



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](#)

한 지 수 교수지도  
석사학위 청구논문

퍼스널 컬러 인식이 네일컬러 선정 및  
네일컬러 만족도에 미치는 영향

2019

성신여자대학교 뷰티융합대학원  
뷰티융합학과 특수분장.메이크업전공  
이 지 혜

퍼스널 컬러 인식이 네일컬러 선정 및  
네일컬러 만족도에 미치는 영향

한 지 수 교수지도

이 논문을 석사학위 논문으로 제출함

2019년 5월

성신여자대학교 뷰티융합대학원  
뷰티융합학과 특수분장.메이크업전공  
이 지 혜

# 인 준 서

이지혜의 석사학위 논문으로 인준함

2019년 5월

심사위원장\_\_\_\_\_ (인)

심사위원\_\_\_\_\_ (인)

심사위원\_\_\_\_\_ (인)

성신여자대학교 뷰티융합대학원

## 논문개요

현대 사회에서 개인에게 어울리는 퍼스널 컬러의 분석은 개개인에게 자존감을 높여주고, 경쟁력을 갖추게 하며 미적 부분까지 향상시켜 다양한 마케팅 등에서도 활용되고 있다. 네일 시장의 규모 또한 함께 증가하기 시작하였으며, 감성의 시대에 컬러(color)가 중요해 짐에 따라 네일 관리에서도 자신의 퍼스널 컬러에 맞게 네일 컬러 선택을 하고 이를 통해 개성을 돋보이게 하는 네일컬러 선정이 중요해지고 있다. 무엇보다 개인을 표현하고 드러내며, 자신의 아름다움을 표출하기 위한 여러 뷰티 산업에서 네일 아트는 특히 컬러의 중요성이 강조되어, 퍼스널 컬러에 대한 인식 및 이를 활용하고 전략적으로 사용할 수 있는 마케팅이 필요하다.

이에 본 연구는 색에 대한 관심과 이를 통해 자신을 표현하는 현대 사회에서 개인의 퍼스널컬러 인식과 네일컬러 선정, 네일컬러 만족도에 미치는 영향과 이들의 상관관계를 알아보기 위해 진행되었다. 분석한 결과를 바탕으로 네일샵의 활용 만족도 및 네일샵을 이용하는 고객들의 고객만족도를 높이고, 퍼스널 컬러와 네일 컬러 선정 및 고객 만족도 간의 상관성을 밝혀 퍼스널 컬러를 적극적으로 활용할 수 있게, 네일 샵에서의 마케팅 전략에 도움을 주고 소비자의 네일 컬러 만족도를 높이고자 하는 것에 연구 의의가 있다.

본 연구는 네일시술을 주로 받는 20대 여성 284명을 대상으로 설문을 실시하였으며, 분석방법은 SPSS 22.0 프로그램을 이용하여 빈도분석, Pearson 상관관계 분석, 다중회귀분석, 3단계 위계적 회귀분석을 실시하였다. 본 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 연구대상자들의 일반적 배경에 따른 퍼스널 컬러 인식, 네일 컬러 선정, 네일 컬러 만족도는 연령, 직업, 최종학력, 월 평균 수입, 월 평균 외

모투자비용에 따라 유의미한 차이가 있었다.

둘째, 연구대상자들의 네일 시술에 따라 퍼스널 컬러 인식, 네일 컬러 선정, 네일 컬러 만족도는 월 네일관련 사용금액, 전문샵시술관리 만족도, 전문샵 시술서비스 만족도, 전문샵 시술 가격 만족도에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

셋째, 상관관계 결과 퍼스널 컬러인식, 네일컬러선정, 네일컬러 만족도 간에  $p<.001$  유의수준에서 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다.

넷째, 연구결과, 퍼스널 컬러 인식은 네일 컬러 선정에 34.7% 영향력을 가지며, 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 퍼스널컬러에 대한 인식은 네일컬러 선정에 영향을 미칠 수 있으므로 네일 컬러 선정 시 퍼스널 컬러의 진단이 필요하며 퍼스널 컬러인식을 높일 수 있는 방안을 모색해야 함을 시사한다. 또한 퍼스널컬러인식이 네일컬러 만족도에 미치는 영향을 살펴본 결과는 29.1%의 설명력을 갖는 것으로 나타났으며 퍼스널 컬러에 대한 인식은 네일컬러 만족도에 영향을 미치는 요인으로 작용함을 알 수 있다.

다섯째, 퍼스널 컬러인식과 네일컬러 만족도의 관계에서 네일컬러 선정의 매개효과 분석에서는 네일컬러 선정의 매개효과가 검증되어, 네일컬러 선정이 퍼스널 컬러인식과 네일컬러 만족도를 매개하는 것으로 나타났다.

본 연구는 퍼스널컬러 인식, 네일컬러 선정, 네일컬러 만족도에 대해 알아보고 퍼스널컬러 인식과 네일컬러 만족도의 관계에서 네일컬러 선정의 매개효과를 검증하였다. 이러한 연구결과를 통해 네일 미용 산업에서 퍼스널 컬러를 활용한 다양한 전략 및 컬러 시술이 늘어나 고객의 만족도를 높이고, 네일 산업 전체에 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것이라 사료된다.

# 목 차

## 논문 개요

<b>I. 서론</b> .....	<b>1</b>
1. 연구의 필요성 및 목적 .....	1
2. 연구문제 .....	3
<b>II. 이론적 배경</b> .....	<b>4</b>
1. 퍼스널컬러 .....	4
2. 네일아트 .....	17
3. 고객만족도 .....	31
<b>III. 연구방법</b> .....	<b>35</b>
1. 연구대상 및 절차 .....	35
2. 조사도구 .....	35
3. 조사도구의 타당도와 신뢰도 .....	37
4. 자료처리 .....	44
<b>IV. 연구결과 및 해석</b> .....	<b>45</b>
1. 연구대상자의 일반적 특성 .....	45
2. 연구대상자의 일반적 네일시술 .....	46
3. 연구대상자의 일반적 배경에 따른 변인의 차이 .....	48

4. 연구대상자의 일반적 네일시술에 따른 변인의 차이 .....	54
5. 퍼스널 컬러인식, 네일컬러선정, 네일컬러 만족도 간의 상관관계 연구 .....	62
6. 퍼스널 컬러인식이 네일컬러선정에 미치는 영향 .....	63
7. 퍼스널 컬러인식이 네일컬러 만족도에 미치는 영향 .....	65
8. 퍼스널 컬러인식과 네일컬러 만족도에 따른 관계에서 네일컬러 선정 매개효과 분석 .....	66
<b>V. 결론 및 제언 .....</b>	<b>68</b>
1. 결론 .....	68
2. 제언 및 한계점 .....	70

## 참고문헌

## 설문지

## ABSTRACT

## 표 목 차

<표 1> 색체계에 따른 눈동자와 머리카락색 특징 .....	8
<표 2> 드레이핑에서 색의 3요소 .....	13
<표 3> 드레이핑에서 얼굴형태 .....	14
<표 4> 설문지 구성내용 및 문항 수 .....	36
<표 5> 퍼스널 컬러인식의 요인분석 .....	40
<표 6> 네일컬러 선정의 요인분석 .....	41
<표 7> 네일컬러 만족도의 요인분석 .....	43
<표 8> 연구대상자의 일반적 특성 .....	45
<표 9> 연구대상자의 일반적 네일시술 .....	47
<표 10> 일반적 배경에 따른 퍼스널 컬러인식의 차이 .....	49
<표 11> 일반적 배경에 따른 네일컬러 선정의 차이 .....	51
<표 12> 일반적 배경에 따른 네일컬러 만족도의 차이 .....	52
<표 13> 일반적 네일시술에 따른 퍼스널 컬러인식의 차이 .....	55
<표 14> 일반적 네일시술에 따른 네일컬러 선정의 차이 .....	58
<표 15> 일반적 네일시술에 따른 네일컬러 만족도의 차이 .....	61
<표 16> 퍼스널 컬러인식, 네일컬러선정, 네일컬러 만족 간의 상관관계 .....	63
<표 17> 퍼스널 컬러인식이 네일컬러 선정에 미치는 영향 .....	64
<표 18> 퍼스널 컬러인식이 네일컬러 선정에 미치는 영향 .....	64
<표 19> 퍼스널 컬러인식이 네일컬러 만족도에 미치는 영향 .....	65
<표 20> 퍼스널 컬러인식이 네일컬러 만족도에 미치는 영향 .....	66
<표 21> 퍼스널 컬러인식과 네일컬러 만족도 관계에서 네일컬러 선정의 매개효과 .....	67

# I. 서론

## 1. 연구의 필요성 및 목적

색은 우리 삶의 모든 환경에서 접할 수 있으며, 인간이 존재하였던 오래 전부터 색은 다양한 기능을 가졌고, 우리의 삶 전반에 밀접한 연관성을 가진 것으로 이해할 수 있다. 색은, 인간의 회로애락(喜怒哀樂)을 표현하며, 장식과 보호의 개념에서 출발하였다.<sup>1)</sup> 현대에 와서는 색으로 자신의 개성을 표현하게 되었는데, 특히 색 중에서 개인이 갖고 있는 신체 고유의 색을 퍼스널 컬러(personalcolor)라 하고, 개인에게 어울리는 퍼스널 컬러의 분석은 색상 분석(color analysis), 스킨 톤 컬러 매칭(skin tone color matching), 계절 색(seasonalcolor)이라고도 한다.<sup>2)</sup> 퍼스널 컬러는 감성 이미지 시대에 미적 욕구를 충족시켜 개인의 경쟁력을 향상시키고, 기업의 제품 마케팅에서는 피부색과 어울리는 색이 오래 유행하고, 판매가 잘 된다는 보고가 있을 정도로 활용성이 높아지고 있다.<sup>3)</sup>

네일 시장의 규모는 네일숍을 찾거나 셀프 네일을 즐기는 소비자들이 늘어나면서 함께 증가하기 시작하였으며, 뷰티업계에서 네일 관리 시장은 연간 3000억원 규모의 시장을 형성하고 있어 서비스 분야까지 포함하면 1조원에 이를 것으로 추정하고 있다.<sup>4)</sup> 특히 감성의 시대에 컬러(color)가 중요해짐에 따라 네일 관리에서도 네일 컬러 선택이 자신의 퍼스널 컬러(personal color)에 맞는 개성을 돋보이게 하기 위하여 네일 컬러 선정이 중요해지고 있다.

- 
- 1) 노초롱(2017). 퍼스널 컬러에 대한 인식이 네일 컬러 선정에 미치는 영향, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문, p.1.
  - 2) 김효진(2017). 퍼스널컬러, p.15.
  - 3) 최민령(2014). 퍼스널 컬러의 메이크업 적용 효과에 대한 일반인 집단과 뷰티 전문가 집단의 인식 조사, 원광대학교 일반대학원 박사학위논문, p.1.
  - 4) 이슬 (2015). Fasion Insight, 출처 : <http://www.fi.co.kr/main/view.asp?SectionStr=Market&idx=50702&NewsDate=2015-05-18>

개인의 취향 및 필요성에 따른 다양한 네일케어 시술이 늘어나고 있지만 실제 컬러에 대한 인식과 퍼스널 컬러에 맞춘 네일컬러 선정 및 만족도와 실태조사에 대한 분석이 필요하다. 따라서 퍼스널 컬러를 적용한 네일컬러와 관련된 연구는 미비한 상황이므로 이에 관한 연구가 필요하다.

퍼스널 컬러와 네일컬러에 관한 선행연구를 살펴보면, 유선진(2006)<sup>5)</sup>은 네일아트에 네일컬러 선택에 있어 한국 여성의 색채 인지도와, 네일에 대한 인지도, 퍼스널 컬러에 대한 인지도 및 퍼스널 컬러 시스템에 의한 피부 유형별 네일 컬러 만족도를 조사하였다. 홍다검(2015)<sup>6)</sup>은 한국인의 손 피부색 정량화에 따라, 네일 컬러 선택의 제안을 목적으로 한국인의 손 피부색에 대해 데이터를 수집하고 측정된 수치의 정량적 분석을 통하여 대표 피부톤의 유형을 분류하였다. 이현원(2017)<sup>7)</sup>은 퍼스널 네일 컬러와 네일 컬러링 일치 여부가 신체 이미지 변화 인지 및 만족도에 영향을 미치는가를 알아보았다. 연구결과 퍼스널 컬러에 대한 인식 및 정보는 네일을 하는 대상자에게 긍정적인 영향을 미치며 만족도 또한 높이는 것으로 추측할 수 있었지만, 이와 관련된 연구는 현재 매우 부족한 실정으로 나타났다. 본 연구에서는 퍼스널 컬러 시스템에 관한 연구 혹은 퍼스널 컬러와 네일컬러와의 일치성, 그리고 더 나아가 퍼스널 컬러 자체에 대한 인식과 그에 따른 네일 컬러 선정과 만족도를 분석한다는 점에서 선행연구와 차별점을 가진다.

따라서 본 연구에서는 개인이 지닌 퍼스널 컬러 인식이 네일컬러 선정 및 네일컬러 만족도에 미치는 영향에 대해 연구하고자 하였다.

---

5) 유선진(2006). 퍼스널컬러 시스템에 따른 네일 컬러에 관한 연구, 용인대학교 경영대학원 석사학위논문. pp.58-59.

6) 홍다검(2015). 한국인 손 피부색 정량분석에 따른 네일컬러 가이드북 개발연구, 영산대학교 대학원 박사학위논문. p.1.

7) 이현원(2017). 퍼스널 네일 컬러 진단에 따른 네일 컬러링 일치도가 신체 이미지 변화인지와 네일 컬러링 만족도에 미치는 영향. 상명대학교 예술디자인대학원 석사학위논문. p.1.

## 2. 연구문제

본 연구에서는 20대 여성 소비자들의 네일컬러에 대한 인식 및 선정기준과 만족도에 대해 알아보기 위해 설문조사를 실시하고자 한다. 기존의 연구에서는 이러한 네일컬러의 선정기준과 만족도 조사에서 퍼스널 컬러를 적용한 연구가 매우 드물다. 따라서 퍼스널 컬러 인식과 네일 컬러 시술 후 만족도를 확인하는 본 연구가 기존 연구와 차별성이 있을 것으로 보인다. 개성과 아름다움을 표현하고 나타내는 네일시술에서 특히 퍼스널 컬러의 활용은 소비자 및 네일샵 운영의 측면에서도 중요하다. 그러므로 네일컬러 인식 및 퍼스널 컬러인식, 네일컬러 선정 기준과 만족도 결과를 통해 네일숍에서 퍼스널 컬러를 활용한 네일컬러 만족도의 기초자료로 본 연구결과를 제시하고자 한다.

본 연구의 문제는 아래와 같다.

연구문제 1. 연구대상자들의 일반적 배경에 따른 퍼스널 컬러 인식, 네일 컬러 선정, 네일 컬러 만족도의 차이를 알아본다.

연구문제 2. 연구대상자들의 네일 시술에 따른 퍼스널 컬러 인식, 네일컬러 선정, 네일컬러 만족도의 차이를 제시한다.

연구문제 3. 퍼스널 컬러 인식, 네일컬러선정, 네일컬러 만족도 간의 상관관계를 알아본다.

연구문제 4. 연구대상자들의 퍼스널 컬러 인식이 네일 시술 시 네일컬러 선정과 만족도에 미치는 영향관계를 제시한다.

연구문제 5. 네일컬러 선정은 퍼스널 컬러인식과 네일컬러 만족도의 관계에서 매개역할을 알아본다.

## II. 이론적 배경

### 1. 퍼스널 컬러

#### 1) 퍼스널 컬러의 개념 및 이론

퍼스널 컬러(personal color)란 태어나면서부터 타고나는 자기 자신만의 색을 뜻하는데, 이는 피부색과 머리카락색 등에 의해 결정되며, 자신의 피부색에 따라 어울리는 색은 자신만의 개성을 만든다<sup>8)</sup>. 퍼스널 컬러를 통한 이미지 연출은 실용색채조화이론의 색채의 조화와 부조화의 원리를 기초로 두고 있다. 이 이론을 기초로 모든 색을 사계절 유형(four seasonal coloring type)으로 구분하는데, 자연의 사계절 색과 사람의 신체색상이 서로 연결되어져 있다고 설명하고 있다.<sup>9)</sup> 퍼스널 컬러는 스타일을 포함하며, 자신만의 컬러에 따른 최상의 스타일을 연출하게 한다. 이러한 퍼스널 컬러는 개인 스타일 뿐만 아니라 인테리어에도 적용되며, 기업 및 CI(Corporate Identity), BI(Brand identity)에도 쓸 수 있다. 이는 퍼스널 컬러가 감성 컬러 시스템에 근원을 두고 있어서이며, 마케팅 등에도 활용 가능해서 이다.<sup>10)</sup> 요약하자면, 퍼스널 컬러 시스템(PCS : Personal Color System)은 퍼스널 컬러 이론을 바탕으로 사계절 컬러를 분석하고 개인이 가지고 있는 고유의 색을 진단하는 방법으로 자신에게 가장 어울리는 색을 찾고 이를 통해 조화로운 이미지를 만들어내는 것이다.

신체고유색과 조화가 되는 컬러를 적용하게 되면 그 사람의 피부 톤의 변화가 긍정적으로 변하게 되면서 얼굴의 요철, 여드름, 다크 서클(dark circl

8) 박효원 외(2017). 뷰티색태학, 서울: 성안당, p.82.

9) 김희선 외(2009). 색채디자인, 서울: 광문각.

10) 김효진(2017). 퍼스널컬러, p.15.

e), 팔자주름의 강도가 도드라져 보이지 않게 되는 현상 즉, 완화되 보이는 현상을 즉각적으로 경험하게 된다. 얼굴 또한 또렷한 인상으로 변화하여 사람들에게 호감을 줄 수 있다.<sup>11)</sup> 오랜 세월 미인에 대한 기준은 각 시대에 따라 요구하는 바가 다르고 사회문화적 분위기에 따라 변화해왔는데, 퍼스널 컬러 시스템의 경우 피부 톤을 맑아보이게 하고 무엇보다 건강한 이미지를 통해 사람들에게 좋은 이미지를 주는 것이 장점이라 볼 수 있다.<sup>12)</sup>

퍼스널 컬러 시스템은 괴테의 색채론에서 시작되는데, 1810년 괴테는 빛과 어둠의 기본색이 황색과 청색임을 발견하며 이 이론이 시작되었다.<sup>13)</sup> 괴테는 빛과 어둠, 열기와 냉기 같은 대립적인 속성이 색채에도 있다고 보았으며, 이것이 곧 청색과 황색 즉 차가운 색과 따뜻한 색으로 대비된다고 보았다.<sup>14)</sup>

퍼스널 컬러에 대한 이론은 독일의 요하네스 이텐(Johannes Itten)이 사회적 타입으로 사람에게 비유하여 이론을 정립하였다. 요하네스 이텐(Johannes Itten)은 퍼스널 컬러를 봄·여름·가을·겨울의 계절 색으로 구분하였는데, 봄은 자연의 밝은 색으로 표현되고 여름은 활기 넘치는 색으로 표현되며 가을은 깊은 색조로 갈색과 보라색이 주 색상이며 겨울은 대지의 힘의 수축적 작용에 의한 수동적 모습의 상징이라고 구분하였다. 요하네스 이텐이 정립한 이론은 곧 인간의 신체적 특징과 자연의 색이 조화로우며, 이것이 퍼스널 컬러를 정립하는 기초가 되어 그의 이론이 퍼스널 컬러를 정립하는데 중요하다라는 평가를 받고 있다.<sup>15)</sup>

퍼스널 컬러 시스템에서 어울리는 색의 개념은 일반적으로 색채학에서 다

---

11) 이은영, 박길순(2012). 여대생의 퍼스널컬러 시스템 유형에 따른 얼굴색 분석. 복식문화학회, 20(2), p.145.

12) 김영인 외(2009). 패션의 색채언어, 파주: 교문사, p.4.

13) 장희창 역(2003), Goethe, J.W 저, 색채론, 서울: 믿음사, pp.12-41.

14) SuzyChiazarri, 진현중 역.(2002). Color, 전원문화사, 2002, p.29.

15) 정세연(2015). 정서지능이론을 기반으로 한 아동 퍼스널컬러의 정서반응 효과. 홍익대학교 박사학위논문, p.22-23.

루고 있는 난색과 한색 그리고 중성색의 개념과는 차이가 있는데, 예를 들어 난색에 해당되는 빨강색 계열의 색상에서도 심리적으로 다른 온도감을 느낄 수 있다는 것이다.<sup>16)</sup> 색상환을 기준으로 살펴보면 노란색 방향에 가까이 있는 빨강은 노란색을 포함하고 있는 빨강이어서 따뜻한 느낌의 토마토 빨강과 파란색 방향에 가까이 있는 빨강은 파랑색을 포함하고 있는 빨강이어서 차가운 느낌이 나는 와인의 빛깔과 같은 진한 빨강인 와인 빨강으로 분류 할 수 있다.<sup>17)</sup> 이렇게 퍼스널 컬러 시스템에서 분류되는 컬러의 기본 개념은 ‘따뜻한 색’과 ‘차가운 색’이다. 이 때는 ‘심리적 온도감’을 기본으로 하면서 상대적 온도감을 느낄 수 있는 색으로 분류 할 수 있다.<sup>18)</sup> 난색의 빨강에도 상대적 온도감으로 따뜻한 느낌의 빨강색과 차가운 느낌의 빨강색으로 분류 할 수 있으며, 사람의 신체고유색 유형에 따라서 어울리는 빨강색이 다르다는 것을 의미한다.<sup>19)</sup> 이것은 미국의 저명한 컬러리스트인 파버 비렌(Faber Birren, 1900-1988)의 이론과도 유사한데, 비렌은 색을 한색계와 난색계로 분류하는 방법을 새롭게 제안 하였다. 일반적인 색채학 이론인 빨강은 난색계, 파랑은 한색계라고 분류 하는 것이 아니라, 빨강에서도 난색계의 빨강과 한색계의 빨강으로 분류되고, 파랑에서도 한색계의 파랑과 난색계의 파랑으로 분류된다는 이론이다.<sup>20)</sup>

16) 한상운 (2010). 60세 이상 여성의 피부색과 퍼스널컬러에 대한 연구. 홍익대학교 석사학위논문.

17) 윤혜림 (2005). 컬러리스트종합이론, 서울: 국제, pp.181-182.

18) 박화순 (2001). 대학생들의 피부색과 머리카락색에 따른 개인색채 유형 분류. 한국의류학회지, 25(3), p.523.

19) 우수진, 김용숙 (2011), 퍼스널컬러 인식에 따른 색조 화장품 구입 및 사용행동. 복식문화학회, 19(5), p.892.

20) 조주연 (2005), 패션 색채의 활용에 있어서 색채에 의한 이미지 배색 방법 연구. 연세대학교 박사학위 논문. pp.18-20.

## 2) 퍼스널 컬러 색체계

사람의 컬러는 피부색, 눈동자 테두리색, 머리카락색에 의해 결정되어진다. 피부색은 사람의 피부색을 결정하는 색소에 따라 워름(Warm)과 쿨(Cool)로 분류할 수 있다.<sup>21)</sup> 피부색을 결정하는 색소 중 멜라닌(Melanin)은 갈색을 띠고 헤모글로빈(Hemoglobin)은 빨간색, 케라틴(Keratin)은 노란색을 띤다<sup>22)</sup>. 이 중 케라틴 노란색이 따뜻한 색에 해당되며, 헤모글로빈 빨간색은 찬색에 해당된다. 얼굴에서 아이보리, 베이지 색을 띠는 피부를 워름(Warm)으로, 핑크베이지 색을 띠는 피부를 쿨(Cool)로 구분한다. 한국인의 경우 워름(Warm)보다 쿨(Cool)톤이 많은데 이는 색소 때문이다.

워름스킨(Warm Skin)은 케라틴 색소를 함유하고 있는 색을 말한다. 밝은 아이보리, 아이보리 베이지, 베이지, 황갈색 등이 있다.

쿨스킨(Cool Skin)은 헤모글로빈을 함유하고 있는 색을 말한다. 핑크베이지, 희면서 붉은빛, 어두운 붉은빛 색 등이 있다.

눈동자 색은 홍채의 멜라닌 색소양과 색소의 분포도로 결정되는데, 말라닌 양이 많은 동양인은 홍채의 테두리를 보는 것이 적당하다.

머리카락색은 유멜라닌(Eumelanin)과 페오멜라닌(PheoMelanin)의 색소 결합에 의해 결정된다. 워름헤어(Warm Hair)는 유멜라닌의 색소 영향을 받아 갈색빛을 띠고 있다. 워름헤어로는 밝은 갈색, 어두운 갈색 등이 있다. 쿨헤어(Cool Hair)는 페오멜라닌 색소의 영향을 받아, 붉은 갈색빛을 띠고 있다<sup>23)</sup>. 쿨헤어로는 붉은 갈색, 회색, 검정색 등이 있다. 색체계에 따른 눈동자와 머리카락색 특징에 대한 설명은 다음 <표 1>과 같다.

---

21) 김민경(2017). 김민경의 색채활용, 서울: YELIM, p.105.

22) 김민경. 앞의 책, p.106.

23) 김민경. 앞의 책, p.107.

<표 1> 색체계에 따른 눈동자와 머리카락색 특징

유형	피부색특징	머리카락 및 눈동자색특징	머리카락 및 눈동자 색	
웜 아이 씨클 (Warm Eye Circle)	봄 라이트.크라이 트 (Light/Bright)	밝고 화사하며 투명한 핑크톤 이보리 빛을 지 니며 볼 부분이 연 산호 빛을 지 닌 타입	밝은 갈색 톤의 황갈색이나 빛을 지닌 검정 색의 흑갈색	옐로우 브라운 (yellow brown) 골든 브라운 (golden brown) 코랄 브라운 (coral brown) 오렌지 브라운 (orange brown)
	가을 딥/뮤트 (Deep/Muted)	황가색 기미가 강하고 혈색이 없으며 멜라닌 색소가 많아 잡 티가 생기기 쉬 운 타입	붉은 갈색 빛을 지닌 적갈색 이 나 갈색 빛을 지 닌 흑갈색	레드 브라운 (red brown) 오번 (auburn) 골든 브라운 (golden brown) 블랙 브라운 (black brown)
쿨 아이 씨클 (Cool Eye Circle)	여름 라이트/뮤트 (Light/Muted)	붉은 색 기미를 보이며 핑크톤 혈색을 지녀 비 교적 밝은 피부 보다 중간색이나 어두운 피부가 많은 타입	비교적 밝은 회 색빛을 지닌 회 갈색이나 푸른 빛을 지닌 흑갈 색	로즈 브라운 (rose brown) 그레이 브라운 (gray brown) 와인 블랙 (wine black)
	겨울 딥/브라이트 (Deep/Bright)	하얗고 투명한 피부로 핑크톤의 혈색을 지니며 비교적 창백하고 푸른 빛을 지닌 타입	푸른 빛을 지닌 흑갈색이나 푸른 빛의 검정색	블루 블랙 (blue black) 다크 브라운 (dark brown) 그레이 브라운 (gray brown) 실버 그레이 (silver gray)
출처 : Carol Jackson(1987)의 연구와 김지은(2016)의 연구를 토대로 연구 자 재정리				

### 3) PCS(Personal color style) SYSTEM

PCS 시스템은 사계절 컬러에 근원을 두고 있는 퍼스널 컬러 시스템이다.<sup>24)</sup> PCS System에 근원을 두고 있는 사계절 컬러는 나무의 변화에 따라 그 색을 분류하였는데, 봄 타입은 연두빛의 새싹을 연상하듯 옐로우(Yellow)로 분류하고, 여름 타입은 강한 자외선 탓에 봄의 연두빛이 짙은 녹음의 초록으로 변해서 빛바랜 색인 블루 화이트 베이스(Blue+White Base)로 분류할 수 있다. 가을 타입은 강한 자외선과 바람으로 오색단풍의 화려한 색상으로 변해 골든 베이스(Golden Base)로 분류한다.<sup>25)</sup> 겨울 타입은 자연의 유채색이 없어 생명력을 더하는 블루 블랙 베이스(Blue+Black Base)로 분류한다. PCS는 봄, 여름, 가을, 겨울 4계절의 감성 색채로 활용되어 각기 그 색 표현이 가능하다.

#### (1) 봄

PCS 봄 컬러는 모든 컬러에 옐로우 베이스(Yellow base)를 포함하고 있어, 명도, 채도가 높다. 톤으로는 비비드(vivid), 라이트(light)한 성격을 띠고 있어 유사색, 유사톤의 리드미컬한 배색으로 경쾌하고 활동적이며, 밝고 명량한 느낌을 준다. <sup>26)</sup>

#### (2) 여름

PCS 여름 컬러는 모든 컬러에 블루 베이스(Blue base)와 화이트 베이스

---

24) 김용선, 김민기(2015). 뷰티컬러 트레이닝, 서울 : YELIM, p.83.

25) 김용선, 김민기(2015). 앞의 책, p.86.

26) 정연자, 신세영, 제나나, 윤지영(2017). 뷰티 앤 컬러, 서울 : 교문사, p.88.

(White base)를 포함하고 있어 명도는 높고, 채도는 낮다. 톤으로는 소프트 (soft), 플레이스(place)한 성격을 띄며, 부드럽고 은은하고 잔잔하다. 여름 색은 대체적으로 여성스럽고 차분한 느낌을 많이 지니고 있다. 27)

### (3) 가을

PCS 가을 컬러는 모든 컬러에 골든 베이스(Golden Base)를 포함하고 있어, 명도도 낮고, 채도도 낮다. 톤으로는 덜(Dull)하며, 차분하면서 웅장하고 고풍적이며, 우아한 느낌을 지니고 있다. 가을의 색은 풍성한 느낌이 가득해 럭셔리한 느낌까지도 표현한다. 28)

### (4) 겨울

PCS 겨울 컬러는 모든 컬러에 블루 베이스(Blue base)와 블랙 베이스(Black base)를 포함하고 있어, 명도가 낮고 채도가 높다. 톤으로는 비비드(vivid), 위티쉬(whitish), 다크(dark)가 주를 이뤄, 세련되고, 카리스마 넘치며, 시크하고, 섹시한 느낌을 지니고 있다. 29)

## 4) 퍼스널 컬러 진단방법

퍼스널 컬러를 결정하는 요인으로서 사람의 모발색, 피부색, 눈동자색들이 결정을 하며, 이러한 결정요인들은 다음과 같다.

---

27) 정연자 외(2017). 앞의 책, p.89.

28) 김용선, 김민기(2015). 앞의 책, p.88.

29) 김용선, 김민기(2015). 앞의 책, p.89.

### (1) 모발색

모발색은 다양한 색채를 가지고 있는데, 모발색을 구성하는 멜라닌은 그 종류와 밀도에 따라 모발색에 영향을 미치며 유멜라닌(Eumelanin)은 그 크기가 크고 색이 진해서 진한 갈색을 띄며 페오멜라닌(Pheomelanin)은 그 크기가 작고 붉은 색을 띤다.<sup>30)</sup> 동양인의 경우 대부분 유멜라닌의 밀도가 높은 붉은 모발을 가지고 있으며 일반적으로 한 사람의 모발색이라도 여러 가지 색으로 이루어져 있을 수 있다.<sup>31)</sup> 한국인의 경우 백인에 비해 모발색이 한정적이다. 퍼스널 컬러 분석에서 모발색은 원래 본인이 가진 자연스러운 색을 기준으로 하며, 진단법은 육안으로 분석하여 적용하는 것이다.

### (2) 피부색

피부색은 기저층의 멜라닌세포에서 만들어지는 갈색의 멜라닌(Melanin)과 지방과 표피세포에 있는 황색의 카로틴(Carotin) 그리고 혈관 속 붉은색의 헤모글로빈(Hemoglobin)에 의해 이루어진다.<sup>32)</sup> 만약 멜라닌 색소 성분이 피부에 많을 경우, 피부색이 어두워보이는 반면 그 위치가 기저층 밑 진피층에 존재하면 푸르게 보이며 기저층보다 위에 존재한다면 밝은 갈색으로 보이게 된다. 황색의 카로틴 색소는 유극층에 존재하며 피부를 노랗게 보이게 한다. 또한 붉은색의 헤모글로빈은 진피층의 혈관 속에 존재하며 산소가 충분히 공급된 상태에서는 선홍색을 띄다가 산소가 부족한 상태가 되면 창백한 빛을 띠게 된다.<sup>33)</sup> 피부색은 아주 흰 피부부터 검은 색에 이르기까지 다양하지만 일반적으로 백인은 대체로 표피가 얇어 혈액의 붉은 색이 잘 보여

30) 김용선, 김민기(2015). 뷰티컬러 트레이닝, 서울: YELIM, pp.85.

31) 천지연(2012). 『퍼스널 컬러 진단을 위한 한국 남성의 신체색 분석 : 비색법을 이용한 정량분석을 중심으로』. 박사학위논문, 원광대학교 일반대학원. p.9.

32) 김용선, 김민기(2015). 뷰티컬러 트레이닝, 서울: YELIM, pp.86-87.

33) 문완목(2005). 『20~30대 한국 여성의 베스트컬러에 관한 연구』. 석사학위 논문. 홍익대학교 산업대학원, 색채전공. p.15

붉은 기운이 강조되고 황색인종은 피부 색소 속에 유층에 포함된 케로틴 황 색소가 대체로 많아 노란 기운이 강조된다. 흑인의 경우 기저층의 멜라닌 색소가 많아 검게 보이게 된다.

### (3) 눈동자 색

눈동자색은 눈동자, 즉 홍채의 색을 의미한다. 멜라닌 색소의 종류에 따라 홍채의 색조는 변하는데 동양인인 우리나라 사람들은 홍채의 표층에 멜라닌 색소가 있어서 갈색이나 흑갈색으로 보이는 것이고, 서양인은 멜라닌 색소가 홍채의 심층에 있기 때문에 연한갈색, 초록색, 파란색, 회색으로 보이는 것이다.<sup>34)</sup> 혈관 속에 피가 투명하게 비치게 되면 홍채의 색이 보라색으로 보이고 색소가 완전히 결핍될 경우는 혈관 색으로 홍채색이 붉은색으로 보인다. 홍채는 색소의 양과 홍채 내에서의 색소의 위치, 혈관, 광학적 영향 등에 의해 다양한 색을 나타나게 한다.<sup>35)</sup>

눈동자 색은 전체 퍼스널 컬러에서 차지하는 비중이 매우 적으므로, 청색계, 녹색계 등 일반적으로 많은 사람들이 가진 눈동자 색이 아니라면 개인의 고유한 이미지에 많은 영향을 미치지 않는다.<sup>36)</sup> 또한 아시아계, 흑인, 라틴 아메리카의 사람들의 경우 대체로 갈색 계열이 많으므로, 이는 전체 이미지 및 퍼스널 컬러에 영향을 미치지 않는다.<sup>37)</sup>

퍼스널 컬러 진단 방법은 개개인이 가진 신체 고유의 색상인 피부색, 모발색, 눈동자 색을 분석하여 그 특성을 사계절 유형으로 분류하는 것이다.<sup>38)</sup>

34) 김민경(2017). 김민경의 색채활용, 서울: YELIM, p.105.

35) 김민경(2017). 김민경의 색채활용, 서울: YELIM, p.105.

36) 박화순(2000). 『대학생의 퍼스널 컬러 유형과 그에 따른 의복색 이미지평가』. 석사학위논문. 경북대학교 대학원. p.19.

37) 차호연(2011). 『국내·외 퍼스널컬러 진단시스템의 비교 : 비색법을 이용한 정량 분석을 중심으로』. 박사학위논문, 원광대학교 대학원. p.14.

38) 천지연(2012). 『퍼스널 컬러 진단을 위한 한국 남성의 신체색 분석 : 비색법을 이용한 정량 분석을 중심으로』. 박사학위논문, 원광대학교 일반대학원. p.11.

진단방법으로는 육안측정, 페이스보드, 드레이핑, 콘트라스트가 있다.<sup>39)</sup>

#### (4) 육안측정

육안 측정방법은 피부색, 눈동자테두리색, 머리카락색의 베이스 컬러(base color)를 분석해서 워밍(warm)과 쿨(cool)을 분류하는 것이다.<sup>40)</sup>

#### (5) 페이스보드(face board)

사람의 피부색 변화를 보는 방법에는 색채학에 의거한 색의 3요소의 변화를 보는 것이 중요하다. 색의 3요소로는 색상, 명도, 채도가 있듯 사람의 피부색에서도 색의 변화, 명도, 채도의 변화를 보면서 원래 피부색을 기준으로 보다 투명하게 보이게 하는 것이 어울리는 컬러이다. 얼굴과 조화를 이루는 색은 옐로우 베이스 톤 다운(yellow base tone down), 핑크 베이스 톤(pink base tone)이며, 명도는 밝아지고 채도는 투명해진다. 반면 얼굴과 부조화한 색은 옐로우 베이스 톤업(yellow base tone up), 핑크 베이스 톤 업(pink base tone up)이며 명도는 어두워지고 채도는 칙칙해진다. 드레이핑에서 색의 3요소를 통해 조화와 부조화에 대한 색상의 설명은 다음 <표 2>와 같다.

<표 2> 드레이핑에서 색의 3요소

페이스보드	어울림(조화)	안 어울림(부조화)
색상	옐로우 베이스 톤 다운 (Yellow base tone down)	옐로우 베이스 톤 업 (yellow base tone up)
	핑크 베이스 톤 다운 (Pinkbase tone down)	핑크 베이스 톤 업 (pinkbase tone up)
명도	밝아짐	어두워짐
채도	투명함	칙칙해짐

출처 : 김민경(2017) 토대로 연구자 재정리

39) 김민경(2017). 앞의 책 p.106.

40) 박효원 외(2017). 앞의 책. p.113.

드레이핑에서 얼굴형태에 어울리는 것은 이마, 눈, 코, 볼, 입 주변, 턱선, 전체 이미지가 입체적이며, 뚜렷하고 오탁하며, 조화로운 인상을 준다. 반면 안 어울리는 경우 전반적으로 평면적으로 보이며, 흐릿하고, 눈코입에 대한 인상이 부조화롭게 보일 수 있다. 드레이핑에서 얼굴형태에 관한 설명은 <표 3>과 같다.

<표 3> 드레이핑에서 얼굴형태

드레이핑	어울림	안 어울림
이마	입체적, 주름이 얇음	평면적, 주름이 깊음
눈	뚜렷함	흐릿함
코	오탁해짐	낮아짐
볼	탄력이 올라감 잡티 흐릿해짐	탄력이 떨어짐 잡티 진해짐
입주변	미소주름 열어짐 입주변이 환해짐	미소주름 진해짐 입주변이 어두워짐
턱선	쉐입이 또렷	쉐입이 늘어짐
전체 이미지	조화로우음	부조화로우음

출처 : 박효원, 송서현, 유한나(2017)에서 연구자 재정리.

#### (6) 드레이핑

메이크업을 하지 않은 피부상태에서 빛이 잘 드는 곳에서 의상색과 헤어색을 가릴 흰색 케이프를 준비한다. 육안 측정 및 얼굴 이미지를 진단하고 시작한다. 진단전을 이용한 컬러 진단은 진단전, 상반거울, 진단차트를 사용한다. 먼저, 드레이프 컬러에 따른 체크사항에서 핑크(pink)는 피부색과의 조화를 체크하고, 레드(Red)는 피부의 붉은 기와 조화를 체크하며 Yellow는 피부의 윤기를 확인하고, 그린(Green)은 모발색, 눈동자색의 조화를, 블루(BI

ue)는 피부의 맑기와 피부색과 모발색 대비로 인한 인상의 변화를 살피는 것이다.<sup>41)</sup>

진단천을 이용한 컬러 진단에서 본인에게 잘 어울리는 색이라면, 피부색과 잘 어울리며, 건강해 보일 것이다. 반면 어울리지 않는 색이라면, 피부톤 및 주름이 깊게 쳐보이며, 부정적으로 보일 것이다.<sup>42)</sup> 드레이핑은 pink-red-yellow-green-blue 순서로 한다.

본 연구에서는 페이스보드와 같이 피부색 즉 손의 색과 퍼스널 컬러를 진단하여 자신의 손에 가장 잘 어울리는 색을 찾고, 또한 이를 네일 아트와 연결하여 색을 결정하고 전체 네일아트를 디자인할 수 있다. 그러므로 육안으로 손에 어울리는 색을 찾기보다 페이스보드와 진단천을 활용하여 손이 아름다워 보이고 건강해 보이며 투명감을 가진 컬러를 선택하여 네일아트를 할 수 있도록 한다.

#### (7) 콘트라스트

콘트라스트는 톤을 뜻하는데, 검정 헤어색에 하얀 피부색을 가진 사람을 하이 콘트라스트(high contrast), 갈색 헤어색에 중간 피부색을 가진 사람을 미디움 콘트라스트(medium contrast), 탈색 정도의 밝은 헤어색에 어두운 피부색을 가진 사람을 로우 콘트라스트(low contrast)로 분류한다.<sup>43)</sup> 자신의 콘트라스트에 맞춰 의상 톤을 맞추면 안정적으로 보이며, 자신에게 잘 어울리는 톤이 된다.

---

41) 정연자 외(2017). 뷰티 앤 컬러 .앞의 책, pp.87-88.

42) 박효원 외(2017). 뷰티색채학, 성인당, p.114.

43) 박효원 외(2017). 뷰티색채학, 앞의 책, p.83.

## 5) 퍼스널 컬러인식과 네일아트 선행연구

이와 같은 퍼스널컬러 인식과 네일아트에 관한 선행논문은 다음과 같다.

유선진(2006)은 네일 아트의 네일 컬러 선택에 있어서 한국 여성의 색채 인지도와, 네일에 대한인지도, 퍼스널 컬러에 대한인지도 및 퍼스널 컬러 시스템에 의한 피부 유형별 네일 컬러 만족도를 조사하여 네일 컬러 연구의 기초자료로써 실증적인 발전 방향을 모색하기 위하여 이론적인 고찰과 설문 조사를 실시하여 정확하고 객관적인 결과를 알아보고자 하였다. 연구결과 색채가 자신의 이미지에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 네일 관리의 중요성 부분에서는 네일 관리를 큐티클 정리와 칼라링으로 외관상 보기 좋게 하여 자기 개성표현 및 자기만족을 하는 것으로 나타났다. 퍼스널 시스템에 따른 피부유형에 따라 네일 칼라를 발랐을때 피부색의 변화로 자신의 계절 유형에 맞는 컬러를 시술하였을 때 조화요인이 부조화요인보다 많아져 긍정적으로 이미지를 형성시켜준다고 답하였다. 종합하면 퍼스널 컬러 시스템에 따른 피부유형을 분석하여 그 피부에 맞는 네일 시술을 받을 경우 고객의 만족도와 네일에 대한 선호도가 높아지는 결과를 나타냈다.<sup>44)</sup>

홍다검(2015)은 한국인의 손 피부색 정량화에 따라, 네일 컬러 선택의 제안을 목적으로 실용적이고 체계화된 가이드북을 개발하는데 목적을 두었다.<sup>45)</sup>

노초롱(2017)은 개인의 퍼스널 컬러에 맞는 네일 컬러를 알아보는 것을 목적으로 두었다.<sup>46)</sup>

이러한 선행연구 결과는 퍼스널 컬러 진단 시스템이 개인의 이미지를 호

---

44) 유선진(2006). 퍼스널컬러 시스템에 따른 네일 컬러에 관한 연구, 용인대학교 경영대학원 석사학위논문, pp.58-59.

45) 홍다검(2015). 『한국인 손 피부색 정량분석에 따른 네일컬러 가이드북 개발연구』, 박사학위논문, 영산대학교 대학원. p.1.

46) 노초롱(2017). 『퍼스널 컬러에 대한 인식이 네일 컬러 선정에 미치는 영향』, 석사학위논문, 건국대학교 산업대학원. p.1.

감으로 바꾸어주고, 자신감을 높여주며 긍정적으로 활용될 수 있다는 점을 시사한다.<sup>47)</sup>

## 2. 네일아트

### 1) 네일아트의 개념

네일(Nail)은 ‘못을 박다’, ‘징을 박다’의 의미로 손발톱을 지칭하며 한자로는 조갑, 의학용어로는 오닉스(Onyx)라고 한다.<sup>48)</sup> 손발톱뿐 아니라 손발의 해부학, 생리학, 위생등에 관한 기초 이론을 반드시 숙지하고, 네일미용 테크닉을 일정 수준 이수해야만 현장에 투입되어 네일 미용 서비스를 수행할 수 있다. 우리나라에서는 네일 폴리시를 매니큐어라고 한다. 매니큐어란 단어는 에나멜을 의미하는 것이 아니라 네일의 관리를 의미한다. 어원은 라틴어의 마누스와 큐라에서 파생되었으며, 손톱의 모양정리, 큐티클 정리, 손마사지, 컬러링 등의 총체적인 손 관리를 의미한다.<sup>49)</sup>

네일미용 영역은 크게 매니큐어와 페디큐어로 구분된다. 네일 미용은 모양(shape)잡기, 큐티클(cuticle) 정리, 마사지(Massage), 컬러링(Coloring), 디자인(Design)을 의미하는 미조법과 자연 네일을 연장하거나 손상, 변형되었을 때 시술하는 의조법 형태로 500년간 발전되어 왔다.

네일 테크니션(Nail Technician), 네일 미용사, 손발톱 미용사, 미조사, 네일 아티스트(Nail Artist), 매니큐어리스트(Manicurist), 페디큐어리스트(Pedicurist)는 네일미용 서비스를 수행하는 사람을 지칭하며, 이들을 지도하는

---

47) 박유선(2018). 『퍼스널컬러 컨설팅이 동기 및 의사결정요인, 외모관리 행동, 외모 만족도에 미치는 영향에 대한 질적 연구』, 석사학위논문, 성균관대학교 디자인대학원. p.1.

48) <http://www.kmle.co.kr/search.php?Search=Nail%20dystrophy>

49) 조승아, 김수현, 김유정, 이영미(2013). 네일아트 미학, 구민사, p.13.

교육자를 네일 전문 강사, 미조술 강사, 네일 에듀케이터(Nail Educator), 손발톱 미용강사라고 한다.<sup>50)</sup> 또한 서비스 공간은 네일숍(Nail Shop), 네일 살롱(Nail Salon), 네일 바(Nail Bar), 매니큐어 팔러(Manicure Parlor), 미조원 등 다양한 명칭으로 불리고 있다.<sup>51)</sup>

## 2) 네일아트의 역사

### (1) 고대

역사적 고증에 따르면 매니큐어는 피라미드에서 손톱에 바르는 약, 오드 스틱 등의 도구들과 손톱을 황금색으로 칠한 미라가 발견되면서 BC 3500년 경 고대 이집트에서 시작된 것으로 알려져있다. 손톱을 붉은 주황색 헤나로 염색해 귀신을 쫓고자 하는 주술 및 제례의식과 부, 사치, 쾌락의 상징으로 사용했다. 색상이 사회적 지위를 나타내는 중요한 기준의 하나로 왕과 왕비는 짙은 색으로, 신분이 낮을수록 옅은 색으로 물들이게 하였다. 중국에서는 아라비아 고무나무 수액에 벌꿀과 계란 흰자를 섞어 손톱에 두껍게 올려 조홍이라 했으며, 이것이 오늘날의 네일 폴리시의 기원이라 할 수 있다. 당 현종이 총애했던 양귀비도 손톱에 물을 즐겨 들었으며, 귀족들은 검정, 빨강, 금, 은 등 다양한 색상의 밀랍과 난백을 사용해 중국 역사만큼이나 화려한 미적 감각으로 신분을 과시하였다.<sup>52)</sup>

---

50) 최인실, 김언약(2019). 2019 합격비법 미용사 네일 필기시험문제, 서울: 크라운출판사, p.10.

51) 박은주(2014). 네일미용, 정담미디어, p.3.

52) 박은주(2014). 네일미용, 정담미디어, p.7.

## (2) 중세

여성들의 화장 및 치장을 경시한 시대의 풍조로 인해 손발톱 손질은 건강을 위한 정도였고, 대신 전쟁에 나가는 군 지휘관들은 입술과 손톱을 같은 색으로 칠해 용맹을 과시하고 승리를 기원하는 주술적 의미로 행해졌다. 중국 상류층 남녀 모두 부의 상징으로 5인치 정도 기른 손톱을 보호하기 위해 정교하게 만든 대나무에 보석과 금, 은 등으로 화려하게 장식한 비취 보호판을 착용했다.

인도 상류층 여성들은 바늘로 손발톱 바탕질에 색소를 주입해 신분을 과시하였고, 아랍에서는 화학의 발달로 진보된 네일미용 테크닉을 구사하는 전문가가 등장했다.<sup>53)</sup>

## (3) 근대

### ① 1800년대

1800년대에 들어서는 네일아트가 더 이상 특정 계층이 향유하는 것 만이 아니라 일반인에게도 대중화되기 시작한 시기이다. 이때는 끝이 가늘과 뾰족한 송곳 형태가 유행했다. 1830년대 발 전문 의사 시트(sitte)가 오렌지 우드스틱을 개발하였으며, 1885년에는 네일 폴리시 필름형성제인 니트로셀룰로오스(Nitrocellulose)가 개발되었다. 1892년에는 시트의 조카에 의해 네일 리스트가 미국 사회에 새로운 직업군으로 도입되었다.<sup>54)</sup>

---

53) 박신혜(2017). 팝아트를 이용한 네일아트 디자인 연구, 남부대학교 일반대학원 석사학위논문, p.7.

54) 조슬아, 김수현, 김유정, 이영미(2013). 네일아트 미학, 구민사, p.14.

## ② 1900년대

1990년대에는 네일미용 산업이 본격적으로 활성화된 시기로 다양한 형태의 컬러링과 손톱모양이 유행하였다. 1910년 플라워리가 금속파일과 표면이 사포로 된 파일을 제작하였으며, 1917년 코로니 박사가 도구가 필요없는 홈케어 방법을 보그지에 소개하기 시작하였다. 이후 1925년 투명 계통의 자연스러운 색상의 네일 폴리시를 상점에서 판매하기 시작하였으며, 1927년에는 프렌치 매니큐어(French Manicure)에 사용되는 네일 폴리시와 큐티클 크림이 개발되었다. 1930년에는 제나 연구팀이 큐티클 오일, 네일 폴리시 리무버, 워머 로션이 개발하였다. 1932년 레블론에서 염료 대신 착색제를 사용한 다양한 색상의 네일 폴리시를 제조함으로써 립 컬러와 네일 폴리시의 색상 매치가 이루어졌다. 이후 1935년에는 인조 팁이 개발되었으며, 1940년에는 여배우 리타 헤이워드가 오벌의 긴 손톱에 붉은색상으로 Full Coat를 유행시켰다.<sup>55)</sup>

## (4) 현대

2차 세계대전 이후 컬러 TV의 영향으로 색의 중요성이 부각되었으며, 네일미용 테크닉의 변화에 따른 제품의 전문화 및 세분화가 이루어지기 시작했다.

### ① 1950-1960년대

1956년에는 헬런걸리가 미용학교에서 네일미용을 가르치기 시작했다. 1957년에는 인조 네일 기술이 대중화되면서 포일을 사용한 아크릴릭 네일과 페디큐어가 시술되기 시작했으며, 실크(silk), 린넨(Linen), 파이버 글래스(Five

---

55) 조슬아, 김수현, 김유정, 이영미(2013). 네일아트 미학, 구민사, p.15.

r Glass)로 네일을 보강하는 네일랩(Nail Wraps)기술이 발전되었다.<sup>56)</sup>

## ② 1970-1990년대

여성들의 사회활동이 늘면서 긴 손톱을 아름답게 표현하고자 하는 욕구가 강해짐에 따라 인조 팁을 선호하기 시작하였고, 사각형태의 긴 손톱과 프렌치 네일이 유행했다. 세계경제 성장과 함께 급성장한 미국의 네일 미용산업 규모를 짐작할 수 있는 예로 13,345개의 네일숍에 약 80,000명의 네일리스트가 종사하였다.<sup>57)</sup>

1973년에는 IBD사가 네일전용 접착제인 네일 글루(Nail Glue)와 손발톱 전체에 밀착해 붙이는 접착식 인조팁인 풀팁을 개발하였다.<sup>58)</sup> 1975년에는 네일아티스트 협회(National Association of Nail Artist, NANA)가 결성되었으며 인체에 유해하다고 판명된 메타크릴레이트(Methyl Methacrylate)가 미국 식품의약국(FDA)에 의해 사용 금지되었다.<sup>59)</sup>

1981년에는 에시, 오피아이, 스타사가 전문제품 및 약세서리를 개발하였으며, 미국 네일리스트 타미 테일러가 아크릴릭 제품(파우더, 리퀴드, 프라이머)을 개발하였다. 이후 1992년에는 네일아티스트 협회(The Nails Industry Association, NIA)가 결성되었고, 1994년에는 독일에서 라이트 큐어드 젤 시스템(Light Cured Gel System)이 개발 되었으며 뉴욕 주에서는 면허제도를 도입하였다.

---

56) 박신혜(2017). 팝아트를 이용한 네일아트 디자인 연구, 남부대학교 일반대학원 석사학위논문, p.8.

57) 미국 네일아트 및 미용제품 시장동향, 2014.05.15. <http://news.kotra.or.kr/user/globalAllBbs/kotranews/album/2/globalBbsDataAllView.do?dataIdx=131974&column=&search=&searchAreaCd=&searchNationCd=&searchTradeCd=&searchStartDate=&searchEndDate=&searchCategoryIdxs=&searchIndustryCatIdx=&page=1&row=0>

58) 조슬아, 김수현, 김유정, 이영미(2013). 네일아트 미학, 구민사, p.16.

59) 안혜민(2006), 『여성의 메이크업과 네일디자인이 인상 형성에 미치는 영향』, 서경대 대학원 석사학위논문, p.18.

### ③ 1980-1999년

1988년에 이태원에서 전문 네일숍인 ‘그리피스’가 오픈하였다.<sup>60)</sup> 이후 1994년 동화문화센터에서 조옥희가 네일 강좌를 개설하였고, 1995년에는 전문 학원, 전문서적의 발간으로 네일미용 교육이 전문화 및 체계화를 갖추게 되었다. 1996년에는 백화점과 로테오 거리에 네일숍들이 오픈했으며, 대중매체 속 인기 스타들의 영향으로 시장 형성 및 대중화가 시작되었다.

### ④ 2000년대 이후

우리나라에 네일미용이 대중화된 이후 네일 미용산업은 약 20여년간 매우 광범위해졌으며 지속적으로 확대되고 있다. 2000년대 초기에는 자연주의의 영향으로 연한 색상의 네일 폴리시와 단정하고 자연스러운 짧은 손톱이 유행하였다. 하지만 시간의 흐름에 따라 트렌드는 계속 변화하고 다양한 시도가 이루어져 왔으며, 전문기관에서 전문가들이 양성되고 있다.<sup>61)</sup>

전문가들은 디자인 개발에 노력을 쏟고 있으며, 유명 방송인, 스포츠 스타의 네일 디자인이 지속적으로 대중 매체에 노출되면서 네일 미용은 더 이상 특정 계층과 여성만의 뷰티 아이템이 아니고 자신만의 스타일을 연출함으로써 단순한 미용 서비스가 아닌 라이프스타일을 중시하는 현대인의 욕구를 충족시키는 필수 아이템이라는 인식이 빠르게 확산되고 있다.<sup>62)</sup>

### ⑤ 2010년대 이후

2010년대 이후에는 전국의 백화점, 미용실, 사우나, 쇼핑몰 등 네일산업이 성행하기 시작했다. 특히 2013년에는 국가 자격 시험 실시를 위해 미용분야

---

60) 서지영(2005). 『네일아트 일러스트레이션에 관한 연구』. 석사학위논문, 숙명여자대학교 대학원, pp.32-33.

61) 서지영(2005). 『네일아트 일러스트레이션에 관한 연구』. 석사학위논문, 숙명여자대학교 대학원, p.31.

62) 박은주(2014). 네일미용. 정담미디어, p.9.

의 민간자격 등록제가 폐지되었고<sup>63)</sup>, 2014년에는 4월 국가 자격 미용사 네일면허 시험이 신설되어 제1회 국가 자격 미용 시험이 시행되었다. 이와 관련하여 네일 미용 분야의 연구를 살펴보면, 1986년 1편의 논문이 발표된 후, 2004년 1편의 논문이 발표되었다가 2007년까지 매해 6-7편이 발표되었다. 2008년부터는 2010년까지 27편으로 급증하였으며 이는, 2013년의 경우 한해 35편의 석박사 논문이 연구되었다.<sup>64)</sup> 또한 교육의 측면에서는 뷰티산업의 세부분류로 성장한 네일교육의 틀은 국가적 직무분류에 따른 교육표준의 정비를 맞이하여 2014년 기 개발된 NCS 네일미용의 보완을 통해 재정비되었고 일·병행학습제라는 화두로 기존 자격증과 다른 17대분야 산업계 주도의 NCS기반 新(신)자격의 개발이 이루어졌다.<sup>65)</sup>

### 3) 네일 구조와 특성

#### (1) 손톱의 구조

##### ① 손톱 자체

손톱은 케라틴 이라는 단백질로 구성되어 있으며, 건강한 손톱은 일반적으로 표면이 매끄럽고 광택이 있으며 연한 핑크빛을 나타낸다. 손톱자체는 조체, 조판, 조근, 자유연 등으로 이루어져 있다. 먼저 조체는 네일의 바디이며(Nail body), 조판은 네일 플레이트(nail plate)이다.<sup>66)</sup> 죽은 단백질로 구성되어 있어 신경과 혈관이 없으며 산소를 필요로 하지 않는다.

조근은 네일루트(nail root)로, 손톱의 새로운 세포 조직을 형성하여 손톱

63) 온나라정책연구(2014). 이미용서비스 전문화를 위한 자격제도 개선방안 최종보고서, p.12.

64) 김은영 외(2015). 네일 미용의 예술적 기능과 연구동향에 대한 계량서지학적 분석, 13(1), pp.1-8.

65) 온나라정책연구(2014). 이미용서비스 전문화를 위한 자격제도 개선방안 최종보고서, pp. 13-14.

66) 조슬아, 김수현, 김유정, 이영미(2013). 네일아트 미학, 구민사, p.26.

의 성장이 시작되는 곳이다. 자유연은 프리엣지(free edge)로 손톱의 끝부분으로 조상없이 피부와 떨어져 자라나는 부분이다.<sup>67)</sup>

## ② 손톱 밑

손톱 밑은 조상, 조모, 반월로 이루어져 있다. 조상(nail bed)은 손톱 밑에 위치하여 조체를 받치고 있으며 피부로 혈관과 신경이 분포한다. 손톱의 신진대사와 수분공급 역할을 한다. 조모(nail matrix)는 조근 밑에 위치하여 손톱 각질 세포 생산과 성장을 조절한다. 혈관, 신경, 림프관이 있어 손상을 입게 되면 손톱이 불균형하고 비정상적으로 자랄 수 있다. 반월(lunula)은 완전히 케라틴화 되지 않은 네일 바디의 베이스에 있는 유백색의 반달 모양을 뜻한다.

## ③ 손톱 주위의 피부

조소피(cuticle)은 손톱 주위를 덮고 있는 피부를 말하며 미생물과 병균의 침입을 막는다. 조주름(nail fold)은 네일 맨틀 이라고도 하며 조근이 묻혀 있고 손톱 베이스에 피부가 깊이 접혀있는 부분을 말한다. 조구(nail groove)는 조상의 양 측면에 좁게 패인 곳을 뜻한다. 조벽(nail wall)은 조구 위에 있는 손톱의 양쪽 피부를 말한다. 상조피(eponychium)은 표피의 연장으로 손톱의 베이스에 있는 피부의 가는 선을 말하며 반월을 부분적으로 덮고 있는 얇은 막의 피부를 말한다. 조상연(perionychium)은 손톱 전체를 둘러싼 피부의 가장자리를 말한다. 하조피(hyponichium)은 자유연의 밑 부분의 피부를 말하며 세균의 침입으로부터 손톱을 보호한다.

---

67) 조슬아, 김수현, 김유정, 이영미(2013). 네일아트 미학, 구민사, p.26.

## (2) 손톱의 특성

### ① 손톱의 성장

조근에서 시작되고, 조모에 압력이 가해지면 손톱이 불균형하게 자라거나 멈추기도 한다. 한 달에 3-4mm 자라며, 나이와 건강상태, 계절에 따라 약간의 차이가 있다. 손톱이 빠지면 다시 자라는데 약 4-6개월 정도 소요된다. 중지손톱의 성장이 가장 빠르며 엄지손톱이 가장 늦게 성장한다. 발톱은 손톱의 1/2 정도로 느리게 성장한다.

### ② 손톱의 역할

손끝과 발끝을 보호하며, 방어와 공격의 기능을 한다. 또한 장식적 기능과 동시에 물건을 잡거나 긁을 때 또는 성상을 구별하는 기능을 한다.

### ③ 손톱의 특성

손톱의 구성은 아미노산과 시스테인이 많이 포함되어 있으며, 일반적으로 12-18%의 수분을 함유하고 있다. 손톱의 경도는 손톱에 함유된 수분, 단백질, 케라틴 구성에 따라 다르며 조체는 산소를 필요하지 않으며 조모와 조소피는 산소를 필요로 한다. 손톱은 또한 조상의 모세혈관으로부터 산소를 받으며, 손톱의 모양은 사람에 따라 다르고 그 성질 또한 다르다. 손톱은 표피의 각질층과 투명층의 반투명 각질 판으로 되어 있다. 손톱은 피부의 일부로 머리카락과 같은 단백질과 케라틴으로 만들어져 있으나 이미 손상이 있는 곳에 영양분을 공급하여도 회복되는 것은 아니다. 이러한 손톱의 특성에서 건강한 손톱이란 손톱이 조상에 강하게 부착되며 단단하고 탄력이 있으며 12-18%의 수분량을 함유하고 있어야 한다. 또한 조체에 연한 핑크빛을 띠며 매끄럽고 광택이 나야 하며, 둥근 아치 모양을 형성해야 하고 세균

이 감염되지 않은 상태여야 한다.<sup>68)</sup>

#### 4) 네일아트의 종류

네일아트는 네일케어, 인조손톱, 네일아트의 세가지로 크게 분류할 수 있다.

##### (1) 네일 케어

매니큐어(Manicure)라는 말은 색상을 의미하는 것이 아니라 네일의 관리를 의미한다. 매니큐어라는 말은 라틴어의 마누스(Manus: 손)와 큐라(Cure: 관리)에서 파생된 단어로 네일모양정리, 큐리클(Cuticle)정리, 손 마사지, 컬러링(Coloring) 등을 포함한 총괄적인 손의 관리를 뜻한다.<sup>69)</sup> 아름다운 대상들 속에서 자연의 경치뿐만 아니라 예술작품, 아름다운 목소리, 아름다운 사고, 아름다운 신체 등 미 자체에도 다양한 종류가 있다고 할 수 있다.<sup>70)</sup> 오늘날 인체 예술에 대한 인간의 관심이 높아지면서 가장 각광 받고 있는 것이 바로 네일이다.

매니큐어는 다시 레귤러 매니큐어(regular manicure), 핫크림 매니큐어(hot cream manicure), 파라핀 매니큐어(paraffin manicure), 패디큐어로 구분된다. 레귤러 매니큐어는 가장 보편적인 네일 관리로 손톱 보양을 예쁘게 만들어주고, 각질을 제거하며, 혈액순환촉진을 위한 손마사지와 영양제 바르기, 광택제 바르기 등이 있다.

핫 크림 매니큐어는 건조한 손과 손톱에 유분과 수분을 동시에 공급하는

---

68) 박은주(2014). 네일미용, 정담미디어, p.16.

69) 주란(2004). 『여대생의 얼굴 화장과 손톱 화장에 관한 연구』, 석사학위논문, 숙명여자대학교 대학원, pp.9-10

70) 조슬기(2006). 『외적이미지를 리드하는 여성들의 외모관리행동 연구』, 석사학위논문, 성신여자대학교 조형대학원, p.14.

것이며, 파라핀 매니큐어는 피부에 열을 공급하고 모공을 열어 영양과 수분을 공급하는 것이다. 파라핀 매니큐어는 인조 손톱이나 랩을 시술한 후에도 실시할 수 있으며, 혈액순환을 촉진시켜 건조한 피부를 부드럽게 한다. 패디큐어는 발톱을 자르고 예쁜 모양으로 다듬는 것으로, 각질제거 및 에나멜, 마사지 등을 통칭하는 시술이다. 이는 표면을 다듬고, 굳은살을 제거하는 등 팩, 마사지, 큐티클 정리, 컬러링 등을 포함하는 시술이다.<sup>71)</sup>

## (2) 인조손톱

미관상 보기 싫은 짧은 손톱은 인조손톱을 붙여 손가락을 길어 보이게 함으로써 손 전체를 자연스럽게 아름다운 이미지로 바꾸는 방법을 들 수 있다. 찢어지거나 약한 손톱을 보강하는 랩핑(wrapping) 서비스와 짧은 손톱을 길게 붙여주는 인조 손톱 서비스인 익스텐션이 있는데, 랩의 종류로는 실크, 화이버글라스, 리넨이 있다. 랩은 적당한 작은 조각의 천 조각을 손톱 모양에 맞춰 오려 쓸 수 있는 제품이다.<sup>72)</sup> 익스텐션은 팁셋(tip set), 아크릴릭(acrylic), UV 젤 시스템(UV gel system), 실크익스텐션(extention) 으로 분류할 수 있다. 팁셋은 인조 손톱 모양의 플라스틱 제품을 붙여서 손톱을 길게 연장하는 테크닉이다. 아크릴릭은 리퀴더와 파우더를 섞어 손톱에 얹어 굳으면 손톱이 되는 것이다. UV 젤 시스템은 젤을 손톱에 올리고 광선을 쬐어 굳게 하는 것이며, 실크익스텐션은 실크로 손톱을 두껍고 길게 연장시키는 테크닉으로 투명하고 얇으면서 가볍고 자연스럽게 손톱을 연장시키는 기술이다.<sup>73)</sup>

---

71) 주란(2004). 『여대생의 얼굴 화장과 손톱 화장에 관한 연구』, 석사학위논문, 숙명여자대학교 대학원, pp.11-12.

72) 홍성임(2007). 『소득에 따른 중년층의 외모관리에 관한 연구』, 석사학위논문, 성신여자대학교 아트 디자인대학원, p.17.

73) 이계정(2010). 『네일 아트 표현 기법과 트렌드에 관한 연구』, 경남대학교 산업대학원, pp.30-42.

### (3) 네일 아트

최근에는 손톱화장이 예전보다 훨씬 장식적인 기법이 발달하여 손 모양에 알맞은 모양 정리를 기본으로 하고 디자인 아트, 인조보석, 손톱에 드릴로 구멍을 내는 뎅글, 워터마블 등의 평면표현과 입체아트 표현기법 두 가지의 네일아트 색이 있다.

#### ① 평면표현 색

마블(Marble)은 두 가지 이상의 물감과 네일 컬러를 섞어 대리석 같은 느낌을 주는 것으로, 마블 툴을 사용한다. 이것으로 대리석 무늬, 꽃잎, 나비 등 다양한 문양을 만들 수 있다. 마블은 사용 재료에 따라 워터마블과 애나멜 마블로 나눈다. 워터마블은 물에 담긴 컵에 원하는 색상의 워터 마블용 페인트를 한 방울씩 떨어뜨리고 손가락을 넣어 저어 꺼내는 것이며, 애나멜 마블은 두 가지 색 이상의 애나멜 마블링 툴을 문질러서 대리석 무늬를 표현하는 디자인이다.

워터데칼은 이미 완성되어 있는 그림을 물에 불려 손톱위에 붙여주는 것이며, 라인테이프 아트는 사선, 직선, 대칭, 비대칭으로 얇은 테이프를 칼로 잘라 접착하여 다양한 디자인을 연출하는 것이다.

포크아트는 물감을 이용해 그림을 그리는 것인데 두 가지 색상의 물감을 바른 후 더블로딩하는 디자인 기법이다. 글리터아트는 여러 가지 글리터를 이용하여 손, 발톱을 꾸미는 기법으로 다양한 표현이 가능하다.

젤 아트는 자연네일, 인조손톱 위나 폼을 사용하여 젤 스컬프처드를 하는 것으로 브러쉬로 폴리시 바르듯 발라 경화시키는 것을 의미한다. 이는 현재 대중에게 가장 인기가 높은 것으로 냄새는 덜하고 그 지속효과는 길어 각광받고 있다.

## ② 입체아트 색표현

입체아트 색 표현에는 엠보디자인 아트, 뎅글아트, 데코 네일아트 등이 있다. 엠보디자인 아트는 아크릴 칼라 파우더를 이용하여 반입체적인 아타를 표현하는 기법이다. 꽃, 리본, 동물 등 다양한 캐릭터를 입체감있게 표현할 수 있다.

## 5) 네일아트에 대한 선행연구

네일과 고객만족도에 관련된 선행연구는 다음과 같다.

김미선(2010)은 고객의 네일 샵 이용 특성 및 서비스 품질 평가 요인을 분석하여 보상서비스에 따른 재방문 의도를 파악함으로써 서비스 개선 방향 및 만족도에 기초적 자료를 제공하는데 목적을 두었다.<sup>74)</sup>

김은영(2011)은 유형별 네일샵의 서비스 품질이 고객만족도와 재이용에 미치는 영향을 연구하여 전문 네일샵과 마트 및 백화점 내 네일샵, 미용실 내 네일샵의 서비스 품질을 비교하고 각 유형의 개선점을 제시하는데 목적을 두었다.<sup>75)</sup>

송영초(2012)는 네일샵을 이용하는 고객들의 네일에 관한 인식, 서비스 이용행태와 만족도를 파악하여 마케팅 및 높은 수준의 고객만족을 제공하는데 목적을 두었다.<sup>76)</sup>

윤성준(2014)은 네일미용 전문점의 서비스품질 구성요소에 따른 고객만족도와 재방문의도의 관계를 파악함으로써 네일 미용 전문점이 갖추어야 할

---

74) 김은영(2010). 『네일 샵 고객의 서비스 품질평가 및 만족도와 재방문의도의 관련성 연구』, 석사학위논문, 서경대학교 일반대학원 p.1.

75) 김은영(2011). 『유형별 네일샵의 서비스 품질이 고객만족도에 미치는 영향』, 석사학위논문, 건국대학교 대학원. p.1.

76) 송영초(2012). 『네일샵 고객의 서비스 이용행태 및 만족도에 관한 연구』, 석사학위논문, 숙명여자대학교 대학원 p.1.

서비스품질개선 방향 및 만족도에 기초적 자료를 제시하고자 하였다.<sup>77)</sup>

김보민(2017)은 네일살롱 공간연출과 서비스품질, 고객만족 및 재방문 의도의 영향관계를 알아보고 네일살롱의 발전에 도움을 주는데 그 목적을 두었다.<sup>78)</sup>

퍼스널컬러와 네일 컬러링과 고객만족도의 선행논문은 다음과 같다.

이현원(2017)은 퍼스널 네일 컬러와 네일 컬러링 일치 여부가 신체 이미지 변화 인지 및 만족도에 미치는 영향을 알아보는 것에 목적을 두었다. 아울러 이러한 결과에 연구 대상자 본인에게 잘 어울린다고 인지하는 네일 컬러와 전문가에 의해 진단된 퍼스널 네일 컬러의 일치 여부 및 네일 컬러링에 대한 연구 대상자의 관심 정도가 영향을 미치는가를 파악하고자 하였다.<sup>79)</sup>

박유선(2018)은 질적 연구 방법인 심층면접법으로 퍼스널컬러 컨설팅 경험이 있는 20-30대 여성 8명을 대상으로 퍼스널컬러 컨설팅을 받은 동기, 업체 선택의 의사결정요인, 퍼스널컬러 컨설팅이 외모관리 행동 그리고 외모 만족도에 미치는 영향에 대해 조사 하였다.<sup>80)</sup>

이러한 연구결과 퍼스널컬러에 대한 인식 및 정보는 네일을 하는 대상자에게 긍정적인 영향을 미치며 만족도 또한 높이는 것으로 추측할 수 있었다. 하지만 이러한 내용과 관련된 연구는 현재 매우 부족한 실정으로 나타났다. 퍼스널 컬러와 네일과 관련된 연구가 부족하며, 네일과 관련한 고객만족도는 주로 재방문과 서비스품질에 제한되어 연구되고 있었다. 따라서 본 연구에서는 퍼스널 컬러인식과 네일컬러 선정 및 만족도와 관련된 연구를

---

77) 윤성준(2014). 『네일미용 전문점 이용고객이 지각하는 서비스품질, 고객만족, 재방문의도간의 구조관계』, 석사학위논문, 호남대학교 교육대학원. p.1.

78) 김보민(2017). 『네일살롱 공간연출과 서비스품질, 고객만족 및 재방문의도의 영향관계』, 석사학위논문, 서경대학교 미용예술대학원. p.1.

79) 이현원(2017). 『퍼스널 네일 컬러 진단에 따른 네일 컬러링 일치도가 신체 이미지 변화인지와 네일 컬러링 만족도에 미치는 영향』, 석사학위논문, 상명대학교 예술디자인대학원. p.1.

80) 박유선(2018). 『퍼스널컬러 컨설팅이 동기 및 의사결정요인, 외모관리 행동, 외모 만족도에 미치는 영향에 대한 질적 연구』, 석사학위논문, 성균관대학교 디자인대학원. p.1.

진행하고자 하였다.

### 3. 고객만족도

#### 1) 고객만족도 개념

고객만족의 개념이 세계에서 처음으로 만들어진 곳은 미국이며 1977년 미국의 최대 리서치 회사인 J. D 파워사가 실시한 승용차의 사용에 관한 만족도 조사가 고객만족의 시작이다.<sup>81)</sup> 고객만족도(customer satisfaction)에 대한 학자들의 정의는 약간씩 차이가 있으나, ‘고객이 상품이나 서비스를 구매했을 때 받게 되는 만족스러움’이라는 사전적 의미를 갖고 있다.<sup>82)</sup> 즉, 고객만족도는 고객의 니즈(Needs)를 충족시키는 정도에 대한 평가로서, 고객의 사전기대와 제품의 실제 성능 또는 소비경험의 차이에 대한 평가라는 것이다. 결국 고객만족은 서비스에 대한 고객의 욕구와 기대에 부응하여, 고객과 서비스 공급자 간 신뢰가 형성되어 만들어진 결과라고 볼 수 있다. 따라서 고객만족이란 구매 전 상품에 대한 기대와 구매 후 상품성상에 대한 소비자의 평가로 정의 할 수 있다.<sup>83)</sup>

고객만족은 기업들마다 풀어야 할 최대 과제이며, 고객이 주체가 되는 활동으로 매우 중요한 역할을 하고 있을 뿐만 아니라 경쟁이 심화되면서 부터 그 중요성은 확대되어 고객감동의 시대를 만들었다. 최근의 연구결과들을

---

81) 류선이(2006). 『헤어샵의 물리적 환경 및 서비스품질에 대한 고객만족 연구』. 석사학위논문, 동명대학교 일반대학원. p.4.

82) 최정애(2018). 『관계혜택, 고객만족도, 관계몰입과 서비스 성과간의 관계』. 박사학위논문, 가천대학교 대학원. pp.15-16.

83) 홍정임(2011). 『서비스품질이 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구: 미용 서비스산업을 중심으로』. 석사학위논문, 서경대학교 대학원. p.1.

보면 서비스품질은 고객의 만족수준과 관련되어 서비스 요인들 중에 만족은 서비스품질의 상위개념으로 인식하고 있다.

고객이 평가하는 고객만족도를 높이기 위해서는 제품 및 서비스의 품질이 올라가거나 혹은 소비자의 인식을 바꾸고 기대수준을 낮추는 방법등을 들 수 있다.<sup>84)</sup> 이에 따라 서비스 제품에 대한 고객의 기대수준이 급속도로 높아지고 있으며, 이에 대한 주요 원인으로서는 기업들 간의 치열한 경쟁을 들고 있다.<sup>85)</sup>

포르넬(Fornell)은 고객만족도가 높은 기업은 기존 고객의 충성도의 향상, 가격민감도의 감소, 기존 고객의 이탈 방지, 마케팅 실패 비용의 감소, 신규 고객 창출 비용의 감소와 기업 명성도의 향상 등을 나타낸다고 하였다.

고객은 제품을 구매하는 과정에서 자유로운 선택을 할 수 있고, 다양한 제품 또는 서비스의 가치와 품질을 판단하여 그것을 기준으로 선택하여 구매한다. 제품이나 서비스 구매 후 다양한 심리적 반응과 태도를 통해 평가를 행하게 되는데, 심리적 반응은 이성적 판단과 감성적 반응으로 구성되는데 이를 만족 또는 불만족이라 하며, 고객 만족이나 불만족은 기업에게 중요한 영향을 미친다.<sup>86)</sup> 고객만족은 고객의 기대에 얼마나 잘 부합하는 서비스를 하느냐에 달려있고, 서비스와 장·단기적인 비용과 유의한 관련성이 있기 때문에 중요하다.<sup>87)</sup>

이러한 고객만족도는 고객충성도, 신뢰도에도 영향을 미치는데, 고객만족도는 다음의 두 가지 형태로 구분되면 이는 다음과 같다. ①고객만족도는 상품이나 서비스를 구매하여 사용했을 때 결정된다. ②고객만족도는 상품을

---

84) 송성하(2000). 『서비스품질 고객만족·재 구매의도와의 상호관계에 관한 연구』. 석사학위논문, 제주대학교 대학원. p.3.

85) Fornell c.(1992). A National Customer Satisfaction Barometer : The Swedish Experience. Journal of Retailing. 56(Jan). pp.6-12.

86) 손봉균(2013), 호텔 객실의 물리적 환경이 고객 만족, 재방문 의도에 미치는 영향, 계명대학교 대학원 석사학위논문, p.1.

87) 김용수(2012), 골프장 서비스품질이 서비스가치, 고객만족 및 고객충성도에 미치는 영향, 경희대학교 대학원 석사학위논문, p.1.

취득하거나 서비스를 경험하는 과정에서 결정된다.

## 2) 미용서비스와 고객만족도

미용서비스는 유무형의 성격을 가지고 있으며, 유행과 심미성 등의 특성이 있으므로 미용서비스에 대한 고객만족도에 대한 개념은 다소 복잡할 수 있다. 소비자 만족은 인지와 감정의 결합으로 볼 수 있는데, 이러한 고객 만족은 곧 기대된 서비스와 지각된 서비스의 차이에서 온다.<sup>88)</sup> 소비자 만족은 욕구충족, 즐거움, 고통, 기대-성과의 상호작용 등 소비자의 활동에 대한 평가로부터 발생하는 유쾌한 감정상태라고도 정의되고 있다.

특히 미용서비스에서 고객 만족은 서비스 업체의 시설과 규모, 인적 서비스의 양과 질이 많거나 높다고 이루어지는 것이 아니며 이용 목적 및 종류에 따라 기대수준도 다양하며 그 평가 또한 상대적이다.<sup>89)</sup> 미용서비스에 대한 고객 만족도의 경우, 구매자가 구매 후 만족하는지에 대한 평가는 미용 기술 이외에 다양한 서비스를 제공받은 후의 성과가 기대수준 이상이면 만족도가 높고, 성과가 기대수준 이하로 그친다면 불만족하게 나타난다.<sup>90)</sup> 한편 서비스를 제공 받은 후 만족과 불만족의 감정에 따라 재구매 의사를 가지게 되며, 이는 서비스를 제공받는 과정에서의 평가 및 경험에 대한 결과에 의해서 결정되어 진다고 할 수 있다.<sup>91)</sup>

미용 서비스에 만족한 고객은 재방문 활동, 고객 충성도 등이 높아지며 이에 따라 기존 고객 유지에 따른 비용절감, 긍정적 구전활동 등을 통해 기업성과에도 긍정적 영향을 미친다. 반면 불만족한 고객은 구매중지, 판매자

88) 한영권(2003). 관광서비스 경영실무, 도서출판 : 미학사, p.118.

89) 한영권(2003). 관광서비스 경영실무, 도서출판 : 미학사, p.116.

90) 등월(2012). 모바일 서비스에서 지각된 서비스품질이 고객행동의도에 미치는 영향에 관한 연구: 지각된 전환비용의 조절효과 중심으로, 강원대학교 대학원, 석사학위논문, p.1.

91) 김홍길(2005). 서비스품질 기대불일치를 통한 브랜드 충성도, 기업의 이미지에 관한 구조관계 연구, 경희대학교 대학원 석사학위논문, p.1.

에 대한 부정적 구전활동 혹은 보상청구 및 법적 행동 등의 사적행동을 통해 기업의 성과에도 부정적 영향을 미친다. 고객만족이 미용서비스 산업에 미치는 영향은 단골 고객을 확보하고 기업의 매출액 증대 및 시장 점유율 확대에 기여할 수 있다. 더 나아가 소비자의 전반적인 생활 수준의 향상을 기하고 그 대가로 기업의 장기적인 이익을 도모할 수 있게 한다.<sup>92)</sup>

---

92) 권경수(1994). 소비자 불평행동에 관한 연구, 서울대학교 석사학위논문, p.11.

### III. 연구방법

본 연구는 퍼스널 컬러 인식이 네일컬러 선정 및 네일컬러 만족도에 미치는 영향을 검증하는 것에 연구목적이 있으며 이에 따른 구체적인 연구방법은 다음과 같다.

#### 1. 연구대상 및 절차

본 연구는 2019년 3월 15일부터 3월 31일까지 청주시 소재의 네일 샵을 방문하여 네일을 한 번이라도 받아본 사람들을 대상으로 본 연구의 목적을 설명 받은 후 동의를 얻은 연구를 대상으로 설문조사를 진행하였다. 설문은 자기평가기입식으로 응답하며 설문을 마친 후 바로 수거하였다. 총 320부의 설문지를 배포하여 최종 수집된 284부를 분석자료로 사용하였다.

#### 2. 조사도구

본 연구의 조사도구는 연구대상자의 일반적 특성, 퍼스널 컬러 인식, 네일컬러 선정, 네일컬러 만족도에 대한 질문으로 구성되어 있다. 일반적 특성 0문항, 퍼스널 컬러 인식 16문항, 네일컬러 선정 7문항, 네일컬러 만족도 7문항으로 총 30문항으로 제작 하였으며 일반적 특성을 제외한 다른 변인들은 Likert 5점 척도로 구성하였다. 구체적인 내용은 <표 4>와 같다.

<표 4> 설문지 구성내용 및 문항 수

구성지표	구성내용	문항 수	출처
퍼스널 컬러인식	정보 및 요구인식	5	김민주(2014), 노초롱(2017), 우수진, 김용숙(2011), 한수지(2017)
	개인적 퍼스널컬러 인식	8	
	선호컬러 인식	3	
네일컬러 선정	개인적 선호도	3	고아라(2010), 김민주(2015), 노초롱(2017)
	퍼스널 컬러 선호도	4	
네일컬러 만족도	네일컬러 만족도	7	김지혜(2008), 유선미(2014), 이현원(2017), 차진희(2019)
일반적인 네일시술	월 네일컬러 시술 횟수, 네일컬러시술, 사용금액, 관리방법, 직접 관리 이유, 시술만족도, 서비스 만족도	8	이남희(2016), 이현원(2017), 차정귀(2015)
일반적 특성	연령, 결혼 직업, 학력, 월 수입, 외모투자비용	6	김현정(2013), 노초롱(2017),
총		44	

### 1) 퍼스널 컬러 인식

퍼스널 컬러 인식을 측정하기 위해 김민주(2014), 노초롱(2017), 우수진, 김용숙(2011), 한수지(2017)의 연구를 토대로 본 연구에 맞게 수정·보완하여 총 16문항으로 구성하였다. 하위요인은 정보 및 요구인식(5문항), 개인적 퍼스널컬러 인식(8문항), 선호컬러인식(3문항)으로 구성하였다. 측정은 5점 Likert 척도로 하였다.

### 2) 네일컬러 선정

네일컬러 선정을 측정하기 위해 고아라(2010), 김민주(2015), 노초롱(2017)

의 연구를 토대로 총 7문항으로 구성하였다. 하위요인은 개인적 선호도(3문항), 퍼스널컬러 선호도(4문항)으로 구성하였다. 측정은 5점 Likert 척도로 하였다.

### 3) 네일컬러 만족도

네일컬러 만족도를 측정하기 위해 김지혜(2008), 유선미(2014), 이현원(2017), 차진희(2019)의 연구를 토대로 총 7문항으로 구성하였다. 측정은 5점 Likert 척도로 하였다.

## 3. 조사도구의 타당도와 신뢰도

조사도구의 측정항목에 대한 타당성 검증과 공통요인을 찾아내어 변수로 활용하기 위해서 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인분석은 관측된 변수에 근거하여 직접 관측되지 않는 요인을 확인하는 것으로 많은 변수들을 적은 수의 요인으로 묶어줌으로 그 내용을 단순화 하는 것이 목적이다. 각 문항을 소수의 요인으로 묶어줌으로 각 문항들이 동일한 개념으로 포함되는지 그 타당성을 파악할 수 있다.

요인추출방법으로 주성분법(principle components)을 실시하였으며, 지정한 고유치 이상의 값을 갖는 요인을 추출하였다. 요인회전은 베리맥스(varimax) 회전을 사용하였다. 요인적재량(factor loading)의 수용수준은 요인간의 상관관계 정도를 의미하며 기준은 .50이상으로 하였다. KMO측도와 Bartlett의 구형검정은 각 항목들 간의 상관행렬을 확인함으로 사용 항목들이 요인분석에 적합한지를 나타내는 방법이다. KMO는 변수 쌍들 간의 상과노간계가 다른 변수에 의해 잘 설명이 되는지에 대한 정보를 나타내는 것으로

그 값이 작으면 요인분석을 위한 변수 선정에 좋지 않음을 의미한다. 보통 KMO값이 .90이상이면 좋은 것으로 보며 .50이하이면 변수로 받아들이지 않는 것으로 보았다.

또한 본 연구에서 다 문항 척도로 측정 문항이 동질적인 문항으로 구성되어 있는지 검증하기 위해 신뢰도 계수 Cronbach's  $\alpha$ 값을 산출하였다. Cronbach's  $\alpha$ 값은 .60이상이면 신뢰도가 있는 것으로 보는 것이 일반적이다. 다중회귀분석을 실시한 경우 잔차 독립성 검증을 위해 Durbin-Watson 수치를 분석하는데, Durbin-Watson 수치가 2에 가까우면 잔차의 독립성에 대한 가정을 충족하는 것으로 판단한다.

#### 1) 퍼스널 컬러인식의 요인분석 결과

<표 5>는 퍼스널 컬러인식의 요인분석과 신뢰도 분석의 결과이다. Bartlett의 단위행렬 검정결과  $\chi^2=3176.003(p=.000)$ 으로 변수 간의 요인을 이룰 상관계가 충분한 거승로 나타났다. 퍼스널 컬러인식의 요인분석 결과 총 16개 문항은 3개의 요인으로 분류되었다. 요인 1은 정보와 요구인식에 대한 내용으로 고유값은 7.067이며, 전체변량은 44.167%였다. 요인 2는 개인적 퍼스널 컬러인식에 대한 내용으로 고유값은 2.942이고 전체변량은 18.390%였다. 요인 3은 선호컬러인식에 대한 내용으로 고유값은 1.087이며 전체 변량은 6.793%였다. 각 변인의 신뢰도는 .786 이상으로 높게 나타났다. 3개 요인은 전체변량의 69.351%의 설명력을 갖는 것으로 나타났다.

요인 1은 '퍼스널 컬러는 메이크업 할 때 중요하다', '전문가 진단을 통해 나의 퍼스널 컬러를 알 필요가 있다', '색채관련 교육을 받아본 경험이 있다' 등에 대한 내용으로 정보 및 요구인식으로 명명하였다. 요인2는 '색채는 나의 이미지 형성에 영향을 준다', '나의 피부 톤을 알고 있다', '나에게 맞지

않은 색을 알고 있다' 등에 대한 내용으로 개인적 퍼스널 컬러인식으로 명명하였다. 요인 3은 '내가 사용하는 색은 내게 어울리는 색과 일치한다', '내가 선호하는 색과 어울리는 색이 일치한다', '나에게 맞는 색상으로 메이크업을 하면 생기가 있어 보인다'에 대한 문항으로 선호컬러인식으로 명명하였다.

세 개 요인의 적재값은  $\pm 50$  이상으로 나타났으므로 추출 요인은 타당성이 확보된 것으로 분석되었고, 신뢰도 모두 .70 이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준임을 알 수 있다.

<표 5> 퍼스널 컬러인식의 요인분석

문항	요인부하량			공통성
	정보 및 요구인 식	개인적 퍼스널 컬러인 식	선호컬 러 인식	
퍼스널 컬러는 메이크업할 때 중요하다	.870	-.334	-.162	.799
전문가 진단을 통해 나의 퍼스널 컬러를 알 필요가 있다.	.863	-.333	.134	.785
색채관련 교육을 받아본 경험이 있다	.838	-.270	.142	.762
퍼스널컬러에 맞는 제품 선택을 하고 싶다	.768	-.431	.050	.662
퍼스널컬러에 대해 들어본 적이 있다	.650	-.333	-.100	.625
색채는 나의 이미지 형성에 영향을 준다	.142	.884	-.056	.803
나의 피부 톤을 알고 있다	.170	.843	-.092	.748
나의 눈동자 색상을 알고 있다	.109	.818	-.093	.675
나에게 맞지 않은 색을 알고 있다	.245	.794	-.263	.722
나에게 맞는 색은 외모연출에 중요하다	.069	.787	-.201	.680
색조 제품 선택 시 내 피부색과 맞는 색을 선택한다	.237	.768	-.041	.626
나의 모발색상을 알고 있다	.107	.759	-.178	.610
나에게 맞는 색을 알고 있다	.173	.752	-.104	.678
내가 사용하는 색은 내게 어울리는 색과 일치한다	.031	-.288	.846	.745
내가 선호하는 색과 어울리는 색이 일치한다	.068	-.280	.800	.661
나에게 맞는 색상으로 메이크업을 하면 생기가 있어 보인다	.138	-.401	.580	.515
고유값	7.067	2.942	1.087	
전체변량(%)	44.167	18.390	6.793	
누적변량(&)	44.167	62.558	69.351	
신뢰도(Cronbach's $\alpha$ )	<b>.786</b>	<b>.884</b>	<b>.843</b>	
전체 신뢰도		<b>.908</b>		
KMO와 Bartlett 검정	KMO=.89 2	$\chi^2=3176.0$ 03	$p<.000$	

## 2) 네일컬러 선정의 요인분석 결과

<표 6>은 네일컬러 선정의 요인분석과 신뢰도 분석의 결과이다. Bartlett의 단위행렬 검정결과  $\chi^2=2940.792(p=.000)$ 으로 변수 간의 요인을 이를 상관관계가 충분한 것으로 나타났다. 네일컬러 선정의 요인분석을 통해 전체 7개 문항은 1개 요인으로 분류되었다. 요인 1의 고유값은 4.663, 전체변량은 66.617%였으며 신뢰도는 .915로 나타났다.

요인1은 ‘내가 선호하는 색상을 네일 컬러로 선정한다’, ‘요즘 유행하는 색상을 네일 컬러로 선정한다’, ‘나에게 어울리지 않는 네일 색상을 알고 있다’의 내용을 포함하고 있으며 이를 네일컬러 선정으로 명명하였다.

이 한 개 요인의 적재값은  $\pm 60$ 이상으로 나타나 추출요인의 타당성이 확보된 것으로 나타났으며 신뢰도는 .90 이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있었다.

<표 6> 네일컬러 선정의 요인분석

문항	요인부하량 네일컬러 선정	공통성
나에게 어울리는 네일 색상을 알고 있다	.859	.738
네일 컬러를 선정할 때 나를 돋보이게 하는 색을 선택한다	.843	.711
나에게 어울리지 않는 네일 색상을 알고 있다	.841	.707
네일 컬러 선정 시개인적 취향을 더 고려한다	.820	.672
내가 선호하는 색상을 네일 컬러로 선정한다	.802	.643
네일 컬러를 선정할 때 손 피부색을 고려한다	.790	.623

요즘 유행하는 색상을 네일 컬러로 선정한다	.754	.568
고유값	4.663	
전체변량(%)	66.617	
누적변량(%)	66.617	
신뢰도(Cronbach's $\alpha$ )	<b>.915</b>	
KMO와 Bartlett 검정	KMO=.944	$\chi^2=2940.792$ $p<.000$

### 3) 네일컬러 만족도의 요인분석 결과

<표 7>는 네일컬러 만족도의 요인분석과 신뢰도 분석의 결과이다. Bartlett의 단위행렬 검정결과  $\chi^2=2940.792(p=.000)$ 으로 변수 간의 요인을 이룰 상관관계가 충분한 것으로 나타났다. 네일컬러 만족도의 요인분석을 통해 전체 9개 문항은 1개 요인으로 분류되었다. 요인 1의 고유값은 7.093, 전체변량은 78.806%였으며 신뢰도는 .966으로 나타났다.

요인1은 퍼스널컬러에 맞는 네일컬러는 마음에 든다', '퍼스널컬러가 내가 선호하는 이미지와 맞는다고 생각한다', '퍼스널 컬러에 맞는 네일컬러에 만족한다'의 내용을 포함하고 있으며 이를 네일컬러 만족도로 명명하였다.

이 한 개 요인의 적재값은  $\pm 80$ 이상으로 나타나 추출요인의 타당성이 확보된 것으로 나타났으며 신뢰도는 .90 이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있었다.

<표 7> 네일컬러 만족도의 요인분석

문항	요인부하량 네일컬러 만족도	공통성
나는 퍼스널컬러에 맞는 네일컬러를 함으로 기분이 좋아졌다	.912	.832
퍼스널컬러에 맞는 네일컬러는 내 이미지 향상에 도움이 되었다	.903	.815
퍼스널컬러에 맞게 시술한 네일컬러는 내 손 피부색과 잘 어울린다	.902	.814
퍼스널 컬러에 맞는 네일컬러에 만족한다	.891	.794
나는 퍼스널컬러에 맞는 네일컬러를 하면 심리적으로 만족한다	.890	.792
퍼스널컬러가 내가 선호하는 이미지와 맞는다고 생각한다	.881	.776
나는 퍼스널컬러에 맞는 네일컬러를 한 후 네일에 대한 관심이 많아졌다	.872	.761
나는 다음번에도 퍼스널컬러에 맞는 네일컬러를 선택할 것이다	.869	.756
퍼스널컬러에 맞는 네일컬러는 마음에 든다	.868	.753
고유값	7.093	
전체변량(%)	78.806	
누적변량(%)	78.806	
신뢰도(Cronbach's $\alpha$ )	<b>.915</b>	
KMO와 Bartlett 검정	KMO=.944	$\chi^2=2940.792$ $p<.000$

#### 4. 자료처리

수집된 자료는 SPSS 22.0 프로그램을 이용하여 다음과 같이 분석하였다.

첫째, 검사지의 내적 일치도 확인을 위해 신뢰도 계수 Chronbach's  $\alpha$ 값을 산출하였다.

둘째, 조사도구의 측정항목에 대한 타당성 검증과 공통요인을 찾아내어 변수로 활용하기 위해서 탐색적 요인분석을 실시하였다.

셋째, 변인들 간의 관계를 알아보기 위해 Pearson 상관관계 분석을 실시하였다.

넷째, 퍼스널 컬러인식이 네일컬러 선정과 네일컬러 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

다섯째, 퍼스널 컬러인식과 네일컬러 만족도의 관계에서 네일컬러선정의 매개효과를 알아보기 위해 Baron & Kenny(1986)의 매개검증 절차에 따라 3단계 위계적 회귀분석을 실시하였다. 1단계는 독립변수(퍼스널 컬러인식)와 매개변수(네일컬러선정)의 회귀분석을 실시하여 독립변수가 매개변수에 유의한 영향을 미쳐야 한다. 2단계는 독립변수(퍼스널 컬러인식)와 종속변수(네일컬러 만족도)의 회귀분석 결과가 유의한 영향을 미쳐야 한다. 3단계는 매개변수의 역할 검증을 위해서 독립변수와 매개변수가 종속변수에 유의한 영향을 미쳐야 하며, 종속변수에 대한 독립변수의 영향은 2단계 회귀분석보다 작아야 한다. 종속변수의 매개변수에 대한 영향력은 유의하지만 종속변수에 대한 독립변수의 영향력이 유의하지 않으면 완전매개모형이 되고, 종속변수에 대한 매개변수의 영향력과 종속변수에 대한 독립변수의 영향력이 유의하면 부분 매개모형이 된다(우종필, 2012). 모형 검증 후 네일컬러선정의 매개효과에 대한 유의성을 검증을 위해 Sobel test를 실시하였다(Sobel, 1982).

여섯째, 연구대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였다.

## IV. 연구결과 및 해석

### 1. 연구대상자의 일반적 특성

본 연구에 참여한 연구대상자의 일반적 특성은 <표 8>과 같다. 연령은 25~29세가 194명(68.3%)로 가장 많았으며, 결혼상태는 미혼이 232명(81.7%)으로 많았다. 직업은 전문직이 78명(27.5%)으로 가장 많았으며, 최종학력은 고졸이 115명(40.5%)으로 많았다. 월 평균 수입은 200~250만원 미만인 76명(26.8%)으로 많았으며, 월 평균 외모 투자비용은 10~20만원 미만인 90명(31.7%)으로 가장 많았다.

<표 8> 연구대상자의 일반적 특성

	구분	빈도(N)	백분율(%)
연령	20~24세	90	31.7
	25~29세	194	68.3
결혼상태	미혼	232	81.7
	기혼	52	18.3
직업	사무직	43	15.1
	서비스직	75	26.4
	전문직	78	27.5
	학생	51	18.0
	주부	20	7.0
	기타	17	6.0
	고졸	115	40.5
최종학력	전문대졸	102	35.9
	대학교졸	59	20.8
	대학원졸 이상	8	2.8
월 평균 수입	100만원 미만	55	19.4
	100~150만원 미만	32	11.3
	150~200만원 미만	32	11.3
	200~250만원 미만	76	26.8
	250~300만원 미만	45	15.8
	300~350만원 미만	19	6.7

월 평균 외모 투자비용	350만원 이상	25	8.8
	10만원 미만	66	23.2
	10~20만원 미만	90	31.7
	20~30만원 미만	65	22.9
	30~40만원 미만	35	12.3
	40만원 이상	28	9.9
계		284	100

## 2. 연구대상자의 일반적 네일시술

본 연구에 참여한 연구대상자의 일반적 네일시술의 특성은 <표 9>와 같다. 월 네일컬러시술 횟수는 1~2회가 199명(70.1%), 월 네일관련 사용금액은 5~7만원 미만이 74명(26.1%), 네일 컬러 외 관심분야는 네일아트가 165명(58.1%), 네일관리는 전문네일관리실이용이 187명(65.8%)으로 나타났다. 네일을 직접 관리하는 이유는 경제적으로 저렴해서가 86명(30.3%), 전문샵에서 시술관리를 받는 경우 관리의 만족도는 매우 만족한다가 138명(48.6%), 서비스에 대한 만족도는 매우 만족한다가 140명(49.3%), 가격의 만족도는 매우 만족도가 107명(37.7%)으로 많은 것으로 나타났다.

<표 9> 연구대상자의 일반적 네일시술

	구분	빈도(N)	백분율(%)
월 네일컬러시술 횟수	1~2회	199	70.0
	3~4회	26	9.2
	5~6회	23	8.1
	7회 이상	36	12.7
월 네일관련 사용 금액	2만원 미만	62	21.8
	2~5만원 미만	23	8.1
	5~7만원 미만	74	26.1
	7~10만원 미만	64	22.5
	10만원 이상	61	21.5
	네일 트리트먼트	88	31.0
	네일스파	18	6.3
	네일아트	165	58.1
네일 컬러 외 관심분야	기타	13	4.6
	전문네일관리실이용	187	65.8
	제품을 사서 스스로 관리	69	24.3
	기타	28	9.9
네일관리	경제적으로 저렴해서	86	30.3
	중요하다고 생각하지 않아서	61	21.5
	스스로 관리하는 것에	39	13.7
	만족하므로	98	34.5
직접 관리하는 이유	기타	98	34.5
	전혀 만족하지 않는다	9	3.2
	만족하지 않는다	1	0.4
	보통이다	60	21.1
전문샵에서 시술관리 받는 경우 관리의 만족도	만족한다	76	26.8
	매우 만족한다	138	48.5
	전혀 만족하지 않는다	9	3.2
	만족하지 않는다	1	0.4
전문샵에서 시술관리 받는 경우 서비스의 만족도	보통이다	64	22.5
	만족한다	70	24.6
	매우 만족한다	140	49.3
	전혀 만족하지 않는다	12	4.2
전문샵에서 시술관리 받는 경우 가격의 만족도	만족하지 않는다	19	6.7
	보통이다	96	33.8
	만족한다	50	17.6
	매우 만족한다	107	37.7
	계	284	100

### 3. 연구대상자의 일반적 배경에 따른 변인의 차이

연구대상자의 일반적 배경에 따른 퍼스널 컬러인식, 네일컬러 선정, 네일컬러 만족도의 차이를 살펴보기 위해 t-test와 one-way ANOVA를 실시하였으며, 그 결과는 다음과 같다.

#### 1) 일반적 배경에 따른 퍼스널 컬러인식의 차이

일반적 배경에 따른 퍼스널 컬러인식의 차이를 살펴본 결과 연령, 직업, 최종학력, 월 평균 수입, 월 평균 외모투자비용에 따라 유의미한 차이가 있었다. 연령에 25~29세의 평균이 더 높은 것으로 나타났으며 유의미한 차이가 나타났다( $t=-2.843$ ,  $p<.01$ ). 직업에 따라 퍼스널 컬러인식에 차이가 있었으며( $F=4.118$ ,  $p<.01$ ) 사후검증 결과 학생에 비해 전문직의 평균이 높았으며 집단간 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 최종학력은 집단에 따라 유의미한 차이가 있었다( $F=4.153$ ,  $p<.01$ ). 사후검증 결과 대학원졸 이상의 평균이 대학교졸에 비해 높았으며 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 월평균 수입에 따라서도 집단 간 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F=5.696$ ,  $p<.001$ ), 사후검증결과 200만원~250만원 미만과 250만원~300만원 미만 집단이 100만원 미만 집단에 비해 높은 것으로 나타났다. 월 평균 외모 투자비용에 따라서는 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F=8.713$ ,  $p<.001$ ), 30만원~40만원 미만 집단이 다른 집단에 비해 퍼스널 컬러인식이 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 김민주(2015)의 연구에서 결혼상태, 직업, 최종학력, 월 평균 수입, 월 평균 외모투자비용에 따라 퍼스널 컬러 유형에서

차이가 나타났다는 결과와 같은 맥락이라 할 수 있다. 즉, 나이가 높을수록, 직업은 전문직일수록, 최종학력은 대학원 졸업 이상일수록, 월 평균 수입은 200만원~300만원 사이이며, 월 평균 외모투자비용은 30만원~40만원 미만 일 때 퍼스널 컬러인식이 높음을 의미한다. 이는 곧 우리 사회에서 퍼스널 컬러 인식이 높은 사람은 전문직종의 일정수준 이상 고정수입을 받는 고학력자이며, 이들 중에서도 월평균 외모투자비용이 최소 30만원 이상되는 사람이 퍼스널 컬러에도 관심을 가지는 것으로 나타났다.

<표 10> 일반적 배경에 따른 퍼스널 컬러인식의 차이

	구분	빈도(N)	M	SD	t/F	Scheffe
연령	20~24세	90	3.64	.75	-2.843**	
	25~29세	194	3.87	.59		
결혼 상태	미혼	232	3.78	.64	-1.127	
	기혼	52	3.89	.71		
직업	사무직(a)	43	3.63	.66	4.118**	d<c
	서비스직(b)	75	3.87	.59		
	전문직(c)	78	4.00	.63		
	학생(d)	51	3.56	.65		
	주부(e)	20	3.82	.86		
	기타(f)	17	3.64	.40		
최종 학력	고졸(a)	115	3.76	.73	4.153**	c<d
	전문대졸(b)	102	3.88	.57		
	대학교졸(c)	59	3.63	.57		
	대학원졸 이상(d)	8	4.37	.67		
월 평균 수입	100만원 미만(a)	55	3.50	.70	5.696***	a<d,e
	100~150만원 미만(b)	32	3.70	.73		
	150~200만원 미만(c)	32	3.51	.57		
	200~250만원 미만(d)	76	3.97	.54		
	250~300만원 미만(e)	45	3.99	.60		
	300~350만원	19	4.06	.62		

		미만(f)				
월 평균 외모 투자 비용	350만원 이상(g)	25	3.85	.64	8.713***	a,b,c,e<d
	10만원 미만(a)	66	3.43	.64		
	10~20만원	90	3.84	.66		
	미만(b)					
	20~30만원	65	3.90	.53		
	미만(c)					
	30~40만원	35	4.09	.54		
	미만(d)					
40만원 이상(e)	28	3.92	.72			

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

## 2) 일반적 배경에 따른 네일컬러 선정의 차이

일반적 배경에 따른 네일컬러 선정의 차이를 살펴본 결과 연령, 결혼상태, 직업, 월 평균수입, 월 평균외모투자비용에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 연령에 따라서 퍼스널 컬러인식의 차이가 나타났으며( $t = -2.843$ ,  $p < .01$ ), 25~29세의 인식이 더 높은 것으로 나타났다. 결혼상태에 따라서도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며( $t = -3.038$ ,  $p < .01$ ), 기혼의 네일컬러 선정이 더 높은 것으로 나타났다. 직업에 따라서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F = 4.118$ ,  $p < .01$ ), 사후검증결과 전문직의 네일컬러 선정이 학생에 비해 높은 것으로 나타났다. 월 평균 수입에 따라서 유의한 차이가 나타났으며( $F = 6.027$ ,  $p < .001$ ), 사후검증결과 100만원 미만의 집단에 비해 200~250만원 미만, 250~300만원 미만, 300~350만원 미만의 집단의 네일컬러 선정이 높은 것으로 나타났다. 월 평균외모투자비용의 경우 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F = 3.350$ ,  $p < .05$ ), 사후검증결과 10만원 미만의 집단의 비해 30~40만원 미만인 경우 네일컬러 선정이 더 높은 것으로 나타났다. 기혼이며 전문직인 평균 월급여가 높은 숨이 네일컬러 선정이 높은 것으로 나타났으며, 퍼스널 컬러 인식이 높은 것과 같은 맥락을 나타내는 것으로 볼 수 있다.

<표 11> 일반적 배경에 따른 네일컬러 선택의 차이

	구분	빈도(N)	M	SD	t/F	Scheffe
연령	20~24세	90	3.62	1.02	-2.882**	
	25~29세	194	3.94	.81		
결혼 상태	미혼	232	3.77	.90	-3.038**	
	기혼	52	4.18	.77		
직업	사무직(a)	43	3.64	.91	8.637***	d<ab,c,e ,
	서비스직(b)	75	3.91	.76		
	전문직(c)	78	4.18	.75		
	학생(d)	51	3.34	1.08		
	주부(e)	20	4.29	.56		
	기타(f)	17	3.44	.78		
최종 학력	고졸	115	3.80	1.00	1.952	
	전문대졸	102	3.94	.84		
	대학교졸	59	3.68	.73		
	대학원졸 이상	8	4.32	.88		
월 평균 수입	100만원 미만(a)	55	3.38	1.03	6.027***	a<d,e,f
	100~150만원 미만(b)	32	3.92	.79		
	150~200만원 미만(c)	32	3.54	.70		
	200~250만원 미만(d)	76	3.97	.90		
	250~300만원 미만(e)	45	4.11	.80		
	300~350만원 미만(f)	19	4.42	.60		
	350만원 이상(g)	25	3.82	.73		
월 평균 외모 투자 비용	10만원 미만(a)	66	3.56	.94	3.350*	a<d
	10~20만원 미만(b)	90	3.88	.93		
	20~30만원 미만(c)	65	3.89	.79		
	30~40만원 미만(d)	35	4.22	.69		
	40만원 이상(e)	28	3.78	.95		

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

### 3) 일반적 배경에 따른 네일컬러 만족도의 차이

일반적 배경에 따른 네일컬러 만족도의 차이를 살펴본 결과 연령, 결혼상태, 직업, 월 평균수입, 월 평균외모투자비용에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 연령에 따라서 네일컬러 만족도의 차이가 나타났으며( $t=-2.320$ ,  $p<.05$ ), 25~29세의 만족도가 더 높은 것으로 나타났다. 결혼상태에 따라서도 차이가 나타났으며( $t=-2.683$ ,  $p<.01$ ), 기혼의 만족도가 더 높은 것으로 나타났다. 직업에 따라서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F=5.803$ ,  $p<.001$ ), 사후검증결과 학생에 비해 전문직의 만족도가 높은 것으로 나타났다. 월 평균 수입에 따라서 유의한 차이가 나타났으며( $F=6.461$ ,  $p<.001$ ), 사후검증결과 100만원 미만의 집단에 비해 200~250만원 미만, 250~300만원 미만, 300~350만원 미만의 집단의 만족도가 높은 것으로 나타났다. 월 평균외모투자비용의 경우 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F=4.288$ ,  $p<.01$ ), 사후검증결과 10만원 미만의 집단의 비해 20~30만원, 30~40만원 미만의 집단의 인식이 더 높은 것으로 나타났다. 앞서 퍼스널컬러 인식과 네일컬러 선정과 마찬가지로 네일컬러 만족도도 전문직, 기혼, 높은 수준의 월 평균 수입, 20만원 이상의 평균외모투자비용을 지불하는 집단이 네일컬러 만족도가 높은 것으로 확인할 수 있었다. 이를 종합하면, 이현원(2017)의 연구에서 퍼스널 컬러로 네일을 했을 시 만족도가 훨씬 높은 것과 마찬가지로 전문직이며, 기혼이자 자신의 외모에 투자를 평균 이상으로 하는 수입이 높은 여성들은 퍼스널 컬러에 대한 인식 및 네일컬러 선정에서도 차이가 나며, 이러한 인식의 차이가 곧 네일 컬러 만족도와도 직결되는 것으로 유추할 수 있다.

<표 12> 일반적 배경에 따른 네일컬러 만족도의 차이

	구분	빈도(N)	M	SD	t/F	Scheffe			
연령	20~24세	90	3.75	.97	-2.320*				
	25~29세	194	4.01	.86					
결혼 상태	미혼	232	3.86	.92	-2.863**				
	기혼	52	4.25	.70					
직업	사무직(a)	43	3.76	.87	5.803***	d<c			
	서비스직(b)	75	4.01	.85					
	전문직(c)	78	4.25	.75					
	학생(d)	51	3.53	1.05					
	주부(e)	20	4.08	.75					
	기타(f)	17	3.51	.85					
최종 학력	고졸(a)	115	3.83	1.02	1.639				
	전문대졸(b)	102	4.02	.81					
	대학교졸(c)	59	3.88	.78					
	대학원졸 이상(d)	8	4.42	.73					
월 평균 수입	100만원 미만(a)	55	3.50	1.08	6.461***	a<d,e,f			
	100~150만원 미만(b)	32	4.07	.65					
	150~200만원 미만(c)	32	3.58	.68					
	200~250만원 미만(d)	76	4.04	.84					
	250~300만원 미만(e)	45	4.22	.81					
	300~350만원 미만(f)	19	4.58	.60					
	350만원 이상(g)	25	3.78	.96					
	월 평균 외모 투자 비용	10만원 미만(a)	66	3.57			.98	4.288**	a<c,d
		10~20만원 미만(b)	90	3.93			.93		
	20~30만원 미만(c)	65	4.12	.73					
30~40만원 미만(d)	35	4.18	.70						
40만원 이상(e)	28	3.99	1.01						

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

#### 4. 연구대상자의 일반적 네일시술에 따른 변인의 차이

연구대상자의 일반적 네일시술에 따른 퍼스널 컬러인식, 네일컬러 선정, 네일컬러 만족도의 차이를 살펴보기 위해 t-test와 one-way ANOVA를 실시하였으며, 그 결과는 다음과 같다.

##### 1) 일반적 네일시술에 따른 퍼스널 컬러인식의 차이

일반적 네일시술에 따른 퍼스널 컬러인식의 차이를 살펴본 결과 월 네일 관련 사용금액, 네일관리, 전문샵시술관리 만족도, 전문샵 시술서비스 만족도, 전문샵 시술 가격 만족도에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 월 네일관련 사용금액에 따라서는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $F=4.651, p<.001$ ). 네일관리에 따라서는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F=4.487, p<.05$ ), 기타에 비해 전문네일관리실이용 집단의 퍼스널 컬러인식이 더 높은 것으로 나타났다. 전문샵시술관리 만족도( $F=13.996, p<.001$ )와 전문샵시술서비스만족도( $F=14.643, p<.001$ )에 따라서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 전문샵 시술가격 만족도에 따라서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F=12.279, p<.001$ ), 사후검증결과 전혀 만족하지 않는다라고 응답한 집단이 다른 집단에 비해 인식이 낮은 것으로 나타났다.

<표 13> 일반적 네일시술에 따른 퍼스널 컬러인식의 차이

구분		빈도 (N)	M	SD	F	Scheffe
월 네일 컬러 시술 횟수	1~2회	199	3.78	.62	1.632	
	3~4회	26	3.72	.58		
	5~6회	23	3.71	.89		
	7회 이상	36	4.01	.71		
월 네일 관련 사용 금액	2만원 미만(a)	62	3.43	.59	7.651***	
	2~5만원 미만(b)	23	3.79	.60		
	5~7만원 미만(c)	74	3.83	.55		
	7~10만원 미만(d)	64	3.97	.61		
	10만원 이상(e)	61	3.95	.76		
네일 컬러 외 관심 분야	네일 트리트먼트	88	3.74	.67	2.579	
	네일스파	18	3.76	.83		
	네일아트	165	3.86	.61		
	기타	13	3.38	.72		
네일 관리	전문네일관리실이용(a)	187	3.85	.65	4.487*	c<a
	제품을 사서 스스로 관리(b)	69	3.80	.64		
	기타(c)	28	3.46	.63		
직접 관리 하는 이유	경제적으로 저렴해서	86	3.87	.76	2.023	
	중요하다고 생각하지 않아서	61	3.83	.69		
	스스로 관리하는 것에 만족하므로	39	3.89	.60		
	기타	98	3.53	.56		
전문 샵시 술 관리 만족 도	전혀 만족하지 않는다	9	2.80	.88	13.996***	
	만족하지 않는다	1	3.38	.00		
	보통이다	60	3.57	.56		
	만족한다	76	3.69	.57		
	매우 만족한다	138	4.02	.61		

전문	전혀 만족하지 않는다	9	2.80	.88	14.643***	
샵시	만족하지 않는다	1	4.69	.00		
술	보통이다	64	3.52	.55		
서비스	만족한다	70	3.74	.57		
만족도	매우 만족한다	140	4.01	.61		
전문	전혀 만족하지 않는다(a)	12	2.96	.83	12.279***	a<b,c,d, e
샵시	만족하지 않는다(b)	19	3.74	.52		
술	보통이다(c)	96	3.62	.55		
가격	만족한다(d)	50	3.82	.48		
만족도	매우 만족한다(e)	107	4.05	.69		

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

## 2) 일반적 네일시술에 따른 네일컬러 선정의 차이

일반적 네일시술에 따른 네일컬러 만족도의 차이를 살펴본 결과 월 네일 관련 사용금액, 월 네일관련 사용금액, 네일컬러외 관심분야, 네일관리, 전문샵시술관리 만족도, 전문샵시술서비스만족도, 전문샵 시술 가격 만족도에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 월 네일관련 사용금액에 따라서는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F=4.014$ ,  $p<.01$ ), 사후검증결과 1-2회 집단에 비해 7회 이상 집단의 네일컬러 만족도가 높은 것으로 나타났다. 월 네일관련 사용금액에 따라서 유의한 차이가 나타났으며( $F=23.291$ ,  $p<.001$ ), 사후검증결과 2만원 미만 집단의 만족도가 다른 집단에 비해 낮은 것으로 나타났다. 네일컬러 외 관심분야는 유의한 차이가 나타났으며( $F=7.539$ ,  $p<.001$ ), 사후검증결과 기타 집단의 만족도가 네일 트리트먼트 집단의 만족도가 더 높은 것으로 나타났다. 네일관리에 따라서는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F=19.897$ ,  $p<.001$ ), 사후검증결과 기

타, 제품을 사서 스스로 관리, 전문네일관리실이용 집단의 순으로 만족도가 높은 것으로 나타났다. 직접관리하는 이유에 따라서 유의한 차이가 나타났으며( $F=5.941, p<.001$ ), 사후검증결과 기타 집단에 비해 경제적으로 저렴해 서에 응답한 집단의 만족도가 더 높은 것으로 나타났다. 전문샵 시술관리 만족도( $F=33.476, p<.001$ )와 전문샵 시술서비스 만족도( $F=29.913, p<.001$ )에 따라서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 전문샵시술가격만족도에 따라서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F=24.325, p<.001$ ), 사후검증결과 전혀 만족하지 않는다고 응답한 집단이 다른 집단에 비해 인식이 낮은 것으로 나타났다.

<표 14> 일반적 네일시술에 따른 네일컬러 선정의 차이

	구분	빈도 (N)	M	SD	t/F	Scheffe
월 네일 컬러 시술 횟수	1~2회(a)	199	3.74	.95	4.014**	a<d
	3~4회(b)	26	3.81	.84		
	5~6회(c)	23	4.16	.58		
	7회 이상(d)	36	4.21	.57		
월 네일 관련 사용 금액	2만원 미만(a)	62	3.07	1.04	23.291***	a<b,c,d, e
	2~5만원 미만(b)	23	3.73	.76		
	5~7만원 미만(c)	74	3.86	.68		
	7~10만원 미만(d)	64	4.28	.63		
	10만원 이상(e)	61	4.18	.72		
네일 컬러 외 관심 분야	네일 트리트먼트(a)	88	3.79	.93	7.539***	d<a
	네일스파(b)	18	3.71	.88		
	네일아트(c)	165	3.97	.72		
	기타(d)	13	2.81	1.71		
네일 관리	전문네일관리실이용(a)	187	4.02	.76	19.897***	c<b<a
	제품을 사서 스스로 관리(b)	69	3.69	.89		
	기타(c)	28	2.99	1.15		
직접 관리 하는 이유	경제적으로 저렴해서(a)	86	4.09	.89	5.941***	d<a
	중요하다고 생각하지 않아서(b)	61	3.98	.82		
	스스로 관리하는 것에 만족하므로(c)	39	3.77	.82		
	기타(d)	98	3.32	1.20		
전문샵 시술 관리 만족도	전혀 만족하지 않는다	9	1.89	1.15	33.476***	
	만족하지 않는다	1	2.71	.00		
	보통이다	60	3.42	.92		
	만족한다	76	3.66	.69		
	매우 만족한다	138	4.26	.64		
전문샵	전혀 만족하지 않는다	9	1.89	1.15	29.913***	

서비스 만족도	만족하지 않는다	1	4.29	.00	24.325*** a<b,c,d, e
	보통이다	64	3.43	.89	
	만족한다	70	3.69	.65	
	매우 만족한다	140	4.23	.70	
전문샵 서비스 가격 만족도	전혀 만족하지 않는다(a)	12	2.46	1.44	
	만족하지 않는다(b)	19	3.68	.71	
	보통이다(c)	96	3.49	.84	
	만족한다(d)	50	3.90	.60	
	매우 만족한다(e)	107	4.31	.69	

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

### 3) 일반적 네일시술에 따른 네일컬러 만족도의 차이

일반적 네일시술에 따른 네일컬러 만족도의 차이를 살펴본 결과 월 네일 관련 시술횟수, 월 네일관련 사용금액, 네일컬러외 관심분야, 네일관리, 직접 관리하는 이유, 전문샵시술관리 만족도, 전문샵 시술서비스 만족도, 전문샵 시술 가격 만족도에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 월 네일관련 사용금액에 따라서는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다(F=5.8881,  $p < .01$ ), 사후검증결과 1-2회 집단에 비해 7회 이상 집단의 네일컬러 만족도가 높은 것으로 나타났다. 월 네일관련 사용금액에 따라서 유의한 차이가 나타났으며(F=25.568,  $p < .001$ ), 사후검증결과 2만원 미만 집단의 만족도가 다른 집단에 비해 낮은 것으로 나타났다. 네일컬러 외 관심분야는 유의한 차이가 나타났으며(F=7.763,  $p < .001$ ), 사후검증결과 기타 집단의 만족도가 네일 트리트먼트 집단의 만족도가 더 높은 것으로 나타났다. 네일관리에 따라서는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며(F=24.273,  $p < .001$ ), 사후검증결과 기타, 제품을 사서 스스로 관리, 전문네일관리실이용 집단의 순으로 만족도가 높은 것으로 나타났다. 직접관리하는 이유에 따라

서 유의한 차이가 나타났으며( $F=6.724$ ,  $p<.001$ ), 사후검증결과 기타 집단에 비해 경제적으로 저렴해서에 응답한 집단의 만족도가 더 높은 것으로 나타났다. 전문샵 시술관리 만족도( $F=53.635$ ,  $p<.001$ )와 전문샵시술서비스만족도( $F=47.675$ ,  $p<.001$ )에 따라서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 전문샵 시술가격 만족도에 따라서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며( $F=25.581$ ,  $p<.001$ ), 사후검증결과 전혀 만족하지 않는다고 응답한 집단이 다른 집단에 비해 인식이 낮은 것으로 나타났다.

<표 15> 일반적 네일시술에 따른 네일컬러 만족도의 차이

	구분	빈도 (N)	M	SD	t/F	Scheffe
월 네일 컬러 시술 횟수	1~2회(a)	199	3.79	.96	5.888**	a<d
	3~4회(b)	26	4.17	.77		
	5~6회(c)	23	4.22	.65		
	7회 이상(d)	36	4.34	.52		
월 네일 관련 사용 금액	2만원 미만(a)	62	3.11	.92	25.568***	a<b,c,d,e
	2-5만원 미만(b)	23	3.77	.71		
	5-7만원 미만(c)	74	4.02	.74		
	7-10만원 미만(d)	64	4.34	.66		
	10만원 이상(e)	61	4.27	.79		
네일 컬러 외 관심 분야	네일 트리트먼트(a)	88	3.83	.96	7.763***	d<a
	네일스파(b)	18	4.01	.64		
	네일아트(c)	165	4.05	.78		
	기타(d)	13	2.89	1.39		
네일 관리	전문네일관리실이용(a)	187	4.15	.80	24.273***	c<b<a
	제품을 사서 스스로 관리(b)	69	3.68	.83		
	기타(c)	28	3.07	1.03		
직접 관리하 는 이유	경제적으로 저렴해서(a)	86	4.14	.90	6.724***	d<a
	중요하다고 생각하지 않아서(b)	61	4.01	.83		
	스스로 관리하는 것에 만족하므로(c)	39	3.82	.79		
	기타(d)	98	3.27	.99		
	전혀 만족하지 않는다	9	1.83	1.14		
전문샵 시술 관리 만족도	만족하지 않는다	1	3.11	.00	53.635***	
	보통이다	60	3.34	.82		
	만족한다	76	3.73	.64		
	매우 만족한다	138	4.43	.60		
	전혀 만족하지 않는다	9	1.83	1.14		
전문샵	전혀 만족하지 않는다	9	1.83	1.14	47.675***	

시술 서비스 만족도	만족하지 않는다	1	3.56	.00	25.581*** a<b,c,d,e
	보통이다	64	3.42	.74	
전문샵	만족한다	70	3.70	.75	
	매우 만족한다	140	4.41	.61	
시술 가격 만족도	전혀 만족하지 않는다(a)	12	2.41	1.46	
	만족하지 않는다(b)	19	3.60	.79	
전문샵	보통이다(c)	96	3.63	.78	
	만족한다(d)	50	3.99	.67	
	매우 만족한다(e)	107	4.39	.70	

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

## 5. 퍼스널 컬러인식, 네일컬러선정, 네일컬러 만족도 간의 상관관계

본 연구에서 제시한 퍼스널 컬러인식, 네일컬러선정, 네일컬러 만족도의 상관관계를 검증한 결과는 <표 16>과 같다.

기술통계 결과 하위요인의 평균, 표준편차, 왜도, 첨도는 기준치를 벗어나지 않은 것으로 나타났으며, 상관관계 결과 퍼스널 컬러인식, 네일컬러선정, 네일컬러 만족도 간에  $p < .001$  유의수준에서 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다. 또한 .80이상으로 높은 상관관계가 나타나지 않았으므로 인과관계 분석 시 나타날 수 있는 다중공산성 문제가 제기 되지 않는 것으로 판단하였다. 이러한 연구결과는 곧 퍼스널컬러인식, 네일컬러선정, 네일컬러 만족도 간의 상관관계에서는 정적 상관이 있으며, 이는 선행연구 유선진(2006)의 경우 퍼스널컬러 인식과 그에 따른 네일컬러선정에 따른 긍정적인 이미지영향, 네일컬러 만족도와 상관이 있다는 연구결과와 같은 것을 확인할 수 있었다. 즉 세 가지 요인은 상관성이 있으며, 퍼스널컬러 인식이 중요하다.

며 이를 통해 네일컬러를 선정하고, 만족도에도 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다.

<표 16> 퍼스널 컬러인식, 네일컬러선정, 네일컬러 만족 간의 상관관계

구분	평균	표준 편차	왜도	첨도	1	2	3	4	5	6
1	3.66	.82	-1.00	1.39	1					
2	3.87	.72	-.30	.26	.530***	1				
3	3.84	.80	-.27	.32	.393***	.750***	1			
4	3.80	.65	-.43	.77	.775***	.931***	.797** *	1		
5	3.84	.89	-.83	1.09	.326***	.563***	.656** *	.589** *	1	
6	3.93	.90	-.81	.78	.347***	.477***	.611** *	.539** *	.759** *	1

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

note. 퍼스널 컬러인식(1. 정보 및 요구인식, 2. 개인적 퍼스널 컬러 인식, 3. 선호컬러인식, 4. 퍼스널컬러인식 전체), 5. 네일컬러선정, 6. 네일컬러 만족도

## 6. 퍼스널 컬러인식이 네일컬러선정에 미치는 영향

본 연구에 퍼스널 컬러인식이 네일컬러선정에 미치는 영향을 살펴보기 위해 다중회귀분석을 실시하였으며, 이는 <표 17>, <표 18>과 같다.

퍼스널컬러인식이 네일컬러선정에 미치는 영향을 살펴본 결과는 <표 17>와 같이 퍼스널컬러인식은 네일컬러 선정의 34.7%의 설명력을 갖는 것으로 나타났으며, .589로  $p < .001$ 의 수준에서 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같은 연구결과 노초롱(2017)의 선행연구에서는 미용 전문가

의 퍼스널 컬러 진단여부가 네일 컬러 선정 선택 기준에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 퍼스널 컬러인식이 네일컬러 선정에 미치는 영향에서는 유의한 영향이 있는 것으로 나타났다. 이는 노초롱(2017), 이현원(2017)의 연구결과와 같은 것으로 나타나 퍼스널컬러를 바로 알고 자신에게 맞는 이미지 메이킹을 위한 색 선정에 대해 안다면 네일컬러를 고를때에도 영향을 미친다는 것을 확인할 수 있었다. 즉, 퍼스널컬러에 대한 인식은 네일 컬러 선정에 영향을 미칠 수 있으므로 네일 컬러 선정 시 퍼스널 컬러의 진단이 필요하며 퍼스널 컬러인식을 높일 수 있는 방안을 모색해야 함을 시사한다.

<표 17> 퍼스널 컬러인식이 네일컬러 선정에 미치는 영향

독립변인	B	S.E.	$\beta$	t	p
(상수)	.785	.253		3.098**	.002
퍼스널컬러인식	.805	.066	.589	12.233***	.000
$R=.589, R^2=.347, F=149.643^{***}, \text{Dubin-Watson } 1.660$					

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

퍼스널컬러인식의 하위요인이 네일컬러선정에 미치는 영향을 살펴본 결과는 <표 18>과 같으며, 퍼스널컬러인식의 하위요인이 네일컬러 선정의 44.3%의 설명력을 갖는 것으로 나타났으며, 선호컬러인식은 .534로  $p < .001$ 의 수준에서 유의한 정적 영향이 있는 것으로 나타났다.

<표 18> 퍼스널 컬러인식이 네일컬러 선정에 미치는 영향

독립변인	B	S.E.	$\beta$	t	p
(상수)	.714	.235		3.038**	.003
정보 및 요구인식	.045	.057	.042	.795	.427
개인적 퍼스널컬러인식	.174	.091	.140	1.917	.056

선호컬러인식	.596	.075	.534	7.926***	.000
$R=.666, R^2=.443, F=74.274^{***}, \text{Dubin-Watson } 1.790$					

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

## 7. 퍼스널 컬러인식이 네일컬러 만족도에 미치는 영향

본 연구에 퍼스널 컬러인식이 네일컬러 만족도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 다중회귀분석을 실시하였으며, 이는 <표 19>, <표 20>와 같다.

퍼스널컬러인식이 네일컬러 만족도에 미치는 영향을 살펴본 결과는 <표 19>와 같이 퍼스널컬러인식은 네일컬러 만족도의 29.1%의 설명력을 갖는 것으로 나타났으며,  $\beta=.539$ 로  $p < .001$ 의 수준에서 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 노초롱(2017), 홍다검(2015)의 선행연구결과와 같은 것으로 나타나 퍼스널컬러의 인식이 네일컬러 만족도에도 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다. 앞서 노초롱(2017)의 경우 미용 전문가의 퍼스널 컬러 진단여부가 네일 컬러 선정 선택 기준에 유의하게 영향을 미치며, 이는 곧 네일컬러에 대한 만족도로 이어지는 것으로 나타났다. 홍다검(2015)은 네일 컬러 선정 가이드북을 배포하여 활용분석하고 만족도를 알아본 결과 고객의 만족도가 높은 것을 확인하여 본 연구결과와 유사하게 나타났다. 즉 퍼스널 컬러에 대한 인식은 네일컬러 만족도에 영향을 미치는 요인으로 작용함을 알 수 있다.

<표 19> 퍼스널 컬러인식이 네일컬러 만족도에 미치는 영향

독립변인	<i>B</i>	<i>S.E.</i>	$\beta$	<i>t</i>	<i>p</i>
(상수)	1.111	.266		4.183***	.000
퍼스널컬러인식	.742	.069	.539	10.755***	.000
$R=.539, R^2=.291, F=115.667^{***}, \text{Dubin-Watson } 1.641$					

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

퍼스널컬러인식의 하위요인이 네일컬러 만족도에 미치는 영향을 살펴본 결과는 <표 22>와 같으며, 퍼스널컬러인식의 하위요인이 네일컬러 만족도의 38.7%의 설명력을 갖는 것으로 나타났으며, 정보 및 요구인식 .135로  $p < .05$ , 선호컬러인식은 .571로  $p < .001$ 의 수준에서 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 20> 퍼스널 컬러인식이 네일컬러 만족도에 미치는 영향

독립변인	<i>B</i>	<i>S.E.</i>	$\beta$	<i>t</i>	<i>p</i>
(상수)	1.032	.248		4.161	.000
정보 및 요구인식	.148	.060	.135	2.454	.015
개인적 퍼스널컬러인식	-.038	.096	-.030	-.397	.691
선호컬러인식	.652	.079	.581	8.210	.000
$R = .622, R^2 = .387, F = 59.033^{***}, \text{Dubin-Watson } 1.716$					

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

## 8. 퍼스널 컬러인식과 네일컬러 만족도의 관계에서 네일컬러 선정 매개효과 분석

퍼스널 컬러인식과 네일컬러 만족도의 관계에서 네일컬러 선정의 매개효과를 검증하기 위해 위계적 회귀분석을 실시하였다. 본 연구에 퍼스널 컬러인식이 네일컬러 만족도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 다중회귀분석을 실시하였으며, 이는 <표 21>, <그림 2>와 같다.

1단계에서는 퍼스널 컬러인식을 독립변수로 하였고, 네일컬러 선정은 종속변수로 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과 퍼스널 컬러는 네일컬러 선정

의 43%의 설명력이 있으며 .656으로  $p < .001$ 의 수준에서 유의한 정적 영향이 있는 것으로 나타났다. 2단계에서는 퍼스널 컬러인식은 독립변수로 네일컬러 만족도는 종속변수로 넣어 회귀분석을 실시한 결과 퍼스널 컬러인식은 네일컬러 만족도에 대해 37.3%의 설명력이 있는 것으로 나타났으며, .611으로  $p < .001$ 의 수준에서 유의한 정적 영향이 있는 것으로 나타났다. 3단계에서 퍼스널 컬러인식과 네일컬러 선정을 독립변수로 하고 네일컬러 만족도를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 퍼스널 컬러인식과 네일컬러 선정은 네일컬러만족도에 대해 59.8%의 설명력이 있는 것으로 나타났으며 퍼스널 컬러인식은 .199로  $p < .001$ , 네일컬러 선정 .629로  $p < .001$ 의 수준에서 유의한 정적 영향이 있는 것으로 나타났다.

네일컬러선정의 매개효과는 2단계와 3단계의  $\beta$ 값의 크기 비교를 하면 2단계  $= .611 > 3$ 단계  $.199$  임을 확인하였으므로 네일컬러선정의 매개효과가 있는 것을 검증하였다. 네일컬러 선정의 유의성 검증을 위해 Sobel 검증을 실시한 결과 Z값은 10.879( $p < .000$ )로 나타나 퍼스널 컬러인식과 네일컬러 만족도의 관계에서 네일컬러 선정의 매개효과가 검증되었다.

<표 21> 퍼스널 컬러인식에 따른 네일컬러 만족도와 선정의 매개효과

단계	종속변수	독립변수	B	S.E.	$\beta$	t	R <sup>2</sup>	F
1	네일컬러 선정	퍼스널 컬러인식	.732	.050	.656	14.595***	.430	213.018***
2	네일컬러 만족도	퍼스널 컬러인식	.686	.053	.611	12.962***	.373	168.021***
3	네일컬러 만족도	퍼스널 컬러인식	.223	.056	.199	3.967**	.598	209.410***
		네일컬러 선정	.632	.050	.629	12.551***		

$p < .001$

## V. 결론 및 제언

### 1. 결론

본 연구는 색에 대한 관심과 이를 통해 자신을 표현하는 현대 사회에서 개인의 퍼스널 컬러 인식과 네일컬러 선정, 네일컬러 만족도에 미치는 영향과 이들의 상관관계를 알아보고자 하였다. 네일시술을 주로 받는 20대 여성 284명을 대상으로 설문을 실시하였으며, 연구결과에 따른 결론은 다음과 같다.

첫째, 연구대상자들의 일반적 배경에 따른 퍼스널 컬러 인식, 네일 컬러 선정, 네일 컬러 만족도는 연령, 직업, 최종학력, 월 평균 수입, 월 평균 외모투자비용에 따라 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 특히 연령이 높고, 전문직이며, 최종학력이 대학원 이상의 월 평균 수입이 200만원 이상으로 외모투자비용이 20만원 이상일수록 인식, 컬러 선정, 만족도가 높은 것으로 나타났다.

둘째, 연구대상자들의 네일 시술에 따라 퍼스널 컬러 인식, 네일 컬러 선정, 네일 컬러 만족도는 월 네일관련 사용금액, 전문샵시술관리 만족도, 전문샵 시술서비스 만족도, 전문샵 시술 가격 만족도에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

셋째, 연구대상자들이 퍼스널컬러에 대한 인식을 알아본 결과, 퍼스널 컬러 인식, 네일컬러선정, 네일컬러 만족도 간의 상관관계에서는 정적 상관이 있는 것으로 나타났다. 퍼스널 컬러의 인식과 네일컬러의 선정, 네일컬러 만

족도가 정적 상관을 가진다는 것은 네일컬러 선정에 퍼스널 컬러가 영향을 미치므로 네일샵 및 네일전문가들이 퍼스널 컬러에 대한 전문성을 가지고 퍼스널 컬러를 활용하고 이것을 고객들에게 전달하여 자신의 피부톤에 맞는 네일 컬러를 선정할 수 있도록 해야 함을 시사한다. 이는 결국 네일컬러 만족도와 이어지며, 높은 수준의 만족도는 지속적인 고객 유치 및 네일에 대한 긍정적인 인식을 미치게 하므로 네일전문가 및 일반인에 대한 퍼스널 컬러에 대한 긍정적 인식이 필요함을 시사하는 바이다.

넷째, 연구대상자들의 퍼스널 컬러인식이 네일컬러 선정에 미치는 영향에서는 유의한 영향이 있는 것으로 나타났다. 퍼스널 컬러 인식은 네일 컬러 선정에 34.7% 영향력을 가지며, 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 퍼스널 컬러에 대한 인식은 네일컬러 선정에 영향을 미칠 수 있으므로 네일 컬러 선정 시 퍼스널 컬러의 진단이 필요하며 퍼스널 컬러인식을 높일 수 있는 방안을 모색해야 함을 시사한다. 또한 퍼스널 컬러인식이 네일컬러 만족도에 미치는 영향을 살펴본 결과는 29.1%의 설명력을 갖는 것으로 나타났으며 퍼스널 컬러에 대한 인식은 네일컬러 만족도에 영향을 미치는 요인으로 작용함을 알 수 있다. 퍼스널 컬러는 개개인에게 가장 어울리며 자신을 이미지 메이킹 하는데 도움을 주는 도구장치이다. 이는 다양한 메이크업 중 네일컬러에도 큰 영향을 미치며 이를 전략적으로 활용할 시 네일 이미지 메이킹에 성공적인 요소로 작용할 수 있다고 사료된다. 따라서 퍼스널 컬러 인식 및 종합적인 자신에게 어울리는 컬러를 머리색과 자주 입는 옷 색, 구두 및 가방 등에 종합적으로 매칭하여 자신에게 최적으로 어울리는 네일컬러의 선정이 필요함을 확인하였다.

다섯째, 퍼스널 컬러인식과 네일컬러 만족도의 관계에서 네일컬러 선정의

매개효과분석에서는 네일컬러 선정의 매개효과가 검증되어, 네일컬러 선정이 퍼스널 컬러인식과 네일컬러 만족도를 매개하는 것으로 나타났다. 이를 통해 퍼스널 컬러의 인식이 네일 시술 시 네일컬러 선정에 영향을 주며 네일컬러 만족도에도 유의한 영향을 주어 네일숍에서는 퍼스널 컬러를 활용한 네일 컬러 선정을 통해 고객만족도를 높일 수 있을 것을 확인할 수 있었다.

## 2. 제언 및 한계점

본 연구는 퍼스널 컬러 인식, 네일컬러 선정, 네일컬러 만족도에 대해 알아보고 퍼스널 컬러 인식과 네일컬러 만족도의 관계에서 네일컬러 선정의 매개효과를 검증하였다. 이러한 검증은 기존의 선행연구에서 제시되지 않았으며, 이를 통해 퍼스널 컬러 및 네일컬러와 관련해 새로운 기초자료를 제시하였다는 점에서 본 연구의 의미가 있다고 사료된다. 하지만, 본 연구는 다소 세부적이지 못한 한계가 있다. 따라서 후속 연구를 위한 제언을 다음과 같이 하고자 한다.

첫째, 본 연구에서 연령 및 전문직업군, 월평균 소득이 200만원 이상인 대상자들에게서 퍼스널 컬러의 인식 및 네일 컬러 선정, 만족도가 높은 것으로 나타났으나 이는 타 연령군과 비교했을 때, 비교적 젊은 연령군이라 이에 대한 관심이 많은 것이 반영되었다고 볼 수 있다. 하지만 네일샵이용 및 네일 컬러 선정에 있어 퍼스널 컬러의 역할은 매우 중요하며, 이를 활용하기 위해선 연령이 더 높은 여성을 대상으로 이에 대한 홍보가 이뤄져야 하고, 퍼스널 컬러를 마케팅으로 활용하여 네일케어에 대한 전반적인 만족도를 높일 수 있도록 해야 한다.

둘째, 컬러에서 퍼스널 컬러를 활용하는 전략은 그 중요성이 확대되고 있지만 이에 대한 교육 및 전문가를 양성하는 것은 부족한 것으로 보인다. 자

신의 매력을 찾고, 자존감을 향상시킬 수 있는 방법으로 현대 사회에서는 스스로를 표현하고 꾸밀 수 있는 여러 뷰티 프로그램을 활용하는 추세다. 그 중에서도 네일은 헤어와 피부 다음으로 각광받고 있으며, 특히 컬러가 중요한 것으로 꼽히는 네일 아트에서 퍼스널 컬러를 배우고, 이를 활용할 수 있는 전문인력양성은 반드시 필요하다.

셋째, 본 연구는 20대 여성 284명을 대상으로 연구하여 전체 여성 및 연령을 대표하는 대표성을 갖는다고 보기에는 한계점이 있다. 따라서 추후 연구에서는 연령층의 다양화와 직업군의 확대 등을 통해 퍼스널컬러 인식, 네일컬러선정, 네일컬러 만족도에 대한 연구가 진행되어야 할 것이다.

넷째, 본 연구는 설문조사를 통한 정량적 평가 결과만 분석했으므로, 추후 연구에서는 인터뷰 및 심층면담을 통한 정성적 응답이 함께 이루어져 설문 결과에 대한 폭넓은 활용 및 신뢰도를 높이는 연구가 필요하다.

## 참고문헌

### 1. 단행본

- 김민경(2017). 김민경의 색채활용, 서울: Yelim.
- 김용선, 김민기(2015). 뷰티컬러 트레이닝, 서울: YELIM.
- 김영인, 김은경, 김지영, 김혜수, 문영애(2009). 패션의 색채언어, 파주: 교문사.
- 김호진(2017). 퍼스널 컬러, 서울: 자유문고.
- 김희선, 박춘심, 양수미, 양진희, 조고미(2009). 색채 디자인, 서울: 광문각.
- 박은주(2014). 네일미용, 서울: 정담미디어.
- 박효원, 송서현, 유한나(2017). 뷰티색채학, 서울: 성안당.
- 윤혜림(2005). 컬러리스트종합이론, 서울: 국제.
- 이영미(2013). 네일아트 미학, 서울: 구민사.
- 요한 볼프강 폰 괴테(Goethe, J. W), 장희창 역(2003). 색채론, 서울: 민음사.
- 정연자, 신세영, 제나나, 윤지영(2017). 뷰티 앤 컬러, 서울 : 교문사.
- 조슬아, 김수현, 김유정, 이영미(2013). 네일아트 미학, 서울: 구민사.
- 최인실, 김언약(2019). 2019 합격비법 미용사 네일 필기시험문제, 서울: 크라운출판사.
- 치아자리수지(SuzyChiazzarl), 진현중 역(2002). Color, 서울: 전원문화사.
- 한영권(2003). 관광서비스 경영실무, 도서출판: 미학사.

### 2. 학위논문 및 학술지

- 권경수(1994). 소비자 불평행동에 관한 연구, 서울대학교
- 고아라(2010). 퍼스널컬러가 유행인식, 자기이미지에 미치는 영향 : 의류와 색조화장품의 구매행동을 중심으로, 한양대학교 디자인대학원

석사학위논문.

- 김민주(2014). 퍼스널컬러 인식이 메이크업 행동과 대인관계 호감도에 미치는 영향. 성신여자대학교 융합디자인예술대학원 석사학위논문.
- 김보민(2017). 네일살롱 공간연출과 서비스품질, 고객만족 및 재방문의도의 영향관계, 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.
- 김지혜(2008). 남성 네일리스트의 직무만족 및 고객들의 네일서비스 만족도에 관한 연구, 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문.
- 김용수(2012). 골프장 서비스품질이 서비스가치, 고객만족 및 고객충성도에 미치는 영향, 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 김은영(2010). 네일 샵 고객의 서비스 품질평가 및 만족도와 재방문의도의 관련성 연구, 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 김은영 외(2015). 네일 미용의 예술적 기능과 연구동향에 대한 계량서지학적 분석, 13(1), 1-8.
- 김은영(2011). 유형별 네일샵의 서비스 품질이 고객만족도에 미치는 영향, 건국대학교 석사학위논문.
- 김홍길(2005). 서비스품질 기대불일치를 통한 브랜드 충성도, 기업의 이미지에 관한 구조관계 연구, 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 노초롱(2017). 퍼스널 컬러에 대한 인식이 네일 컬러 선정에 미치는 영향, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 문완묵(2005). 20~30대 한국 여성의 베스트컬러에 관한 연구, 홍익대학교 산업대학원 석사학위 논문.
- 등월(2012). 모바일 서비스에서 지각된 서비스품질이 고객행동의도에 미치는 영향에 관한 연구: 지각된 전환비용의 조절효과 중심으로, 강원대학교 대학원 석사학위논문.
- 류선이(2006). 헤어샵의 물리적 환경 및 서비스품질에 대한 고객만족 연구. 동

- 명대학교 석사학위논문.
- 박화순(2000). 대학생의 퍼스널 컬러 유형과 그에 따른 의복색 이미지평가, 경북대학교 대학원 석사학위논문.
- 박화순(2001). 대학생들의 피부색과 머리카락색에 따른 개인색채 유형 분류, . 한국의류학회지. 25(3), 516-524.
- 박신혜(2017). 팝아트를 이용한 네일아트 디자인 연구, 남부대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 박유선(2018). 퍼스널컬러 컨설팅이 동기 및 의사결정요인, 외모관리 행동, 외모 만족도에 미치는 영향에 대한 질적 연구, 성균관대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 서지영(2005). 네일아트 일러스트레이션에 관한 연구 숙명여대 대학교 원격 대학원 석사학위논문.
- 손봉균(2013). 호텔 객실의 물리적 환경이 고객 만족, 재방문 의도에 미치는 영향, 계명대학교 대학원 석사학위논문.
- 송성하(2000). 서비스품질 고객만족·재 구매의도와의 상호관계에 관한 연구, 제주대학교 대학원 석사학위논문.
- 송영초(2012). 네일샵 고객의 서비스 이용행태 및 만족도에 관한 연구, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 안혜민(2006). 여성의 메이크업과 네일디자인이 인상형성에 미치는 영향, 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 온나라정책연구(2014). 이미용서비스 전문화를 위한 자격제도 개선방안 최종보고서.
- 우수진, 김용숙(2011). 퍼스널컬러 인식에 따른 색조 화장품 구입 및 사용행동. 복식문화학회, 19(5), 889-902.
- 우종필(2012). 구조방정식모델 개념과 이해. 서울: 한나래아카데미.

- 유선미(2014). 자기애성향이 네일서비스 추구혜택, 구매행동과 만족에 미치는 영향 연구, 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 유선진(2006). 퍼스널컬러 시스템에 따른 네일 컬러에 관한 연구, 용인대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 윤성준(2014). 네일미용 전문점 이용고객이 지각하는 서비스품질, 고객만족, 재방문의도간의 구조관계, 호남대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이계정(2010). 네일 아트 표현 기법과 트렌드에 관한 연구, 경남대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 이은영, 박길순(2012). 여대생의 퍼스널컬러 시스템 유형에 따른 얼굴색 분석. *복식문화학회*. 20(2). *복식문화학회*, 144-158.
- 이현원(2017). 퍼스널 네일 컬러 진단에 따른 네일 컬러링 일치도가 신체 이미지 변화인지와 네일 컬러링 만족도에 미치는 영향, 상명대학교 예술디자인대학원 석사학위논문.
- 정세연(2015). 정서지능이론을 기반으로 한 아동 퍼스널컬러의 정서반응 효과. *홍익대학교 박사학위논문*
- 조슬기(2006). 외적이미지를 리드하는 여성들의 외모관리행동 연구, 석사학위논문, 성신여자대학교 조형대학원 석사학위논문.
- 조주연(2005). 패션 색채의 활용에 있어서 색채에 의한 이미지 배색 방법 연구, 연세대학교 대학원 박사학위 논문.
- 주관(2004). 여대생의 얼굴 화장과 손톱 화장에 관한 연구, 숙명여자대 원격대학원 석사학위논문.
- 차진희(2019). 라이프스타일에 따른 헤어컬러 행동 및 만족도에 관한 연구. *서울벤처대학원대학교 석사학위논문*.
- 차호연(2011). 국내·외 퍼스널컬러 진단시스템의 비교 : 비색법을 이용한 정량 분석을 중심으로, 원광대학교 대학원 박사학위논문.

- 천지연(2012). 『퍼스널 컬러 진단을 위한 한국 남성의 신체색 분석 : 비색법을 이용한 정량분석을 중심으로』. 박사학위논문, 원광대학교 일반대학원.
- 최민령(2014). 퍼스널 컬러의 메이크업 적용 효과에 대한 일반인 집단과 뷰티 전문가 집단의 인식 조사, 원광대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 최재봉(2007). 병상장 서비스품질·고객만족 및 구매 후 행동에 미치는 영향. 단국대학교 대학원 석사학위논문.
- 최정애(2018). 관계혜택, 고객만족도, 관계몰입과 서비스 성과간의 관계, 가천대학교 대학원 박사학위논문.
- 한상윤(2010). 60세 이상 여성의 피부색과 퍼스널컬러에 대한 연구, 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 한수지(2017). 퍼스널 컬러 인식, 메이크업 행동, 색조제품 구매행동이 이미지 관리행동에 미치는 영향, 호남대학교 사회융합대학원 석사학위논문.
- 홍다검(2015). 한국인 손 피부색 정량분석에 따른 네일컬러 가이드북 개발연구, 영산대학교 대학원 박사학위논문.
- 홍성임(2007). 소득에 따른 중년층의 외모관리에 관한 연구, 성신여자대학교 아트 디자인대학원 석사학위논문.
- 홍정임(2011). 서비스품질이 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구 :미용 서비스산업을 중심으로. 서경대학교 대학원, 석사학위논문.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator - mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.

Sobel, M.E. (1982) Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models. *Sociological Methodology*, 13, 290-321.

### 3. 온라인 기사 및 참고사이트

미국 네일아트 및 미용제품 시장동향., kotra 해외시장뉴스. [웹사이트]. (2019년 2월 3일). <http://news.kotra.or.kr/user/globalAllBbs/kotranews/album/2/globalBbsDataAllView.do?dataIdx=131974&column=&search=&searchAreaCd=&searchNationCd=&searchTradeCd=&searchStartDate=&searchEndDate=&searchCategoryIdxs=&searchIndustryCateIdx=&page=1&row=0>

“3000억 손톱시장, 알보지 마세요.” Fashion Insight. [웹사이트]. (2019년 1월 29). <http://www.fi.co.kr/main/view.asp?SectionStr=Market&idx=50702&NewsDate=2015-05-18>

알기쉬운 의학검색 엔진. <http://www.kmlle.co.kr>

## ABSTRACT

### The Effect of the Perception of Personal Color on the Selection of Nail Color and the Satisfaction of Nail Color

Lee Ji Hye

Graduate School of Convergence Beauty

Make-up and Special Effects Make-up Major

Sungshin University

In the modern society, an analysis on personal color fitting for each individual, which meets aesthetic needs in the era of emotional image, not only improves individual competitiveness but also is being actively used as a marketing strategy. In addition, the size of nail market starts to increase. As color is being regarded as being vital in the era of emotional image, choosing nail color, which enables individuals' personality to noticeably appear by picking nail color on a basis of each own personal color, is becoming significant. The importance of color is particularly emphasized in nail art of several beauty industries in which first and foremost, individuals express themselves and their own beauty. Thus, marketing which strategically can use the perception of personal color is necessary.

The purpose of this study is to explore the perception of personal color in the modern society where interest in color increases and also an

individual expresses himself through color. Furthermore, it aims at examining the effect of the perception of personal color on selecting nail color and being satisfied with nail color. In addition to this, it is to investigate the correlation between the perception of personal color, the selection of nail color, and the satisfaction of nail color. This study is expected to contribute to increasing not just the satisfaction of customers who use a nail salon but the satisfaction of using a nail salon. Plus, it might help nail salons to aggressively utilize personal color as a marketing tactic by revealing the correlation between the selection of nail color, and the satisfaction of nail color. As a result of this, customers' gratification on nail color can be heightened.

284 participants, who are 20s and use nail care services on a regular basis, responded to the questionnaire. Data were analyzed by using SPSS 22.0. Frequency analysis, Pearson correlation analysis, multiple regression analysis, and the hierarchical regression analysis with 3 steps were conducted. Results of this study are as follows.

First, general factors such as age, career, educational background, monthly average income, monthly average costs on taking care of individual's look significantly influenced the perception of personal color, the selection of nail color, and the satisfaction.

Second, depending on a type of nail care services, the perception of personal color, the selection of nail color, and the gratification of nail color significantly affected monthly spending on using nail care services, the satisfaction of the customer management of a nail salon, the gratification

of nail care services, and the price of nail care services.

Third, it was found that there was significantly positive correlation between the perception of personal color, the selection of nail color and the satisfaction of nail color ( $p < .001$ ).

Fourth, it was identified that 34.7% of the perception of personal color impacted an individual's choice for nail color. That is, the perception of personal color had a positive effect on individuals' selecting nail color. It implies that personal color should be identified before choosing nail color because the perception of personal color might influence an individual's choice for nail color. It suggests that exploring the methods of raising the perception of personal color is necessary. On top of that, finding showed that 29.1% of the perception of personal color affected the satisfaction of nail color. Namely, it turned out that the perception of personal color was a factor influencing the satisfaction of nail color.

Fifth, in terms of the relation between the perception of personal color and the satisfaction of nail color, the mediating effect of choosing nail color was verified. In other words, it was found that the selection of nail color mediated the perception of personal color and the satisfaction of nail color.

This study explored the perception of personal color, the selection of nail color, and the satisfaction of nail color. Additionally, it verified the mediating effect of the selection of nail color in the relation between the perception of personal color and the satisfaction of nail color. Based on these results, it is expected that increase in a wide variety of strategies

and nail care services by using personal color can heighten customers' satisfaction, and further can positively influence the whole of the nail art industry.

Key words : nail salon, nail care industry, the perception of personal color, the selection of nail color, the satisfaction of nail color

## 설문지

### I. 퍼스널 컬러인식

☞ 퍼스널 컬러는 개인이 가지고 태어나는 개인의 색으로 얼굴색, 피부색, 모발색을 의미합니다. 이에 따라 자신에게 어울리는 메이크업컬러, 헤어컬러, 의상컬러, 네일 컬러 등이 있습니다. 퍼스널 컬러로 자신에게 적합한 이미지를 연출하면 건강해보이고 아름다워 보입니다.

문 항 내 용	전혀 아니다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 색채관련 교육을 받아본 경험이 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 퍼스널컬러에 대해 들어본 적이 있다.	①	②	③	④	⑤
3. 퍼스널컬러에 맞는 제품 선택을 하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
4. 전문가의 진단을 통한 나의 퍼스널컬러를 알 필요가 있다.	①	②	③	④	⑤
5. 퍼스널 컬러는 메이크업할 때 중요하다.	①	②	③	④	⑤
6. 색채는 나의 이미지 형성에 영향을 준다.	①	②	③	④	⑤
7. 나에게 맞는 색은 외모연출에 중요하다.	①	②	③	④	⑤
8. 나에게 맞는 색을 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
9. 나에게 맞지 않은 색을 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
10. 나의 피부 톤을 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
11. 나의 모발색상을 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
12. 나의 눈동자 색상을 알고 있다.	①	②	③	④	⑤

문 항 내 용	전혀 아니다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
13. 색조 제품 선택 시 내 피부색과 맞는 색을 선택한다.	①	②	③	④	⑤
14. 내가 선호하는 색과 어울리는 색이 일치한다.	①	②	③	④	⑤
15. 내가 사용하는 색은 내게 어울리는 색과 일치한다.	①	②	③	④	⑤
16. 나에게 맞는 색상으로 메이크업을 하면 생기가 있어 보인다.	①	②	③	④	⑤

## II. 네일컬러 선정

문 항 내 용	전혀 아니다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 내가 선호하는 색상을 네일 컬러로 선정한다.	①	②	③	④	⑤
2. 요즘 유행하는 색상을 네일 컬러로 선정한다.	①	②	③	④	⑤
3 네일 컬러 선정 시 개인적 취향을 더 고려한다.	①	②	③	④	⑤
4. 나에게 어울리는 네일 색상을 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
5. 나에게 어울리지 않는 네일 색상을 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
6. 네일 컬러를 선정할 때 손 피부색을 고려한다.	①	②	③	④	⑤
7. 네일 컬러를 선정할 때 나를 돋보이게 하는 색을 선택한다.	①	②	③	④	⑤

### III. 네일컬러 만족도

문항내용	전혀 아니다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 퍼스널컬러에 맞는 네일컬러는 마음에 든다.	①	②	③	④	⑤
2. 퍼스널컬러가 내가 선호하는 이미지와 맞다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3. 퍼스널 컬러에 맞는 네일컬러에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
4. 퍼스널 컬러에 맞게 시술한 네일컬러는 내 손 피부색과 잘 어울린다.	①	②	③	④	⑤
5. 나는 다음번에도 퍼스널컬러에 맞는 네일컬러를 선택할 것이다.	①	②	③	④	⑤
6. 퍼스널컬러에 맞는 네일컬러는 내 이미지 향상에 도움이 되었다.	①	②	③	④	⑤
7. 나는 퍼스널컬러에 맞는 네일컬러를 함으로 기분이 좋아졌다.	①	②	③	④	⑤
8. 나는 퍼스널컬러에 맞는 네일 컬러를 하면 심리적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
9. 나는 퍼스널컬러에 맞는 네일컬러를 한 후 네일에 대한 관심이 많아졌다.	①	②	③	④	⑤

### IV. 일반적인 네일시술

1. 1달에 몇 번 정도 네일 컬러 시술을 합니까?

- ① 1-2회 ② 3-4회 ③ 5-6회 ④ 7회 이상

2. 네일 관련하여 1달에 사용하는 금액은 얼마입니까?

- ① 2만원 미만 ② 2-5만원 미만 ③ 5-7만원 미만 ④ 7-10만원 미만 ⑤ 10만원 이상

3. 네일과 관련하여 컬러 외에 어떤 부분에 관심이 있습니까?

- ① 네일 트리트먼트 ② 네일 스파 ③ 네일아트 ④ 기타:

\_\_\_\_\_

4. 귀하는 네일관리를 어떻게 하십니까?

- ① 전문 네일관리실 이용 ② 제품을 사서 스스로 관리 ③ 기타:

\_\_\_\_\_

5. 직접 관리를 하는 이유는 무엇입니까?

- ① 경제적으로 저렴해서 ② 네일관리가 중요하다고 생각하지 않아서  
③ 스스로 관리하는 것에 만족하므로 ④ 기타: \_\_\_\_\_

6. 전문샵에서 시술관리를 받으시는 경우 관리에 대한 만족도는 어떻습니까?

- ① 전혀 만족하지 않는다 ② 만족하지 않는다 ③ 보통이다  
④ 만족한다 ⑤ 매우 만족한다

7. 전문샵에서 시술관리를 받으시는 경우 서비스에 대한 만족도는 어떻습니까?

- ① 전혀 만족하지 않는다 ② 만족하지 않는다 ③ 보통이다  
④ 만족한다 ⑤ 매우 만족한다

8. 전문샵에서 시술관리를 받으시는 경우 가격에 대한 만족도는 어떻습니까?

- ① 전혀 만족하지 않는다 ② 만족하지 않는다 ③ 보통이다

- ④ 만족한다 ⑤ 매우 만족한다

## V. 일반적 특성

1. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 20-24세 ② 25-29세

2. 귀하의 결혼 상태는 어떻습니까?

- ① 미혼 ② 기혼 ③ 기타

3. 귀하의 직업은 어느 분야입니까?

- ① 사무직 ② 서비스직 ③ 전문직 ④ 학생 ⑤ 주부 ⑥ 기타

4. 귀하의 최종학력은 어떻습니까?

- ① 고졸 ② 전문대졸 ③ 대학교졸 ④ 대학원졸 이상

5. 귀하의 한 달 평균 월 수입은 어떻게 되십니까?

- ① 100만원 미만 ② 100-150만원 미만 ③ 150-200만원 미만  
④ 200-250만원 미만 ⑤ 250-300만원 미만 ⑥ 300-350만원 미만  
⑦ 350만원 이상

6. 귀하의 한 달 평균 외모 투자비용은 어떻게 되십니까?(메이크업, 헤어, 미용성형, 피부관리, 네일관리, 몸매관리 등)

- ① 10만원 미만 ② 10-20만원 미만 ③ 20-30만원 미만  
④ 30-40만원 미만 ⑤ 50만원 이상