[UCI]I804:24011-200000236007

2008년 2월
석사학위논문

네일관리 고객의 성향과 네일아트 선호도 분석연구

조선대학교 디자인대학원

디자인학과 뷰티디자인전공

편 수 명

네일관리 고객의 성향과 네일아트 선호도 분석연구

The study on analysis of propensity and preference for nail care and nail art customer

2008년 2월

조선대학교 디자인대학원

디자인학과 뷰티디자인전공

편 수 명

네일관리 고객의 성향과 네일아트 선호도 분석연구

지도교수 한 선 주

이 논문을 디자인 석사학위신청 논문으로 제출함

2008년 2월

조선대학교 디자인대학원

디자인학과 뷰티디자인전공

편 수 명

편수명의 석사학위논문을 인준함

위원장	조선대학교 교수	이 진렬	인
위원	조선대학교 교수	한 선주	인
위원	조선대학교 교수	손 영미	인

2008년 2월

조선대학교 디자인대학원

ABSTRACT

The study on analysis of propensity and preference for nail care and nail art customer

Pyun, shu-myung
Advisor : prof. Han, sun-ju
Department of Beauty Design,
Graduate School
Chosun University

It is important to understand the trend of the consumers according to their life style while satisfying their various needs in the beauty shop which changes faster than any other thing with fashion and sensitive to the vogue nowadays. So to grasp the features of the consumers who use nail shop, this study grasped the consumption behavior, the difference in purchase behavior according to lifestyle, and the feature of population statistical variable and wanted to access and analyze in the viewpoint of nail art.

The objects of this study, by the convenient abstraction, were the 50 consumers and 142 consumers in 20s to over 30s who use nail shops where are departments and road shop in kwang-ju and we collected data while using questioning form. The collected data were analyzed of propensity and preference for nail care and nail art customer

The summary of this study is as follows.
The population statistical variables of the users of nail shops who are the

population statistical variable of nail art of nail shops who are the objects of this study was that consumers in their 20s and who were students and workers at job-place and lived in Apartment building and whose revenue was about 1~2 million won and who graduated over high-school were shown to use nail shop frequently and they were served about 1~2 times in a month and they consumed below 20~40 thousand won and they used nail shop to pursue their outer beauty and they thought the quality of the product as the most important thing in choosing the nail shop. they regarded also the professionality as the important factor and they didn't think the fare of the service that much. This can be interpreted that for pursuing outer beauty, the rice doesn't matter that much.

The users of the nail shops were feeling much satisfaction in the attitude in usage such as the facility, the service and education of the staff and the offering of service.

The lifestyle of customers who visit nail shop showed much noticeable difference in factors inclined toward economy. They can be charactierized as groups who collect information of goods, make use of a sale to purchase high costly goods, even make a list of shopping. In vital statistical quality for each type of lifestyle, it showed outstanding difference in factors inclined toward progressivism according to a distribution of age, and in factors inclined toward economy, conservatism, progressivism, according to jobs.

As a result of analysing age, marriage or not, job, shape of residence, average monthly income of home, according to the average monthly frequency of use of visitors to nail shop.

As a result of examining customer's behavior quality according to frequency of visit of users to nail shop, it showed noticeable difference in price, and it showed that they think the convenience of traffic, name value of nail shop, facilities and environment, kindness of employees, specialization of employees as important considerations when they choose nail shop.

This research results, which suggest importance of understanding about consumer's behavior of using nail shop for women consumer, main users in barbering & beauty service market which has limited to grasping about the present condition of barbering & beauty business, duty satisfaction degree, expression technique and so on, can be utilized as very important basic data in grasping consumer market about nail market, and will give helps to establish service development, marketing strategies for satisfying customers.

목차

ABSTRACT ----------

1. 서 론

A. 연구의 필요성 및 목적---------- 1

B. 연구방법과 범위---------- 3

2. 본 론

A. 네일아트에 관련한 이론적 배경

1) 네일아트의 정의와 유래---------- 4

2) 네일 관리의 흐름 ---------- 7

3) 네일 기법의 종류 ---------- 9

B. 네일 미용사업의 현황

1) 국외의 네일아트 시장의 현황 ---------- 19

2) 국내의 네일아트 시장의 전망 ---------- 21

C. 네일아트 고객의 성향분석

1) 계절에 따른 네일아트고객의 성향에 관한 분석 ---------- 27

2) 패션에 따른 네일아트고객의 성향에 관한 분석 ---------- 30

3) 컬러진단에 따른 네일아트고객의 성향에 관한 분석 ---------- 34

D. 고객 연령에 따른 네일아트 선호도 분석

1) 20대 고객의 선호도에 관한 분석 ---------- 37

2) 30대 이상 고객의 선호도에 관한 분석 ----------51

3. 결 론 및 제 언 ---------- 66

참 고 문 헌 ---------- 71

부 록 ----------73

Ⅰ. 서 론

A. 연구의 필요성 및 목적

현대인의 아름다움을 추구하는 방법은 여러 가지로 표현할 수 있으나 대표적인 복식 이외의 미용이라는 방법을 사용하여 표현하고 있다.
미용이란 용모에 물리적 화학적 기교를 행하는 것을 말한다. 미용은 과학적인 토대위에 얼굴 , 머리카락, 피부, 손톱, 발톱 등에 화장품과 손질을 통해 상태를 개선시키는 것과 아름답게 꾸미는 예술이다.
오늘날의 미용은 헤어, 피부미용, 메이크업(make-up), 아로마 요법, 경락요법, 발 관리의 개념에서 한 단계 발전된 '네일 케어(nail care)', '네일 아트(nail art)' 라는 독자적인 위치를 구축하고 있다.
네일 아트가 국내에 도입된 것은 불과 7,8년의 짧은 역사를 가지고 있지만 최근 들어 괄목할 만한 발전을 거듭하고 있으며, 일반인들의 관심이 높아지면서 미용사업의 한분야로 자리 잡고 있다.
네일아트에는 매니큐어(manicure), 페디큐어(pedicure)라 칭하던 예전의 손관리, 손톱은 머리카락과 유사하여 섬유단백질인 케라틴이 주성분이고 시스테인 결합에 의해 단단해진다. 손톱에는 케라틴 이외에도 황이나 칼슘, 아연, 망간, 구리 인등의 다양한 원소들로 구성되어 있으며 케라틴의 층 사이에 약간의 지방과 수분을 함유하고 있다. 이러한 지방과 수분이 광택을 내는데 영향을 미치며, 개인의 건강상태나 영양 상태 등에 따라 손톱의 상태가 달라 질수 있다. 큰 통증이 없다고 하여 그냥 지나치기 쉬운 손톱 질병이 있을 경우 그에 맞는 네일 케어를 시술을 해주어야한다.
현대 여성들이 사회 진출이 많아지면서 자신을 꾸미는 일에도 많은 치중을 하고 있다. '네일 케어', '네일아트' 라는 미용의 한 부분을 구축하고 있다. 네일 케어란 손톱과 발톱을 건강하게 관리하는 에스테틱(esthetic)적

요소와 네일 아트라는 네일 위에 예술적 감각의 디자인을 응용한 메이크업적 요소가 강조된다. 지금은 토탈 코디네이션(total coordination)의 마무리 단계에서 볼터치, 입술화장과 일치하는 네일 아트를 넣고 있다.

네일아트 및 관리가 효과적으로 국내에 대중적인 미용 산업으로서 정착하기위해서는 네일 관리에 대한 대중의 인식도를 올바르게 파악하여 효과적인 마케팅 전략을 세우고 홍보하는 것이 중요한 과제일 것으로 생각된다. 그동안 네일 관리에 대한 연구를 살펴보면 한국 여성의 이미지별 손톱화장에 관한 연구에서 네일 관리의 소비자 선호도를 조사 하였는데 20-25세 연령은 네일 기본 관리와 프렌치 팁을 선호하는 것으로 25-30세 연령은 기본관리와 실크팁을 선호하는 것으로 30-35세 연령에서는 큐리클 정리와 실크팁을 선호하는 것으로 밝혀졌다.1)

이제까지 네일 관리에 관한 과학적인 연구들은 주로 손톱의 건강이나 영양상태에 관한 것과 색체 조화 및 네일 디자인 등에 관한 것이었다. 네일 관리는 대부분의 여성들이 자신의 미를 나타내는 수단으로 사용하는 것이며, 자신의 개성을 나타내는 수단으로 활용되기도 한다. 요즘은 네일 아트라고 하여 손톱에 인조손톱을 붙이거나 다양한 모양과 그림을 삽입하는 네일 관리에 관심을 가지는 여성들이 늘어나고 있다. 네일아트를 창조적인 표현활동이 수반된 하나의 조형예술로 표현하기도 한다.

본 연구에서는 네일 케어와 네일 아트를 통틀어서 네일 관리라 칭하며 현재의 네일 관리의 주 고객이면서 미래의 잠정적 고객이 될 수 있는 20대부터 30대의 전반적인 고객을 대상으로 네일 아트에 대한 고객성향과 선호도를 연구 분석 하고자 한다.

---

1) 이수현(2002) 「한국여성의 이미지별 손톱화장에 관한 연구」 경성대학원 석사논문 pp 21-24

B. 연구방법과 범위

본 연구는 광주광역시와 전남권의 네일 전문샵과 백화점 안에 위치한 전문샵등을 중심으로 고객들의 미에 관련한 소비성향과 라이프스타일에 따라 어떠한 성향인지를 분석하고 이를 바탕으로 소비자의 욕구에 맞는 서비스를 제공하고자 하는 것이다. 연구 방법으로는 기존의 문헌 및 연구를 참고하여 라이프스타일에 대한 개념과 서비스 마케팅에 대하여 알아보고 분석연구를 하기위하여 설문 조사를 실시하였다.

설문에는 계절별, 패션 트랜드, 연령별 네일아트고객의 성향을 분석하고 연령별 고객의 네일아트 선호도를 설문지를 통하여 분석 연구 하였다. 2007년 5월20일부터 8월 20일까지 광주 전남권의 20대부터 30대 여성 260명의 대상으로 네일아트 고객의 성향분석의 조사가 이루어 졌다.

20대,30대이상 연령에 따른 네일아트고객의 선호도에 관한 분석에서는 네일샵 이용자들의 네일 선호도를 알아보기 위하여 142명(100%)을 대상으로 월평균 이용횟수, 네일샵 이용 동기, 선호하는 네일의 칼라, 네일의 모양, 페디 칼라, 페디 모양, 팁의 종류, 팁 모양의 종류를 세분화하여 조사 분석하였고, 네일아트의 종류와 월평균 이용가격은 484명(100%)을 대상으로 세분화 하여 조사 분석 하였다.

조사 분석 연구의 이유로는 네일고객이 미를 추구하는 원인과 동기 등을 분석하여 네일고객이 만족할 수 있는 네일아트의 유형과 선호도에 관한 표본을 만들기 위함에 있고 네일아트가 미를 추구하는데 보다나은 환경과 여건을 조성하기 위함이다.

논문의 전개과정은 네일 아트에 대한 국내외에 있는 서적과 자료를 이론적 고찰과 작품들의 사례를 통해 재료와 기법의 활용 및 특징을 비교 분석하고 네일아트의 표면화되어 있는 형식에서 벗어나 자유로운 창조적 주관으로 네일아트고객의 성향과 선호도를 분석연구 하는데 의의가 있다.

2. 본　　론

A. 네일아트에 관련한 이론적 배경

1) 네일아트의 유래와 정의

네일 화장술의 역사는 고대 이집트에서 유래 하였으며, 손톱의 색깔이 신분을 나타내는 중요한 기준으로 여겨져 헤나(henna)라는 식물에서 적색과 황색을 추출하여 왕족은 짙은 색으로 평민은 옅은 색으로 손톱을 칠했다고 전해진다.

미이라의 손톱에도 색을 칠하거나 태양신께 바치는 제사에도 사용하였으며, 무덤에서도 매니큐어 사실이 증명되었다.

따라서 매니큐어는 부귀와 권세, 사치와 쾌락의 상징으로 사용되었으며 전쟁을 나가기 전에도 입술과 같은 색으로 손톱을 칠하는 데 많은 시간을 소비하였다.[2)]

중국에서도 특권층의 신분을 드러내기 위하여 입술연지를 만드는 '홍화'를 손톱에 바르기 시작하여 'Polish'로 알려진 최초의 페인트를 벌꿀, 계란흰자, 고무나무의 수액 등을 이용하여 시대별로 다양한 색상의 손톱용액을 만들어 사용했다. 특히 기원전 600년 중국의 귀족들은 금색과 은색을 즐겼고 명나라 시대의 귀족들은 그 화려한 문화에 걸 맞는 검정과 빨간색으로 상류층의 신분 과시와 미적 감각을 동시에 만족시켰으며, 역사에서 가장 긴 손톱은 여자와 남자의 부를 상징하기위해 5인치정도의 긴 손톱을 기르는 것을 좋아 했다.

---

2) 이영순 (2000) 「네일 관리학」, 고문사 pp 10 - 11

로코코 시대에 이르러서는 화장에 대한 관심이 높아져 귀족뿐만 아니라 일반인들에게까지 매니큐어 및 네일 관리가 본격화되어 유럽전체에 확산되기 시작하면서 손톱은 멋 내기의 필수부위로 인식되었다.

19세기 이후부터 네일 케어가 일반인에게 점차 대중화되기 시작하였다. 네일 끝을 뾰족하게 한 아몬드형 네일 모양이 유행하였고 향이 있는 빨간 기름을 바른 후 부드러운 가죽을 이용하여 색깔의 광을 내기도하였다.

1830년에 치과에서 사용한 기구와 도구에서 착안하여 오렌지 우드스틱을 네일 관리에 사용하였다. 1885년에는 네일 에나멜의 필름형성제인 니트로셀룰로오즈(nitrocellulose)가 개발되었다. 1892년에는 시트의 조카에 의해 네일케어가 여성들의 새로운 직업으로 미국에 도입되었다. 1900년에는 금속가위와 금속파일을 이용하여 네일 케어를 행하기 시작하였고 옅은 색의 크림이나 가루로 광을 내거나 낙타털을 이용한 붓으로 네일에 일시적인 광을 내기도 했다. 1910년에는 매니큐어 제조사 플라워리(Flowery)가 뉴욕시에 설립되어 금속파일과 사포로 된 파일이 제작되었다. 1917년에는 보그(Vogue)잡지에 닥터 코로니(Dr.Korony)가 도구와 기구를 사용하지 않고 행하는 네일 홈 케어제품을 제시하였다. 3) 1925년에는 네일 에나멜 산업이 본격화 되면서 네일 에나멜을 상점에서 구입할 수 있게 되었으나 색상은 투명한 자연색으로 다양하지 않았고 손톱의 중앙에만 바르거나 손톱의 루눌라(lunula)와 양쪽 가장자리에는 에나멜을 바르지 않았다. 1925년에는 프렌치 매니큐어(Frence manicure)에 사용되는 흰색 에나멜과 큐리클 크림(cuticle cream), 큐리클 리무버(cuticle remover)가 제조 되었다. 1930년에는 제나(Gena) 연구팀에 의해 네일 에나멜 리무버(nail enamel remover), 워머 로션(warmer lotion), 큐티클 오일(cuticl oil)이 최초로 등장하였으며 다양한 빨간색이 출시되었다.

---

3) (이수현(2002) 한국여성의 이미지별 손톱화장에 관한연구/경성대학원 석사학위논문 pp25-26)

1932년에는 다양한 색상의 네일 에나멜이 제조되었고 레브론(Revlon)사에서 최초로 립스틱과 잘 어울리는 색상의 네일 에나멜을 출시하였다.

1935년에는 인조 네일이 개발되었고, 1940년에는 미국 여배우 리카 헤이우드에 의해 빨간색으로 네일을 꽉 채워 바르는 것이 유행하였다. 그 당시에는 남성들도 습식 매니큐어를 이발소에서 시술하였다. 1948년에는 미국의 노린제호(Noreen Reho)에 의해 매니큐어 작업에 기구를 사용하기 시작 하였다. 1950년에는 짙은 색상보다 자연 네일에 가까운 자연적인 색상이 유행하였다. 1957년에는 네일 팁(tip) 사용이 현저히 늘어났다. 당시 호일(foil)을 사용하여 시술한 페티 네일(patti nail)이라고 불렸던 아크릴릭 네일(acrylic nail)이 최초로 행해졌으며 헬렌 겔리(Helen Gouley)가 미용학교에서 네일케어를 가르치기 시작 하였으며, 페디큐어도 등장했다.1960년에는 실크와 린넨을 이용하여 약한 네일을 보강하기 시작했다.1970년에는 본격적으로 네일 팁과 아크릴릭 네일이 행해져 많은 여성들이 롱(long) 네일로 아름다움을 표현하였다. 미국서부에서 시작된 아크릴릭 네일은 중부로 전해져 많은 학생들이 수강했다. 현재 사용되고 있는 아크릴릭 제품은 치과에서 사용하던 아크릴릭에서 유래된 것이다.

1973년에는 미국의 네일 제조회사 IBD(International Beauty Department)가 처음으로 네일 접착제와 접착식 인조 네일을 개발했다. 1974-75년 미국의 식약청(FDA)에 의해 인체에 해를 끼친다고 판명된 메틸 메타크릴레이트(methyl methacrylate) 같은 아크릴릭 화학제품의 사용이 금지되었다. 또한 올리 인터내셔널(Orly International) 회사가 에나멜, 리퀴드 파이버랩(liquid fiber wrap), 럿쥐필러(ridge filler), 프라이머(primer), 베이스코트(base coat)등을 제조했다. 1976년에는 스퀘어(square) 모양의 네일이 유행했고 네일 팁과 아크릴릭 네일은 물론 파이버 랩(fiber wrap)이 등장하였으며 비로소 네일 아트가 미국에 정착하게 되었다.4)

1981년에는 에시(Essie), 오파이어(Opai), 스타(Star)등의 제조회사에서 네일 전문제품이 출시되었으며 네일 액세서리도 등장 하였다. 1982년 미국의

매니큐어리스트(manicurist)인 태미 테일러(Tammy Taylor)가 파우더(powder),프라이머, 리퀴드 등의 아크릴릭 네일 제품을 개발 하였다.
1989년에는 네일 산업이 급성장하여 1992년에 NIA(The Nail Industry Association)가 창립되어 네일 사업이 본격화 되면서 정착하게 되었다.

2) 네일 관리의 흐름

① 19C의 네일의 흐름

네일 관리는 근대에 접어들면서 상류층들의 부류들만이 누리는 미용이었지만 일반인에게 대중화되기 시작하면서 다양한 네일 제품이 개발되기 시작하였다.
현대에는 네일의 전반적이 기술들이 근대보다 전문화되고 제품 또한 다양화되고 세분화되었으며 네일 산업이 세계주요 산업으로 발달하기 시작하였다.

1800년에는 네일 산업이 대중화가 되기 시작한 시기로 볼 수 있으며, 네일 끝을 뾰족하게 하는 아몬드형 네일 모양이 유행하였고 향이 있는 빨간 기름을 바른 후 양의 부드러운 가죽으로 색깔이나 광택을 내기도 하였다.
1830년 유럽의 발 전문 의사 시트가 치과에서 사용하던 기구와 도구에서 착안하여 우드스틱을 네일 관리에 사용하기 시작하였다.5)

---

4)김광숙 외 네일케어& 아트 고문사 p152
5)이영순 외(2000) 네일관리학 고문사 pp10-13

1885년 네일 에나멜(nail enamel)의 필름형성제인 니트로 셀루로스가 개발되었다.

② 20C 네일의 흐름

1900년 금속가위와 금속파일을 이용하여 네일 관리를 행하기 시작했고 옅은색의 크림이나 가루로 네일에 광을 주거나 낙타털을 이용한 붓으로 네일에 임시적으로 광을 내기도 하였다. 유럽에서는 네일 관리가 본격적으로 시작되었다.

1910년 매니큐어 제조회사 플라워리가(Flowery)가 뉴욕시에 설립되어 금속화일과 사포로 된 파일이 제작되었다. 1917년 보그잡지에 코로니박사가 도구와 기구를 사용하지 않고 행하는 네일 홈 케어를 제시하였다. 케이크, 페이스트(paste) 또는 가루를 사용하여 네일에 광을 냈던 종전과는 달리 방수되면서 오랫동안 광택이 유지되는 네일 에나멜의 필요성이 절실히 요구되었다.

1925년 네일 에나멜산업이 본격화되면서 네일 에나멜을 상점에서 구입 할 수 있게 되었으며 색상은 투명한 계통의 자연색으로 다양하지는 않았고 손톱의 중앙에만 바르거나 손톱의 반월(lunula)과 양쪽 가장자리는 에나멜을 바르지 않기도 했다. 야한 색상을 바르는 것은 그 당시 에티켓에서 벗어나는 것이었다고 전해진다.

1927년에는 프렌치 매니큐어에 사용되는 흰색 에나멜과 큐티클 크림, 큐티클 리무버가 제조 되었다.

1930년에는 제나 연구팀에 의해 네일 에나멜 리무버, 워머로션, 큐티클오일이 최초로 등장하였다.

1932년에는 다양한 색상의 네일 에나멜이 제작되었고 레브론사에서 최초로 립스틱과 잘 어울리는 색상의 네일 에나멜을 출시했다. 1935년에는 인조 네일이 개발되었다.1940년에는 네일의 길이가 길어졌고 빨간색으로 네일을 꽉 채워서 바르는 것이 유행하였다. 그 당시에는 남성들도 습식 매니큐어를 이

발소에서 하기 시작하였다. 1948년에 미국이 노린 레호(Noreen Reho)에 의해 매니큐어 작업에 기구를 사용하기 시작하였다.

1950년에는 짙은 색상 보다 자연 네일에 가까운 자연적인 색상이 유행하였으므로 다양한 자연적인 색상이 개발되어 졌다.

1960년에 실크와 린넨을 이용하여 약한 네일을 보강하기 시작했다.

3) 네일 기법의 종류

(1) 네일 케어(Nail Care)

네일 케어란 손과 손톱, 발과 발톱을 정리하는 테크닉으로 매니큐어와 페디큐어로 나뉘며 일반적으로 대중에게 많이 시술되는 네일 관리 분야이다.

a) 매니큐어는 손톱 모양의 관리, 큐리클정리, 마사지, 칼라링의 과정을 포함한다. 자연 네일의 모양을 스퀘어, 오버스퀘어, 라운드, 오벌, 포인트의 5가지로 구분하여 손 모양, 개성, 직업에 따라 관리한다.

b) 큐티클 정리는 큐티클을 유연하게 해주는 큐티클 오일이나 크림, 리무버를 바른 후 푸셔로 큐티클을 밀어 올리고 니퍼를 이용해 불필요한 큐티클을 정리하는 과정이다.

c) 마사지는 손과 발을 비비고 주무르는 행위로, 이를 통해 몸 전체의 혈액순환을 돕고 피부에 영양분을 공급함으로써 부드럽고 탄력 있는 피부로 관리 한다.

d) 칼라링은 네일에 팔리쉬를 바르는 과정으로 피부색, 의상, 메이크업, 헤어스타일과의 전체적인 조화를 고려하여 시술되어야 한다. 칼라링은 3단계 과정으로 이루어지는데 손톱표면의 착색을 예방하는 베이스 코트, 네일에 칼라를 표현하는 팔리쉬, 팔리쉬의 광택과 유지를 도와주는 탑 코트의 과정을 말한다. 일반적인 레귤러 매니큐어 이외에 건성인 피부나 갈라진 네일을 가진 사람에게 시술되는 핫 로션 매니큐어와 파라핀 매니큐어도 있다.

e) 페디큐어는 발과 발톱을 가꾸고 손질해주는 발톱정리, 칼라링, 각질제거, 마사지등으로 근육을 풀어주고 혈액을 순환시킴으로써 피로 회복도 겸하는 발에 관련된 모든 시술과정이다.

① 손톱의 구조와 형성

a) 손톱의 부분

- 손톱본체: 1개의 조각으로 되어 있는 것 같지만 여러 층으로 구성 되어 있다.
- 손톱뿌리: 손톱 전체가 자라기 시작하는 곳
- 후리엣지(Free Edge): 손톱이 하얀색으로 자라나오기 시작하는 가장 끝 부분.
- 플레이트(Plate): 네일 바디를 플레이트라고 하며, 우리 육안으로 보이는 네일 부분으로 루트부터 후리엣지 까지를 가리킨다.

b) 손톱 밑의 구조

- 네일 베드(Nail Bed): 혈관, 신경(손톱이 자라는 영양분 공급), 신진대사와 수분공급 역할.
- 메트릭스(Matrix): 임파완, 혈관, 신경(손톱의 각질세포를 생산, 성장을 조정)
- 루룰라(Lunula): 연한 반달모양이라고도 한다.

c) 손톱주위의 피부

- 큐티클(Culicle): 손톱주위를 싸고 있는 피부(갑피), 정상인 큐티클은 유연하다.
- 네일폴드(Nail Fold), 맨틀(mantel): 네일 루트가 묻혀 있는 손톱, 베이스에서 깊이 접혀 있는 피부.
- 네일구르브(Nail Groove): 네일 베드의 양 측면의 좁게 패인 곳을 말함.
- 네일월(Nail Wall): 그루브 위에 있는 손톱 양 측면의 피부.
- 에포니키움(Eponyclium): 손톱 베이스에 있는 가는 선의 피부.

- 페리오니카움(Perionychium): 전체의 손톱을 둘러싼 피부.
- 하이포니키움(Hyponychium): 후리엣지 부분의 피부.

② 손톱의 성장

손톱과 발톱은 개인에 따라 정도의 차이는 있으나 매일 약 0.1mm 가량 성장하며 한달이면 대략 평균 3mm 정도 성장한다.

③ 손톱의 구성성분

케라틴이라는 섬유단백질(탄소 51.9%, 산소 22.36%, 질소 16.09%, 수소 0.82%)로 구성 되었다.

④ 손톱의 기능

손톱의 끝에는 신체의 다른 어느 곳 보다 동맥과 정맥이 실타래처럼 얽히고설킨 부위이기 때문에 손톱이나 발톱은 그 민감한 부위를 보호하는 갑옷과 같은 역할을 한다.

⑤ 손톱이 나빠지는 원인

손톱의 세포와 성장 역할을 하는 부분인 형성부(Matrix)에 상처가 났을 때. 미숙한 파일 질로 인한 손상, 정신적인 강력한 쇼크와 내과질환에 인한 손상 등이 있다.

⑥ 네일의 질병

손톱의 주성분은 케라틴이라 불리는 단백질로 건강한 손톱을 위해서는 양질의 단백질 섭취는 필수적이다. 그러나 단백질의 결핍과 상관없이 신체에

질병이 있어도 손톱이 비정상적으로 보이며 성장 자체가 불완전해질 수 있다. 건강한 손톱은 부드럽고 광택이 있으며 투명한 분홍색을 띠지만 신체에 이상이 생기면 비정상적으로 변하며 불완전한 성장을 한다.
그러므로 네일 리스트들은 물론이고 일반인들도 간단하게 네일의 비정상적인 상태에 대한 지식을 가지고 있다면 자신의 건강을 체크해 볼 수 있다.

⑦ 네일케어의 절차

a. 손 소독 : 솜에 알콜 또는 스킨소독제를 묻혀 소독한다.

b. 팔리쉬 제거 : 솜에 팔리쉬 리무버를 적셔서 손톱에 팔리쉬를 제거한다.

c. 손톱모양잡기: 손톱의 양 가장자리에서 안쪽 한 방향으로 파일링 한다.

d. 버핑: 손톱의 표면이 거칠 경우 불러 버퍼를 사용하여 매끄럽게 다듬어 준다.

e. 휭거볼에 담그기 : 케어를 원활하게 하기 위하여 미지근한 물에 큐티클을 불려준다.

f. 큐티클오일 또는 큐티클 리무버 바르기 : 큐티클을 유연하고 느슨하게 하기 위하여 오일을 바른다.

g. 큐티클 자르기: 니퍼를 사용하여 불필요하고 지저분한 큐티클을 정리한다.

h. 오일제거 : 페이퍼 타월로 오일을 가볍게 제거한다.

i. 손 소독 : 예민해진 큐티클에 세균 침투를 막기 위하여 스킨 소독제를 뿌려준다.

j. 로션 바르고 마사지 후 로션 기를 제거 : 원활한 혈액 순환을 위해 마사지를 하고 솜에 리무버를 적셔 로션의 잔여분을 제거한다.

k. 베이스코트 바르기 : 손톱의 변색을 방지 하기위하여 보호제를 바른다.
l. 탑코트 바르기 : 팔리쉬가 오래 유지 될 수 있도록 해주며 광택을 더해준다.

(2) 인조 손톱(Artificial Nail)

인조 손톱에는 찢어지거나 약한 자연 네일을 보강하는 랩핑(Wrapping)과 짧은 손톱을 길게 인위적으로 길이를 늘려주는 익스텐션(Extension)으로 나눌 수 있다.

① 랩의 종류

가. 실크(Silk)
가느다란 명주실로 촘촘히 가로 세로로 짜여진 천으로 손톱위에 붙이면 투명하고, 강하고, 가벼우며 자연스럽다.

나. 린넨(Linen)
굵은 실로 짜여서 다른 랩에 비하여 강하고 오래 견디지만 두껍고, 투박하기 때문에 짙은 색상의 팔리쉬를 발라야 한다.

다. 화이버 글라스(fiber Glass)

가느다란 인조섬유로 짜여져 있기 때문에 글루가 잘 스며든다. 매우 강하고 내구성이 강하다.

라. 페이퍼(Paper)

매우 얇은 종이로 아세톤이나 비아세톤에 의해 용해되기가 쉬우며 팔리쉬를 지울 때에도 페이퍼 랩은 용해되므로 매번 다시 작업을 해야 하는 번거로움이 있다.

② 익스텐션의 종류

가. 팁(Tip)

네일 팁은 보통 플라스틱, 나일론, 아세테이트 재질로 만들어진 것으로서 글루를 이용해 자연 네일에 접착하여 인위적으로 길이를 늘려주는데 사용된다. 종류에는 내추럴 팁, 화이트 팁, 칼라 팁, 투명 팁, 아트 팁 등 팁의 모양으로 구분되는 팁과 풀(Full) 팁, 레귤러 팁, 롱 팁 등 팁의 모양으로 구분되는 팁이 있다. 팁으로 연장된 인조 네일은 자체만으로 약하기 때문에 실크, 린넨, 화이버 글라스 등의 천 랩(Fabric Wrap)과 아크릴릭, 젤 등을 사용하여 팁의 단점을 보강한다.

나. 실크익스텐션(Silk Extention)

인조 팁을 사용하지 않고 실크 천에 휠러와 글루, 젤을 이용하여 길이를 늘이는 방법을 '실크 익스텐션'이라고 한다. 팁보다 실크 익스텐션이 훨씬 자연스럽고 튼튼하기 때문에 인위적이지 않는 길이 연장을 원할 때 많이 시술한다.

다. 아크릴릭(Acrylic)

아크릴릭은 모노머(Monomer), 플리머(Polymer), 촉매제인 카탈리스트(Catalyst) 세 가지의 기본 물질로 이루어져 있다. 아크릴릭 네일은 액체 아크릴릭과 파우더 아크릴릭의 혼합으로 만드는 것이다. 이 두 물질의 적절한 혼합으로 손톱의 두께를 조절할 수 있으며 매우 단단한 인조 네일이 된다. 아크릴릭 네일에는 인조 손톱 위에 씌우는 아크릴릭 오버레이와 폼(Form)을 사용해서 조각하듯이 손톱을 늘려주는 스컬춰 네일(Sculptured Nail)이 있다. 아크릴릭 스컬춰는 원톤, 투톤, 디자인 스컬춰 기법이 있다. 원톤 스컬춰는 클리어, 핑크, 내추럴 등의 투명 또는 반투명의 단일 색상 파우더를 이용한 스컬춰이다. 투톤 스컬춰는 화이트 파우더 또는 칼라 파우더의 불투명 파우더와 투명 파우더로 만든 두 가지 톤으로 이루어진 일종의 디자인 스컬춰이다. 일반적인 디자인 스컬춰는 다양한 컬러의 아크릴릭 파우더와 리퀴드를 사용해 손톱을 늘려주는 시술방법이다.

〈 그림1 아크릴릭 (방그리작품) 〉

③ 젤(Gel)

젤은 글루와 같은 성분이 있으며 강도가 조금 강한 접착제로 젤은 아크릴릭 소재와 화학적으로 비슷한 밀도를 갖는 물질이지만 젤은 별도의 카타리스트인 응고제가 필요하다. 젤 네일은 자외선 또는 할로겐 라이트의 빛을 네일에 쪼여 줌으로써 젤을 굳게 하는 라이트 큐어드젤과 송진과 같은 접착력이 있는 시아노 아크릴 레이트 성분이 있어 라이트 없이 젤 응고제를 사용하거나 물을 이용해 굳어지게 하는 노 라이트 큐어드 젤의 두 가지형으로

나눈다. 아크릴릭 네일과 마찬가지로 강하고 오래 지속되는 인조네일로 시술 방법도 비슷하지만, 아크릴릭의 후각적 자극이 강한 반면 젤은 냄새가 전혀 없어 백화점등에서도 시술을 할 수 있고, 젤을 고르게 발랐을 경우 파일링을 할 필요가 없어 작업시간이 단축되는 장점이 있다. 또 뛰어남 광택이 있어 다양한 색상의 젤은 글리터가 섞인 젤을 시술했을 경우 팔리쉬를 바르지 않아도 바른 것 같은 고 광택의 효과를 볼 수 있는 장점이 있다.

(3) 네일 아트(Nail Art)

네일 아트란 손 관리와 길이 연장 이외에 손톱에 행해지는 예술이다. 네일 아트 표현기법에는 핸드페인팅(Hand Painting), 라인스톤(Rhine Stone), 워터데칼(WaterDecals), 마블(Marble), 에어브러쉬(Airbrush), 댕글(Dangle) 등이 있고 이밖에 스펀지나 리본 등을 이용해 표현하는 방법도 있다.

① 핸드페인팅 (Hand Painting)

핸드페인팅은 가장 기본적인 아트 기법으로 팔리쉬나 아크릴 물감을 이용해 브러쉬를 사용해 손으로 직접 그려내는 기법이다. 이는 간단한 선에서부터 꽃문양, 풍경, 동물 모양 등 섬세하고 예술적인 디자인까지 표현이 가능하다.

〈 그림2 핸드페인팅(편수명작품) 〉

② 라인스톤 (Rhine Stone)

라인스톤은 우리가 흔히 큐빅이라고 하는 크고 작은 다양한 색상의 인조

보석을 붙여주는 방법으로 화려한 광택과 손쉬운 연출로 여성들의 인기를 받고 있는 디자인이다. 핸드 페인팅 등의 평면 디자인과 함께 응용하거나 라인스톤 자체만으로 고급스러운 느낌을 연출할 수 있다.

〈 그림3 라인스톤(배진선작품) 〉

③ 워터데칼 (Water Decals)

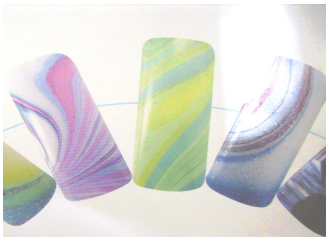
워터데칼은 물에 불린 스티커를 손톱에 얹어 마무리하는 테크닉으로 이미 디자인 되어 있는 기존의 제품을 이용해 그림이나 문양을 손톱에 간편하게 표현 할 수 있는 아트이다. 시술시간이 짧은 장점이 있고 다양한 도안으로 여러 가지 느낌 연출이 가능하다.

〈 그림4 워터데칼(백설희작품) 〉

④ 마블 (Marble)

마블이란 여러 가지 색상이 팔리쉬를 섞어서 대리석 같은 문양을 만드는 기법이다. 두 가지 이상의 색을 섞어 다양한 연출을 할 수 있으며 물결모양, 회오리 모양 등 다양한 문양을 연출할 수 있다. 방법에 따라 팔리쉬를

직접 섞는 팔리쉬 마블과 물위에 표현된 문양을 찍어내는 워터마블이 있다.



〈 그림5 마블(장은진작품) 〉

⑤ 에어브러쉬 (Airbrush)

에어브러쉬는 압축공기를 만드는 컴프레셔를 사용하여 물감을 분사해 자연스러운 그라데이션을 표현하거나, 스텐실을 이용해 문양을 찍어내는 기법이다. 네일에서의 에어브러쉬 기법은 자연스러운 칼라 조화가 가능하고 다른 어떤 아트 기법보다 빠르게 표현할 수 있다는데 장점이 있다.
핸드 페인팅과 마찬가지로 네일 샵에서 유용한 간단한 디자인 연출부터 스텐실 제작을 통한 섬세한 작품표현까지 가능하다.

〈 그림6 에어브러쉬(선호종작품) 〉

⑥ 댕글 (Dangle)

네일용 액세서리 제품으로 손톱 고리라고 한다. 손톱에 네일용 드릴을 이용해 작은 구멍을 내서 팬던트나 고리를 달아 독특하고 화려한 느낌을 연출할 수 있는 방법이다. 시중에 판매되는 댕글 이외에도 아크릴이나 젤을 사

용해 댕글을 만들어 달 수 있다.

〈 그림7 댕글(네일피아창간호) 〉

이외에도 2D/3D(2Dimension/3Dimension), 스트라이핑테이프(Striping Tape), 호일(Foil), 콘페티(Confetti), 프로트랜스(Pro Trans)등이 있다.

B. 네일 미용사업의 현황

1) 국외 네일아트 시장의 현황

미국에서는 20세기 후반에부터 소수의 유태인에 의해 본격적인 네일 산업이 붐이 형성되었다. 미국은 네일 업계에 네일 관련 미용 업에 관하여 라이센스를 발부하기 시작하면서 본격적인 전문업으로 인정을 받아 대외적으로 네일 산업이 대외적으로 확고하게 굳어 졌다고 할 수 있다.

네일 산업의 역사를 보면 BC 3000년경 이집트와 중국의 상류층에서 최초로 네일 관리가 시작된 것으로 전해졌다. 고대 이집트에서는 네일의 색상이 사회적 지휘를 나타내는 중요한 기준의 하나로 사용되었으며 왕족은 짙은 색 평민은 옅은 색만을 사용하도록 하여 신분을 구분하였다.

중세시대에는 남자들도 전쟁터에 나갈 때 입술과 손톱에 염료를 이용하여 같은 색을 칠하기도 하였다.

현대에 와서는 2002년 네일 산업이 호황기를 거친 이후 2004년에 경기침체

와 함께 네일 업계는 물론 학원, 살롱 모든 부문이 구조조정 시기에 접어들었다. 이어 2005년 이후 업체별 경쟁력이 높아지면서 회복세를 보이고 있다. 이와 함께 네일 산업이 다시 활성화되기 시작했고, 최근에는 백화점을 비롯한 전문 네일 샵, 미용실 피부 관리실 등에 네일 코너가 점차 개설되고 있어 그 수요가 높아지면서 21세기의 유망직종으로 떠오르고 있다.

특히 구조조정과 경기불황에 따른 스트레스 증가로 정신적 육체적 건강에 대한 관심이 높아지면서 건강관련 업종이 부상하고 있는 가운데 미용건강의 관심증가와 함께 여성창업자들의 등장으로 소자본 창업 시장의 판도에도 적지 않은 변화가 일고 있다.

미국의 네일 관리 산업의 현황은 다음과 같이 정리 된다. 미국에서는 대략 1800년을 기점으로 네일 관리와 네일 산업이 번창하기 시작한 초창기이다. 그러나 본격적으로 네일 산업의 붐이 형성된 시기는 1970년대 초 반경에 소수 민족인 유태인에 의해 이루어졌다. 1980년대에 접어들면서 한인 교포들이 미국 네일 샵의 주도권을 갖고 호황을 누려왔으나 최근 2-3년 사이에는 중국계 및 월남인들과 치열한 경쟁을 하기에 이르렀다.

미국의 뉴욕은 현재 라이센스 취득자의 수를 줄이는 관계로 타 주(state)에서 라이센스를 취득하여 뉴욕으로 와서 취업을 하는 예도 있다. 미국은 네일의 문화가 정착되어 있어서 네일 업체들은 새로운 아트기술과 재료들을 만들어 내야한다.

일본의 네일 산업의 현황은 1980년대에 네일 관리가 처음으로 도입되었다. 일본은 주로 아크릴릭(acrylic) 네일이 행해졌으며 1990년 후반부터는 미국처럼 네일 산업이 크게 성행하고 있다. 미국과 유럽에서 유행하고 있는 네일산업이 일본에 정착하기 까지는 문화적 여건 등 다소 어려움이 있었으나 경제성장과 더불어 사회의 각 계층에 진출하는 여성들이 증가하면서 네일 산업은 피부미용, 헤어미용과 더불어 미용의 한 분야를 매김하고 있다.

일본 네일 협회에서는 네일 기술 및 아트와 관련된 각종 대회와 세미나를 개최하여 네일 테크니션(technician)의 위상과 기술향상에 많은 노력을 기울이고 있다.

또한, 중동지역의 예멘, 이라크 사우디아라비아, 이집트 등 에는 빈익빈 부익부 현상이 나타나는 가운데 매우 높은 소득 수준으로 호화스러운 생활을 누리고 있으며 자신의 몸을 보석이나 악세사리 등으로 화려하게 치장하는 것을 본능적으로 좋아하는 특징이 있다. 결혼식에는 보석이나 악세사리로 손과 네일에 화려한 치장을 하고 베일을 쓰며 의식을 거행한다고 한다. 중동지역에서는 석유발달과 함께 보석류와 악세사리의 발달로 수공예품이 뛰어나게 발달한 나라이다. 이곳 젊은이들은 과거 세대와 다른 자신들만의 독특한 문화를 일궈가며 향후 중동지도를 변화 시킬 것으로 학자들은 전망하는 가운데 여성들의 사회적 참여는 큰 비중을 차지할 것으로 보이며 앞으로 미용 산업 역시 두드러진 성장을 보일 것을 기대한다.

2) 국내 네일 아트 시장의 전망

현재 우리나라는 정착단계이면서도 아직 초기단계에 있다고 볼 수 있지만, 네일 리스트라는 신 직업창출과 함께 엄청난 부가가치를 가지고 있다. 네일 사업이 활성화되기 위한 네일 기능자 수는 10만 명을 웃돌고 있다. 매년 미용학원, 네일학원에서 배출되는 인원까지 고려했을 때 네일 테크니션은 1만 명에 달한다.
현재 네일 샵의 수는 샵인샵(shop in shop)을 제외하고 약 8000여 곳으로 추정된다.
네일 산업은 기술과 상품이 약 1000억 원대에 달하는 시장으로 발전하고 있으며 네일 관리에 종사하는 인원도 10만 명에 이르고 고객도 빠른 속도로 증가하는 추세이다.
증가 원인은 네일의 밝은 전망으로 전문 네일 리스트 배출을 위한 네일 전문 미용학원과 전문대학의 네일아트 과목 신설이 늘어나고 있으므로 네일 아트를 보다 쉽게 접할 수 있는 기회가 많아졌고 해외 진출 또한 용이해서

향후 네일에 대한 전망을 긍정적으로 보는 사람이 늘어나고 있다.

국내의 네일 규모는 연 300억 원으로 거대한 규모로 성장하고 있으며 그 속도 역시 어느 분야보다 급속히 이루어지고 있다.

국내에서의 네일샵은 외국인이 많이 거주하는 이태원과 압구정동을 기점으로 점차 늘어나고 있으며 처음 도입되었던 당시에는 주 고객이 외국인 부유층 그리고 연예인들이 주 고객이었으나, 지금은 20,30대의 주 고객층과 40,50대까지로 퍼지고 있다. 일반인들뿐만 아니라 각종 매스컴의 소개와 유명연예인들이 네일아트에 대한 관심을 비추면서 네일 시장이 활성화 되는데에 촉 매체 역할을 하고 있다. 뷰티관련학교에서도 전공과목으로 채택하여 교육을 하고 있으며, 네일샵, 제품회사, 아카데미등 네일에 관련된 업체들이 계속해서 늘어나고 있는 상황이다. 늘 새로운 것을 추구하고자 하는 현대 젊은이들의 기호와 선호도에 반영하여 다양한 네일 재료와 기능성 신제품들이 개발되고 있으며 독특한 네일 디자인 기법들을 또한 연구되고 있기 때문에 매력적인 분야로 자리 잡고 있다.

2002년 초부터 네일 관련 사업은 급성장중이며 월드컵 기간 중 대중들에게 네일아트시술을 해주므로 월드컵세대인(18세 30세)는 네일아트의 주 고객층 세대라 할 수 있고, 30-40대 여성은 네일케어, 핸드케어, 스킨케어의 주 이용고객이라 할 수 있다.

앞으로는 기본적인 요구에서 벗어나 삶의 질을 향상 시킬 수 있는 산업이 발전하게 되고 보다 더 편리한 문명을 통해 이기적인 영향으로 타인과 구분하고 자기만의 개성 표현이 강조되므로 네일 미용 사업은 계속적으로 발전하리라 본다.

C. 네일아트 고객의 성향분석

본 연구는 2007년 5월20일부터 8월 20일까지 광주 전남권의 20대부터 50대 여성 260명의 대상으로 네일아트 고객의 성향분석에 따른 「계절에 따른 네

일아트고객의 성향에 관한 분석」, 「패션에 따른 네일아트고객의 성향에 관한 분석」, 「컬러진단에 따른 네일아트고객의 성향에 관한 분석」을 연구하기 위하여 1차 설문지 조사와 2차 면접조사를 중점으로 조사 연구하였다.

◎ 연구대상

2007년 5월20일부터 8월 20일까지 광주 전남권의 20대부터 30대 여성 260명의 대상으로 본 조사를 진행하였다.

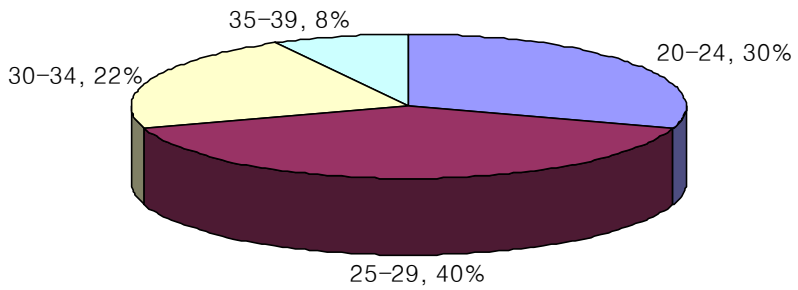
설문 조사에서는 기본적인 설문 조사를 하였고 설문 조사 대상 260명이 참여하여 계절, 패션, 컬러에 대한 성향을 분석하고 이에 대한 이론적 바탕을 체계화 하였다.

<표 1-1> 조사대상의 인구 통계학적 변인 분포

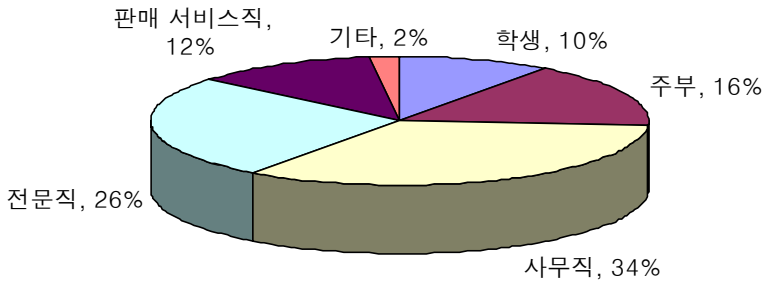
(N/%)

연 령	20-24	78(30%)
	25-29	104(40%)
	30-34	57(22%)
	35-39	21(8%)
직 업	학생	26(10%)
	주부	42(16%)
	사무직	88(34%)
	전문직	68(26%)
	판매 서비스직	31(12%)
	기타	5(2%)
학 력	중졸	0(0%)
	고졸	26(10%)
	대졸	172(66%)
	대학원이상	62(24%)
월 미용지출비용	월 50만원 이상	16(6%)
	월 20만원 이상	234(90%)
	월 20만원 미만	10(4%)
계		260(100.0)

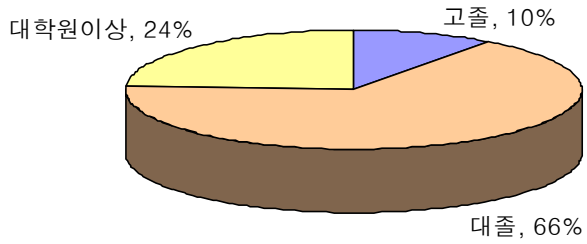
조사 대상 연령



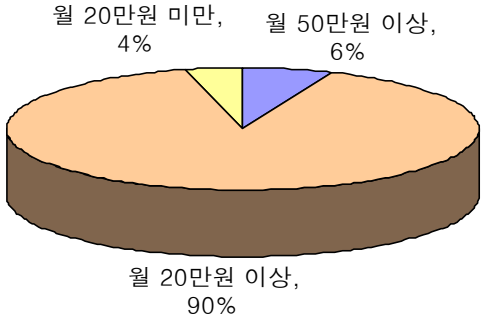
조사대상 직업



조사대상자 학력



월 미용 지출비용



◎ 조사방법

본 연구에서 사용된 구체적인 실증 분석 방법은 응답자들의 일반적인 사항에 따른 통계처리 분석방법으로 설문지 조사와 면접조사를 통한 빈도 분석을 실시했다.

① 설문조사

1차 설문조사는 광주 전남권의 20대부터 50대 여성 260명의 대상으로 네일아트 고객의 성향분석에 따른 「계절에 따른 네일아트고객의 성향에 관한 분석」, 「패션에 따른 네일아트고객의 성향에 관한 분석」, 「컬러진단에 따른 네일아트고객의 성향에 관한 분석」을 인구 통계학적 변인<표1-1>에 따른 네일아트 고객의 성향분석에 대하여 설문 조사 하였다. <표1-2>와 같이 설문조사 분류 내용별 문항 수를 바탕으로 설문 조사 하였다.

<표1-2> 설문조사 분류내용별 문항 수

	분류내용	총문항
1	계절에 따른 네일아트고객 성향	5
2	패션에 따른 네일아트고객 성향	5
3	컬러에 따른 네일아트고객 성향	5
전체 문항수		15

② 면접조사

본 연구의 면접조사에서 네일아트 고객의 성향분석에 의한 개인적인 유행감각과 고객의 아름다움을 추구하는 구체적 사항 등을 3가지(계절, 패션, 컬러)로 분류 조사하여 자신의 성향을 기준으로 면접조사 하였다. 설문조사를 바탕으로 면접조사를 실행하므로 보다 정확한 설문조사에 답을 구체화하였다. 면접인들 에게는 자신의 성향을 직접적으로 표현하지 못하는 경향이 있어서 과거와 현재의 성향을 구체적으로 질문하여 성향분석내용을 정확

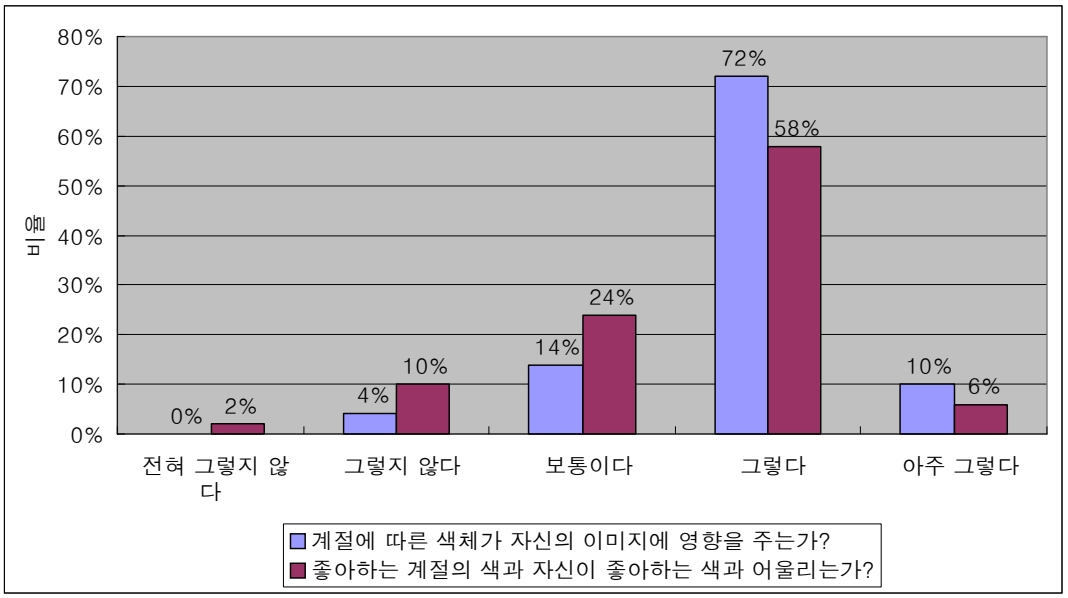
하게 요구 면접조사 하였다.

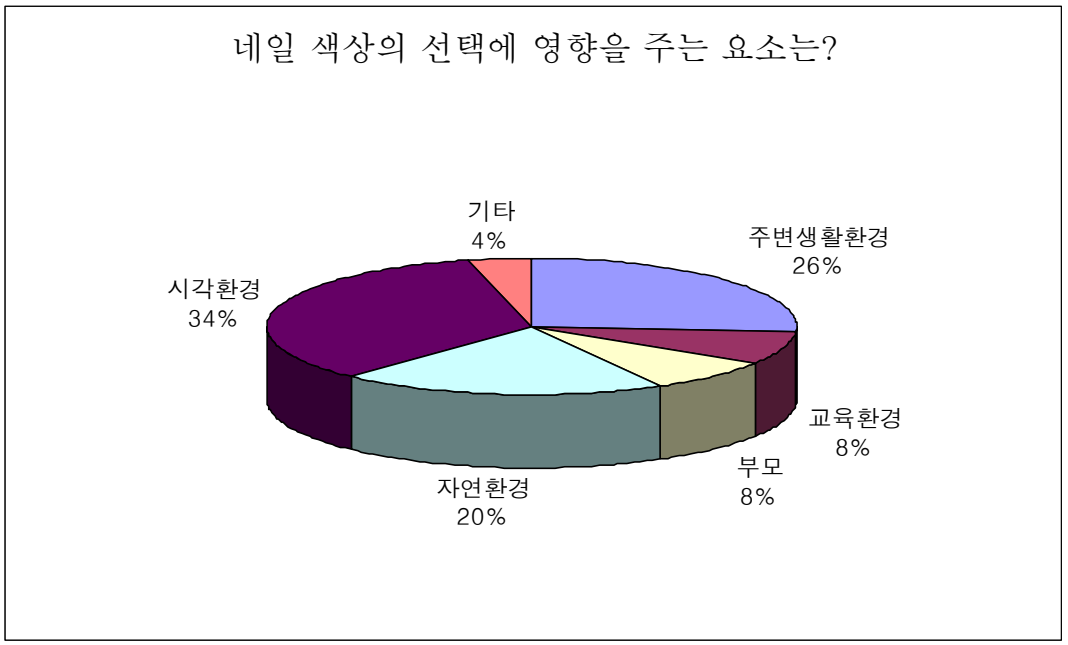
1) 계절에 따른 네일아트고객의 성향에 관한 분석

<표 2-1> 계절에 따른 성향분석

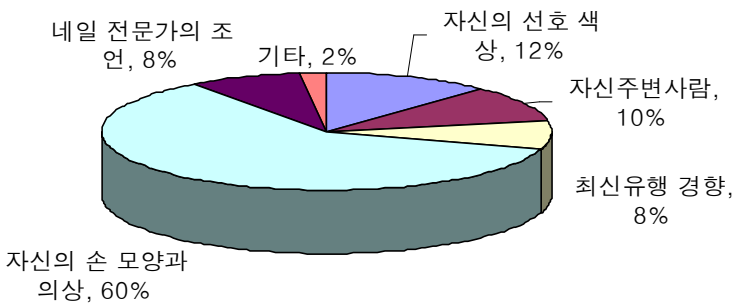
(N/%)

계절에 따른 색채가 자신의 이미지에 영향을 주는가?	전혀 그렇지 않다	0
	그렇지 않다	10(4.0)
	보통이다	36(14.0)
	그렇다	188(72.0)
	아주 그렇다	26(10.0)
좋아하는 계절의 색과 자신이 좋아하는 색과 어울리는가?	전혀 그렇지 않다	5(2.0)
	그렇지 않다	26(10.0)
	보통이다	62(24.0)
	그렇다	151(58.0)
	아주 그렇다	16(6.0)
네일 색상의 선택에 영향을 주는 요소는?	주변생활환경	68(26.0)
	교육환경	21(8.0)
	부모	21(8.0)
	자연환경	52(20.0)
	시각환경	88(34.0)
	기타	10(4.0)
계절에 따른 네일 색상의 선택 기준은?	자신의 선호 색상	31(12.0)
	자신주변사람	26(10.0)
	최신유행 경향	21(8.0)
	자신의 손 모양과 의상	156(60.0)
	네일 전문가의 조언	21(8.0)
	기타	5(2.0)
색채 관련 교육을 받아본 경험이 있는가?	경험이 있다	57(22.0)
	경험이 없다	203(78.0)
계		260(100.0)

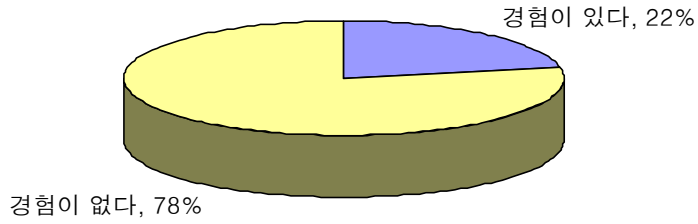

80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
비율
72%
58%
24%
14%
10%
6%
4%
10%
0%
2%
전혀 그렇지 않다
그렇지 않다
보통이다
그렇다
아주 그렇다
계절에 따른 색체가 자신의 이미지에 영향을 주는가?
좋아하는 계절의 색과 자신이 좋아하는 색과 어울리는가?


네일 색상의 선택에 영향을 주는 요소는?
기타
4%
주변생활환경
26%
시각환경
34%
교육환경
8%
부모
8%
자연환경
20%

계절에 따른 네일 색상의 선택기준은?



색채 관련 교육을 받은 경험이 있는가?



<표2-1>에서 보는 봐와 같이 계절에 따른 네일아트고객의 성향에 관한 분석과 관련 '계절에 따른 색채가 자신의 이미지에 영향을 주는가?' 라는 설문에 '그렇다' (72.0%)이었고 '좋아하는 계절의 색과 자신이 좋아하는 색과 어울리는가?' 에 대해 '그렇다' (58.0%), '보통이다' (24.0%)로 답하였다. '네일 색상의 선택에 영향을 주는 요소는?' 에 대해 '시각환경' (34.0%), '주변 생활환경' (26.0%), '자연환경' (20.0%)이었고, '계절에 따른 네일 색상의 선택 기준은?' 에 대한 설문에는 '자신의 손 모양과 의상' (60.0%), '자신의 선호 색상' (12.0%), '자신주변사람' (10.0%)으로 나타났고, '색채 관련 교육을 받아본 경험이 있는가?' 에 대해 '경험이 없다' (78.0%)로 나타났다. 뚜렷한 사계절이 있어 자신이 좋아하는 계절에 칼라 선정을 하여 분위기를 연출할 수 있었다.

2) 패션에 따른 네일아트고객의 성향에 관한 분석

<표2-2>에서 보는 봐와 같이 패션에 따른 성향분석 과 관련하여 '패션에 관한 관심도에 대한 설문에 '관심 있다' 가 (52.0%), '매우 관심 있다' 가 (24.0%)로 나타났다. '패션에 따른 네일 관리의 필요성' 에 대한 설문에 '외관상 보기 좋아서' (34.0%), '개성 표현' (28.0%), '기분전환' (22.0%)으로 나타났다. '패션에 따라 네일 관리 할 때 중요시 하는 부분' 에 대한 설문에 '큐티클 정리' (44.0%), '칼라링' (30.0%)으로 나타났다. '패션에 관한 정보처' 로는 '네일 및 전문잡지' (13.0%), '신문 잡지' (26.0%), '인터넷' (24.0%)으로 나타났다. '패션에 따른 네일 관리를 받는 곳' 에 대한 설문에는 '로드샵' 에서 관리 받는다가 (76.0%), '샵인샵' (22.0%)으로 나타났다. 일반적으로 로드샵을 찾는 이유로는 일반인들이 근접하기가 용의하고 가격 면에서도 특정 네일샵보다는 저렴하게 네일케어를 받을 수 있다는 고객들의 생각이 지배적이다. 네일샵 주변에 일반 상가들이 밀집되어 있어 다양한 쇼핑의 기회를 기대할수 있는 장점 또한 로드샵을 찾는 이유이라고 조사된다.

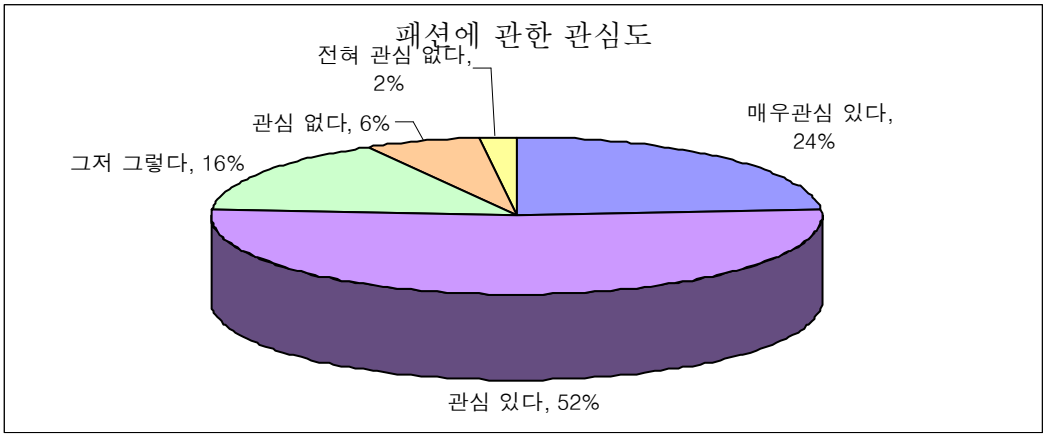
근래에는 인터넷이나 매체를 통해 패션에 대한 관심도가 높아짐에 따라 자

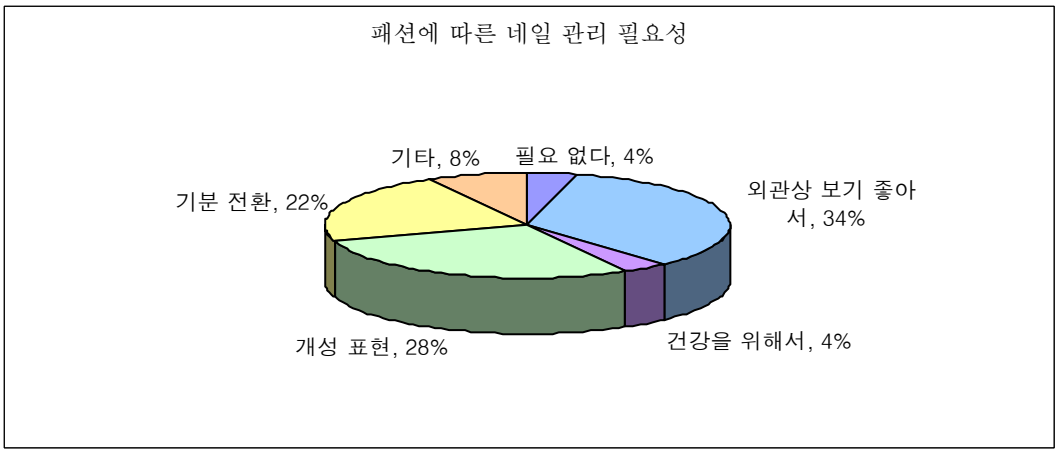
신에 개성이나 이미지에 도움을 주기위한 중요 요소로 자리 잡으면서 네일 아트가 패션과 밀접한 관계가 있는 것으로 연구 된다.

<표 2-2> 패션에 따른 성향분석

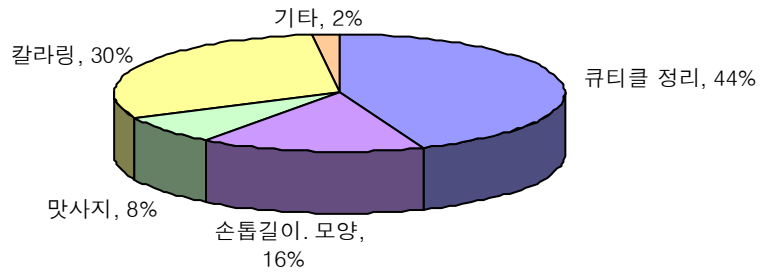
(N/%)

패션에 관한 관심도	매우관심 있다	62(24.0)
	관심 있다	135(52.0)
	그저 그렇다	42(16.0)
	관심 없다	16(6.0)
	전혀 관심 없다	5(2.0)
패션에 따른 네일 관리의 필요성	필요 없다	10(4.0)
	외관상 보기 좋아서	88(34.0)
	건강을 위해서	10(4.0)
	개성 표현	73(28.0)
	기분 전환	57(22.0)
	기타	22(8.0)
패션에 따라 네일 관리 할 때 중요시 하는 부분	큐티클 정리	115(44.0)
	손톱길이. 모양	42(16.0)
	맛사지	20(8.0)
	칼라링	78(30.0)
	기타	5(2.0)
패션에 관한 정보처	TV	42(16.0)
	인터넷	62(24.0)
	신문, 잡지	68(26.0)
	네일 및 전문잡지	78(30.0)
	기타	10(4.0)
패션에 따른 네일 관리를 받는 곳	로드샵(전문 네일샵)	198(76.0)
	샵인샵(미용실, 백화점등)	57(22.0)
	기타	5(2.0)
계		260(100.0)

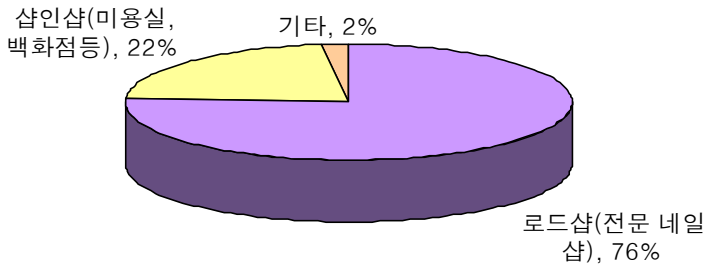

패션에 관한 관심도
전혀 관심 없다, 2%
관심 없다, 6%
그저 그렇다, 16%
매우관심 있다, 24%
관심 있다, 52%


패션에 따른 네일 관리 필요성
기타, 8%
필요 없다, 4%
기분 전환, 22%
외관상 보기 좋아서, 34%
개성 표현, 28%
건강을 위해서, 4%

네일 관리시 중요시하는 부분



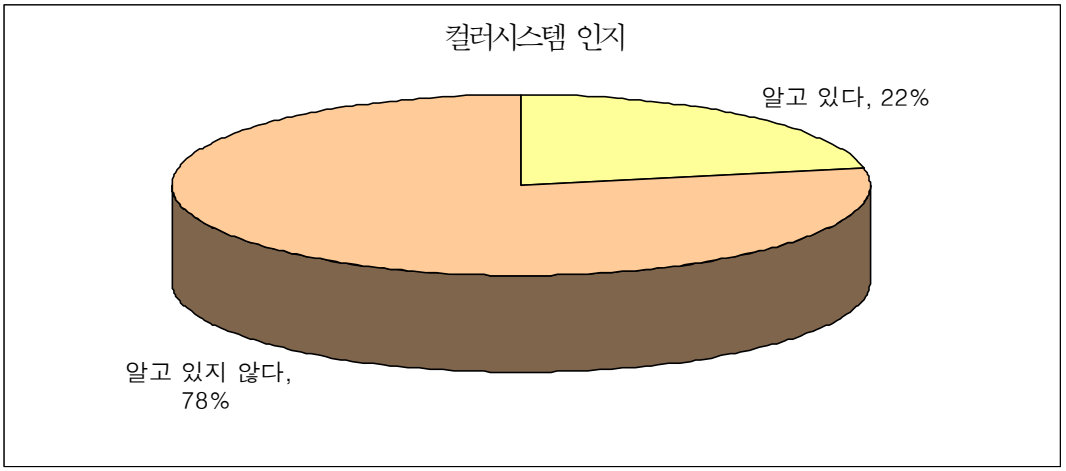
네일 관리를 받는 장소

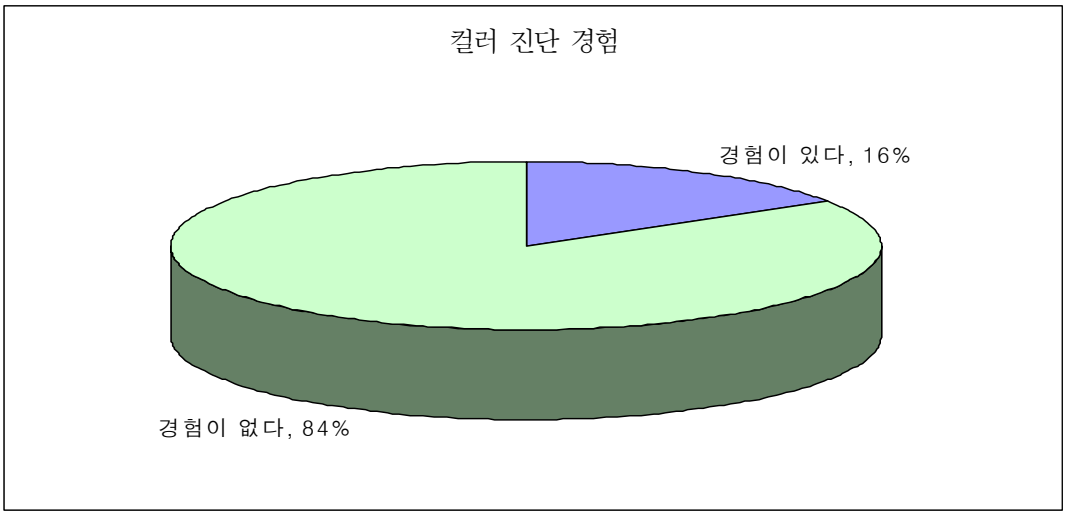


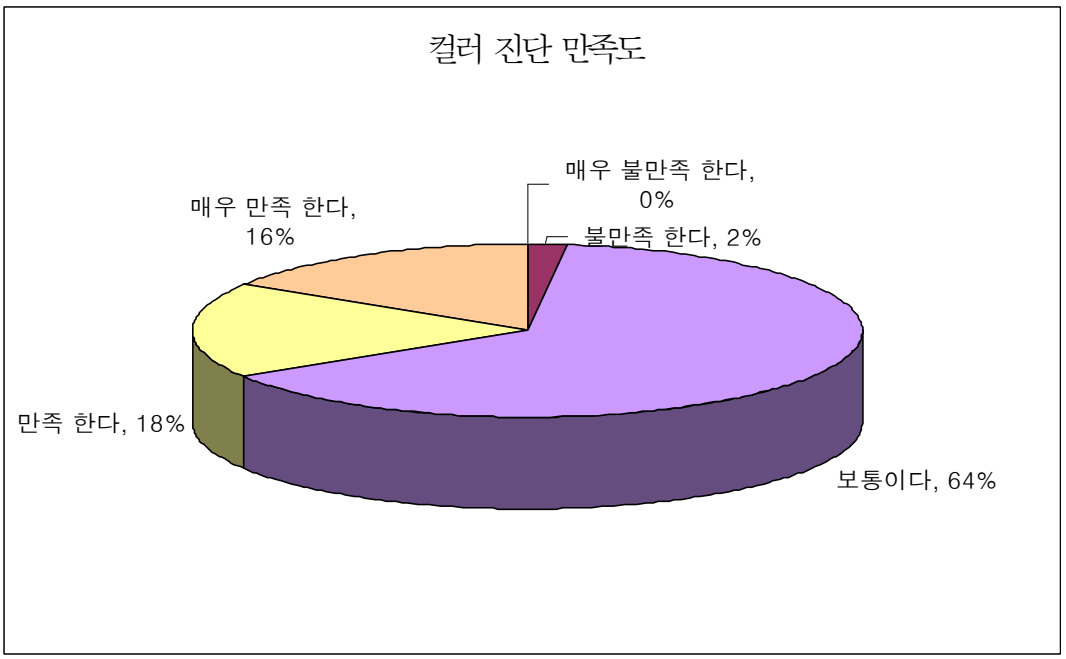
3) 컬러진단에 따른 네일아트고객의 성향에 관한 분석

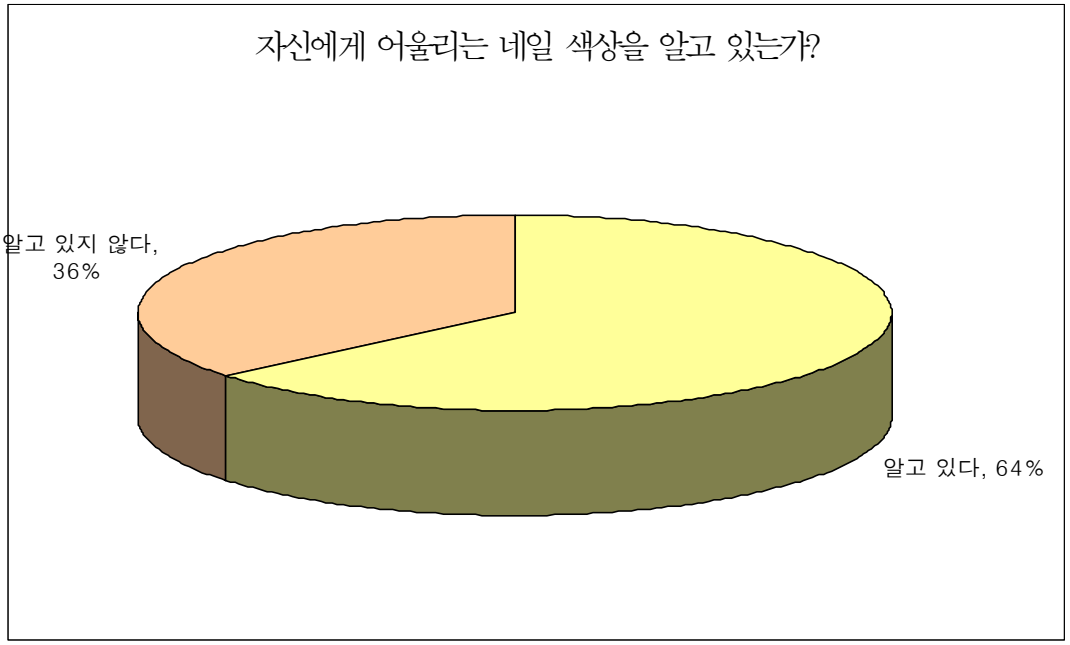
<표2-3> 컬러진단에 따른 성향분석

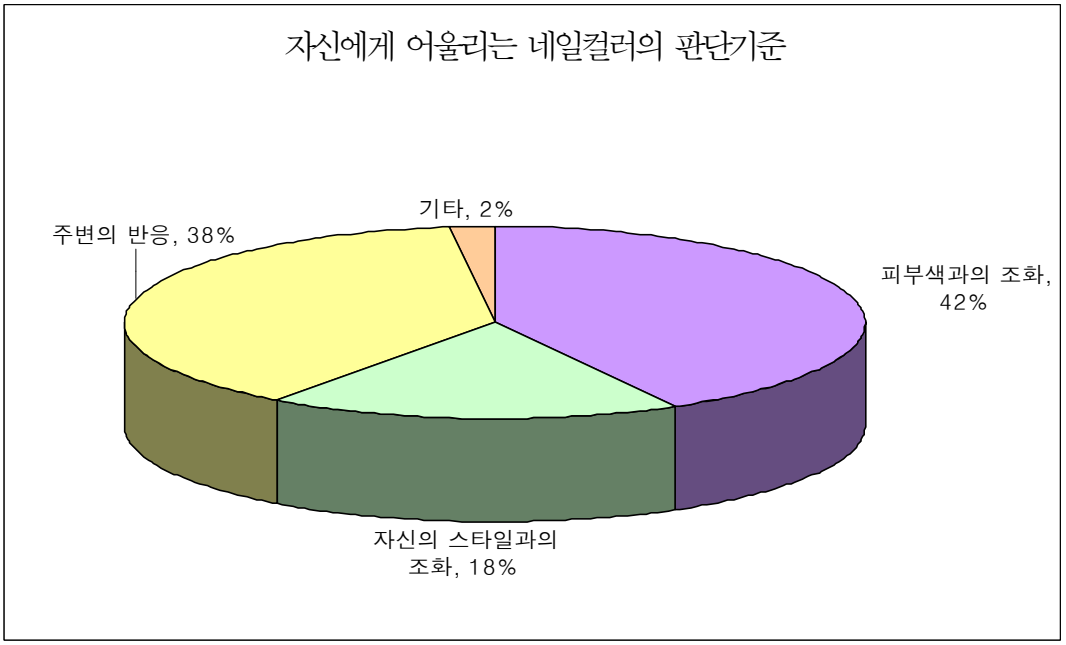
컬러 시스템의 인지	알고 있다	57(22.0%)
	알고 있지 않다	203(78.0%)
컬러 진단 경험	경험이 있다	42(16.0%)
	경험이 없다	218(84.0%)
컬러 진단의 만족도	매우 불만족 한다	0(0.0%)
	불만족 한다	5(2.0%)
	보통이다	166(64.0%)
	만족 한다	47(18.0%)
	매우 만족 한다	42(16.0%)
	무응답	0(0.0%)
자신에게 어울리는 네일 색상을 알고 있는가?	알고 있다	166(64.0%)
	알고 있지 않다	94(36.0%)
자신에게 어울리는 네일 컬러의 판단 기준	피부색과의 조화	109(42.0%)
	자신의 스타일과의 조화	47(18.0%)
	주변의 반응	99(38.0%)
	기타	5(2.0%)
계		260(100.0%)




컬러 진단 경험
경험이 있다, 16%
경험이 없다, 84%


컬러 진단 만족도
매우 불만족 한다, 0%
매우 만족 한다, 16%
불만족 한다, 2%
만족 한다, 18%
보통이다, 64%


자신에게 어울리는 네일 색상을 알고 있는가?
알고 있지 않다, 36%
알고 있다, 64%


자신에게 어울리는 네일컬러의 판단기준
기타, 2%
주변의 반응, 38%
피부색과의 조화, 42%
자신의 스타일과의 조화, 18%

<표2-3>에서 보는 봐와 같이 컬러진단에 따른 성향분석에 대한 인지도와 관련 '컬러 시스템의 인지'에 대하여 '알고 있다' (22.0%), '알고 있지 않다'가 (78.0%), 컬러 진단경험에 대한 질문에는 대한 설문에 '경험이 있다' (16.0%), '경험이 없다'가 (84.0%)으로 나타났다. 컬러 진단의 만족도는 '만족하다'가(18.0%), '보통이다' (64.0%), '만족하다' (18.0%)로 나타났다. 자신에게 어울리는 네일 색상을 알고 있는가? 의 질문에는 '알고 있다' (64.0%), '알고 있지 않다'가 (35.0%)이 응답하였으며, '자신에게 어울리는 네일 컬러의 판단 기준'에 대한 설문에서는 '피부색의 조화' (42.0%), '자신의 스타일과 조화'(28.0%), '주변의 반응' (38.0%), '기타' (2.0%)로 나타났다.

고객 대부분 컬러 시스템인지에 대해 모르고 있다. 컬러 진단시 100%의 만족보다 보통인 경우가 많은 것으로 보아 개인 취향에 맞춰 컬러를 고르고 진단시 자신의 스타일과의 조화로움 보다는 피부색이나 주변 반응에 의해 컬러를 선택되는 것으로 연구 되었다.

D. 고객 연령에 따른 네일아트 선호도 분석

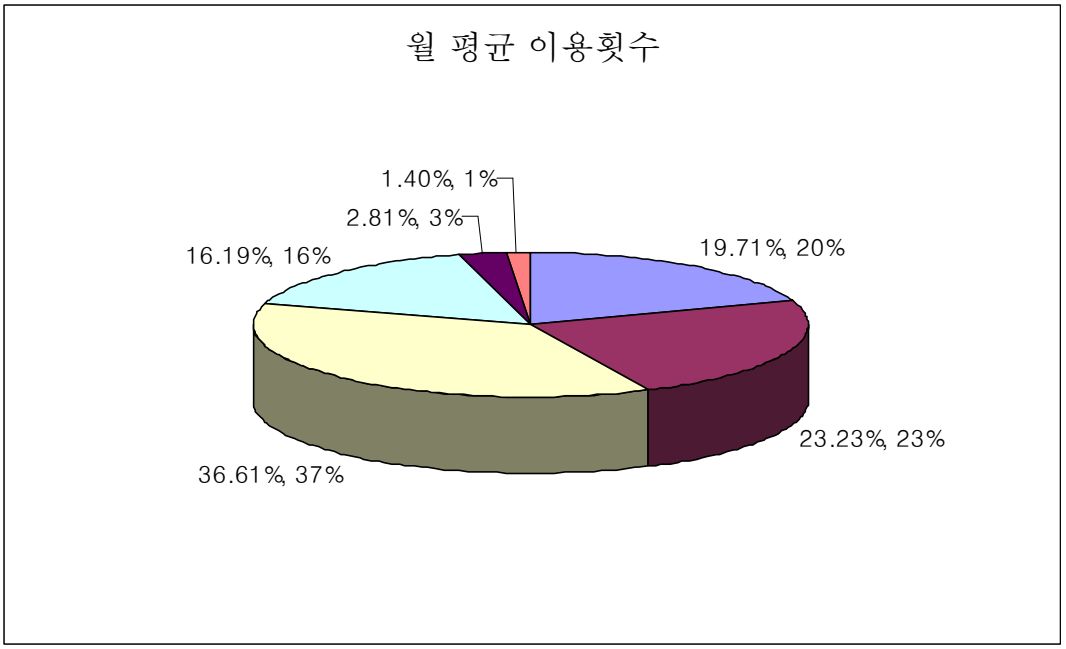
1) 20대 고객의 선호도에 관한 분석

20대 네일샵 이용자들의 네일 선호도를 알아보기 위하여 142명(100%)을 대상으로 월평균 이용횟수, 네일샵 이용동기, 선호하는 네일의 칼라, 네일의 모양, 페디 칼라, 페디 모양, 팁의 종류, 팁 모양의 종류를 세분화하여 조사분석하였고, 네일아트의 종류와 월평균 이용가격은 484명(100%)을 대상으로 세분화 하여 조사 분석 하였다.

① <표 3-1> 20대 고객의 월평균 이용횟수

(142명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
월 평균 이용횟수	1. 1회 미만	28	19.71%
	2. 2회 미만	33	23.23%
	3. 3회 미만	52	36.61%
	4. 4회 미만	23	16.19%
	5. 5회 미만	4	2.81%
	6. 5회 이상	2	1.40%



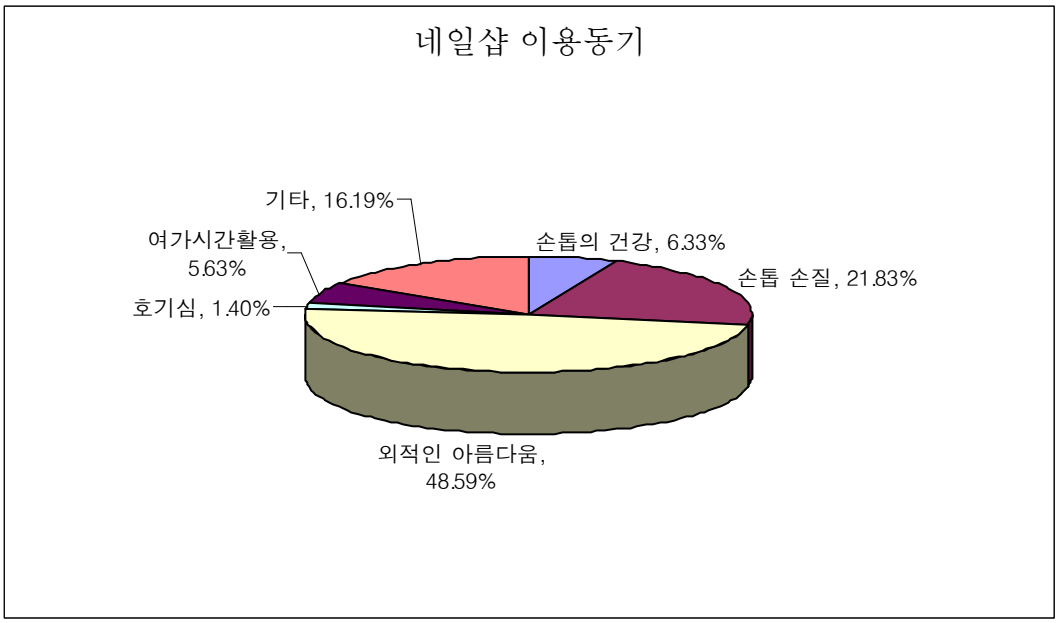
<표 3-1> 보는 바와 같이 20대 월평균 이용횟수는 3회 미만으로 36.61%로 나타났으며 2회 미만도 23.23%를 차지 한 것으로 조사된다. 또한 4회 미만

의 16.19%를 차지한 것으로 나타나며 전체적으로 평균 3회 이상으로 분석된다. 5회 이상은 소수의 고객으로 조사되었다.

② <표 3-2> 네일샵 이용동기

(142명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
네일 샵 이용동기	1. 손톱의 건강	9	6.33%
	2. 손톱 손질	31	21.83%
	3. 외적인 아름다움	69	48.59%
	4. 호기심	2	1.40%
	5. 여가시간활용	8	5.63%
	6.기타	23	16.19%

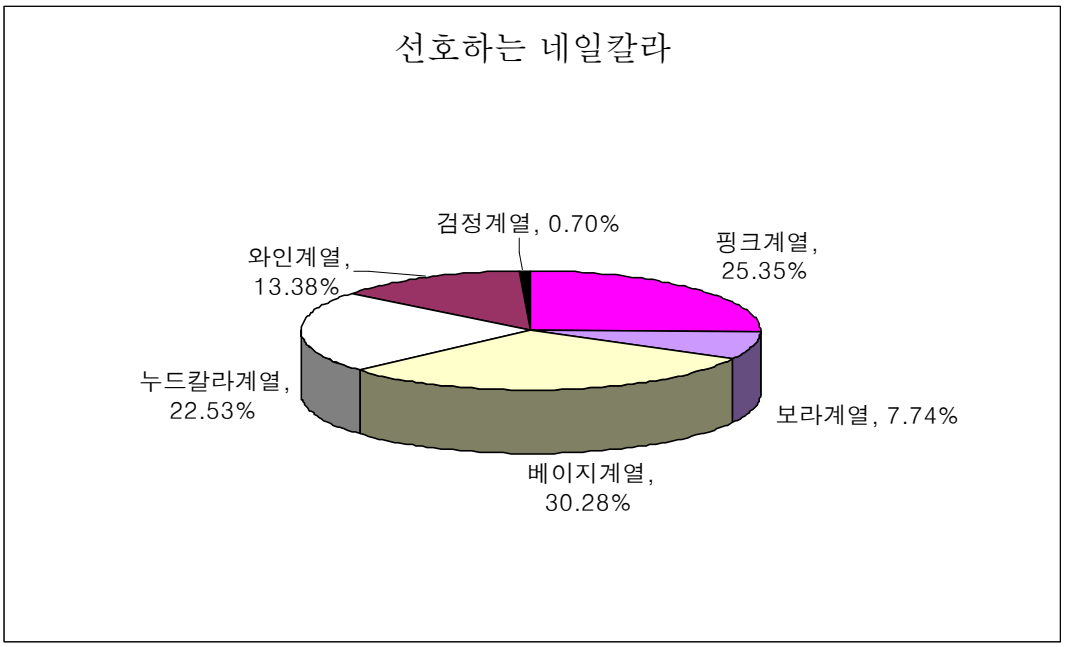


<표 3-2> 20대의 네일샵 이용 동기에서는 외적인 아름다움이 48.59%이고 손톱손질 21.83%로 나타났으며 기타가 16.19%이며 그 밖으로는 손톱의 건강, 여가시간활용 호기심 순서로 나타난다. 20대의 젊은 층들은 손톱의 건강 보다는 외적인 아름다움을 추구 하는 것으로 나타난다.

③ <표 3-3> 네일의 칼라

(142명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
선호하는 네일 칼라	핑크계열	36	25.35%
	보라계열	11	7.74%
	베이지계열	43	30.28%
	누드칼라계열	32	22.53%
	와인계열	19	13.38%
	검정계열	1	0.70%



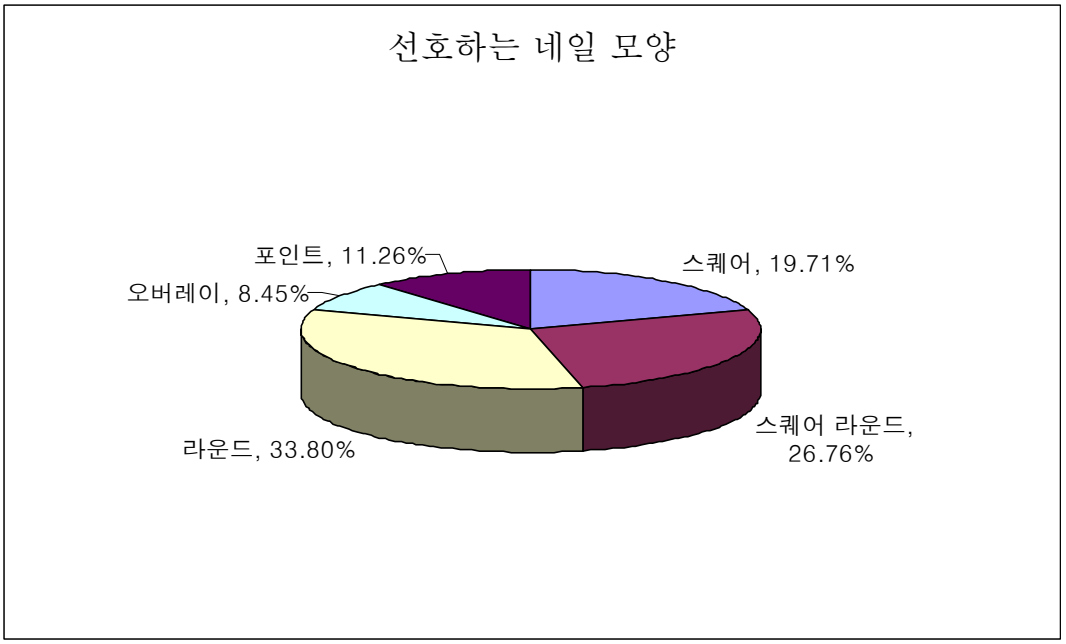
<표 3-3> 20대가 선호하는 네일의 칼라에서는 베이지 계열, 핑크계열, 누드칼라 계열이 많이 선호되었으며 와인계열과 보라계열이 뒤를 이었다. 그러나 검정계열이 가장 저조 하게 나타난 것으로 분석된다.

20대에서는 어두운 계열보다 화려한 색체를 선호되는 것으로 조사 분석 된다. 젊은 여성들이 취향은 일단 화려함을 많이 추구 하였고 개인의 개성에 맞는 다양하면서 화려한 계열을 선호한 것으로 나타났다.

④ <표 3-4> 네일의 모양

(142명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
선호하는 네일 모양	스퀘어	28	19.71%
	스퀘어 라운드	38	26.76%
	라운드	48	33.80%
	오버레이	12	8.45%
	포인트	16	11.26%

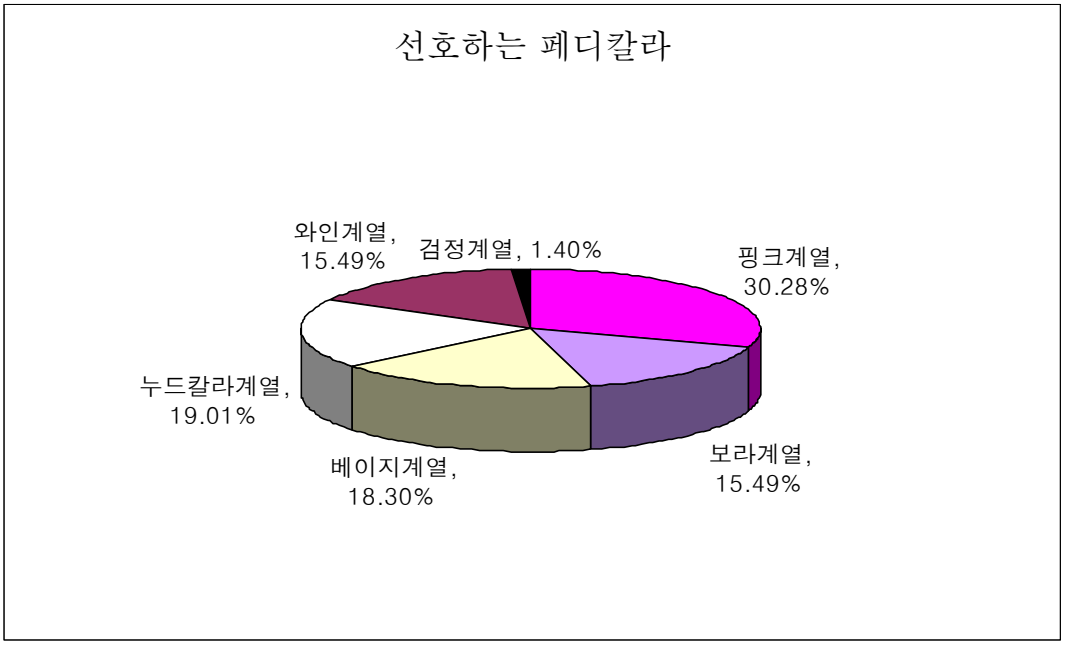


<표 3-4> 20대가 선호하는 네일의 모양에서는 기본적인 모양인 라운드 모양이 33.80%로 가장 많이 나타났으며 스퀘어 라운드 모양이 26.76%로 뒤를 이었고, 다음은 스퀘어 모양 19.71%, 포인트 11.26%, 오버레이 8.45%로 조사되었으며 기본형인 라운드가 가장 일반적이 모양이어서 가장 선호한 것으로 조사 분석 된다. 일반적으로 기존의 손톱모양인 라운드형을 많이 선호하였고, 스퀘어라운드 또한 인기있는 네일 모양으로 귀엽고 세련된 스타일로 앞으로 젊은 층에 가장 인기가 높을 것으로 조사 연구 되었다. 포인트의 네일 모양은 끝이 뾰족한 모양으로 20대에서는 일부 개성이 뚜렷한 고객들이 선호한 것으로 연구 되었다.

⑤ <표 3-5> 페디 칼라

(142명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
선호하는 페디 칼라	핑크계열	43	30.28%
	보라계열	22	15.49%
	베이지계열	26	18.30%
	누드칼라계열	27	19.01%
	와인계열	22	15.49%
	검정계열	2	1.40%



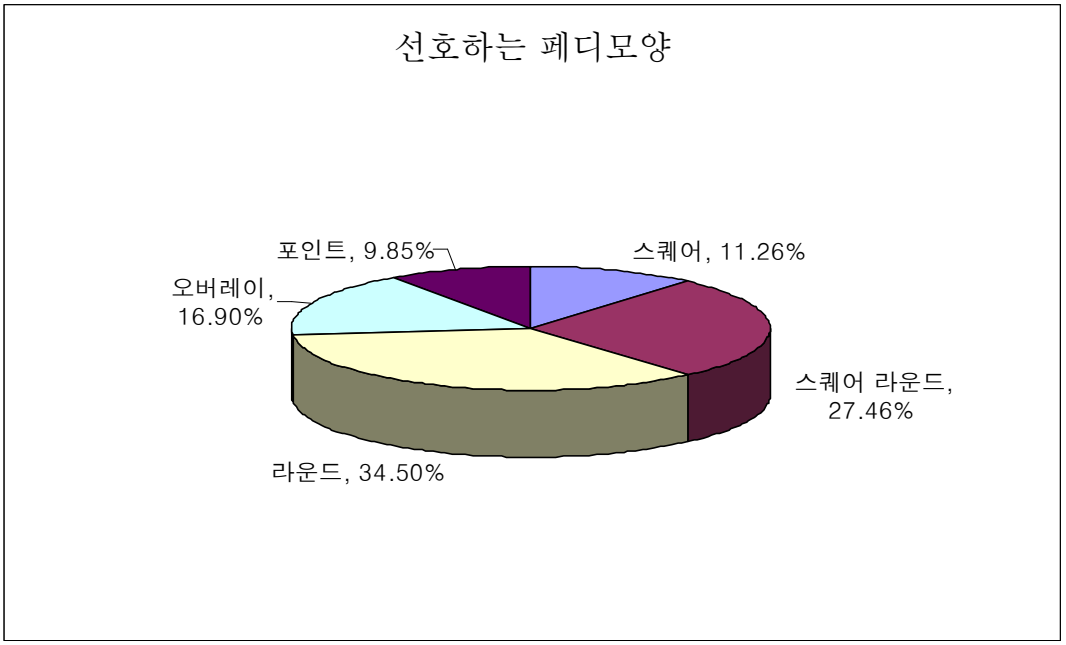
<표 3-5> 20대가 선호하는 페디 칼라에서는 네일 칼라와 다르게 조금 더 화려한 색깔인 핑크계열을 가장 선호 하였으며 손톱의 선호칼라와는 다르게 고루 분포되었다. 누드칼라계열 19.01%, 베이지계열 18.30%, 보라계열 15.49%와 와인계열 15.49%는 동등하게 나타났으며 손톱의 칼라 선호도와 마찬가지로 검정 계열은 저조한 것으로 나타났다.

가장 무난하다는 생각에 핑크를 선호 했고 부담이 적은 누드칼라계열은 직장생활에 적절한 칼라로는 평범한 베이지를 좋아 하였고 반면에 검은 색은 강한 이미지 때문에 선호하지 않는 것으로 조사 연구 되었다.

⑥ <표3-6> 페디 모양

(142명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
선호하는 페디 모양	스퀘어	16	11.26%
	스퀘어 라운드	39	27.46%
	라운드	49	34.50%
	오버레이	24	16.90%
	포인트	14	9.85%



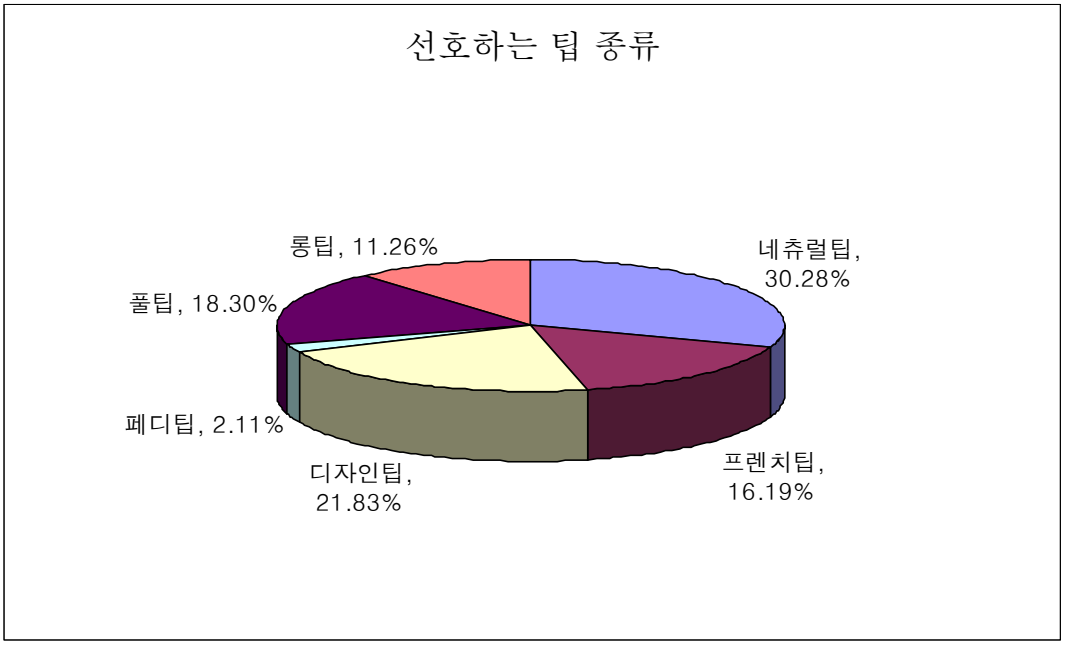
<표3-6> 20대가 선호하는 페디 모양에서는 손톱 네일과 마찬가지로 라운드(34.50%)가 가장 많은 선호도를 나타냈으며 뒤를 이어 스퀘어 라운드(27.46%), 스퀘어(11.26%), 포인트(16.90%), 오버레이(9.85%)로 조사되었다. 손톱 네일에서 선

호했던 포인트 페디 모양에서는 저조한 것으로 된 것으로 조사 되었다.
특히 오버레이 같은 경우 개성이 아주 강하고 특별하기 원하는 고객 외에는 거의 선호하지 않는 것으로 조사 연구 되었다.

⑦ <표3-7> 팁의 종류

(142명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
선호하는 팁의 종류	네츄럴팁	43	30.28%
	프렌치팁	23	16.19%
	디자인팁	31	21.83%
	페디팁	3	2.11%
	풀팁	26	18.30%
	롱팁	16	11.26%



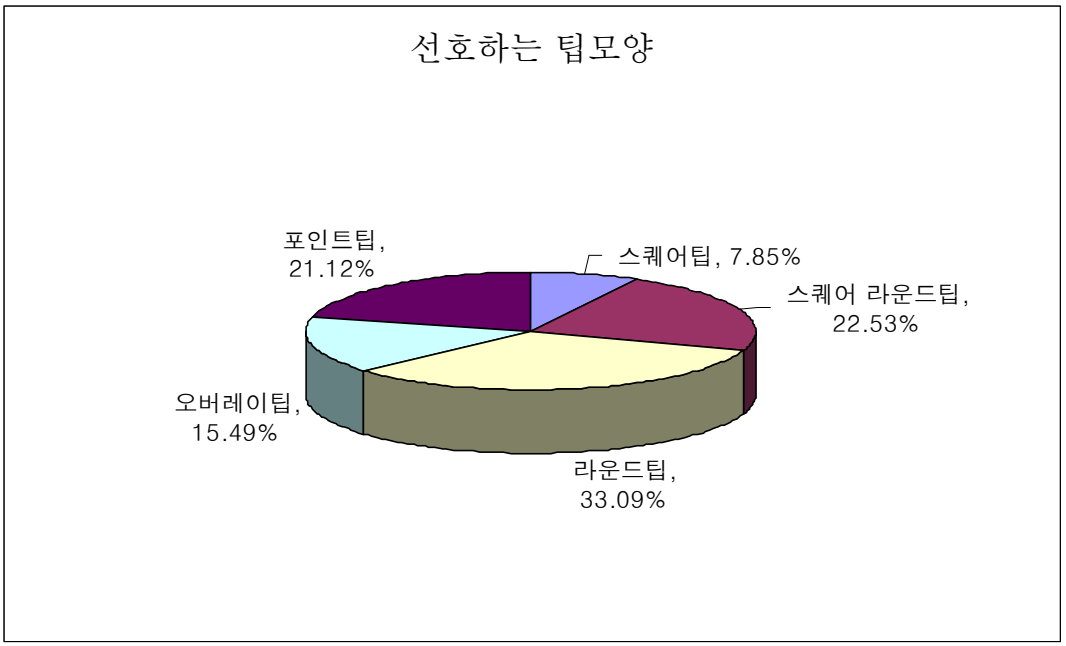
<표3-7> 20대가 선호하는 팁의 종류에서는 네츄럴팁이 30.28%로 가장 많이 선호 하였으며, 뒤를 이어 디자인팁(21.83%)이 선호도 높았다. 그리고 풀팁(18.30%), 프렌치팁(16.19%), 롱팁(11.26%), 페디팁(2.11%)의 순으로 나타났다. 선호하는 팁 또한 네츄럴한 팁의 선호도가 높은 것은 자연미가 우세한 추세라 선호도가 높은 것으로 조사 되었으며, 팁 자체만으로도 화려함을 나타 낼 수 있기 때문에 가장 자연스러운 네츄럴 팁을 선호 하는 것으로 조사 연구 되었다.

⑧ <표3-8> 팁 모양의 종류

(142명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
선호하는 팁 모양의	스퀘어팁	11	7.85%
	스퀘어 라운드팁	32	22.53%
	라운드팁	47	33.09%

종류	오버레이팁	22	15.49%
	포인트팁	30	21.12%



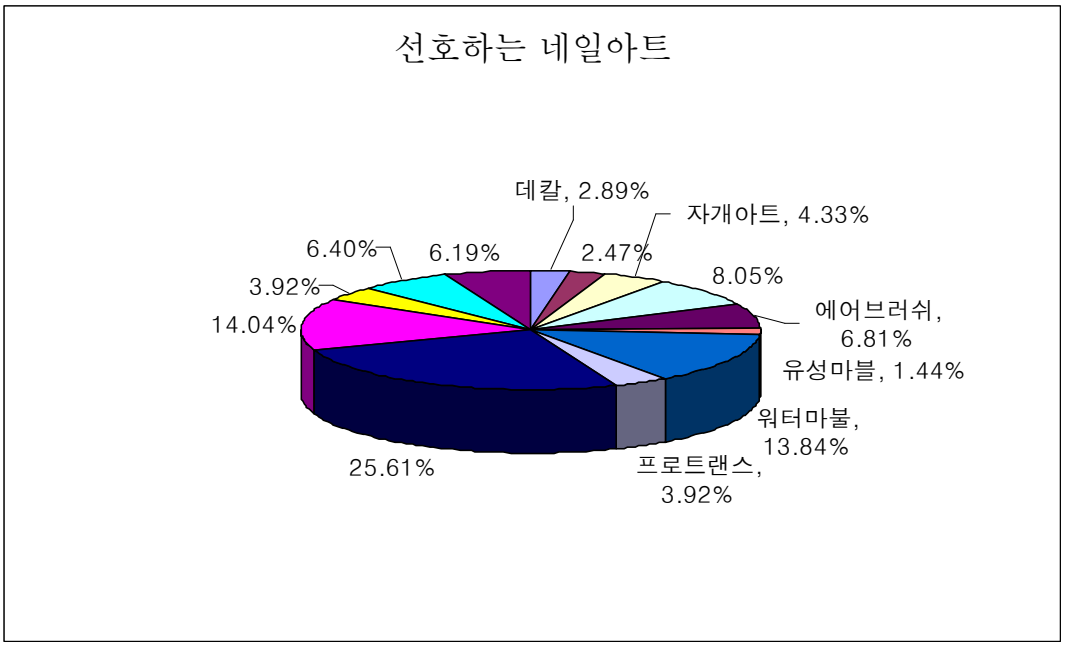
<표3-8> 20대가 선호하는 팁 모양의 종류에서는 네일과 마찬가지로 라운드팁(33.09%)로 가장 높은 선호도를 보였으며, 뒤를 이어 스퀘어 라운드팁(22.53%)이 선호도를 보였다. 또한 포인트팁(21.12%)이 높은 선호도로 조사 되었으며, 다음은 오버레이팁(15.49%), 스퀘어팁(7.85%)로 조사 분석 되었다.

⑨ <표3-9> 네일아트

(484명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
선호하는 네일아트	데칼	14	2.89%
	생화	12	2.47%
	자개아트	21	4.33%

	스톤아트	39	8.05%
	에어브러쉬	33	6.81%
	유성마블	7	1.44%
	워터마블	67	13.84%
	프로트랜스	19	3.92%
	핸드페인팅	124	25.61%
	아크릴아트	68	14.04%
	레이스아트	19	3.92%
	디자인실크	31	6.40%
	젤	30	6.19%



<표3-9> 20대가 선호 하는 네일아트 조사는 484명의 고객을 대상으로 설문 조사 하였다. 네일의 아트별로 변수를 만들어 각각 가장 선호하는 아트

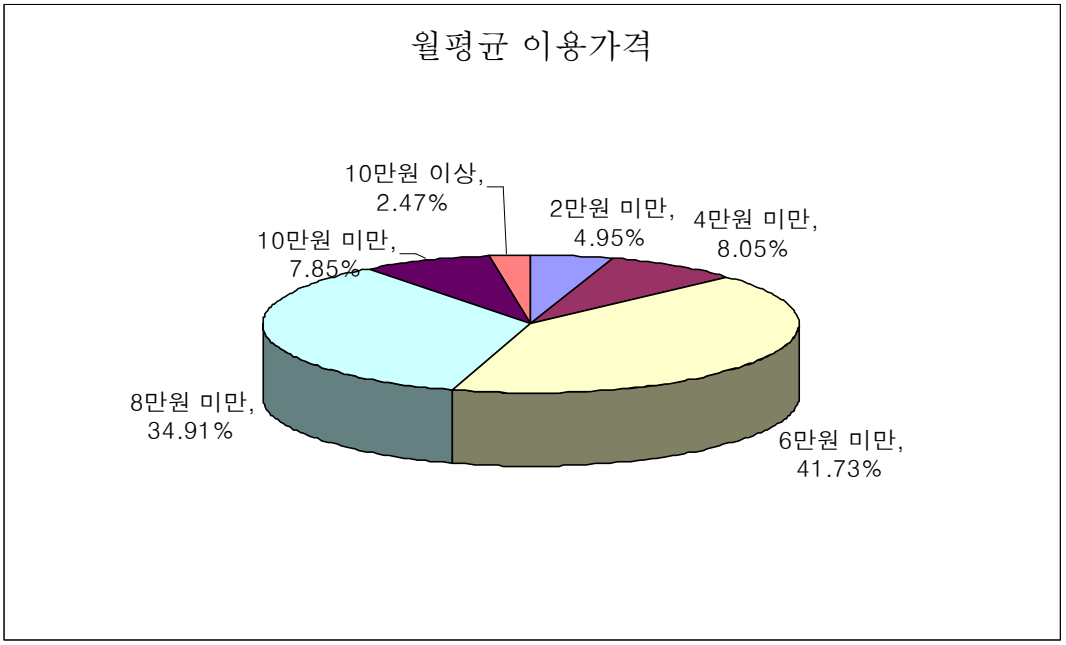
를 선택하여 조사 분석 하였다.

현재 가장 높은 네일 아트 선호도는 핸드 페인팅(25.61%)로 나타났다. 핸드페인팅은 기존의 단순함을 벗어나 정교한 테크닉을 요구하는 아트로써 다양한 모양을 구사할 수 있으며 보다 세련된 예술적 작품을 가치를 느낄 수 있는 것이다. 핸드 페인팅에는 여러 가지의 요소가 복합되어 있으므로 실생활에서 사용되는 그림의 테크닉을 가미 하여 여러 기법으로 구사할 수 있는 특징이 있다. 네일 아트에서는 가장 다양한 연출을 할 수 있는 장점이 있다. 다음으로는 아크릴아트(14.04%)로 다양한 아트를 구사할 수 있으며 냄새가 심한 단점이 있으나 대중적으로 널리 알려져 있는 네일아트의 한 부분을 차지하고 있다. 그 다음으로는 워터마블(13.84%)을 선호 하는데 워터마블은 여러 색의 혼합으로 인해 형이상학적인 디자인을 연출한다. 다음은 일반적으로 골고루 선호도가 분포되어 있다. 스톤아트(8.05%), 에어브러쉬(6.81%), 디자인 실크(6.40%), 젤(6.19%), 자개아트(4.33%), 프로트랜스(3.92%), 레이스아트(3.92%), 데칼(2.89%), 생화(2.47%), 유성마블(1.44%)의 순으로 조사 분석 되었다.

⑩ <표3-10> 월평균 이용가격

(484명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
월평균 이용가격	2만원 미만	24	4.95%
	4만원 미만	39	8.05%
	6만원 미만	202	41.73%
	8만원 미만	169	34.91%
	10만원 미만	38	7.85%
	10만원 이상	12	2.47%



<표3-10> 20대 고객의 월평균 이용가격 6만원 미만(41.73%)이 가장 많은 것으로 조사 되었고 뒤를 이어 8만원 미만(34.91%)으로 다음을 이었다. 그리고 4만원 미만(8.05%), 10만원 미만(7.85%), 2만원 미만(4.95%)의 순으로 조사되었으며 낮은 비율이지만 10만원 이상(2.47%)의 고객들도 조사되었다.

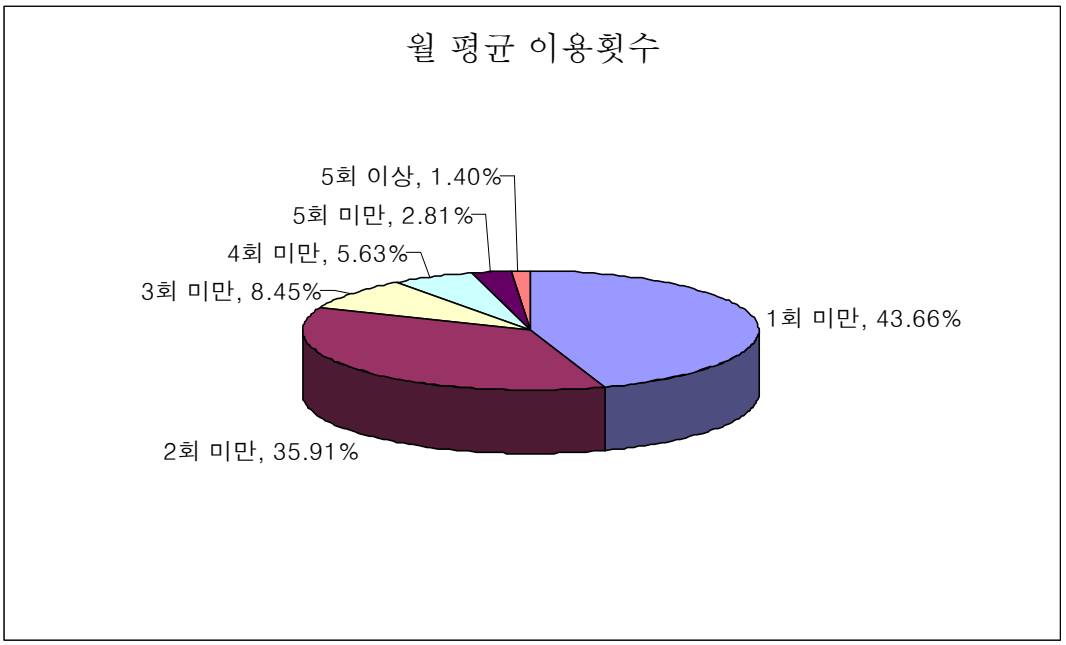
2) 30대 이상 고객의 선호도에 관한 분석

30대에는 20대와 동일한 조건으로 네일샵 이용자들의 네일 선호도를 알아보기 위하여 142명(100%)을 대상으로 월평균 이용횟수, 네일샵 이용동기, 선호하는 네일의 칼라, 네일의 모양, 페디 칼라, 페디 모양, 팁의 종류, 팁 모양의 종류를 세분화하여 조사 분석하였고, 네일아트의 종류와 월평균 이용가격은 484명(100%)을 대상으로 세분화 하여 조사 분석 하였다.

① <표 4-1> 월평균 이용횟수

(142명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
월 평균 이용횟수	1. 1회 미만	62	43.66%
	2. 2회 미만	51	35.91%
	3. 3회 미만	12	8.45%
	4. 4회 미만	8	5.63%
	5. 5회 미만	4	2.81%
	6. 5회 이상	2	1.40%

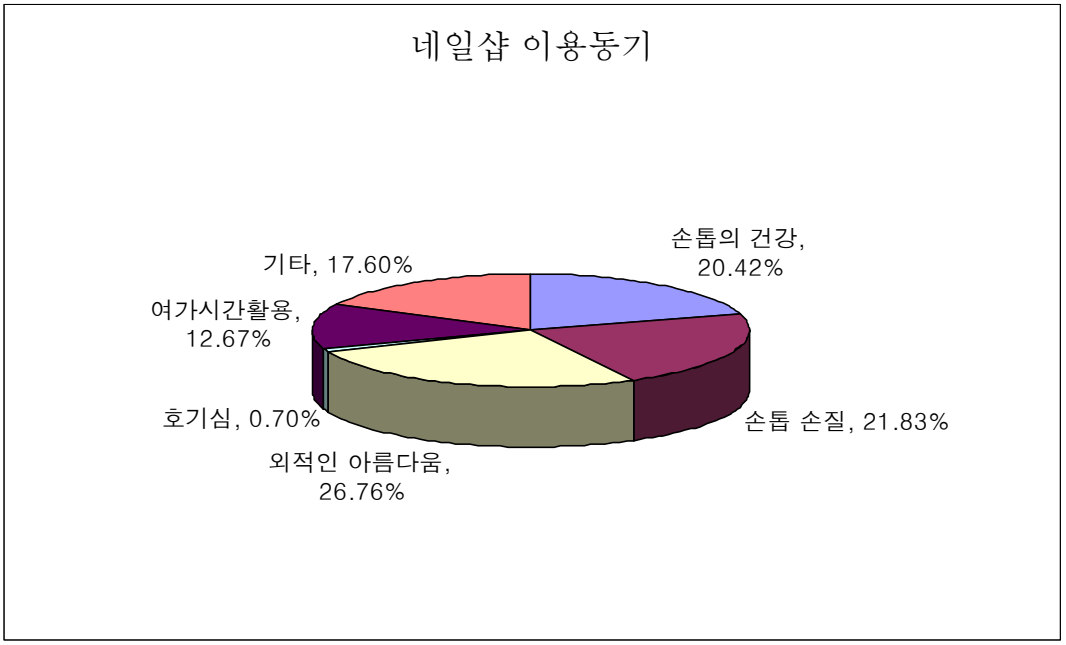


<표 4-1> 30대 이상 고객의 월평균 이용횟수에서는 1회 미만(43.66%)이 가장 많이 나타났으며 2회 미만(35.91%)도 30대 고객층에서 많이 분포 되어 있다. 뒤를 이어 3회 미만(8.45%), 4회 미만(5.63%), 5회 미만(2.81%), 5회 이상(1.40%)로 조사 분석 되었다. 30대 이상은 1,2회를 주로 이용한 것으로 조사된 것은 주로 주부들의 미용에 관련된 소비의 부담이 주요원인으로 판단되며, 자신의 미용관련소비 성향이 20대 보다는 낮은 것으로 조사된다.

② <표 4-2> 네일샵 이용동기

(142명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
네일 샵 이용동기	1. 손톱의 건강	29	20.42%
	2. 손톱 손질	31	21.83%
	3. 외적인 아름다움	38	26.76%
	4. 호기심	1	0.70%
	5. 여가시간활용	18	12.67%
	6.기타	25	17.60%

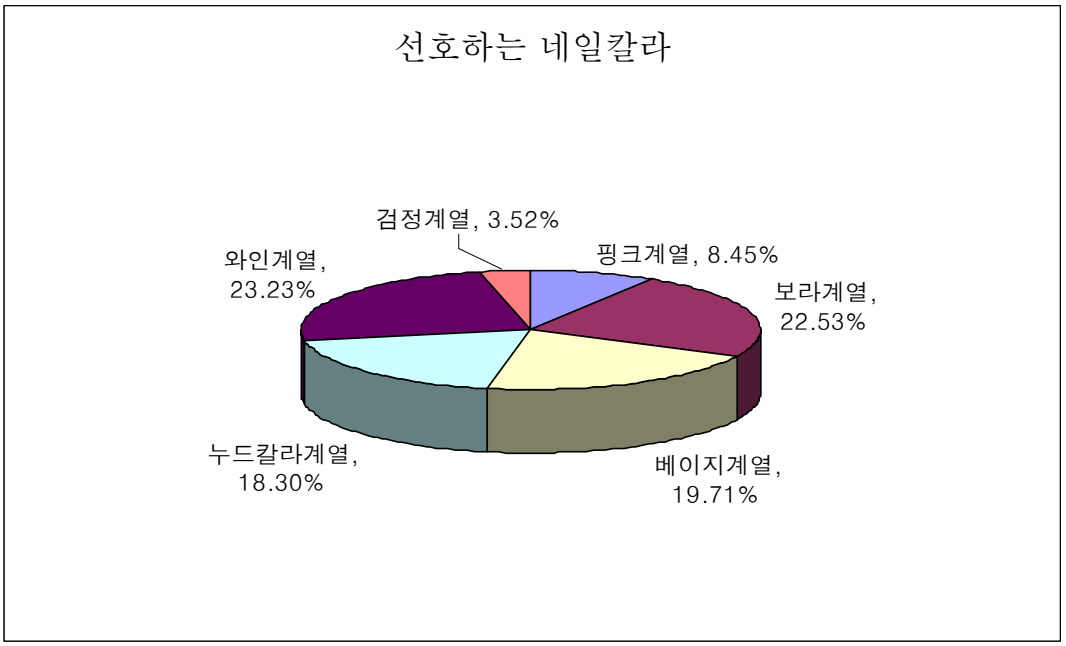


<표 4-2> 30대 이상 고객의 네일샵 이용 동기에서는 외적인 아름다움(26.76%)이 가장 높은 조사 수치가 되었으며, 손톱 손질(21.83%)와 손톱의 건강(20.42%)이 동등하게 나타났다. 기타(17.60%), 여가시간활용(12.67%), 호기심(0.70%)의 순으로 나타났다. 30대 이상의 고객 또한 외적인 아름다운을 많이 추구 하였으며 이용 동기는 20대와 많은 차이가 없는 것으로 나타났으며 시대의 변화에 따라 30대 싱글도 많아지고 기혼 여성도 자신의 외모를 많이 가꾸어가는 추세로 되고 있음을 조사 연구 되었다.

③ <표 4-3> 네일의 칼라

(142명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
선호하는 네일 칼라	핑크계열	12	8.45%
	보라계열	32	22.53%
	베이지계열	28	19.71%
	누드칼라계열	26	18.30%
	와인계열	33	23.23%
	검정계열	5	3.52%

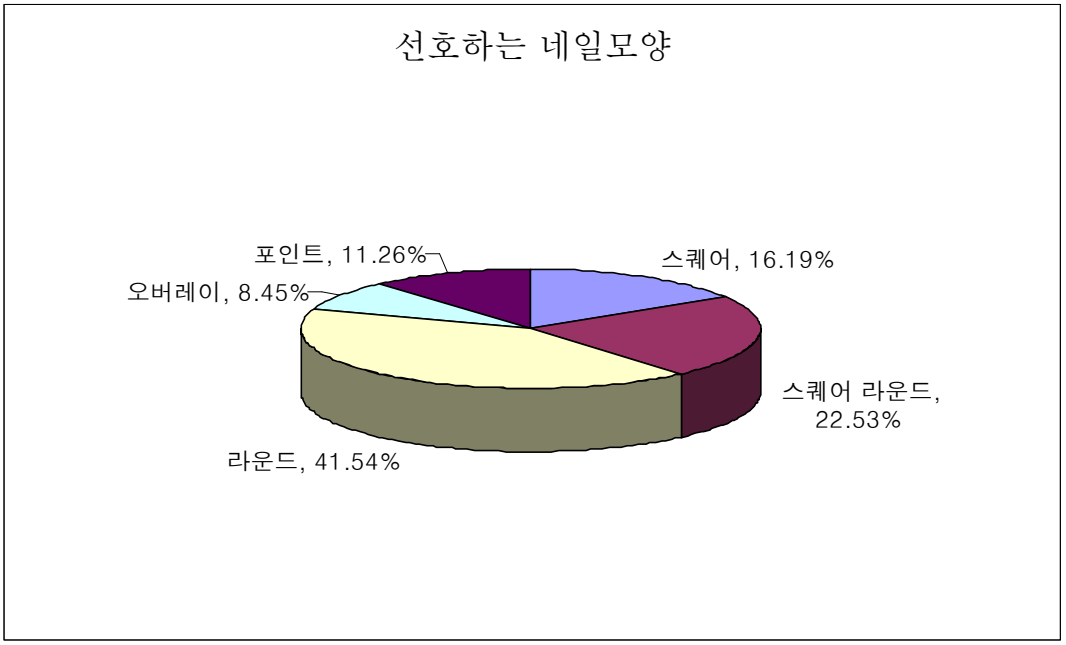


<표 4-3> 30대 이상이 선호하는 네일 칼라에서는 20대가 선호 하는 네일 칼라보다 다양한 분포도가 조사 되었으며 조금 더 어둡고 화려한 칼라를 선호한 것으로 조사 분석 된다. 와인계열(23.23%)로 가장 많이 선호 되었고 뒤를 이어 보라계열(22.53%)로 나타났으며, 베이지계열(19.71%), 누드칼라계열(18.30%), 핑크계열(8.45%)로 조사 되었으나 검정계열은 20대와 마찬가지로 낮은 선호도 나타났다. 30대는 화사하거나 귀여운 컬러보다는 좀 더 지적이고 세련된 컬러를 선호 한 것으로 조사연구 되었다.

④ <표 4-4> 네일의 모양

(142명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
선호하는 네일 모양	스퀘어	23	16.19%
	스퀘어 라운드	32	22.53%
	라운드	59	41.54%
	오버레이	12	8.45%
	포인트	16	11.26%

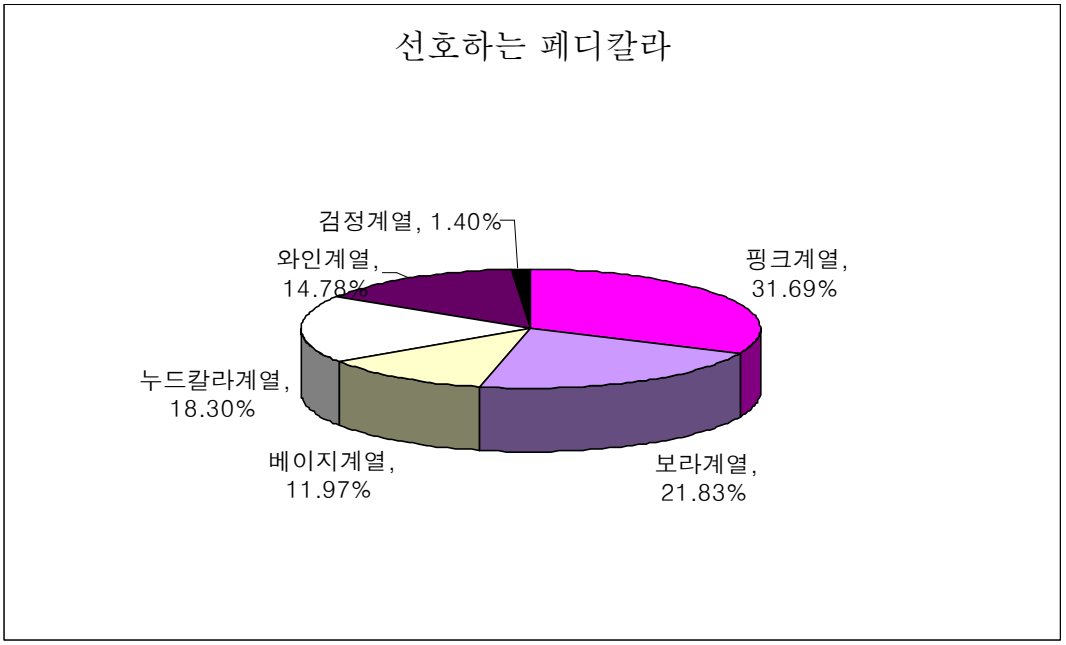


<표 4-4> 30대이상 고객이 선호하는 네일의 모양에서는 20대와 같은 라운드모양(41.54%)이 가장 높은 선호도를 보였고, 다음으로는 스퀘어라운드(22.53%), 스퀘어(16.19%), 포인트(11,26%), 오버레이(8.45%)의 순으로 조사 되었다.
이에 따라 네일에 모양은 평범한 모양을 선호하는 것을 보면 튀지 않고 안정된 칼라를 선호하는 세대임을 알 수 있다.

⑤ <표 4-5> 페디 칼라

(142명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
선호하는 페디 칼라	핑크계열	45	31.69%
	보라계열	31	21.83%
	베이지계열	17	11.97%
	누드칼라계열	26	18.30%
	와인계열	21	14.78%
	검정계열	2	1.40%



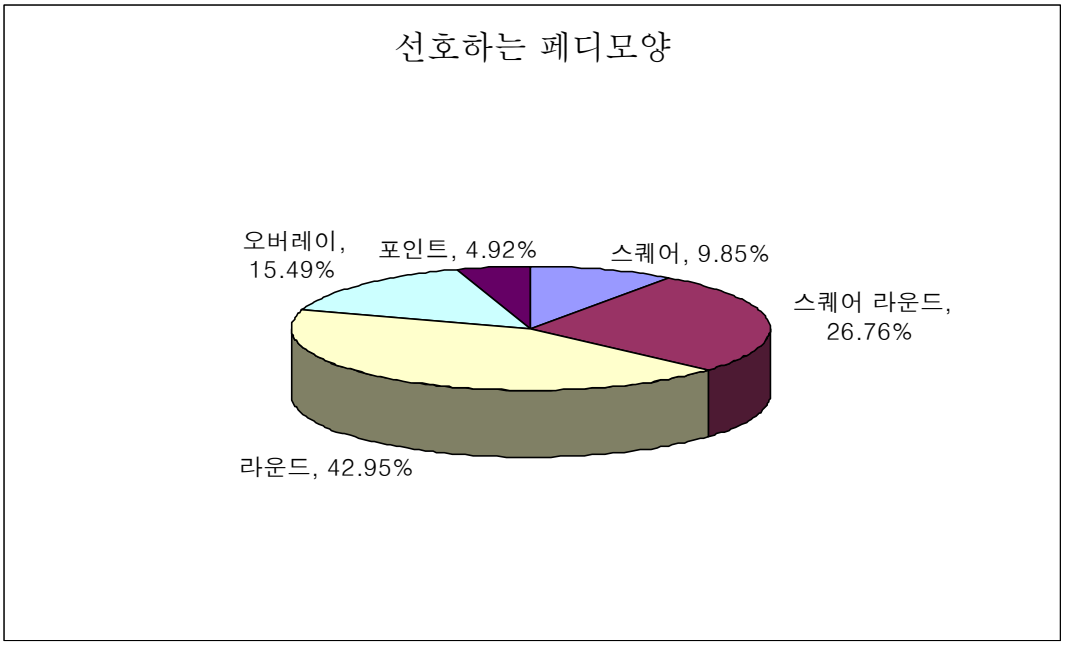
<표 4-5> 30대이상이 선호하는 페디칼라는 핑트계열 (31.69%)이 가장 높게 조사되었으며 다음으로 보라계열(21.83%)이 선호도가 높았다. 그리고 뒤를 이어 누드

칼라계열(18.30%), 와인계열(14.78%), 베이지계열(11.97%), 검정계열(1.40%)로 나타났다.

⑥ <표4-6> 페디 모양

(142명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
선호하는 페디 모양	스퀘어	14	9.85%
	스퀘어 라운드	38	26.76%
	라운드	61	42.95%
	오버레이	22	15.49%
	포인트	7	4.92%



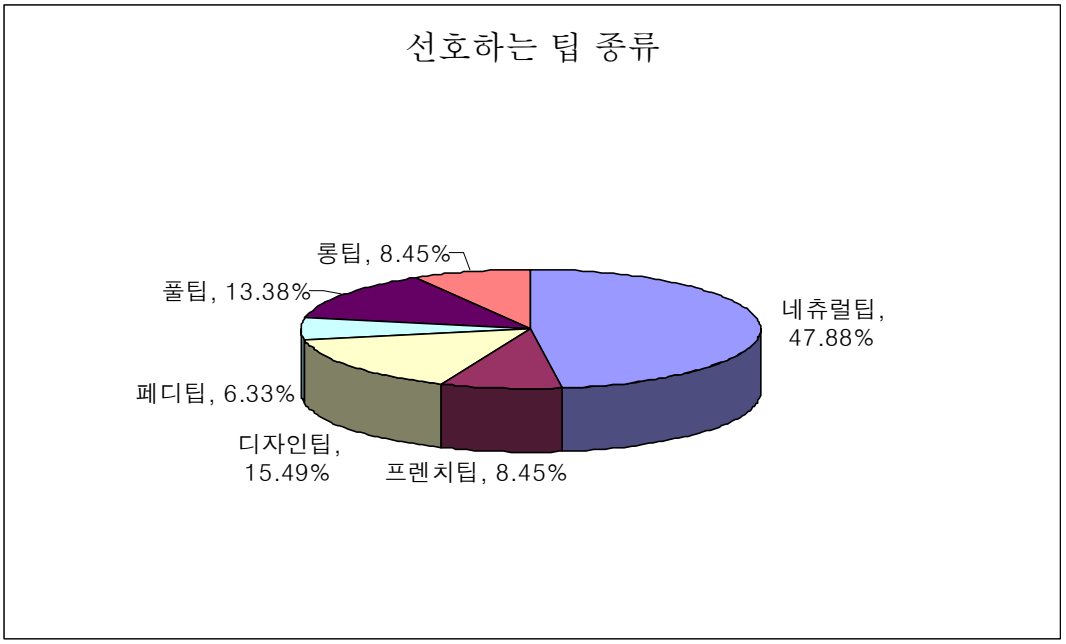
<표4-6> 30대 이상이 선호하는 페디 모양에서는 손톱네일과 같이 라운드 형

(42.95%)이 가장 높게 나타났으며, 다음은 스퀘어라운드(26.76%), 오버레이(15.49%), 스퀘어(9.85%), 포인트(4.92%)로 나타났다.

⑦ <표4-7> 팁의 종류

(142명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
선호하는 팁의 종류	네츄럴팁	68	47.88%
	프렌치팁	12	8.45%
	디자인팁	22	15.49%
	페디팁	9	6.33%
	풀팁	19	13.38%
	롱팁	12	8.45%



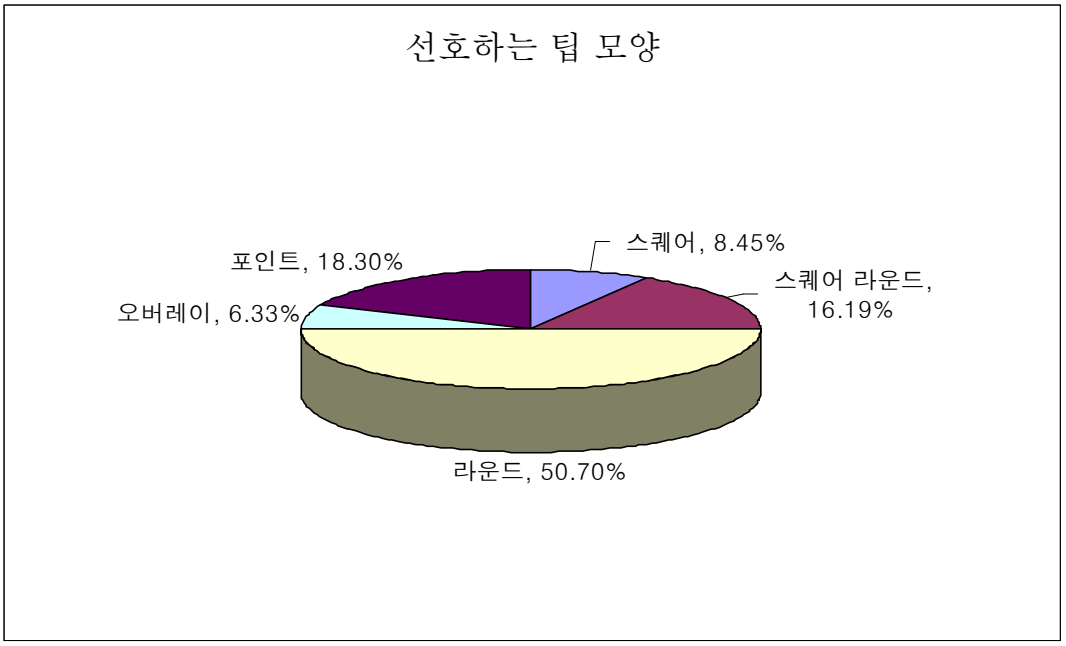
<표4-7> 30대이상이 선호하는 팁의 종류에서는 네츄럴팁(47.88%)로 조사 되었으

며, 디자인팁(15.49%)과 플팁(13.38%)의 선호도가 조사되었으며, 프렌치팁(8.45%)과 롱팁(8.45%)은 같은 선호도가 조사되었다. 따라서 일반적인 자연스러운 모양의 팁이 우세한 것으로 조사 분석되었다.

⑧ <표4-8> 팁 모양의 종류

(142명/100%)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
선호하는 팁 모양의 종류	스퀘어	12	8.45%
	스퀘어 라운드	23	16.19%
	라운드	72	50.70%
	오버레이	9	6.33%
	포인트	26	18.30%

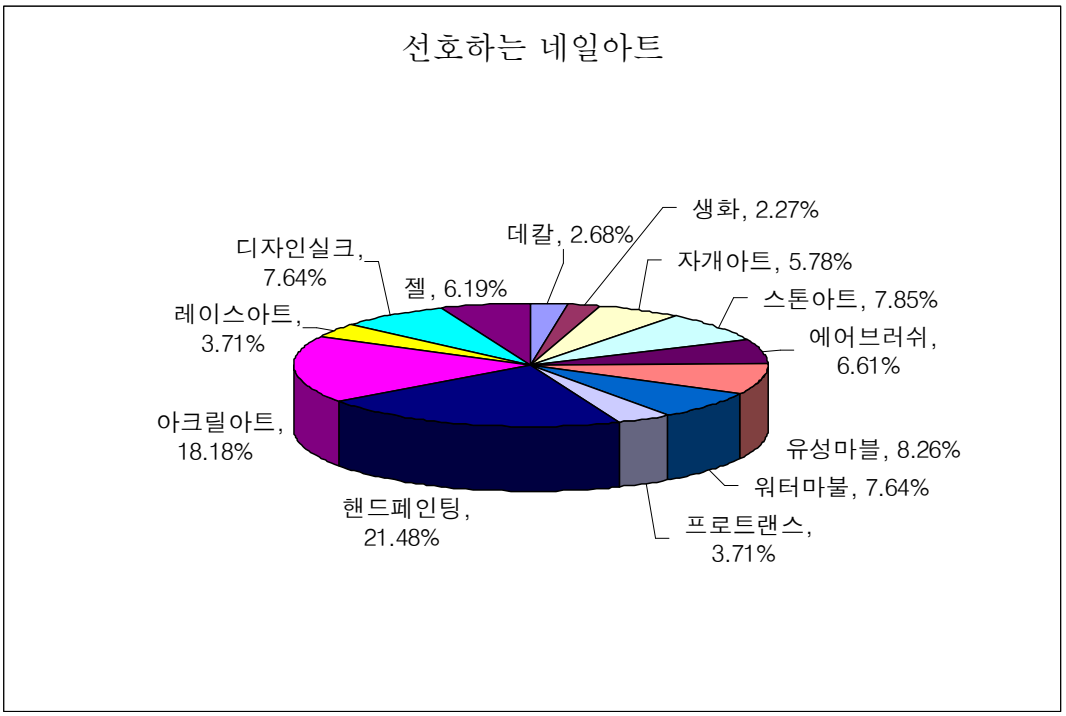


<표4-8> 30대이상의 고객이 선호하는 팁 모양의 종류에서는 20대와 마찬가지로 라운드형(50.70%)이 가장 높은 선호도를 나타냈으며 그 뒤를 이어 포인트(18.30%), 스퀘어라운드(16.19%), 스퀘어(8.45%), 오버레이(6.33%) 순으로 조사 분석 되었다.

⑨ <표4-9> 네일아트

(484명/백분율)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
선호하는 네일아트	데칼	13	2.68%
	생화	11	2.27%
	자개아트	28	5.78%
	스톤아트	38	7.85%
	에어브러쉬	32	6.61%
	유성마블	40	8.26%
	워터마블	37	7.64%
	프로트랜스	18	3.71%
	핸드페인팅	104	21.48%
	아크릴아트	88	18.18%
	레이스아트	18	3.71%
	디자인실크	27	7.64%
	젤	30	6.19%

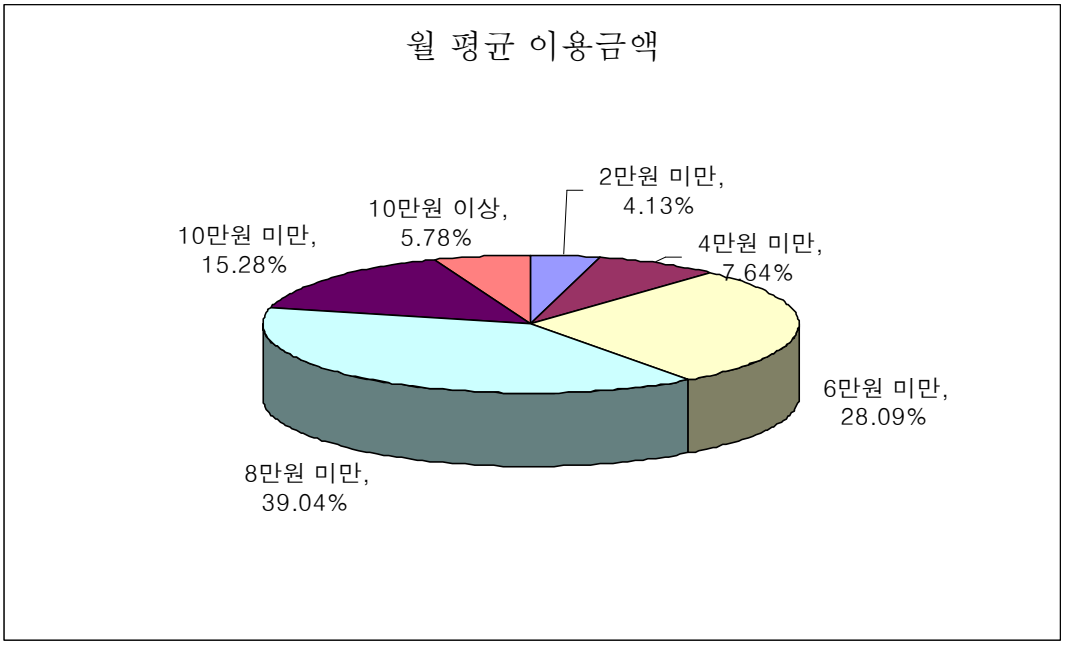


<표4-9> 30대이상이 선호하는 네일아트 에서는 20대와 마찬가지로 핸드페인팅(21.48%)과 아크릴아트(18.18%)가 각각 높은 선호도를 보였으며, 20대가 워터마블의 선택이 높은데 비해 30대에서는 비교적 낮은 편으로 나타났다. 워터마블(7.64%)로 조사 분석된다. 그 뒤를 이어 스톤아트(7.85%), 디자인실크(7.64%), 젤(6.19%)등의 순서로 선호도가 조사되었다.

⑩ <표4-10> 월평균 이용가격

(484명/백분율)

구매행동	변수	이용자(명)	백분율(100%)
월평균 이용가격	2만원 미만	20	4.13%
	4만원 미만	37	7.64%
	6만원 미만	136	28.09%
	8만원 미만	189	39.04%
	10만원 미만	74	15.28%
	10만원 이상	28	5.78%



<표4-10> 30대 이상의 월평균 네일아트 이용가격 6만원미만(28.09%)과 8만원미만(39.40%)이 가장 높게 조사되었으며 이는 20대와 비슷한 분포도가 형성되는 것으로 보인다. 따라서 20대에 비하여 30대 이상의 고객이 미를 추구하는데 많은 비용을 지출하고 있는 것으로 조사 되었으며, 경제적인 여력이 20대보다는 안정적으로 이루어지므로 점점 그 선호도가 20대를 능가 할 것이라는 조사 분석도가 나온다. 이로 인하여 네일에 대한 인식이나 고객들이 추구하는 미를 나타내는 분야의 한부분에서 네일아트가 중요한 요소로 자리매김을 하고 있는 것으로 조사 분석 되었다.

3. 결 론

1. 요약과 결론

본 연구는 여성의 이미지 와 개성을 나타낼 수 있는 네일아트의 선호도에 있어서 한국 여성의 네일관리에 관한 성향과 고객 연령에 따른 네일아트 선호도 분석을 조사하여 네일 아트 고객의 선호도 연구의 기초자료로써 실증적인 발전 방향을 모색하기 위하여 이론적인 고찰과 설문조사를 실시하여 정확하고 객관적인 결과를 알아보고자 한다.

전남, 광주 권 네일샵에서 네일 관리를 받는 20대-30대 260명을 대상으로 학생, 주부 직장인 판매서비스직을 선정하여 설문조사 및 면접조사를 하였으며 기간은 2007년 5월 20일부터 8월 20일까지 조사 분석 하였다.

본 연구 설문조사에서 네일관리 고객의 성향분석에는 3가지 주제를 가지고 설문에 임하였다.

첫째 계절에 따른 네일아트고객의 성향에 관한 분석과 관련 「계절에 따른 색채가 자신의 이미지에 영향을 주는가?」라는 설문에 '그렇다' 라는 응답이 높은 비율을 차지하였으며, 우리나라의 계절의 특성을 살린 패션들의 변화가 네일 색채에도 영향을 주는 것으로 연구 분석 되었다. 「좋아하는 계절의 색과 자신이 좋아하는 색과 어울리는가?」에 대해 '그렇다' 라는 응답이 높은 비율을 차지한 것으로 나타났으며 계절의 온도에 맞는 개인취향들이 비슷한 것으로 조사되었다 . 「네일 색상의 선택에 영향을 주는 요소는?」에 대해서는 '시각환경' 이 높게 나타났으며, 「계절에 따른 네일 색상의 선택 기준은?」에 대한 설문에는 '자신의 손 모양과 의상' (60.0%), 으로 나타난 것으로 조사되었다. 자신의 손의 색깔이나 손톱의 모양에서 네일 색상의 선택기준이 되는 것으로 판단되며, 이와 함께 선호하는 의상색채가 네일 색상의 선택의 기준 되는 것으로 조사 분석 된다.「색체 관련 교육을 받아본 경험이 있는가?」에 대해 '경험이 없다' (78.0%)로 나

타난 것으로 보아 현대 여성 또한 전문적인 색채교육 보다는 자신의 주변 환경에서 주로 색채의 영향을 받는 것으로 나타났다.

둘째 컬러진단에 따른 성향분석에 대한 인지도와 관련 「컬러 시스템의 인지」에 대하여 '알고 있지 않다' 가 (78.0%) 로 조사됨에 따라 컬러 시스템에 관련한 지식정도는 저조 한 것으로 나타났다. 「컬러 진단경험에 대한」 질문에는 대한 설문에 '경험이 없다' 가 (84.0%)로 나타난 것으로 보아 자신의 피부에 직접적인 칼라에 관련한 전문적인 지식보다는 주변 환경에 영향을 받는 것으로 색채의 전문화된 시스템을 갖추어야 한다는 판단이 된다. 「컬러 진단의 만족도」는 '만족하다' 가 (18.0%), '보통이다' (64.0%),로 나타난 것으로 조사됨에 따라 컬러진단에 관해서는 보다 정밀하고 과학적인 조사 내용들이 필요한 것으로 연구 분석 된다 . 「자신에게 어울리는 네일 색상을 알고 있는가?」 의 질문에는 '알고 있다' (64.0%), 응답하였으며, 「자신에게 어울리는 네일 컬러의 판단 기준」에 대한 설문에서는 '피부색의 조화' (42.0%), 로 나타났다.

셋째 「패션에 관한 관심도」에 대한 설문에 '관심 있다' 가 (52.0%), '매우 관심 있다' 가 (24.0%)로 나타났다. 「패션에 따른 네일 관리의 필요성」에 대한 설문에 '외관상 보기 좋아서' (34.0%),으로 나타난 것으로 보아 의상의 컬러 변화와 동시에 네일아트의 변화도 선호하는 것으로 연구되며 . 「패션에 따라 네일 관리 할 때 중요시 하는 부분」에 대한 설문에 '큐티클 정리' (44.0%), 나타난 것으로 보아 네일에 대한 컬러나 아트보다는 깨끗한 손톱과 손의 보호를 위한 것이 선호도가 높은 것으로 조사 연구 된다. 「패션 관한 정보처」로는 '네일 및 전문잡지' (30.0%), 으로 나타났으며, 유행의 정보처가 가장 접하기 쉬운 전문잡지를 선호되었다. 「패션에 따른 네일 관리를 받는 곳」에 대한 설문에는 '로드샵' 에서 관리 받는다가 (76.0%), 로 나타났다. 이에 따라 젊은 층이 많이 밀집 되어 있는 공간에 자리 잡은 네일 샵에서는 쉽게 네일 관리를 접할 수 있으며 다

양한 아트를 받을 수 있어 선호하는 것으로 나타났다.

다음은 『고객 연령에 따른 네일아트 선호도 분석』에서 나타난 【20대 고객의 선호도에 관한 분석】에서는 20대 네일샵 이용자들의 네일 선호도를 알아보기 위하여 142명(100%)을 대상으로 월평균 이용횟수, 네일샵 이용동기, 선호하는 네일의 칼라, 네일의 모양, 페디 칼라, 페디 모양, 팁의 종류, 팁 모양의 종류를 세분화하여 조사 분석하였고, 네일아트의 종류와 월평균 이용가격은 484명(100%)을 대상으로 세분화 하여 조사 분석 하였다.

a,20대 월평균 전체적으로 평균 3회 이상으로 분석된다. 5회 이상은 소수의 고객으로 조사되었다.

b,네일샵 이용 동기에서는 20대의 젊은 층들은 손톱의 건강 보다는 외적인 아름다움을 추구 하는 것으로 나타난다.

c,네일의 칼라에서는 베이지 계열, 핑크계열, 누드칼라 계열이 많이 선호되었으며 와인계열과 보라계열이 뒤를 이었다. 그러나 검정계열이 가장 저조 하게 나타난 것으로 분석된다. 20대에서는 어두운 계열보다 화려한 색체를 선호되는 것으로 조사 분석 된다.

d,네일의 모양에서는 기본형인 라운드가 가장 일반적이 모양이어서 가장 선호한 것으로 조사 분석 된다.

e,페디 칼라에서는 네일 칼라와 다르게 조금 더 화려한 색깔인 핑크계열을 가장 선호 하였으며 손톱의 선호칼라와는 다르게 고루 분포되었으며 손톱의 칼라 선호도와 마찬가지로 검정 계열은 저조한 것으로 나타났다.

f,페디 모양에서는 손톱 네일과 마찬가지로 라운드가 가장 많은 선호도가 조사되었으며, 손톱 네일에서 저조했던 포인트 페디 모양이 약간 상승된 선호도로 조사되었다.

g,팁의 종류에서는 선호하는 팁 또한 네츄럴한 팁의 선호도가 높은 것은 자연미가 우세한 추세라 선호도가 높은 것으로 조사 분석 된다.

h,팁 모양의 종류에서는 네일과 마찬가지로 라운드 팁이 가장 높은 선호도로 조사 분석 되었다.

20대가 선호 하는 네일아트 조사는 484명의 고객을 대상으로 설문 조사 하

였다. 네일의 아트별로 변수를 만들어 각각 가장 선호하는 아트를 선택하여 조사 분석 하였다.

현재 가장 높은 네일 아트 선호도는 핸드 페인팅으로 나타났다. 핸드페인팅은 기존의 단순함을 벗어나 정교한 테크닉을 요구하는 아트로써 다양한 모양을 구사할 수 있으며 보다 세련된 예술적 작품을 가치를 느낄 수 있는 것이다.

【30대 고객의 선호도에 관한 분석】 142명(100%)을 대상으로 월평균 이용 횟수, 네일샵 이용동기, 선호하는 네일의 칼라, 네일의 모양, 페디 칼라, 페디 모양, 팁의 종류, 팁 모양의 종류를 세분화하여 조사 분석하였고, 네일아트의 종류와 월평균 이용가격은 484명(100%)을 대상으로 세분화 하여 조사 분석 하였다.

a,고객의 월평균 이용횟수에서는 1회 미만이 30대 고객층에서 많이 분포 되어 있다.

b,네일샵 이용 동기에서는 외적인 아름다움이 가장 높은 조사 수치가 나타났다.

c,선호하는 네일 칼라에서는 20대가 선호 하는 네일 칼라보다 다양한 분포도가 조사 되었으며 조금 더 어둡고 화려한 칼라를 선호한 것으로 조사 되었다.

d,네일의 모양에서는 20대와 같은 라운드모양이 가장 높은 선호도를 보였고,

e,페디칼라는 핑트계열이 가장 높게 조사 되었으며 다음으로 보라계열이 선호도가 높았다.

f,페디 모양에서는 손톱 네일과 같이 라운드형이 가장 높게 나타났으며,

g,팁의 종류에서는 네츄럴팁이 높은 선호도로 조사 되었으며, 따라서 일반적인 자연스러운 모양의 팁이 우세한 것으로 조사 분석되었다.

h,팁 모양의 종류에서는 라운드형이 가장 높은 선호도를 나타낸 것으로 조사된다.

선호하는 네일아트 에서는 20대와 마찬가지로 핸드페인팅과 아크릴아트가 각각 높은 선호도를 보였으며, 월평균 네일아트 이용가격 6만원미만과 8만원미만이 가장 높게 조사되었으며, 이는 20대와 비슷한 분포도가 형성되는 것으로 보인다. 따라서 20대에 비하여 30대이상의 고객이 미를 추구하는데 많은 비용을 지

출하고 있는 것으로 조사 되었으며, 점점 그 선호도가 20대를 능가 할 것이라는 조사 분석도가 나온다. 이로 인하여 네일에 대한 인식이나 고객들이 추구하는 미를 나타내는 분야의 한부분에서 네일아트가 중요한 부분으로 차지한 것이다.

2. 연구의 기대효과

네일아트 사업에 있어서 네일의 선호도를 위해서는 샵에서의 제품의 품질과 네일고객의 높은 인지도가 중요한 관점이라 할 수 있다. 각 개인의 선호도를 측정하여 고객에게 맞는 시스템과 아이템을 개발 하므로 네일의 대중화를 좀 더 앞당길 수 있으며 정확한 선호도 조사를 통해 진단과 소비자층의 네일 아트 만족도를 조사하면 네일 시장의 중요한 요소로 작용할 수 있으리라 믿는다.

다양한 조사나 연구 분석을 통해 네일 아트고객의 만족도를 높여주고 과학적인 방법과 색채의 발명을 통하여 다양한 기법들을 개발 연구 한다면 지금의 네일 사장보다 훨씬 발전된 모습이 되지 않을까 기대한다. 지금의 모든 연령층에서 네일 아트를 선호하고 선진국화 되어가는 우리나라의 미용사업의 한 부분으로 자리를 굳힐 수 있으리라 생각된다.

4. 참고문헌

단행본

김해남 권태일(2003). <네일케어 & 아트테크닉> 훈민사.
류지원 외(2001). <미용학원론> 고문사.
박소정 외(2003), <Manicure Technique> 훈민사.
송미경(2000). Nail Art<네일리스트를 위한 실무교재> 현문사.
윤혜림(2005).컬러리스트 종합이론. 도서출판국제.
이영순.(2002). <네일아트> 현문사.
최영훈(1990). <색채학계론> 미진사.

논문

기세옥,전연숙(2000) <네일아트의 전개와 네일아트 표현기법에 관한 연구> 한국미용학회지.
김성은(2004) <여대생의 네일 관리 인식도에 관한 연구> 한성대학교 석사학위 논문.
문지연(2003) <소비자 이용자들의 소비행동에 관한연구> 한성대학교 석사학위논문.
서지영(2005) <네일아트 일러스트레이션에 관한 연구> 숙명여자대학교 석사논문.
여상미(2006) <네일교육의 현황과 전망에 대한 제언> 군산대학논문집.
이수현(2002) <한국여성의 이미지별 손톱화장에 관한연구> 경성대학 석사논문.
원유경(1999) <미용서비스업에서의 고객만족에 관한 연구> 용인대학교 석사학위 논문.

우수진(2005) <여대생들의 메이크업과 네일아트에 관한연구> 숙명여자대학교 산업대학원 석사학위논문.
이수현(2002) <한국여성의 이미지별 손톱화장에 관한 연구 20, 30대 연령중심으로> 경성대학교 대학원 석사학위논문.
이정자(2003) <네일 아티스트의 직무만족에 관한연구> 용인대학교 경영대학원 석사학위논문.
원유경(1999) <미용서비스업에서의 고객만족을 위한 관계마케팅 연구> 숙명여자대학교 석사학위논문.

국외서적 및 학술지

Churchil. G. A. (1979) <A Paradigm for development better measures of marketing constructs>. Journal of Marketing Research.
Carver. C. S. & Scheier. M. F. (1990). <Origins and function of positive and negative A control-process view>. Psychological Review.
Hirschman. E. C. (1985). Cognitive processes in experimental consumer behavior. Research in Consumer Behavior: pp1. pp67-102.
Hook. E.V. & Higgins. E T.(1988). Self-related problems beyound the self-concept: pp55. pp625-633.

Jackson. Carole(1980) <Color me Beautiful> Canada Acropolis Book.

5. 부　　록

< 설문지 >

안녕하십니까?

본 연구 조사는 네일 고객분 들의 성향과 네일에 관련한 선호도를 조사하기 위한 것입니다. 부디 불편하시더라도 조사에 적극적으로 참여 부탁합니다. 설문지는 무기명으로 처리될 것이오니, 평소 고객분 들의 취향과 선호도를 솔직하게 답하여 주시옵길 바랍니다.

본 설문 조사에 협조해주셔서 감사드립니다.

2007년4월

지도교수 : 한 선 주 교수님(조선대학교)
연구자 : 편 수 명
조선대학교 뷰티디자인학과
HP: 010-2915-2112
e-mail : hgchoi1966@yahoo.co.kr

설문 A

♣네일아트 고객의 성향분석에 관한 설문지♣

☛ 아래 문장을 읽고 해당하는 곳에 V 표시하시오.

1. 귀하의 연령은?
   ① 20-24 ②25-29 ③30-34 ④35-39 ⑤ 40-50

2. 귀하의 직업은?
   ① 학생 ② 주부 ③ 사무직 ④ 전문직
   ⑤ 판매 서비스 ⑥ 기타

3. 귀하의 학력은?
   ① 중학졸업 ② 고등졸업 ③ 대학졸업 ④ 대학원이상

4. 귀하의 월 미용지출비용 ?
   ① 50만원 이상 ② 20만원 이상 ③ 20만원 이하

계절에 따른 네일아트고객의 성향에 관한 분석

1. 귀하께서는 계절에 따른 색채가 자신의 이미지에 여향을 미친다고 생각하십니까?
   ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다
   ④ 그렇다 ⑤ 아주 그렇다

2. 귀하께서 좋아하는 계절의 색과 자신이 좋아하는 색과 어울리십니까?
① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다
④ 그렇다 ⑤ 아주 그렇다

3. 귀하께서 네일 색상의 선택에 영향을 주는 요소는 무엇이라 생각되십니까?
① 주변생활 환경 ② 교육환경 ③ 부모
④ 자연환경 ⑤ 시각 환경 ⑥ 기타

4. 귀하께서 계절에 따른 네일 색상의 선택 기준은 무엇이라 생각하십니까?
① 자신의 선호 색상 ② 자신의 주변 사람 ③ 최신 유행 경향
④ 자신의 손 모양과 의상 ⑤ 네일 전문가의 조언 ⑥ 기타

5. 귀하께서 색채 관련한 교육을 받아 본적이 있습니까?
① 경험이 있다 ② 경험이 없다

패션에 따른 네일 아트고객의 성향에 관한 분석

1. 귀하께서는 패션에 관한 관심도 어느 정도입니까?
① 매우 관심이 있다 ② 관심 있다 ③ 그저 그렇다
④ 관심 없다 ⑤ 전혀 관심 없다

2. 귀하께서는 패션에 따른 네일 관리의 필요성은 ?
① 필요 없다 ② 외관상 보기 좋아서 ③ 건강을 위해서
④ 개성표현 ⑤ 기분 전환 ⑥ 기타

3. 귀하께서는 패션에 따라 네일 관리 할 때 중요시 하는 부분?

① 큐티클 정리 ② 손톱길이와 모양 ③ 맛사지

④ 칼라링 ⑤ 기타

4. 귀하께서는 패션에 관한 정보처?

① TV ② 인터넷 ③ 신문, 잡지 ④ 네일 및 전문잡지 ⑤ 기타

5. 귀하께서는 패션에 따른 네일 관리를 받는 곳?

① 로드샵(전문 네일샵) ② 샵인샵(미용실, 백화점등)

컬러진단에 따른 네일아트고객의 성향에 관한 분석

1. 귀하께서는 컬러 시스템인지에 관하여 알고 있는가?

① 알고 있다 ② 알고 있지 않다

2. 귀하께서는 컬러 진단 경험이 있는가?

① 경험이 있다 ② 경험이 없다

3. 귀하께서는 컬러 진단의 만족도?

① 매우 불만족하다 ② 불만족하다 ③ 보통이다 ④ 만족 한다

⑤ 매우 만족하다 ⑥ 무응답

4. 귀하께서는 자신에게 어울리는 네일 색상을 알고 있는가?

① 알고 있다 ② 알고 있지 않다

5. 귀하께서는 자신에게 어울리는 네일 컬러의 판단 기준?
① 피부색과의 조화 ② 자신의 스타일과 조화 ③ 주변의 반응

설문 B

♣고객 연령에 따른 네일 아트 선호도 분석♣

☛ 아래 문장을 읽고 해당하는 곳에 V 표시하시오.

1. 귀하의 연령대는?
① 20대 ② 30대이상

2. 귀하께서는 네일샵을 이용하는 월 평균 이용횟수
① 월 1회 미만 ② 월 2회 미만 ③ 월 3회 미만 ④ 월 4회 미만
⑤ 월 5회 미만 ⑥ 월 6회 미만

3. 귀하의 네일샵 이용동기?
① 손톱의 건강 ② 손톱 손질 ③ 외적인 아름다움 ④ 호기심
⑤ 여가시간 활용 ⑥ 기타

4. 귀하께서 선호하는 네일 칼라는?
① 핑크계열 ② 보라계열 ③ 베이지계열 ④ 누드칼라계열
⑤ 와인계열 ⑥ 검정계열

5. 귀하께서 선호한 네일모양은?

① 스퀘어 ② 스퀘어 라운드 ③ 라운드 ④ 오버레이

⑤ 포인트

6. 귀하께서 선호하는 페디 칼라는?

① 핑크계열 ② 보라계열 ③ 베이지계열 ④ 누드칼라계열

⑤ 와인계열 ⑥ 검정계열

7. 귀하께서 선호하는 페디 모양은?

① 스퀘어 ② 스퀘어 라운드 ③ 라운드 ④ 오버레이

⑤ 포인트

8. 귀하께서 선호하는 팁의 종류는?

① 네츄럴 팁 ② 프렌치 팁 ③ 디자인 팁 ④ 페디 팁

⑤ 풀팁 ⑥롱팁

9. 귀하께서 선호하는 팁 모양의 종류는?

① 스퀘어팁 ② 스퀘어 라운드팁 ③ 라운드팁 ④ 오버레이팁

⑤ 포인트팁

설문 C

♣ 네일아트 & 월평균이용가격 ♣

☛ 아래 문장을 읽고 해당하는 곳에 V 표시하시오.

1. 귀하의 연령대는?

◇ 20대 ◇ 30대이상

2. 귀하께서 선호하는 네일 아트는?

◇ 데칼 ◇ 생화 ◇ 자개아트 ◇ 에어브러쉬 ◇ 유성마블

◇ 워터마블 ◇ 프로트렌스 ◇ 핸드페인팅 ◇ 아크릴아트

◇레이스아트 ◇디자인실크 ◇ 젤

3. 귀하께서 이용하시는 월 평균 네일샵 이용가격은?

◇ 2만원 미만 ◇ 4만원 미만 ◇6만원 미만 ◇ 8만원 미만

◇10만원 미만 ◇ 10만원 이상

감사합니다.