.5%)                   | 56<br>(26.3%)                     | 49<br>(23.0%)            | 213<br>(100.0%) |             |
|                      | 40대 후반        | 25<br>(27.5%)             | 10<br>(11.0%)   | 17<br>(18.7%)                   | 21<br>(23.1%)                     | 18<br>(19.8%)            | 91<br>(100.0%)  |             |
|                      | 50대           | 6(19.4%)                  | 6(19.4%)        | 5(16.1%)                        | 5(16.1%)                          | 9(29.0%)                 | 31(100.0%)      |             |
| 전체                   |               | 131<br>(21.1%)            | 70<br>(11.3%)   | 124<br>(19.9%)                  | 155<br>(24.9%)                    | 142<br>(22.8%)           | 622<br>(100.0%) |             |

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

<표 27-1> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 안티에이징 화장품의 아쉬운 점 차이(이어서)

| 구분                      |                      | 비건 안티에이징 화장품의 아쉬운 점       |                 |                                 |                               |                          | 전체              | $\chi^2(p)$ |
|-------------------------|----------------------|---------------------------|-----------------|---------------------------------|-------------------------------|--------------------------|-----------------|-------------|
|                         |                      | 성분에<br>대한<br>안전성이<br>부족하다 | 동물<br>학대의<br>요소 | 건강과<br>환경을<br>생각하지<br>않는<br>가치관 | 낮은<br>수율 및<br>피부<br>트러블<br>유발 | 잘못된<br>인식에서<br>비롯한<br>추천 |                 |             |
| 피부문제 중<br>고민되는 사항       | 건조                   | 20(18.2%)                 | 11(10.0%)       | 25(22.7%)                       | 28(25.5%)                     | 26(23.6%)                | 110(100.0%)     | 14.837      |
|                         | 주름                   | 20(20.2%)                 | 12(12.1%)       | 23(23.2%)                       | 22(22.2%)                     | 22(22.2%)                | 99(100.0%)      |             |
|                         | 모공                   | 19(21.6%)                 | 6(6.8%)         | 16(18.2%)                       | 23(26.1%)                     | 24(27.3%)                | 88(100.0%)      |             |
|                         | 피부처짐                 | 25(22.5%)                 | 15(13.5%)       | 21(18.9%)                       | 32(28.8%)                     | 18(16.2%)                | 111(100.0%)     |             |
|                         | 트러블                  | 8(12.7%)                  | 9(14.3%)        | 14(22.2%)                       | 17(27.0%)                     | 15(23.8%)                | 63(100.0%)      |             |
|                         | 색소침착                 | 31(27.2%)                 | 13(11.4%)       | 18(15.8%)                       | 25(21.9%)                     | 27(23.7%)                | 114(100.0%)     |             |
|                         | 기타                   | 8(21.6%)                  | 4(10.8%)        | 7(18.9%)                        | 8(21.6%)                      | 10(27.0%)                | 37(100.0%)      |             |
| 피부노화<br>증상 중<br>고민되는 부분 | 건조함                  | 22(23.4%)                 | 12(12.8%)       | 23(24.5%)                       | 17(18.1%)                     | 20(21.3%)                | 94(100.0%)      | 26.933      |
|                         | 주름                   | 24(23.3%)                 | 8(7.8%)         | 18(17.5%)                       | 27(26.2%)                     | 26(25.2%)                | 103(100.0%)     |             |
|                         | 피부처짐                 | 23(21.9%)                 | 12(11.4%)       | 18(17.1%)                       | 31(29.5%)                     | 21(20.0%)                | 105(100.0%)     |             |
|                         | 모공                   | 21(24.4%)                 | 11(12.8%)       | 14(16.3%)                       | 20(23.3%)                     | 20(23.3%)                | 86(100.0%)      |             |
|                         | 색소침착                 | 22(21.8%)                 | 9(8.9%)         | 22(21.8%)                       | 22(21.8%)                     | 26(25.7%)                | 101(100.0%)     |             |
|                         | 트러블                  | 7(11.9%)                  | 8(13.6%)        | 13(22.0%)                       | 19(32.2%)                     | 12(20.3%)                | 59(100.0%)      |             |
|                         | 홍조                   | 4(11.8%)                  | 8(23.5%)        | 10(29.4%)                       | 8(23.5%)                      | 4(11.8%)                 | 34(100.0%)      |             |
| 피부노화를<br>느꼈을 때<br>최초 증상 | 기타                   | 8(20.0%)                  | 2(5.0%)         | 6(15.0%)                        | 11(27.5%)                     | 13(32.5%)                | 40(100.0%)      | 28.628      |
|                         | 잔주름 증가               | 35(31.0%)                 | 9(8.0%)         | 17(15.0%)                       | 27(23.9%)                     | 25(22.1%)                | 113(100.0%)     |             |
|                         | 피부 각질 증가             | 15(15.0%)                 | 6(6.0%)         | 25(25.0%)                       | 30(30.0%)                     | 24(24.0%)                | 100(100.0%)     |             |
|                         | 피부 처짐                | 14(13.7%)                 | 9(8.8%)         | 24(23.5%)                       | 26(25.5%)                     | 29(28.4%)                | 102(100.0%)     |             |
|                         | 얼굴라인 변화              | 13(20.3%)                 | 8(12.5%)        | 13(20.3%)                       | 17(26.6%)                     | 13(20.3%)                | 64(100.0%)      |             |
|                         | 색소침착                 | 13(20.3%)                 | 12(18.8%)       | 11(17.2%)                       | 15(23.4%)                     | 13(20.3%)                | 64(100.0%)      |             |
|                         | 피부톤 변화               | 16(20.0%)                 | 14(17.5%)       | 17(21.3%)                       | 17(21.3%)                     | 16(20.0%)                | 80(100.0%)      |             |
| 피부노화 개선<br>또는<br>감추는 방법 | 넓어진 모공               | 25(25.3%)                 | 12(12.1%)       | 17(17.2%)                       | 23(23.2%)                     | 22(22.2%)                | 99(100.0%)      | 11.474      |
|                         | 전문적 피부관리실            | 29(20.6%)                 | 15(10.6%)       | 23(16.3%)                       | 40(28.4%)                     | 34(24.1%)                | 141(100.0%)     |             |
|                         | 미용 성형수술 및<br>병원 시술관리 | 22(17.9%)                 | 13(10.6%)       | 26(21.1%)                       | 32(26.0%)                     | 30(24.4%)                | 123(100.0%)     |             |
|                         | 기능성 화장품 및<br>메이크업    | 33(26.6%)                 | 15(12.1%)       | 28(22.6%)                       | 28(22.6%)                     | 20(16.1%)                | 124(100.0%)     |             |
|                         | 건강기능식품               | 20(19.6%)                 | 13(12.7%)       | 25(24.5%)                       | 21(20.6%)                     | 23(22.5%)                | 102(100.0%)     |             |
| 안티에이징<br>화장품<br>사용 여부   | 규칙적 생활습관과<br>운동      | 27(20.5%)                 | 14(10.6%)       | 22(16.7%)                       | 34(25.8%)                     | 35(26.5%)                | 132(100.0%)     | 10.379*     |
|                         | 예                    | 88(20.7%)                 | 40(9.4%)        | 82(19.2%)                       | 120<br>(28.2%)                | 96(22.5%)                | 426(100.0%)     |             |
|                         | 아니오                  | 43(21.9%)                 | 30(15.3%)       | 42(21.4%)                       | 35(17.9%)                     | 46(23.5%)                | 196(100.0%)     |             |
| 전체                      |                      | 131<br>(21.1%)            | 70<br>(11.3%)   | 124<br>(19.9%)                  | 155<br>(24.9%)                | 142<br>(22.8%)           | 622<br>(100.0%) |             |

\* $p < .05$

## 2-11. 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 화장품 사용 의향 차이

피부노화 일반적 인식에 따른 비건 화장품 사용 의향 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 <표 28>과 같다. 나이에 비해 피부 노화 정도와 피부노화를 느꼈을 때 최초 증상, 피부노화 개선 또는 감추는 방법에 따라 비건 화장품 사용 의향에 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 결과를 살펴보면, 피부 노화 인식이 ‘그렇다’인 경우 사용 의향이 있다고 응답한 비율이 79.8%로 가장 높았고, ‘아니다’는 58.5%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=28.832$ ,  $p<.001$ ), 피부 노화 진행 느낌이 ‘그렇다’인 경우 사용 의향이 있다고 응답한 비율이 79.9%로 가장 높았고, ‘아니다’가 61.1%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=22.222$ ,  $p<.001$ ).

피부 노화로 인한 고민이 ‘그렇다’인 경우 사용 의향이 있다고 응답한 비율이 77.9%로 가장 높았고, ‘아니다’는 65.7%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=8.871$ ,  $p<.05$ ), 피부타입이 중성인 경우 사용 의향이 있다고 응답한 비율이 86.0%로 가장 높았고, 모른다는 48.9%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=36.587$ ,  $p<.001$ ).

피부노화 시작 시점이 20대 후반-30대 초반인 경우 사용 의향이 있다고 응답한 비율이 76.6%로 가장 높았고, 20대 초는 61.1%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=11.322$ ,  $p<.05$ ), 피부문제 중 고민되는 사항이 피부처짐인 경우 사용 의향이 있다고 응답한 비율이 79.3%로 가장 높았고, 기타는 45.9%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=17.945$ ,  $p<.01$ ).

피부노화 증상 중 고민되는 부분이 주름인 경우 사용 의향이 있다고 응답한 비율이 80.6%로 가장 높았고, 기타는 45.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $\chi^2=27.839$ ,  $p<.001$ ), 안티에이징 화장품을 사용하는 대상자는 사용 의향이 있다고 응답한 비율이 77.7%로 사용하지 않는 59.2%에 비해 높아 유의한 차이를 보였다( $\chi^2=22.761$ ,  $p<.001$ ).

<표 28> 피부노화 일반적 인식에 따른 비건 화장품 사용 의향 차이

| 구분                |               | 비건 화장품 사용 의향 |           | 전체          | $\chi^2(p)$ |
|-------------------|---------------|--------------|-----------|-------------|-------------|
|                   |               | 예            | 아니오       |             |             |
| 피부 노화 인식          | 아니다           | 72(58.5%)    | 51(41.5%) | 123(100.0%) | 28.832***   |
|                   | 보통이다          | 79(61.7%)    | 49(38.3%) | 128(100.0%) |             |
|                   | 그렇다           | 296(79.8%)   | 75(20.2%) | 371(100.0%) |             |
| 피부 노화 진행 느낌       | 아니다           | 77(61.1%)    | 49(38.9%) | 126(100.0%) | 22.222***   |
|                   | 보통이다          | 111(64.5%)   | 61(35.5%) | 172(100.0%) |             |
|                   | 그렇다           | 259(79.9%)   | 65(20.1%) | 324(100.0%) |             |
| 나이에 비해 피부 노화 정도   | 아니다           | 175(72.9%)   | 65(27.1%) | 240(100.0%) | 1.042       |
|                   | 보통이다          | 132(69.1%)   | 59(30.9%) | 191(100.0%) |             |
|                   | 그렇다           | 140(73.3%)   | 51(26.7%) | 191(100.0%) |             |
| 피부 노화로 인한 고민      | 아니다           | 113(65.7%)   | 59(34.3%) | 172(100.0%) | 8.871*      |
|                   | 보통이다          | 126(68.9%)   | 57(31.1%) | 183(100.0%) |             |
|                   | 그렇다           | 208(77.9%)   | 59(22.1%) | 267(100.0%) |             |
| 피부타입              | 건성            | 96(75.6%)    | 31(24.4%) | 127(100.0%) | 36.587***   |
|                   | 중성            | 92(86.0%)    | 15(14.0%) | 107(100.0%) |             |
|                   | 지성            | 74(69.2%)    | 33(30.8%) | 107(100.0%) |             |
|                   | 복합성           | 101(78.3%)   | 28(21.7%) | 129(100.0%) |             |
|                   | 민감성           | 31(59.6%)    | 21(40.4%) | 52(100.0%)  |             |
|                   | 여드름           | 31(56.4%)    | 24(43.6%) | 55(100.0%)  |             |
|                   | 모른다           | 22(48.9%)    | 23(51.1%) | 45(100.0%)  |             |
| 피부노화 시작 시점        | 20대 초         | 55(61.1%)    | 35(38.9%) | 90(100.0%)  | 11.322*     |
|                   | 20대 후반-30대 초반 | 151(76.6%)   | 46(23.4%) | 197(100.0%) |             |
|                   | 30대 후반-40대 초반 | 161(75.6%)   | 52(24.4%) | 213(100.0%) |             |
|                   | 40대 후반        | 59(64.8%)    | 32(35.2%) | 91(100.0%)  |             |
|                   | 50대           | 21(67.7%)    | 10(32.3%) | 31(100.0%)  |             |
| 피부문제 중 고민되는 사항    | 건조            | 85(77.3%)    | 25(22.7%) | 110(100.0%) | 17.945**    |
|                   | 주름            | 72(72.7%)    | 27(27.3%) | 99(100.0%)  |             |
|                   | 모공            | 63(71.6%)    | 25(28.4%) | 88(100.0%)  |             |
|                   | 피부처짐          | 88(79.3%)    | 23(20.7%) | 111(100.0%) |             |
|                   | 트러블           | 42(66.7%)    | 21(33.3%) | 63(100.0%)  |             |
|                   | 색소침착          | 80(70.2%)    | 34(29.8%) | 114(100.0%) |             |
|                   | 기타            | 17(45.9%)    | 20(54.1%) | 37(100.0%)  |             |
| 피부노화 증상 중 고민되는 부분 | 건조함           | 72(76.6%)    | 22(23.4%) | 94(100.0%)  | 27.839***   |
|                   | 주름            | 83(80.6%)    | 20(19.4%) | 103(100.0%) |             |
|                   | 피부처짐          | 79(75.2%)    | 26(24.8%) | 105(100.0%) |             |
|                   | 모공            | 65(75.6%)    | 21(24.4%) | 86(100.0%)  |             |
|                   | 색소침착          | 72(71.3%)    | 29(28.7%) | 101(100.0%) |             |
|                   | 트러블           | 33(55.9%)    | 26(44.1%) | 59(100.0%)  |             |
|                   | 홍조            | 25(73.5%)    | 9(26.5%)  | 34(100.0%)  |             |
|                   | 기타            | 18(45.0%)    | 22(55.0%) | 40(100.0%)  |             |

|                      |                      |            |            |             |           |
|----------------------|----------------------|------------|------------|-------------|-----------|
| 피부노화를<br>느꼈을 때<br>증상 | 잔주름 증가               | 89(78.8%)  | 24(21.2%)  | 113(100.0%) | 10.393    |
|                      | 피부 각질 증가             | 78(78.0%)  | 22(22.0%)  | 100(100.0%) |           |
|                      | 피부 처짐                | 75(73.5%)  | 27(26.5%)  | 102(100.0%) |           |
|                      | 얼굴라인 변화              | 44(68.8%)  | 20(31.3%)  | 64(100.0%)  |           |
|                      | 색소침착                 | 42(65.6%)  | 22(34.4%)  | 64(100.0%)  |           |
|                      | 피부톤 변화               | 57(71.3%)  | 23(28.8%)  | 80(100.0%)  |           |
|                      | 넓어진 모공               | 62(62.6%)  | 37(37.4%)  | 99(100.0%)  |           |
| 피부노화 개선<br>또는 감추는 방법 | 전문적 피부관리실            | 106(75.2%) | 35(24.8%)  | 141(100.0%) | 4.571     |
|                      | 미용 성형수술 및 병원<br>시술관리 | 90(73.2%)  | 33(26.8%)  | 123(100.0%) |           |
|                      | 기능성 화장품 및 메이크업       | 92(74.2%)  | 32(25.8%)  | 124(100.0%) |           |
|                      | 건강기능식품               | 65(63.7%)  | 37(36.3%)  | 102(100.0%) |           |
|                      | 규칙적 생활습관과 운동         | 94(71.2%)  | 38(28.8%)  | 132(100.0%) |           |
| 안티에이징<br>화장품 사용 여부   | 예                    | 331(77.7%) | 95(22.3%)  | 426(100.0%) | 22.761*** |
|                      | 아니오                  | 116(59.2%) | 80(40.8%)  | 196(100.0%) |           |
| 전체                   |                      | 447(71.9%) | 175(28.1%) | 622(100.0%) |           |

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

### 제 3 절 비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 소비자 인식 차이

#### 1. 비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 소비자 인식 차이

비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 소비자 인식 차이를 살펴보기 위해 독립표본 t-검정과 일원배치 분산분석(ANOVA)을 실시한 결과는 <표 29>와 같다. 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과에 따라 소비자 인식에 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 사용 이유가 피부보호를 위해서인 경우 평균 3.78(SD=0.76)점으로 가장 높았고, 광고를 보고서가 3.16(SD=0.90)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $F=3.826$ ,  $p < .001$ ), 화장품 관심 시기가 40-50세인 경우 3.85(SD=0.82)점으로 가장 높았고, 20세 이하는 3.01(SD=0.82)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $F=8.950$ ,  $p < .001$ ).

화장품 처음 구매 시기가 40-50세인 경우 평균 3.91(SD=0.85)점으로 가장 높았고, 20세 이하는 3.01(SD=0.85)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $F=11.606$ ,  $p < .001$ ), 화장품 구매 시 고려사항이 성분인 경우 3.77(SD=

0.97)점으로 가장 높았고, 가격은 3.17(SD=0.94)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $F=7.096$ ,  $p<.001$ ). 화장품 구매의 가장 큰 동기가 제품의 품질과 효능이 좋다는 경우 평균 3.73(SD=0.83)점으로 가장 높았고, 기타는 3.04(SD=0.88)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $F=4.969$ ,  $p<.001$ ), 화장품 구매 장소가 오프라인매장인 경우 3.75(SD=0.90)점으로 가장 높았고, 홈쇼핑은 2.95(SD=0.86)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $F=13.804$ ,  $p<.001$ ).

정보 경로가 지인인 경우 평균 3.70(SD=0.87)점으로 가장 높았고, 화장품 브랜드 공식 홈페이지는 3.13(SD=1.04)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $F=3.903$ ,  $p<.01$ ), 가장 큰 장점이 피부에 유익한 성분인 경우 3.65(SD=0.90)점으로 가장 높았고, 윤리적 소비를 하고 있다는 인식이 든다는 3.28(SD=0.87)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $F=4.000$ ,  $p<.01$ ). 안티에이징 화장품의 아쉬운 점이 낮은 흡수율 및 피부 트러블 유발인 경우 평균 3.62(SD=0.85)점으로 가장 높았고, 동물 학대의 요소는 3.24(SD=0.89)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $F=2.437$ ,  $p<.05$ ), 비건 화장품 사용 의향이 있는 대상자는 3.70(SD=0.82)점으로 의향이 없는 2.99(SD=0.90)점에 비해 높아 유의한 차이를 보였다( $t=9.488$ ,  $p<.001$ ).

<표 29> 비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 소비자 인식 차이

| 구분        |                | N   | 소비자 인식     |                     |
|-----------|----------------|-----|------------|---------------------|
|           |                |     | M(SD)      | t/F(p)              |
| 사용 이유     | 비건 제품이 우수해서(a) | 73  | 3.77(0.94) | 3.826***<br>(a,d>g) |
|           | 동물보호를 위해(b)    | 55  | 3.29(0.96) |                     |
|           | 환경보호를 위해(c)    | 62  | 3.51(0.85) |                     |
|           | 피부보호를 위해(d)    | 89  | 3.78(0.76) |                     |
|           | 생명존중을 위해(e)    | 80  | 3.51(0.89) |                     |
|           | 주변 지인 추천(f)    | 51  | 3.33(0.86) |                     |
|           | 광고를 보고(g)      | 53  | 3.16(0.90) |                     |
|           | 판매원의 권유(h)     | 58  | 3.33(0.91) |                     |
|           | 전문지식을 갖고(i)    | 65  | 3.64(0.84) |                     |
|           | 기타(j)          | 36  | 3.30(1.01) |                     |
| 화장품 관심 시기 | 20세 이하(a)      | 89  | 3.01(0.82) | 8.950***<br>(f>a)   |
|           | 21-25세(b)      | 163 | 3.45(0.94) |                     |
|           | 26-30세(c)      | 78  | 3.52(0.91) |                     |
|           | 31-35세(d)      | 111 | 3.56(0.88) |                     |
|           | 36-40세(e)      | 97  | 3.65(0.81) |                     |

|                      |                                |     |            |                    |
|----------------------|--------------------------------|-----|------------|--------------------|
|                      | 40-50세(f)                      | 84  | 3.85(0.82) |                    |
| 화장품 처음 구매 시기         | 20세 이하(a)                      | 93  | 3.01(0.85) | 11.606***<br>(f>a) |
|                      | 21-25세(b)                      | 181 | 3.41(0.94) |                    |
|                      | 26-30세(c)                      | 101 | 3.61(0.82) |                    |
|                      | 31-35세(d)                      | 96  | 3.49(0.87) |                    |
|                      | 36-40세(e)                      | 69  | 3.76(0.75) |                    |
|                      | 40-50세(f)                      | 82  | 3.91(0.85) |                    |
| 화장품 구매 시 고려사항        | 성분(a)                          | 107 | 3.77(0.97) | 7.096***<br>(a>d)  |
|                      | 효능(b)                          | 161 | 3.66(0.74) |                    |
|                      | 브랜드(c)                         | 72  | 3.23(0.94) |                    |
|                      | 가격(d)                          | 88  | 3.17(0.94) |                    |
|                      | 사용감(e)                         | 111 | 3.51(0.84) |                    |
|                      | 윤리적 소비(f)                      | 83  | 3.42(0.94) |                    |
| 화장품 구매의 가장 큰 동기      | 가족 및 지인 추천(a)                  | 106 | 3.47(0.96) | 4.969***<br>(e>f)  |
|                      | 매장 직원 추천(b)                    | 95  | 3.45(0.86) |                    |
|                      | 인플루언서 및 사용후기(c)                | 108 | 3.43(0.88) |                    |
|                      | 동물성 원료를 배제하고 동물실험이 없다(d)       | 100 | 3.49(0.93) |                    |
|                      | 제품의 품질과 효능이 좋다(e)              | 166 | 3.73(0.83) |                    |
|                      | 기타(f)                          | 47  | 3.04(0.88) |                    |
| 화장품 구매 장소            | 온라인 쇼핑몰(a)                     | 192 | 3.66(0.85) | 13.804***<br>(b>d) |
|                      | 오프라인매장(b)                      | 153 | 3.75(0.90) |                    |
|                      | 병원, 약국, 피부관리실(c)               | 123 | 3.42(0.90) |                    |
|                      | 홈쇼핑(d)                         | 74  | 2.95(0.86) |                    |
|                      | 실시간 라이브방송(e)                   | 80  | 3.27(0.79) |                    |
| 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과 | 수분                             | 131 | 3.48(0.94) | 0.837              |
|                      | 보습                             | 162 | 3.42(0.95) |                    |
|                      | 탄력/주름                          | 111 | 3.62(0.87) |                    |
|                      | 영양                             | 116 | 3.53(0.81) |                    |
|                      | 기미/잡티                          | 102 | 3.48(0.90) |                    |
| 정보 경로                | SNS 광고 및 인플루언서(a)              | 126 | 3.51(0.90) | 3.903**<br>(b>e)   |
|                      | 지인(b)                          | 139 | 3.70(0.87) |                    |
|                      | 인터넷 검색(c)                      | 100 | 3.56(0.75) |                    |
|                      | 판매처 직원(d)                      | 93  | 3.46(0.90) |                    |
|                      | 화장품 브랜드 공식 홈페이지(e)             | 67  | 3.13(1.04) |                    |
|                      | 매체 및 기사(f)                     | 97  | 3.44(0.94) |                    |
| 가장 큰 장점              | 피부에 유익한 성분(a)                  | 167 | 3.65(0.90) | 4.000**<br>(a,d>e) |
|                      | 동물 실험 반대(b)                    | 100 | 3.37(0.96) |                    |
|                      | 건강과 환경을 생각하는 가치관(c)            | 104 | 3.41(0.86) |                    |
|                      | 풍부한 보습, 탄력감 제공, 피부에 무해 및 안전(d) | 158 | 3.62(0.87) |                    |
|                      | 윤리적 소비를 하고 있다는 인식이 든다(e)       | 93  | 3.28(0.87) |                    |
| 안티에이징 화장품의 아쉬운 점     | 성분에 대한 안전성이 부족하다(a)            | 131 | 3.47(0.98) | 2.437*<br>(d>b)    |
|                      | 동물 학대의 요소(b)                   | 70  | 3.24(0.89) |                    |
|                      | 건강과 환경을 생각하지 않는 가치관(c)         | 124 | 3.45(0.92) |                    |
|                      | 낮은 흡수율 및 피부 트러블 유발(d)          | 155 | 3.62(0.85) |                    |
|                      | 잘못된 인식에서 비롯한 추천(e)             | 142 | 3.56(0.86) |                    |
| 비건 화장품 사용 의향         | 예                              | 447 | 3.70(0.82) | 9.488***           |
|                      | 아니오                            | 175 | 2.99(0.90) |                    |

\* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , \*\*\* $p<0.001$

### 1-1. 비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 성분 차이

비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 성분 차이를 살펴보기 위해 독립표본 t-검정과 일원배치 분산분석(ANOVA)을 실시한 결과는 <표 30>과 같다. 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과와 안티에이징 화장품의 아쉬운 점에 따라 성분에 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 사용 이유가 피부보호를 위해서인 경우 평균 3.81(SD=0.73)점으로 가장 높았고, 광고를 보고서가 3.14(SD=1.02)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $F=4.497$ ,  $p<.001$ ), 화장품 관심 시기가 40-50세인 경우 3.88(SD=0.83)점으로 가장 높았고, 20세 이하는 2.91(SD=0.89)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $F=11.580$ ,  $p<.001$ ).

화장품 처음 구매 시기가 40-50세인 경우 평균 3.93(SD=0.86)점으로 가장 높았고, 20세 이하는 2.98(SD=0.92)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $F=12.589$ ,  $p<.001$ ), 화장품 구매 시 고려사항이 성분인 경우 3.73(SD=1.00)점으로 가장 높았고, 가격은 3.23(SD=0.99)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $F=5.025$ ,  $p<.001$ ). 화장품 구매의 가장 큰 동기가 제품의 품질과 효능이 좋다는 경우 평균 3.71(SD=0.90)점으로 가장 높았고, 기타는 3.04(SD=0.80)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $F=4.008$ ,  $p<.001$ ), 화장품 구매 장소가 오프라인매장인 경우 3.73(SD=0.93)점으로 가장 높았고, 홈쇼핑은 2.98(SD=0.86)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $F=11.333$ ,  $p<.001$ ).

정보 경로가 지인인 경우 평균 3.75(SD=0.89)점으로 가장 높았고, 화장품 브랜드 공식 홈페이지는 3.09(SD=1.12)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $F=4.685$ ,  $p<.001$ ), 가장 큰 장점이 피부에 유익한 성분인 경우 3.65(SD=0.93)점으로 가장 높았고, 윤리적 소비를 하고 있다는 인식이 든다는 3.35(SD=0.96)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $F=3.008$ ,  $p<.05$ ). 또한, 비건 화장품 사용 의향이 있는 대상자는 3.73(SD=0.85)점으로 의향이 없는 2.97(SD=0.91)점에 비해 높아 유의한 차이를 보였다( $t=9.837$ ,  $p<.001$ ).



<표 30> 비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 성분 차이

| 구분                   |                          | N   | 성분         |                     |
|----------------------|--------------------------|-----|------------|---------------------|
|                      |                          |     | M(SD)      | t/F(p)              |
| 사용 이유                | 비건 제품이 우수해서(a)           | 73  | 3.77(1.00) | 4.497***<br>(d>g)   |
|                      | 동물보호를 위해(b)              | 55  | 3.36(0.96) |                     |
|                      | 환경보호를 위해(c)              | 62  | 3.53(0.89) |                     |
|                      | 피부보호를 위해(d)              | 89  | 3.81(0.73) |                     |
|                      | 생명존중을 위해(e)              | 80  | 3.60(0.88) |                     |
|                      | 주변 지인 추천(f)              | 51  | 3.29(0.88) |                     |
|                      | 광고를 보고(g)                | 53  | 3.14(1.02) |                     |
|                      | 판매원의 권유(h)               | 58  | 3.23(0.96) |                     |
|                      | 전문지식을 갖고(i)              | 65  | 3.72(0.90) |                     |
| 화장품 관심 시기            | 기타(j)                    | 36  | 3.27(0.99) | 11.580***<br>(f>a)  |
|                      | 20세 이하(a)                | 89  | 2.91(0.89) |                     |
|                      | 21-25세(b)                | 163 | 3.50(0.92) |                     |
|                      | 26-30세(c)                | 78  | 3.52(0.94) |                     |
|                      | 31-35세(d)                | 111 | 3.62(0.91) |                     |
|                      | 36-40세(e)                | 97  | 3.67(0.86) |                     |
| 화장품 처음 구매 시기         | 40-50세(f)                | 84  | 3.88(0.83) | 12.589***<br>(f>a)  |
|                      | 20세 이하(a)                | 93  | 2.98(0.92) |                     |
|                      | 21-25세(b)                | 181 | 3.41(0.94) |                     |
|                      | 26-30세(c)                | 101 | 3.61(0.89) |                     |
|                      | 31-35세(d)                | 96  | 3.56(0.87) |                     |
|                      | 36-40세(e)                | 69  | 3.82(0.80) |                     |
| 화장품 구매 시 고려사항        | 40-50세(f)                | 82  | 3.93(0.86) | 5.025***<br>(a>c,d) |
|                      | 성분(a)                    | 107 | 3.73(1.00) |                     |
|                      | 효능(b)                    | 161 | 3.67(0.80) |                     |
|                      | 브랜드(c)                   | 72  | 3.24(0.98) |                     |
|                      | 가격(d)                    | 88  | 3.23(0.99) |                     |
|                      | 사용감(e)                   | 111 | 3.54(0.87) |                     |
| 화장품 구매의 가장 큰 동기      | 윤리적 소비(f)                | 83  | 3.45(0.97) | 4.008***<br>(e>f)   |
|                      | 가족 및 지인 추천(a)            | 106 | 3.51(0.96) |                     |
|                      | 매장 직원 추천(b)              | 95  | 3.48(0.96) |                     |
|                      | 인플루언서 및 사용후기(c)          | 108 | 3.47(0.92) |                     |
|                      | 동물성 원료를 배제하고 동물실험이 없다(d) | 100 | 3.50(0.94) |                     |
|                      | 제품의 품질과 효능이 좋다(e)        | 166 | 3.71(0.90) |                     |
| 화장품 구매 장소            | 기타(f)                    | 47  | 3.04(0.80) | 11.333***<br>(b>d)  |
|                      | 온라인 쇼핑몰(a)               | 192 | 3.67(0.89) |                     |
|                      | 오프라인매장(b)                | 153 | 3.73(0.93) |                     |
|                      | 병원, 약국, 피부관리실(c)         | 123 | 3.45(0.95) |                     |
|                      | 홈쇼핑(d)                   | 74  | 2.98(0.86) |                     |
|                      | 실시간 라이브방송(e)             | 80  | 3.32(0.87) |                     |
| 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과 | 수분                       | 131 | 3.53(0.99) | 0.586               |
|                      | 보습                       | 162 | 3.43(0.95) |                     |
|                      | 탄력/주름                    | 111 | 3.59(0.91) |                     |
|                      | 영양                       | 116 | 3.53(0.85) |                     |
|                      | 기미/잡티                    | 102 | 3.54(0.96) |                     |
| 정보 경로                | SNS 광고 및 인플루언서           | 126 | 3.52(0.93) | 4.685***<br>(b>e)   |
|                      | 지인                       | 139 | 3.75(0.89) |                     |
|                      | 인터넷 검색                   | 100 | 3.55(0.77) |                     |
|                      | 판매처 직원                   | 93  | 3.48(0.92) |                     |
|                      | 화장품 브랜드 공식 홈페이지          | 67  | 3.09(1.12) |                     |
|                      | 매체 및 기사                  | 97  | 3.48(0.94) |                     |

|                  |                                |     |            |                     |
|------------------|--------------------------------|-----|------------|---------------------|
| 가장 큰 장점          | 피부에 유익한 성분(a)                  | 167 | 3.65(0.93) | 3.008*<br>(a,d>c,e) |
|                  | 동물 실험 반대(b)                    | 100 | 3.43(1.00) |                     |
|                  | 건강과 환경을 생각하는 가치관(c)            | 104 | 3.37(0.88) |                     |
|                  | 풍부한 보습, 탄력감 제공, 피부에 무해 및 안전(d) | 158 | 3.62(0.90) |                     |
|                  | 윤리적 소비를 하고 있다는 인식이 든다(e)       | 93  | 3.35(0.96) |                     |
| 안티에이징 화장품의 아쉬운 점 | 성분에 대한 안전성이 부족하다               | 131 | 3.46(1.01) | 1.981               |
|                  | 동물 학대의 요소                      | 70  | 3.30(0.98) |                     |
|                  | 건강과 환경을 생각하지 않는 가치관            | 124 | 3.47(0.94) |                     |
|                  | 낮은 흡수율 및 피부 트러블 유발             | 155 | 3.64(0.90) |                     |
|                  | 잘못된 인식에서 비롯한 추천                | 142 | 3.59(0.86) |                     |
| 비건 화장품 사용 의향     | 예                              | 447 | 3.73(0.85) | 9.837***            |
|                  | 아니오                            | 175 | 2.97(0.91) |                     |

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

## 1-2. 비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 효능 차이

비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 효능 차이를 살펴보기 위해 독립표본 t-검정과 일원배치 분산분석(ANOVA)을 실시한 결과는 <표 31>과 같다. 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과에 따라 효능에 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 사용 이유가 비건 제품이 우수해서인 경우 평균 3.74(SD=0.99)점으로 가장 높았고, 기타가 3.24(SD=1.04)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $F=2.690$ ,  $p < .01$ ), 화장품 관심 시기가 40-50세인 경우 3.80(SD=0.85)점으로 가장 높았고, 20세 이하는 3.05(SD=0.85)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $F=7.615$ ,  $p < .001$ ).

화장품 처음 구매 시기가 40-50세인 경우 평균 3.86(SD=0.89)점으로 가장 높았고, 20세 이하는 3.02(SD=0.88)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $F=10.057$ ,  $p < .001$ ), 화장품 구매 시 고려사항이 성분인 경우 3.79(SD=0.99)점으로 가장 높았고, 가격은 3.18(SD=0.96)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $F=6.049$ ,  $p < .001$ ). 화장품 구매의 가장 큰 동기가 제품의 품질과 효능이 좋다는 경우 평균 3.71(SD=0.88)점으로 가장 높았고, 기타는 3.07(SD=0.93)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $F=3.988$ ,  $p < .001$ ), 화장품 구매 장소가 오프라인매장인 경우 3.74(SD=0.93)점으로 가장 높았고, 홈쇼핑은 3.05(SD=0.96)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $F=9.955$ ,  $p < .001$ ).

정보 경로가 지인인 경우 평균 3.68(SD=0.87)점으로 가장 높았고, 화장품

브랜드 공식 홈페이지는 3.13(SD=1.08)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $F=3.320$ ,  $p<.01$ ), 가장 큰 장점이 피부에 유익한 성분인 경우 3.62(SD=0.95)점으로 가장 높았고, 동물 실험 반대와 윤리적 소비를 하고 있다는 인식이 든다가 각각 3.33(SD=1.02)점, 3.33(SD=0.91)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $F=3.033$ ,  $p<.05$ ). 또한, 비건 화장품 사용 의향이 있는 대상자는 3.68(SD=0.87)점으로 의향이 없는 3.03(SD=0.95)점에 비해 높아 유의한 차이를 보였다( $t=8.160$ ,  $p<.001$ ).

<표 31> 비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 효능 차이

| 구분              | N                        | 효능    |            |
|-----------------|--------------------------|-------|------------|
|                 |                          | M(SD) | t/F(p)     |
| 사용 이유           | 비건 제품이 우수해서(a)           | 73    | 3.74(0.99) |
|                 | 동물보호를 위해(b)              | 55    | 3.29(1.07) |
|                 | 환경보호를 위해(c)              | 62    | 3.53(0.89) |
|                 | 피부보호를 위해(d)              | 89    | 3.72(0.82) |
|                 | 생명존중을 위해(e)              | 80    | 3.44(0.93) |
|                 | 주변 지인 추천(f)              | 51    | 3.33(0.87) |
|                 | 광고를 보고(g)                | 53    | 3.25(0.91) |
|                 | 판매원의 권유(h)               | 58    | 3.40(0.94) |
|                 | 전문지식을 갖고(i)              | 65    | 3.66(0.87) |
|                 | 기타(j)                    | 36    | 3.24(1.04) |
| 화장품 관심 시기       | 20세 이하(a)                | 89    | 3.05(0.85) |
|                 | 21-25세(b)                | 163   | 3.40(0.98) |
|                 | 26-30세(c)                | 78    | 3.50(0.93) |
|                 | 31-35세(d)                | 111   | 3.58(0.95) |
|                 | 36-40세(e)                | 97    | 3.70(0.86) |
|                 | 40-50세(f)                | 84    | 3.80(0.85) |
| 화장품 처음 구매 시기    | 20세 이하(a)                | 93    | 3.02(0.88) |
|                 | 21-25세(b)                | 181   | 3.39(0.99) |
|                 | 26-30세(c)                | 101   | 3.62(0.85) |
|                 | 31-35세(d)                | 96    | 3.51(0.90) |
|                 | 36-40세(e)                | 69    | 3.77(0.81) |
|                 | 40-50세(f)                | 82    | 3.86(0.89) |
| 화장품 구매 시 고려사항   | 성분(a)                    | 107   | 3.79(0.99) |
|                 | 효능(b)                    | 161   | 3.62(0.79) |
|                 | 브랜드(c)                   | 72    | 3.24(0.95) |
|                 | 가격(d)                    | 88    | 3.18(0.96) |
|                 | 사용감(e)                   | 111   | 3.48(0.88) |
|                 | 윤리적 소비(f)                | 83    | 3.44(1.04) |
| 화장품 구매의 가장 큰 동기 | 가족 및 지인 추천(a)            | 106   | 3.45(0.96) |
|                 | 매장 직원 추천(b)              | 95    | 3.42(0.88) |
|                 | 인플루언서 및 사용후기(c)          | 108   | 3.47(0.95) |
|                 | 동물성 원료를 배제하고 동물실험이 없다(d) | 100   | 3.49(0.99) |
|                 | 제품의 품질과 효능이 좋다(e)        | 166   | 3.71(0.88) |
|                 | 기타(f)                    | 47    | 3.07(0.93) |
| 화장품 구매 장소       | 온라인 쇼핑몰(a)               | 192   | 3.64(0.89) |
|                 | 오프라인매장(b)                | 153   | 3.74(0.93) |
|                 | 병원, 약국, 피부관리실(c)         | 123   | 3.39(0.93) |

|                         |                                |     |            |                     |
|-------------------------|--------------------------------|-----|------------|---------------------|
| 비건 안티에이징 화장품<br>사용 시 효과 | 흡쇼평(d)                         | 74  | 3.05(0.96) | 0.933               |
|                         | 실시간 라이브방송(e)                   | 80  | 3.26(0.86) |                     |
|                         | 수분                             | 131 | 3.47(0.97) |                     |
|                         | 보습                             | 162 | 3.43(0.99) |                     |
|                         | 탄력/주름                          | 111 | 3.64(0.90) |                     |
|                         | 영양                             | 116 | 3.52(0.86) |                     |
| 정보 경로                   | 기미/잡티                          | 102 | 3.46(0.94) | 3.320**<br>(b>e)    |
|                         | SNS 광고 및 인플루언서(a)              | 126 | 3.48(0.89) |                     |
|                         | 지인(b)                          | 139 | 3.68(0.87) |                     |
|                         | 인터넷 검색(c)                      | 100 | 3.57(0.82) |                     |
|                         | 판매처 직원(d)                      | 93  | 3.48(0.94) |                     |
|                         | 화장품 브랜드 공식 홈페이지(e)             | 67  | 3.13(1.08) |                     |
| 가장 큰 장점                 | 매체 및 기사(f)                     | 97  | 3.44(1.04) | 2.897*<br>(a,d>b,e) |
|                         | 피부에 유익한 성분(a)                  | 167 | 3.62(0.95) |                     |
|                         | 동물 실험 반대(b)                    | 100 | 3.33(1.02) |                     |
|                         | 건강과 환경을 생각하는 가치관(c)            | 104 | 3.44(0.89) |                     |
|                         | 풍부한 보습, 탄력감 제공, 피부에 무해 및 안전(d) | 158 | 3.60(0.90) |                     |
|                         | 윤리적 소비를 하고 있다는 인식이 든다(e)       | 93  | 3.33(0.91) |                     |
| 안티에이징 화장품의 아쉬운<br>점     | 성분에 대한 안전성이 부족하다(a)            | 131 | 3.47(1.00) | 3.033*<br>(d>b)     |
|                         | 동물 학대의 요소(b)                   | 70  | 3.17(0.90) |                     |
|                         | 건강과 환경을 생각하지 않는 가치관(c)         | 124 | 3.48(0.97) |                     |
|                         | 낮은 흡수율 및 피부 트러블 유발(d)          | 155 | 3.63(0.89) |                     |
|                         | 잘못된 인식에서 비롯한 추천(e)             | 142 | 3.54(0.89) |                     |
| 비건 화장품 사용 의향            | 예                              | 447 | 3.68(0.87) | 8.160***            |
|                         | 아니오                            | 175 | 3.03(0.95) |                     |

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

### 1-3. 비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 브랜드 차이

비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 브랜드 차이를 살펴보기 위해 독립표본 t-검정과 일원배치 분산분석(ANOVA)을 실시한 결과는 <표 32>와 같다. 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과와 안티에이징 화장품의 아쉬운 점에 따라 브랜드에 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 사용 이유가 피부보호를 위해서인 경우 평균 3.82(SD=0.89)점으로 가장 높았고, 광고를 보고가 3.09(SD=0.95)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $F=3.562$ ,  $p<.001$ ), 화장품 관심 시기가 40-50세인 경우 3.87(SD=0.95)점으로 가장 높았고, 20세 이하는 3.07(SD=0.93)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $F=5.736$ ,  $p<.001$ ).

화장품 처음 구매 시기가 40-50세인 경우 평균 3.92(SD=0.98)점으로 가장 높았고, 20세 이하는 3.02(SD=0.97)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였

으며( $F=8.499$ ,  $p<.001$ ), 화장품 구매 시 고려사항이 성분인 경우 3.79( $SD=1.04$ )점으로 가장 높았고, 가격은 3.09( $SD=1.08$ )점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $F=7.780$ ,  $p<.001$ ). 화장품 구매의 가장 큰 동기가 제품의 품질과 효능이 좋다면 경우 평균 3.76( $SD=0.91$ )점으로 가장 높았고, 기타는 2.99( $SD=1.04$ )점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $F=5.264$ ,  $p<.001$ ), 화장품 구매 장소가 오프라인매장인 경우 3.77( $SD=1.00$ )점으로 가장 높았고, 홈쇼핑은 2.83( $SD=0.94$ )점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $F=15.127$ ,  $p<.001$ ).

정보 경로가 지인인 경우 평균 3.67( $SD=0.98$ )점으로 가장 높았고, 화장품 브랜드 공식 홈페이지는 3.16( $SD=1.07$ )점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며( $F=2.646$ ,  $p<.05$ ), 가장 큰 장점이 피부에 유익한 성분인 경우 3.67( $SD=0.97$ )점으로 가장 높았고, 윤리적 소비를 하고 있다는 인식이 든다가 3.17( $SD=0.97$ )점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다( $F=5.172$ ,  $p<.001$ ). 또한, 비건 화장품 사용 의향이 있는 대상자는 3.70( $SD=0.93$ )점으로 의향이 없는 2.97( $SD=1.03$ )점에 비해 높아 유의한 차이를 보였다( $t=8.531$ ,  $p<.001$ ).

<표 32> 비건 안티에이징 화장품 사용 실태에 따른 브랜드 차이

| 구분           |                | N   | 브랜드        |                     |
|--------------|----------------|-----|------------|---------------------|
|              |                |     | M(SD)      | t/F(p)              |
| 사용 이유        | 비건 제품이 우수해서(a) | 73  | 3.81(1.01) | 3.562***<br>(a,d>g) |
|              | 동물보호를 위해(b)    | 55  | 3.22(1.01) |                     |
|              | 환경보호를 위해(c)    | 62  | 3.47(0.99) |                     |
|              | 피부보호를 위해(d)    | 89  | 3.82(0.89) |                     |
|              | 생명존중을 위해(e)    | 80  | 3.48(1.02) |                     |
|              | 주변 지인 추천(f)    | 51  | 3.37(0.98) |                     |
|              | 광고를 보고(g)      | 53  | 3.09(0.95) |                     |
|              | 판매원의 권유(h)     | 58  | 3.36(0.99) |                     |
|              | 전문지식을 갖고(i)    | 65  | 3.54(1.01) |                     |
|              | 기타(j)          | 36  | 3.39(1.14) |                     |
| 화장품 관심 시기    | 20세 이하(a)      | 89  | 3.07(0.93) | 5.736***<br>(e>a)   |
|              | 21-25세(b)      | 163 | 3.45(1.07) |                     |
|              | 26-30세(c)      | 78  | 3.54(1.01) |                     |
|              | 31-35세(d)      | 111 | 3.49(0.98) |                     |
|              | 36-40세(e)      | 97  | 3.57(0.92) |                     |
|              | 40-50세(f)      | 84  | 3.87(0.95) |                     |
| 화장품 처음 구매 시기 | 20세 이하(a)      | 93  | 3.02(0.97) | 8.499***<br>(f>a)   |
|              | 21-25세(b)      | 181 | 3.44(1.03) |                     |
|              | 26-30세(c)      | 101 | 3.60(0.92) |                     |
|              | 31-35세(d)      | 96  | 3.41(1.02) |                     |
|              | 36-40세(e)      | 69  | 3.69(0.88) |                     |
|              | 40-50세(f)      | 82  | 3.92(0.98) |                     |

|                      |                                |     |            |                     |
|----------------------|--------------------------------|-----|------------|---------------------|
| 화장품 구매 시 고려사항        | 성분(a)                          | 107 | 3.79(1.04) | 7.780***<br>(a>d)   |
|                      | 효능(b)                          | 161 | 3.69(0.85) |                     |
|                      | 브랜드(c)                         | 72  | 3.20(1.08) |                     |
|                      | 가격(d)                          | 88  | 3.09(1.08) |                     |
|                      | 사용감(e)                         | 111 | 3.51(0.95) |                     |
|                      | 윤리적 소비(f)                      | 83  | 3.36(0.99) |                     |
| 화장품 구매의 가장 큰 동기      | 가족 및 지인 추천(a)                  | 106 | 3.46(1.08) | 5.264***<br>(e>f)   |
|                      | 매장 직원 추천(b)                    | 95  | 3.45(0.95) |                     |
|                      | 인플루언서 및 사용후기(c)                | 108 | 3.36(1.00) |                     |
|                      | 동물성 원료를 배제하고 동물실험이 없다(d)       | 100 | 3.48(1.04) |                     |
|                      | 제품의 품질과 효능이 좋다(e)              | 166 | 3.76(0.91) |                     |
|                      | 기타(f)                          | 47  | 2.99(1.04) |                     |
| 화장품 구매 장소            | 온라인 쇼핑몰(a)                     | 192 | 3.68(0.93) | 15.127***<br>(b>d)  |
|                      | 오프라인매장(b)                      | 153 | 3.77(1.00) |                     |
|                      | 병원, 약국, 피부관리실(c)               | 123 | 3.41(1.02) |                     |
|                      | 홈쇼핑(d)                         | 74  | 2.83(0.94) |                     |
|                      | 실시간 라이브방송(e)                   | 80  | 3.24(0.93) |                     |
| 비건 안티에이징 화장품 사용 시 효과 | 수분                             | 131 | 3.45(1.02) | 0.913               |
|                      | 보습                             | 162 | 3.42(1.07) |                     |
|                      | 탄력/주름                          | 111 | 3.63(0.97) |                     |
|                      | 영양                             | 116 | 3.54(0.96) |                     |
|                      | 기미/잡티                          | 102 | 3.45(0.99) |                     |
| 정보 경로                | SNS 광고 및 인플루언서(a)              | 126 | 3.53(1.03) | 2.646*<br>(b>e)     |
|                      | 지인(b)                          | 139 | 3.67(0.98) |                     |
|                      | 인터넷 검색(c)                      | 100 | 3.56(0.88) |                     |
|                      | 판매처 직원(d)                      | 93  | 3.43(1.05) |                     |
|                      | 화장품 브랜드 공식 홈페이지(e)             | 67  | 3.16(1.07) |                     |
|                      | 매체 및 기사(f)                     | 97  | 3.41(1.02) |                     |
| 가장 큰 장점              | 피부에 유익한 성분(a)                  | 167 | 3.67(0.97) | 5.172***<br>(a,d>e) |
|                      | 동물 실험 반대(b)                    | 100 | 3.34(1.08) |                     |
|                      | 건강과 환경을 생각하는 가치관(c)            | 104 | 3.42(1.00) |                     |
|                      | 풍부한 보습, 탄력감 제공, 피부에 무해 및 안전(d) | 158 | 3.63(0.98) |                     |
|                      | 윤리적 소비를 하고 있다는 인식이 든다(e)       | 93  | 3.17(0.97) |                     |
|                      | 성분에 대한 안전성이 부족하다               | 131 | 3.49(1.11) |                     |
| 안티에이징 화장품의 아쉬운 점     | 동물 학대의 요소                      | 70  | 3.25(0.95) | 1.741               |
|                      | 건강과 환경을 생각하지 않는 가치관            | 124 | 3.42(1.01) |                     |
|                      | 낮은 흡수율 및 피부 트러블 유발             | 155 | 3.60(0.95) |                     |
|                      | 잘못된 인식에서 비롯한 추천                | 142 | 3.56(0.99) |                     |
|                      | 예                              | 447 | 3.70(0.93) |                     |
| 비건 화장품 사용 의향         | 아니오                            | 175 | 2.97(1.03) | 8.531***            |

\* $p<0.05$ , \*\*\* $p<0.001$

## 제 4 절 소비자 인식이 만족도에 미치는 영향 요인

### 1. 소비자 인식과 만족도 간 상관관계

소비자 인식과 만족도 간 상관관계를 살펴보기 위해 Pearson의 상관분석을 실시한 결과는 <표 33>과 같다. 소비자 인식은 만족도( $r=.687$ ,  $p<.01$ )와

유의한 정적(+) 상관관계를 보였으며, 이는 소비자 인식이 증가함에 따라 만족도가 증가하는 것을 의미한다.

다음으로 하위요인 간의 상관관계를 살펴보면, 소비자 인식의 하위요인인 성분은 만족도의 하위요인인 비건 안티에이징 화장품( $r=.631, p<.01$ ), 논 비건 안티에이징 화장품( $r=.541, p<.01$ )과 유의한 정적(+) 상관관계를 보였고, 소비자 인식의 하위요인인 효능은 만족도의 하위요인인 비건 안티에이징 화장품( $r=.630, p<.01$ ), 논 비건 안티에이징 화장품( $r=.575, p<.01$ )과 유의한 정적(+) 상관관계를 보였으며, 소비자 인식의 하위요인인 브랜드는 만족도의 하위요인인 비건 안티에이징 화장품( $r=.651, p<.01$ ), 논 비건 안티에이징 화장품( $r=.574, p<.01$ )과 유의한 정적(+) 상관관계를 보이는 것으로 나타났다.

따라서, 이는 소비자 인식 각 요소가 증가함에 따라 비건 안티에이징과 논 비건 안티에이징 화장품 만족도 수준이 증가하는 것을 의미한다.

<표 33> 소비자 인식과 만족도 간 상관관계

| 구분                  | 1     | 1-1   | 1-2   | 1-3   | 2     | 2-1   | 2-2 |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|
| 1. 소비자 인식           | 1     |       |       |       |       |       |     |
| 1-1. 성분             | .945* | 1     |       |       |       |       |     |
| 1-2. 효능             | .941* | .759* | 1     |       |       |       |     |
| 1-3. 브랜드            | .929* | .807* | .797* | 1     |       |       |     |
| 2. 만족도              | .687* | .629* | .646* | .657* | 1     |       |     |
| 2-1. 비건 안티에이징 화장품   | .680* | .631* | .630* | .651* | .932* | 1     |     |
| 2-2. 논 비건 안티에이징 화장품 | .601* | .541* | .575* | .574* | .932* | .737* | 1   |

\*\*\* $p<.01$

## 2. 소비자 인식이 만족도에 미치는 영향

본 연구에서 소비자 인식으로 구성된 성분과 효능, 브랜드 요인이 비건 안

티에이징과 논 비건 안티에이징 만족도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 다중 회귀분석을 실시하였다. 다중회귀분석은 변수 간의 인과 관계를 통계적 방법에 의해 원인이 되는 독립변수가 2개 이상인 회귀 모델에 대한 분석을 수행하는 사회통계학적 기법을 말한다.

## 2-1. 소비자 인식이 비건 안티에이징 화장품 만족도에 미치는 영향

소비자 인식이 비건 안티에이징 화장품 만족도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 34>와 같다. 독립변인으로 소비자 인식의 하위요인을 투입하였고, 종속변인으로는 만족도의 하위요인인 비건 안티에이징 화장품을 투입한 최종 모형의 설명력은 약 46.2%( $R^2=.462$ )이었으며, 모형이 적합한 것으로 나타났다( $F=178.932$ ,  $p<.001$ ).

또한, Durbin-Watson 통계량은 1.949로 2에 근사한 값을 보여 독립성 가정에 문제가 없고, 분산팽창지수(Variance Inflation Factor: VIF)가 10 미만으로 다중공선성 문제가 없는 것으로 나타났다.

성분( $t=2.910$ ,  $p<.01$ ), 효능( $t=3.214$ ,  $p<.001$ ), 브랜드( $t=6.548$ ,  $p<.001$ ) 모두 비건 안티에이징 화장품 만족도에 유의한 정적(+) 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서, 성분과 효능, 브랜드에 대한 소비자 인식이 증가할수록 비건 안티에이징 화장품 만족도가 향상되는 것을 의미한다.

<표 34> 소비자 인식이 비건 안티에이징 화장품 만족도에 미치는 영향

| 종속변인               | 독립변인 | <i>B</i> | <i>SE</i> | $\beta$ | <i>t</i> | <i>p</i> | <i>VIF</i> |
|--------------------|------|----------|-----------|---------|----------|----------|------------|
| 비건<br>안티에이징<br>화장품 | (상수) | .961     | .117      |         | 8.221*** | .000     |            |
|                    | 성분   | .192     | .066      | .182    | 2.910**  | .004     | 1.523      |
|                    | 효능   | .206     | .064      | .196    | 3.214*** | .001     | 1.311      |
|                    | 브랜드  | .339     | .052      | .348    | 6.548*** | .000     | 1.252      |

Durbin-Watson=1.949,  $R^2=.465$ , Adj. $R^2=.462$ ,  $F=178.932$ \*\*\*

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



## 2-2. 소비자 인식이 논 비건 안티에이징 화장품 만족도에 미치는 영향

소비자 인식이 논 비건 안티에이징 화장품 만족도에 미치는 영향을 살펴 보기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 35>와 같다. 독립변인으로 소비자 인식의 하위요인을 투입하였고, 종속변인으로는 만족도의 하위요인인 논 비건 안티에이징 화장품을 투입한 최종 모형의 설명력은 약 36.5%( $R^2=.365$ )이었으며, 모형이 적합한 것으로 나타났다( $F=119.843$ ,  $p<.001$ ).

또한, Durbin-Watson 통계량은 1.994로 2에 근사한 값을 보여 독립성 가정에 문제가 없고, 분산팽창지수(Variance Inflation Factor: VIF)가 10 미만으로 다중공선성 문제가 없는 것으로 나타났다.

효능( $t=4.520$ ,  $p<.001$ ), 브랜드( $t=5.325$ ,  $p<.001$ )는 논 비건 안티에이징 화장품 만족도에 유의한 정적(+) 영향을 미치는 것으로 나타났으나 성분은 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

따라서, 효능과 브랜드에 대한 소비자 인식이 증가할수록 논 비건 안티에이징 화장품 만족도가 향상되는 것을 의미한다.

<표 35> 소비자 인식이 논 비건 안티에이징 화장품 만족도에 미치는 영향

| 종속변인                 | 독립변인 | <i>B</i> | <i>SE</i> | $\beta$ | <i>t</i> | <i>p</i> | <i>VIF</i> |
|----------------------|------|----------|-----------|---------|----------|----------|------------|
| 논 비건<br>안티에이징<br>화장품 | (상수) | 1.170    | .127      |         | 9.211*** | .000     |            |
|                      | 성분   | .037     | .072      | .035    | .512     | .609     | 1.523      |
|                      | 효능   | .315     | .070      | .300    | 4.520*** | .000     | 1.311      |
|                      | 브랜드  | .300     | .056      | .307    | 5.325*** | .000     | 1.252      |

Durbin-Watson=1.994,  $R^2=.368$ , Adj. $R^2=.365$ ,  $F=119.843$ \*\*\*

\*\*\* $p<.001$

## 제 5 장 결론

본 연구는 비건 안티에이징 화장품 사용에 따른 소비자 인식을 파악하여 비건 안티에이징 화장품 사용에 따른 만족도를 살펴보고, 비건 안티에이징 만족도에 어떠한 영향을 미치는가를 파악하고자 실증적 연구 방법인 설문 조사를 시행하였다. 수집된 자료는 SPSS 26.0 통계 프로그램을 활용하였으며 빈도 분석, 기술 통계, 독립 표본 t-검증, 일원 배치 분산분석(ANOVA), 카이제곱 검정, 신뢰도 분석, pearson 상관분석 및 다중 회귀분석을 실시하였다. 연구의 결과 및 시사점은 다음과 같다.

먼저, 조사대상자의 일반적 특성을 살펴본 결과, 성별은 남자가 261명(42.0%), 여자가 361명(58.0%) 순이었으며, 연령으로는 20대 이하가 301명(48.4%)으로 가장 많았으며, 최종학력은 전문대졸이 161명(25.9%), 결혼 여부는 기혼이 408명(65.6%), 직업은 회사원이 131명(21.1%), 월평균 수입으로는 3,000위안은 108명(17.4%)으로 가장 높은 것으로 나타났다.

조사대상자의 피부 노화 일반적 인식을 살펴본 결과, 피부 노화 인식에 ‘그렇다’가 371명을 59.6%로 가장 높게 나타났고, 피부 노화 진행 느낌에 ‘그렇다’가 324명(52.1%), 나이에 비해 피부 노화 정도가 ‘아니다’는 240명(38.6%), 피부 노화로 인한 고민은 ‘그렇다’가 267명(42.9%)으로 가장 높은 것으로 나타났다. 피부 타입을 살펴보면, 복합성이 129명(20.7%), 피부 문제 중 고민되는 사항은 색소침착이 114명(18.3%), 피부 노화 증상 중 고민되는 부분으로는 피부 처짐이 105명(16.9%), 피부 노화를 느꼈을 때 최초 증상은 잔주름 증가가 113명(18.2%), 피부 노화가 빠르게 진행되는 이유로는 식습관이 371명(12.1%), 피부 노화 개선 또는 감추는 방법은 전문적 피부관리실이 141명(22.7%), 안티에이징 화장품을 사용하는 대상자가 426명(68.5%)으로 사용하지 않는 196명(31.5%)에 비해 많은 것으로 조사되었다.

조사대상자의 특성에 따른 비건 안티에이징 화장품 사용실태 차이에서는 성별에서 여자는 피부 보호를 위해서라고 응답한 비율이 17.2%로 남자

10.3%에 비해 높아 유의한 차이를 보였고, 직업이 주부인 경우 피부 보호를 위해서라고 응답한 비율이 36.4%로 가장 높았고, 공무원은 5.2%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며, 월평균 수입이 3,000위안인 경우 피부 보호를 위해서라고 응답한 비율이 24.1%로 가장 높았고, 30,000-40,000위안인 경우는 2.2%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다.

피부 노화 일반적 인식에 따른 안티에이징 화장품 사용 실태 차이에서는 피부 노화 인식이 ‘그렇다’인 경우 피부 보호를 위해서라고 응답한 비율이 18.1%로, 피부 노화 진행 느낌이 ‘그렇다’인 경우 피부 보호를 위해서라고 응답한 비율이 19.4%로 가장 높았고, ‘아니다’는 4.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다.

비건 안티에이징 화장품 사용실태에 따른 소비자 인식 차이에서는 사용 이유가 피부 보호를 위해서인 경우 평균 3.78로 가장 높았고, 화장품 관심 시기가 40-50세인 경우 3.85로 가장 높았으며, 20세 이하는 3.01로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다. 화장품 처음 구매 시기가 40-50세인 경우 평균 3.91로 가장 높았고, 화장품 구매 시 고려 사항이 성분인 경우 3.77로 가장 높았으며, 가격은 3.17로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다. 화장품 구매의 가장 큰 동기가 제품의 품질과 효능이 좋다는 경우가 평균 3.73로 가장 높았고, 기타는 3.04로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며, 비건 화장품 사용 의향이 있는 대상자는 3.70로 의향이 없는 2.99에 비해 높아 유의한 차이를 보였다.

소비자 인식이 비건 안티에이징 화장품 만족도에 미치는 영향을 살펴보면 성분, 효능, 브랜드 모두 비건 안티에이징 화장품 만족도에 유의한 정적(+) 영향을 미치는 것으로 나타났다. 소비자 인식이 논 비건 안티에이징 화장품 만족도에 미치는 영향을 살펴보면 효능, 브랜드는 논 비건 안티에이징 화장품 만족도에 유의한 정적(+) 영향을 미치는 것으로 나타났으나 성분은 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 따라서, 성분과 효능, 브랜드에 대한 소비자 인식이 증가할수록 비건 안티에이징 화장품과 논 비건 안티에이징 화장품 만족도가 향상되는 것으로 나타났다.

본 연구의 한계와 제언은 다음과 같다.

조사대상자의 비건 안티에이징 화장품 사용실태에 대한 소비자 인식의 연구 대상자의 비율은 20-40대가 95% 이상이며 50대의 비율이 5% 이내이다. 이로 인해 연구의 결과가 중국 소비자의 소비 인식과 만족도를 비건 안티에이징을 보편화하기에는 무리가 있다고 판단된다. 후속 연구에서는 더 다양한 연령의 설문을 통해 연령별 안티에이징의 관심도의 차이와 사용 기기 등을 사회적 분위기에 따라 비교를 기대해 볼 수 있다.

이에 본 연구는 비건 안티에이징 화장품에 사용해 본 적이 있는 중국 소비자를 중심으로 중국 소비자에게 안티에이징 화장품 관련 연구에서 다뤄지지 않았던 비건 안티에이징 화장품에 대한 인식 또한 살펴보았다는 점에서 기존의 연구들과는 차별성을 지낸다. 이를 통해 중국 소비자의 비건 안티에이징 화장품을 향후 화장품 제품 개발과 소비 성향을 예측하고 소비 행동을 파악하여 중국 소비자를 통합한 타겟으로 마케팅 전략 수립을 위한 기초자료로 도움이 되고자 한다.

## 참 고 문 헌

### 1. 국내문헌

- 권해리. (2022). 화장품 소비자의 소비가치가 비건 화장품 태도와 구매의도에 미치는 영향. 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 권현수,김영국. (2012). 유전자변형식품에 대한 소비자의 지식,지각위험 및 신뢰와의 관계. 동국대학교 대학원 박사학위논문.
- 김미영. (2011). 20대남녀의 얼리안티에이징확산과 뷰티소비성향조사. 『한국트렌드학회지』, 17(4).
- 김미영. (2013). 안티에이징 화장품 소비성향에 관한 연구. 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 김민정, 이강대. (2014). 친환경 포장을 통한 기업의 사회적 책임과 활동. 『한국포장학회지』, Vol.20, 52, 201.
- 김영숙. (2006). 식품영양표시에 대한 소비자능력(지식·태도·기능)과 제도적 제고 방안. 『한국소비자문화학회지』, 9(4). 45-66.
- 김영은. (2021). 한국화장품 구매실태와 만족도에 관한 연구:말레이시아 여성을 대상으로. 남서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 김영자. (2005). 기능성 화장품 사용에 따른 만족도와 제품에 대한 신뢰성 연구. 중앙대학교 대학원 석사학위논문
- 김영희. (2009). 피부 미백 및 주름개선에 미치는 들쭉 성분의 효능 및 작용기전. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 김윤정. (2021). 『뉴웨이브 비건』. 동물권과 크루얼티프리. 위드인 뉴스. <http://www.withinnews.co.kr/news/view.html?section=1&no=25938&category=97>
- 김재선. (2004). 고등학생 소비자의식에 관한 조사분석 및 소비자교육 지도방안에 관한 연구. 대구교육대학교 대학원 석사학위논문.
- 김학태. (2013). 채식주의와 도덕 공동체. 『철학사상문화』, 15, 87-109.
- 김희성. (2019). 비건 화장품에 대한 인식 및 사용실태에 관한 연구. 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 미스틱. (2018). 글이 작품이 되는 공간, 브런치 블로그. <https://brunch.co.kr/@iammystic/71>
- 성예림. (2022). 소비자의 환경가치관과 비건 화장품 소비가치에 따른 지속소비가능성: MZ세대를 중심으로. 건국대학교 대학원 석사학위논문.

- 손은혜. (2021). 친환경 용기 화장품에 대한 소비자 인식과 구매행동에 관한 연구. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 안은주. (2014). 연령대별 여성이 인식하는 피부노화와 항노화관리 행동에 관한 연구. 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 양신엽. (2022). 중국 소비자의 비건인식과 비건패션인지 및 문화적 특성이 비건패션 브랜드자산과 구매의도에 미치는 영향. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 원혜림. (2015). 화장품 표시사항에 대한 소비자 인식 연구. 건국대학교 대학원 석사학위논문
- 유정은. (2022). 얼리안티에이징 화장품 소비심리에 따른 소비가치 및 지속소비가능성-mz세대 여성 소비자 중심으로. 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 윤여임. (2014). 식품안전의 10대 위해요인에 대한 소비자지식과 위험인식 및 위험수용도. 가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- 이소아. (2021). 『제일매거진』. 나와 지구를 위한 건강, 비거니즘. <https://magazine.cheil.com/49659>
- 이송이. (2022). 피부질환 고민에 따른 코스메슈티컬 화장품의 소비가치와 만족도. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이승원. (2017). 헤어제품 구매 시 편의지각유형에 따른 구매행동과 만족도에 관한연구. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.
- 이영주. (2022). 초개인화 서비스가 뷰티제품 구매행동 및 만족도에 미치는 영향. 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 이영희, 황복주. (2013). 『서비스경영』. 서울: 유원북스. 54-55
- 이유재, 이청림. (2006). 고객만족이 기업의 수익성과 가치에 미치는 영향. 『마케팅연구』, 21(2), 102
- 인데일리. (2013). 안티에이징 기술 급성장 중, 이제는 이미 노화된 피부를 젊게 하는 것이 아니라 피부가 노화예방 치료가 대세. <http://www.indaily.co.kr/>
- 전인수, 김현정. (2005). ROCSI: 고객만족투자 과연 효과 있는가?. 마케팅연구, 20(3), 79
- 조옥문, 조동혁. (2019). 고객자산이 고객 만족과 고객 충성도에 미치는 영향에 관한연구 : 한·중 화장품 소비자를 대상으로. 『고객만족경영연구』, 21(3), 4.
- 채정숙,김정숙,유두련,김정희,박명숙. (2008). 소비자주권시대의 소비자교육. 서울: 신정.
- 최미화, 여은아. (2013). 브랜드 전략개발을 위한 비건(Vegan) 패션 뷰티 상

품분석. 『과학논집』. 39, 103-120.

## 2. 국외문헌

“可持续发展”.www.baidu.com.

2022-2023年全球与中国抗衰老行业：消费者逐渐认可国产抗衰老品牌\_发展\_产品\_市场 [https://www.sohu.com/a/635923509\\_120205287](https://www.sohu.com/a/635923509_120205287)

2023抗衰趋势大会议程抢先看！千亿抗衰市场风口到底在哪？- 美业新势能© - 中国美容博览会chinabeautyexpo-上海美博会CBE\_美容展会 <https://www.cbebaiwen.com/news/861.html>

Gao/Sun. 用Hofstede 的文化维度理论探究中美旅游宣传册中的文化差异. JOURNAL OF EDUCATIONAL INSTITUTE OF JILIN PROVINCE.

Kaisa Joukanen (2019). Impulse buying behavior and post-purchase feelings. Åbo Akademi University Master's Thesis in International Marketing.

Kohrt, W. M. et al, (2006). Anti-aging strategies: science or hype? Menopause Management. 15(3).

Munro, L. (2005). Strategies, action repertoires and DIY activism in the animal rights movement. Social Movement Studies, 4(1), 75-94. 1989.

纯素主义 - 维基百科，自由的百科全书 <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%BA%AF%E7%B4%A0%E4%B8%BB%E4%B9%89>

科学护肤成未来主流 内地或掀「全民抗衰」风潮 | 香港贸易发展局经贸研究 <https://research.hktdc.com/sc/article/MTMxMzI5MzA4Mw>

〈부록〉

-설문지-

안녕하십니까?

본 설문은 석사학위 논문 연구를 위해 중국 소비자를 대상으로 “비건 안티에이징 화장품 사용에 따른 소비자 인식과 만족도에 관한 연구”를 알아보기 위한 설문지입니다.

설문지의 각 문항에는 정답이 없으며 귀하께서 응답하여 수집된 자료는 통계처리 되어 오직 학문 연구를 위해서만 사용될 것임을 약속드립니다.

각 문항에 대하여 솔직한 견해를 부탁드립니다. 한 문항도 빠짐없이 기입 해 주시기 바랍니다. 귀하의 소중한 의견을 잘 활용하여 가치 있는 연구결과를 얻어 내도록 최선을 다하겠습니다.

설문에 참여해주셔서 진심으로 감사드립니다

2023년4월

한성대학교 예술대학원

뷰티산업융합학과 화장품산업전공

지도교수:전지현

연구자:곽야희

연락처:guoyaxi1998@gmail.com



## 용어 설명

### 비건화장품

비건이란 나라별 비건 인증기준이 다르며 나라마다 비건 화장품의 인증기준은 미세한 차이가 있다. 공통된 기준으로는 어떤 목적이든 동물성 성분을 사용하지 않고, 동물 실험을 하지 않으며 동물 실험을 통한 성분 개발도 반대하는 화장품으로, 천연에서 얻어지는 안전한 식물성 재료를 사용하면서 합성 방부제, 인공향료와 인공색소, 합성 계면활성제, 미네랄오일, GMO, 실리콘, 알코올 등 인체에 해를 미칠 수 있는 합성성분을 사용하지 않는 제품이다(최미화 등, 2013).

### 안티에이징

안티에이징은 단순히 오래 사는 의미뿐만 아니라 오랫동안 아름다움과 젊음을 유지하고 다양한 피부미용기술을 통해 주름과 피부노화개선에 대한 자기 관리의 욕구를 충족시키기 위한 수단으로 여겨지고 있다 (인테일리 2013).

### 비건 안티에이징 화장품

앞으로 화장품 시장에서 비건은 선택이 아니라 필수적인 경쟁력이 되고 있다. 건강과 동물 보호에 대한 관심이 높아지면서 뷰티 시장까지 확대되었다. 아름답고 건강하게 늙어갈 수 있는 안티에이징 제품이 효과 및 효능이 안전한 비건 성분으로 만들어진 안티에이징 화장품이다.

I. 다음은 인구통계의 일반적 특성에 관한 설문입니다.  
해당하는 곳에 체크√해 주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은?

① 남자    ② 여자

2. 귀하의 연령은?만 ( ) 세

3. 귀하의 최종 학력은?

①고졸 이하 ②대학 재학 ③전문대졸 ④대졸 ⑤대학원 이상

4. 귀하의 결혼 여부는 어떻게 되십니까?

①기혼 ②미혼 ③독신

5. 귀하의 직업은?

①학생 ②공무원 ③회사원 ④미용업 종사자 ⑤자영업 ⑥전문직 ⑦주부 ⑧기  
타(구체적으로)

6. 귀하의 월 평균 수입은 어떻게 되십니까? (단위:위안)

①3000元以下

②3000元~5000元以下

③5000元~8000元以下

④8000元~12000元以下

⑤12000元~20000元以下

⑥20000元~30000元以下

⑦30000元~40000元以下

⑧40000元~50000元以下

⑨50000元以上

Ⅱ.다음은 피부 노화 상태에 대한 일반적 인식도에 관한 질문입니다.  
해당하는 곳에 체크√해 주시기 바랍니다.

| no | 문항                                     | 전혀<br>그렇<br>지 않<br>다 | 아<br>니<br>다 | 보<br>통<br>이<br>다 | 그<br>렇<br>다 | 매<br>우<br>그<br>렇<br>다 |
|----|----------------------------------------|----------------------|-------------|------------------|-------------|-----------------------|
| 1  | 귀하는 피부 노화에 대해 인식하고 있습니까?               | ①                    | ②           | ③                | ④           | ⑤                     |
| 2  | 귀하는 피부 노화 진행을 느낍니까?                    | ①                    | ②           | ③                | ④           | ⑤                     |
| 3  | 귀하는 나이에 비하여 피부 노화 정도가 어떻<br>다고 생각하십니까? | ①                    | ②           | ③                | ④           | ⑤                     |
| 4  | 귀하는 피부 노화로 인해 고민한 적에 있습니<br>까?         | ①                    | ②           | ③                | ④           | ⑤                     |

5. 귀하의 피부타입은 무엇입니까?

- ① 건성피부 ② 중성피부 ③ 지성 피부 ④ 복합성 피부 ⑤ 민감(예민)성 피부  
⑥ 여드름피부 ⑦ 모른다

6. 귀하는 자신의 피부노화가 시작된 최초의 시점이 언제였다고 느끼십니까?

- ① 20대 초  
② 20대 후반 ~ 30대 초반  
③ 30대 후반 ~ 40대 초반  
④ 40대 후반  
⑤ 50대

7. 현재 귀하의 피부문제 중 가장 고민되는 부분은 무엇입니까?

① 건조 ② 주름 ③ 모공(피지) ④ 피부처짐 (볼륨감, 탄력) ⑤ 트러블 (뽀루지, 민감) ⑥ 색소침착 (기미, 잡티, 검버섯) ⑦ 기타 ( )

8. 현재 귀하의 피부노화 증상 중 가장 고민되는 부분을 하나만 선택해주세요.

① 건조함 ② 주름(이마, 눈가, 팔자등) ③ 피부처짐(볼륨감, 탄력) ④ 모공  
⑤ 색소침착 (기미, 잡티, 검버섯) ⑥ 트러블(뽀루지, 민감) ⑦ 홍조(피부색)  
⑧ 기타 ( )

9. 귀하가 최초로 피부노화를 느꼈을 때 주 증상은 무엇이었습니까?

① 잔주름 증가 ② 피부 각질 증가(건조) ③ 피부 처짐 (탄력) ④ 얼굴라인 변화  
⑤ 색소침착(기미, 잡티, 검버섯) ⑥ 피부톤 변화 (투명감, 칙칙함) ⑦  
넓어진 모공

10. 피부노화가 빠르게 진행되는 이유를 무엇이라고 생각하십니까?

① 유전적 요인 ② 자외선 ③ 미세먼지 ④ 대기오염 ⑤ 스트레스 ⑥ 과다음  
주 ⑦ 흡연 ⑧ 식습관 ⑨ 운동부족 ⑩ 질병 ⑪ 관리소홀

11. 귀하는 피부노화를 개선 시키거나 감추고 싶다면 어떤 방법을 선택하시겠습니까?

① 전문적 피부관리실 ② 미용 성형수술 및 병원 시술관리(레이저 등) ③ 기  
능성 화장품 및 메이크업 ④ 건강기능식품 ⑤ 규칙적 생활습관과 운동

12. 귀하는 피부노화를 위해 안티에이징 화장품을 사용하고 계십니까?

① 예 ② 아니요

Ⅲ. 다음은 비건 안티에이징 화장품 사용실태에 관한 설문입니다.

해당하는 곳에 체크V해 주시기 바랍니다.

1. 귀하가 비건 화장품을 사용하게 된 이유는 무엇입니까?

- ① 비건 제품이 우수해서 ② 동물보호를 위해 ③ 환경보호를 위해
- ④ 피부보호를 위해 ⑤ 생명존중을 위해 ⑥ 주변 지인 추천
- ⑦ 광고를 보고 ⑧ 판매원의 권유 ⑨ 전문지식을 갖고 ⑩ 기타 ( )

2. 귀하는 비건 안티에이징 화장품에 관심이 있던 시기가 언제입니까?

- ① 20세 이하 ② 21세-25세 ③ 26세-30세 ④ 31세-35세 ⑤ 36세-40세
- ⑥ 40세-50세

3. 귀하가 비건 안티에이징 화장품을 처음 구매하고 사용한 시기가 언제입니까?

- ① 20세 이하 ② 21세-25세 ③ 26세-30세 ④ 31세-35세 ⑤ 36세-40세
- ⑥ 40세-50세

4. 귀하는 비건 안티에이징 화장품 구매 시, 최우선으로 고려하는 사항은 무엇입니까?

- ① 성분 ② 효능 ③ 브랜드 ④ 가격 ⑤ 사용감 ⑥ 윤리적 소비

5. 귀하가 비건 안티에이징 화장품을 구매하게 된 가장 큰 동기는 무엇입니까?

- ① 가족 및 지인 추천
- ② 매장 직원 추천
- ③ 인플루언서 및 사용후기
- ④ 동물성 원료를 배제하고 동물실험이 없다
- ⑤ 제품의 품질과 효능이 좋다
- ⑥ 기타 ( )

6. 귀하는 비건 안티에이징 화장품을 어디에서 구매합니까?

- ① 온라인 쇼핑몰 (타오바오, 징둥 등)
- ② 오프라인매장(백화점, 대형마트, 로드숍 등)
- ③ 병원, 약국, 피부관리실
- ④ 홈쇼핑
- ⑤ 실시간 라이브방송

7. 귀하는 비건 제품이 아닌 안티에이징 화장품보다 비건 안티에이징 화장품  
을 사용하였을 때 더 효과를 본 부분은 무엇입니까?

- ① 수분 ② 보습 ③ 탄력/주름 ④ 영양 ⑤ 기미/잡티

8. 귀하는 비건 안티에이징 화장품에 대한 정보를 어디에서 얻습니까?

- ① SNS광고 및 인플루언서
- ② 지인
- ③ 인터넷검색
- ④ 판매처 직원
- ⑤ 화장품 브랜드 공식 홈페이지
- ⑥ 매체 및 기사

9. 귀하가 생각하는 비건 안티에이징 화장품의 가장 큰 장점은 무엇입니까?

- ① 기존 안티에이징 제품보다 비건 안티에이징의 피부에 유익한 성분
- ② 동물 실험 반대
- ③ 건강과 환경을 생각하는 가치관
- ④ 풍부한 보습과 탄력감을 제공하고 피부에 무해하며 안전하다
- ⑤ 윤리적 소비를 하고 있다는 인식이 든다.

10. 귀하는 비건 제품이 아닌 안티에이징 화장품에 아쉬운 점이 무엇이라고  
생각하십니까?

- ① 성분에 대한 안전성이 부족하다
- ② 동물 학대의 요소

- ③ 건강과 환경을 생각하지 않는 가치관
- ④ 고영양, 고성능 성분으로 인한 낮은 흡수율 및 피부 트러블 유발
- ⑤ 연령과 상관없이 고성능의 제품 사용이 노화에 좋다는 소비자, 판매자의 잘못된 인식에서 비롯한 추천

11. 귀하가 비건 화장품을 사용하고 가장 만족한 부분은 무엇입니까? (중복가능)

- ① 화장품의 효과 ② 가격 ③ 성분 및 원료 ④ 동물보호 실천 ⑤ 윤리적 소비 ⑥ 용기 및 디자인 ⑦ 환경보호 실천

12. 귀하는 앞으로도 비건 화장품을 사용할 의향이 있습니까?

- ① 예 ② 아니요

Ⅶ. 다음은 비건 안티에이징 화장품과 비건이 아닌 안티에이징 화장품의 소비자 인식에 관한 설문입니다. 해당하는 곳에 체크√해 주시기 바랍니다.

| no | 문항                                                                                | 전혀 그렇지 않다 | 아니다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|------|-----|--------|
| 성분 | 1.비건 안티에이징 화장품이 비건 아닌 안티에이징 화장품에 비해 성분이 피부개선에 좋을 것이라고 생각한다.                       | ①         | ②   | ③    | ④   | ⑤      |
|    | 2.비건 안티에이징 화장품은 동물성분을 사용하지 않았을 뿐 효과 면에서 비건 아닌 화장품과 큰 차이가 없다고 생각한다.                | ①         | ②   | ③    | ④   | ⑤      |
|    | 3.비건 안티에이징 화장품은 식물성 성분으로만 구성되어 비건 아닌 안티에이징 화장품보다 안심하고 사용할 수 있다.                   | ①         | ②   | ③    | ④   | ⑤      |
|    | 4.비건 안티에이징 화장품은 착한 성분으로 비건 아닌 안티에이징 화장품보다 피부 자극도가 낮을 것이다.                         | ①         | ②   | ③    | ④   | ⑤      |
|    | 5.비건 안티에이징 화장품은 연령 및 피부 유형에 맞는 기능 및 성분으로 피부 적합성이 비건 아닌 안티에이징 화장품보다 우수할 것이라고 생각한다. | ①         | ②   | ③    | ④   | ⑤      |

|    |                                                              |   |   |   |   |   |
|----|--------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 효능 | 6.비건 안티에이징 화장품의 효능은 비건 아닌 안티에이징 화장품에 비해 중요하게 생각한다.           | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|    | 7.비건 안티에이징 화장품이 비건이 아닌 안티에이징 화장품보다 보습,수분,탄력 등의 효과를 볼 것이다.    | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|    | 8.비건 아닌 안티에이징 화장품이 비건 안티에이징 화장품보다 지속적으로 사용하면 건강한 피부를 가질 것이다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|    | 9.비건이 아닌 성분의 안티에이징은 비건 안티에이징 화장품에 비해 안티에이징 효능이 차이가 없다.       | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|    | 10.비건 안티에이징 화장품이 비건이 아닌 안티에이징 화장품 보다 피부에 더 효능이 있을 것이라고 생각한다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |



|     |                                                                          |   |   |   |   |   |
|-----|--------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 브랜드 | 11.비건 안티에이징 화장품 브랜드라면 비건 아닌 안티에이징 화장품 브랜드보다 안전성과 안정성 더 높다고 생각한다.         | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|     | 12.비건 안티에이징 화장품 브랜드가 비건 아닌 안티에이징 화장품에 비해 비건 인증마크가 있는 제품으로 안심하고 사용할 수 있다. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|     | 13.비건 안티에이징 화장품 브랜드는 이미지 자체가 비건 아닌 안티에이징 화장품보다 신뢰감이 생긴다.                 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

V. 다음은 비건 안티에이징 화장품 사용 만족도에 관한 설문입니다.

해당하는 곳에 체크V해 주시기 바랍니다.

| no          | 문항                                                          | 전혀 그렇지 않다 | 아니다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우그렇다 |
|-------------|-------------------------------------------------------------|-----------|-----|------|-----|-------|
| 비건 안티에이징화장품 | 1.귀하는 사용했던 비건 안티에이징 화장품의 성분에 대해 만족합니까?                      | ①         | ②   | ③    | ④   | ⑤     |
|             | 2.귀하는 사용했던 비건 안티에이징 화장품의 효능 및 효과에 대해 만족합니까?                 | ①         | ②   | ③    | ④   | ⑤     |
|             | 3.귀하는 사용했던 비건 안티에이징 화장품을 사용함으로 피부의 노화를 늦추는데 도움이 된다고 생각하십니까? | ①         | ②   | ③    | ④   | ⑤     |

|                |                                                                |   |   |   |   |   |
|----------------|----------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 비건 아닌 안티에이징화장품 | 4.귀하는 사용했던 비건 아닌 안티에이징 화장품의 성분에 대해 만족합니까?                      | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|                | 5.귀하는 사용했던 비건 아닌 안티에이징 화장품의 효능 및 효과에 대해 만족합니까?                 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|                | 6.귀하는 사용했던 비건 아닌 안티에이징 화장품을 사용함으로 피부의 노화를 늦추는데 도움이 된다고 생각하십니까? | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

## 关于使用纯素食抗衰老化妆品的消费者认识 和满足度的研究

您好！

本调查问卷是以中国消费者为对象，了解"根据使用素食抗衰老化妆品的消费者认识和满意度研究",为研究素食抗衰老化妆品而制作的问卷。

问卷的各问题没有正确答案,您回答并收集的资料将进行统计处理,并承诺只用于学术研究。

请对各问题坦率地发表意见,一个问题也请全部填写。

我会好好利用您的宝贵意见,尽最大努力取得有价值的研究结果。

衷心感谢您参与问卷调查!

2023年4月

韩国汉城大学 艺术大学院

美容产业融合系 化妆品产业专业

指导教师：全芝贤教授

研究者：郭雅熙

联系方式：guoyaxi1998@gmail.com

## 用语整理

### 纯素食化妆品

素食主义是指各国的素食主义认证标准不同,每个国家的素食化妆品的认证标准都有细微的差异。共同的标准是,无论出于什么目的,不使用动物性成分,不进行动物实验,也反对通过动物实验开发成分的化妆品,在使用天然获得的安全植物性材料的同时,不使用合成防腐剂、人工香料和人工色素、合成表面活性剂、矿物油GMO、硅、酒精等可能对人体有害的合成成分。

### 抗衰老

抗衰老不仅意味着长寿,还被认为是通过维持美丽和年轻、多样的皮肤美容技术满足改善皱纹和皮肤老化的自我管理需求的手段 (인데일리, 2013)

### 素食抗衰老化妆品

在今后的化妆品市场上,素食主义者不是选择,而是必备的竞争力。随着人们对健康和动物保护的关注度提高,美容市场也随之扩大到了美容市场。健康美丽变老的抗衰老产品,是效果及功效都安全的素食成分制成的抗衰老化妆品。

I. 以下是关于人口统计的一般性状的问卷调查。请在相应的地方打勾。

1.您的性别是？

① 男性 ② 女性

2.您的年龄是？（）岁

3.您的最终学历是？

①高中以下 ②大学在校 ③专科毕业 ④本科毕业 ⑤本科以上

4.您结婚与否？

①已婚 ②未婚 ③单身

5.您的职业是？

① 学生 ② 公务员 ③ 公司职员 ④ 美容业从业者 ⑤ 个体户 ⑥技术职业 ⑦ 主妇 ⑧ 其他（具体写出）

6.您的月平均收入？

①3000元以下

②3000元~5000元以下

③5000元~8000元以下

④8000元~12000元以下

⑤12000元~20000元以下

⑥20000元~30000元以下

⑦30000元~40000元以下

⑧40000元~50000元以下

⑨50000元以上

II. 下面是关于皮肤老化的一般认识度的问题。请在相应的地方打勾。

| no | 问题                 | 完全没有 | 没有 | 一般 | 有 | 非常有 |
|----|--------------------|------|----|----|---|-----|
| 1  | 你有意识到皮肤老化吗？        | ①    | ②  | ③  | ④ | ⑤   |
| 2  | 你感觉到皮肤老化了吗？        | ①    | ②  | ③  | ④ | ⑤   |
| 3  | 您认为与年龄相比，皮肤老化程度如何？ | ①    | ②  | ③  | ④ | ⑤   |
| 4  | 你有因为皮肤老化而苦恼过吗？     | ①    | ②  | ③  | ④ | ⑤   |

5.您的皮肤类型是什么？

① 干性皮肤 ② 中性皮肤 ③ 油性皮肤 ④ 混合性皮肤 ⑤ 敏感性皮肤 ⑥ 青春痘皮肤 ⑦ 不知道

6.您觉得自己皮肤开始老化的最初时期是什么时候？

① 20岁初期 ② 20岁后期 ~ 30岁初期 ③ 30岁后期 ~ 40岁初期 ④ 40岁后期 ⑤ 50岁初期

7.现在您的皮肤问题中最苦恼的部分是什么？

① 干燥 ② 皱纹 ③ 毛孔（皮脂）④ 皮肤下垂（丰满感、弹力） ⑤ 过敏（粉刺、敏感） ⑥ 色素沉着（色斑、瑕疵、老年斑） ⑦ 其他（ ）

8.在您目前的皮肤老化症状中最苦恼的部分中，选择一个的话？

① 干燥 ② 皱纹（额头、眼角、法令纹等）③ 皮肤下垂（丰满感、弹性）④ 毛孔 ⑤ 色素沉着（色斑、瑕疵、老年斑） ⑥过敏（粉刺、敏感）⑦ 红晕（皮肤色）⑧其他（）

9.您第一次感到皮肤老化主要症状是什么？

① 细纹增加 ②皮肤角质增加（干燥）③皮肤下垂（弹力）④脸部线条变化 ⑤ 色素沉着（色斑、瑕疵、老年斑） ⑥肤色变化（透明感、暗沉）⑦ 变粗的毛孔

10.您认为皮肤老化速度加快的原因是什么？（可多选）

① 遗传因素 ② 紫外线 ③ 可吸入颗粒物 ④ 大气污染 ⑤ 压力 ⑥ 过度饮酒 ⑦ 吸烟 ⑧ 饮食习惯 ⑨ 运动不足 ⑩ 疾病 ⑪ 疏忽管理

11.如果您想改善或隐藏皮肤老化，您会选择什么方法呢？

① 专业皮肤管理室 ② 美容整形手术及医院施术管理（激光等） ③ 功能性化妆品及化妆 ④ 健康功能食品 ⑤ 规律的生活习惯和运动

12.您为了皮肤老化，会使用抗衰老化妆品吗？

①会 ②不会

Ⅲ. 下面是关于素食抗衰老化妆品使用情况的问卷调查。请在相应的地方打勾。

1. 您使用素食化妆品的理由是什么？

① 素食产品优秀 ② 为了保护动物 ③ 为了保护环境 ④ 为保护肌肤 ⑤为尊重生命 ⑥周边熟人推荐 ⑦ 看到广告 ⑧销售员的劝导 ⑨具有专业知识 ⑩其他()

2.您对素食抗衰老化妆品感兴趣的时期是什么时候？

①20岁以下 ②21岁-25岁 ③26岁-30岁 ④31岁-35岁 ⑤36岁-40岁  
⑥40岁-50岁

3.您购买并使用过素食抗衰老化妆品的时期是什么时候？

①20岁以下 ②21岁-25岁 ③26岁-30岁 ④31岁-35岁 ⑤36岁-40岁  
⑥40岁-50岁

4.您在购买素食抗衰老化妆品时，最优先考虑的事项是什么？

①成分 ②功效 ③品牌 ④价格 ⑤使用感 ⑥良知消费

5.您购买素食抗衰老化妆品的最大动机是什么？

①家人及熟人推荐  
②卖场职员推荐  
③网红及使用后记  
④排除动物性原料，不进行动物实验  
⑤产品质量和功效好  
⑥其他 ()

6.您在哪里购买素食抗衰老化妆品？

①网上购物（淘宝，京东等）②实体店（百货店、大型超市、路边店等）  
③医院、药店、皮肤管理室 ④电视购物  
⑤实时直播

7.您使用素食抗衰老化妆品后效果最好的部分是什么？

①水分 ②保湿 ③弹性/皱纹 ④营养 ⑤色斑/瑕疵

8.您从哪里获得有关素食抗衰老化妆品的信息？

①SNS广告及网红 ②熟人 ③网络搜索 ④销售处职员 ⑤化妆品品牌官网  
⑥媒体及报道

9.您认为素食抗衰老化妆品的最大优点是什么？

- ①比现有抗衰老产品更有益于素食抗衰老肌肤的成分 ②反对动物实验
- ③为健康和环境着想的价值观 ④提供丰富保湿和弹力感，对皮肤无限安全
- ⑤对良知消费有认识

10.您认为普通素食抗衰老化妆品最可惜的一点是什么？

- ①成分安全不足 ②虐待动物的因素
- ③不顾健康与环境的价值观 ④高营养、高性能成分导致的低吸收率及诱发肌肤问题
- ⑤与年龄无关的高性能产品使用有助于老化的消费者、销售者的错误认识导致的推荐

11.您使用素食化妆品后最满意的理由是什么？

- ① 化妆品的效果 ②价格 ③成分及原料 ④动物保护实践 ⑤良知消费 ⑥包装及设计 ⑦环境保护实践

12.您今后也有使用素食化妆品的意向吗？

- ①有 ②没有

IV.以下是关于素食抗衰老化妆品和非素食抗衰老化妆品的消费者认知度的问卷调查。请在相应的地方打勾。



| no | 问题                                              | 非常<br>不认同 | 不<br>认同 | 一<br>般 | 认<br>同 | 非常<br>认同 |
|----|-------------------------------------------------|-----------|---------|--------|--------|----------|
| 成分 | 1.素食抗衰老化妆品与非素食抗衰老化妆品成分相比,对改善皮肤有好处。              | ①         | ②       | ③      | ④      | ⑤        |
|    | 2.素食抗衰老化妆品只是未使用动物成分,在效果上认为与非素食化妆品无显著差异。         | ①         | ②       | ③      | ④      | ⑤        |
|    | 3.素食抗衰老化妆品仅由植物性成分组成,比非素食抗衰老化妆品可以更放心使用。          | ①         | ②       | ③      | ④      | ⑤        |
|    | 4.素食抗衰老化妆品是温和的成分,比非素食抗衰老化妆品对皮肤的刺激度要低。           | ①         | ②       | ③      | ④      | ⑤        |
|    | 5.素食抗衰老化妆品是符合年龄及皮肤类型的功能及成分,认为皮肤适合性比素食抗衰老化妆品更优秀。 | ①         | ②       | ③      | ④      | ⑤        |
| 效果 | 6.素食抗衰老化妆品的功效与非素食抗衰老化妆品相比显得尤为重要。                | ①         | ②       | ③      | ④      | ⑤        |
|    | 7.与非素食抗衰老化妆品相比,素食抗衰老化妆品更具有保湿、水分、弹力等效果。          | ①         | ②       | ③      | ④      | ⑤        |
|    | 8.比起非素食抗衰老化妆品,素食抗衰老化妆品持续使用的话,会拥有健康的皮肤。          | ①         | ②       | ③      | ④      | ⑤        |
|    | 9.非素食成分的抗衰老与素食抗衰老化妆品相比,抗衰老功效没有差异。               | ①         | ②       | ③      | ④      | ⑤        |
|    | 10.我认为素食抗衰老化妆品比非素食抗衰老化妆品对皮肤的功效更大。               | ①         | ②       | ③      | ④      | ⑤        |

|    |                                               |   |   |   |   |   |
|----|-----------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 品牌 | 11.如果是素食抗衰老化妆品品牌,我认为比非素食抗衰老化妆品品牌的安全性和稳定性更高。   | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|    | 12.素食抗衰老化妆品品牌与非素食抗衰老化妆品相比,具有素食认证标志的产品,可以放心使用。 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|    | 13.素食抗衰老化妆品品牌形象本身就比较非素食抗衰老化妆品更有信赖感。           | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

V. 下面是关于素食抗衰老化妆品使用满意度的问卷调查。请在相应的地方打勾。

| no       | 问题                           | 非常<br>不认同 | 不<br>认同 | 一<br>般 | 认<br>同 | 非常<br>认同 |
|----------|------------------------------|-----------|---------|--------|--------|----------|
| 素食抗衰老化妆品 | 1.您对使用过的素食抗衰老化妆品的成分满意吗?      | ①         | ②       | ③      | ④      | ⑤        |
|          | 2.您对使用过的素食抗衰老化妆品的功效及效果满意吗?   | ①         | ②       | ③      | ④      | ⑤        |
|          | 3.您认为使用过的素食抗衰老化妆品有助于延缓皮肤老化吗? | ①         | ②       | ③      | ④      | ⑤        |

|           |                                |   |   |   |   |   |
|-----------|--------------------------------|---|---|---|---|---|
| 非素食抗衰老化妆品 | 4.您对使用过的非素食抗衰老化妆品的成分满意吗?       | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|           | 5.您对使用过的非素食抗衰老化妆品的功效及效果满意吗?    | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|           | 6.您认为使用过的非素食抗衰老化妆品对延缓皮肤老化有帮助吗? | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

# ABSTRACT

## A Study on Consumer Perception and Satisfaction of Vegan Anti-Aging Cosmetics: Focused on Chinese Consumers aged 20~50

GUO, YA-XI

Major in Cosmetics Industry

Dept. of Beauty Industry Convergence

Graduate School of Arts

Hansung University

This study aims to analyze consumer perceptions of skin aging and the usage patterns of vegan anti-aging cosmetics. It also seeks to understand consumer perception and satisfaction of vegan anti-aging cosmetics, providing fundamental data for the development of the vegan cosmetics industry. Chinese consumers are increasingly showing interest in their health, environmental protection, and animal welfare, surpassing simple purchasing motivations. Therefore, the demographic characteristics and skin interest of Chinese consumers in their 20s, 30s, 40s, and 50s were analyzed. A survey was conducted among Chinese consumers from May 1st to May 4th, 2023. Out of a total of 635 distributed questionnaires, 622 responses were analyzed after excluding 13 incomplete responses. The analysis employed various methods, including frequency

analysis, descriptive statistics, independent samples t-test, one-way ANOVA, chi-square test, reliability analysis, Pearson correlation analysis, and multiple regression analysis. The summarized results are as follows:

Upon examining the general characteristics of the respondents, it was found that 42.0% were male and 58.0% were female. The majority of respondents were in their 20s or below. In terms of education, the highest proportion had completed vocational college, while in terms of marital status, most were married. The most common occupation was office worker, and the highest reported monthly income was 3,000 yuan.

Based on the analysis of general perceptions of skin aging among the respondents, the highest response regarding perception of skin aging was "Yes." The feeling of skin aging compared to age was reported as "Not so much," and concerns related to skin aging were primarily reported as "Yes." In terms of skin types, combination skin was common, and concerns regarding skin issues were focused on pigmentation. The most concerning symptom of skin aging was "skin sagging," and the initial symptom experienced was "increased fine lines." Poor dietary habits were identified as a significant factor contributing to accelerated skin aging. Professional skincare clinics were perceived as the most effective method for improving or concealing skin aging. The usage of anti-aging cosmetics was more prevalent among participants compared to non-users.

Regarding the differences in the usage of vegan anti-aging cosmetics based on the characteristics of the respondents, the proportion of female respondents who indicated "For skin protection" as the reason for usage was significantly higher than that of male respondents. Housewives represented the highest proportion, while civil servants had the lowest representation, showing a significant difference. In terms of income, respondents with a monthly income of 3,000 yuan had the highest representation, while those with an income range of 30,000–40,000 yuan

had the lowest representation, indicating a significant difference.

In the comparison of the usage of anti-aging cosmetics based on general perceptions of skin aging, the highest proportion of respondents who perceived skin aging as "Yes" also responded "For skin protection" as the reason for usage.

Regarding the differences in consumer perceptions based on the usage of vegan anti-aging cosmetics, the highest reason for usage was "For skin protection." The age group with the highest interest in cosmetics was 40–50 years old, while those aged 20 and below showed the lowest interest, indicating a significant difference. The most common period for initial purchase of cosmetics was also in the 40–50 age group. When considering the purchase of cosmetics, the most important factor was "ingredients," while "price" had the least significance, indicating a significant difference. The primary motivation for purchasing cosmetics was "good quality and efficacy," which had the highest proportion. Participants who expressed an intention to use vegan cosmetics showed a significantly higher preference compared to those without intention.

The influence of consumer perceptions on satisfaction with vegan anti-aging cosmetics was examined, and it was found that ingredients, efficacy, and brand all had significant impacts. In contrast, when examining the influence of non-vegan anti-aging cosmetics on satisfaction, efficacy and brand were found to have significant impacts, while ingredients were not significant.

In conclusion, this study provides differentiated insights by examining the perceptions of Chinese consumers who have experience using vegan anti-aging cosmetics, which have not been widely covered in previous studies on anti-aging cosmetics. It aims to predict consumer trends in the Chinese cosmetics market, understand consumer behavior, and contribute to future development of vegan anti-aging products. Furthermore, it is

expected to serve as fundamental data for establishing marketing strategies for cosmetics not only in China but also in South Korea.

[Keywords] Vegan cosmetics, Anti-aging cosmetics, Consumer perception, Satisfaction