



확실한 효과로
눈에 보이는 기미를
개선해주는 **제품** 원해요



인포그래픽으로 보는 2021년 대한민국 기미·잡티 케어 트렌드

컨슈머 서베이와 데이터 분석을 통해 변화하는 뷰티 트렌드와 새로운 니즈를 발견하고 고객이 지금 필요로 하는 검증된 피부 케어 솔루션을 제안하는 AHC CLINIC CENTER의 대한민국 스킨케어 탐구 프로젝트입니다

응답자 특성

성별



여성

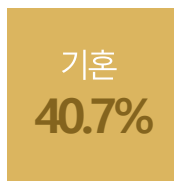
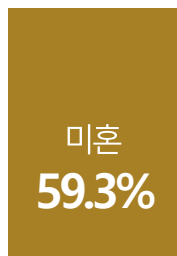
91.6%



남성

8.4%

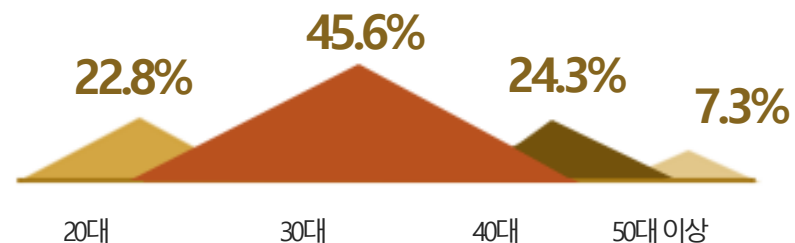
결혼여부



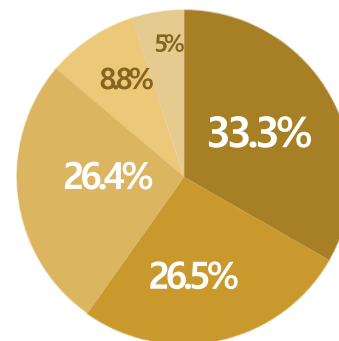
자녀 有 30.3%

자녀 無 10.4%

연령대



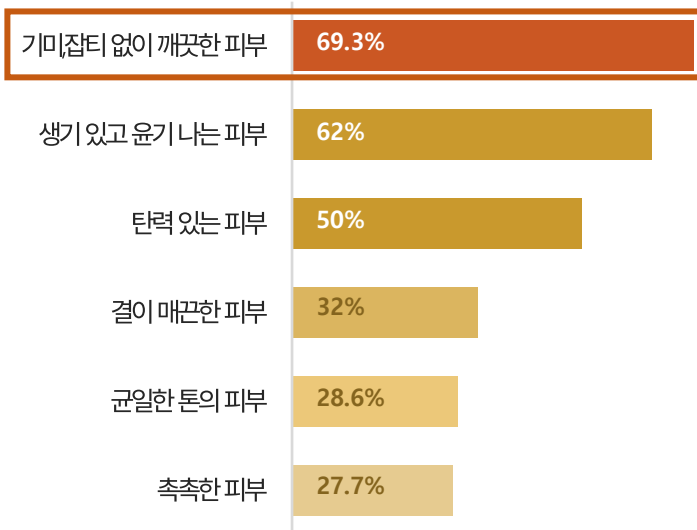
월소득



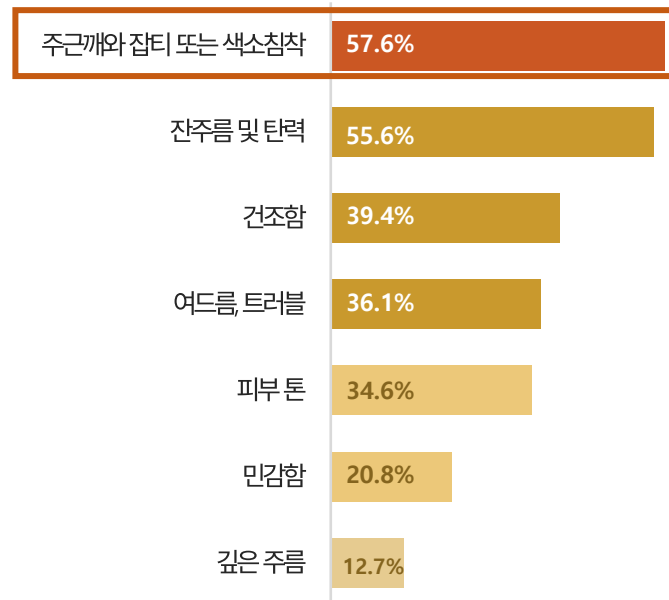
- 200만원 이상~300만원 미만
- 200만원 미만
- 300만원 이상~500만원 미만
- 500만원 이상~700만원 미만
- 700만원 이상

응답자들은 기미·잡티 없이 깨끗한 피부가 이상적이라고 생각하고, 가장 큰 피부고민으로 **잡티, 색소침착**을 꼽았다.
91.6% 응답자가 기미·잡티 고민을 가지고 있는 것으로 보아 기미, 잡티 없는 얼굴에 대한 관심이 높은 것을 알 수 있다.

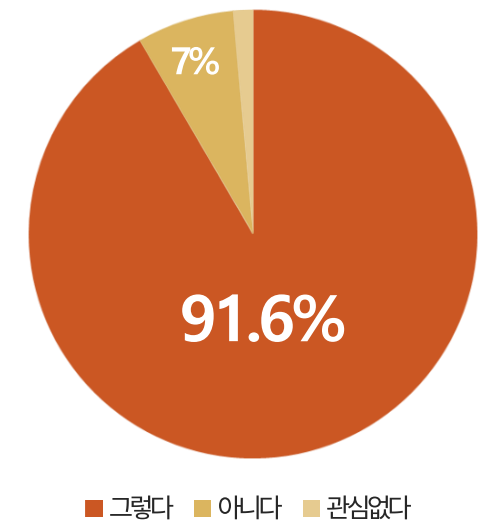
Q 평소 원하는 피부 또는 이상적이라고 생각하는 피부는 무엇인가요?



Q 평소 피부 고민이 무엇인가요?



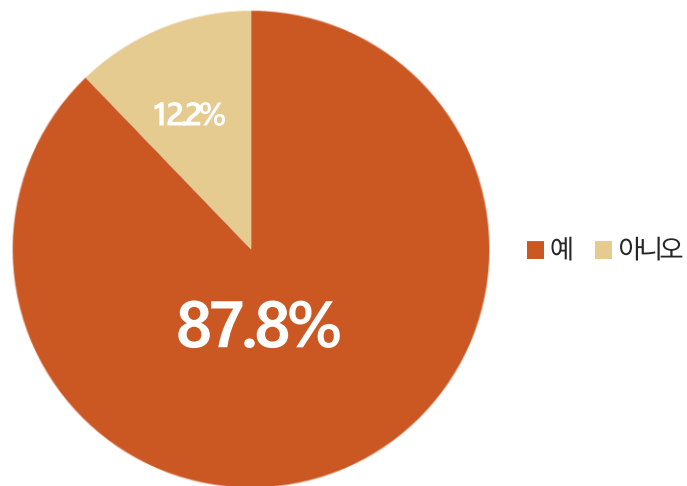
Q 기미, 잡티 케어에 대한 고민을 가지고 있나요?



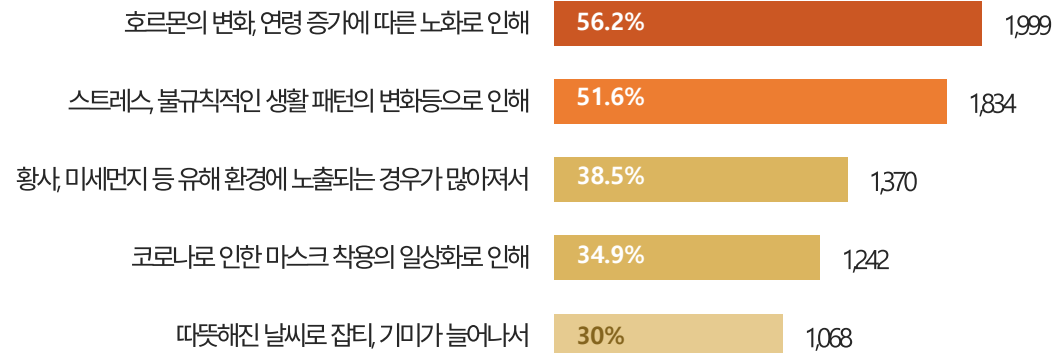
응답자들의 **87.8%**는 최근 기미·잡티에 대한 고민이 늘었다.

고민 증가의 원인으로는 **호르몬 변화 및 노화, 스트레스와 불규칙적인 생활 패턴 변화, 유해환경 노출** 등이 이유였다.

Q 최근 기미, 잡티 관련 고민이 늘었다.



Q 최근 기미, 잡티 관련 고민이 늘어난 이유가 무엇이라고 생각하나요?

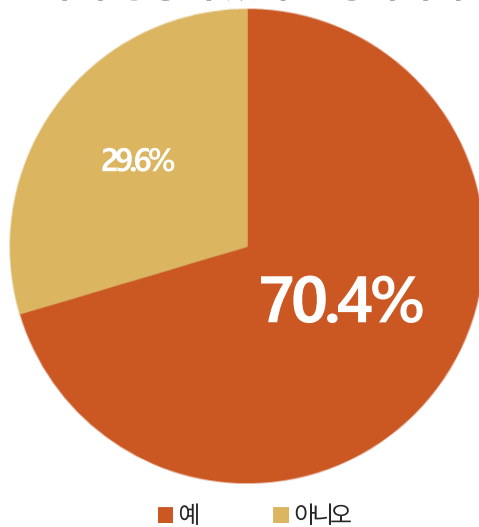


인포그래픽으로 보는

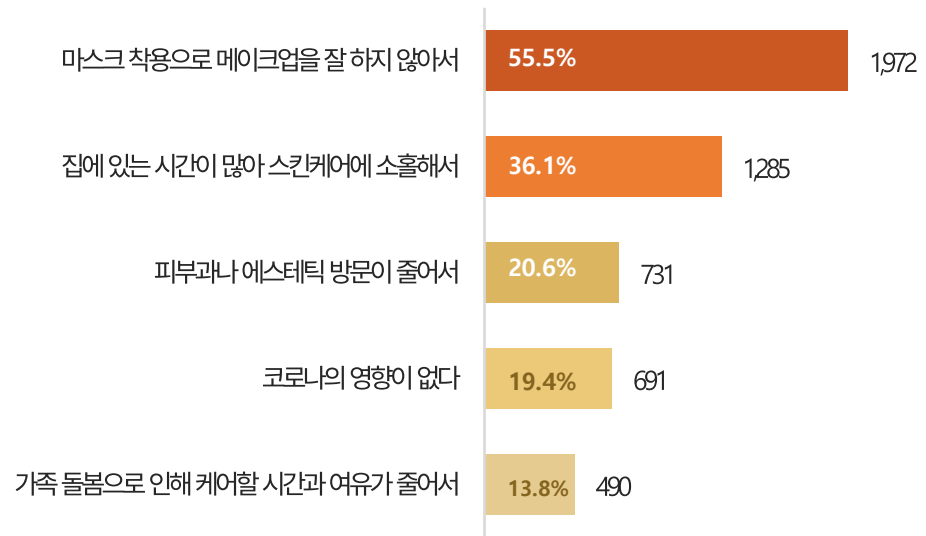
2021년 대한민국 기미·잡티 케어 트렌드

응답자의 70.4%가 최근 기미·잡티 고민이 늘어난 이유에 코로나의 영향이 있다고 답했다. 영향을 미치는 요인은 코로나로 인한 마스크 착용 일상화 및 외출 자제로 인해 메이크업을 잘 하지 않아서, 집에 있는 시간이 많아 스킨 케어를 소홀해서, 피부과나 에스테틱 방문이 줄어서 순이다.

Q 최근 기미, 잡티 관련 고민이 늘어난 이유에
코로나의 영향이 있다고 생각하나요?

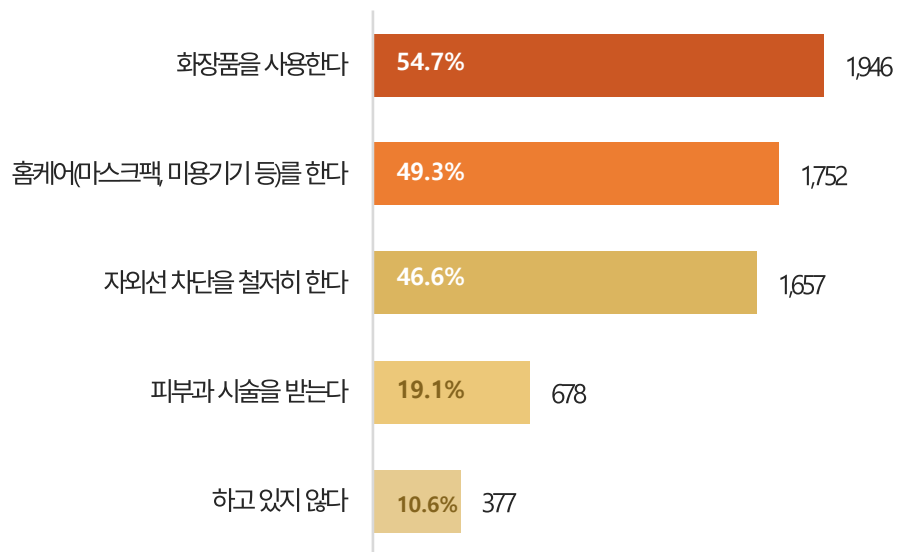


Q 최근 기미, 잡티 관련 고민에 코로나의 어떤 부분이
영향을 미쳤다고 생각하나요??



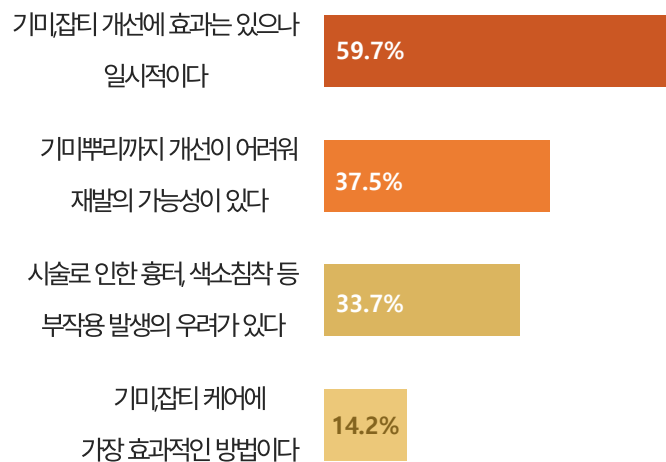
기미·잡티 케어를 하고 있는 응답자들은 **화장품으로 케어하는 경우가 54.7%로 가장 많다.**
그 외에는 **홈케어(마스크팩, 미용기기 등), 자외선 차단, 피부과 시술** 순으로 답해 셀프 케어의 비율이 높은 것으로 나타났다.

Q 기미, 잡티 케어를 하고 있다면, 주로 어떤 방식으로 하고 있나요?

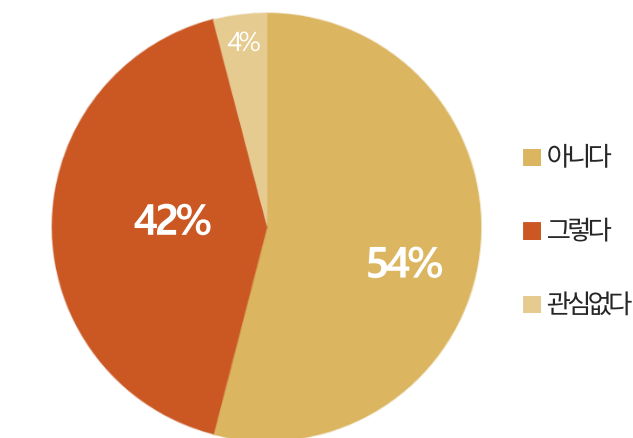


기미·잡티 케어를 위한 피부과 레이저 시술은 일시적인 효과, 재생성 가능성, 부작용의 우려가 있다고 생각하고 있다. 연령대가 높을수록 피부과 레이저 시술을 경험한 비율이 높으며, 피부과 시술을 받지 않는다면 비용 부담 및 흉터나 색소침착 등 안정성의 우려 때문이라고 답했다.

Q 기미나 잡티 케어를 위한 피부과 레이저 시술에 대해서는 어떻게 생각하나요?

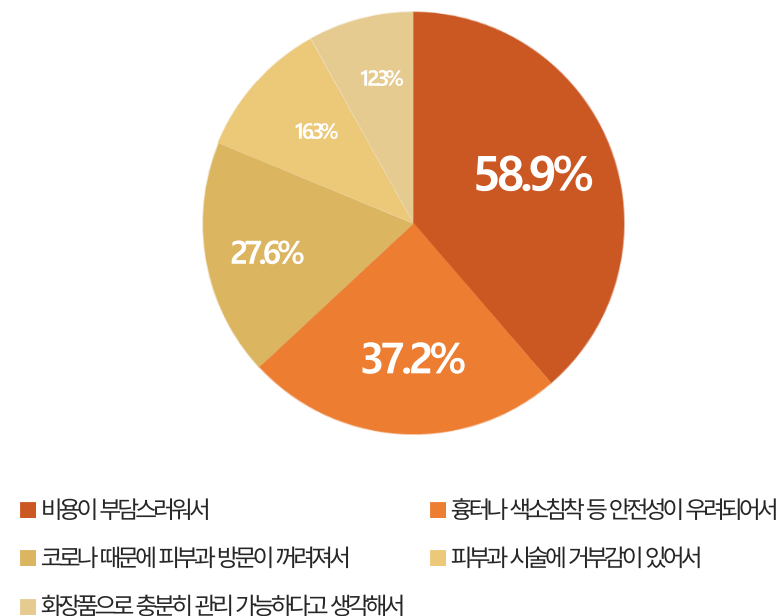


Q 기미, 잡티 개선 또는 피부 톤 개선을 목적으로 피부과 레이저 시술을 받은 적 있나요?



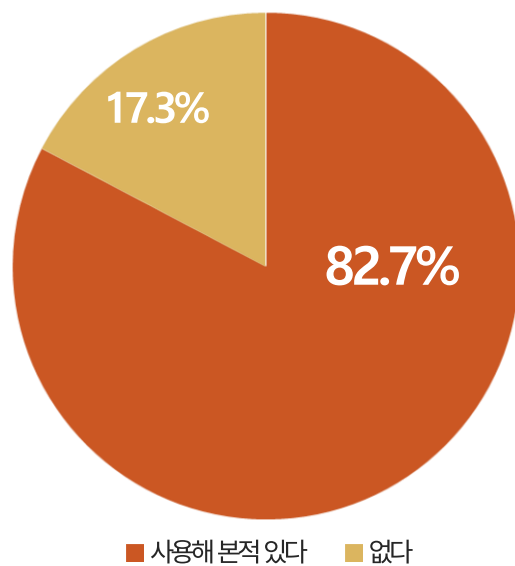
전체	연령별			
	20대	30대	40대	50대 이상
그렇다	29.3%	43.8%	49.0%	46.9%
아니다	64.3%	52.8%	48.2%	49.2%

Q 피부과 시술을 받지 않는다면 그 이유는 무엇인가요? (중복응답)

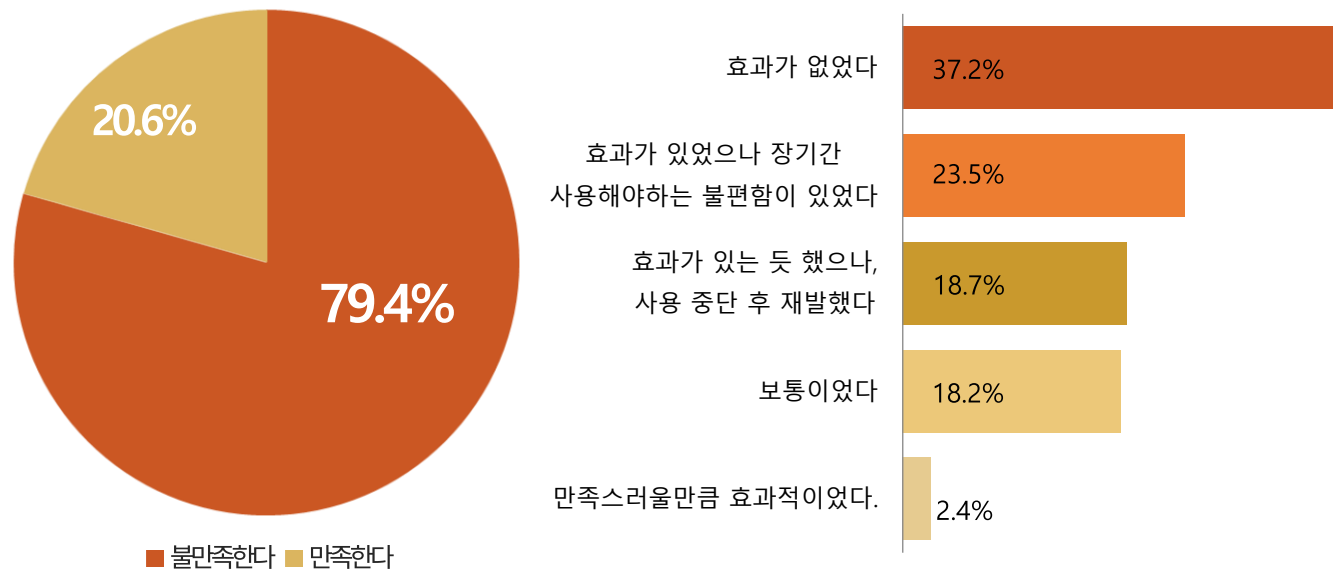


응답자의 82.7%가 기미·잡티 케어를 위한 화장품을 사용해본 경험이 있으며,
사용자의 79.4%가 효과에 만족하지 못하고 있다.
그 이유는 기미·잡티 개선 효과가 없거나 장기간 사용해야 하는 불편함, 사용 중단 후 재생성 등 때문이다.

Q 기미, 잡티 케어 화장품을 사용해본 적이 있나요?

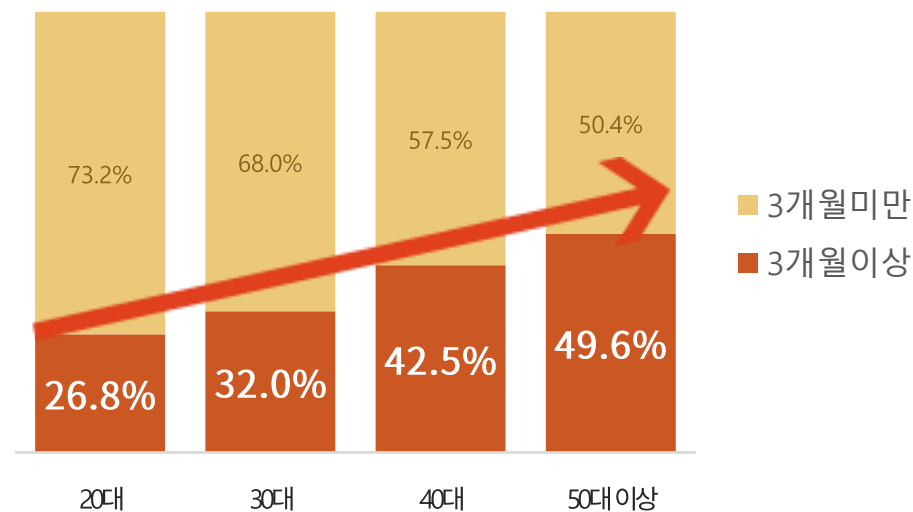
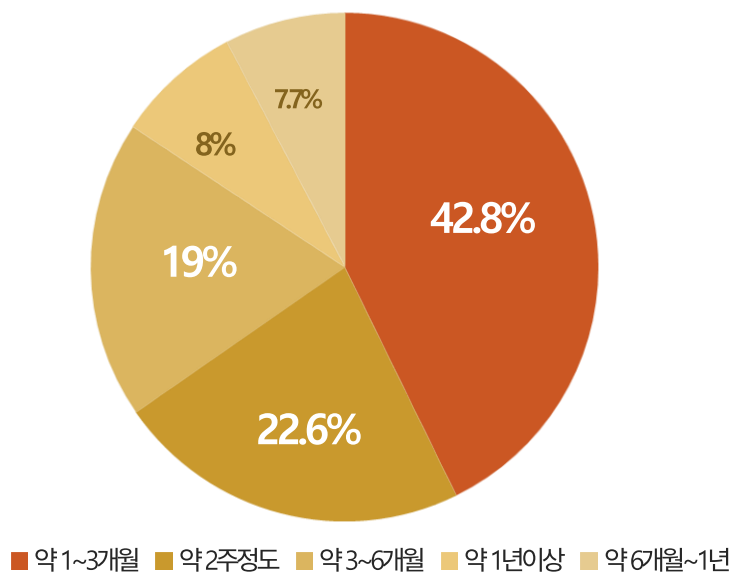


Q 기미, 잡티 케어 화장품을 사용해본 적이 있다면, 그 효과는 어떠했나요?



기미·잡티 개선 효과를 보기 위해서는 주로 화장품을 약 1~3개월 동안 사용했다는 답변의 비율이 높았으며 연령이 높을수록 제품을 사용해 본 기간이 더 긴 것으로 나타났다.

Q 기미, 잡티 케어 화장품의 효과를 보기 위해 얼마 동안 사용해 봤나요?

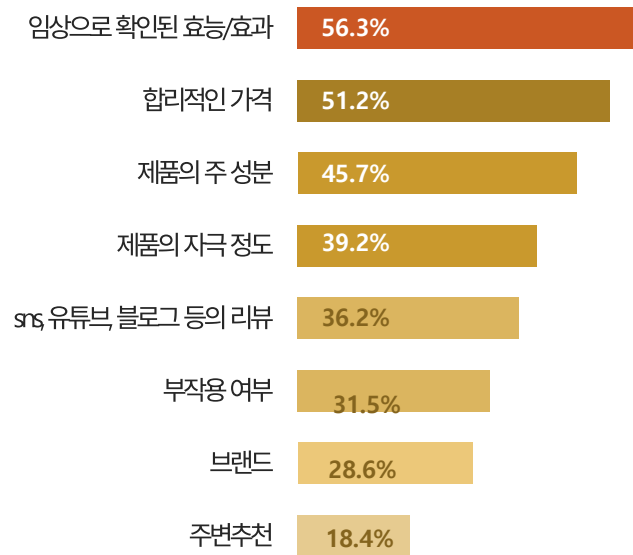


인포그래픽으로 보는

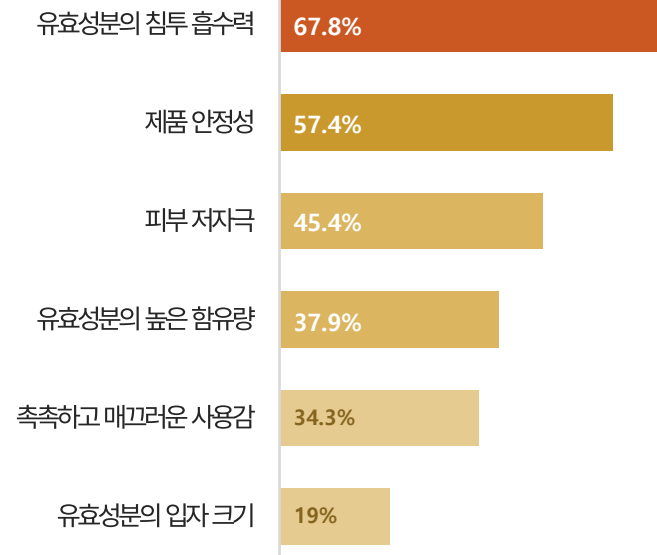
2021년 대한민국 기미·잡티 케어 트렌드

기미·잡티 케어 화장품을 선택할 때는 임상으로 확인된 효능, 효과를 가장 중요시 여기며, 화장품의 뛰어난 효과를 위해서는 유효 성분의 침투 흡수력이 가장 중요하다고 생각한다. 또한, 침투 흡수력이 높아지면 기미·잡티 개선 효과에 대한 기대도 높다.

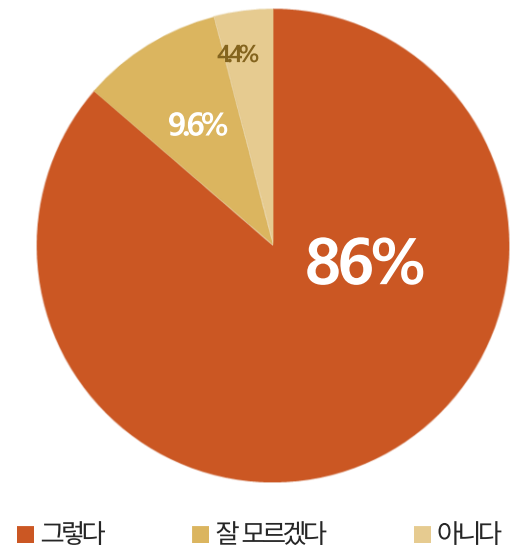
Q 기미, 잡티 케어 제품을 선택할 때 반드시 체크하는 것은 무엇인가요?



Q 기미, 잡티 케어 화장품의 뛰어난 효과를 위해 어떤 점이 중요하다고 생각하나요?



Q 기미, 잡티 케어 제품의 피부 침투력(흡수력)이 높아지면, 기미나 잡티 개선 효과도 높아질 것 같다.

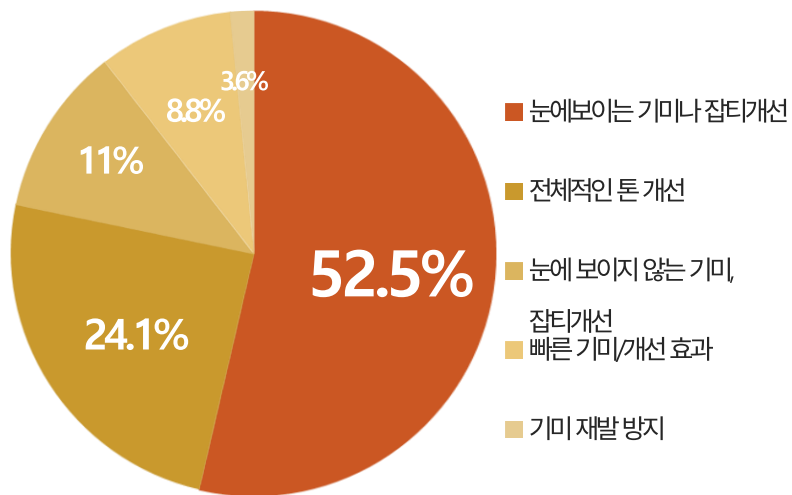


인포그래픽으로 보는

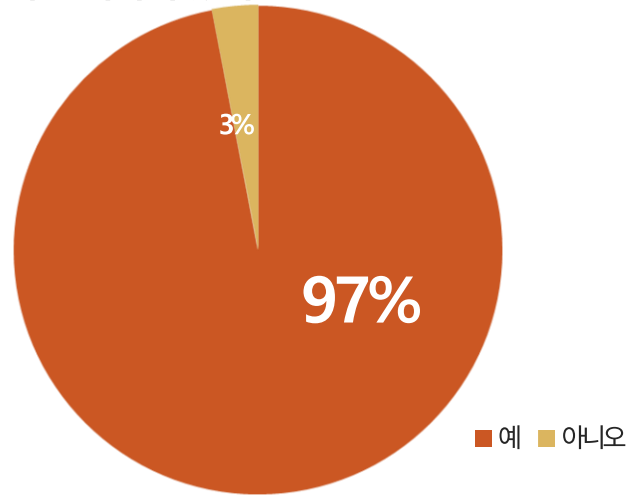
2021년 대한민국 기미·잡티 케어 트렌드

응답자들이 기미·잡티 케어 화장품에 가장 기대하는 효과는 눈에 보이는 (겉)기미·잡티 개선, 톤 개선, 보이지 않는(뿌리)기미·잡티 개선, 빠른 개선 효과, 재생성 방지 순이며, 확실한 효과로 기미를 개선하고 재생성을 방지해주는 기미·잡티 홈케어 제품을 원하는 것으로 나타났다.

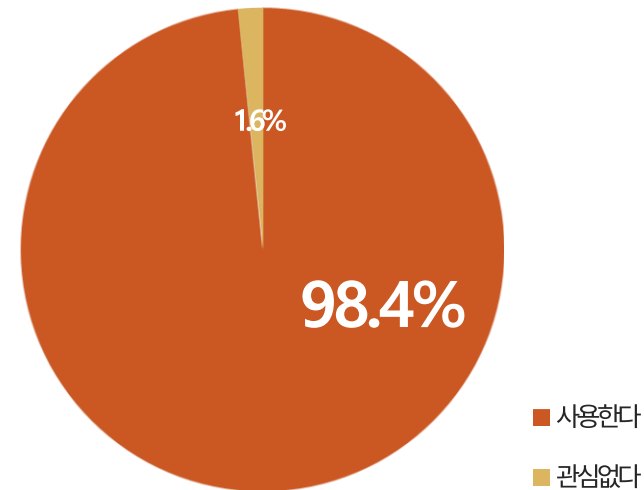
Q 기미, 잡티 케어 제품에 가장 기대하는 효과는 무엇인가요?



Q 겉기미부터 뿌리기미까지 개선하여 기미 재생성을 방지해주는 기미·잡티케어 제품이 개발된다면 사용해볼 의사가 있다



Q 집에서 피부과 시술만큼 효과를 볼 수 있는 화장품이 있다면?



2021년 대한민국 기미·잡티 케어 트렌드 Summary

- 응답자들은 최근 기미·잡티 고민이 늘었으며, 가장 큰 이유는 호르몬 변화 및 노화, 스트레스와 불규칙적인 생활 패턴 변화라고 생각한다.
- 최근 기미·잡티 고민이 늘어난 이유 중 하나로 코로나19도 언급되었는데, 마스크 착용 일상화 및 외출 자제로 인한 피부 케어가 부족했던 것으로 보인다.
- 기미·잡티 케어는 주로 화장품, 홈케어 (마스크팩, 미용기기 등), 자외선 차단 등 셀프 케어의 비율이 높았고, 피부과 시술 등은 응답 비율이 높지 않았다.
- 기미·잡티 개선을 위한 피부과 레이저 시술은 일시적인 개선 효과는 있으나 재생성 가능성, 부작용 발생 우려가 있다고 생각하는 경향이 있었다.
- 피부과 레이저 시술을 경험한 응답자의 비율은 연령대가 높을수록 높았으며, 시술을 경험하지 않았다고 답한 이들은 비용부담 및 안전성을 우려하고 있었다.
- 화장품으로 기미, 잡티 케어를 해왔던 응답자의 79.4%가 화장품의 효과에 만족하지 못했으며, 장기간 사용해야 하는 불편함, 재생성 등이 그 이유였다.
- 기미·잡티 케어 화장품 선택 시 임상으로 확인된 효능, 효과를 가장 중요시하며 유효 성분의 피부 침투 흡수력이 높으면 피부 개선 효과가 높을 것이라고 기대한다.
- 기미·잡티 케어 화장품에 가장 기대하는 효과는 눈에 보이는 (겉)기미·잡티 개선이었으며, 그 다음으로는 빠른 개선 효과, 재생성 방지 순으로 나타났다.
- 응답자들은 눈에 보이는 (겉)기미부터 보이지 않는(뿌리)기미까지 개선하고, 재생성을 방지해주는 확실한 효과의 기미·잡티 케어 화장품을 원한다.

기미 재생성을 방지해주고, 확실한 효과로
눈에 보이는 기미를 개선해주는 기미잡티 홈케어 화장품을 원해요!



AHC CLINIC CENTER 트렌드 리포트 활용

1. 본 트렌드 리포트는 무료로 배포됩니다.
2. 본 리포트의 자료 인용 시 아래와 같이 표기해주세요.
(국문) AHC 클리닉 센터, (영문) AHC CLINIC CENTER
3. 설문결과 데이터를 임의로 가공해서 배포할 수 없습니다.
AHC와 사전협의를 거치지않고 상업적으로 활용하는 것은 금지되어 있습니다.

AHC CLINIC CENTER

데이터 분석을 통해 **고객의 니즈**를 발견하고 최적의 **뷰티 솔루션**을 제안하는 곳