

여대생의 라이프스타일과 네일 아트 서비스에 관한 연구

A Study on Nail Art Service by College Woman's Life Style

박주현 · 박옥련* · 정윤지

경성대학교 의상학과

Ju-Hyun Park · Ok-Lyun Park · Yun-Ji Jung

Department of Fashion Design & Merchandising, Kyung-Sung University

Abstract

Today the number of economically independent women are increasing in Korea, they have a tendency to pay more attention to their appearance in their social life. Female university students show a high tendency of that kind, especially when they prepare for their job interviews. They purchase beauty products, visit beauty salons and skin care centers to improve their looks. Above all, their interest in nail art is amazingly increasing for maintaining their self-image. This study thus aims at surveying the relationship between college woman's life style and their interest in nail care, by analysing life styles of college women pursuing up-to-date style. The results show that an 'egoistic' type has a high interest in and a high frequency of using a nail care center, and 'egoistic' type's demand for the nail service is equal to or quite higher than 'appearance-oriented' type's. That means that the 'egoistic' type seems to pay much attention to how they look, because they think their neat appearance help to accomplish their ego.

Key Words : life style, nail art service, egoistic, appearance-oriented, self-image

I. 서론

오늘날 경제발전과 함께 현대 여성들은 과거의 여성과 달리 사회참여와 함께, 독립적이고 사교적이며, 아름다움에 대한 욕구가 높아짐에 따라 미용에 대한 관심이 고도화 되었다.

1997년 중반기에 접어들면서 국내에서 네일아트는 큰 붐을 이루며 손 관리, 발 관리, 아트까지 다양한 서비스가 시행되고 있다. 21세기 미용산업 중 가장 주목받는 네일산업으로 네일 케어와 독창성과 예술성을 지닌 네일 아트, 손톱을 고정하는 네일 고정 등으로 다양화 보편화 되어가고 있다.

네일 서비스라 하면 흔히들 손톱정리, 컬러링, 인조손톱 붙이기, 손톱에 그림을 그려주는 아트 정도로 생각한다. 하지만 네일 서비스분야는 다양하고 세분화되어있는 미용 테크닉의 한 분야이다. 네일 서비스는 네일 케어,

인조손톱, 네일 아트로 크게 세 분야로 나눌 수 있다. 네일 아트는 가장 다양하고 신비로운 부분이며, 네일 서비스 중에서 보여주는 효과가 가장 큰 분야이다.

네일아트는 손톱 위에 컬러링을 함으로써 자신만의 개성을 연출하였으며, 손톱의 양쪽 부분을 많이 남겨두고 컬러링 함으로 손가락을 길게 보이는 효과를 이용하여 아름다운 손으로 가꾸었다. 요즘 네일아트는 더욱 발전된 장식적인 기법과 도구들의 사용으로 손톱화장이 다양하게 연출된다. 나아가 네일아트를 선호하는 소비자가 늘어나면서 연령과 개성에 따라 다양한 네일아트 방법과 자신의 이미지 연출을 요구한다.(이수현, 2002)

최근 여대생들은 미적 관리에 관심이 높고 자신만의 개성과 이미지 관리를 위하여 시간과 경제적 투자를 아끼지 않고 있다.

여대생들은 자신만의 독특한 집단적 특징과 각 개인의 개성을 살리고자 하는 특성이 있는 집단으로 일반인보다 자유분방하고 개성이 뚜렷하여 자신에 이미지에 맞는 패션

* Corresponding author: Park, Ok-Lyun
Tel: 051) 620-4664, Fax: 051) 623-5248
E-mail: ylpark@star.ks.ac

이나 메이크업, 액세서리, 네일 등에 많은 관심을 가진다.

여대생들의 네일 아트에 대한 관심은 자아실현 욕구와 개성표현의 한 방법으로 점점 높아져 가고 있다.

여대생들은 각자의 이미지와 라이프스타일에 따라 자신의 미적 감정을 표현하며 유행에 민감한 경향이 있다. 자신의 라이프스타일에 맞는 네일 관리는 자기 이미지 관리에 있어 중요한 부분을 차지한다.

이형경(1993)은 라이프스타일이란 태도, 가치의식, 의견, 흥미, 관심 및 잠재적 행동과의 통합된 시스템이라 정의하였고, 이지영(1998)은 라이프스타일이 특정개인이나 집단의 활동, 관심, 의견과 문화, 사회계층, 준거집단 및 인구통계적 특성 등을 반영하며 구매의사 결정과의 추구효의 등을 통해 최종적으로 제품 및 상표선택 결정에 영향을 미치므로 사회전체 또는 사회일부 층의 특징적인 생활양식이라 하였다.

라이프스타일을 구성하고 있는 활동과 관심 그리고 의견은 소비자의 소비행동과 밀접한 관련이 있기 때문에 마케팅 관리자의 개념에서 중요하다.

따라서 본격적인 미에 대한 관심이 높아지는 시기인 여대생들의 네일 아트에 대한 관심은 그 시대의 유행의 척도를 반영하는 중요한 자료가 된다 해도 과언이 아니다. 지금까지의 연구는 이러한 추세에 따라 여대생을 대상으로 연구한 네일 아트에 대한 선행연구는 있으나 여대생들의 라이프스타일에 따른 네일 아트 서비스에 관한 연구는 거의 없는 실정이다.

그러므로 본 연구에서는 새로운 것을 추구하고 개성과 이미지를 중요시 하는 여자 대학생들을 대상으로 라이프스타일을 요인분석하여 유형별로 군집을 분류하고, 군집에 따라 네일 관리에 대한 관심도 및 네일 서비스의 이용정도를 알아보려고 한다.

본 연구의 목적은 첫째, 여대생들의 라이프스타일에 따른 군집을 유형별로 나누어 네일 관심도를 알아본다. 둘째, 여대생의 라이프스타일에 따른 군집유형별 네일 서비스의 이용정도를 알아본다. 셋째, 여대생의 라이프스타일에 따른 군집유형별 네일 서비스의 요구도를 알아본다. 이러한 결과를 파악하여 소비자의 감성과 욕구에 맞는 네일 아트 서비스에 대한 기초 자료를 제공하고자 한다.

II. 연구방법

1. 연구대상 및 시기

본 연구에서는 부산의 4년제 대학교에 재학 중인 여대

생을 대상으로 총 500명에게 설문지를 배부하여 회수된 총 460부가 최종 자료분석에 사용되었으며, 본 조사는 2006년 4월 14일부터 4월 30일에 실시되었다. 조사대상의 특성은 우선 학년별로 1학년 25.4%, 2학년 25.0%, 3학년 26.1%, 4학년 23.5%로 비교적 고르게 분포하였으며, 연령별로는 21세가 23.3%로 가장 많았다. 월 평균 소득별로는 200만원 이상~300만원 미만인 40.7%로 가장 많았으며, 용돈은 20만원 이상~30만원 미만이 44.6%로 가장 많은 것으로 나타났다. 한편 네일 샵을 이용하는 조사 대상자가 전체의 47.8%였으며, 이용하지 않는 조사대상자는 52.8%로 나타났다. 또한 네일 샵을 이용하는 경우 이용횟수는 1년에 1년 정도가 가장 많은 것으로 나타났다.

2. 측정도구 및 자료 분석

본 연구의 측정도구는 선행연구 공유미(1999), 김경희(2002), 김명수(1997), 우수진(2005), 이정희(2005), 주란(2004)을 기초로 공통된 설문을 참고하고 연구자가 개발한 문항을 예비조사를 거쳐 수정 보완하여 구성하였다. 설문지의 문항 구성은 라이프스타일 50문항, 인구통계적 변인 5문항, 네일에 관한 7문항, 네일서비스에 관한 17문항으로 구성하였다.

조사된 자료는 통계 프로그램인 SPSSWIN 12.0을 이용하여 다음과 같이 처리하였다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성을 살펴보기 위하여 빈도분석을 하였다.

둘째, 설문 각 문항에 대한 신뢰도 검사를 실시하여 문항 간의 신뢰도를 측정하여 예측가능성, 정확성 등을 살펴보았으며, 문항을 요인으로 묶어서 요인분석을 실시하였다.

셋째, 라이프스타일에 대한 네일아트에 대한 소비자의 특성을 살펴보기 위하여 각 요인 특성에 따른 군집분석을 실시하였다.

넷째, 군집 유형간 네일아트에 대한 관심도와 서비스 이용에 대해 살펴 보기 위하여 χ^2 분석(Chi-square)을 실시하였다.

III. 연구결과 및 고찰

1. 라이프스타일에 따른 집단의 분류

1) 라이프스타일 요인분석

본 연구의 조사대상자의 라이프스타일 유형을 알아본

결과 라이프스타일에 대한 요인을 5개 요인 즉, 활동적 리더십 요인, 유행추구 요인, 외모관심 요인, 절약·알뜰추구 요인, 남녀평등·자아실현 지향 요인으로 나누어졌다. 측정 문항 50개의 항목을 대상으로 공동성(commonality) 분

석결과 라이프스타일 특성을 측정하기에 적절치 않은 6개의 항목제외한 후 44개 항목에 대해 요인분석은 <표 1>과 같다.

<표 1> 요인분석결과

요인	요인구성 변수	Communalities	Factor Loading
활동적 리더십	무엇보다도 내 자신의 욕구와 욕망에 의해 살아간다.	.518	.612
	나는 스포츠에 직접 참가하여 즐거기를 좋아한다.	.586	.681
	친구나 동창 등의 친교모임에 자주 참석한다.	.524	.519
	나는 모임에서 내가 의견을 이끄는 경우가 많다.	.592	.410
	남보다 먼저 새로운 일을 시도 해보고자 한다.	.503	.543
	휴일이면 집에서 휴식을 취하기보다 야외로 나가는 편이다.	.587	.389
	취미 생활에 관심이 많다.	.538	.622
	나는 밝고 화려하고 자극적인 것을 좋아한다.	.513	.493
	나는 개성이 강하다.	.617	.544
	나는 매사에 자신감이 있다.	.635	.744
유행 추구	사교적인 성격으로 남과 친하게 지내기를 좋아한다.	.641	.624
	주의 사람들이 나의 패션을 따라한다.	.586	.581
	남들보다 유행이 앞선다.	.564	.569
	옷을 입을 때 항상 화장과 장신구도 고려한다.	.594	.555
	새로운 유행을 빨리 받아들이는 편이다.	.546	.635
	주의사람들에게 패션에 대한 조언을 하는 경우가 많다.	.543	.603
	옷을 자주 바꿔 입으며 변화를 준다.	.551	.651
	나는 주의 사람들로부터 멋쟁이라는 말을 많이 듣는다.	.571	.599
외모 관심	패션의 전체적인 조화에 신경을 쓰는 편이다.	.581	.470
	새로운 상품을 보면 호기심 때문에 사는 경우가 많다.	.536	.325
	패션잡지를 본 후 아름다운 디자인은 모방, 응용한다.	.583	.654
	옷을 멋있게 입는 것은 나의 생활에서 중요한 부분이다.	.597	.683
	옷이나 액세서리를 사기 위해 쇼핑을 즐긴다.	.503	.606
	대학을 들어온 동기가 학문탐구보다는 취직을 위해서이다.	.665	.773
	나의 손에 어울리는 네일 기술을 배우고 싶다.	.587	.704
	네일에 대하여 전문가의 의견을 많이 들으려고 노력한다.	.632	.670
절약·알뜰 추구	네일 아트는 개성표현의 중요한 방법 중의 하나이다.	.629	.625
	나의 발에 어울리는 아트를 배우고 싶다.	.608	.706
	나는 여름에 신발을 신을 때 발에 신경을 많이 쓴다.	.558	.517
	어떤 물건이든 계획성 있게 구매한다.	.607	.717
	상품의 디자인이나 품질보다는 가격을 중시 한다.	.536	.482
	용돈은 계획을 세워서 아껴 쓰는 편이다.	.567	.657
	마음에 드는 물건이라도 가격이 비싸면 사지 않는다.	.599	.671
	나는 확실한 예산 하에서 돈을 지출한다.	.611	.691
남녀평등·자아실현	나는 주로 세일기간, 할인매장을 이용하여 구입한다.	.609	.656
	값싼 상품을 구입하기위해 여러 상점에서 가격을 비교한다.	.625	.755
	반드시 사소한 상품을 구입하더라도 가격을 확인한다.	.564	.648
	할인광고에 관심이 많다.	.595	.705
	맞벌이 부부의 경우 집안일은 공동으로 해야 한다.	.587	.598
	여성들의 사회진출은 바람직하다.	.682	.792
남녀평등·자아실현	결혼을 해도 직업을 계속 가지고 싶다.	.707	.798
	가정에서 남편의 권한은 아내보다 커야 한다.	.549	.554
	나는 뭔가 새로운 것을 배우고자 노력하는 편이다.	.503	.592
	네일 아트는 개성표현의 중요한 방법 중의 하나이다.	.609	.691
%의 Variance		57.067	

2) 군집분석

요인분석 결과를 토대로 군집분석을 실시한 결과 <표 2>와 같이 3개의 집단으로 분류되어, 그 특성에 따라 각각의 집단 명을 자아실현형, 외모지향형, 알뜰지향형으로 명명하였다.

각 군집간의 분포 수는 자아실현형 191명, 외모지향형 125명, 알뜰지향형 144명으로 자아실현형이 다소 많은 것으로 나타났다.

<표 2> 군집분석 결과

구분	군집		
	자아실현형	외모관심형	알뜰추구형
리더십	3.65	3.23	2.96
유행추구	3.53	3.06	2.62
외모관심	3.70	3.38	2.85
알뜰추구	3.33	2.52	3.13
남녀평등	3.72	3.32	3.24
빈도(N)	191	125	144

<표 3> 손과 손톱에 대한 자신감

집단	N	평균	표준편차	자유도	F	유의확률
자아실현형	191	2.71	.88	2	3.611	.028*
외모관심형	125	2.72	.90			
알뜰추구형	144	2.95	.89			
합계	460	2.79	.89			

* p<.05

<표 4> 손톱에 대한 관리습관

구분	자아실현형	외모관심형	알뜰추구형	전체	χ^2	df	p
물어 뜯는다	빈도	46	24	33	28.454	8	.000***
	%	24.0%	19.2%	23.0%			
항상 바짝 짧게 자른다	빈도	40	37	49			
	%	20.9%	29.6%	34.0%			
늘 길게 기른다	빈도	56	31	21			
	%	29.3%	24.8%	14.6%			
신경을 쓰지 않는다	빈도	49	33	41			
	%	25.7%	26.4%	28.5%			
전체	빈도	191	125	144	460		
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		

***p<.001

2. 라이프스타일의 군집유형별 네일 관심도

1) 라이프스타일의 군집유형별 손과 손톱에 대한 자신감

라이프스타일에 따른 군집유형별 네일 관심도를 살펴 보기 위해 자신의 손과 손톱에 대한 자신감이 어느 정도 인지에 대해 '매우 자신 있다' 1점, '자신 있는 편이다' 2점, '보통이다' 3점, '자신 없다' 4점으로 척도화하여 살펴 본 결과 자아실현형이 평균 2.71로 자신의 손과 손톱에 대해 다소 자신 있어 하는 것으로 나타났으며, 외모관심형이 2.72, 알뜰추구형 2.95의 순으로 나타났다. 즉, 자아실현형과 외모관심형의 자신감정도가 비슷한 수준으로 높게 나타나 알뜰추구형에 비해 손과 손톱에 대한 관리가 잘 되고 있는 것으로 보인다. 라이프스타일 군집유형별로 p<.05에서 유의한 차이를 보였다.

2) 라이프스타일의 군집유형별 손톱에 대한 관리습관

라이프스타일에 따른 군집유형별 손톱에 대한 관리습관에 대해 알아본 결과 자아실현형은 '늘 길게 기른다'라는 응답이 29.3%로 가장 많았으며, 외모관심형 29.6%, 알뜰추구형 34.0%는 '항상 바짝 짧게 자른다'라는 응답이 가장 많은 것으로 나타나 군집유형별로 다소 차이를 내었으며 통계적으로도 유의한 차이(p<.001)를 보였다.

3. 라이프스타일의 군집유형별 네일 서비스 이용도

1) 라이프스타일에 따른 군집유형별 네일 서비스 경험 유무

라이프스타일의 군집유형별 네일 서비스 경험 유무에

서 네일 서비스를 ‘받은 적이 있다’는 응답이 자아실현형은 55.0%, 외모관심형은 55.2%로 가장 많았으며, 알뜰추구형은 ‘받은 적이 없다’ 라는 응답이 62.5%로 가장 많은 것으로 나타나 군집유형별로 다소 차이를 내었으며 통계적으로도 유의한 차이(p<.01)를 보였다.

자아실현형과 외모관심형은 네일 서비스에 관심이 많은 것으로 보이며, 네일 서비스를 받은 경험이 없는 여대생보다 받은 경험이 있는 여대생이 많았으며, 이는 여대생들이 네일 서비스에 관심이 많은 것을 알 수 있었다.

2) 라이프스타일의 군집유형별 네일 서비스 후 불만족 사항

라이프스타일의 군집유형별 네일 서비스 후 불만족 사항에 대해 살펴본 결과 ‘가격이 비싸다’라는 응답이 자아실현형 52.8%, 알뜰추구형 41.8%로 가장 많았으며, 외모관심형은 ‘가격이 비싸다’와 ‘불만이 없다’라는 응답이 27.5%로 동일하게 나타나 군집유형별로 유의한 차이

(p<.05)를 보였다. 따라서 네일 서비스 후 공통적인 불만 사항은 가격이 비싸다는 것으로 네일 서비스 산업을 활성화하기 위해서는 무엇보다 가격에 대한 고려가 있어야 할 것으로 보인다.

4. 라이프스타일의 군집유형별 네일 서비스 요구도

1) 라이프스타일의 군집유형별 네일 서비스 장소

라이프스타일의 군집유형별 네일 서비스 장소는 ‘네일 전문 샵’이라는 응답이 자아실현형 84.8%, 외모추구형 67.2%, 알뜰추구형 74.6%로 가장 많았다. 다음으로 자아실현형은 ‘미용실 네일코너’라는 응답이 6.8%로 많았으며, 외모관심형은 ‘백화점 네일코너’라는 응답이 16.8%, 알뜰추구형은 ‘미용실 네일코너’라는 응답이 10.2%로 많은 것으로 나타나, 통계적으로 유의한 차이(p<.001)를 보였다.

<표 5> 네일 서비스 경험 유무

구분		자아실현형	외모관심형	알뜰추구형	전체	χ^2	df	p
예	빈도	105	69	54	228	12.208	2	.002**
	%	55.0%	55.2%	37.5%	49.6%			
아니요	빈도	86	56	90	232			
	%	45.0%	44.8%	62.5%	50.4%			
전체	빈도	191	125	144	460			
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%			

** p<.01

<표 6> 네일 서비스 후 불만족 사항

구분		자아실현형	외모관심형	알뜰추구형	전체	χ^2	df	p
가격이 비싸다	빈도	57	19	23	99	18.871	10	.042*
	%	52.8%	27.5%	41.8%	42.7%			
서비스 시간이 길다	빈도	15	15	14	44			
	%	13.9%	21.7%	25.5%	19.0%			
모양이 이쁘지 않다	빈도	4	7	7	18			
	%	3.7%	10.1%	12.7%	7.8%			
마음에 들지 않는다	빈도	11	9	4	24			
	%	10.2%	13.0%	7.3%	10.4%			
불만 없다	빈도	21	19	7	47			
	%	19.4%	27.5%	12.7%	20.3%			
전체	빈도	108	69	55	232			
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%			

* p<.05

따라서 네일 서비스는 일반적으로 네일 전문샵에서 받기를 원하며 또한 신뢰하는 것으로 나타났다. 네일도 이젠 미용의 일부가 아닌 전문직으로서 독립된 공간에서 전문 네일인에게 서비스를 받기를 원하는 것으로 보인다.

2) 라이프스타일의 군집유형별 서비스 고려사항

라이프스타일의 군집유형별 서비스에 대한 고려사항은 '테크닉'이 라는 응답이 자아실현형 42.9%, 외모관심형 60.8%, 알뜰추구형 44.4%로 가장 많았다. 다음으로는 '가격'이라는 응답이 자아실현형 41.4%, 외모관심형 20.0%,

알뜰추구형 39.6%로 나타났다. 즉 자아실현형과 알뜰 추구형은 테크닉과 가격을 우선 고려하는 것으로 나타났으나 외모추구형은 테크닉이 최우선 고려사항인 것으로 나타나 군집유형별로 다소 차이를 내었으며, 통계적으로도 유의미한 차이($p<.01$)를 보였다.

3) 라이프스타일의 군집유형별 손톱 서비스 가격

라이프스타일의 군집유형별 서비스가격을 살펴본 결과 '1만원 정도'라는 응답이 자아실현형 49.2%, 외모관심형 44.0%로 가장 많았으며, 알뜰 추구형은 '5천원 정도'라는

<표 7> 네일 서비스를 받기 편한 장소

구분		자아실현형	외모관심형	알뜰추구형	전체	χ^2	df	p
네일 전문 샵	빈도	162	84	97	343	36.557	10	.000***
	%	84.8%	67.2%	67.4%	74.6%			
백화점 네일 코너	빈도	5	21	13	39			
	%	2.6%	16.8%	9.0%	8.5%			
대형 마트 네일 코너	빈도	1	2		3			
	%	.5%	1.6%		.7%			
사우나 네일코너	빈도	2	1	4	7			
	%	1.0%	.8%	2.8%	1.5%			
미용실 네일코너	빈도	13	10	24	47			
	%	6.8%	8.0%	16.7%	10.2%			
커피숍 네일코너	빈도	8	7	6	21			
	%	4.2%	5.6%	4.2%	4.6%			
전체	빈도	191	125	144	460			
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%			

*** $p<.001$

<표 8> 네일 샵 서비스에 대한 고려사항

구분		자아실현형	외모관심형	알뜰추구형	전체	χ^2	df	p			
가격	빈도	79	25	57	161	25.434	10	.009**			
	%	41.4%	20.0%	39.6%	35.0%						
테크닉	빈도	82	76	64	222						
	%	42.9%	60.8%	44.4%	48.3%						
친절	빈도	27	21	22	70						
	%	14.1%	16.8%	15.3%	15.2%						
위치	빈도	1	2	1	4						
	%	.5%	1.6%	.7%	.9%						
시술 시간	빈도	2	1		3						
	%	1.0%	.8%		.7%						
전체	빈도	191	125	144	460						
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%						

** $p<.01$

응답이 57.6%로 가장 많은 것으로 나타나 군집유형별로 다소 차이를 내었으며, 통계적으로도 유의한 차이(p<.01)를 보였다. 즉 알뜰추구형이 가격에 가장 민감하였으며, 외모관심형이 가격에 덜 민감한 것으로 보인다.

4) 라이프스타일의 군집유형별 인조 손톱 형태

라이프스타일의 군집유형별 인조 손톱형태는 ‘자연스런 모양의 인조손톱’이라는 응답이 자아실현형 50.5%, 외모관심형 42.4%, 알뜰추구형 61.8%로 가장 많았다. 통계적으로도 유의한 차이(p<.01)를 보였다.

알뜰추구형이 가장 자연스런 모양의 인조손톱을 선호하였으며, 외모관심형은 비교적 여러 색상의 인조손톱을 선호하는 것으로 나타났다.

IV. 결론

본 연구의 여대생의 라이프스타일에 따른 네일아트 서비스에 관한 결과는 다음과 같다.

첫째, 라이프스타일에 따른 군집유형별 네일 관심도를 살펴 본 결과 자신의 손과 손톱에 대한 자신감에서 여대생은 대체적으로 자신의 손과 손톱에 대해 자신감이 높은 것을 알 수 있었다.

손톱에 대한 관리습관은 자아실현형은 ‘늘 길게 기른다’, 외모관심형, 알뜰추구형은 ‘항상 바짝 짧게 자른다’라는 응답이 많았다.

둘째, 라이프스타일에 따른 군집유형별 네일 서비스 이용도를 살펴본 결과 네일 서비스 경험 유무에 대해 자

<표 9> 손톱서비스 가격

구분		자아실현형	외모관심형	알뜰추구형	전체	χ^2	df	p
5천원 정도	빈도	86	53	83	222	21.922	8	.005**
	%	45.0%	42.4%	57.6%	48.3%			
1만원 정도	빈도	94	55	57	206			
	%	49.2%	44.0%	39.6%	44.8%			
1만 5천원 정도	빈도	8	15	3	26			
	%	4.2%	12.0%	2.1%	5.7%			
2만원 정도	빈도	3	2	1	6			
	%	1.6%	1.6%	.7%	1.3%			
전체	빈도	191	125	144	460			
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%			

**p<.01

<표 10> 받아보고 싶은 인조 손톱

구분		자아실현형	외모관심형	알뜰추구형	전체	χ^2	df	p
자연스런 모양의 인조손톱	빈도	96	53	89	238	30.581	10	.001**
	%	50.5%	42.4%	61.8%	51.9%			
화이트 인조손톱	빈도	38	25	24	87			
	%	20.0%	20.0%	16.7%	19.0%			
여러 색상의 인조손톱	빈도	23	28	17	68			
	%	12.1%	22.4%	11.8%	14.8%			
마블모양의 디자인 손톱	빈도	25	7	8	40			
	%	13.2%	5.6%	5.6%	8.7%			
아크릴 인조손톱	빈도	8	12	6	26			
	%	4.2%	9.6%	4.2%	5.7%			
전체	빈도	190	125	144	459			
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%			

** p<.01

아실현형과 외모관심형이 네일 서비스를 받은 경험이 많은 것으로 보인다.

네일 서비스 후 불만족 사항에 대해 자아실현형, 알뜰추구형은 가격이 비싸다, 외모관심형은 가격이 비싸다와 불만이 없다는 응답이 동일하게 나타났다. 따라서 네일 서비스 후 공통적인 불만사항은 비싼 가격인 것으로 보인다.

셋째, 라이프스타일에 따른 군집유형별 네일 서비스 요구도를 살펴본 결과 네일 서비스를 받기 편한 장소에 대해 자아실현형, 외모추구형, 알뜰추구형 모두 네일 전문 샵이 라는 응답이 가장 많은 것으로 보아 네일 서비스는 전문 네일 샵에서 받기를 원하는 것으로 보인다.

네일 샵 방문 시 고려사항에 대해 자아실현형, 외모관심형, 알뜰추구형 모두 테크닉이 라는 응답이 가장 많았다. 네일서비스를 받을 때에는 테크닉이나, 기술이 뛰어난 사람에게 서비스를 받고 싶어하는 것으로 보여진다.

손톱정리 비용은 얼마정도가 적당한가에 대해 자아실현형, 외모관심형이 1만원 정도, 알뜰추구형은 5천원 정도라는 응답이 가장 많았다.

받아보고 싶은 인조손톱에 대해 자아실현형, 외모관심형, 알뜰추구형 모두 자연스런 모양의 인조손톱이라는 응답이 가장 많은 것으로 나타났다. 이는 네일서비스 중 화려하고 장식적인 것 보다는 아직 기본적으로 자연스러운 것을 많이 선호하는 것을 알 수 있었다.

네일 서비스의 이용도는 외모지향형이 이용정도가 많았고, 서비스 후 불만족은 자아실현형, 알뜰지향형 모두 가격에 대한 불만족이 많았다. 샵 방문시 고려사항은 모두 테크닉이 중요하다고 한 것으로 나타났다.

이상의 결과는 대체적으로 자아실현형이 네일에 대한 관심과 이용정도, 서비스에 대한 요구가 외모지향형과 비슷하거나 다소 높은 것으로 나타났는데, 이는 자아실현형의 경우 자아실현을 위해 상당부분 외모에 관심을 기울이고 있기 때문인 것으로 보인다.

본 연구는 부산지역의 여대생을 대상으로 실시되었기 때문에 연구결과를 일반화하는 데는 한계가 있다고 본다. 따라서 후속연구에서는 연구대상의 연령층과 지역을 더 확대하여 보다 다양한 네일 아트 서비스에 관한 연구가 이루어져야 할 것이다.

주제어 : 라이프 스타일, 네일 아트 서비스, 자아실현형, 외모지향형

참 고 문 헌

- 공유미 (1999). 화장품 구매행동에 관한 연구. 10-20대 여성의 라이프스타일을 중심으로. 청주대학교 대학원 석사학위논문.
- 권태일 (2003). 네일케어와 아트 테크닉. 훈민사
- 김경희 (2002). 한·중·일 여대생의 라이프스타일에 따른 피부관리·화장행동·구매행동 비교. 경희대학교 박사학위논문.
- 김광숙 (2000). 네일케어 & 아트. 고문사.
- 김동기 (1993). 현대마케팅원론. 서울 : 박영사.
- 김명수 (1997). 신세대 여성의 라이프스타일과 속옷 구매행동에 관한 연구. 고려대학교 대학원 석사학위논문.
- 김정현 (2004). 헤어·메이크업 일러스트레이션에 관한 연구. 숙명여자대학교디자인대학원 석사학위논문.
- 박미경 (2005). 여대생의 화장행동 연구. 경희대학교 박사학위논문.
- 서지영 (2005). 네일아트 일러스트레이션에 관한 연구. 숙명여자대학교대학원 석사학위논문.
- 송미영 (2000). Nail. Art. 현문사.
- 우수진 (2004). 여대생들의 메이크업과 네일아트에 관한 연구. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.
- 윤소영 (2001). 메이크업과 헤어스타일이 인상형성에 미치는 영향. 대구카톨릭대학교 석사학위논문.
- 이수현 (2002). 한국여성의 이미지별 손톱화장에 관한 연구. 경성대학교일반대학원 석사학위논문.
- 이정희 (2005). 여대생의 헤어 라이프스타일에 따른 헤어디자인 선호도. 대구대학교디자인대학원 석사학위논문.
- 이지영 (1998). 여대생의 라이프스타일에 따른 화장품 소비행동. 전대학교 대학원 석사학위논문
- 이형경 (1993). 라이프스타일에 따른 마케팅 전략에 관한 실증적 연구. 동덕여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 전미향 (2004). 손톱관리를 받는 고객들의 심리적 특성과 만족도에 관한 연구. 대구한의대 보건의대학원 석사학위논문.
- 주란 (2004). 여대생의 얼굴 화장과 손톱화장에 관한 연구. 숙명여자대학교 원격향장산업대학원 석사학위논문.

(2007. 02. 12 접수; 2007. 07. 24 채택)