

# ‘B’ 브랜드 아이스크림의 스토리 컬러를 활용한 네일 디자인 연구

표연희<sup>1</sup>, 정연자<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>건국대학교 일반대학원 뷰티디자인전공, <sup>2</sup>건국대학교 뷰티디자인전공

## A Study on The Nail Design Utilized ‘B’ Brand Ice Cream Color Story

Yeon-Hee Pyo<sup>1</sup>, Yeon-Ja Jung<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Beauty Design, Graduate School of Kunkuk University

<sup>2</sup>Beauty Design, Kunkuk University

**요약** 아이스크림 색채는 소비자들의 시각적 감각을 자극하며 연상을 통해 브랜드 스토리를 전달한다. 이러한 색채 활용의 마케팅은 뷰티영역에서도 활용되고 있다. 이에 본 연구는 이론적 고찰과 실증적 연구를 기반으로 스토리를 구현의 뷰티디자인 도출을 목적으로 하며 ‘B’ 브랜드 아이스크림 스토리 컬러를 네일 디자인으로 나타내었다. 이론적 고찰을 통하여 아이스크림 ‘B’ 브랜드에 활용된 색채 및 브랜드 스토리를 고찰하였으며 실증적 연구를 통하여 도출된 네일 디자인을 네일 팁 위에 나타내었다. 이에 따라 본 연구는 아이스크림 색채와 네일아트와의 융합을 특정 브랜드의 색채를 반영한 뷰티디자인 및 색채 이미지 연출의 기초 자료로 활용될 수 있다고 사료된다.

• 주제어 : 융합, 아이스크림, 색채, 뷰티, 디자인, 네일아트

**Abstract** Ice cream color is delivered brand stories to consumer through visual sense stimulation. Today’s consumption patterns reflect not just five-senses(look, taste, hear, touch, smell) satisfaction but also the consumption of satisfaction through brand value. these marketing of utilized color is using in beauty design area also. therefore these a study is consisting the theoretical and empirical research, that’s for implemented of storytelling the beauty design. on this base contemplation ‘B’ brand ice cream’s color and brand story through the theoretical research, and express the derived design on nails by the empirical research. As a result, a study is implied fusion of ice cream color and nail art design, that believed to serve as a basic source of beauty design and color imagination that reflect the color of specific brand.

• Keyword : Collaboration, Ice Cream, Colors, Beauty, Design, Nail Art

## 1. 서 론

### 1.1 연구의 필요성 및 목적

현대 사회에서 아이스크림은 계절식품으로서가 아닌

사계절 언제나 즐겨 먹을 수 있는 기호식품이 되었다[1]. 이러한 아이스크림 시장의 확대는 다양한 맛과 모양의 아이스크림을 등장시켰고 이에 차별화된 브랜드 아이덴

\*Corresponding Author : 정연자(jungyj@kunkuk.or.kr)

Received April 19, 2017

Accepted July 20, 2017

Revised May 24, 2017

Published July 28, 2017

티티와 이미지 확립을 위한 다양한 시도를 행하고 있다 [2]. 특히 'B' 아이스크림 브랜드는 제품에 색채와 이야기를 적용하여 브랜드의 정체성을 확립시키고 있다. 색채는 고유의 파장과 진동수를 가지고 있는 인간 심리 매개체로서 편안함, 따뜻함, 식욕 등[3]을 느낄 수 있도록 하여 사람의 생리적, 심리적 기능에[4] 관여하고 있다. 아이스크림 시장에서의 색채는 소비자의 시각적 감각을 통해 브랜드의 스토리 연상을 유도하고 있다. 이를 통해 수용자의 감성을 자극시켜 단순한 오감 만족의 소비패턴에서 브랜드 가치를 통한 소비자 공감으로의 소비문화가 재형성되었다. 이처럼 소비자 감성 자극의 색채 활용이 두드러지면서 이는 뷰티 영역에서 마찬가지로 활발하게 활용되고 있다. 뷰티 영역에서의 색채는 서비스 이용 고객 유치와 함께 뷰티 디자인 발상에 있어 큰 영향을 미치고 있다. 특히 네일 디자인은 다양한 디자인 및 색채가 개발되고 있는 미용 시장[5]으로 유기적 연결성 표현이 가능한 뷰티 디자인 영역이다. 또한 디자인을 통한 이미지 표현이자 창조성, 독창성, 예술성, 대중성이 요구되는 표현예술의 분야[6]로 인정받고 있다.

현재 'B' 아이스크림 브랜드와 관련된 연구에는 브랜드 충성도에 관한 연구(김은희, 2003), 마케팅에 관한 연구(양철호, 2003), 광고디자인에 관한 연구(김민경, 2009), 매장 공간 구성요소에 관한 연구(이상혁, 2015)가 있으며 대부분 기업 전략 및 마케팅 중심의 연구와 경영 관련 연구가 중점적으로 이루고 있다. 이에 심미적 접근의 브랜드 연구를 통한 새로운 미학적 연구가 필요하다고 사료되며 이를 'B' 아이스크림 브랜드 색채를 활용하여 네일 디자인으로 나타내고자 한다. 따라서 'B' 브랜드의 아이스크림 색채를 아이디어 발상에 적용하여 네일 디자인의 활용의 마케팅 시장을 뷰티디자인에 적용시킴으로서 네일 디자인의 표현 영역을 확대할 수 있으며 색채를 반영한 뷰티 디자인을 기초 자료로 활용됨에 목적이 있다.

## 1.2 연구의 범위 및 방법

본 연구는 이론적 연구와 실증적 연구를 병행하였으며 이론적 연구로는 'B' 브랜드 아이스크림 스토리 및 컬러를 분석하였고 실증적 연구로는 'B' 브랜드 아이스크림의 색채를 활용하여 도출된 네일 디자인을 네일 팀에 나타내었다. 'B' 브랜드 아이스크림 색채 활용의 네일 디자인을 위한 연구의 범위는 공식 웹사이트를 참고하여 자회사가 선정한 12가지 제품을 기준으로 분석하였으며 이

에 뚜렷한 이야기 전개를 가지는 5가지 제품의 네일 디자인을 도출하였다. 또한 본 연구의 대상인 'B' 브랜드는 20대 대학생들의 아이스크림 선호도 조사(2009년 정부원)에서 아이스크림 전문점 인지도 1위(47.9%)[7]의 브랜드를 연구의 대상으로 설정하였다. 네일 디자인에 활용된 네일 아트 기법은 핸드 페인팅기법과 3D기법을 활용하여 네일 디자인을 표현하였다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 'B' 브랜드 분석

Baskin Robbins(베스킨 라빈스)는 미국의 아이스크림 프랜차이즈로 전 세계 약 4,500개가 넘는 매장을 보유하고 있으며 보스턴에 본사를 두고 있는[8] 기업이다. "세계에서 가장 큰 아이스크림 기업"이라는 자부심으로 약 1,000여 가지 이상의 다양한 아이스크림 맛[9]의 제공을 목적으로 한다. 국내에서는 베스킨 라빈스31의 브랜드명으로 입점하여 1985년 명동 1호점으로 개점하였으며 약 150여개의 점포수를 가지고 달마다 31가지의 제품과 한 가지 추가제품의 총 32개 제품에서 31가지 맛을 선정하는 마케팅을[9] 전개하고 있다. 뿐만 아니라 인터넷 홈페이지를 통해 이달의 베스트 아이스크림, 시즌별 아이스크림, 한정판매 아이스크림, 스탠다드(standard) 아이스크림, 아이스크림 패키지, 명예의 전당 아이스크림의 세부항목과 이에 대한 정보를 구체적으로 제시하고 있다.

### 2.2 네일 디자인

미용 산업의 전문화와 과학적인 발전은 네일 시장의 밝은 전망을 기대하게 하였다[10]. 디자인은 다양한 분야에서 시대에 따른 새로운 트렌드를 만들어[11] 가며 네일 디자인으로 활용되고 있다. 네일 디자인은 기본적 관리와 더불어 인체의 손톱 위에 표현하는 개성과 아름다움 창조의 예술적 행위[12] 라 하여 다양한 재료와 도구의 활용으로 손톱을 디자인 하는 것이다[13]. 또한 네일 아티스트의 내면 이미지를 창의적이고 독창적인 예술의 형태로 표현하며 미학적 접근으로서의 창의적 작품 도출이 가능[14]한 디자인 분야이다. 이에 네일 디자인을 포괄하는 오늘날의 네일아트는 손톱과 발톱 관리라는 단순한 의미를 넘어 하나의 미(美)적 표현수단이자 미적 산물이라 논할 수 있다[15]. 이러한 네일 디자인 표현 기법에는

다양한 기법이 있으며 특히 3-D 네일 아트는 아크릴릭 (Acrylic)을 활용한 입체 디자인을 말하며 프리핸드 페인팅 기법은 가장 대표적인 네일아트 기법으로[16] 다양한 아이디어와 테마에 제약이 없어 무궁무진한 창의적 디자인이 가능한 기법을 말한다[17].

### 3. 'B' 브랜드 아이스크림의 스토리 컬러

'웰컴 투더 정글'은 2016년 7월 1일에 출시된 아이스크림으로 프랄린 피칸이 박힌 초콜릿, 솔티 카라멜, 바닐라[18]의 세 가지 맛이 어우러져 있으며 바닐라맛 아이스크림을 녹색으로 표현하였다. 정글 탐험을 모티브[19]로 프랄린 피칸의 바삭한 식감을 더해 정글 탐험의 예측할 수 없는 재미를 나타냈으며 이는 색다른 아이스크림을 통해 더위를 이겨내자[19]는 의미를 가지고 있다. 이에 바닐라맛은 아이보리색이라는 관념을 탈피하여 녹색을 사용하였고 세 가지 맛의 조합과 부드러운 식감과 대조되는 프랄린 피칸의 바삭한 식감으로 정글 탐험을 형상화 하였으며 녹색, 카라멜 색, 초콜릿색으로 형상화시켰다.

'골드 메달리본'은 2008년 북경 올림픽을 기념하여 출시된 아이스크림으로 "골드 메달 존" 패키지 구성 상품 중 하나이다. 이는 금메달을 모티브로 카라멜 시럽의 띠 형태로 표현하여 아이보리, 골드, 초콜릿색으로 형상화시켰다. 구성된 제품의 이름은 한 마음으로 우리 선수를 응원하자[20]는 메시지를 전달하고 있으며 '골드 메달리본'은 "금메달은 우리의 것"[21], '베이스볼 너'는 "승리", '슈팅스타'는 "메달을 향해 쏘라", '토치트리오'는 "올림픽 성화모양"을 상징화 하여 구성되었다.

'아이 엠 샘'은 2004년 5월 출시된 제품으로 꾸준한 인기에 힘입어 2016년 '다시 먹고 싶은 맛' 1위를 차지하면서 2016년 6월에 재출시 된[22] 제품이다. 이는 '선생님'을 뜻하는 경상도 방언 '쌤'의 중의적 표현에서 착안된 것으로 한적한 시골의 총각 선생님에 대한 여고생들의 애절한 감정[21]을 아이스크림 스토리에 담았다. 아이보리색에 초콜릿색상이 포인트로 하여 다정다감한 선생님의 모습을 상기시킨다.

'스트로베리 소르베'는 2016년 6월 10일에 출시된 아이스크림으로 레드와인에 과일 식감을 더한 스페인 음료 샹그리아 와인 소르베(Sorbet)를 재해석한 것이다[23]. 톤이 다른 분홍색을 배합하여 딸기를 색채로 표현하였으며 'B'사의 '쿨 썸머 페스티벌' 프로모션 4가지 아

이스크림 가운데 여성들에게 많은 인기를 얻었다[18].

'스위스미스 코코아'는 2016년 2월에 출시된 아이스크림으로 코코아 브랜드 스위트미스의 코코아 맛을 아이스크림으로도 느낄 수 있음을 이야기 하고 있다. 스위트미스의 다크 코코아 가루를 아이스크림에 함유시켜 부드러운 질감[24]으로 표현하였고 코코아 파우더를 상징하는 색의 활용과 마시멜로우를 연상시키는 크림색으로 스위트미스의 코코아를 아이스크림으로 형상화 시켰다.

'너티네이도'는 2015년 7월 출시된 아이스크림으로 전 연령층의 호응을 얻었다[24]. 견과류를 뜻하는 '너트'(Nut)와 폭풍을 뜻하는 '토네이도'(Tornado)의 합성어로 견과류가 회오리치는 느낌의 식감과 고소함을 강조하였다. 또한 영화에서 대작을 의미하는 블러버스터에 빗댄 마케팅으로 아몬드, 피칸, 캐슈넛, 해바라기씨, 호박씨, 쿠키의 다양한 견과류 토핑이 아이보리색 베이스에 잘 드러나게 하였으며 진한 카라멜 색을 회오리치듯 표현하여 토네이도를 형상화시켰다.

'리얼 샷 커피아이스크림'은 'D'사(Dunkin donuts 던킨 도너츠)와의 콜라보레이션으로 출시되었으며 커피의 진한 맛을 강조한 아이스크림이다[17]. 이 제품은 비알코리아의 30주년을 기념하여 출시되어 'D'사 커피색을 베이스로 카푸치노 커피의 카라멜 색을 혼합하여 쿠키의 진한 초콜릿색을 더하였으며 이를 통해 아이스크림을 형상화시켰다.

'바나나 스플릿'은 2015년 9월, 'B'사의 글로벌 70주년을 기념하여 출시된 아이스크림이다. 바나나를 길게 잘라 아이스크림, 체리, 초콜릿 등의 토핑을 올려 먹는 미국식 전통 디저트 바나나 스플릿을 재해석[24]한 제품으로 세계 각국에서 동시에 출시하여 전 세계 사람들과 함께 즐길 수 있는 아이스크림이란 의미를 나타내고 있다. 바나나를 상징하는 노란색을 베이스로 체리 색, 분홍색, 초콜릿색을 배합하여 미국식 전통 디저트를 형상화시켰다.

'아포카토'는 2015년 11월에 출시된 아이스크림으로 쌀쌀한 가을의 계절 이미지와 '달콤쌉싸름'한 맛[25]을 연결하여 출시된 제품이다. 아이보리색을 베이스로 연한커피색을 더하여 바닐라아이스크림에 에스프레소커피를 부어 먹는 아포카토를 형상화시켰다.

'씨리원숭이'는 2016년 1월 원숭이해를 기념하여[19] 출시되었으며 아트 토이 작가 정웅의 원숭이 캐릭터 'BO'를 테마로 행복한 원숭이 'BO'의 달콤한 상상이란 이야기를 담아내고 있다. 원숭이가 좋아하는 바나나를 노란

색으로 표현하였으며 초콜릿색을 활용해 원숭이의 갈색 가죽을 표현하였다. 이에 원숭이 얼굴 모양의 초콜릿을 더하여 원숭이를 형상화시켰다.

‘골든 애플 요거트’는 2016년 8월에 출시된 아이스크림으로 황금빛 사과를 나타낸 제품이다. 아이보리색과 노란빛의 갈색을 배합하여 황금빛 사과를 표현하였고 띠 형태의 딸기 시럽과 얼린 사과 과즙을 더한 요거트 아이스크림을 첨가하여 황금빛 사과와 딸기의 조화를 형상화시켰다.

‘럭키 카라멜 터틀’은 2007년 9월 출시된 무설탕 아이스크림으로 일반제품에 비해 40% 낮은 칼로리와 체내 흡수되지 않는 초콜릿 및 카라멜 시럽[25]으로 칼로리 부담을 덜은 달콤한 디저트로 출시되었다. 아이보리와 카라멜 색의 혼합과 초콜릿색을 활용하였고 거북이 형태의 초콜릿을 더하여 거북이를 형상화시켰다.

<Table 1> Baskin Robbins Ice Cream Color[15]

Well Come to The Jungle	R:G:B	Gold Medal Ribbon	R:G:B
	239:212:173 106:46:20 138:155:93		238:228:194 234:177:68 62:24:23
I Am Sam	R:G:B	Strawberry soreube	R:G:B
	230:217:193 191:156:102 49:25:16		243:201:197 246:100:90 175:17:22
Swissmiss Cocoa	R:G:B	Neotineido	R:G:B
	211:187:183 165:141:130 83:58:46		243:225:178 112:52:41 44:33:32
Real Shut Coffee Ice Cream	R:G:B	Banana split	R:G:B
	219:212:192 163:133:92 4:1:1		250:230:134 217:155:156 203:35:38 28:13:9
Apocato	R:G:B	31Monkeys	R:G:B
	245:243:241 215:170:90 43:28:23		228:211:133 135:95:57 59:43:27
Golden Apple Yogurt	R:G:B	Lucy Carmel Turtle	R:G:B
	250:245:231 234:190:71 190:33:26		242:236:221 201:137:61 42:26:11

#### 4. ‘B’ 브랜드 아이스크림 색채를 활용한 네일 디자인

‘아이 엠 샘’은 2016년 ‘B’ 브랜드의 “다시 먹고 싶은 아이스크림 1위”를 기념하여 다시 출시된 제품으로 230:217:193, 191:156:102, 49:25:16의 색(RGB)을 보인다. ‘B’사는 아이스크림 색을 통해 다정다감한 총각 선생님과 선생님을 향한 여고생의 설렘의 이야기를 담아내었다. 이에 본 네일 디자인은 선생님을 향한 여고생들의 마음을 아버지와 더불어 공경의 마음을 전하는 스승의 날 카네이션으로 여고생의 설렘의 감정을 선생님에 대한 존경과 공경의 마음으로 해석하여 나타내었다.

<Table 2> I Am Sam

I AM SAM	R:G:B	Nail Design
	230:217:193 191:156:102 49:25:16	

‘골드 메달리본’은 2008년 북경 올림픽을 기념하여 출시된 제품으로 238:228:194, 234:177:68, 62:24:23의 색을 보인다. ‘B’사는 성공적인 올림픽 개최와 우리선수들의 선전을 위하여 “금메달은 우리의 것”이란 메시지를 담은 프로모션을 진행하였으며 띠 형태의 카라멜 시럽으로 금메달을 표현하였다. 이에 본 네일 디자인은 북경 올림픽을 모티브로 금빛의 올림픽 로고와 북경 올림픽 로고를 착안하여 나타내었다.

<Table 3> Gold Medal Ribbon

I AM SAM	R:G:B	Nail Design
	238:228:194 234:177:68 62:24:23	

'리얼 샷 커피아이스크림'은 비알코리아의 30주년을 기념하여 출시된 아이스크림으로 219:212:192, 163:133:92, 4:1:1의 색채를 보인다. 'B'사는 'D'사의 아메리카노와 카푸치노를 상징하는 색의 활용으로 무더운 여름에 즐겨 찾는 아이스크림을 표현하였다. 이에 본 네일 디자인은 'D'사를 상징하는 다른 대표 상품 도넛과 'B'사의 커피 아이스크림의 콜라보레이션을 테마로 아이스크림 콘 위에 올린 도넛과 흘러내리는 커피 아이스크림을 상징화하여 나타내었다.

<Table 4> Real Shot Coffee Ice Cream

I AM SAM	R:G:B	Nail Design
	238:228:194 234:177:68 62:24:23	
		

'바나나 스플릿'은 'B'사의 글로벌 70주년을 기념하여 2015년 9월에 출시되었으며 250:230:134, 217:155:156, 203:35:38, 26:13:9의 색을 보인다. 이는 미국 전통 디저트인 바나나 스플릿을 아이스크림으로 재해석 한 제품이며 이에 본 네일 디자인은 글로벌 70주년 기념을 위한 디저트를 모티브로 아이스크림 색으로 지구의 모습을 상징화하여 나타내었다.

<Table 5> Banana Split

Banana Split	R:G:B	Nail Design
	250:230:134 217:155:156 203:35:38 26:13:9	
		

'씨리 원숭이'는 원숭이의 해를 기념하여 출시된 제품으로 228:211:133, 135:95:57, 59:43:27의 색을 보인다. 'B'사는 최근 주요 마케팅인 캐릭터와의 콜라보레이션을 시

도하였다[24]. 원숭이 캐릭터 'BO'와 바나나를 초콜릿을 통해 원숭이를 형상화하였다. 이에 본 네일 디자인은 원숭이와 바나나를 모티브로 노랑과 초콜릿색의 조화로 초콜릿이 묻은 바나나를 나타내어 원숭이의 해를 표현했다.

<Table 6> 31 Monkeys

31 Monkeys	R:G:B	Nail Design
	228:211:133 135:95:57 59:43:27	
		

## 5. 결 론

국가 경제발전에서 창조성의 중요도는 높아지고 있다 [26]. 이에 본 연구는 아이스크림 색채를 활용하여 뷰티 디자인 분야인 네일 디자인 도출의 연구로써 모방 중심의 네일 디자인 [27] 영역에서 개성 있고 독창적인 네일 디자인 도출에 새로운 시도 및 영역의 확대를 의미한다. 뿐만 아니라 뷰티 디자인을 통한 유기적 스토리 전개가 가능함을 보여주며 이를 다음과 같이 뷰티디자인의 담론적 시각에서 뷰티 미학의 의미를 도출할 수 있다.

첫째, 뷰티 디자인의 목적성이 인체의 장식적 개념에서 벗어나 뷰티 미학적 측면으로의 접근을 가능하게 하여 장식적 효과뿐만 아니라 디자인을 통한 시각적 커뮤니케이션 및 디자인에 담긴 스토리 구현의 효과를 표현할 수 있다.

둘째, 본 연구의 아이스크림 브랜드 'B' 제품 색채를 활용한 뷰티 디자인으로서 스토리를 담은 브랜드 색채와 뷰티 디자인의 융합을 통한 뷰티 디자인 도출이며 뷰티 디자인의 새로운 방향성을 제시함에 뷰티 영역의 도약을 기대할 수 있다.

셋째, 색채를 통한 시각적 감상의 자극에서 나아가 스토리 연상의 역할로서 활용되고 있는 상업적 제품 색채와의 융합 연구를 통해 미(美)의 표현이라는 수용자 만족감 중심의 디자인에서 작가의 의미를 담은 의미화의 뷰티 디자인 발상을 시도하였음에 의의가 있으며 뷰티 디자인 도출을 통한 브랜드 스토리 표현으로 인체 예술로

서의 뷰티 디자인에서 상징 및 형상을 통한 무형의 스토리를 유형화 하였음에 새로운 뷰티 디자인 도출 및 새로운 융합·복합 연구를 통한 디자인 창작의 기초자료로의 활용을 기대할 수 있다.

## REFERENCES

- [1] S. B. Jeon, "Playfulness Affecting the Purchase of Ice Cream among Edible Ices - A Research of Factor that Affects on Consumer's Purchasing Behavior-", Korea Society of Basic Design&Art, Vol.12, No. 2, p. 414, 2011.
- [2] J. S. Park, J. J. Lee, "Study on Satisfaction with Brand CI Color and Brand Image of Ice Cream Specialty Store", Journal of Foodservice Management Society of Korea, Vol. 15, No. 1, pp. 322-323, 2012.
- [3] O. P. U. S. Yonsel, "Excellence Marketing for Customer", Korea Marketing Association, Vol. 50, No. 4, pp. 59-67, 2016.
- [4] S. Y. Oh, "Temptation of Color", Sallim, pp1-94, 2004.
- [5] K. S. Oh, Y. M. Bae, J. H. Lee, E. B. Moon, "A Study on the Color Control Method for the Standardization of Nail Color", Korea Society of Color Studies, ICCT, 2013, p. 40.
- [6] Y. O. Kim, Y. J. Jung, "A Study of 3D Nail Art which Expresses the Images of Korean Tradition", The Korea Society of Easter Art Studies, Vol. 19, No. 0, pp. 354-357, 2012.
- [7] <http://creatier.blog.me/910275759>
- [8] PB Newswire New York, How Do I Love Thee? Baskin-Robbins Counts 31 Fun Ways to Say 'I Love You' This Valentine's Day With Delicious Ice Cream Treats& More, Syngress Publishing, 2010.
- [9] K. K. Park, "The Changing Ice Cream Mean-Baskin Robbins31 Ice Cream-", Marketing, Vol. 28, No. 12, pp. 54-56, 1994.
- [10] Mi-Won Kim, Dae-Jin Back, "Survey on the Use and Awareness of Nail Convergent Strengtheners", Journal of digital Convergence , Vol. 13, No. 8, pp. 535-542, 2015.
- [11] Gi-Hea Kwak, Seung-In Kim, "Analyzing the correlation between 'Collaborative Cosmetic Package Design' and customer's actual purchase", Journal of digital Convergence , Vol. 14, No. 9, pp. 453-459, 2016.
- [12] I. H. Choi, "Study on Lifting Phenomenon in Artificial Nail : Centering on Acrylic Nail and UV GEL Natil", Hansung University, Ph.D. thesis, 2010.
- [13] S. J. Bea, E. J. Kang, "Nail Art Convergence Design Application of Neo-pop Art Works - Focusing on Artist Works by Jean Michel Basquiat and Takashi Murakami-", Journal of Korea Convergence Society, p. 121, 2016, 07.
- [14] J. Y. Ann, Y. S. Song, K. K. Lee, "Study on Preference of Nail Pedi Art of Materials", International Journal of Beauty Cultural Arts, Vol. 4, No. 1, p.36, 2015.
- [15] M. Y. Song, T. S. Kyun, Publishing, pp. 156-176, 2008. 1.
- [16] W. R. Yoon, E. J. Kang, "Nail Art Convergence Design Applying Psychedelic Art", Journal of Korea Convergence Society, p. 257, 2016, 10.
- [17] <http://www.baskinrobbins.co.kr/menu>
- [18] <http://mnb.mnb.moneys.mt.co.kr/mnbview.php?no=2016070510128074192>
- [19] <http://www.thinkfood.co.kr/news/artcle.View>
- [20] <http://www.edaily.co.kr/news/NewsRead.edy?DCD=A606&newsid=01095526586479440&OutLnkChk=Y>
- [19] <http://view.asiae.co.kr/news>
- [21] <https://www.ad.co.kr/journal/column/show.do?ukey=251064>
- [22] <http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2012053022172637798>.
- [23] <http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2016020210180955130>.
- [24] <http://www.fnnews.com/news>
- [25] K. C. Kim, "Development of Optical Illusion Design Pattern for Furniture Using a UV Curing Resin,"

Journal of Convergence for Information Technology  
, Vol. 7, No. 1, pp. 43-48, 2017.

[26] K. C. Kim, "Development of Optical Illusion Design  
Pattern for Furniture Using a UV Curing Resin,"  
Journal of Convergence for Information Technology  
, Vol. 7, No. 1, pp. 43-48, 2017.

[27] J. H. Yang, E. J. Kang, "Nail Art Convergence,  
Design, Apply the Principles of Formative Art,  
Journal of Korea Convergence Society, p. 276, 2017,  
03.

#### 저자소개

표 연 희(Yeon-Hee Pyo)

[정회원]



- 2016년 3월 : 건국대학교 일반대  
학원 디자인조형학과 뷰티디자인  
전공 (뷰티디자인석사과정)

<관심분야>

뷰티, 네일, 디자인

정 연 자(Yeon-Ja Jung)

[정회원]



- 2015년 9월 1일 ~ 현재 : 건국대  
학교 디자인대학 패션디자인학부  
뷰티디자인전공 주임교수

<관심분야>

뷰티디자인