



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

양 수 진 교수 지도  
석사학위 청구논문

네일 관리와 심리적 행복감에 대한  
연구

2020

성신여자대학교 뷰티융합대학원

뷰티융합학과 피부미용학전공

임 완 희

# 네일 관리와 심리적 행복감에 대한 연구

양 수 진 교수지도

이 논문을 석사학위 졸업논문으로 제출함

2020년 5월

성신여자대학교 뷰티융합대학원

뷰티융합학과 피부미용학전공

임 완 희

# 인 준 서

임완희의 석사학위 논문으로 인준함

2020년 5월

심사위원장 ..... (서명 또는 인)

심사위원 ..... (서명 또는 인)

심사위원 ..... (서명 또는 인)

성신여자대학교 뷰티융합대학원

## 논문 개요

현대 사회는 경제 성장 및 산업 발달이 점차 전문화되고 소득의 수준이 향상됨에 따라 삶의 질의 향상이 이루어져 사람들의 생활이 더욱 윤택해졌다. 하지만 점점 복잡한 구조화가 되어 가는 환경과 여러 가지 원인에 의해 스트레스에서 벗어나지 못하고 있는 것도 사실이다. 네일 관리는 단순한 미용 서비스의 개념을 넘어 삶의 질에 대한 고객 니즈와 서비스 개념으로 인식이 변화되었고, 네일 시장은 점점 발전하며 대중화되고 건강한 아름다움을 충족시켜주는 분야로 인식되어 가고 있다.

본 연구는 네일 관리가 여성들의 심리적 행복감에 어떠한 영향을 미치는지 이해하고 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택의 요인을 알아보고 이들이 심리적 행복감과 스트레스에 어떠한 영향을 미치는지 파악하고자 한다. 연구의 진행을 위해 약 한 달 반 동안 네일 경험이 있는 20대 이상을 대상으로 설문지 응답 방식의 자료 수집을 진행하였으며 총 214부를 최종 분석하였으며 본 연구의 구체적인 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 여성들의 네일 관리 행동을 요인분석 결과, 요인1은 사회적 이미지 메이킹 행동, 요인2는 개인 만족적 행동, 요인3 미적 가치에 의한 최소관리의 행동 순으로 나타났으며, 이는 사회적 진출이 높아진 여성이 사회적 여성으로 인정받고 자신의 가치와 여성적 매력을 높이기 위해 네일 관리 행동을 하는 것으로 해석된다.

둘째, 여성들의 네일 관리 추구 혜택을 분석한 결과, 요인1은 사회적 이미지 형성 추구로 본인의 가치를 중요시하고 본인에 능력과 매력, 품위유지, 여성으로의 아름다움 등을 추구하는 욕구이며, 요인2는 심리적 자기만족추구로 네일 관리 후 느끼는 기분으로 깔끔함, 기분전환, 나를 위한 투자, 스트레스 해소 등을 의미하는 욕구로 해석된다.

셋째, 일반적 특성인 연령대에 따라 네일 관리 추구 혜택이 미치는 영향에 대한 결과, 20대와 30대는 사회적 이미지 만족추구에 유의한 차이를 보였다. 심리적 자기 만족 추구는 20대가 사회적 이미지 만족을 추구하던 것과는 달리 40대와 50대 이상은 20대와 30대에 비하여 자기 만족 추구 성향에서 통계적으로 유의하게 높은 수준을 드러냈다.

넷째, 네일 관리를 이용하는 고객이 가지는 스트레스를 하나의 특성으로 보고 높은 집단과 낮은 집단으로 분류하였고 스트레스 수준에 따라 네일 관리 행동의 차이와 네일 관리 추구 혜택의 차이와 심리적 행복감의 차이를 알아보았다. 그 결과, 스트레스 수준에 따라 통계적으로 유의한 차이를 보인 네일 관리 행동 요인은 개인 만족적 행동으로 드러났다. 이는 네일 관리 행동 중 스트레스 해소와 관련이 높은 행동은 개인 만족적 행동이며, 이외의 2가지 행동인 사회적 이미지 메이킹과 최소관리 행동은 스트레스 수준과는 통계적으로 유의한 관계가 없음을 알 수 있다. 스트레스 수준에 따라 통계적으로 유의한 차이를 보인 네일 관리 추구 혜택은 사회적 이미지 만족과 심리적 자기만족 모두 유의한 차이를 나타냈다.

다섯째, 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택이 심리적 행복감에 미치는 영향에 대한 결과, 심리적 행복감에 대한 네일 관리 행동의 요인으로는 사회적 이미지 메이킹 행동이 단계 진입하고 심리적 행복감에 대해 유의한 영향을 미치는 네일 관리 추구 혜택의 요인으로는 사회적 이미지 만족 추구하고 심리적 자기만족 추구가 모두 단계 진입하여 유의한 결과가 나타났다.

본 연구는 여성들의 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택에 대한 고찰 및 위와 같은 내용이 스트레스와 심리적 행복감에 대한 영향을 파악하여 검증하였으며 본 연구의 결과를 기반으로 기존 선행연구와 더불어 네일 분야 산업에 다양한 고객의 욕구에 부합할 수 있도록 맞춤형 마케팅의 자료 및 소비자 정보 활용에 도움이 되고자 한다.

## 목 차

논문 개요 .....	i
표 목차 .....	vi
그림 목차 .....	vii
I. 서 론	
1. 연구의 필요성 .....	1
2. 연구 문제 .....	3
II. 이론적 배경	
1. 네일 및 네일 관리 .....	4
2. 네일 관리 행동 .....	11
3. 소비 추구 혜택 .....	15
4. 심리적 행복감 .....	18
5. 스트레스 .....	23
III. 연구방법 및 연구 문제	
1. 조작적 정의 .....	26
2. 조사 설계 및 분석방법 .....	27
3. 연구 문제 .....	31
IV. 연구결과 및 논의	
1. 응답자 특성 .....	32
2. 주요 변수의 요인분석 .....	39
3. 연구개념의 신뢰도 검증 .....	45
4. 가설 검증 .....	46
V. 결론 및 제언	
1. 연구 결과 요약 .....	60
2. 연구의 한계점과 제언 .....	63

참고문헌 .....	65
ABSTRACT (영문 초록) .....	73
설문지 .....	76

## <표 목차>

<표1> 설문지의 구성내용 .....	29
<표2> 인구통계학적 특성 분석 결과 .....	33
<표3> 네일 관리 행동의 형태 특성 .....	35
<표4> 네일 샵 선정 기준 분석 결과, (중복응답) .....	37
<표5> 네일 관리 행동의 동기 결과, (중복응답) .....	39
<표6> 네일 관리 행동의 요인분석 결과 .....	41
<표7> 네일 관리 추구 혜택의 요인분석 결과 .....	44
<표8> 신뢰도 검증 결과 .....	45
<표9> 연령대에 따른 네일 관리 추구 혜택의 차이 분석 결과 .....	48
<표10> 스트레스 수준의 따른 네일 관리 행동의 차이 결과 .....	51
<표11> 스트레스 수준에 따른 네일 관리 추구 혜택에 차이 결과 .....	54
<표12> 스트레스 수준에 따른 심리적 행복감의 차이결과 .....	55
<표13> 네일관리 행동의 심리적 행복감에 대한 회귀분석 결과 .....	57
<표14> 네일 관리 추구 혜택에 대한 회귀분석 결과 .....	58
<표15> 가설 검증 결과 .....	59

## <그림 목차>

<그림 1> 2018 미용사 연령대별 실기시험 결과 .....	11
------------------------------------	----

# I. 서론

## 1. 연구의 필요성

현대 사회는 경제 성장 및 산업 발달이 점차 전문화되고 소득의 수준이 향상됨에 따라 삶의 질의 향상이 이루어져 사람들의 생활이 더욱 윤택해졌다. 하지만 점점 복잡한 구조화가 되어 가는 환경과 여러 가지 원인에 의해 스트레스에서 벗어나지 못하고 있는 것도 사실이다. 스트레스는 적응이 어려운 환경 속에서 느끼는 심리적, 신체적 긴장의 상태를 말하며 장기적 노출은 심장병이나 고혈압, 위궤양 등과 불면증, 우울증 등, 신체적 건강은 물론 심리적 건강 상태의 변화를 나타내기도 한다 (김재화 2014). 스트레스 해소 방법으로는 개인별로 차이가 있지만, 최근에는 ‘탕진 소비’가 압도적인 것으로 나타났다. 이러한 지출, 소비에 대한 신조어가 탄생했으며 이를 ‘시발 비용’이라 한다. ‘탕진 소비’의 종류로는 쇼핑, 외식, 문화생활, 음주, 네일 샵, 마사지 샵 등 자기관리 등으로 나타났다 (싱글라이프, 2019.06.11).

여성들의 사회진출이 높아지고 사회 전반에 걸쳐 외적인 아름다움의 중요성이 부각되며, 매력적인 여성의 외모가 경쟁력이라는 사회 인식은 여성들에게 미의 대한 관심을 더 높아지게 만들고 있으며 그에 따른 뷰티 관리 행동이 더욱 다양하게 발전하고 있다. 외모에 관한 인식과 표현이 자신을 나타내는 수단으로 사용되며, 외모관리에 관한 개념과 표현도 전문화되고 세분화되었다.

네일 관리는 단순한 미용 서비스의 개념을 넘어 삶의 질에 대한 고객 니즈와 서비스 개념으로 인식이 변화되었고, 네일 시장은 점점 발전하며 대중화되고 건강한 아름다움을 충족시켜주는 분야로 인식되어 가고 있다. 또 경제 성장과 생활 의식의 수준이 높아지며 네일 관리는 패션의 일부로 여겨지고 외모관리 차원과 동시에 스트레스 해소 방법으로도 이용되며 일상생활 중의 필요한 조건으로

변화되어 가고 있다 (김경희, 김주덕, 2008). 김잔디 (2014)는 네일 서비스 이용의 목적은 기분전환을 위한 것이며 네일 서비스 이용 후 심리적 변화는 기분전환이라고 하였고, 김재화 (2014)는 스트레스 경감에 네일 관리 주가가 유의한 차이를 보였으며 관리 횟수가 많을수록 스트레스 해소에 도움을 준다고 하였다. 또한, 최민숙 (2018)은 네일 행동이 심리적 행복감에 정(+)적 영향을 미치며 이를 통해 자신의 이미지를 개성적으로 보이게 하며 자신감과 가치를 향상시키길 원한다고 하였다.

따라서 본 연구에서는 네일 관리를 받아본 여성들의 네일 관리 선호 유형과 네일 관리 행동 및 네일 관리 추구 혜택의 요인을 알아보고, 실제로 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택이 심리적 행복감을 제고하는 데 긍정적인 영향을 미치는지 검증해보고자 하였다.

## 2. 연구 문제

본 연구는 점점 복잡한 구조화가 되어 가는 환경과 여러 가지 원인에 의한 스트레스를 해결하기 위한 해결 방안인 탕진 소비의 종류 중 하나인 네일 관리가 여성들의 심리적 행복감에 어떠한 영향을 미치는지 이해하고 이때 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택의 요인을 알아보고 이들이 심리적 행복감과 스트레스에 어떠한 영향을 미치는지 파악하고자 한다. 구체적인 연구 목적은 다음과 같다.

첫째, 여성들의 네일 관리 여부를 조사하여 네일 관리 행동과 이용 형태 및 만족도 등에 대해 알아보하고자 한다.

둘째, 탐색된 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택이 심리적 행복감에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

셋째, 스트레스 수준에 따른 차이에 네일 관리 행동의 차이를 살펴보고자 한다.

넷째, 스트레스 수준에 따른 차이에 네일 관리 추구 혜택의 차이를 살펴보고자 한다.

기존연구와 차별화될 수 있도록 본 연구는 네일 관리를 받는 여성이 겪고 있는 스트레스 수준이 네일 관리 행동과 혜택 추구를 통해 제고되는 심리적 행복감의 크기를 다르게 하는지에 연구하고자 한다. 이러한 연구를 통해 네일 관리의 효과를 이성적 만족도에서 더 나아가 심리적 행복감으로 확장하여 이해하는데 기여할 수 있을 것으로 기대한다. 또한, 스트레스 수준에 따른 차이를 규명하여 소확행과 옴로(YOLO)등의 자신의 감정을 위한 소비행태에 집중하는 최근 소비자들에 대한 네일 관리 서비스의 마케팅 소구점을 파악할 수 있을 것으로 기대한다. 본 연구는 가설을 규명하고 그 결과를 기존연구와 비교하여 학문적 기여점을 보고하고, 이에 따른 마케팅 시사점을 제언하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 네일 및 네일 관리

#### 1) 네일 트리트먼트

네일(Nail)은 손톱, 네일, 발톱, 못이라는 사전적 의미를 가지고 있으며 네일의 의학적 용어는 오닉스(onyx)라고 하며 ‘못이나 징을 박다’라는 뜻과 함께 ‘손톱, 발톱’을 지칭한다 (김유진 2013). 손톱은 피부기관 중 하나로 표피 각질층이 변화되어 형성된 a-케라틴(Keratin)이란 딱딱한 섬유의 단백질 성분과 함께 탄소, 질소, 산소, 수소, 황 등으로 이루어진 직사각형의 반투명 널판이며 여러 겹의 형태로 구성되어 두께가 약 0.5-0.7mm이며 아미노산과 시스테인이 높게 포함되어있다 (박소정 2009). 손톱은 한 달에 약 3mm 정도 자라나며 나이나 생활습관, 주위환경, 건강상태에 따라 차이가 난다. 임신이나 흡연을 하는 경우 네일의 성장은 느려지며 날씨가 추운 겨울보다는 여름에 네일이 잘 자라나며 엄지손톱의 성장이 가장 느리고 중지 손톱이 성장이 빠르다. 또 손상된 네일이 회복되는 시기는 약 6개월 정도 걸린다 (김유진 2013).

건강한 손톱은 12-18% 수분을 함유하고 손톱 네일 베드(조상)에 단단히 부착되어 있으며 탄력 있고 유연하며 연한 핑크빛의 둥근 아치 모양으로 형성되어 있다. 세균에 감염되지 않고 네일 바디 (손톱 표면)가 매끄러운 광택을 지녀야 건강한 손톱이라 한다 (박소정 2009)

네일 트리트먼트는 네일과 트리트먼트의 합성어로 손상된 네일에 사용하여 얇아지고 갈라지는 등의 손상된 네일을 정상적으로 회복시켜주는 처치 과정이라 한다 (김미원 2016).

네일 트리트먼트의 종류는 네일 보강제 또는 영양제, 큐티클 오일, UV젤 영양제 등으로 구분된다. 네일 보강제 및 영양제는 비타민, 칼슘, 단백질 등의 주

요 성분으로 얇아지고 휘어지고 찢어짐과 벗겨지는 네일에 사용하며 네일을 힘 있고 튼튼하고 건강한 상태로 보강해주는 제품으로 리퀴드 형식과 피막 형성제 형식으로 구분된다. 큐티클 오일은 큐티클 정리 과정뿐만 아니라 네일 관리 후 네일 주변 피부와 네일의 건조함과 손상, 트는 것을 방지해주는 보습 제품이다. 오일 형식과 크림 형식으로 구분되어 큐티클 오일과 큐티클 크림으로 존재한다. 최근에는 젤네일의 유행으로 젤 시술 시 네일 손상을 방지하기 위해 바르는 UV 젤 형식의 젤 영양제도 등장하였다 (최수진 2017).

## 2) 네일 관리 개념

손은 다른 신체 부위보다 노화가 빨리 시작되어 얼굴의 피부 미용 관리가 필요하듯 손의 관리도 세심한 관리가 필요하다. 최근에는 자신의 손과 손톱을 관리하여 아름답게 가꾸어 노화를 예방하는 것은 타인에게 매력적으로 호감을 주고 자신에게 만족감을 주며 네일 미용은 패션의 중요한 부분으로 자리매김하여 전체 코디네이션의 완성이라 일컬어지고 있다. 이에 따라, 국가 직무 능력 표준 (National Competency Standards, NCS)의 의하면 ‘네일 미용은 네일 관련 이론과 기술에 따라 건강하고 아름다운 손톱을 유지하고 보호하며 다양한 기능과 아트 기법을 수행, 고객에게 서비스 제공 및 네일샵 관리, 운영을 하는 일’이라고 하였다 (국가 직무 능력 표준 2015).

매니큐어(Manicure)는 라틴어 마누스(Manue 손)와 케어(Cura 관리) 두 단어의 합성어로 큐티클 정리와 컬러링, 아트, 손 마사지 등 총체적인 손 관리를 의미한다. 매니큐어는 손을 치료하는 것이라는 본래 의미가 있으나 현재는 손을 아름답게 하여 손을 관리하는 의미로 사용된다 (이미선 2008). 한편, 페디큐어(Pedicure)는 발톱과 발을 아름답게 관리하는 것으로 라틴어 페디 (Pedis 발)과 케어 (Cura 관리)의 합성어로 발톱과 발을 아름답게 관리하는 기술로 발톱의 모양 정리, 각질 제거, 마사지, 팩, 컬러링, 아트, 큐티클 정리 등 발에 모든 관

리 시술 과정을 의미하며 발뒤꿈치 굳은살 제거 등의 과정도 관리에 포함된다 (김경미 외 2009).

매니큐어, 페디큐어 등의 손톱 관리를 하는 곳은 네일 샵(nail shop)이나 네일 살롱(nail salon)이라 하고 손톱 관리를 직업으로 하는 사람을 네일아티스트(nail artist), 네일 리스트(nailist) 혹은 네일 미용사라고 칭한다. 네일 미용사는 앞서 국가 직무 능력 표준에서 지정된 것과 같이, 최근 전문 미용 기술자로서 인정받고 있다. 네일 관리의 종류로는 매니큐어, 페디큐어 등 네일 케어와 아트 등과 함께 자연 손톱을 튼튼히 보강하거나 길게 연장하고 물어뜯는 손톱, 짧은 손톱을 교정하고 보강하는 기술인 인조네일 기술 등과 핸드 페인팅, 디자인 스텝, 에어브러쉬 등 여러 가지 방법의 아트 등 다양한 종류가 존재한다.

특정한 계층이나 소비자의 사치성 소비로 여겨지던 네일 관리는 최근 대중화되기 시작하고 있다. 이에 따라, 다양한 네일 제품이 개발되었고 현대에는 네일 테크닉과 네일 제품이 전문화되고 세분화되어 네일 산업이 세계의 주요산업으로 변화되고 있다. 즉, 손, 발 전체를 관리하여 청결하고 건강하게 하며 아름답게 관리하는 것은 물론 세련된 색상과 디자인, 다양한 손, 발톱 모양을 선택, 패션의 가치 추구하고 개인 개성을 살리는 것을 모두 포함한다.

### 3) 네일 관리 역사

네일 관리의 역사는 약 5000년 전, 인류의 미의 시작이었다. 네일 관리는 치료의 목적으로 시작되었으며 부수적으로 미에 대한 욕구는 점차 증가하였고 현재의 기술까지 발전해왔다. 네일 관리의 기술은 5000년에 걸쳐 변화해왔고 문헌으로 밝혀진 네일 관리의 기원은 B.C. 3000년 전 이집트와 중국에서 유래된 것으로 알려져 있다 (김경남 2014).

18세기 로코코 시대에는 귀족 등 신분에 상관없이 일반인들도 화장에 관심이 높아지며 네일 관리가 본격화되었고 네일 관리의 종주국 미국은 네일 케어와 관

련된 산업이 1800년을 기준으로 증가하였으며 1970년 유대인에 의해 네일 시술이 시작되었다. 1980년, 한인 교포들이 뉴욕을 중심으로 활동하고 네일 리스트가 여성의 전문직으로 주목받으며 호황되었고 중국계나 베트남계 여성들도 네일 업종에 도전하였다. 미국 통계에 따르면 2002년, 미국 전역 네일 테크니션은 약 35-40만 명이고 네일 샵은 4-5만 개에 달한다고 추산하며 한인 네일 테크니션은 뉴욕의 네일 시장의 60-70%를 차지하고 있었다 (박경화 2018).

중국은 연지를 발라 '조홍'이라 하며 중국의 전통적인 화려함과 함께 신분이 높은 귀족은 금색과 은색을 사용하였다. 15세기에는 흑색과 적색을 사용하며 시대별로 다양한 색상을 선보였다. 특권층은 밀랍이나 난백을 사용하여 색을 칠하는 등의 계급을 표시하였다. 기원전 3000년경 홍화라 불리는 식물의 재배가 유행하며 17세기 인도에서는 네일 매트릭스에 문신 바늘로 물감을 주입하여 손톱에 장식하여 이는 신분 표시로 사용되었다 (김나영 1999).

일본에서는 생활습관이나 종교에서 나온 관습 등의 차이로 네일 산업이 타국에 비해 늦어 1980년대 도입되며 1990년 중반 이후 활성화되기 시작하며 현재까지 꾸준한 성장세를 보인다. 일본은 섬나라로 습한 지역적 요인으로 손톱에서 잘 떨어지지 않고 기후에 강한 아크릴 시술이 가장 발달되었다. 다신을 섬기는 탓에 네일 관리 시 사용하는 컬러들도 화려하고 현란하게 나타는 특징이 있으며 미주 지역과 달리 동양인 피부에 어울리는 다양한 디자인의 발달이 잘되어있는 편이다 (박경화 2018).

우리나라에서의 네일 관리는 네일에 봉숭아 꽃잎과 백반을 섞어 만든 봉숭아 물을 들이는 풍습으로 시작되었으며 붉은 오렌지색의 염색으로 신분에 따라 색의 차이를 두었다. 높은 귀족은 짙은 색으로, 신분이 낮은 사람은 옅은 색으로 차이를 두었다. 고대 이집트에도 높은 지위의 왕족은 네일을 빨간색을 사용하였고 낮은 계층의 지위와 신분은 옅은 색만을 사용하는 등의 계급 차이로 사용되었다. 그 외에 미라의 네일에 색을 입혀지는 등 주술적 목적으로 태양신에게 바

치는 제사에 사용하였다 (김나영 2009; 한서라 2018).

한국 네일 시장은 1988년, 이태원의 외국인들을 대상으로 네일 전문샵이 최초로 생겼고 1996년, 압구정동을 중심으로 백화점에 네일 코너가 입점되며 일반인에게 선보이기 시작되었다. 1997년, 롯데백화점 안에 네일 샵의 입점은 네일의 대중화로 이끌었다 (유숙희 2009). 1998년, 한국 네일 협회가 최초로 결성되어 민간 자격증과 네일 종사자들의 결속력을 만들어 갔으며 네일 전문학원과 미용학교, 대학교에서도 네일 과목을 개설하였다. 또 사회 교육 프로그램에서 네일 아트의 이론과 실습 교육이 생기며 체계적인 네일 교육의 시작을 알리며 현재까지 발전되어 가고 있으며 (김유진 2013), 2014년 국가 기술 자격 제도의 미용사 (네일) 종목이 생겼다.

#### 4) 네일 관리 산업 현황

미용 산업은 헤어, 피부 미용뿐만 아니라 메이크업과 네일아트 등으로 세분화되기 시작하였으나 네일 부분은 다른 산업에 비교하여 늦게 시작되었다. 선진 기술력의 도입으로 우리나라의 네일 기술은 세계적으로 인정받으며 최근에는 네일 산업이 크게 활성화되고 있다. 우리나라에서의 미용은 1933년 3월 국내의 최초로 미용실이 들어왔고 (우수진 2007), 여성들은 미의 대한 관심이 늘어나고 예술적 아름다움 및 심신 안정을 위한 종합적인 '치유'의 의미로 변화되어 가고 있다 (김채운 2005).

통계청 자료에 따르면 2013년 국내 뷰티 서비스 산업은 매출액은 2005년 3조 4030억 원, 2012년과 비교, 5조 2930억 원으로 7년간 56% 성장하였다. 세부 업종별 매출은 총 미용업 (네일, 피부, 메이크업, 헤어 등) 5조 2930억 원 중 기타 미용업은 2198억 원인 약 6%를 차지한다고 하였다 (이해미 2018).

뷰티 산업은 인체를 건강하고 아름답게 관리할 목적으로 제공되는 서비스 산업을 일반적으로 정의한다. 미용 관리를 통해 두발, 얼굴, 피부, 손톱 등의 상태

를 개선하고 미화하는 기술인 동시에 예술로 화장품 및 손질과 관리로 외모를 아름답게 꾸밀 수 있는 응용과학의 한 분야라 말한다. 뷰티 산업은 이. 미용, 네일, 메이크업, 피부미용, 스파 및 체형관리 등의 서비스를 포함하고 있다 (한상원 2017).

소비재 전문 시장조사기관 Euromonitor에서는 전 세계 뷰티 산업 규모는 2015년을 기준으로 약 4.260억 달러로 원화 약 482조원 정도로 추산하며 2008년 금융위기 등에도 성장세는 주춤하였으나 최근 2012~2015년, 3년간 약 5% 수준의 성장률을 보이며 2020년까지도 비슷한 수준의 성장세를 유지할 것이라 전망하였다 (고은지 2017).

한국정보고용원은 한 20년 후 사라질 직업 순위를 발표하였으며 그중 뷰티 산업은 기계나 로봇이 대체 불가능한 순위 중 맨 아래에 위치하고 있다고 말했다. 미용 관리는 행복을 주는 가치 있는 분야의 평생직장 개념이 사라지고 사회에서도 가장 안정적 일자리를 제공받는 직업일 것이라 말했다. 뷰티 산업의 발전은 지속적인 성장을 이루며 감성을 판매하는 서비스 영역으로 가치를 높이고 있다 (이은화 2019).

국내 미용 산업은 연간 약 5조원에 달하며 그중 네일 관리 산업은 10%의 비중을 차지, 연간 약 5천여억 원의 규모에 이른다. 또 성장에 있어 연간 15.8%에 육박하는 등 빠른 속도로 성장하고 있다. 네일 관리 산업은 미용 서비스를 제공하는 네일 전문점을 중심으로 네일 아트에 사용되는 30여 재료와 아트 기술의 교육 기관 등으로 구성, 서비스 시장 규모는 8000여억 원이며 제품시장의 규모는 2000여억 원을 형성하고 있다 (대한민국 네일단체협의회, 2011).

네일 산업의 활성화는 네일의 대중화를 위한 사회적 활동의 일환으로 1997년 이후 민간 네일 협회들을 중심으로 네일학 평가 기준에 의해 네일 기술자격시험을 시행했다 (한국산업인력공단, 2012). 민간 기술 자격증은 네일테크니션 자격증으로 각 협회별로 진행되며 일반적으로 3급-1급 기술 강사 등으로 나뉘었다.

3급으로 시작하여 2급 자격증을 취득한 자와 함께 취득 후 2년 이상 실무 경력을 가진 자가 응시할 수 있는 1급, 1급 자격을 취득한 후 동일 직무 분야에서 3년 이상 실무에 종사한 자가 응시 가능한 기술 강사 자격증 등으로 분류되었다. 이는 네일 산업 발전의 원동력이 되었으나 여러 민간 협회에서 시행하는 자격증의 규정이 달라 전문가 양성에 혼란을 형성하고 자격증 미취득자의 샵 운영 등으로 네일 사업의 우려가 생겨났고 이로 인해 네일 미용인에 독립적 제도 장치 마련 등의 미용사(네일) 국가 기수 자격 제도에 신성의 필요성을 (권희진 2014; 노지운 2011; 이미선 2011) 등의 연구로 꾸준히 강조해왔다 (한상운 2018).

2013년 7월 네일 미용업의 신설을 위해 공중 위생 관리법 시행령과 시행 규칙의 개정안이 입법예고 되고 9월 '공중 위생 관리법 시행령' 개정안의 의결을 통해 2014년 7월 미용업(손톱, 발톱)이 신설되며 영업 신고증을 받아 합법적인 영업을 개시가 가능하였다. 또한, 2014년 미용사(네일) 국가기술자격시험의 시행을 위한 국가기술자격법 시행 규칙의 개정안을 공표, 이를 근거하여 한국산업인력 공단은 2014년 9월 미용사(네일) 국가기술자격시험을 NCS 기반출제기준을 공표하며 2014년 11월 첫 시험이 시작되었다 (한상운 2018).

2019년 고용노동부 및 한국산업인력공간에서 발간된 국가기술자격 통계 연보를 보면 국가기술자격 응시자와 취득자는 매년 늘고 있다. <그림 1>에서 볼 수 있듯이, 여성에 경우 각종 자격증 취득 현황 중 상위 5개의 종목 중 1위 한식조리기능사 자격증을 제외한 4개의 종목이 모두 미용사(미용사 일반 네일, 피부, 메이크업 순) 자격증이였다. 두 자격증 모두 비교적 젊은 층이 주를 이루고 제2의 직업과 창업을 준비하는 중장년이 다음 순으로 나타난다. 합격률은 높지 않은 편이나 실기가 중요하게 작용하는 분야인 만큼 기술을 익혀 실전까지 발휘하기까지가 중요하여 시간의 투자를 해야 한다고 하였다 (이지혜 2020).

## 2018년 미용사 연령대별 실기시험 결과



<그림1> 2018 미용사 연령대별 실기시험 결과

## 2. 네일 관리 행동

### 1) 뷰티 관리 행동

뷰티 관리 행동은 외적인 만족도를 높이려는 개인적 아름다움을 만들어가는 방법으로 타인이 자신을 보기에 기대 이상으로의 모습을 보여지고 시각적인 이미지를 최대로 끌어내려는 행동의 실태를 말한다. 뷰티 관리 행동은 뷰티라는 단어와 관리 행동 2가지 단어의 합성어로 전반적인 미용 산업의 헤어 관리 행동, 피부 관리 행동, 반영구 화장 행동, 네일 관리 행동, 체형 관리 및 성형관리 행동 등 모두 아름다워지기 위한 뷰티 관리 행동의 수단이 된다. 생활수준이 향상되어 개인이 매력 발산을 위해 아름다움을 가꾸는 것이 현대에는 당연하게 할 일이 되었다 (이하나 2016).

이경숙(2007)은 자신에 대한 시각적으로 좋은 이미지를 만들고 상황에 맞는 외모의 상징적 의미를 전달하며 자신을 이해하는 수단을 외모 관리라고 하였다. 그래서 외모 향상은 자신의 목표로 다양한 욕구를 충족시키고 자아 존중감과 자

신감을 높이어 준다는 점에서 더욱 의미를 가진다고 홍성임(2007)은 말했다. 뷰티 관리 행동은 젊음을 유지하기 위한 것일 뿐 아니라 관리하고 자신의 이미지를 형성하여 자아실현의 수단이 되며 자기 성취를 충족시켜주어 심리적 행복을 느끼게 해주어 건강한 생활 속에 건강한 삶을 유지할 수 있는 도움을 주는 역할을 한다.

김민주(2019)는 뷰티 관리 행동은 젊음의 유지뿐 아니라 관리하고 자신의 이미지를 형성하여 자기실현 및 자기 성취를 충족시켜주며 심리적 행복을 느끼게 해주어 건강한 생활 속에 건강한 삶을 유지할 수 있는 도움을 주는 역할을 한다. 뷰티 관리 행동은 얼굴의 모습은 물론, 피부, 네일 관리, 헤어스타일, 메이크업 등의 관리 수단을 이용하여 자신의 이미지를 본인이 기대하는 모습으로 변화하고 다른 사람에게 보이기 위한 내면화 시켜 나가는 행동이라고 말했다. 이순영(2019)은 뷰티 관리 행동이 외적인 만족도를 높이기 위한 개인적인 아름다움을 위한 수단과 방법으로 상대방이 자신을 볼 때 기대 이상의 모습으로 보여지고 시각적 이미지를 최대로 이끌기 위한 행동의 실태라고 말했다.

뷰티 관리 행동은 젊음을 유지하는 관리로 자신의 이미지를 찾고 자기실현과 자기 성취를 충족시켜 심리적으로 행복을 느끼게 해주며 건강한 삶과 생활을 유지할 수 있게 도와주는 역할을 한다고 말했다 (오별 2012).

## 2) 네일 관리 행동

소비자 구매 행동은 소비자 행동의 핵심 부분으로 개인 및 유형이 욕구를 충족하려 재화와 서비스를 획득하여 의사결정 과정에서 보이는 정신적 행동과정과 육체적 행동과정을 말한다 (임숙자 1992). 소비자의 구매 행동은 내적요소, 외적 요소 등의 자극을 받고 평가 기준과 탐색, 만족 및 기억에 따라 일종의 신념이 형성되고 소비자들은 구매 태도가 형성되며 이에 따른 구매 행동이 유발된다 (염승엽 2012). 소비자의 행동으로 현실적 다차원에 걸친 복잡한 형상이 되어

구매 행동, 소비 행동 등의 포괄한 용어로 구분 없이 사용되는 경우가 많다. 구매 행동은 소비자의 구매 의사결정과 구매행위를 뜻하고 소비 행동은 소비자의 사고, 행동과 재화가 소비되는 과정을 뜻한다 (이계정 2013).

과거 네일 관리 행동은 헤나나 홍화 등으로 추출한 색을 손톱에 사용하여 신분을 과시하거나 종교적인 의미로 사용되었고 이후 네일 관리는 깨끗한 큐티클 제거와 폴리쉬로 컬러링하는 등의 행동으로 머무르게 되었다. 각 시대의 문화적인 배경으로 네일 관리에 대한 의미가 다양하게 변화 (방효진 2013) 되면서 현대의 네일 관리 행동은 손톱과 발톱의 관리뿐 아니라 ‘젤’이 활성화되며 장식적이고 치료적 의미를 가지며 차별된 미적 행위, 미용 관리로 진화되었다고 할 수 있다. 또한, 여성의 사회적인 진출이 증가하며 자신을 꾸미는 미용 관리 행동에 네일 관리 행동이 증가하여 네일 행동에 대한 필요성을 느끼며 패션의 아이템이라고 한다 (편수명 2012). 현재의 네일 소비는 빠르게 성장하며 미적 완성 단계의 개념으로 단순 미용 서비스가 아니라 아름다운 삶에 대한 여성의 욕구로 인식이 전환되며 네일 산업은 건강하고 아름다운 삶을 충족시켜주는 비즈니스로 인식, 대중화되고 있다. 네일 관리는 네일 아트의 미적인 부분으로 성장이 급속중이다. 하지만 실질적으로 구매 행동이 나타나 네일 관리 행동이 되는 것은 네일 케어 및 관리 부분으로 네일 소비자들의 다양한 심리 현황 파악이 필요할 것으로 보인다.

네일 관리 행동은 다른 뷰티 관리 행동보다 자신의 선호 스타일을 선택할 수 있고 개인적인 자신감을 높여주는 영향이 있다 (박은주 2017). 이는 네일 관리 행동의 심리적인 영향 부분을 시사하는 것이다. 최근 다양한 미용 관리 방법 중 사회적인 관심이 높아지며 주목받고 있는 미용의 한 분야는 네일 관리 행동이며 (최은혜 2011) 이는 외모관리 행동 부분에서 결과가 가장 먼저 문에 보이고 작업 하는 부분으로 시술 중에 만족감을 시각적으로 빨리 확인할 수 있는 관리이기 때문이다 (이순영 2019). 네일 관리 행동은 소비자들의 심리적 혜택을 바탕

으로 손톱에 자신감과 아름다움을 부각시키고 네일에 대한 서비스와 상품을 반복이용하려는 고객의 긍정적인 태도를 말한다 (방효진 2013).

인간의 손은 실상 속에서 외부에 노출이 가장 많은 신체 부분 중 하나로 네일 관리를 통해 타인에게 매력적이며 청결한 이미지를 보일 수 있어 대인 관계에서의 심리적인 자신감을 상승시키는 미용 관리의 분야로 네일 관리 행동의 동기가 된다고 송미영(2000)이 말했다. 또한, 네일 컬러에 대한 여성들의 심리상태 변화는 일반적으로 외모 관심도가 높을수록 다양한 컬러를 이용한 네일 관리를 받는다고 서희정(2009)은 설명했고, 꾸준한 네일 관리 행동은 여성의 직장생활과 가사 생활에 스트레스를 경감시키고 기분전환에 큰 영향을 미친다고 이재화(2010)는 설명했다.

여성은 자신의 외모 관심도에 맞춰 장식적인 특성을 이용하며 손톱을 가꾸는 행동에 영향을 미친다. 이러한 네일 관리 행동은 사회적인 생활의 자신감과 심리적인 기분전환에 영향을 주어 중요한 뷰티 관리 행동의 한 부분이라 뜻할 수 있다. 미의 기준을 포함하여 외적인 요인과 심리적인 스트레스 등의 내적인 기준의 작용이 더욱 높아지고 있다. 즉, 네일 관리 행동의 수요가 증가되며 공급에 따른 네일 관리 샵이 더욱 활성화 되어가는 것으로 보인다.

따라서, 본 연구는 선행연구를 바탕으로 네일 관리 행동이 사회적인 자신감과 심리적인 기분전환, 미적 가치 등의 요인으로 구성될 것이라는 가정하에 이번 연구를 통하여 여성들의 네일 관리 행동에 대한 요인을 도출하고자 한다.

### 3. 소비 추구 혜택

#### 1) 소비 추구 혜택 개념

추구 혜택은 소비자가 상품의 속성과 사용 관련하여 주관적으로 느끼는 욕구로서 상품을 통해 얻고자 하는 혜택을 의미한다 (류은정 1997). 추구 혜택은 소비자 특성을 대변, 반영해주고 소비자 욕구를 충족시켜 얻게 되는 혜택으로 궁극적으로는 상품의 구매가 목적이기 때문에 소비자 시장의 세분화에 주요 변수로써 적용되고 사용된다 (이옥희 2003). 고객은 다음 구매 시 이전의 제품을 사용 경험을 바탕으로 자신의 욕구를 충족시키며 속성을 가진 제품을 구매하거나 재구매하게 된다. 즉, 수단-목적 사슬 이론은 소비자들이 제품의 물리적인 속성에 따라 제품을 구매하는 것이 아닌 그 제품의 속성을 통해 나온 추상성 사다리 측면인 편익, 가치를 고려한 후 구매 결정을 한다는 개념으로 제품 속성의 차원 뿐 아니라 이용의 결과를 바탕으로 하며 소비자들이 궁극적으로 추구하고 있는 가치가 왜 중요한가를 설명한 기초이다 (J-Gutman 1982).

Engel, Blackwell, & Miniard(1986)은 연구에서 추구혜택은 소비자의 심리적 특성에 영향을 받는 것이라 하였고, 상품의 선택에 관련해서 소비자 의사결정에 영향을 주는 중요 요인이라고 하였다. Peter & Olson(1987)은 추구 혜택은 기능적 혜택과 사회적 혜택, 심리적 혜택 세 가지 차원으로 분류하였다. 기능적 혜택은 상품을 사용하면 직접적으로 눈에 띄는 혜택이고, 심리적 혜택은 눈에 띄지 않는 개인적, 간접적인 결과를 가진 것이다. 마지막으로 소비자 개인이 인지하고 있는 타인의 자신에 대한 반응에 관련된 사회적 혜택이라 하였다.

Aaker(1991)는 제품의 속성은 추구 혜택을 제공함으로써 제품, 상품의 속성이 추구 혜택과 같은 의미로 해석하며 이는 합리적인 혜택과 심리적인 혜택 등 두 가지로 구분하였다. 합리적인 혜택은 상품을 객관적 속성과 물리적 속성을 밀접하게 관련되어 합리적 의사결정 부분이 되는 것이며 심리적인 혜택은 소비자 태

도의 형성과정을 매우 중요하게 여기며 심리적인 혜택이 합리적인 혜택을 수반할 때 큰 효과가 나타난다 하였다.

Veenhaven(1991)은 심리적 혜택은 개인이 자신의 삶에 질적 수준을 판단하는 정도라고 하였고, 개인의 삶이 전반적으로 즐겁고 기쁘지 혹은 자신의 삶에 만족하여 행복감을 느끼고 있는지 등의 전반적인 삶의 만족도로 정의한다고 하였다. Keller(1993)는 소비자 추구 혜택은 상품의 속성으로 연상되는 것으로 인지적인 자극과 감각적으로 느끼는 즐거움 등, 경험적인 혜택과 기본적인 동기와 관련하여 기능적인 혜택, 자아개념, 사회적 승인, 자기표현 등의 제품의 비본질적인 것인 상징적 혜택으로 구분하였다. 이러한 추구 혜택은 세분화되어 소비자의 구매 행동에 대한 예측이 가능하고, 소비자 욕구를 파악하고 세분화된 집단에서 추구하는 혜택을 근거로 네일 산업의 경쟁적 마케팅 전략을 제시할 수 있을 것이다.

## 2) 네일 추구 혜택 선행연구

네일 관리 추구 혜택은 소비자가 네일 서비스 이용 후 얻는 긍정적인 혜택을 의미한다. 네일에 관련된 추구 혜택의 선행연구들을 살펴보면 다음과 같다.

안혜민(2011)은 네일 추구 혜택은 소비자가 네일 서비스 이용과 관련 주관적으로 느끼는 욕구로 주관적인 보상과 기대하게 되는 긍정적 결과라고 정의하였고, 추구 혜택의 요인으로는 여름과 겨울 계절로 구분하고 여름은 자기 가치표현, 기분전환, 과시성, 진취성, 심미성, 자신감, 전문성, 개선성, 보건위생성 등의 9가지 요인으로 구성했다. 겨울은 기분전환, 보건위생성, 심미성, 자신감, 자기 가치표현, 전문성 등으로 6가지 요인으로 구성하였다. 또 추구 혜택의 요인의 기준을 소비자 유형화하여 네일 서비스 구매 행동을 파악하여 고객들의 심리적 추구 혜택과 기능적 추구 혜택의 요인에 의해 구매 행동을 결정하고, 구매 행동 결정 시 고객들의 추구 혜택이 중요 요인이라고 하였다.

염승엽(2012)은 네일 서비스를 받는 20-49세 여성들을 대상으로 심리적인 추구 혜택을 자아 건강, 기분전환, 자신감의 3가지 요인으로 분류, 네일 서비스 구매 행동과 만족도에 영향을 주는 변인이라고 하였다. 또한, 이계정(2012)은 20-40대 여성을 대상으로 네일 추구 혜택을 사회 과시 추구, 기분전환추구, 보건위생추구, 외모 매력 추구 등 4가지 요인으로 추측했고 소비자가 얻고 싶어하는 네일 추구 혜택은 일정하지 않으며 소비자의 일반적인 특성에 따라 달라진다고 하였으며 네일 관리는 심리적 혜택으로 기분전환, 네일 건강 등에 의해 찾는 것이라 말했다. 그리고, 유선미(2014)는 네일 추구 혜택을 소비자의 네일 서비스 구매와 관련, 물질적인 혜택과 개인적인 비가시적인 심리적인 혜택이라 정의하였고, 물질적 추구 혜택은 보건적기능, 심미적 기능으로 분류, 심리적인 추구 혜택의 경우 타인의식 기능, 자기 상호 기능, 자기 능력 기능 등으로 3가지 요인으로 분류하였다.

다른 한편, 구미경(2016)은 20-50대 여성들을 대상으로 네일 추구 혜택을 결점보완추구, 외모표현추구, 유행추구, 자기만족추구, 개성 추구 등 5가지로 분류했고 네일 소비자의 추구 혜택을 파악하기 위해 소비자들이 추구할 수 있고 신뢰 가능한 맞춤형 서비스를 제공하여야 한다고 말했다. 또한, 최유정(2017)은 네일 추구 혜택을 외형과 내면, 2가지 요인을 기분으로 구분하여, 소비자가 네일 서비스 구매 시 서비스 속성으로 가치 충족을 외형 추구 혜택이라 하였고, 피부 개선, 손톱 개선, 기능개선 등 3가지 요인으로 분류하였다. 또 소비자가 네일 서비스 구매 시 형성되는 것을 내면의 추구 혜택이라 하며 기분 향상, 건강향상, 가치향상 등의 3가지 요인이라고 설명하였다.

최근 연구에서 김민희(2019)는 네일 서비스 추구 혜택을 기분전환, 자신감, 보건위생성 심미성, 자기 가치표현, 전문성의 요인으로 분류했고 기분전환과 보건위생, 자신감 등의 추구 혜택 요인이 네일 샵 재방문의도에 유의한 영향을 준다고 하였다. 이는 네일 관리를 통해 스트레스와 기분전환 등, 심리적 변화를

추구하려는 성향이 높고, 부족한 기분을 보완하기 위해 네일 관리를 받는 것으로 외관성의 아름다움과 네일의 건강을 위해 관리를 받는 성향이 높다고 하였다. 따라서 네일 관리를 이용한 소비자의 추구 혜택은 심리적인 구매 행동과 기능적 구매 행동의 다양한 요인에 의해 나타난다.

따라서, 본 연구는 선행연구를 바탕으로 네일 관리 추구 혜택이 사회적 가치 표현, 심리적 기분전환, 보건위생 등의 요인으로 구성될 것이라는 가정하에 이번 연구를 통하여 여성들의 네일 관리 추구 혜택에 대한 요인을 도출하고자 한다.

#### 4. 심리적 행복감

##### 1) 행복의 개념

심리는 마음의 작용과 의식 상태를 말하며 행복감은 생활에서 충분한 만족감과 기쁨을 느껴 흐뭇해 하는 마음 상태라는 뜻이 사전적인 의미이며 심리적 행복감은 합성어이다(국어사전 1990). 행복이란 개념은 쉽게 정의하기 어렵지만 감정적인 기분을 나타내는 기쁨, 즐거움 등을 표현하거나 흡족 같은 지속적인 느낌의 표현이 합쳐진다 (노은희 2014). 행복의 ‘행幸’은 우연히 떨어진 복으로 우연을 뜻하는 말이다. 영어로 Happiness의 ‘Hap-’는 접두어로 우연의 의미를 가진 것과 유사하다. 행복한가? 라는 질문의 답은 어렵다고 알려져 있다. 그 이유는 그 의미가 문화마다 혹은 개인별로 큰 차이를 가지기 때문이며 인류는 오랫동안 행복한 삶에 답을 찾기 위해 노력해 왔다 (한규석 2017).

행복은 부정적 감정보다 긍정적 감정이 높은 심리상태를 의미한다. 주관적 행복은 긍정과 부정의 연속선 상에서 설명되며, 한 개인이 본인의 삶에서 느낀 경험에 대한 정서적인 반응을 모두 포함한다. 긍정적 정서, 부정적 정서는 서로 독립적이며 행복감을 높이는 방법은 긍정 정서를 증진시킬 뿐 아니라 부정 정서

를 약화시키는 것과 관계된다 (정은선 2008). 이와 같이 행복감은 자신의 바람, 희망, 다른 집단과 사회적인 비교를 통한 인지적인 평가로 생활 만족도와 긍정적인 정서의 경험과 부정적인 정서 경험을 포함하고 있는 안정감을 행복으로 정의한다. (Andrew & Withey 1976). 즉, 객관적인 삶의 상황에 개인의 주관적인 만족감 수준, 긍정적, 부정적 정서의 경험에 정도에 따라서 행복감이 결정된다고 한다 (전미애 2004).

행복에 대한 이론은 철학자와 사회과학자들에 의해 빈번하게 논의되고 있는 주제이다. 철학자들은 예로부터 행복이 최고의 선으로 인간 활동의 궁극적 동기화라고 생각하였고 최근에는 행복에 대한 이론적, 경험적 연구가 점차 증가하고 있다. 행복에 대하여 설명할 때, 첫째는 복된 좋은 운수, 행운이며 둘째는 생활에 충분한 만족과 기쁨을 느끼고 흐뭇해 하는 상태이며 부정적 정서를 긍정적 정서의 인지적 평가라고 한다 (Ling 1985). 아리스토텔레스는 행복이 도덕적인 활동, 수행된 활동에서 온다고 하였다. 이 이론과 함께 Diener & Emmons (1984)도 인간에게는 일정한 능력이 있고 행복은 이 능력을 수행할 때 생긴다고 하였다. 또 Costa & McCrae(1980)는 행복이 현재 겪는 자극의 절대적 수준이 아니며 과거 수준 차에 따라 달라진다고 하였으며 이는 사건, 환경에 대해 유쾌, 불쾌 등의 감정을 판단하는 기준이 개인에게 상대적인 것으로 개인이 겪었던 긍정적, 부정적 경험에 재설정된다는 것을 의미한다 하였다 (김경호 2003).

경제 발전을 통해 생활 수준의 향상과 의학의 급속 발전으로 인간의 수명은 날로 늘어가며 인간으로 하여금 오래 사는 것과 같은 양적 차원의 삶을 넘어 '어떻게 하면 행복하게 오래 살 것인가'라는 삶의 질적 측면에 대한 관심이 고조되어 있다. 그러나 개인의 욕구는 개인마다 서로 같을 수 없기 때문에 '어느 욕구의 만족을 구하는가'라는 생각에 따라 행복의 내용은 다를 수 있다.

## 2) 심리적 행복감

최근 사회는 개인 삶의 가치를 중요시하여 행복한 삶에 대하여 더욱 중요하게 여기게 되었다. 개인의 행복과 삶의 가치를 추구하는 행동은 2000년 대 이후 지속적으로 중요한 트렌드로 인식되며, 웰빙(well-being), 로하스 (rohas), 소확행 등의 다양한 소비 행동으로 연결되고 있다. 매우 오래전부터 지속되어온 인간의 행복의 요인에 대한 연구들은 행복한 감정의 경험을 많이 하는 것이 극단적인 상황에 의한 강한 경험보다는 친밀한 인간관계 속에서 느끼는 사소한 기쁨이나 즐거움을 수시로 경험하는 것, 경험이나 사건 등 성격과 같은 개인의 심리적 특성에 의해 결정된다고 하였다. 행복감은 개인 정신건강뿐 아니라 심리적인 측면에도 도움을 준다는 선행연구들이 뒷받침되면서 신체적 건강뿐 아니라 정신적인 건강을 위한 중요 요인으로 떠오르고 있다.

Bradburn(1969)는 행복에 대한 긍정적인 심리 기능을 설명하면서, 행복은 긍정적 정서와 부정적 정서가 서로 독자적인 영향력을 미치는 감정으로 주관적인 자기 평가에 스스로에게 복지의 의미를 부여하는 것이며 본인 자신과 과거의 삶을 받아들이는 것은 자신에 대한 긍정적인 태도를 유지하게 한다고 하였다. 또한, Veenhoven(1971)은 심리적 행복감에 대해 개인의 전반적인 삶의 질을 긍정적으로 평가하고 판단하는 정도로 삶의 만족감을 뜻한다. 또한, 삶을 평가할 때는 안정된 관점에 자신의 삶에 대한 태도를 말한다. Maslow(1967)는 ‘국한된 자극에 의한 주의 집중과 개인적 자아실현, 개인 성취감, 개인 상황의 몰입으로 생기는 시간 감각의 상상’을 심리적 행복감이라 하였다. 자신의 생활을 구성하는 활동으로 만족도와 책임감, 목적의 성취감, 긍정적 자아상을 지니고 자신을 가치가 있다고 하며 낙관적인 태도와 감정을 유지하는 것이라고 말했다. 마지막으로, 양명환(1998)은 심리적 행복감(Psychological well-being)을 다양하고 복합적 요인이 통합되어 나타나는 인지적, 긍정적, 정서적, 안정적 상태이며 욕구 충족에 수반이 되어 유쾌한 감정과 만족감, 도취감 등이다. 또 정서적 감정, 인

지된 감정으로 긍정적, 부정적인 감정 상태가 감정의 결과라고 하였다. 대부분에 철학자들은 인간 행동의 궁극적인 동기와 최고의 선으로 행복을 간주해 왔고, 최근 학자들은 행복에 관한 경험적, 이론적 연구가 점차 증가하고 있다.

심리적 행복감에 관한 국내의 선행연구들을 살펴보면 다음과 같다. 우선, 양명환(1998)은 신체적 활동과 심리적 행복감에 대한 연구결과를 활발한 여가 스포츠 활동은 개인에게 심리적으로 긍정적인 경험을 하는 것이라 말했다. 신체 활동에 관한 참여 빈도가 높을수록 긍정적 정서 상태를 경험함으로써 쾌락적 즐거움, 자아실현, 몰입감을 느낀다고 한다. 이는 여가 스포츠 활동, 신체적인 활동이 개인의 삶의 질을 향상시키고 활력소 역할을 하며 개인적 행복감 및 사회적 안녕에 긍정적 영향을 미치는 것이라고 했다. 또한, 김유진(2012)은 외모 향상에 관한 정보는 쾌락적 즐거움 및 자아 실현감, 몰입감에 긍정적 영향을 끼쳤으며, 운동에 대한 참여 빈도에 따라 유능감과 쾌락적 즐거움, 자아 실현감에 있어 긍정적 영향을 준다고 하였다. 사회적 인간관계에 역할 성향은 유능감에 긍정적 영향을 준다고 하였다. 즉, 외모에 관한 사회문화적인 태도가 심리적 행복감의 변화에 있어 작용요인으로 나타나며 여성의 외모가 사회문화적인 태도 형성에 있어 매우 중요한 요소라고 하였다.

이수경(2006)은 외모 향상 추구 행동에 관한 연구를 통해 외모관리는 인간관계 형성에 있어 타인에 평가와 혜택이 달라졌으며 이로 인해 자신에 대한 만족감과 행복감은 증대되었다고 하였다. 외모관리는 자신의 지위를 개선하는 적극적인 노력으로 향상된 외모는 스트레스와 두려움을 감소시켜 신체 만족이 높아지고 긍정적 생활 태도를 갖게 되어 자신감이 향상, 희열과 행복감을 느낀다고 하였다. 같은 맥락에서 이주일(2010)은 여성을 대상으로 행복에 영향을 미치는 요인을 연구하여 과거와 달리 독립적으로 자신이 희망하는 일을 하며 사회적으로 인정받아 직업적 성장에 의한 성취감이 여성들에게도 행복감의 중요 요인이 된다고 하였다. 즉, 삶에 대한 확신 및 개인적 성장을 위한 의지는 자신의 삶에

가치를 결정, 행복의 중요 요소라고 하였다.

다른 한편, 외모 향상 추구 행동에 관한 사회문화적인 태도와 심리적 행복감에 대한 관계를 연구한 정희영(2011)은 자신이 추구하는 이상적 외모에 가까울수록 스스로 외모에 만족하여 자신의 능력뿐 아니라 가치도 함께 높아지며 적극성과 자신감도 높아진다고 한다. 즉, 자기계발에 행동의 경험에서도 만족감과 행복감을 얻게 된다. 신체적 매력이 중요한 현대 사회에서 신체 및 외모에 대한 평가는 생활 만족감과 행복에 많은 영향을 주며 외모에 대한 만족감이 커지면 심리적 행복감은 더욱 커진다고 하였다. 또한, 박정미, 박정배(2017)는 신체적 이미지와 심리적 행복감의 관계를 분석하여 심리적 행복감에 대해 일상생활을 영위하면서 자신이 하고 싶은 것, 가치가 있는 일을 하며, 개인 관심과 흥미 등을 유지할 수 있다면 성취에 대하여 경험을 하게 되는 것이라 말했다. 외모관리로 인한 만족감은 높아질수록 심리적 행복감을 느끼며 생활 속에 내적 동기와 의미가 있어 가치가 있으며 원하는 일에 관하게 되고 그로 인해 행복감은 증가하는 것을 확인하였다. 행복의 경험은 객관적 여건보다 심리적 요인에 작용한다고 말했다.

전미향(2004)은 개성적인 네일 관리를 한 사람은 심리적 안정감이 높고 자신에 대한 확고한 신념을 가지고 있다고 했고 김영란(2010)은 미용 관리가 단순한 신체와 외모의 변화 향상과 주체성, 자신감 및 자아 존중감, 대인 관계 행동, 스트레스 및 우울증과 관련 심리학적 변인과 밀접하고 심리회복 치유와 대인 관계에 영향을 미친다고 말했다.

앞서 나열한 선행연구들의 결과를 요약해보자면, 행복감은 욕구가 충족된 상태이며, 중요한 것은 처한 상황이 아니라 주관적인 사고방식에 따라 도출될 수 있는 조정 가능한 감정 상태로 심리의 의미를 느끼게 하며 어려움을 극복했을 때 느끼는 쾌감이라 하였다. 정신건강의 중요한 특징 중 하나인 심리적 행복감은 개인이 삶의 의미와 방향을 찾는 과정 중에 자신의 진정한 잠재력을 깨닫게

해주는 심리적 요소라고 하였다. 행복감의 기능은 자아실현 및 개인적인 성숙을 시켜주고 자기 자신을 받아들일 뿐 아니라 과거의 삶을 인정하는 자기 수용력에 따라 심리적 행복감은 개인마다 달라질 수 있다고 하였다. 자신에 대한 긍정적 태도를 유지하고 심리적 행복감이 높아지면 삶의 질이 더욱 향상되며 기여하는 것을 확인할 수 있었다고 하였다.

따라서, 본 연구는 선행연구를 바탕으로 주관적 사고방식에 따라 조정 가능한 감정 상태의 심리를 의미하며 이는 정신건강의 중요한 특징으로 여기며 삶의 의미와 방향 등에 영향을 준다는 가정하에 심리적 행복감이 네일 관리를 받는 여성들에게 어떠한 영향을 미치는지 파악하고자 한다.

## 5. 스트레스

### 1) 스트레스의 개념

스트레스(Stress)란 말의 어원은 라틴어인 'stringere'에서 비롯되었으며 '팽팽하게 죄다', '긴장'이라는 뜻에서 유래되어 곤란, 역경, 억압, 고뇌 등의 의미로 사용되다가 14세기를 지나 stress라는 용어가 일반화되어 사용되기 시작했다(Ivancevich&Matteson 1980). 미국 생리학자 Cannon(1935)은 스트레스를 받으면 생존 수단으로 투쟁-도피반응(flight-flight response)과 생리적 균형이 감정의 변화가 일어날 때 일정 법칙에 따라 생체에 변화를 일으킨다는 사실을 증명, 발표하며 스트레스의 개념을 의학계에 소개하였다. 또한, 스트레스는 외부로부터의 공격에 심신이 나타나는 위험신호로 아주 유익한 특면을 가진 반응이다. 이재화 (2014)는 스트레스가 인간뿐 아니라 동물도 가지고 있는 방어기제로 스트레스인자에 대응하기 위한 인체의 변화 과정을 의미한다고 설명하였다. 구체적으로, 외부 압력을 받으면 긴장, 각성, 불안, 흥분 같은 반응이 일어나는 것이다. 그러나, 스트레스가 심한 수준으로 지속되면 인체에 질병을 야기할 수 있으

나 (김가은 2011), 어느 정도의 스트레스는 인간 생활에 항상 존재하며 부정적인 면과 긍정적인 면을 모두 지녀 생활의 활력소가 될 수 있다고 제안되고 있다 (이재화 2014).

## 2) 스트레스 선행연구

본 연구는 스트레스에 관한 대처 방법의 하나로 미용 관리에서의 효용성에 관한 선행논문에 집중하여 살펴보았다. 조은숙, 오경옥(1983)의 초기 연구를 살펴보면 본 연구의 대상인 여성이 남성보다 스트레스를 높게 인지하는 편이라고 보고 한바있다. 또한, 양계민(1995)은 사회가 남자의 신체적 매력보다 여자의 신체적 매력을 중요시하고 여성들 스스로 자신의 외모가 이상적으로 사회적인 기준에 안 맞는다고 생각하는 경우 더 많은 스트레스를 받는다고 말했다. 다른 한편으로, 20대 여성은 심리적인 변화와 스트레스 해소 방법 등으로 헤어스타일의 변화를 시도하고, 변화 후 활력과 자신감이 높아지며 심리적인 안정감을 얻는 편이라는 연구결과도 찾아볼 수 있다 (주효진 2006). 여성들은 헤어스타일의 변화나 헤어 관리 등의 변화 후 만족도를 통해 심리적 변화, 자신감 향상과 안정감, 스트레스 해소 등의 효과를 얻는다는 것이다.

유사한 주장을 하는 다른 연구도 찾아볼 수 있다. 허순득(2008)은 전문직 중년여성과 주부들은 스트레스가 많으며 화장품 사용과 피부 관리 후 아름답고 건강한 피부를 유지하는 것이 스트레스가 적고 피부 관리로 스트레스를 낮추는 등에 유용하다고 보고하였다. 스트레스로 인해 혈색은 나빠지고 윤기가 적어져 얼굴에 피부질환이 나타나는 것은 정신상태와 밀접한 관계가 있고 여성들은 피부에 적합한 화장품 사용과 피부 관리를 하는 것은 스트레스를 방지하는 등 예방적인 방법으로 이어질 수 있다고 하였다. 또 피부 관리 및 마사지는 긴장 완화 요법으로 여성에 호르몬의 변화와 행동 등의 변화를 줄 수 있으므로 스트레스 감소에 효과를 주어 정신 건강적인 측면에서 효과적이라고 하였다.

이재화(2010)는 현대에는 많은 질병이 있고 현대인의 주된 사망원인으로 나타나고 있는 심혈관계 질환과 암, 주요 만성 질병과 밀접하고 말했다. 20-50대 여성들의 사회적 진출의 증가로 직무 및 가사 스트레스가 미적인 행위 후 해소된다는 결과가 나왔고 그 중 네일 관리가 가장 영향을 미친다고 나타났다. 여성들에게 스트레스는 산업구조 변화와 경제 성장으로 여성의 사회적 활동이 늘어나고 비율이 증가하여 생활 수준의 향상과 의식 수준의 변화가 나타나고 있어 스트레스가 여성에게 주는 영향이 크며 이러한 스트레스 미용 관리로 해소하려는 경향이 보인다고 하였다.

이와 같이 여성들에게 있어 미용 관리는 외적 치장만이 아닌 정신적 내적 긍정적 자아인식과 자신감의 표현으로 스트레스 상태를 극복하는 것은 여성들의 건강 증진에 매우 중요한 문제이다. 건강하고 아름다운 외모는 사회의 대인 관계에서 개인의 자아 존중감은 물론 스트레스에도 영향을 주어 외모관리 향상에 현대인들의 관심이 높아지고 있다. 외모 향상을 위한 관리는 개인 정신적인 건강 측면에 큰 도움을 주는 역할을 담당하여 심리적 효능감을 향상시키는 등의 행동으로 볼 수 있다.

스트레스의 대한 관심은 날로 높아져 시간이 흐를수록 개인 생활에서 겪는 스트레스의 종류도 다양해지며 개인에게 미치는 영향도 커지고 있다. 현대 사회 여성들은 역할의 증가와 신체적, 정신적 스트레스 및 갈등이 문제가 되고 있으며 여성의 스트레스는 본인을 포함 가족의 건강에도 악영향을 미칠 수 있다. 여성들이 직장과 가정에서 경험하는 다양한 갈등 및 스트레스는 심리적 불안요인을 효과적으로 제거하고 정신건강을 위해 스트레스 관리방안이 절실하게 요구되고 있다 (이재화 2010).

따라서, 본 연구는 스트레스에 미용 관리가 효과적이라는 선행연구들을 바탕으로 여성들에게 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택이 심리적 행복감에 미치는 영향을 스트레스 수준에 집중하여 알아보고자 한다.

### Ⅲ. 연구 방법 및 연구 문제

본 연구에서는 네일 관리 행동 및 추구 혜택, 스트레스, 심리적 행복감에 대한 연구를 진행하였다. 앞선 2장에서 고찰한 선행연구 및 문헌을 바탕으로 네일 관리 행동의 특성을 도출하였으며, 네일 관리 추구 혜택, 스트레스, 심리적 행복감 등의 변수에 관계에 대한 연구모형과 가설을 설정하였다. 본 연구에서는 선행연구에서 활용되었던 변수들을 바탕으로 연구의 참여자들에게 인식되어 있는 변수들을 탐색적으로 도출하고, 도출된 변수들간의 가설 검정을 실시하였다.

#### 1. 조작적 정의

##### 1) 네일 관리 행동

본 연구에서 김경미 2009; 김해선 2017; 최민숙 2018등의 선행연구를 바탕으로 '네일 관리 행동'은 아름다움을 표현하는 수단으로 네일을 관리하는 행동이며 네일 모양 정리, 큐티클 정리, 마사지, 각질제거 컬러 바르기, 아트 시술 등 전 과정을 포함한 손과 손톱, 발과 발톱의 모든 네일 관리를 받는 행동을 말한다.

##### 2) 네일 관리 추구 혜택

본 연구에서는 이계정 2014; 김잔디 2014; 이정아, 이지영 2017등의 선행연구를 바탕으로 네일 관리를 통해 기대하는 심리적, 기능적 상태 및 네일 관리를 통해 느끼는 심리적, 기능적 욕구 및 보상 심리로 네일 관리를 통해 자신의 심리적, 기능적 변화와 욕구를 충족시키는 행위를 뜻한다.

### 3) 스트레스

본 연구에서 이재화 2010; 이정실 2015등의 선행연구를 바탕으로 스트레스는 일상속에서 외부로부터 자극, 공격에 대해 심리적으로 나타내는 위험신호로 신체적, 정신적, 사회적 자극에 반응하여 나타나는 것을 뜻한다.

### 4) 심리적 행복감

본 연구에서의 노은희 2014; 최민숙 2018; 박세진 2018등의 선행연구를 바탕으로 심리적 행복감은 이미지를 연출하여 개인의 심리적 안정과 대인관계 등의 적극성 및 만족감, 자신감, 자신의 가치 등의 행동으로 개인이 느끼는 심리적인 감정을 말한다.

## 2. 조사 설계 및 분석방법

### 1) 조사목적

본 연구는 점점 복잡한 구조화가 되어 가는 환경과 여러 가지 원인에 의한 스트레스를 해결하기 위한 방법 중 하나인 네일 관리가 여성들의 심리적 행복감에 어떠한 영향을 미치는지 실증적으로 탐색하고자 한다. 동시에 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택의 요인을 알아보고 이들이 네일 관리 행동을 통해 얻게 되는 심리적 행복감과 스트레스 수준에 어떠한 영향을 미치는지 파악하고자 한다. 이를 통해 선행 연구의 흐름에 기여함과 더불어 네일 분야 산업에 다양한 고객의 욕구에 부합할 수 있는 맞춤형 마케팅의 자료와 소비자 정보 활용에 도

움이 되고자 한다. 이러한 연구 내용이 네일 산업 분야 발전에 기초자료가 될 수 있을 것으로 기대한다.

## 2) 조사 대상 및 설문지 구성

본 연구는 구글 (Google)에서 무료로 배포하여 사용가능한 설문 도구를 활용하여 진행하였다. 조사 대상자는 최근 6개월 이내에 네일 관리를 받아본 경험이 있는 20대부터 50대 이상만을 대상으로 하였다. 조사 기간은 2019년 10월 24일부터 2019년 12월 02일까지 약 한 달 반 동안 진행되었다. 본 연구에 설문지 구성 내용은 <표 1>와 같다. 자료 수집 도구로 사용된 설문지 문항의 구성은 최민숙(2018); 이정아 (2017); 이정실 (2015) 등에 선행 연구들을 바탕으로 구성하였으며 설문 항목은 선다형 문항 및 5점 리커트 척도를 사용하여 '전혀 그렇지 않다'를 1점으로 '매우 그렇다'를 5점으로 측정하였다. 구체적인 내용으로는 네일 관리 행동, 추구 혜택, 심리적 행복감, 그리고 스트레스 정도 등의 연구 변수들을 묻고, 가장 민감하다고 생각되는 인구통계학적 정보를 마지막으로 구성하였다. 그 결과 총 224부의 설문지를 회수하여 응답 내용이 성실하지 못하거나 신뢰성이 부족하다고 판단되는 자료는 분석 대상에서 제외하고 총 214부를 최종 분석에 사용하였다.

< 표 1 > 설문지의 구성내용

유형	요인	문항수	측정척도
인구통계학적 특성	네일관리여부	1	명목척도
	나이	1	
	결혼여부	1	
	직업	1	
	최종학력	1	
	가계평균소득	1	
	외모관리선호도	1	
네일 관리 행동 형태	관리주기	1	
	지출비용	1	
	지출비용 만족도	1	
	입점형태	1	
	정보처	1	
	네일선호모양	1	
	선호시술	1	
	선호계절	1	
	네일 관리 행동 동기	1	
	샵 선정 기준	1	
외모관리 관심도	외모관리관심도	1	5점 리커트 척도
	사회적 영향	1	
네일 관리 행동	사회적 이미지 메이킹	6	
	개인 만족적 행동	4	
	미적 가치에 의한 최소관리	4	
네일 관리 추구 혜택	사회적 이미지 형성 추구	12	
	심리적 자기 만족 추구	7	
스트레스		5	
심리적 행복감		12	
합 계		49문항	

### 3) 분석 방법

본 연구에서는 통 SPSS statistics 24.0 프로그램을 사용하여 설문지 응답 자료에 대한 통계 분석을 하였다. 분석 방법으로는 요인 분석과 빈도 분석, 신뢰도 분석, 기술 통계 및 회귀 분석을 통해 분석하였다. 각 연구 문제에 대한 분석 방법은 다음 같은 방법으로 분석하였다.

첫째, 설문 대상자의 인구통계학적 특성과 네일 샵 이용 형태를 알아보기 위하여 빈도 분석을 실시하였다.

둘째, 본 연구에 구성된 네일 관리 행동 및 네일 관리 추구 혜택의 항목 등에 대한 타당도 검증을 주성분 분석을 기반으로 하여 베리맥스 (Varimax) 회전방식에 의해 요인분석을 실시하였다.

셋째, 요인분석으로 도출된 측정 도구의 신뢰도 측정을 위해 크론바하 알파 (Cronbach's  $\alpha$ ) 계수를 이용하여 신뢰도 분석을 하였다.

넷째, 주요 변수들의 평균과 표준편차 등의 결과를 살펴보기 위해 기술 통계를 실시하였다.

다섯째, 본 연구의 가설의 검증을 위해 ANOVA를 활용한 차이분석과 다중 회귀 분석을 실시하였다.

### 3. 연구 문제

본 연구에서는 여성들의 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택이 심리적 행복감에 미치는 영향에 대해 알아보며 구체적인 연구 내용은 다음과 같다.

1) 여성들의 네일 관리 행동에 대하여 알아본다.

2) 네일 관리 행동과 네일 관리 추구혜택의 요인을 탐색한다.

3) 스트레스 수준에 따른 네일 관리 행동과 네일 관리 네일 관리 추구 혜택에 차이를 알아본다.

① 스트레스 수준에 따라 네일 관리 행동에 차이를 알아본다.

② 스트레스 수준에 따라 네일 관리 추구 혜택에 차이를 알아본다.

4) 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택이 심리적 행복감에 미치는 영향을 알아본다.

① 네일 관리 행동이 심리적 행복감에 미치는 영향을 알아본다.

② 네일 관리 추구 혜택이 심리적 행복감에 미치는 영향을 알아본다.

## IV. 연구 결과 및 논의

### 1. 응답자 특성

#### 1) 대상자의 인구통계학적 특성

본 연구는 여성들의 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택이 심리적 행복감에 미치는 영향을 파악하기 위해 214명을 대상으로 설문지 조사를 실시하였으며, 대상자의 인구통계학적 특성은 다음 < 표 2 >와 같다.

총 214명의 빈도 분석 결과 나이는 20대가 52.33% (87명)으로 가장 많았고, 50대 이상이 21.96% (47명), 40대 20.56% (44명), 30대 16.82% (36명)으로 조사되었다. 결혼 여부는 미혼이 50.93% (109명), 기혼이 46.06% (105명)으로 비중이 유사하였다. 직업은 학생이 21.96% (47명)으로 가장 많았고, 사무직 15.88% (34명), 전업주부 14.48% (31명), 전문직 14.01% (30명), 서비스직 10.74% (23명), 기타 7.47% (16명), 영업직 6.54% (14명), 자영업 4.67% (10명), 무직 4.20% (9명)으로 나타났다. 최종학력은 4년제 졸업이 27.10% (58명)으로 가장 많이 나타났으며, 대학교 재학 25.33% (54명), 고등졸업 이하 21.02% (45명), 전문대 졸업 16.65% (35명), 4년제 졸업 이상 10.28% (22명)으로 나타났다. 가계평균 소득은 200~300만원 미만 24.29% (52명)으로 가장 높았으며, 500만원 이상 18.22% (39명), 300~400만원 미만 17.28% (37명), 100만원 미만 16.82% (36명), 100~200만원 미만 14.01% (30명), 400~500만원 미만 9.34% (20명)으로 나타났다. 외모관리 중 선호도가 가장 높은 부분은 피부가 40.18% (86명)을 차지한 반면, 네일은 1.86% (4명)으로 가장 낮은 선호 빈도를 보였다. 이외에는 체형관리가 21.49% (46명), 메이크업 17.75% (38명), 헤어 14.95% (32명), 기타 3.73% (8명)으로 드러났다.

< 표 2 > 인구통계학적 특성 분석 결과

	세부항목	빈도수( 명 )	비중( % )
네일관리여부	예	151	70.56
	아니오	63	29.43
나이	20대	87	40.65
	30대	36	16.82
	40대	44	20.56
	50대이상	47	21.96
결혼여부	기혼	105	49.06
	미혼	109	50.93
직업	학생	47	21.96
	전업주부	31	14.48
	영업직	14	6.54
	사무직	34	15.88
	서비스직	23	10.74
	자영업	10	4.67
	전문직	30	14.01
	무직	9	4.20
최종학력	기타	16	7.47
	고등졸업 이하	45	21.02
	대학교 재학	54	25.23
	전문대 졸업	35	16.35
	4년제 졸업	58	27.10
가계평균소득	4년제 졸업 이상	22	10.28
	100만원미만	36	16.82
	100~200만원 미만	30	14.01
	200~300만원 미만	52	24.29
	300~400만원 미만	37	17.28
	400~500만원 미만	20	9.34
외모관리선호도	500만원 이상	39	18.22
	헤어	32	14.95
	피부	86	40.18
	네일	4	1.86
	메이크업	38	17.75
	체형관리	46	21.49
총합계	기타	8	3.73
		214	100

## 2) 네일 샵 이용 형태

본 연구 대상자의 네일 관리 행동의 형태 특성은 <표 3>과 같다. 네일 관리 주기는 6개월 이상 47.66% (102명), 1개월~ 2개월 18.69% (40명), 7일 이하 8.87% (19명)순으로 나타났으며, 네일 관리 1회에 지출하는 평균 비용은 3만원~5만원 미만인 30.84% (66명), 5만원~7만원 미만인 22.89% (49명), 3만원 미만 20.56% (44명) 순으로 나타났다. 1회 관리를 위해 지출하는 비용 대비 관리 결과에 대한 일반적인 만족도는 보통이다 45.79% (98명), 적당하지 않다 27.57% (59명), 적당하다 16.82% (36명)순으로 나타났다.

네일 관리 전문점의 입점 형태 선호도는 개별 네일 전문점이 75.23% (161명), 1인 시술 전문점 15.88%(34명), 기타 5.14% (11명)순으로 나타났다. 네일 전문점 선택 시 중요한 정보처는 인터넷 (블로그, SNS 등) 35.51% (76명), 집 근처(간판이나 샵 등을 보고) 25.70%(55명), 친구 22.89%(49명)등의 순으로 가장 선호되는 것으로 드러났다. 또한, 집 근처에서 간판이나 전문점 등을 보고 선택한다는 답변도 25.70%(55명)로 두 번째로 중요한 정보처인 것으로 드러났다. 이외에 친구 22.89%(49명)등의 순으로 나타났다. 따라서, 네일 관리를 받는 소비자들은 개별적으로 운영되는 네일 전문점을 선호하며 대부분 인터넷(블로그, SNS 등)의 정보를 검색하거나, 집 근처에서 간판이나 전문점 등을 보고 선택하여 전문점을 방문 이용하는 것을 알 수 있었다.

네일 전문점에서 선호하는 시술은 케어 + 아트 시술 35.51%(76명), 케어 + 풀 컬러링 22.59%(49명), 케어 + 젤 제거 15.42%(33명) 순으로 드러나, 최근의 아트 시술에 대한 관심을 확인할 수 있었다. 네일 관리 시 네일 모양 선호도는 스퀘어 라운드 (모서리가 둥근 네모모양), 라운드 (둥근 모양)이 각각 39.71% (85명)로 같은 빈도가 나타났으며, 오벌 (라운드 보다 약간뾰족한 둥근 모양) 9.81%(21명), 스퀘어 (네모 모양) 9.34% (20명) 순으로 나타났다. 네일 관리의

선호 계절은 봄 55.60%(119명), 여름 50.46%(108명), 계절에 상관없다 43.92%(94명) 순으로 나타났다. 즉, 최근에는 큐티클 정리 뿐 아니라 아트 시술에 대한 관심이 높아졌고, 네일에 모양도 편수명 (2008)에 둥근 모양이나 스퀘어 모양을 선호하던 것에서 더 개성적인 모양으로 변화되어가며 네일 관리는 여름에 받는 것이라는 기존의 연구 선입견과 달리 4계절 내내 관리되는 최근의 경향을 확인할 수 있었다.

< 표 3 > 네일 관리 행동의 형태 특성

	세부항목	빈도수(명)	비중(%)
네일관리 주기	7일 이하	19	8.87
	7일~2주	6	2.80
	2주~4주	12	5.60
	1개월~2개월	40	18.69
	2개월~4개월	19	8.87
	4개월~6개월	16	7.47
	6개월 이상	102	47.66
네일관리 지출비용	만원 미만	30	14.01
	3만원 미만	44	20.56
	3만원~5만원 미만	66	30.84
	5만원~7만원 미만	49	22.89
	7만원~10만원 미만	16	7.47
	10만원 이상	9	4.20
지출비용 만족도	매우 적당하지 않다	13	6.07
	적당하지 않다	59	27.57
	보통이다	98	45.79
	적당하다	36	16.82
	매우 적당하다.	8	3.73

입점형태	네일 전문샵	161	75.23
	숍인숍	7	3.27
	1인 시술샵	34	15.88
	백화점 내	1	0.46
	기타	11	5.14
정보처	인터넷 (블로그 SNS 등)	76	35.51
	친구	49	22.89
	가족	16	7.47
	직장동료	12	5.60
	연예인	1	0.46
	집 근처(간판이나 샵 등을 보고)	55	25.70
	기타	5	2.33
네일모양	스퀘어 (네모모양)	20	9.34
	스퀘어 라운드 (모서리가 둥근 네모모양)	85	39.71
	라운드(둥근 모양)	85	39.71
	오벌 (라운드보다 약간 뾰족한 둥근 모양)	21	9.81
	포인트 (뾰족한 모양)	3	1.40
선호시술	케어	39	18.22
	케어+젤제거	33	15.42
	케어 + 풀 컬러링	49	22.89
	케어 + 아트 시술	76	35.51
	기타	17	7.94
선호계절	봄	119	55.60
	여름	108	50.46
	가을	71	33.17
	겨울	48	22.42
	계절에 상관없다	94	43.92
총합계		214	100

### 3) 여성들의 네일 관리 행동 중 샵 선정 기준

네일 전문점 선정 기준은 중복응답을 요청하여 가장 중요하게 생각하는 것을 3개까지 고를 수 있게 하였다. 조사 참여자들의 대답은 <표 4>에 요약된 것과 같이 네일 전문점 선정 기준으로 가장 중요한 것은 ‘전문적인 기술’로 드러나 119명이 선택하여 전체 응답자 중 약 56%를 차지하였다. 이어서 ‘친절한 서비스’는 108명으로 50.47%를 차지하여 전문적인 기술과 유사한 비중으로 중요하게 고려되는 것을 알 수 있었다. 이어서, ‘기술 비용’ 94명, ‘전문점 위치’ 71명, ‘아트 스타일’ 69명, ‘사용하는 제품의 품질’ 48명, ‘전문점 인테리어 및 위생환경’ 43명, ‘주인과의 관계’ 18명 등의 순이었다. 즉, 여성 소비자들이 네일 전문점을 선정하는 기준은 네일리스트의 전문적인 기술과 친절한 서비스를 고려하는 것으로 나타나며 이는 네일에 관련된 선행연구 안태영(2010), 김잔디(2014), 최민숙(2018) 등의 연구 결과와 일치하는 결과이다. 따라서 네일리스트는 전문적인 기술을 바탕으로 다양한 아트 시술에 습득과 친절한 서비스를 중요시 하여야 할 것으로 사료된다.

< 표 4 > 네일 샵 선정 기준 분석 결과, 중복응답

세부항목	빈도수	비중	응답자 중 비중
전문적인 기술	119	20.62%	55.61%
친절한 서비스	108	18.72%	50.47%
전문점 위치	71	12.31%	33.18%
사용하는 제품의 품질	48	8.32%	22.43%
기술 비용	94	16.29%	43.93%
전문점 인테리어 및 위생환경	43	7.45%	20.09%
아트 스타일	69	11.96%	32.24%
주인과의 관계	18	3.12%	8.41%
기타	7	1.21%	3.27%
총 응답수	214		

#### 4) 여성들의 네일 관리 행동 중 동기 특성

본 연구 대상자인 여성들의 네일 관리 행동의 동기 및 기타 의견은 <표 5>로 제시하였다. 네일 관리 행동 동기 또한, 중복 응답을 가능하게 하였고 가장 중요한 3개를 고를 수 있게 하였다. 네일 관리의 동기로 가장 높은 비중을 차지한 것은 ‘기분전환을 위해서’로 총 151명이 선택해 가장 높은 빈도가 나타나 전체 응답자의 70% 이상이 선택하였다. 이어서 ‘아름답게 꾸미기 위해’는 104명이 선택하여 응답자의 48.60%에 미쳤다. 또한, ‘특별한 행사를 위해서’ 54명, ‘문제성 손, 발톱 등 단점 커버를 위해’ 38명, ‘사회생활의 매너라고 생각해서’ 27명, 기타 7명 등으로 나타났다. ‘기타’ 의견으로는 직업적으로 필요하기 때문에, 청결하기 위해서, 물어뜯지 않으려고, 손톱이 얇아 피부에 상처나는 것을 방지하기 위해서 등의 의견이 나타났다. 즉, 여성 소비자들이 네일 전문점을 선정하는 기준은 네일리스트의 전문적인 기술과 친절한 서비스를 고려하는 것으로 나타나며 이는 네일에 관련된 선행연구 안태영(2010), 김잔디(2014), 최민숙(2018) 등의 연구 결과와 일치하는 결과이다. 따라서 네일리스트는 전문적인 기술을 바탕으로 다양한 아트 시술에 습득과 친절한 서비스를 중요시 하여야 할 것으로 사료된다.

본 문항에 대한 조사결과는 본 연구의 연구 목적에서도 논의된 바와 같이 네일 관리 행동은 일반적인 외모관리와 달리 아름다움의 추구나, 사회생활에서의 규범적 혹은 과시적 목적이 적은 편이고, 본인의 기분전환과 크게 연관되어 있는 것을 알 수 있다. 본 연구에서는 기분전환을 심리적 행복감 혹은 스트레스 수준의 감소 등을 종속변수로 포함시키고 있으므로, 네일관리 행동과 추구혜택에 따른 연관관계를 탐색하는 것의 의미가 있음을 시사한다고 볼 수 있다.

< 표 5 > 네일 관리 행동 동기 분석 결과 (중복응답)

세부항목	최종 빈도수	비중	응답자 중 비중
아름답게 꾸미기 위해	104	27.30%	48.60%
문제성 손발톱 등 단점 커버를 위해	38	9.97%	17.76%
사회 생활의 매너라고 생각해서	27	7.09%	12.62%
기분전환을 위해서	151	39.63%	70.56%
특별한 행사를 위해서	54	14.17%	25.23%
기타	7	1.84%	3.27%
총	214		

## 2. 주요 변수의 요인분석

본 연구는 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택 등의 다중 요인으로 구성된 변수를 포함한다. 이들 변수들의 타당성을 검증하고 조사대상자의 인식을 탐색하기 위해 요인분석을 실시하였다. 요인분석은 주성분 분석법을 기반으로 하고 배리맥스 회전법을 도입하였다. 로딩 값 0.6을 기준으로 하여, 적재된 로딩 값의 기준을 넘지 못한 문항은 최종으로 제외하였다.

두 개념의 최종 요인분석 결과는 각각 <표 6>와 <표 7>으로 제시하였다. 제시된 바와 같이 네일 관리 행동은 총 3가지 요인으로 드러났고, 총 분산의 63.80%를 설명하여 유의하였다. 한편 네일 관리 추구 혜택은 총 2가지 요인으로 구성되어 있었으며, 총분산의 69.65%를 차지하고 있어 유의하였다. 네일 관리 추구혜택의 분석에서는 1개의 문항이 적재된 로딩값이 0.6이하로 삭제되었다.

네일 관리 행동의 첫 번째 요인은 네일 관리를 통해 ‘사회적 여성으로 인정

받음 0.866’, ‘다른 사람에게 좋은 이미지 형성 0.773’, ‘미적 감각으로 나의 가치 향상 0.754’, ‘최신유행 관리 0.637’, ‘여성적 매력 0.622’ 순으로 나타났으며 이는 본인이 타인에게 보여지는 이미지를 신경 쓰는 것으로 해석하여 네일 관리 행동 요인1을 ‘사회적 이미지 메이킹 행동’으로 정의하였다.

네일 관리 행동의 두 번째 요인은 네일 관리를 통해 ‘아트 시술 선호 0.759’, ‘나만의 선호 디자인 보유 0.685’, ‘튀는 컬러 시술 0.683’, ‘나만의 아트 디자인 탐색 0.669’ 등으로 나타났다. 이는 첫 번째 요인과는 달리 오롯이 개인의 심리적 만족을 위해 네일아트 관리 행동하는 속성으로 해석되어 ‘개인만족적 행동’으로 명명하였다.

마지막으로 세 번째 네일 관리 행동은 네일 관리를 통해 ‘스트레스 해소 0.722’, ‘네일에 대한 관심 0.654’, 손, 발톱 결점 보완 0.623’, ‘손에 대한 자신감 상승 0.601’ 순으로 나타났으며 이는 아름답게 꾸미고 싶은 여성의 요구로 인한 최소관리 행동으로 인식되어 ‘미적 가치에 의한 최소관리 행동’으로 명명하였다. 이는 사회적 진출이 높아진 여성들이 타인에게 보여지는 이미지를 신경 쓰고 사회적 여성으로 인정받고 싶어 하며 자신의 가치를 높이고, 감각적으로 보이고 싶고 여성적 매력을 높이려 네일 관리 행동을 하는 것으로 사회적 이미지 메이킹을 위한 것으로 해석된다. 또한, 선호하는 디자인으로 네일 관리를 받는 개인 만족적 행동과 관리 시 스트레스가 해소되어 기분이 좋아지거나 손, 발톱의 결점 보완 등은 미적 가치에 의한 최소관리의 행동은 사회적 이미지 메이킹 행동의 다음 순으로 나타나며 선행연구에 결과인 개인 만족적, 개인 가치, 자신감 등의 행동과는 반대의 결과가 나오며 여성들이 사회적 여성으로 인정받고 싶고 사회적 여성으로 보여지기를 원하는 것으로 해석된다. 이러한 연구 결과는 네일 서비스 구매 행동의 이유로 ‘예뻐서’의 미적 추구 행동과 ‘스트레스 해소’의 자기 만족적 효과를 제시한 최유정 (2017)의 연구 결과와는 달리 사회적인 여성으로 타인에게 보여지는 이미지를 신경 쓰는 것으로 해석된다.

< 표 6 > 네일 관리 행동 요인분석 결과

요인	세부 문항	성분			로딩값의 제곱의 합(회전 해법)		
		1	2	3	전체	분산%	누적%
사회적 이미지 메이킹	네일 관리 시 자신감이 있는 사회적 여성으로 인정 받는다고 생각한다	0.86			3.66	26.20	26.20
	네일 관리 시 다른 사람에게 좋은 이미지를 준다고 생각한다	0.77					
	네일 관리를 통해 나의 미적 감각을 보여줌으로 나의 가치를 향상시킨다	0.75					
	최신 유행하는 디자인, 아트 등의 네일 관리를 하면 감각 있다고 생각한다	0.63					
	여성적 매력을 더하기 위해 네일 관리를 받는다	0.62					
	네일 관리 행동을 통해서 나의 이미지를 개성적으로 보이게 한다	0.51					
개인만족적 행동	네일 관리 시 컬러보다 아트 시술에 중점을 둔다		0.75		2.82	20.15	46.36
	네일 관리 시 선호하는 디자인이 있다		0.68				
	네일 관리 시 선호하는 컬러는 튀는 색상이다		0.68				
	네일 관리 디자인을 직접 찾아서 선택한다		0.66				
미적가치에 의한 최소관리	네일 관리를 받으면 스트레스가 해소되어 기분이 좋다			0.72	2.44	17.44	63.80
	네일 관리에 대한 관심이 많다			0.65			
	네일 관리를 통해 손, 발톱 형태의 결점을 보완한다			0.62			
	네일 관리 행동 후 손에 대한 자신감을 갖게 되었다			0.60			

다른 한편, 네일 관리 추구 혜택의 측정 문항들은 2개의 요인으로 설명할 수 있었다. 그 결과 로딩 값이 0.6을 기준으로 하였고 0.6의 기준값을 넘지 못한 항목인 ‘네일 관리는 내 이미지를 새롭게 만들어 줄 수 있다.’인 1개를 제외한 최종 요인분석 결과는 <표 7>으로 제시하였다.

첫 번째 네일 관리 추구 혜택 요인을 구성하는 세부 항목은 ‘적극적인 행동 0.847’ ‘나의 가치에 중요수단 0.826’, ‘의욕이 생김 0.825’, 능력 있어 보임, 0.822’, ‘품위 상승 0.796’, ‘젊어 보임, 0.775’, ‘자신감 상승 0.739’, ‘나의 가치 상승 0.709’, ‘아름답게 보임 0.691’, ‘매력적으로 보임 0.631’, ‘표정이 밝아 짐 0.610’ 등의 순으로 나타났다. 이는 여성들이 본인이 사회적으로 보여지고 싶은 모습 등의 욕구를 뜻하는 것으로 인식되어 ‘사회적 이미지 형성 추구’로 명명하였다.

두 번째 네일 관리 추구 혜택 요인을 구성하는 세부 항목은 ‘깔끔한 기분 0.876’, ‘기분전환 0.812’, ‘자기 만족감 형성 0.793’, ‘나를 위한 투자 0.743’, ‘스트레스 해소 0.692’, ‘콤플렉스 해소 0.602’, ‘삶의 활력소 형성 0.600’ 등의 순으로 드러났다. 이는 여성들이 본인을 아름답게 가꾸고 관리하는 모습으로 느끼는 심리적 욕구를 뜻하는 것으로 인식되어 ‘심리적 자기만족추구’로 명명하였다.

사회적 이미지 형성 추구는 본인의 가치를 중요시하고 본인에 능력과 매력, 품위유지, 여성으로의 아름다움 등을 추구하는 욕구이며, 심리적 자기만족추구로 네일 관리 후 느끼는 기분으로 깔끔함, 기분전환, 나를 위한 투자, 스트레스 해소 등을 의미하는 욕구로 해석된다. 즉, 사회적 과시나 외모 매력보다 일상생활의 즐거움과 스트레스 해소 방안으로 네일 관리를 받고 네일아트보다 건강한 네일을 위한 네일 케어를 받으므로 위생 상태에 신경 쓰는 등의 기분 전환추구와 보건 위생추구 성향이 높다 (이계정, 2013). 네일 서비스를 통해 미적인 감각을 보여주고 나의 가치 향상과 개성, 매력적임을 보려줄 수 있으며 독특한 나

만의 개성을 돋보이게 하는 등에 중점을 두어 자기만족추구 성향이 높다 (구미경, 2016), 내면의 추구 혜택으로 기분 향상, 건강향상, 가치향상 등의 3가지 요인을 밝힌 최유정 (2017) 등의 선행연구와는 반대의 결과로 여성들이 네일 관리 추구 혜택으로 얻으려는 욕구가 사회적으로 나의 가치와 능력, 품위 등을 보여주려는 욕구로 해석되며 이는 여성의 사회적 진출이 늘어나면서 선행연구의 결과와 달리 건강 향상이 별개로 드러나지 않으며, 네일 추구 혜택은 다른 외모관리 행동과는 달리 추구 혜택이 내면과 외면 등의 2가지 요인으로 단순한 것을 알 수 있다.

< 표 7 > 네일 관리 추구 혜택 요인 분석 결과

요인	세부 문항	성분		로딩값의 제곱의 합(회전해법)		
		1	2	전체	분산%	누적%
사회적 이미지 형성 추구	네일 관리를 하면 적극적으로 행동하게 된다	0.84		8.09	40.48	40.48
	네일 관리는 나의 가치를 보여줄 수 있는 중요한 수단이다	0.82				
	네일 관리 후 매사에 의욕이 생긴다	0.82				
	네일 관리를 하면 내자신이 좀 더 능력 있어 보인다	0.82				
	네일 관리를 하면 품위를 키질 수 있을 것이다	0.79				
	네일 관리 후 나이보다 젊어보인다	0.77				
	네일 관리를 통해 좋아진 내 자신을 보면 자신감이 생길 것 같다	0.73				
	네일 관리를 통해 변화된 모습은 나의 가치를 높여줄 것이다	0.70				
	네일 관리를 받는 사람은 아름답게 보인다	0.69				
	네일 관리를 받으면 좀 더 여성적으로 보인다	0.69				
	네일 관리는 매력적으로 보인다	0.63				
	네일 관리 후 표정이 밝아진다	0.61				
심리적 자기 만족 추구	네일 관리를 받으면 깔끔한 기분이 든다		0.87	5.83	29.16	69.65
	네일 관리를 받으면 기분전환이 된다		0.81			
	네일 관리를 하면 자기만족감이 생길 것 같다		0.79			
	네일 관리가 나를 위한 투자라고 생각한다		0.74			
	네일 관리를 통해 좋아진 모습을 보면 스트레스가 해소될 것 이다		0.69			
	네일 관리를 하면 손, 발톱에 대한 콤플렉스를 해소할 수 있을 것이다		0.60			
	네일 관리를 받으면 삶의 활력소가 된다		0.60			

### 3. 연구개념의 신뢰도 검증

요인분석으로 드러난, 구성요인들의 신뢰도 분석을 통해 설문에 참여한 응답자가 한 가지 구성요인에 대하여 일관성 있게 답하였는지 파악하고자 하였다. 신뢰도란 측정대상을 여러 번 측정 하였을 때 동일한 결과가 나타나고, 어떤 지표를 구성하는 항목 간에 일관성이 있다는 의미이다 (이은영, 정인회, 2012). 신뢰도 검증을 위해 가장 일반적으로 활용되는 크론바하 알파 계수를 계산하였다. 일반적으로 탐색적인 연구에서 크론 바하 알파 개수 값이 0.7이상이면 내적 일관성이 있는 것으로 판단한다 (Hair et al 2006).

요인분석으로 도출된 변수들에 대한 신뢰도 검증 결과는 다음 < 표 8>로 제시된 바와 같이, 크론바하 알파 계수가 모두 0.7이상으로 신뢰도가 적절한 것을 확인하였다.

< 표 8 > 신뢰도 검증 결과

변수		문항수	Cronbach의 알파
네일 관리 행동	사회적 이미지 메이킹	6	0.87
	개인만족적 행동	4	0.75
	미적가치에 의한 최소관리	4	0.77
네일 관리 추구혜택	사회적 이미지 만족	12	0.95
	심리적 자기만족	7	0.91
스트레스		5	0.88
심리적 행복감		12	0.97

#### 4. 가설 검증

##### 1) 연령대에 따른 네일 관리 추구 혜택 인식 차이 분석

본 연구에서는 여성들의 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택이 심리적 행복감에 미치는 영향을 스트레스 수준에 집중하여 알아보기 위하여 여성들의 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택의 요인을 살펴본 결과 네일 관리 행동은 사회적 이미지 메이킹, 개인 만족적 행동, 미적 가치에 의한 최소관리로 구성되며 네일 관리 추구 혜택은 사회적 이미지 형성 추구하고 심리적 자기만족으로 나타났다. 본 연구는 추출된 네일 관리 추구 혜택과 행동의 구성 요인에 따라서 연구가설을 다음과 같이 구체화하였다. 또한, 가설과 관련된 선행연구들을 다시 한번 정리하였다.

편수명 (2008)은 20대 젊은 층들은 네일의 건강보다는 외적인 아름다움을 추구하고, 30대는 연령대 중 외적인 아름다움이 가장 높은 조사 수치를 나타냈다고 하였다. 또한, 최민숙 (2018)은 20세 미만이 다른 연령에 비해 네일 행동이 높게 나타나며 50세 이상은 네일 행동이 낮게 나타난다고 하였다. 이와 같이 일반적 특성인 연령대에 따라 네일 관리 추구 혜택은 어떠한 영향을 미치는지 검증하기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- 가설 1. 여성들의 연령대에 따라 네일 관리 추구 혜택의 차이가 미칠 것이다.
- 1.1 여성들의 연령대가 높을수록 사회적 이미지 만족 추구가 중요해 할 것이다.
  - 1.2 여성들의 연령대가 낮을수록 따라 심리적 자기 만족 추구가 중요해 할 것이다.

본 연구의 연령대는 20대에서 50대 이상까지 4개의 구간으로 조사하였으며 결과는 <표 9>와 같다. 차이 분석을 위해서는 분석인 ANOVA를 활용하였으며, 다중구간에서의 통계적으로 유의한 단계를 세부적으로 관찰하기 위해 사후분석 즉 post-hoc분석을 실시하였다. 다양한 사후분석 통계지표 중에 본 연구는 Bonferroni를 활용하였다. <표 9>에서 볼 수 있듯이, 평균 차이가 통계적으로 유의한 차이를 보이는 연령대 짝은 별표로 표시되었다. 네일 관리 추구 혜택 중 사회적 이미지 만족추구에 대해서는 20대와 30대가 유의한 차이를 보이는 것으로 드러났다. 30대는 가장 낮은 수준의 사회적 이미지 만족 추구성향을 보였고, 그에 비하여 20대는 통계적으로 유의한 수준의 평균 차이를 보였다 (평균 차이 (20대 - 30대) = 0.585,  $p = 0.021$ ). 40대와 50대 이상도 30대보다는 높은 수준의 사회적 이미지 추구성향을 보였지만, 통계적으로 유의한 수준의 차이는 아니었다.

심리적 자기만족추구는 사회적 이미지 만족과는 완전히 다른 양상을 보이는 결과를 드러냈다. 20대가 사회적 이미지 만족을 추구하던 것과는 달리 40대와 50대 이상은 20대와 30대의 비하여 자기만족 추구성향에서 통계적으로 유의하게 높은 수준을 드러냈다. 30대의 비하여 40대 (평균 차이 = 0.64,  $p = 0.005$ )와 50대 이상 (평균 차이 = 0.52,  $p = 0.037$ )은 모두 통계적으로 유의하게 높은 수준을 드러냈다. 그러나, 40대는 50대 이상과는 통계적으로 유의한 차이를 드러내지 않았다. 또한, 20대도 30, 40, 그리고 50대 이상과는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다.

< 표 9 > 연령대에 따른 네일 관리 추구 혜택의 차이 분석 결과

ANOVA							
		제곱합	자유도	평균제곱	F	CTT 유의확률	
사회적 이미지 만족 추구	집단-간	11.649	3	3.883	3.893	0.010	
	집단-내	209.446	210	0.997			
	전체	221.095	213				
심리적 자기 만족 추구	집단-간	8.959	3	2.986	4.160	0.007	
	집단-내	150.752	210	0.718			
	전체	159.710	213				
다중비교							
Bonferroni							
종속변수/ 독립 변수		평균차이 (I-J)	표준 오차	Sig.	95% 신뢰구간		
					하한	상한	
사회적 이미지 만족 추구	20 대	30대	-.585*	0.197	0.021	-1.112	-0.057
		40대	-0.138	0.184	1.000	-0.630	0.354
		50대	-0.443	0.180	0.090	-0.925	0.037
	30 대	20대	.585*	0.197	0.021	0.057	1.112
		40대	0.446	0.224	0.286	-0.150	1.044
		50대	0.141	0.221	1.000	-0.447	0.730
	40 대	20대	0.138	0.184	1.000	-0.354	0.630
		30대	-0.446	0.224	0.286	-1.044	0.150
		50대	-0.305	0.209	0.877	-0.863	0.252
	50 대	20대	0.443	0.180	0.090	-0.037	0.925
		30대	-0.141	0.221	1.000	-0.730	0.447
		40대	0.305	0.209	0.877	-0.252	0.863

심리적 자기 만족 추구	20대	30대	-0.402	0.167	0.104	-0.849	0.044
		40대	0.237	0.156	0.785	-0.179	0.655
		50대	0.117	0.153	1.000	-0.291	0.525
	30대	20대	0.402	0.167	0.104	-0.044	0.849
		40대	.640*	0.190	0.005	0.133	1.147
		50대	.519*	0.187	0.037	0.020	1.019
	40대	20대	-0.237	0.156	0.785	-0.655	0.179
		30대	-.640*	0.190	0.005	-1.147	-0.133
		50대	-0.120	0.177	1.000	-0.593	0.353
	50대	20대	-0.117	0.153	1.000	-0.525	0.291
		30대	-.519*	0.187	0.037	-1.019	-0.020
		40대	0.120	0.177	1.000	-0.353	0.593
*. 평균차이가 95% 수준에서 유의하다							

본 연구는 여성들의 네일 관리 추구 혜택이 일반적 특성인 연령대에 미치는 영향을 검증하기 위해 <표 9>로 결과를 제시하였다. 연령대가 비교적 낮은 20대-30대는 사회적 이미지 만족추구의 네일 관리 추구 혜택을 보였고 40대-50대는 심리적 자기만족추구의 네일 관리 추구 혜택을 보였으며 이는 연령대가 낮은 집단은 사회진출의 시작으로 사회적 이미지를 추구하는 것으로 해석하며 40-50대 여성은 사회적 생활과 일상생활에서의 역할이 늘어 자기만족을 좀 더 추구하여 네일 관리 행동을 통해 심리적 자기만족을 추구하는 것으로 해석된다.

특히, 30대는 네일 관리 추구 혜택에 대하여 추구성향이 다른 연령대와는 크게 다른 성향을 보이는 것을 알 수 있다. 30대는 다른 세대의 비하여 사회적 이미지 만족을 추구하는 성향이 강하며, 심리적 자기만족 성향은 매우 낮은 편인 것으로 드러났다. 이러한 연구 결과는 한국 여성의 라이프사이클 변화를 반영한다고 볼 수 있다. 라이프사이클 상에서 일반적으로 한국에서 30대 여성은 혼인

과 출산이라는 큰 변화를 겪게 된다. 2019년 통계청 발표에 따르면, 한국 여성의 평균 출산 연령은 31.9세이다. 출산 이후에 양육기간은 여성의 사회활동이 단절되거나, 가계 소득의 대부분이 양육에 집중되면서 네일 관리 등의 외모관리 행동에 일시적인 변화가 나타나는 것으로 이해할 수 있겠다 (김동욱 2019).

즉, 20대와 30대 비교적 연령대가 낮은 층은 사회 진출의 시작으로 사회적 이미지를 추구하는 것으로 여겨지며 비교적 연령대가 높은 층은 40-50대 여성은 사회적 생활과 일상생활에서의 역할이 늘어 자기만족을 좀 더 추구하여 네일 관리 행동을 통해 심리적 자기만족을 추구하는 것으로 해석될 수 있다.

## 2) 스트레스 수준에 따른 네일 관리 행동과 차이 영향

안태영(2010)은 네일 서비스를 받으면 자기와 타인에 대한 이해도를 높여주고 의사소통의 이해와 인간관계에서 이해를 향상시키고 전반적으로 스트레스 해소에도 큰 도움과 영향을 준다고 하였다. 이재화(2010)는 네일 관리 행동이 많을수록 스트레스를 해소하는데 도움이 된다고 하였다. 또한 네일 관리를 받을수록 스트레스 해소에 도움이 되고 외모 자신감 역시 향상된다는 것을 확인하여 아름다움은 추구하고 변화와 기분전환을 통한 네일 관리는 여성의 스트레스 감소에 효과가 있었음을 실증한 것을 다수의 선행연구에서 살펴볼 수 있었다(하지영 2010, 백미리 2012, 김잔디 2014, 구미경 2016, 최민숙 2018). 이와 같은 선행 연구를 바탕으로 하여 스트레스 수준에 따른 네일 관리 행동이 어떠한 차이를 미치는지 검증하기 위해 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 2. 여성들의 스트레스 수준에 따라 네일 관리 행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2.1 스트레스가 높을수록 사회적 이미지 메이킹 행동에 유의한 영향을 미칠 것

이다.

2.2 스트레스가 높을수록 개인 만족적 행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2.3 스트레스가 높을수록 미적 가치에 의한 최소관리 행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.

본 연구에서는 여성들의 스트레스 수준에 따라서 네일 관리 행동이 달라질 것으로 가정하여 사회적 이미지 메이킹 행동, 개인 만족적 행동, 미적 가치에 의한 최소 관리 행동을 요인으로 하여 스트레스 집단에 대해 분석을 실시하였다. 스트레스 수준에 따른 네일관리 행동의 차이를 검증하기 위해서 본 연구는 조사 응답자들의 스트레스 수준의 중간값을 기준으로 전체 샘플을 나누었다. 조사 응답자들의 스트레스 수준의 중간값은 3으로 스트레스 수준이 중간값보다 높은 집단은 115명, 낮은 집단은 99명으로 구성되었다. 스트레스 수준의 높고, 낮음에 따른 차이분석은 ANOVA를 활용하여 F값이 도출되었다.

< 표 10 > 스트레스 수준의 따른 네일 관리 행동의 차이 결과

행동	요인	스트레스 낮은 집단 (n=99)	스트레스 높은 집단 (n=115)	F	Sig
네일 관리 행동	사회적 이미지 메이킹 행동	3.314	3.511	2.368	0.125
	개인 만족적 행동	2.989	3.304	6.442	0.012
	미적 가치에 의한 최소관리 행동	3.719	3.876	1.625	0.204

<표 10>에 기술된 바와 같이, 스트레스 수준에 따라 통계적으로 유의한 차이를 보인 네일관리 행동 요인은 개인 만족적 행동으로 드러났다 ( $F = 6.442, p = 0.012$ ). 스트레스가 높은 집단은 낮은 집단에 비하여 네일관리 행동 중 3가지 행동을 모두 더 높게 추구하는 것으로 드러났으며, 개인 만족적 행동의 중요성이 사회적 이미지 메이킹행동과 미적가치에 의한 최소관리 행동과 유사한 수준으로 높게 드러났다. 이와 달리, 스트레스 수준이 낮은 집단에서는 개인 만족적 행동은 다른 두 행동 요인에 비하여 눈에 띄게 낮은 수준을 보였다. 이는 네일관리 행동 중 스트레스 해소와 관련이 높은 행동은 개인 만족적 행동이며, 이외의 2가지 행동인 사회적 이미지 메이킹과 최소관리 행동은 스트레스 수준과는 통계적으로 유의한 관계가 없음을 알 수 있다. 이는 네일 서비스는 받으면 전반적으로 스트레스 해소에 큰 도움과 영향을 준다고 제시한 선행 연구들 (안태영 2010; 이재화 2010; 김잔디 2014; 최민숙 2018) 등과 유사한 결과로 볼 수 있다. 스트레스 수준이 높을수록 다양한 네일 서비스 구매 행동을 추구하며, 사회적 이미지 메이킹 보다는 개인 만족을 추구하는 것을 알 수 있다.

### 3) 스트레스 수준에 따른 네일 관리 추구 혜택에 차이 영향

염승엽(2012)은 심리적 추구 혜택이 네일 서비스 구매 행동에 유의한 정적(+) 영향을 미치며 심리적 추구 혜택이 높을수록 네일 서비스 구매 행동에 영향을 미친다고 하였다. 네일 추구 혜택은 스트레스 해소를 위한 기분전환추구와 네일 케어 위주의 보건위생추구가 높게 나타난다고 이계정 (2013)은 말했고, 네일 서비스를 통해 미적 감각을 보여주고 나의 가치가 향상되고 개성과 매력적으로 보여주는 등, 자기만족추구와 결점보완추구가 나타난다고 구미경(2016)은 말했다. 또한, 김민희(2019)는 네일 관리는 스트레스와 기분전환 등, 심리적 변화를 추구하려는 성향이 높으며 부족한 기분을 보완하려 받는 것으로 외관성의 아름다

음과 네일 건강을 위한 성향이 높다고 하였다. 이와 같은 선행 연구를 바탕으로 본 연구에서는 네일 관리 추구 혜택이 스트레스 수준에 따라 어떠한 차이를 미치는지 검증하기 위해 가설을 다음과 같이 설정하였다.

가설 3. 여성들의 스트레스 수준에 따른 네일 관리 추구 혜택에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.1 스트레스 수준이 높을수록 사회적 이미지 만족 추구에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.2 스트레스 수준이 높을수록 심리적 자기 만족적 추구에 유의한 영향을 미칠 것이다.

네일 관리 행동에 이어 추구 혜택에 대해서도 스트레스 수준별 집단에 따라 차이분석을 실시하였다. 마찬가지로 중간값 분리를 통해 스트레스 집단을 분리하여 진행하였다. <표 11>에 요약된 것과 같이 스트레스 수준이 따라서 추구혜택의 구성요인 2개 모두 유의한 차이를 보였다. 스트레스 수준이 높은 집단은 사회적 이미지 만족 ( $F= 8.21, p = 0.005$ )과 자기만족 ( $F= 15.42, p = 0.00$ ) 모두 더 강력한 혜택을 추구하는 것을 알 수 있었다. 다시 말하면, 스트레스가 높아질수록 네일 관리 추구 혜택의 종류와 상관없이 매우 높은 수준의 혜택을 추구하며, 특히 자기만족에 대한 추구 혜택에 수준이 매우 높은 것을 알 수 있다. 즉, 네일 추구 혜택은 스트레스 해소를 위한 기분전환추구와 네일케어 위주의 보건위생추구가 높게 나타난다고 이계정 (2013)은 말했고, 네일 서비스를 통해 미적 감각을 보여주고 나의 가치가 향상되고 개성과 매력적으로 보여주는 등, 자기만족추구와 결점보완추구가 나타난다고 구미경(2016)은 말했다. 또한, 김민희(2019)는 네일 관리는 스트레스와 기분전환 등, 심리적 변화를 추구하려는 성향이 높으며 부족한 기분을 보완하려 받는 것으로 외관성의 아름다움과 네

일 건강을 위한 성향이 높다고 말한 선행 연구들과 일맥상통하여 스트레스가 높아질수록 네일 관리 추구 혜택의 종류와 상관없이 매우 높은 수준의 혜택을 추구하며, 특히 자기만족에 대한 추구 혜택에 수준이 매우 높은 것을 알 수 있다.

< 표 11 > 스트레스 수준에 따른 네일 관리 추구 혜택에 차이 결과

	요인	스트레스 낮은 집단 (n=99)	스트레스 높은 집단 (n=115)	F	Sig
네일 관리 추구 혜택	사회적 이미지 만족 추구	3.074	3.471	8.214	0.005
	심리적 자기 만족 추구	3.722	4.177	15.417	0.000

#### 4) 스트레스 수준에 따른 심리적 행복감 차이 영향

외모향상에 관한 정보는 쾌락적 즐거움과 자아 실현, 몰입감에 긍정적 영향을 끼친다고 김유진(2012)는 말했다. 이수경(2006)은 외모 향상 추구 행동에 관한 연구를 바탕으로 외모관리는 인간관계 형성에 대해 타이에 평가와 혜택이 달려지며 이는 자신에 대한 만족감과 행복감을 증대시킨다고 하였다. 또한, 자신이 추구하는 외모에 가까울수록 스스로 본인 외모에 만족감이 높을수록 자신의 능력, 가치도 함께 높아지며 적극성과 자신감이 높아지고 심리적 행복감을 느낀다고 정희영(2011), 박정미, 박정배(2017) 등의 연구 결과로 나타났다. 이와 같이 네일 관리 후 심리적 행복감이 스트레스 수준에 따라 여성들에게 어떠한 차이를 미치는지 검증하기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 4. 여성들의 스트레스 수준에 따른 심리적 행복감에 영향을 미칠 것이다.

본 연구에서는 여성들의 스트레스 수준에 따라서 심리적 행복감이 달라질 것으로 가정하여 분석을 진행하였으며 결과는 <표 12>와 같다. 그러나 스트레스 수준에 따라서 심리적 행복감에 유의한 차이는 드러나지 않았다. 따라서 가설 4는 기각되었다.

<표 12 > 스트레스 수준에 따른 심리적 행복감의 차이 결과

요인	스트레스 낮은 집단 (n=99)	스트레스 높은 집단 (n=115)	F	Sig
심리적 행복감	2.808	3.056	1.531	0.217

#### 5) 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택이 심리적 행복감에 대한 영향

안혜민(2011)은 기분, 심미성, 자신감, 과시성, 진취성 등의 심리적 추구 혜택이 소비자 유형에 따라 유의하게 다르며 구매 행동의 차이에서 정보원 지향성, 개인, 컬러, 경제, 점포특성 등에 따라 차이가 있다고 하였고, 이는 염승엽(2012) 연구와 연관하여 일치 여부의 설명은 어려우나 소비자 유형에 따라 심리적 추구 혜택과 구매 행동의 요인들은 차이가 있다는 것에 결과를 뒷받침한다고 하였다. 또 염승엽(2012)은 심리적 추구 혜택은 네일 서비스 구매 행동과 만족도에 정적(+) 영향을 미친다고 하였다. 이계정(2013)은 과거의 네일 관리는 아름다움을 위한 자기 과시를 위해 주로 이용되었으나, 현재의 네일 관리는 누구나 심리적 혜택에 의한 기분전환과 네일의 건강함을 위해 네일샵을 찾는 것으로 나타났다. 네일 행동이 적극적일수록 자신의 이미지를 개성적으로 보이게 하여 자신감과 가치를 향상시켜 심리적 행복감이 높아진다고 최민숙(2018)은 말했다.

다. 이와 같이 네일 관리 행동과 추구 혜택은 여성에 심리적인 부분에 영향을 미친다. 따라서 본 연구에서는 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택이 여성들의 심리적 행복감에 주는 영향을 알아보기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 5. 여성들의 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택은 심리적 행복감에 유의한 영향을 미칠 것이다.

5.1 여성들의 사회적 이미지 메이킹 행동은 심리적 행복감에 유의한 영향을 미칠 것이다.

5.2 여성들의 개인 만족적 행동은 심리적 행복감에 유의한 영향을 미칠 것이다.

5.3 여성들의 미적 가치에 의한 최소관리 행동은 심리적 행복감에 유의한 영향을 미칠 것이다.

5.4 여성들의 사회적 이미지 만족 추구는 심리적 행복감에 유의한 영향을 미칠 것이다.

5.5 여성들의 심리적 자기만족추구는 심리적 행복감에 유의한 영향을 미칠 것이다.

본 연구의 가설 5를 검증하기 위해 심리적 행복감이 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택에 어떤 영향을 미치는지 회귀분석을 통해 검증하였다. 회귀분석은 네일 관리 행동과 관리추구 혜택의 구성 요인 간의 다중공선성을 고려하여 단계적 진입 (stepwise) 방식을 통해 실시하였다. 네일 관리 행동의 회귀분석 결과는 <표 13> 와 같다. <표 13>에 나타난 것처럼 회귀분석 결과 R제곱값이 0.388로 드러나 네일 관리 행동으로 인한 심리적 행복감을 느끼는 것은 전체 분산의 약 38%로 설명되는 것으로 드러났다. 구체적으로 심리적 행복감에 대한

네일 관리 행동의 요인으로는 사회적 이미지 메이킹 행동 ( $\beta = 0.721$ ;  $p = 0.00$ ) 이 단계 진입하고 나머지 개인 만족적 행동 과 미적 가치에 의한 최소관리 행동은 유의하지 않아 제외되었다.

<표 13> 네일 관리 행동의 심리적 행복감에 대한 회귀분석 결과

	비표준화 계수	표준 오차	표준화 계수	t	유의수준
상수	0.398	0.219		1.815	0.071
사회적 이미지 메이킹 행동	0.721	0.062	0.623	11.593	0
개인만족적 행동	-0.004b			-0.062	0.951
미적가치의 의한 최소관리행동	0.067b			0.923	0.357

\*\*  $R^2 = 0.388$ ; Adj  $R^2 = 0.388$

다른 한편, 네일 관리 추구 혜택의 회귀분석 결과는 <표 14>와 같다. <표 14>에 나타난 것처럼 회귀분석 결과 R제곱값이 0.641로 드러나 네일 관리 추구 혜택으로 인한 심리적 행복감을 느끼는 것은 전체 분산의 약 64%로 설명되는 것으로 드러났다. 구체적으로 심리적 행복감에 대해 유의한 영향을 미치는 네일 관리 추구 혜택의 요인으로는 사회적 이미지 만족 추구 ( $\beta = 0.991$ ;  $p = 0.00$ )가 첫번째 단계에 진입하고 나머지 심리적 자기 만족 추구 또한 ( $\beta = -0.241$ ;  $p = 0.003$ ) 함께 두 번째로 단계 진입하여 유의한 결과를 나타내었다.

여기서 예상과 다른 연구 결과는 심리적 자기만족추구는 심리적 행복감에 부정적 영향을 미친다는 것이다. 이는 본 연구에서 이전 단계에 이루어진 스트레스 수준에 따른 추구 혜택의 차이에 대한 연구 결과에서 연결성을 찾을 수 있다. 스트레스 수준에 따라 심리적 자기만족에 대한 높은 추구수준을 확인할 수 있었던 만큼, 스트레스 수준이 낮은 참여자들이 낮은 심리적 행복감을 느끼기 때문에 나타난 것으로 예상된다. 즉, 네일 관리 행동은 사회적 이미지 메이킹 행동만, 네일 관리 추구 혜택은 사회적 이미지 만족 추구만 유의한 영향을 주어 여성들의 심리적 행복감에 영향을 주는 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택은 모두 사회적인 여성으로 보여지기를 희망하고 사회적 가치와 능력 등에 영향을 주는 것으로 해석된다.

<표 14> 네일 관리 추구혜택에 대한 회귀분석 결과

	비표준화계수	표준오차	표준화계수	t	유의수준
상수	0.58	0.206		2.817	0.005
사회적 이미지 만족 추구	0.991	0.068	0.94	14.61	0
심리적 자기만족추구	-0.241	0.08	-0.195	-3.026	0.003

\*\*  $R^2 = 0.641$ ; Adj  $R^2 = 0.641$

6) 가설 검증 결과 요약

본 연구의 가설 검증 결과에 대한 요약은 다음 <표 15>과 같다.

<표 15> 가설 검증 결과

가설	구분	내용	채택 여부
가설 1	1.1	여성들의 연령대가 높을수록 사회적 이미지 만족 추구에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
	1.2	여성들의 연령대가 낮을수록 심리적 자기만족추구에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
가설 2	2.1	스트레스가 높을수록 사회적 이미지 메이킹 행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
	2.2	스트레스가 높을수록 개인 만족적 행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
	2.3	스트레스가 높을수록 미적 가치에 의한 최소관리 행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
가설 3	3.1	여성들의 스트레스 수준이 높을수록 사회적 이미지 만족 추구에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
	3.2	여성들의 스트레스 수준이 높을수록 심리적 자기 만족적 추구에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 4	4.1	여성들의 스트레스 수준이 높을수록 심리적 행복감에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
가설 5	5.1	여성들의 사회적 이미지 메이킹 행동은 심리적 행복감에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
	5.2	여성들의 개인만족적 행동은 심리적 행복감에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
	5.3	여성들의 미적가치에 의한 최소관리 행동은 심리적 행복감에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
	5.4	여성들의 사회적 이미지 만족 추구는 심리적 행복감에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
	5.5	여성들의 심리적 자기만족추구는 심리적 행복감에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택

## V. 결론 및 제언

### 1. 연구 결과 요약

본 연구는 점점 복잡한 구조화가 되어 가는 환경과 여러 가지 생활 속 원인에 의한 스트레스를 해결하기 위한 해결 방안 중 하나인 네일 관리가 여성들의 심리적 행복감에 어떠한 영향을 미치는지 이해하고 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택의 요인을 파악하여 이들이 심리적 행복감에 어떠한 영향을 미치는지, 스트레스에 수준에 따른 차이를 파악하여 선행 연구의 흐름에 기여함과 더불어 네일 분야 산업에 다양한 고객의 욕구에 부합할 수 있는 맞춤형 마케팅의 자료와 소비자 정보 활용에 도움이 되고자 한다.

연구의 진행을 위해 최근 6개월 이내에 네일 관리의 경험이 있는 20대부터 50대 이상을 대상으로 약 한 달 반 동안 설문지 응답 방식의 자료 수집을 진행하였다. 그 결과 총 214부를 최종 분석에 사용하였으며, 본 연구의 구체적인 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 여성들의 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택의 요인 분석한 결과, 네일 관리 행동 요인은 사회적 이미지 메이킹 행동, 개인 만족적 행동, 미적 가치에 의한 최소관리의 행동 순으로 나타났다. 이는 사회적 진출이 높아진 여성들이 타인에게 보여지는 이미지를 신경 쓰고 사회적 여성의 이미지와 자신의 가치를 높이고, 감각적으로 보이며 여성적 매력을 높이려 네일 관리 행동을 하는 것으로 사회적 이미지 메이킹을 위한 것으로 해석된다. 또한, 네일 관리 추구 혜택 요인은 사회적 이미지 형성 추구, 심리적 자기만족추구 등의 순으로 나타났으며 여성들이 네일 관리 추구 혜택으로 얻으려는 욕구가 사회적으로 나의 가치와 능력, 품위 등을 보여주려는 욕구로 해석된다.

둘째, 일반적 특성인 연령대에 따라 네일 관리 추구 혜택이 미치는 영향에 대한 결과는 다음과 같다. 네일 관리 추구 혜택 중 사회적 이미지 만족추구에 대해서는 20대와 30대가 유의한 차이를 보이는 것으로 드러났다. 30대는 가장 낮은 수준의 사회적 이미지 만족추구 성향을 보였고, 20대는 통계적으로 유의한 수준의 평균 차이를 보였으며 40대와 50대이상도 30대보다는 높은 수준의 사회적 이미지 추구성향을 보였지만, 통계적으로 유의한 수준의 차이는 아니었다. 심리적 자기 만족 추구는 40대와 50대이상은 20대와 30대에 비하여 자기만족 추구 성향에서 통계적으로 유의하게 높은 수준을 드러냈다. 30대에 비하여 40대와 50대이상은 모두 통계적으로 유의하게 높은 수준을 드러냈다.

셋째, 네일 관리를 이용하는 고객이 가지는 스트레스를 하나의 특성으로 보고 높은 집단과 낮은 집단으로 분류하였고 스트레스 수준에 따라 네일 관리 행동 차이의 대한 결과, 스트레스 수준에 따라 통계적으로 유의한 차이를 보인 네일 관리 행동 요인은 개인 만족적 행동으로 드러났다. 스트레스가 높은 집단은 낮은 집단에 비하여 네일 관리 행동 중 3가지 행동을 모두 더 높게 추구하며, 개인 만족적 행동이 다른 행동 요인보다 유사한 수준으로 높게 드러났다. 스트레스 수준이 낮은 집단에서는 개인 만족적 행동은 다른 두 행동 요인에 비하여 눈에 띄게 낮은 수준을 보였다.

넷째, 스트레스 수준에 따라 네일 관리 추구 혜택의 차이의 결과는 다음과 같다. 스트레스 수준에 따라서 추구 혜택의 요인 2개 모두 유의한 차이를 보였다. 스트레스 수준이 높은 집단은 사회적 이미지 만족과 심리적 자기 만족 모두 더 강력한 혜택을 추구하는 것을 알 수 있었다.

다섯째, 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택이 심리적 행복감에 미치는 영향을 알아보았다. 심리적 행복감에 대한 네일 관리 행동의 요인으로는 사회적 이미지 메이킹 행동이 단계 진입하고 나머지 개인 만족적 행동과 미적 가치에 의한 최소관리 행동은 유의하지 않아 제외되었다. 심리적 행복감에 대해 유의한

영향을 미치는 네일 관리 추구 혜택의 요인으로는 사회적 이미지 만족 추구하고 심리적 자기 만족 추구 모두 유의한 결과를 나타내었다. 여기서 예상과 다른 연구 결과는 심리적 자기만족추구는 심리적 행복감에 부정적 영향을 미친다는 것으로 이는 스트레스 수준에 따른 추구 혜택의 차이에 대한 연구 결과에서 연결성을 찾을 수 있다. 스트레스 수준에 따라 심리적 자기만족에 대한 높은 추구수준을 확인할 수 있었던 만큼, 스트레스 수준이 낮은 참여자들이 낮은 심리적 행복감을 느끼기 때문에 나타난 것으로 예상된다.

본 연구는 여성들의 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택에 대한 고찰 및 위와 같은 내용이 스트레스와 심리적 행복감에 대한 영향을 파악하여 검증하였으며 본 결과를 기반으로 선행연구와 더불어 다양한 고객의 욕구에 부합할 수 있도록 맞춤형 마케팅의 자료 및 소비자 정보 활용에 도움이 되고자 한다. 또한, 네일 관리의 목적이 위생추구나 미용의 목적에서 더 나아가 스트레스 해소를 통해 심리적 만족감을 추구하는 소비 행동으로 부각되고 있는 현실에서 소비자의 스트레스 수준에 따른 추구 혜택과 심리적 행복감 제고의 관계를 살펴본 연구 내용이 네일 산업 분야 발전에 기초자료가 될 수 있을 것으로 기대한다.

## 2. 연구의 한계점 및 제언

본 연구는 20세 이상의 네일 관리를 받은 경험이 있는 여성들을 대상으로 한 설문조사와 통계 분석을 통해 여성들의 네일 관리 행동과 네일 관리 추구 혜택에 대한 고찰과 스트레스와 심리적 행복감에 대한 영향을 파악하였다. 본 연구는 기존의 학문의 흐름에서 심리적 행복감을 주요 결과로 집중하고, 스트레스 수준에 따른 효과를 규명하며 기여하였다. 그러나, 편의추출에 의한 표본의 구성과 통계적 검증법의 한계에 따라 한계점을 가지며 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서는 20세 이상의 여성을 연구자의 지인들을 중심으로 편의 추출법에 의하여 추출하여 대표성이 낮다고 볼 수 있다. 또한, 20세 여성을 모두 포괄하였는데, 연령대별 조사 참여자의 수가 균등하지 않아, 특히 30대 여성의 수가 적은 편이다.

둘째, 네일 관리의 경험 유무에 따라서만 스크리닝하여 설문조사에 참여를 결정하였기 때문에 네일 관리의 빈도와 소비금액의 규모 등의 통제는 없었다. 네일 관리 행동에 따라 추구 혜택과 관리 행태에 큰 차이가 있을 수 있기 때문에 이에 따른 통제가 있었다면 더욱 균등한 샘플에 대하여 연구를 진행할 수 있었을 것이라고 기대된다.

마지막으로, 네일 관리를 받기 전과 후를 실험적 설계에 의해서 심리적 행복감과 스트레스 수치의 변화 등을 측정할 것이 아니므로, 심리적 행복감이 네일 관리의 직접적 효과인지 알 수 없다는 단점이 있다.

본 연구의 한계점을 기반으로 다음과 같이 제언할 수 있다.

첫째, 본 연구에서는 여성들을 대상으로 연구를 진행하였으나 남성 대상자를 포함하기를 제언한다. 후속 연구에는 남성 네일에 대한 인식 변화에 맞춰 남성으로 연구 대상자를 확대하여 폭 넓은 지역으로 확대 실시하여 일관성 있는 결과를 얻을 수 있을 것으로 기대한다.

둘째, 네일 관리만이 아니라 페디큐어 관리, 즉 발 관리도 포함 시켜 만족도와 인식도, 스트레스에 관한 연구를 실시하여 네일 관리와의 차이를 분석을 기대한다.

셋째, 네일 관리샵이라는 실험적 설계를 통해 네일 관리 전후의 심리적 행복감과 스트레스 수치를 직접적으로 측정하여 대응 차이 분석 연구를 진행할 수 있다면 더욱 효과적일 것으로 기대된다.

## 참고문헌

### 단행본

- 박소정 (2009) "네일 매니지먼트", 훈민사, 서울.
- 김나영, 이정자, 이미춘, 이미정, 김봉인, 김용선, 김금란 (2007) "네일아트. 서울" 광문각, 서울.
- 이미선 (2005). Nailart & Technic. 교학사, 서울.
- 김경미, 김연희, 정철순, 이숙희, 박숙희 (2009) "네일아트 매뉴얼 북. 광문각. 서울

### 학위논문

- 김해빈 (2019) "SNS 특성이 네일 소비 행동에 미치는 영향" 서경대학교 대학원 미용예술학석사 학위논문.
- 김미원 (2016) "젤 네일의 트리트먼트 매뉴얼 개발과 적용 효과에 관한 연구" 한서대학교 일반대학원 화학과 박사학위논문
- 김수진 (2008) "대학생의 피부 건강 관리 행동과 식생활 행동에 영향을 미치는 외모관심에 대한 연구" 한양대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김잔디 (2014) "네일 서비스를 통한 여성들의 심리변화와 이용 형태에 관한 연구" 남부대학교 교육대학원 교육학 석사학위 논문.
- 이재화 (2010) "네일 시술이 직장여성의 직무 및 가사 스트레스 경감에 미치는 효과" 조선대학교 산업대학원 미용향장학과 석사학위논문.
- 최민숙 (2017) "여성들의 메이크업·네일 행동이 자아존중감 및 심리적 행복감에 미치는 영향" 조선대학교 산업기술융합대학원 미용향장학과 석사학위 논문.
- 조인숙 (2019) "남성 네일 관리가 스트레스 및 만족도에 미치는 영향" 차의과학대학교 보건산업대학원 메디컬뷰티산업전공 석사학위논문.

- 이은화 (2019) "네일 서비스 추구 혜택과 색채 선호도가 고객 서비스 만족도에 미치는 영향" 가천대학교 경영대학원 경영학과 석사학위논문.
- 안태영 (2010) "네일 서비스가 사회 심리적 변인에 미치는 영향" 한성대학교 대학원 뷰티에스테틱전공 석사학위논문.
- 김민주 (2019) "뷰티 관심정도에 따른 뷰티 관리 행동" 건국대학교 산업대학원 이미지산업학과 석사학위논문.
- 박경화 (2018) "네일 드릴 케어 시술에 대한 인식, 선호도, 위험지각, 만족도와 의 관계" 한남대학교 사회문화-행정복지대학원 향장미용학과 석사학위논문.
- 김유진 (2013) "여성들의 네일 관리 행동 및 서비스 만족도에 관한 연구" 숙명여자대학교 원격대학원 향장미용전공 석사학위논문.
- 최수진 (2017) "UV젤 네일 시술로 손상된 손톱에 대한 네일 트리트먼트의 소비자 만족도 연구" 전남대학교 대학원 향장품학협동과정 향장학 석사학위논문.
- 김태영 (2017) "젤 네일 제거 방법에 따른 손톱 주변 피부와 손톱의 손상도 비교" 성신여자대학교 뷰티융합대학원 뷰티융합학과 석사학위논문.
- 이계정 (2013) "네일샵 고객의 가치관 유형에 따른 추구 혜택과 구매 행동의 관계지속성 연구" 경성대학교 대학원 의상학과 패션 뷰티마케팅 전공 석사학위논문.
- 구미경 (2016) "네일 서비스 추구 혜택이 구매 행동에 미치는 영향" 서경대학교 대학원 미용예술학과 피부미용전공 석사학위논문.
- 유선미 (2014) "자기애 성향이 네일 서비스 추구 혜택, 구매 행동과 만족에 미치는 영향 연구" 세종대학교 일반대학원 패션디자인학과 석사학위논문.
- 염승엽 (2012) "심리적 추구 혜택이 네일 서비스 구매 행동에 미치는 영향" 호남대학교 산업경영대학원 예술디자인학과 석사학위논문.
- 안혜민 (2011) "심리적·기능적 추구 혜택에 따른 소비자 유형별 네일 서비스 구매행동" 서경대학교 대학원 미용예술학과 석사학위논문.

- 이순영 (2019) "중년여성의 뷰티 인식과 경험이 행복감에 미치는 영향 연구: 뷰티관리 행동에 따라서" 조선대학교 일반대학원 디자인경영학과 박사학위논문.
- 노은희 (2014) "여성의 피부미용 관리가 자아존중감과 행복감에 미치는 영향" 건국대학교 산업대학원 향장학과 석사학위논문.
- 박세진 (2018) "여성의 외모관리 행동이 심리적 행복감과 자아효능감에 미치는 영향" 성신여자대학교 뷰티융합대학원 뷰티융합학과 석사학위논문.
- 이남희 (2016) "네일 시술이 우울한 기분과 스트레스 완화에 미치는 영향" 경일대학교 일반대학원 디자인학과 석사학위논문.
- 백미리 (2012) "미용 관리가 여성의 스트레스 및 자아존중감에 미치는 영향" 동덕여자대학교 비만미용향대학원 미용보건학과 석사학위논문.
- 김윤희 (2013) "미용관리가 스트레스에 미치는 영향" 고신대학교 보건대학원 보건학과 석사학위논문.
- 주란 (2003) "여대생의 얼굴 화장과 손톱 화장에 관한 연구" 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 유숙희 (2011) "네일살롱의 안전, 위생 인식 실태 및 네일 도구의 오염 미생물 분석" 서경대학교 대학원 미용예술학과 박사학위논문.
- 김영란 (2010). "미용심리치료를 위한 자가 미용교육 프로그램 개발에 관한 연구" 서경대학교 대학원 박사학위논문.
- 전미향 (2004) "네일 관리자의 만족도와 심리적 특성에 관한 연구" 대구한의대학교 대학원 공중보건학과 석사학위논문.
- 신윤서 (2014) "네일 이미지에 따른 선호도 연구" 성결대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이해미루 (2018) "네일 미용 서비스 소비자 및 선호디자인 Q 유형화 연구" 서경대학교 대학원 미용예술학과 박사학위논문.

- 남궁수 (2014) “패션 소재를 이용한 네일아트 디자인” 가천대학교 스포츠문화대학원 뷰티디자인전공 석사학위논문.
- 권희진 (2014) "네일 미용의 직무분석 및 제도개선 방안 연구" 건양대학교 대학원 석사학위논문.
- 노지운 (2011) "네일 미용 국가기술자격제도 신설 필요성에 대한 인식도 분석" 호남대학교 산업경영대학원 예술디자인학과 석사학위논문.
- 이미선 (2011) "뷰티 산업의 진흥을 위한 법제화 연구 : 네일(미용)아트의 법제화 필요성을 중심으로" 연세대학교 법무대학원 경영법무전공 석사학위논문.
- 이희정 (2012) "네일 컬러링에서 발색과 광택도 비교 연구: 네일팔리쉬, 아크릴 네일, 젤 네일을 중심으로" 한서대학교 대학원 화학과 석사학위논문.
- 신록 (2012) "임상적 비정상 조갑 시술에 대한 네일리스트의 인식 조사" 원광대학교 일반대학원 뷰티디자인학과 석사학위논문.
- 김효정 (2016) "20·30대 여성들의 가치관에 따른 뷰티 라이프스타일 행동과 뷰티 관리 행동 실태 연구" 서경대학교 대학원 미용예술학과 박사학위논문.
- 전종국 (2008) "외모 관리 서비스 이용 행동과 만족도: 피부관리와 경락마사지를 대상으로" 경희대학교 대학원 의상학과 박사학위논문.
- 장혜선 (2014) "신체이미지와 외모관리행동이 심리적 안정감에 미치는 영향" 서경대학교 대학원 미용예술학과 박사학위논문.
- 오별 (2012) "중·고등학생의 뷰티관심도와 정보탐색이 뷰티 관리행동에 미치는 영향" 서경대학교 대학원 미용예술학과 석사학위논문.
- 이경숙 (2007) "성인 여성의 외모관심도에 따른 추구이미지와 외모관리행동" 서경대학교 미용예술대학원 미용예술학과 석사학위논문.
- 홍성임 (2007) "소득에 따른 중년층의 외모관리에 관한 연구" 성신여자대학교 아트, 디자인대학원 석사학위논문.
- 편수명 (2008) "네일 관리 고객의 성향과 네일아트 선호도 분석연구" 조선대학

- 교 디자인대학원 디자인학과 뷰티디자인전공 석사학위논문.
- 김태희 (2014) "외모관심도에 따른 네일서비스에 관한 연구" 경성대학교 대학원 의상학과 박사학위논문.
- 정이슬 (2015) "네일 샵 여성 고객의 네일 관리 의식 및 재방문의도에 관한 연구" 가천대학교 경영대학원 경영학과 뷰티예술경영전공, 석사학위논문.
- 구미경 (2016) "네일서비스 추구 혜택이 구매행동에 미치는 영향" 서경대학교 미용예술대학원 미용예술학과 피부미용전공 석사학위논문.
- 최유정 (2017) "평택시 거주 미국여성의 외모관심도가 네일 서비스 구매행동 추구혜택에 미치는 영향." 단국대학교 문화예술대학원 디자인학과 뷰티예술디자인 전공 석사학위논문.
- 최성창 (2002) "기업의 정보화 투자 평가에 관한 연구" 연세대학교 공학대학원 석사학위논문.
- 최정아 (2010) "필라테스운동 참여가 신체, 심리적 요인변화 및 심리적 행복감간의 인과 분석" 원광대학교 대학원 박사학위논문

#### 학술지

- 김희선, 박안나 (2016) "중년여성의 네일케어 선호도에 따른 서비스 만족도 연구" 한국뷰티경영학회지.
- 오미현, 김일 (2014) "SNS 특성에 의한 패션 제품 소비자 태도가 구매의도 및 온라인 구전에 미치는 영향" 한국패션디자인학회지.
- 이승희, 박길순 (2011) "여대생의 자기효능감과 자아존중감에 따른 외모관리 행동". 복식문화연구.
- 김경남, 김유경 (2014) "네일 관리 방법에 따른 큐티클의 손상도 연구" 한국디자인문화학회지.
- 이미선, 안종숙 (2014) "네일샵의 경영형태 비교를 통한 프랜차이즈 선택 동기

와 경영성과 분석에 대한 연구“ 디지털융복합연구.

홍다검 (2019) “네일고객의 자아존중감과 외모관심도가 네일 관리행동에 미치는 영향“ 한국인체미용예술학회지.

이정아, 이지영 (2017) ”성인여성의 가치관과 피부 관리 추구 혜택 및 피부 관리 행동에 관한 연구“ 한국미용학회지.

이정실 (2015) ”서울과 강원 일부지역 대학생들의 스트레스 정도가 식습관에 미치는 영향“ 한국식품영양학회지.

기타자료

김민지 (2015) ”젤 네일 안전실태조사“ 한국소비자원

싱글&싱글라이프 모바일매거진 (2019.06.11) 총동적인 시발비용 지출? 직장인 42.3% ”탕진잼 소비, 실제로 기분 나아진다“

BRAVO (2020.01.02) 4차 산업혁명 시대, 어떤 자격증이 유리할까?

뉴데일리 경제(2019.08.28.) 결국‘출산율 0%대’ 평균 0.98명, 엄마 나이 31.9세

웹사이트

국가직무능력 표준 ”<http://www.ncs.go.kr>“

영문자료

- Jaehee Jung, Sharron J. Lennon, Nancy A. Rudd (2001), Self-Schema or Self-Discrepancy? Which Best Explains Body Image?, Clothing and Textiles Research Journal.
- Aker · David A (1991) Management Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name New York. NY: The Free Press.
- Gutman (1982) "A means-end chain model based on consumer categorization processed," Journal of Marketing.
- Keller. K. L.(1993) Conceptualizing, measuring, and managing customer based brand equity. Journal of Marketing.
- Peter, J. Paul, Jerry C. Olson, and Klaus G. Grunert. Consumer behaviour and marketing strategy. London: McGraw-hill, 1999.
- Veenhaven. R (1991) Is happiness relative. Social Indicators Research.
- Andrew, F.M. & Withey S.B (1976) Social indication of Well-being, New York: Plenum.
- Costa, P.T & McCrae, R.R (1980) Influence of extraversion and neuroticism on subjective wellbeing.
- Diener, E (1984) Subjective well-being. Psychological Bulletin.
- Linang, J (1985) A Structural Integration of the affect balance scale and the life satisfaction index A. Journal of Gerontology.
- Engel, J.F. Blackwell, R.D. & Miniard, P.W (1986) Consumer behavior 5th ed. New York : The Dryden Press.
- Cannon, C, L (1998) Occupational stress indicator Windsor NFER.
- Lazarus, R, S (1984) Stress, appraisal and coping New York Springer.

Selye, H (1976) *The Stress of Life*, N,Y : Mc Graw-Hill

Selye, H (1974) *Stress without distress*. Bergenfield, NJ:The New American Library, Inc.

D.Wilson, E. Berardesca and H.I. Maibach. In vitro transepidermal water loss: differences between black and white human skin. *Br. J. Dermatol*, vol. 119.

## ABSTRACT

### Research on nail management and psychological euphoria

Im, wan hee

Department of Convergence Beauty  
Skincare and Coordination Major  
Graduate School of Convergence  
Beauty of Sungshin University

In modern society, as economic growth and industrial development are gradually specialized and the level of income is improved, the quality of life has improved, making people's lives more enriched. However, it is also true that the environment is becoming more and more complicated and that it is unable to escape stress due to various causes. Nail care has changed from a simple beauty service concept to a customer need for quality of life and a concept of service, and the nail market is becoming more and more popular, and is recognized as a field that meets popular and healthy beauty.

The purpose of this study is to understand how nail care affects women's psychological well-being, to investigate the factors of nail care behavior and nail care pursuit benefits, and to understand how they affect psychological well-being and stress. In order to proceed with the study, we collected data on questionnaire-response methods for people in their 20s and over who have had nail experience for about a month and a half, and finally analyzed a total of 214 copies.

First, as a result of factor analysis of women's nail care behavior, factor 1 was the social image making behavior, factor 2 was personal satisfaction

behavior, and factor 3 was the minimum management behavior based on aesthetic value, which was the increase in social advancement. Recognized as a social woman, it is interpreted as doing nail care to increase her value and female attractiveness.

Second, as a result of analyzing the benefits of nail care in women, Factor 1 is the desire to value the person's value by pursuing social image formation and the ability to pursue competence, attractiveness, dignity, and beauty as a woman. The psychological self-satisfaction pursuit is interpreted as a desire to feel neat, refreshed, invest for me, and relieve stress as a feeling after nail care.

Third, as a result of the effect of nail care pursuit benefits according to the general characteristics of the age group, the 20s and 30s showed a significant difference in pursuing social image satisfaction. The psychological self-satisfaction pursuit showed statistically significantly higher levels of self-satisfaction pursuit than those in their 20s and 30s, compared to those in their 20s and 30s, unlike those in their 20s seeking social image satisfaction.

Fourth, the stress of customers using nail care was considered as a characteristic and classified into high and low groups, and differences in nail care behaviors, differences in nail care pursuit benefits, and differences in psychological well-being were examined according to the stress level. As a result, the nail management behavior factor, which showed statistically significant differences according to the stress level, was revealed as personal satisfaction behavior. Among the nail management behaviors, the behavior related to stress relief is personal satisfaction behavior, and two other behaviors. It can be seen that human social image making and minimal management behavior have no statistically significant relationship with stress levels. The nail management pursuit benefits, which showed statistically significant differences according to the stress level, showed significant differences in both social image satisfaction and psychological self-satisfaction.

Fifth, as a result of the effect of nail management behavior and the

benefits of seeking nail management on psychological well-being, as a factor of nail management behavior on psychological well-being, social image making behavior enters the stage and nail management has a significant effect on psychological happiness. As a factor of the pursuit benefit, both social image satisfaction pursuit and psychological self-satisfaction pursuit entered the stage, and the results were significant.

This study has reviewed and examined the effects of women's nail care behaviors and nail care pursuits and the effects of the above on stress and psychological well-being. In order to meet the needs of customers, we intend to help in the use of customized marketing materials and consumer information.

<설문지>

안녕하십니까?

본 설문은 20~50대이상 여성들에게 네일 관리 행동이 심리변화에 미치는 영향 연구에 자료를 얻고자 작성된 설문지입니다. 설문 응답에 대한 내용과 개인적인 정보는 오직 연구를 위해서만 사용할 것을 약속드립니다.

본 연구에 도움이 될 수 있도록 한 문항도 빠짐없이 정확하게 기입하여 주시길 부탁드립니다.

여러분의 귀중한 시간을 내어주셔서 감사합니다.

2019년 10월

성신여자대학교 뷰티융합대학원 피부전공 석사과정

연구자 : 임 완 희 (010-9376-0224)

지도 교수 : 양 수 진

<인구통계학적 특성>

귀하의 연령대는 어떻게 되십니까?

- ①20대      ②30대      ③40대      ④50대      ⑤50대이상

귀하의 결혼여부 어떻게 되십니까?

- ①기혼    ②미혼

귀하의 직업은 무엇입니까?

- ①학생    ②주부    ③영업직    ④사무직    ⑤서비스직    ⑥자영업    ⑦전문  
⑧무직    ⑨기타

귀하의 최종학력은 무엇입니까?

- ①고등졸업 이하    ②대학교 재학    ③전문대 졸업    ④4년제 졸업  
⑤4년제 졸업 이상

가계의 월평균 수입은 어느 정도입니까?

- ①100만원 미만    ②100~200만원 미만    ③200~300만원 미만  
④300~400만원 미만    ⑤400~500만원 미만    ⑥500만원 이상

귀하의 외모에 대한 관심도는 얼마큼입니까?



①네일 전문샵 ②숍인숍 ③1인 시술샵 ④백화점 내 ⑤기타

\*숍인숍 : 매장 안에 네일숍이 있는 형태

Ex ) 피부샵 안에 네일샵, 미용실안에 네일샵 등

귀하가 네일 샵 선택 시 가장 중요하게 생각되는 기준은 무엇입니까?

- ①전문적인 기술 ②친절한 서비스 ③샵 위치 ④사용하는 제품의 품질  
⑤시술 가격 ⑥샵 시설 및 위생환경 ⑦아트 스타일 ⑧주인과의 관계 ⑨기타

귀하에게 네일 샵의 선택 시 정보처가 되는 요인은 무엇입니까?

- ①인터넷(블로그, SNS 등) ②친구 ③가족 ④직장동료 ⑤연예인 ⑥기타

네일관리를 하는 계절은 언제라고 생각되십니까?(모두 고르시오)

- ①봄 ②여름 ③가을 ④겨울 ⑤계절에 상관없다.

귀하가 선호하는 손톱의 모양은 무엇입니까? (모두 고르시오)

- ①스퀘어(네모 모양) ②스퀘어 라운드(모서리가 둥근 네모 모양)  
③라운드(둥근모양) ④오벌(라운드보다 뾰족한모양) ⑤포인트(뾰족한 모양)

귀하가 네일관리 시 주로 받는 관리서비스는 무엇입니까?

- ①케어 ②케어+젤제거 ③케어+풀 컬러링 ④케어+아트시술

다음은 네일 관리 행동에 대한 질문입니다.

각 질문 마다 귀하의 생각과 일치하는 번호에 표시해 주시기 바랍니다.

순번	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	네일 관리에 대한 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤
2	네일 관리를 받으면 스트레스가 해소되어 기분이 좋다.	①	②	③	④	⑤
3	여성적 매력을 더하기 위해 네일 관리를 받는다.	①	②	③	④	⑤
4	네이 관리를 통해 손톱 형태의 결점을 보완한다.	①	②	③	④	⑤
5	네일 관리 행동 후 손에 대한 자신감을 갖게 되었다.	①	②	③	④	⑤
6	.네일 관리 행동을 통해서 나의 이미지를 개성적으로 보이게 한다.	①	②	③	④	⑤
7	네일 관리 디자인을 직접 찾아서 선택한다.	①	②	③	④	⑤
8	네일 관리 시 선호하는 컬러는 튀는 색상이다.	①	②	③	④	⑤
9	네일 관리 시 컬러보다 아트시술에 중점을 둔다.	①	②	③	④	⑤
10	네일 관리 시 다른 사람에게 좋은 이미지를 준다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
11	네일 관리를 통해 나의 미적 감각을 보여줌으로 나의 가치를 향상시킨다.	①	②	③	④	⑤
12	네일 관리 시 자신감이 있는 사회적 여성으로 인정 받는다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
13	네일 관리 시 선호하는 디자인이 있다.	①	②	③	④	⑤
14	최신 유행하는 디자인, 아트 등의 네일 관리를 하면 감각 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

다음은 네일 관리 추구혜택에 대한 질문입니다.

각 질문마다 귀하의 생각과 일치하는 번호에 표시해 주시기 바랍니다.

순번	문항	전혀 그렇지 않다	그렇 지 않다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
1	네일 관리가 나를 위한 투자라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2	네일 관리를 받는 사람은 아름답게 보인다.	①	②	③	④	⑤
3	네일 관리는 매력적으로 보인다.	①	②	③	④	⑤
4	네일 관리를 받으면 깔끔한 기분이 든다.	①	②	③	④	⑤
5	네일 관리를 하면 손톱, 발톱에 대한 콤플렉스를 많이 해소할 수 있을 것이다.	①	②	③	④	⑤
6	네일 관리를 통해 변화된 모습은 나의 가치를 높여줄 것이다.	①	②	③	④	⑤
7	네일 관리를 받으면 좀 더 여성적으로 보인다.	①	②	③	④	⑤
8	네일 관리를 받으면 삶의 활력소가 된다.	①	②	③	④	⑤
9	네일 관리는 내 이미지를 새롭게 만들어 줄 수 있다.	①	②	③	④	⑤
10	네일 관리 후 매사에 의욕이 생긴다.	①	②	③	④	⑤
11	네일 관리를 하면 내자신이 좀 더 능력 있어 보인다.	①	②	③	④	⑤
12	네일 관리는 나의 가치를 보여줄 수 있는 중요한 수단이다.	①	②	③	④	⑤
13	네일 관리를 하면 적극적으로 행동하게 된다.	①	②	③	④	⑤
14	네일 관리를 통해 좋아진 모습을 보면 스트레스가 해소될 것이다.	①	②	③	④	⑤
15	네일 관리 후 표정이 밝아진다.	①	②	③	④	⑤
16	네일 관리를 통해 좋아진 내자신을 보면 자신감이 생길 것 같다.	①	②	③	④	⑤
17	네일 관리를 하면 자기만족감이 생길 것 같다.	①	②	③	④	⑤
18	네일 관리를 받으면 기분전환이 된다.	①	②	③	④	⑤
19	네일 관리 후 나이보다 젊어보인다.	①	②	③	④	⑤
20	네일 관리를 하면 품위를 지킬 수 있을 것이다.	①	②	③	④	⑤

다음은 스트레스 수준의 대한 문항입니다.

각 질문마다 귀하의 생각과 일치하는 번호에 표시해 주시기 바랍니다.

순번	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	최근 한달동안 정신적, 육체적으로 감당하기 힘든 어려움이 있었다고 느낀 적이 있습니까?	①	②	③	④	⑤
2	최근 한달 동안 자신의 생활 표준에 따라 살아가려고 애쓰다가 좌절을 느낀 적이 있다.	①	②	③	④	⑤
3	최근 한달 동안 한 인간으로서 기본적인 욕구가 충족되지 않았다고 느낀 적이 있다.	①	②	③	④	⑤
4	최근 한달 동안 미래에 대해 불확실하게 느껴지거나 불안해 한 적이 있다.	①	②	③	④	⑤
5	최근 한달 동안 할 일들이 너무 많아서 정말 중요한 일들을 잊은 적이 있다.	①	②	③	④	⑤

다음은 심리적 행복감에 대한 질문입니다.

각 질문마다 귀하의 생각과 일치하는 번호에 표시해 주시기 바랍니다.

순번	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 매사에 자신감이 있다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 사람을 만나는 것이 즐겁다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 항상 모든일에 성공감을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 모든 활동에서 성취감을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 모든 이례서 편안함을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 항상 유능하다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 모든 일에서 강한 쾌감을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 실제로 살아있다는 감정을 절실히 느낀다.	①	②	③	④	⑤
9	나는 지금 가장 행복하다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
10	나는 항상 활력이 넘치는 생활을 한다.	①	②	③	④	⑤
11	나는 어떤 모임이건 항상 참여의식이 높다.	①	②	③	④	⑤
12	나는 주변과 항상 화목하며 살아간다.	①	②	③	④	⑤
13	나는 항상 진실 되게 살아간다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
14	나는 모든 일에 항상 명확한 목표를 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
15	나는 어려움이 있을 때에도 지속적으로 노력한다.	①	②	③	④	⑤