

아이세도우 컬러와 표현기법에 관한 선호도

- 20~30대 여성을 중심으로 -

오숙영[†] · 김주덕

숙명여자대학교 향장미용학과

Preferences of Eye Shadow Colors and Technique of Expressions

- Focused on 20's~30's Women -

Sook-Young Oh[†] · Ju-Duck Kim

Dept. of Cosmetic & Beauty, Sookmyng Women's University

(2007. 1. 15. 접수/2007. 4. 9. 채택)

Abstract

The purpose of this research is to help cosmetic companies to develop new products and make sales strategy by understanding about 20~30's women's favorite types of eye shadows like as various colors and technique of express. They were divided into groups based on their ages, educational background, careers and monthly income and each group was inquired its preferable cosmetic colors, the time span of the purchase, the motive of the purchase, and the trend of the color cosmetic to analyze the relationship between the trend color and the purchase. It also shows that the most popular color is pink for eye shadow and women have over two colors and cake type ordinary. This survey is showed that women avoid wearing dark or deep colored eye shadow due to natural make-up. Also it showed that women of the times request soft and natural technical makeup for eyes.

Key words: Eye shadow color(아이세도우 컬러), Technique of expressions(표현기법)

I. 서론

현대는 색채의 시대이며 색채는 색조화장으로 여성들의 얼굴에 표현되며 특히 눈과 입술, 볼에 색채를 부여하여 개성 있는 이미지를 표현한다. 이러한 색조화장은 여성에게 필연적인 존재로 산업의 발전과 여성들의 고학력화, 사회활동의 증가, 자아실현의 욕구 등 여성들의 사회진출이 많아짐으로 인해 더욱 절실하게 되었다.

이와 같은 맥락으로 콘트라 섹슈얼(Contra Sexual)¹⁾이란 단어가 요즘 이슈가 되고 있는데 반대에 뜻을 가

진 라틴어 ‘콘트라(contra)’와 ‘성(sex)’을 의미하는 ‘섹슈얼(sexual)’을 조합한 신조어로 기존의 전통적인 여성의 삶에서 탈피하여 사회적 성공과 고소득을 인생의 중요한 가치로 삼는 여성들을 말한다. 또한 여성들은 자신의 가치를 높이기 위해 내적으로는 학력과 지식을 높이고 외적으로는 자신의 외모를 아름답고 세련되게 만들려고 노력한다. 성형은 물론이고 피부관리, 몸매관리, 건강관리, 패션, 메이크업 등 자신의 이미지 상승을 위해서 상당한 시간과 비용을 투자한다. 이 중에서도 자신의 얼굴을 표현대상으로 하는 메이크업(make-up)은 여성들의 세련미를 측정해주는 도구이기도 하다. 때와 장소를 잘 판단하여 트렌드(trend)에 맞는 표현기법과 컬러를 선택해 자연스럽게

[†]Corresponding author: Sook-Young Oh

E-mail: artist2004@hanmail.net

표현한 메이크업은 다른 여성들의 부러움 받기도 하며 여성의 이미지를 상승시키는데 기여하기도 한다.

신체부위 중 얼굴은 다른 사람들이 바라보는 첫 번째 부위로 타인들과의 대면 상황에서 자연스럽게 흥미와 초점이 되고 얼굴에 있어서도 눈은 그 사람의 인상을 개성적으로 나타내주는 중요한 부위이다. 특히 20~30대 여성들은 메이크업을 할 때 제일 많이 신경 쓰는 부분이 아이메이크업이라고 생각할 만큼 눈은 사람들의 이미지나 인상에 영향을 준다. 또한 과거의 한국 여성의 눈 모양과 현대 여성의 눈 모양은 많이 달라졌다. 현대 여성들이 가장 많이 쉽게 성형 수술하는 부분이 눈이며 쌍꺼풀이 없는 동양인 눈에서 크고 굵은 쌍꺼풀을 지닌 여성들의 눈이 많이 늘어나고 있다.

아이 메이크업은 색채의 이미지 효과를 이용하여 눈매를 보다 뚜렷하게 하고 자연스런 인상과 다양한 분위기를 연출할 수 있다. 어떤 색채로 어떻게 눈 화장을 표현하느냐에 따라서 사람들의 인상이 세련되어 보일수도 있고 촌스러워 보일수도 있다.

본 연구는 유행과 자신의 외모에 민감하게 반응하며 아이세도우를 즐겨 사용하는 20~30대 여성을 중심으로 아이세도우 컬러와 표현기법 및 선호하는 아이세도우 형태를 살펴봄으로써 여성들의 이미지 연출에 유용하게 활용하고 색조화장품 회사의 신제품 개발과 판매 전략에 도움을 주고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 아이세도우 타입

아이세도우는 유색과 백색의 무기 안료 혹은 펄 안료 등의 착색 안료를 각종의 기체에 분산시킨 것이고, 눈꺼풀 부위에 도포하여 색채와 음영을 주어 입체감을 줌과 동시에 눈의 아름다움을 강조하기 위해 사용한다²⁾.

아이세도우의 제형별 분류는 아래와 같다.

1) 케이크 타입(Cake type)

일반적으로 사용되고 있는 타입으로 사용하기 편리하며 가장 대중적인 타입이다. 그라데이션이 용이하여 색을 혼합하기 좋고 색상이 매우 다양하다. 그러나 시간의 경과에 따라 지워질 수 있으므로 가루 날림에 주의해야 하는 단점이 있다.

2) 크림 타입(Cream type)

크림 타입은 대부분 아이메이크업의 발색 지속력을 요하는데 사용되므로 신부화장, 영화, 무대(연극, 뮤지컬, 발레 등), 경극, 피에로 분장, 가부키 메이크업 등에 좋다. 유분이 많기 때문에 부드럽고 잘 퍼진다. 그러나 그라데이션에 철저한 테크닉이 필요하다. 요즘은 파우더리 크림(powdery cream)형태로 일반인 제품으로도 많이 출시되고 있다.

3) 파우더 타입(Powder type)

주로 펄 타입(pearl type)으로 광택을 부여 하고 화려한 파티 메이크업(party make up), 사이버 메이크업(cyber make up) 등에 사용되며 눈가, 입술 중앙의 하이라이트용으로도 많이 쓰이고 있다. 요즘은 펄 가루 형이나 젤리 형으로도 출시되고 있다.

4) 펜슬 타입(Pencil type)

펜슬 타입은 유분이 많으므로 사용 후에 반드시 케이크 제품으로 마무리를 해야 한다. 펜슬 타입의 장점은 발색력이 우수하고 휴대하기 편리하지만 색상이 다양하지 않고 뭉칠 우려가 있다³⁾.

2. 아이세도우 표현기법

아이세도우를 바르는 목적은 눈의 형태에 자연스러운 음영과 색감을 주어 입체감 있는 눈을 연출하기 위해서이고 아이세도우의 색상을 통해 눈의 단점을 커버하고 조화롭고 다양한 이미지를 만들어 눈매에 개성연출과 수정효과를 얻기 위해서이다.

아이세도우 컬러 명칭별 분류는 아래와 같다.

1) 포인트 컬러(Point color)/액센트 컬러(Accent color)

눈을 강조하기 위한 색으로 포인트 컬러의 색상과 사용법의 선택에 따라 이미지가 결정된다. 주로 쌍꺼풀 부위와 언더세도우 눈꼬리 부분으로부터 1/3지점 부분에 자연스럽게 발라준다

2) 새도우 컬러(Shadow color)

눈 위에 자연스러운 음영을 주어 좁아 보이게 하거

나 들어가 보이게 하고자 하는 부위에 사용해서 깊이 있는 눈매를 표현해준다. 눈 꼬리 부분에서 시작하여 아이 홀 방향으로 전체적으로 그라데이션 한다.

3) 하이라이트 컬러(Highlight color)

돋출되어 보이게 하거나 넓게 보이하고자 하는 부위 두드러지게 보이하고자 하는 부위에 사용된다.

4) 베이스 컬러(Base color)

눈두덩 전체에 도포하는 컬러로 눈을 떴을 때 어느 정도 보이도록 바르는 것이 일반적이며 아이새도우의 분위기를 좌우하는 컬러이다.

5) 언더 컬러(Under color)

눈 밑 언더라인에 베이스와 포인트 색상을 발라주어 다양한 효과를 연출한다⁴⁾.

3. 선행연구 고찰

색조화장품에 관한 선행연구로는 서지연(2003)⁵⁾, 이해영(2004)⁶⁾, 이현정(2002)⁷⁾, 최남식(2005)⁸⁾, 조병숙(2005)⁹⁾ 등이 있고 이들 선행연구는 아이새도우 컬러, 립 컬러, 치크 컬러 등 색조화장품에 있어 소비자들이 선호하고 즐겨 사용하는 컬러를 중심으로 연구되었다.

이렇게 메이크업 색조화장품에 대한 연구는 활발하게 진행되고 있지만 아이새도우 표현기법이나 아이새도우 형태에 관한 연구는 미미한 실정이다. 아이새도우 형태연구와 유사한 선행연구로는 이정은(2002)¹⁰⁾의 아이메이크업에 관한 이미지 연구가 있다.

II. 연구방법

1. 연구 대상

본 연구는 20~30대 여성들을 모집단으로 설정하고 확률표집방법 중 유층집락 무선 표집방법(stratified cluster random sampling)을 이용하여 표본을 추출하였다. 설문지 응답에 참여한 인원은 총 400명이었으나, 실제 분석에 사용된 자료는 응답이 부정확한 30부를 제외한 370부가 최종적으로 선택되었다.

본 연구의 연구대상자의 일반적인 특성은 <표 1>

<표 1> 연구대상자의 일반적인 특성

변인	범주	빈도 (n)	백분율 (%)
연령	20~25세	158	42.7
	26~29세	70	18.9
	30~35세	80	21.6
	36~39세	62	16.8
학력	고등학교 졸업	56	15.1
	2년제 대학 재학/졸업	164	44.3
	4년제 대학 재학/졸업	123	33.2
	대학원 재학/졸업	27	7.3
직업	학생	136	36.8
	서비스직	37	10.0
	사무직	69	18.6
	전문직	59	15.9
	주부	53	14.3
	기타(자영업 등)	16	4.3
거주 지역	서울 강남	71	19.2
	서울 강북	104	28.1
	경기지역	119	32.2
	지방중소도시	76	20.5
월수입	100만원 미만	166	44.9
	100~199만원	115	31.1
	200~299만원	55	14.9
	300만원 이상	34	9.2
	전체	370	100.0

과 같다.

2. 연구 도구

본 연구는 즐겨 사용하는 아이새도우 컬러 및 아이새도우 표현기법, 즐겨 사용하는 아이새도우 형태에 관한 연구목적을 달성하기 위하여 설문지를 사용하였다. 설문지의 내용은 조사대상자의 인구통계학적 변인, 아이새도우 컬러에 관한 조사, 아이새도우 구매와 형태별 사용방법에 관한 조사, 눈 모양 및 아이새도우 표현기법에 관한 조사의 4가지 영역으로 구분하여 작성하였다.

설문지의 구성 내용은 조사대상자의 인구통계학적 변인인 연령, 학력, 직업, 거주 지역, 월수입으로 5문항 구성되었고, 아이새도우 컬러에 관한 문항으로

‘즐거 사용하는 아이새도우 컬러’, ‘아이새도우를 자주 바꾸는가’, ‘자주 바꾼다면 주로 어떤 때에 자주 바꾸는가’, ‘본인에게 어울리는 아이새도우 컬러에 대해서 알고 있는가’, ‘아이새도우 컬러 선택 시 중점 포인트 부분’, ‘계절에 따라 선호하는 아이새도우 색상’ 관한 5문항, 아이새도우 구매와 형태별 사용방법에 관한 문항으로 ‘아이새도우 구매 장소’, ‘아이새도우를 구매시 테스트를 해 보는가’, ‘인터넷으로 구매 후 반품해 본 적 있는가’, ‘인터넷 구매 시 동기’, ‘구매 결정 요인’, ‘구매 시 색상 선택 기준’, ‘국내제품과 수입제품의 비교’, ‘귀하의 아이새도우 형태별 개수’, ‘즐거 사용하는 아이새도우 형태’, ‘아이새도우 형태별 사용방법’ 관한 11문항, 눈 모양과 아이새도우 표현기법에 관한 문항으로 ‘평상시 화장 정도’, ‘아이메이크업 정보 경로’, ‘아이새도우 사용목적’, ‘눈 화장 시작한 시기’, ‘본인의 눈 모양 형태’, ‘메이크업 시 가장 신경 쓰는 부분’, ‘자신의 눈 화장 기술 정도’, ‘자신의 눈 모양에 맞게 아이새도우를 잘 표현 하는가’, ‘아이메이크업 중 부족하자고 느껴지는 부분’, ‘아이새도우 화장 시 본인의 문제점’, ‘어떤 표현기법으로 아이새도우를 하는가’, ‘필 제품 사용 유무’, ‘유행하는 아이메이크업 스타일에 관심정도’, ‘아이메이크업 스타일 정보 경로’, ‘이미지 변화에 눈 화장이 미치는 정도’, ‘원하는 이미지대로 아이메이크업이 되는지’, ‘원하는 아이메이크업 이미지’ 관한 19문항 등 총 40문항으로 구성되었다.

설문 문항 간 내적일관성을 알아보기 위하여 신뢰도 분석을 실시한 결과, 아이새도우 컬러 및 사용방법에 대한 인지도 문항의 Cronbach's α 계수가 0.649, 아이새도우와 아이메이크업에 대한 관심도 문항의 α 계수는 0.745, 아이새도우 테크닉(눈 화장 기술)에 대한 문항의 α 계수는 0.841로 나타나 비교적 높은 신뢰도를 보여주었다.

3. 통계 방법

회수된 설문지는 충실하게 응답한 설문지만을 문항별로 통계처리 할 수 있도록 각 문항의 코딩(coding) 작업을 실시하였고, 입력된 데이터는 SPSS(window ver. 12.0) 통계분석 프로그램을 이용하여 다음과 같이 분석하였으며, 유의수준은 .05로 설정하였다.

첫째, 인구통계학적 특성, 아이새도우 및 선호 색상 관련 특성 파악을 위해서 빈도분석 및 다중응답 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 인구통계학적 변인별 아이새도우 컬러, 사용방법, 표현기법 관련 특성 분포의 차이분석을 위해서 교차분석 및 χ^2 검정(Chi-square test)을 실시하였다.

셋째, 인구통계학적 변인에 따른 아이새도우 인지도, 관심도, 테크닉의 차이분석을 위해서 집단별 평균 분석 및 일원분산분석(one way ANOVA)을 실시하였으며, 사후분석은 Scheffe's test를 실시하였다.

넷째, 아이새도우에 대한 인지도, 관심도, 테크닉 간의 상관관계를 알아보기 위하여 상관분석(analysis of correlation)을 실시하였으며, 아이새도우에 대한 인지도 및 관심도가 테크닉에 미치는 영향력을 분석하기 위해서 다중회귀분석(analysis of multiple regression)을 실시하였다.

III. 연구 결과

1. 아이새도우 관련 특성

1) 즐겨 사용하는 아이새도우 컬러

즐거 사용하는 아이새도우 컬러에서는 <표 2>와 같은 결과가 나왔다. 학력($p=0.012$)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 전체적으로 핑크색이 제일 많았고 그 다음으로 브라운 색이 많았다.

2) 연령에 따른 아이새도우 계절별 선호 색상

연령에 따른 아이새도우 계절별 선호 색상에서는 20~25세에서는 봄에 핑크와 오렌지, 여름에 블루와 오렌지, 가을에 브라운과 오렌지, 겨울에 화이트와 브라운으로 나왔고, 26~29세, 30~35세, 36~39세에서는 봄에 핑크, 여름에 블루, 가을에 브라운, 겨울에 브라운으로 나왔다. 나이가 들수록 화이트 색상 아이새도우는 눈매가 부어 보일수도 있고 화장이 부자연스러워 보일 수 있으므로 30대 초반과 후반에서는 겨울에 화이트 색상 아이새도우를 하기보단 짙은 브라운이나 와인계열을 많이 사용하여 분위기 있는 눈매를 연출하는 경우가 많이 나타났다.

2. 아이새도우 구매와 형태별 보유현황

1) 아이새도우 구매 시 색상 선택 기준

아이새도우 구매 시 색상선택 기준에서는 <표 4>

<표 2> 즐겨 사용하는 아이새도우 컬러

변인	범주		핑크	그린-블루	브라운	오렌지-옐로우	바이올렛	기타(그레이, 레드 등)	전체	χ^2 통계량
연령	20~25세	n	61	19	28	9	10	31	158	$\chi^2=19.795$ df=15 p=.180
		%	38.6%	12.0%	17.7%	5.7%	6.3%	19.6%	100.0%	
	26~29세	n	33	9	8	4	9	7	70	
		%	47.1%	12.9%	11.4%	5.7%	12.9%	10.0%	100.0%	
	30~35세	n	24	11	17	7	9	12	80	
		%	30.0%	13.8%	21.3%	8.8%	11.3%	15.0%	100.0%	
	36~39세	n	19	12	15	4	8	4	62	
		%	30.6%	19.4%	24.2%	6.5%	12.9%	6.5%	100.0%	
학력	고등학교 졸업	n	12	10	11	3	11	9	56	$\chi^2=30.111$ df=15 p=.012
		%	21.4%	17.9%	19.6%	5.4%	19.6%	16.1%	100.0%	
	2년제 대학 재학/졸업	n	62	24	37	12	6	23	164	
		%	37.8%	14.6%	22.6%	7.3%	3.7%	14.0%	100.0%	
	4년제 대학교 재학/졸업	n	50	15	13	9	16	20	123	
		%	40.7%	12.2%	10.6%	7.3%	13.0%	16.3%	100.0%	
	대학원 재학/졸업	n	13	2	7	0	3	2	27	
		%	48.1%	7.4%	25.9%	.0%	11.1%	7.4%	100.0%	
직업	학생	n	56	17	24	7	10	22	136	$\chi^2=20.714$ df=25 p=.708
		%	41.2%	12.5%	17.6%	5.1%	7.4%	16.2%	100.0%	
	서비스직	n	9	9	6	4	4	5	37	
		%	24.3%	24.3%	16.2%	10.8%	10.8%	13.5%	100.0%	
	사무직	n	25	9	12	5	8	10	69	
		%	36.2%	13.0%	17.4%	7.2%	11.6%	14.5%	100.0%	
	전문직	n	24	4	8	4	8	11	59	
		%	40.7%	6.8%	13.6%	6.8%	13.6%	18.6%	100.0%	
	주부	n	17	9	16	3	4	4	53	
		%	32.1%	17.0%	30.2%	5.7%	7.5%	7.5%	100.0%	
	기타(자영업 등)	n	6	3	2	1	2	2	16	
		%	37.5%	18.8%	12.5%	6.3%	12.5%	12.5%	100.0%	
거주 지역	서울 강남	n	29	6	14	9	3	10	71	$\chi^2=20.025$ df=15 p=.171
		%	40.8%	8.5%	19.7%	12.7%	4.2%	14.1%	100.0%	
	서울 강북	n	36	20	17	6	10	15	104	
		%	34.6%	19.2%	16.3%	5.8%	9.6%	14.4%	100.0%	
	경기지역	n	46	19	21	7	13	13	119	
		%	38.7%	16.0%	17.6%	5.9%	10.9%	10.9%	100.0%	
	지방중소도시	n	26	6	16	2	10	16	76	
		%	34.2%	7.9%	21.1%	2.6%	13.2%	21.1%	100.0%	

<표 2> Continued

변인	범주		핑크	그린-블루	브라운	오렌지-옐로우	바이올렛	기타(그레이, 레드 등)	전체	χ^2 통계량
월수입	100만원 미만	n	67	19	29	6	17	28	166	$\chi^2=15.904$ df=15 p=.388
		%	40.4%	11.4%	17.5%	3.6%	10.2%	16.9%	100.0%	
	100~199만원	n	43	14	19	12	12	15	115	
		%	37.4%	12.2%	16.5%	10.4%	10.4%	13.0%	100.0%	
	200~299만원	n	14	11	14	5	5	6	55	
		%	25.5%	20.0%	25.5%	9.1%	9.1%	10.9%	100.0%	
	300만원 이상	n	13	7	6	1	2	5	34	
		%	38.2%	20.6%	17.6%	2.9%	5.9%	14.7%	100.0%	
전체	n	137	51	68	24	36	54	370		
	%	37.0%	13.8%	18.4%	6.5%	9.7%	14.6%	100.0%		

*p< .05

<표 3> 연령에 따른 아이새도우 계절별 선호색상

연령	계절	색상	핑크계	레드계	오렌지계	브라운계	퍼플계 (와인계)	블루계	그린계	화이트계	블랙계	기타	합계
			n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n
20~25세	봄	n	99	0	32	1	3	0	11	8	0	4	158
		%	62.7%	.0%	20.3%	.6%	1.9%	.0%	7.0%	5.1%	.0%	2.5%	100.0%
	여름	n	15	1	17	3	0	74	11	34	0	3	158
		%	9.5%	.6%	10.8%	1.9%	.0%	46.8%	7.0%	21.5%	.0%	1.9%	100.0%
가을	n	10	5	21	80	11	5	10	9	4	3	158	
	%	6.3%	3.2%	13.3%	50.6%	7.0%	3.2%	6.3%	5.7%	2.5%	1.9%	100.0%	
겨울	n	21	0	12	35	28	3	4	40	8	7	158	
	%	13.3%	.0%	7.6%	22.2%	17.7%	1.9%	2.5%	25.3%	5.1%	4.4%	100.0%	
26~29세	봄	n	52	0	9	0	0	0	6	0	0	3	70
		%	74.3%	.0%	12.9%	.0%	.0%	.0%	8.6%	.0%	.0%	4.3%	100.0%
	여름	n	6	0	3	0	0	33	7	18	0	3	70
		%	8.6%	.0%	4.3%	.0%	.0%	47.1%	10.0%	25.7%	.0%	4.3%	100.0%
가을	n	5	0	13	28	12	0	8	1	0	3	70	
	%	7.1%	.0%	18.6%	40.0%	17.1%	.0%	11.4%	1.4%	.0%	4.3%	100.0%	
겨울	n	15	1	9	17	8	0	0	10	7	3	70	
	%	21.4%	1.4%	12.9%	24.3%	11.4%	.0%	.0%	14.3%	10.0%	4.3%	100.0%	
30~35세	봄	n	48	0	15	3	3	0	9	2	0	0	80
		%	60.0%	.0%	18.8%	3.8%	3.8%	.0%	11.3%	2.5%	.0%	.0%	100.0%
	여름	n	6	1	6	1	6	45	8	7	0	0	80
		%	7.5%	1%	7.5%	1.3%	7.5%	56.3%	10.0%	8.8%	.0%	.0%	100.0%
가을	n	3	1	10	49	10	1	1	3	2	0	80	
	%	3.8%	1.3%	12.5%	61.3%	12.5%	1.3%	1.3%	3.8%	2.5%	.0%	100.0%	
겨울	n	10	3	4	33	19	0	3	4	4	0	80	
	%	12.5%	3.8%	5.0%	41.3%	23.8%	.0%	3.8%	5.0%	5.0%	.0%	100.0%	
36~39세	봄	n	28	0	15	9	3	2	3	2	0	0	62
		%	45.2%	.0%	24.2%	14.5%	4.8%	3.2%	4.8%	3.2%	.0%	.0%	100.0%
	여름	n	10	0	8	1	2	29	6	4	0	2	62
		%	16.1%	.0%	12.9%	1.6%	3.2%	46.8%	9.7%	6.5%	.0%	3.2%	100.0%
가을	n	4	0	8	39	4	3	2	0	2	0	62	
	%	6.5%	.0%	12.9%	62.9%	6.5%	4.8%	3.2%	.0%	3.2%	.0%	100.0%	
겨울	n	6	1	9	26	15	1	0	0	4	0	62	
	%	9.7%	1.6%	14.5%	41.9%	24.2%	1.6%	.0%	.0%	6.5%	.0%	100.0%	

와 같이 연령(P=.006), 거주 지역(P=.025), 월수입(P=.040)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 연령의 경우 20~25세에서는 자신에게 어울리는 색(65.8%), 평소자신이 좋아하는 색(24.7%), 최근유행색(5.7%) 순으로 나타났고 그 외 26~29

세, 30~35세, 36~39세 모두 자신에게 어울리는 색, 평소자신이 좋아하는 색, 최근 유행색 순으로 나타났다.

2) 즐겨 사용하는 아이새도우 형태

<표 4> 아이새도우 구매 시 색상 선택 기준

변인	범주		평소 자신이 좋아하는 색	최근 유행색	자신에게 어울리는 색	기타(전문가 권유색 등)	전체	χ^2 통계량
연령	20~25세	n	39	9	104	6	158	$\chi^2=22.987$ df=9 p=.006
		%	24.7%	5.7%	65.8%	3.8%	100.0%	
	26~29세	n	28	5	35	2	70	
		%	40.0%	7.1%	50.0%	2.9%	100.0%	
	30~35세	n	24	17	37	2	80	
		%	30.0%	21.3%	46.3%	2.5%	100.0%	
	36~39세	n	17	5	38	2	62	
		%	27.4%	8.1%	61.3%	3.2%	100.0%	
학력	고등학교 졸업	n	13	10	31	2	56	$\chi^2=7.004$ df=9 p=.637
		%	23.2%	17.9%	55.4%	3.6%	100.0%	
	2년제 대학 재학/졸업	n	53	12	95	4	164	
		%	32.3%	7.3%	57.9%	2.4%	100.0%	
	4년제 대학교 재학/졸업	n	34	11	73	5	123	
		%	27.6%	8.9%	59.3%	4.1%	100.0%	
	대학원 재학/졸업	n	8	3	15	1	27	
		%	29.6%	11.1%	55.6%	3.7%	100.0%	
직업	학생	n	33	8	89	6	136	$\chi^2=16.053$ df=15 p=.379
		%	24.3%	5.9%	65.4%	4.4%	100.0%	
	서비스직	n	14	5	17	1	37	
		%	37.8%	13.5%	45.9%	2.7%	100.0%	
	사무직	n	25	6	37	1	69	
		%	36.2%	8.7%	53.6%	1.4%	100.0%	
	전문직	n	15	7	34	3	59	
		%	25.4%	11.9%	57.6%	5.1%	100.0%	
	주부	n	17	9	26	1	53	
		%	32.1%	17.0%	49.1%	1.9%	100.0%	
	기타(자영업 등)	n	4	1	11	0	16	
		%	25.0%	6.3%	68.8%	.0%	100.0%	
거주 지역	서울 강남	n	31	1	36	3	71	$\chi^2=19.013$ df=9 p=.025
		%	43.7%	1.4%	50.7%	4.2%	100.0%	
	서울 강북	n	26	9	67	2	104	
		%	25.0%	8.7%	64.4%	1.9%	100.0%	
	경기지역	n	29	17	67	6	119	
		%	24.4%	14.3%	56.3%	5.0%	100.0%	
	지방중소도시	n	22	9	44	1	76	
		%	28.9%	11.8%	57.9%	1.3%	100.0%	

<표 4> Continued

변인	범주		평소 자신이 좋아하는 색	최근 유행색	자신에게 어울리는 색	기타(전문가 권유색 등)	전체	χ^2 통계량
월수입	100만원 미만	n	41	11	107	7	166	$\chi^2=17.597$ df=9 p=.040
		%	24.7%	6.6%	64.5%	4.2%	100.0%	
	100~199만원	n	41	8	64	2	115	
		%	35.7%	7.0%	55.7%	1.7%	100.0%	
	200~299만원	n	16	11	26	2	55	
		%	29.1%	20.0%	47.3%	3.6%	100.0%	
	300만원 이상	n	10	6	17	1	34	
		%	29.4%	17.6%	50.0%	2.9%	100.0%	
전체		n	108	36	214	12	370	
		%	29.2%	9.7%	57.8%	3.2%	100.0%	

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

즐거 사용하는 아이새도우 형태에서는 <표 5>와 같이 연령(P=.037)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 학력, 직업, 거주 지역, 월수입에서는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 연령의 경우 20~25세에서 케이크타입(54.4%), 전체적으로 케이크타입이 64.1%로 가장 많이 즐겨 사용하는 타입이라는 것을 알 수 있었다. 요즘은 회사별로 다양한 아이새도우 형태를 만들어 내고 출시하지만 20~30대여성들은 사용감이 편리하고 익숙한 케이크타입을 많이 사용하는 것으로 알 수 있었다.

3) 연령별 아이새도우 형태별 보유 현황

연령별 아이새도우 형태 보유현황에서는 <표 6>과 같이 20~25세에서는 10개 미만에 케이크타입, 펄 파우더타입 순으로 나왔고, 26~29세, 30~35세, 36~39세 모두 같은 순으로 나왔다.

이것은 20~30대 여성 모두가 10개 미만에 아이새도우를 보유하고 있는 것을 알 수 있고 형태별로는 케이크타입을 많이 사용하는 것을 알 수 있었다. 또한 펄 메이크업의 유행으로 20~30대 여성이 펄 파우더를 많이 갖고 있는 것을 알 수 있었다.

나이가 많을수록 아이새도우 보유량이 적었으며 형태별 보유량도 적게 나타났다. 화장품회사에서 다양한 형태의 아이새도우를 매년 출시하지만 다양한 아이새도우 형태를 사용하는 여성들은 그렇게 많지 않은 것 같았다.

나이가 들수록 호기심과 새로운 형태에 대한 인지

정도가 낮기 때문에 기존에 써왔던 케이크타입을 계속해서 사용하는 것 같았고, 20대 초반은 호기심이 많은 시기이기도 하면서 화장품에 관해 소비도 높은 시기이기 때문에 30대의 여성들보다는 다양한 형태의 아이새도우를 많이 갖고 있는 것 같았다.

3. 아이새도우 표현기법 관련 특성

1) 눈 모양의 형태

눈 모양의 형태에서는 <표 7>과 같이 연구대상자 38.3%가 보통 굵기의 쌍꺼풀이 제일 많았고 쌍꺼풀이 없는 눈, 눈썹과 거리가 적당한 눈, 굵은 쌍꺼풀, 눈두덩이 나온 눈, 보통 들어간 눈, 기타, 눈두덩이 들어간 눈, 눈썹과의 거리가 먼 눈, 눈썹과 거리가 좁은 눈 순으로 나타났다.

동양인은 흘겁에 가느다란 눈모양이 많이 나와야 하는데 보통 굵기의 쌍꺼풀 눈이 많이 나온 이유는 성형수술의 힘으로 생각된다. 성형수술 중에서도 가장 쉽게 많이 하는 부분이 눈 부분이어서 그런 것 같다.

2) 아이새도우 표현기법

아이새도우 표현기법에서는 <표 8>과 같이 연령(P=.000), 직업(P=.012), 월수입(P=.031)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고 학력, 거주 지역, 월수입에서는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

구체적으로 살펴보면 연령, 직업, 월수입면에서 모

<표 5> 즐겨 사용하는 아이새도우 형태

변인	범주		케이크 타입	크림 타입	펜슬 타입	펠파우더 타입	스틱 타입	전체	χ^2 통계량
연령	20~25세	n	86	10	8	42	12	158	$\chi^2=22.073$ df=12 p=.037
		%	54.4%	6.3%	5.1%	26.6%	7.6%	100.0%	
	26~29세	n	46	3	4	15	2	70	
		%	65.7%	4.3%	5.7%	21.4%	2.9%	100.0%	
	30~35세	n	61	4	5	8	2	80	
		%	76.3%	5.0%	6.3%	10.0%	2.5%	100.0%	
	36~39세	n	44	4	6	6	2	62	
		%	71.0%	6.5%	9.7%	9.7%	3.2%	100.0%	
학력	고등학교 졸업	n	36	4	6	9	1	56	$\chi^2=15.066$ df=12 p=.238
		%	64.3%	7.1%	10.7%	16.1%	1.8%	100.0%	
	2년제 대학 재학/졸업	n	96	7	9	40	12	164	
		%	58.5%	4.3%	5.5%	24.4%	7.3%	100.0%	
	4년제 대학교 재학/졸업	n	84	8	6	20	5	123	
		%	68.3%	6.5%	4.9%	16.3%	4.1%	100.0%	
	대학원 재학/졸업	n	21	2	2	2	0	27	
		%	77.8%	7.4%	7.4%	7.4%	.0%	100.0%	
직업	학생	n	79	7	6	32	12	136	$\chi^2=30.960$ df=20 p=.056
		%	58.1%	5.1%	4.4%	23.5%	8.8%	100.0%	
	서비스직	n	28	1	6	1	1	37	
		%	75.7%	2.7%	16.2%	2.7%	2.7%	100.0%	
	사무직	n	44	5	3	16	1	69	
		%	63.8%	7.2%	4.3%	23.2%	1.4%	100.0%	
	전문직	n	33	5	5	13	3	59	
		%	55.9%	8.5%	8.5%	22.0%	5.1%	100.0%	
주부	n	41	2	2	7	1	53		
	%	77.4%	3.8%	3.8%	13.2%	1.9%	100.0%		
기타(자영업 등)	n	12	1	1	2	0	16		
	%	75.0%	6.3%	6.3%	12.5%	.0%	100.0%		
거주	서울 강남	n	47	4	5	11	4	71	$\chi^2=5.539$ df=12 p=.938
		%	66.2%	5.6%	7.0%	15.5%	5.6%	100.0%	
	서울 강북	n	67	7	6	19	5	104	
		%	64.4%	6.7%	5.8%	18.3%	4.8%	100.0%	
	경기지역	n	81	6	7	21	4	119	
		%	68.1%	5.0%	5.9%	17.6%	3.4%	100.0%	
	지방중소도시	n	42	4	5	20	5	76	
		%	55.3%	5.3%	6.6%	26.3%	6.6%	100.0%	

<표 5> Continued

변인	범주		케이크 타입	크림 타입	팬슬 타입	펄파우더 타입	스틱 타입	전체	χ^2 통계량
월수입	100만원 미만	n	97	11	12	33	13	166	$\chi^2=11.297$ df=12 p=.504
		%	58.4%	6.6%	7.2%	19.9%	7.8%	100.0%	
	100~199만원	n	78	5	6	24	2	115	
		%	67.8%	4.3%	5.2%	20.9%	1.7%	100.0%	
	200~299만원	n	40	2	2	9	2	55	
		%	72.7%	3.6%	3.6%	16.4%	3.6%	100.0%	
	300만원 이상	n	22	3	3	5	1	34	
		%	64.7%	8.8%	8.8%	14.7%	2.9%	100.0%	
	전체	n	237	21	23	71	18	370	
		%	64.1%	5.7%	6.2%	19.2%	4.9%	100.0%	

*p<.05

<표 6> 연령별 아이세도우 형태 보유 현황

범주		연령				전체	χ^2 통계량			
		20~25세	26~29세	30~35세	36~39세					
총 보유개수	10개 미만	n	102	36	49	41	228	$\chi^2=39.324$ df=15 p=.001		
		%	72.9%	57.1%	70.0%	83.7%	70.8%			
	10~19개	n	30	16	9	3	58			
		%	21.4%	25.4%	12.9%	6.1%	18.0%			
	20~29개	n	4	8	3	1	16			
		%	2.9%	12.7%	4.3%	2.0%	5.0%			
	30~39개	n	1	2	2	2	7			
		%	.7%	3.2%	2.9%	4.1%	2.2%			
	40~49개	n	0	1	5	0	6			
		%	.0%	1.6%	7.1%	.0%	1.9%			
	50개 이상	n	3	0	2	2	7			
		%	2.1%	.0%	2.9%	4.1%	2.2%			
	전체	n	140	63	70	49	322			
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%			
	케이크타입 보유개수	10개 미만	n	95	39	49	31		214	$\chi^2=27.395$ df=12 p=.007
			%	88.0%	75.0%	81.7%	86.1%		83.6%	
10~19개		n	10	9	5	1	25			
		%	9.3%	17.3%	8.3%	2.8%	9.8%			
20~29개		n	0	4	1	0	5			
		%	.0%	7.7%	1.7%	.0%	2.0%			
30~39개		n	1	0	4	3	8			
		%	.9%	.0%	6.7%	8.3%	3.1%			
50개 이상		n	2	0	1	1	4			
		%	1.9%	.0%	1.7%	2.8%	1.6%			
전체		n	108	52	60	36	256			
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%			

<표 6> Continued

범주			연령				전체	χ^2 통계량
			20~25세	26~29세	30~35세	36~39세		
크림타입 보유개수	10개 미만	n	55	30	29	11	125	$\chi^2=6.643$ df=6 p=.355
		%	100.0%	96.8%	93.5%	91.7%	96.9%	
	10~19개	n	0	1	1	1	3	
		%	.0%	3.2%	3.2%	8.3%	2.3%	
	20~29개	n	0	0	1	0	1	
		%	.0%	.0%	3.2%	.0%	.8%	
전체	n	55	31	31	12	129		
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		
펜슬타입 보유개수	10개 미만	n	51	28	25	12	116	$\chi^2=3.530$ df=3 p=.317
		%	100.0%	100.0%	96.2%	100.0%	99.1%	
	10~19개	n	0	0	1	0	1	
		%	.0%	.0%	3.8%	.0%	.9%	
	전체	n	51	28	26	12	117	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
필파우더타입 보유개수	10개 미만	%	89	41	32	25	187	$\chi^2=10.511$ df=9 p=.311
		%	97.8%	97.6%	88.9%	96.2%	95.9%	
	10~19개	n	1	0	2	0	3	
		%	1.1%	.0%	5.6%	.0%	1.5%	
	20~29개	n	1	1	1	1	4	
		%	1.1%	2.4%	2.8%	3.8%	2.1%	
	30~39개	n	0	0	1	0	1	
		%	.0%	.0%	2.8%	.0%	.5%	
	전체	n	91	42	36	26	195	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
스틱타입 보유개수	10개 미만	n	61	20	21	7	109	$\chi^2=4.037$ df=3 p=.258
		%	100.0%	100.0%	95.5%	100.0%	99.1%	
	10~19개	n	0	0	1	0	1	
		%	.0%	.0%	4.5%	.0%	.9%	
	전체	n	61	20	22	7	110	
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

***p < .001

두 가지 색상을 펴 바른다, 한 가지 색상만 펴 바른다, 세 가지 색상으로 음영을 주며 펴 바른다 순으로 나타났다. 전체적으로 아이새도우를 두 가지 색상 이상으로 펴 바르는 여성들이 많았다.

우리나라 여성들도 아이새도우를 한 가지만 펴 바르는 것 보다는 두 가지 이상 펴 바를 때 눈매가 더

깊이 있어 보이고 안정되어 보인다는 것을 알고 있는 것 같았고, 너무 여러 가지 색상을 펴 바르면 눈매가 탁해 보이고 나이 들어 보인다는 것을 알고 있는 것 같았다.

3) 원하는 아이 메이크업 이미지

<표 7> 눈 모양의 형태(복수응답)

제품명	빈도(n)	백분율(%)
보통 굵기 쌍꺼풀	181	38.3
쌍꺼풀이 없는 눈	69	14.6
눈썹과 거리가 적당한 눈	59	12.5
굵은 쌍꺼풀	46	9.7
눈두덩이 나온 눈	38	8.0
보통 들어간 눈	25	5.3
기타	18	3.8
눈두덩이 들어간 눈	17	3.6
눈썹과의 거리가 먼 눈	13	2.7
눈썹과 거리가 좁은 눈	7	1.5
전체	473	100.0

원하는 아이메이크업 이미지에서는 <표 9>와 같이 연령(P=.034), 직업(P=.034)에 있어서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고 연령과 직업에서 여성적이고 성숙한 이미지를 선호하는 경향이 가장 많이 나왔고 전체적으로 20~30대 여성들은 여성적이고 성숙한 이

미지를 선호하는 결과가 나왔다.

4. 인구통계학적 변인별 아이세도우 인지도, 관심도, 테크닉

1) 인구통계학적 변인별 아이세도우 관련 변인의 차이 분석

<표 10>은 직업 간 아이세도우 인지도, 관심도, 테크닉에 대한 차이를 알아보기 위하여 일원분산분석을 실시한 결과이다. 테크닉(F=2.956, p=.012)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

사후분석 결과에 의하면, 기타(자영업 등)의 직업을 가진 사람이 주부보다 유의하게 높게 나타났다. 직업을 가진 여성은 매일 메이크업을 하기 때문에 가끔 메이크업을 하는 주부들보다는 아이세도우 테크닉이 더 높은 것으로 나타났다.

<표 11>은 거주지역간 아이세도우, 인지도, 관심도, 표현력에 대한 차이를 알아보기 위하여 일원분산분석을 실시한 결과이다. 인지도(F=3.508, p=.016)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 8> 아이세도우 표현기법

변인	범주		한 가지 색상만 퍼 바른다	두 가지 색상으로 퍼 바른다	세 가지 색상으로 음영을 주며 퍼 바른다	한 가지 색상으로 포인트만 준다	기타	전체	χ^2 통계량
연령	20~25세	n	42	66	22	22	6	158	$\chi^2=36.297$ df=12 p=.000
		%	26.6%	41.8%	13.9%	13.9%	3.8%	100.0%	
	26~29세	n	21	32	11	4	2	70	
		%	30.0%	45.7%	15.7%	5.7%	2.9%	100.0%	
	30~35세	n	7	41	24	6	2	80	
		%	8.8%	51.3%	30.0%	7.5%	2.5%	100.0%	
	36~39세	n	10	21	24	7	0	62	
		%	16.1%	33.9%	38.7%	11.3%	.0%	100.0%	
학력	고등학교 졸업	n	11	27	16	2	0	56	$\chi^2=15.439$ df=12 p=.218
		%	19.6%	48.2%	28.6%	3.6%	.0%	100.0%	
	2년제 대학 재학/졸업	n	37	71	35	14	7	164	
		%	22.6%	43.3%	21.3%	8.5%	4.3%	100.0%	
	4년제 대학교 재학/졸업	n	29	47	25	19	3	123	
		%	23.6%	38.2%	20.3%	15.4%	2.4%	100.0%	
	대학원 재학/졸업	n	3	15	5	4	0	27	
		%	11.1%	55.6%	18.5%	14.8%	.0%	100.0%	

<표 8> Continued

변인	범주		한 가지 색상만 퍼 바른다	두 가지 색상으로 퍼 바른다	세 가지 색상으로 음영을 주며 퍼 바른다	한 가지 색상으로 포인트만 준다	기타	전체	χ^2 통계량		
직업	학생	n	37	53	22	21	3	136	$\chi^2=36.846$ df=20 p=.012		
		%	27.2%	39.0%	16.2%	15.4%	2.2%	100.0%			
	서비스직	n	10	15	8	3	1	37			
		%	27.0%	40.5%	21.6%	8.1%	2.7%	100.0%			
	사무직	n	16	31	12	7	3	69			
		%	23.2%	44.9%	17.4%	10.1%	4.3%	100.0%			
	전문직	n	13	28	11	4	3	59			
		%	22.0%	47.5%	18.6%	6.8%	5.1%	100.0%			
	주부	n	3	26	20	4	0	53			
		%	5.7%	49.1%	37.7%	7.5%	.0%	100.0%			
	기타(자영업 등)	n	1	7	8	0	0	16			
		%	6.3%	43.8%	50.0%	.0%	.0%	100.0%			
	거주 지역	서울 강남	n	14	32	14	7	4		71	$\chi^2=6.109$ df=12 p=.910
			%	19.7%	45.1%	19.7%	9.9%	5.6%		100.0%	
서울 강북		n	23	46	24	10	1	104			
		%	22.1%	44.2%	23.1%	9.6%	1.0%	100.0%			
경기지역		n	29	47	28	12	3	119			
		%	24.4%	39.5%	23.5%	10.1%	2.5%	100.0%			
지방중소도시		n	14	35	15	10	2	76			
		%	18.4%	46.1%	19.7%	13.2%	2.6%	100.0%			
월수입		100만원 미만	n	45	63	30	24	4	166	$\chi^2=22.601$ df=12 p=.031	
			%	27.1%	38.0%	18.1%	14.5%	2.4%	100.0%		
		100~199만원	n	24	59	24	5	3	115		
			%	20.9%	51.3%	20.9%	4.3%	2.6%	100.0%		
	200~299만원	n	9	24	15	6	1	55			
		%	16.4%	43.6%	27.3%	10.9%	1.8%	100.0%			
	300만원 이상	n	2	14	12	4	2	34			
		%	5.9%	41.2%	35.3%	11.8%	5.9%	100.0%			
	전체	n	80	160	81	39	10	370			
		%	21.6%	43.2%	21.9%	10.5%	2.7%	100.0%			

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

사후분석 결과에 의하면, 서울 강북에 거주하는 사람이 서울 강남에 거주하는 사람보다 유의하게 높게 나타났다. 실제로 강남은 색조화장품보다도 피부 관리에 관심이 더 많다.

2) 아이새도우 인지도, 관심도, 테크닉 요인간 상관관계

<표 12>는 아이새도우 인지도, 관심도, 테크닉 요인간 상관관계를 알아보기 위하여 상관분석을 실시

<표 9> 원하는 아이 메이크업 이미지

변인	범주		로맨틱한	이지적인	여성적이고 성숙한	귀여운	정순한	섹시한	기타	전체	χ^2 통계량
연령	20~25세	n	24	22	50	21	27	9	5	158	$\chi^2=34.631$ df=18 p=.011
		%	15.2%	13.9%	31.6%	13.3%	17.1%	5.7%	3.2%	100.0%	
	26~29세	n	7	22	16	10	9	4	2	70	
		%	10.0%	31.4%	22.9%	14.3%	12.9%	5.7%	2.9%	100.0%	
	30~35세	n	8	27	17	4	11	6	7	80	
		%	10.0%	33.8%	21.3%	5.0%	13.8%	7.5%	8.8%	100.0%	
	36~39세	n	3	16	23	2	9	4	5	62	
		%	4.8%	25.8%	37.1%	3.2%	14.5%	6.5%	8.1%	100.0%	
학력	고등학교 졸업	n	4	17	16	7	4	4	4	56	$\chi^2=24.401$ df=18 p=.142
		%	7.1%	30.4%	28.6%	12.5%	7.1%	7.1%	7.1%	100.0%	
	2년제 대학 재학/졸업	n	26	27	50	18	28	8	7	164	
		%	15.9%	16.5%	30.5%	11.0%	17.1%	4.9%	4.3%	100.0%	
	4년제 대학교 재학/졸업	n	10	33	32	12	22	9	5	123	
		%	8.1%	26.8%	26.0%	9.8%	17.9%	7.3%	4.1%	100.0%	
	대학원 재학/졸업	n	2	10	8	0	2	2	3	27	
		%	7.4%	37.0%	29.6%	.0%	7.4%	7.4%	11.1%	100.0%	
직업	학생	n	23	15	44	16	23	10	5	136	$\chi^2=54.943$ df=30 p=.004
		%	16.9%	11.0%	32.4%	11.8%	16.9%	7.4%	3.7%	100.0%	
	서비스직	n	2	12	6	6	3	4	4	37	
		%	5.4%	32.4%	16.2%	16.2%	8.1%	10.8%	10.8%	100.0%	
	사무직	n	5	26	16	7	9	4	2	69	
		%	7.2%	37.7%	23.2%	10.1%	13.0%	5.8%	2.9%	100.0%	
	전문직	n	6	20	13	3	8	4	5	59	
		%	10.2%	33.9%	22.0%	5.1%	13.6%	6.8%	8.5%	100.0%	
	주부	n	4	11	18	5	12	0	3	53	
		%	7.5%	20.8%	34.0%	9.4%	22.6%	.0%	5.7%	100.0%	
	기타 (자영업 등)	n	2	3	9	0	1	1	0	16	
		%	12.5%	18.8%	56.3%	.0%	6.3%	6.3%	.0%	100.0%	
거주 지역	서울 강남	n	11	20	19	5	12	1	3	71	$\chi^2=21.013$ df=18 p=.279
		%	15.5%	28.2%	26.8%	7.0%	16.9%	1.4%	4.2%	100.0%	
	서울 강북	n	12	24	31	6	16	8	7	104	
		%	11.5%	23.1%	29.8%	5.8%	15.4%	7.7%	6.7%	100.0%	
	경기지역	n	9	32	28	17	20	7	6	119	
		%	7.6%	26.9%	23.5%	14.3%	16.8%	5.9%	5.0%	100.0%	
	지방 중소도시	n	10	11	28	9	8	7	3	76	
		%	13.2%	14.5%	36.8%	11.8%	10.5%	9.2%	3.9%	100.0%	

<표 9> Continued

변인	범주		로맨틱한	이지적인	여성적이고 성숙한	귀여운	청순한	섹시한	기타	전체	χ^2 통계량
월수입	100만원미만	n	22	26	56	19	24	12	7	166	$\chi^2=21.894$ df=18 p=.237
		%	13.3%	15.7%	33.7%	11.4%	14.5%	7.2%	4.2%	100.0%	
	100~199만원	n	11	31	26	14	17	9	7	115	
		%	9.6%	27.0%	22.6%	12.2%	14.8%	7.8%	6.1%	100.0%	
	200~299만원	n	4	18	16	3	10	1	3	55	
		%	7.3%	32.7%	29.1%	5.5%	18.2%	1.8%	5.5%	100.0%	
	300만원이상	n	5	12	8	1	5	1	2	34	
		%	14.7%	35.3%	23.5%	2.9%	14.7%	2.9%	5.9%	100.0%	
전체	n	42	87	106	37	56	23	19	370		
	%	11.4%	23.5%	28.6%	10.0%	15.1%	6.2%	5.1%	100.0%		

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

<표 10> 직업 간 아이새도우, 인지도, 관심도, 테크닉 차이분석

요인	SS	df	MS	F	Sig.	post-hoc
인지도	3.731	5	.746	1.126	.346	
관심도	1.900	5	.380	.804	.547	
테크닉	6.961	5	1.392	2.956	.012	6 4 2 1 3 5 (6>5)

1: 학생, 2: 서비스직, 3: 사무직, 4: 전문직, 5: 주부, 6: 기타(자영업 등)

*p<.05

<표 11> 거주지역간 아이새도우 인지도, 관심도, 테크닉 차이분석

요인	SS	df	MS	F	Sig.	post-hoc
인지도	6.847	3	2.282	3.508	.016	2 4 3 1 (2>1)
관심도	1.914	3	.638	1.358	.255	
테크닉	1.514	3	.505	1.045	.373	

1: 서울 강남, 2: 서울 강북, 3: 경기지역, 4: 지방중소도시

*p<.05

<표 12> 유행색 요인과 색조화장품 계절별 구매행동과의 상관분석

	인지도	관심도	표현력
인지도	1.000		
관심도	.381**	1.000	
표현력	.661**	.413**	1.000

**p<.01

한 결과이다. 모든 요인들은 상호간에 정적인 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

3) 아이새도우 인지도, 관심도가 표현력에 미치는 영향력 분석

<표 13> 아이새도우 인지도, 관심도가 표현력에 미치는 영향력 분석

조직효과성	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차	β		
(상수)	.708	.150		4.727	.000
인지도	.502	.035	.589	14.278	.000
관심도	.191	.042	.189	4.579	.000

R²=.467, F=160.707, p=.000

<표 13>은 아이새도우 인지도, 관심도가 표현력에 미치는 영향력을 분석하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과이다. 인지도(p=.000), 관심도(p=.000)는 아이새도우 표현력에 유의한 영향을 미치고 있는 것

으로 나타났다. 이러한 요인들은 아이세도우 표현력의 변량을 46.7% 설명하고 있으며, 관심도($\beta=.189$)보다 인지도($\beta=.589$)가 표현력에 대한 상대적 영향력이 큰 것으로 나타났다.

IV. 결 론

본 연구는 서울, 경인지역, 지방 중소도시의 20~30대 여성들을 대상으로 하여 연령, 학력, 직업, 월수입으로 분류하였다. 여성의 아름다운 눈에 연출과 이미지 변화에 중요한 요소인 아이세도우 표현 기법과 즐겨 사용하는 아이세도우 색상에 대한 조사 및 계절별 선호색상을 조사함으로써 여성들의 아이 메이크업에 있어 기본 자료가 될 것이며, 향후 색조화장품 회사에서 체계적인 아이세도우 유행색 연구와 제품개발의 기초 자료를 마련하고자 하였다.

첫째, 조사 대상자의 연령은 20~25세가 42.7%로 가장 많았으며 30~35세 21.6%, 26~29세 18.9%, 36~39세 16.8%였고 학력은 2년제 대학 재학/졸업 44.3%, 4년제 대학교 재학/졸업 33.2%, 고졸 15.1%, 그리고 대학원 이상이 7.3% 순으로 나타났다.

둘째, 20~30대 여성들의 즐겨 사용하는 아이세도우 컬러를 보면, 핑크(37.0%)가 가장 많았고 그 다음이 브라운(18.4%)으로 나타났다. 과거 브라운색을 더 많이 즐겨 사용했었는데 내추럴메이크업의 강세로 핑크색 아이세도우를 즐겨 사용하는 결과를 알 수 있었다. 아이세도우 컬러 교체는 자주 바꾸지 않는다(55.9%)가 가장 많았고, 아이세도우 컬러를 교체하는 시기는 계절별(45.4%)이 가장 많이 나타났다.

계절별로 사용하는 아이세도우 색상 패턴을 보면 계절의 흐름에 따라 비교적 같은 방향으로 흐르고 있다는 것을 알 수 있었다. 봄에는 핑크, 오렌지, 그린계열, 여름엔 블루, 화이트, 핑크, 가을엔 브라운, 오렌지, 핑크, 겨울엔 브라운, 와인, 화이트로 나타났다. 사계절 모두 계절이 느껴지는 컬러를 즐겨 사용하고 있었지만 공통적으로 핑크를 사계절 모두 사용하고 있었다.

셋째, 아이세도우 구매 장소는 백화점(29.7%), 화장품 할인점, 브랜드샵, 인터넷 중심으로 구매가 이루어졌다. 또 아이세도우 색상선택 기준은 자신에게 어울리는 색(57.8%)으로 기본에 따라 즉흥적으로 컬러를 선택하는 것이 아니라 전체적인 계절감, 본인의 의상색상, 장소 모임 등을 고려한 컬러 선택을 알 수 있었다.

넷째, 즐겨 사용하는 아이세도우 형태로는 케이크 타입(64.1%)이 가장 많았고 보유하고 있는 아이세도우 형태도 케이크타입이 가장 많았다. 그 이유로는 계속 사용했던 형태여서 사용감이 편리하다는 이유가 많이 나왔다.

다섯째, 여성들이 아이 메이크업 시 가장 신경 쓰는 부위로 눈이 가장 높았으며 다음이 피부표현 순으로 나타났다. 또한 연령과 학력에 관계없이 피부에 관심을 갖고 신경을 쓰는 것으로 나타났다. 아이메이크업 시 가장 신경 쓰는 부분은 마스크라(31.1%)로 나왔고, 아이 메이크업 시 부족하다고 생각되어지는 부분은 아이라이너(30.8%)로 나왔다. 아이세도우 표현기법은 두 가지 색상으로 퍼 바른다(43.2%)가 가장 많이 나왔고 그 다음으로 세 가지색상을 퍼 바른다(21.9%)가 나왔다. 이것은 여성들이 아이세도우를 할 때 색상을 두 가지 이상 사용하는 것을 알 수 있다.

여섯째, 수입화장품과 국내제품에 품질 비교에서는 57.6%가 수입제품의 품질이 우수하다고 생각하였고 그 이유로는 품질이 좋아서(27.8%), 색상이 예뻐서, 브랜드 인지도 순으로 나왔다. 갈수록 수입 색조화장품의 시장 점유율이 높아지고 있는 이 시점에서 국내 업체들은 모방만 할 것이 아니라 신제품 개발과 기발한 마케팅에 신경을 써야 할 것이다.

결론적으로 내추럴 메이크업의 영향으로 여성들은 짙은 눈 화장을 피하는 추세이다. 최근에 여성들이 요구하는 은은하고 자연스러우면서 눈이 커 보이는 눈 화장 기법이나 제품을 색조화장품 회사에서 개발하고 만들어 낸다면 국내 색조화장품 점유율을 높일 수 있지 않을까하는 생각을 해 본다.

본 연구에서의 한계점 및 제언을 하면 다음과 같다

첫째, 조사 대상이 서울, 경기 지방, 중소도시의 여성들로 한정되어 있어 이 연구의 결과를 전체 여성들의 아이세도우 경향에 대한 해석으로 일반화시키기는 어렵다.

둘째, 인구통계학 특성만으로 세분화했기 때문에 급속하게 변하는 소비자의 라이프스타일에 대한 연구가 충분하지 못한 점이 있다.

참고문헌

- 1) 영국의 미래연구소가 만들어낸 신조어
- 2) 하병조, 김주덕(2002). 화장품 화학. 수문사, p.187.
- 3) 강경화(2000). 메이크업 총론. 다림출판사, p.36.
- 4) 노희영(2004). 실용메이크업. 광문각, p.78.

- 5) 서지연(2003). 색조화장품 광고에 나타난 유행 색채변화에 대한 연구. 성균관대학교 대학원 석사학위논문. p.21, p.50.
- 6) 이해영(2004). 색조화장에 있어서 퍼스널 컬러 인지도와 유형별 색채 선호도 조사. 중앙대학교 대학원 석사학위논문. p.3, p.5, p.50.
- 7) 이현정(2000). 색조화장 필요성 인식에 대한 세대간 비교연구. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 8) 최남식(2005). 유행색상이 색조화장품의 구매행동에 미치는 영향. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문. p.19, p.21, p.46, p.48.
- 9) 조병숙(2005). 색조화장품 구매행동에 관한 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문. p.46, p.72, p.78.
- 10) 이정은(2002). 아이메이크업에 의한 이미지 연출에 관한 연구. 한성대학교 대학원 석사학위논문. p.12, p.64.