

셀프 네일 팁 제품 및 착용 실태 조사

김하은¹⁾ · 박현정²⁾ · 도월희^{2)†}

¹⁾전남대학교 의류학과

²⁾전남대학교 의류학과/전남대학교 산학협력단 헬스케어웨어 R&BD 센터/전남대학교 생활과학연구소

A Research on the Self-Nail Tips Product and Wearing Condition

Haeun Kim¹⁾, Hyunjeong Park²⁾, and Wolhee Do^{2)†}

¹⁾Dept. of Clothing and Textiles, Chonnam National University; Gwangju, Korea

²⁾Dept. of Clothing and Textiles, Chonnam National University / University Industry Liaison Office of CNU Healthcare Ware R&BD Center / Research Institute of Human Ecology, Chonnam National University; Gwangju, Korea

Abstract: This study analyzes current self-nail tips and nail-tip satisfaction. The study method selected from 3 domestic and 3 overseas companies analyzed current self-nail tips based on brand recognition and sales rate. A questionnaire was conducted on 261 adult women in their 20s and 50s about the satisfaction of nail care and self-nail tips. The results are as follows. As a result to analyze the current nail tips, there were products that did not contain the type of nail tip or the composition and ingredients of the glue. An online survey of the sizes of the current nail tips indicated differences in the sizing system method and that the presented sizes are different. The response rate was the highest for the survey results on why self-nail tips were preferred for respondents who prefer self-nail tips because the price was cheap. The reason why they did not prefer self-nail tips was that the degree of completeness was lower and the fitness was not good. In addition, it showed a high response rate in that the adhesive strength was poor and the size did not fit the nails. Therefore, it is necessary to develop a size for nail types by ergonomic design and develop a self-nail tip that can reduce nail damage.

Key words: self-nail tips (셀프 네일 팁), satisfaction (만족), adult women (성인 여성), size (사이즈)

1. 서 론

라이프 스타일 변화에 따라 성인 여성들의 네일 관리에 대한 관심이 커지면서 네일 관리는 단순히 미적 개념뿐만 아니라 소비자들의 욕구에 부합되는 기술적, 전문성을 갖춘 뷰티 문화로 자리 잡고 있다. 네일 미용 산업은 삶의 질을 향상시킬 수 있는 소비자 욕구의 다양화와 고급화의 추구로 타인과 구분되는 자기만의 개성 표현이 강조되는 엄청난 부가가치를 가지는 산업이다(Kim, 2007). 통계청 자료에 따르면 국내 네일 산업의 규모는 3조 원에 달하는 고도성장률을 보이고 있으며 소비자들의 미(美)적 욕구에 부응하여 DIY(Do it yourself) 아이디어 제품 개발, 패션 등과 연계하여 지속적으로 증가할 것으로 전

망하였다(Yun & Lee, 2017). 또한, 실용성과 자기만족을 추구하는 소비 트렌드와 맞물려 저렴한 비용으로 전문숍에서 관리 받은 듯한 효과를 낼 수 있고, 간편하게 사용 가능한 붙이는 형태의 셀프 네일 제품이 소비자들의 인기를 끌고 있다. 시장 조사업체 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 국내 셀프 네일 시장 규모는 네일 팁 제품의 경우, 2017년 대비 오프라인에서는 135% 이상, 온라인에서는 65% 이상으로 판매율이 급증하여 높은 시장 점유율을 차지하고 있는 실정이다(Kim, 2018). 또한 국내 헬스앤뷰티(H&B) 스토어 올리브 영(OLIVE YOUNG)에 따르면 지난해 붙이는 네일 팁(Nail tips)의 매출이 71% 신장했고, GS리테일이 운영하는 라라 블라(lalavla)의 셀프 네일 매출 신장세는 2017년과 비교해 240% 신장했으며, 네일 팁(Nail tips)과 네일 스티커 매출은 각각 192%, 7133% 증가율을 보이고 있다(Park, 2019). 현재 시판되는 네일 팁은 두께가 얇고 자연스러운 밀착력의 제품이 출시되고 스티커형의 제품이 판매되어 국내에서는 네일 산업이 발전하고 증대되고 있지만 산업의 도입 시기가 짧고 급속한 성장 배경으로 이에 따른 기술적, 학문적 발전이 수반되지 못하고 있는 실정이다. 또한, 손톱의 부위가 협소하고 개인마다 형태가 다르기 때문에

†Corresponding author; Wolhee Do

Tel. +82-62-530-1346, Fax. +82-62-530-1349

E-mail: whdo@jnu.ac.kr

© 2019 (by) the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

연구를 진행하는 과정에서 어려움이 따른다.

네일 팁에 관한 선행연구를 살펴보면, Lee(2018)는 연령별 성인 여성의 손톱 사이즈 측정과 네일 팁의 디자인을 전개하였고, Park(2017)은 붙이는 젤 네일 팁과 전문 숍 젤 네일 시술의 유지력과 손상도 차이를 비교·연구하였다. An and Kim(2017)은 손톱 길이를 연장하거나 미용 목적으로 쓰이는 인조 네일 팁의 사이즈를 측정하여 손톱 형태와의 적합성을 비교하였다. Kim and Choi(2003)는 인조 손톱관리 후 제거 시간에 따른 손톱의 형태학적 변화를 관찰하고 처리에 따른 손상 정도를 조사하였다. 또한, Yeo et al.(2017)은 네일 팁 개발을 위하여 손과 손톱 사이즈를 측정하였고, Kim et al.(2017)은 네일 팁과 손톱의 사이즈를 비교·분석하여 성인 여성의 손톱 형태의 유형을 분류하였다. 그밖에 손톱 사이즈 측정 방법을 제시한 연구로 Jung(2015)와 Murdan(2011)은 성인 남·여를 대상으로 손톱의 수평 곡률을 측정하여 손톱 사이즈를 측정하였다. 이처럼 선행연구는 네일 팁 디자인 개발과 손톱 측정에 관한 연구가 주를 이루지만, 셀프 네일 팁(Self-nail tips)의 국내·외 제품 현황 분석과 시판되고 있는 네일 팁의 이용 실태 및 사이즈 불만족도에 관한 연구는 전무하므로 이를 활용한 국내 소비자의 손톱의 형태에 적합한 셀프 네일 팁 제품 개발과 이용 실태에 따른 문제점 도출을 통해 산업적 활용가치를 높일 수 있는 연구 주제가 될 것으로 기대된다.

이에 본 연구는 시판되고 있는 네일 팁 제품 조사와 성인 여성의 네일 관리에 대한 인식과 사용실태를 파악하고, 셀프 네일 팁 사용자를 대상으로 셀프 네일 팁 구매 현황과 불만족도 및 사이즈 적합성을 조사하여 셀프 네일 팁 개발을 위한 기초 자료를 제공하고자 한다.

2. 연구 방법

2.1. 제품 조사

셀프 네일 팁의 제품 조사를 위하여 본 연구에서 20~50대 성인 여성 261명을 대상으로 실시한 설문조사 결과 선호하는 브랜드 중 가장 많은 응답률을 나타낸 브랜드 제품을 참고하여 국내 3개사, 해외 3개사의 제품을 선정하였다. 국내 제품은 ‘Macqueen New York’, ‘NAIL’s NAIL’, ‘Diana’이고, 해외 제품은 ‘Dashing Diva’(미국), ‘Kiss New York’(미국), ‘Madison Avenue’(중국)로 총 6개 브랜드의 온라인 제품 판매 웹사이트에 표시된 사항을 참고하여 분석하였고, 조사기간은 2018년 7월~8월까지였다.

2.2. 설문조사

네일 관리와 셀프 네일 팁에 대한 만족도에 관하여 본 연구에서는 광주·전남에 거주하는 20~50대 성인 여성 총 261명을 대상으로 2018년 4월 16일에서 4월 23일까지 설문지법으로 조사하였다. 설문내용은 응답자의 일반 사항, 네일 관리 실태와 네일 관리 선호도에 관하여 조사하였으며, 전체 응답자 261명

Table 1. Age of respondents

Age groups	Frequency(n)	%
20's	152	58.4
30's	69	26.4
40's	37	14.2
50's	3	1
Total	261	100

중 셀프 네일 팁 사용자 144명을 대상으로 셀프 네일 팁 구매 현황과 셀프 네일 팁 만족도와 사이즈 적합성에 관한 문항으로 조사하였다. 응답자의 연령은 Table 1과 같으며 응답자의 직업은 ‘학생’ 89명(34.1%), ‘전문직’ 64명(24.5%), ‘사무직’ 49명(18.8%), ‘주부’ 32명(12.3%), ‘기타’ 27명(10.3%) 순으로 나타났다.

2.3. 자료분석

제품 조사는 온라인 홈페이지를 참고하였고, 설문조사 결과는 SPSS Statistics Ver.23 프로그램을 사용하여 각 항목에 대한 빈도와 백분율을 구하여 통계 자료로 사용하였다.

3. 결과 및 논의

3.1. 제품 조사

본 연구에서는 셀프 네일 팁의 제품을 조사하기 위하여 제품의 표시 사항을 참고하여 대표 상품과 제품 별 네일 팁의 형태와 성분, 부착 형식, 제조국, 홈페이지에 대해 Table 2에 나타내었다. 네일 팁의 형태를 살펴보면, ‘Macqueen New York’, ‘Diana’와 ‘Madison Avenue’는 네일 팁 형태가 제시되지 않았고, ‘NAIL’s Nail’은 스퀘어 타입과 내추럴 타입이 있었다. ‘Dashing Diva’는 아시안 타입, 스퀘어 타입, 스퀘어 롱 타입, 오발 타입, 스몰 스퀘어 타입과 슬림 핏 타입을 비롯해 가장 많은 네일 팁이 판매되고 있었다. ‘Kiss New York’은 오발 타입과 스퀘어 타입으로 제시되어 있었다. 네일 팁 제품의 구성 소재를 살펴보면, ABS 수지, 나일론, 아세테이트 등으로 구성되었고 접착제 성분은 아크릴(Acrylic)계 접착제, 시아노아크릴레이트(Cyanoacrylates)등이 사용되었다. 그밖에 ‘Macqueen New York’와 ‘Dashing Diva’같은 경우는 네일 팁의 소재와 접착제 성분이 제시가 되지 않은 것으로 나타났다. 네일 팁의 부착 형식은 ‘Macqueen New York’, ‘NAIL’s Nail’, ‘Madison Avenue’은 네일 팁에 발라 사용하는 글루(Glue) 형식이었고, ‘Diana’는 모양에 맞추어 사용하는 팁 패드와 글루 둘 다 사용할 수 있는 형식으로 되어 있었다. ‘Dashing Diva’와 ‘Kiss New York’은 손톱에 바로 붙이는 스티커 형식으로 되어 있었다. 또한, ‘NAIL’s Nail’과 ‘Diana’는 구성품별로 한국과 중국에서 나뉘어서 제조되고 있었으며, 나머지 제품은 모두 중국에서 제조되는 것으로 조사되었다.

본 연구에서 조사된 브랜드별 네일 팁의 제품 구성은 Table

Table 2. Description of nail tip products







Brands	Products	Types	Materials	Methods	Manufacturing countries	Homepages
Macqueen New York		-	ABS	Glue	China	http://macqueenmall.co.kr
NAIL's NAIL		Square, Natural	ABS, Acrylic, Cyanoacrylate	Glue	Korea/China	http://nailsnail.co.kr
Diana		-	ABS, Acrylic resin, Polyvinyl Chloride	Pad/Glue	China	http://www.gssshop.com
Dashing Diva		Asian, Square, Square long, Oval, Small square, Slim fit	-	Sticker	China	http://www.dashingdiva.co.kr
Kiss New York		Square, Oval	ABS, Acrylates Copolymer	Sticker	China	https://www.kissnewyork.co.kr
Madison Avenue		-	ABS, Acrylic	Glue	China	https://www.coupang.com

Table 3. Components of nail tip brands in this study

Country	Brands	Components
Korea	Macqueen New York	24 tips, prep pad, wood stick
	NAIL's NAIL	24 tips, prep pad, glue, remover, nail file, wood stick
	Diana	26 tips, glue, remover, nail file, wood stick
USA	Dashing Diva	30 tips, prep pad, nail file, wood stick, manual
	Kiss New York	30 tips, prep pad, wood stick
China	Madison Avenue	24 tips, prep pad

3과 같다. 국내 브랜드인 ‘Macqueen New York’의 제품 구성은 24개의 팁과 프렙 패드, 우드스틱이 포함되어 있었고, ‘NAIL's Nail’은 24개의 팁과 프렙 패드(Prep Pad), 글루, 리무버, 네일 파일, 우드스틱이 포함되어 있었으며, ‘Diana’는 26개의 팁과 글루, 리무버, 네일 파일, 우드스틱이 포함되어 있었다. 미국 제품인 ‘Dashing Diva’는 30개의 팁과 프렙 패드, 네일 파일, 우드스틱, 그 외 설명서가 포함되어 있었고, ‘Kiss New York’은 30개의 팁과 프렙 패드, 우드스틱이 포함되어 있었다. 중국 제품인 ‘Madison Avenue’는 24개의 팁과 프렙 패드가 포함되어 있었다. 이와 같이 제품마다 네일 팁의 개수와 네일 팁의 소재 및 붙이는 형식에 따라 구성품도 달라지는 것으로 나타났다.

Table 4는 셀프 네일 팁 브랜드의 온라인 홈페이지에 제시

되고 있는 사이즈를 조사하여 나타내었다. 본 연구에서 조사한 제품 중 사이즈 표기가 제시되고 있지 않은 ‘Macqueen New York’와 ‘Diana’의 2개 브랜드를 제외하였고, ‘Madison Avenue’는 Honey Bloom과 Premium 제품으로 나뉘어 있어 이를 포함하여 총 5개 브랜드의 사이즈를 나타내었다. 조사 결과, 제품의 사이즈는 호수로 제시하고 있었으며, 국내 제품인 ‘Macqueen New York’, ‘NAIL's NAIL’과 중국 제품인 ‘Madison Avenue’의 제품은 0호, 1호, 2호, 3호, 4호, 5호, 5.5호, 6호, 6.5호, 7호, 8호, 9호로 분류되어 있었다. 국내 제품인 ‘Diana’는 0호, 1호, 2호, 3호, 4호, 5호, 5.5호, 6호, 6.5호, 7호, 8호, 9호, 10호까지 분류되어 있었다. 그리고, 미국 제품인 ‘Dashing Diva’, ‘Kiss New York’ 제품은 0호, 1호, 2호, 3호, 4호, 5호, 6호, 7호, 8호, 9호, 10호, 11호로 분류되어

Table 4. Sizing system of nail tip brands

(Unit : mm)

No	Items	Size													
		0	1	2	3	4	5	5.5	6	6.5	7	8	9	10	11
①	Length	18	17.2	16.7	15.8	14.5	14.4	14.3	14.2	14.1	14	12.6	11.4	-	-
	Width	14.5	12.8	12.3	11.4	10.4	9.9	9.8	9.3	9.2	8.6	8	7.1	-	-
②	Length	18	17.5	17	17	15	14.7	14	14	14	13.5	13	11	-	-
	Width	15	13.5	13	13	10	10	10	9.2	9	8.5	8	7	-	-
③	Length	18.2	17.5	17.3	16.6	15.9	15.5	15.1	14.7	14.3	13.8	12.8	12	-	-
	Width	14.5	12.5	12.1	11.4	10.5	10.1	9.4	9.2	8.7	8.5	7	6.7	-	-
④	Length	17.4	17.3	17	16.6	16.2	16	-	15.7	-	15.1	14.8	14	13.3	12.8
	Width	13	12.3	11.4	10.7	10	9.6	-	9.1	-	8.6	8.2	7.8	7.2	6.6
⑤	Length	16.5	16.3	16	14.7	14.6	14.4	-	14.3	-	14.1	13.7	13.4	12.5	11.2
	Width	12.8	12.3	11.5	10.6	10.2	9.8	-	9.4	-	9.1	8.8	8.4	8.1	7.2

① NAIL's NAIL ② Madison Avenue(Honey Bloom) ③ Madison Avenue(Premium) ④ Dashing Diva ⑤ Kiss New York

각 브랜드별 제품의 호수 전개 방식에도 차이가 있음을 알 수 있었다. 셀프 네일 팁 브랜드의 온라인 홈페이지에 제시되고 있는 호수별 사이즈에 따른 항목은 네일 팁의 수직 길이와 수평 너비이고, 'Kiss New York' 제품은 호수에 따른 수직 길이가 다른 브랜드에 비해 짧은 것으로 나타났고, 가장 작은 사이즈인 11호의 경우 11.2mm로 가장 짧은 것을 알 수 있었다. 수평 너비는 0~6호까지는 'Dashing Diva', 'Kiss New York' 제품이 가장 작은 것으로 나타났지만, 6.5호 이상은 'NAIL's NAIL', 'Madison Avenue(Honey Bloom)', 'Madison Avenue(Premium)'의 제품이 더 작은 것으로 나타났다. 특히 'Madison Avenue(Premium)'의 제품은 중간 호수인 6.5호를 제시하였지만 10호와 11호 사이즈가 없기 때문에 7호~8호에서 급격한 사이즈 편차를 나타냈다. 그러나, 'Dashing Diva'와 'Kiss New York'의 제품은 중간 호수 없이 사이즈가 11호까지 제안되어 사이즈 편차가 작은 것으로 나타났으며, 5.5호와 6.5호를 제안하여 사이즈를 좀 더 세분화하였다. 따라서, 브랜드별로 각 호수에 따른 사이즈가 다르며, 사이즈 편차 또한 일정하지 않은 것으로 나타났다. 이는 네일 팁을 구매하여 사용하였을 때 사이즈 선택에 어려움이 있을 것으로 사료된다.

3.2. 설문조사

3.2.1. 네일 관리 현황

본 연구에서 성인 여성을 대상으로 네일 관리와 셀프 네일 팁 만족도에 관하여 설문 조사한 결과, 네일 관리에 대한 관심도에 대한 설문에서는 '관심 있다' 103명(39.5%), '보통이다' 79명(30.3%), '매우 관심 있다' 46명(17.6%), '관심 없다' 20명(7.7%), '매우 관심 없다' 13명(5.0%) 순으로 나타나 '관심 있다'와 '매우 관심 있다'에 응답자의 절반 이상이 응답하여 네일 관리에 관심이 높은 것을 알 수 있었다. 네일 관리가 필요한 이유로는 '자기만족 및 취미' 232명(88.9%)가 압도적으로 가장 높게 나타났으며, 그 외에 '기념일 및 행사' 19명(7.3%), '건강 목적' 2명(0.8%), '유행' 4명(1.5%), '기타' 4명(1.5%) 순

으로 나타났다. 그리고, 셀프 네일 팁과 전문 네일 숃 관리 중 선호하는 것으로는 '셀프 네일 팁' 108명(41.4%), '전문 네일 숃' 153명(58.6%)으로 나타났고, 네일 팁 사용 경험에 대한 유무는 '사용한 적이 있다' 144명(55.2%), '사용한 적이 없다' 117명(44.8%)으로 나타나 네일 팁에 대한 관심이 많아지면서 사용 경험도 많은 것으로 나타났다.

Fig. 1과 Fig. 2는 전체 설문 응답자 중 셀프 네일 팁을 선호하는 응답자 108명을 대상으로 셀프 네일 팁을 선호하는 이유와 반대로 전문 네일 숃를 선호하지 않는 이유를 복수응답으

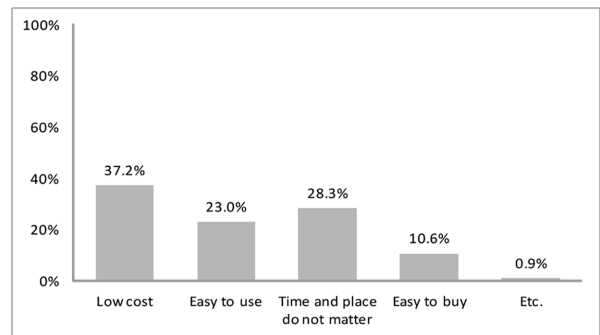


Fig. 1. Reasons for preference of self-nail tips.

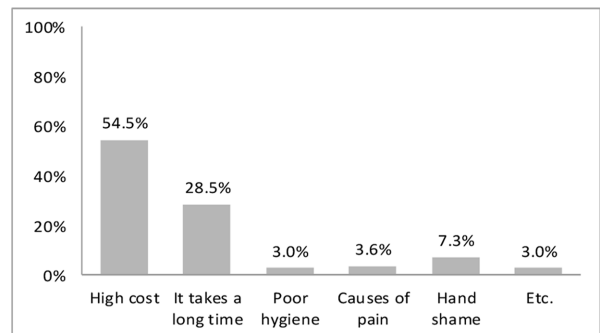


Fig. 2. Reasons for non-preference of nail shop.

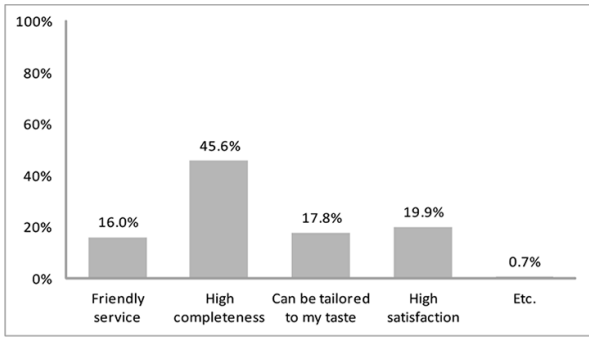


Fig. 3. Reasons for preference of nail shop.

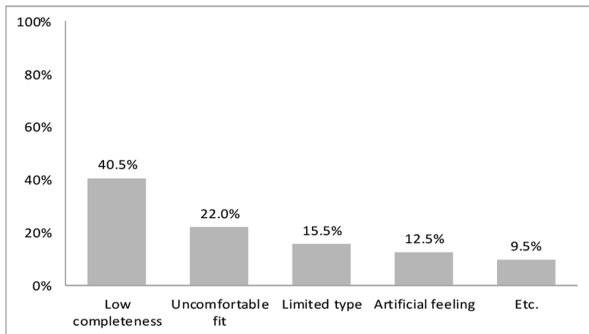


Fig. 4. Reasons for non-preference of self-nail tips.

로 조사한 결과를 나타낸 것이다. 셀프 네일 팁을 선호하는 이유로는 ‘저렴한 비용’ 84명(37.2%), ‘시간과 장소에 구애받지 않는다’ 64명(28.3%), ‘사용법이 간단하다’ 52명(23.0%), ‘구매하기 쉽다’ 24명(10.6%), ‘기타’ 2명(0.9%) 순으로 나타났다. 반대로 전문 네일 샵을 선호하지 않는 이유는 ‘가격이 비싸다’ 90명(54.5%), ‘시간이 오래 걸린다’ 47명(28.5%), ‘손 내밀기 창피하다’ 12명(7.3%), ‘통증 유발’ 6명(3.6%), ‘위생상태’와 ‘기타’가 각각 5명(3%) 순으로 나타났다.

Fig. 3과 Fig. 4는 전체 설문 응답자 중 전문 네일 샵을 선호하는 응답자 153명을 대상으로 전문 네일 샵을 선호하는 이유와 반대로 셀프 네일 팁을 선호하지 않는 이유를 나타낸 것이다. 전문 네일 샵을 선호하는 응답자 중 선호하는 이유는 ‘완성도가 높다’ 131명(45.6%), ‘만족감이 크다’ 57명(19.9%), ‘취향에 맞출 수 있다’ 51명(17.8%), ‘서비스가 좋다’ 46명(16.0%), ‘기타’ 2명(0.7%) 순으로 나타났다. 반대로 셀프 네일 팁을 선호하지 않는 이유로는 ‘완성도가 떨어져 보인다’ 94명(40.5%), ‘착용감이 좋지 않다’ 51명(22.0%), ‘종류가 한정적이다’ 36명(15.5%), ‘인위적인 느낌이 있다’ 29명(12.5%), ‘기타’ 22명(9.5%) 순으로 나타났다.

3.2.2. 셀프 네일 팁 구매 및 사용 현황

Table 5는 전체 응답자 중 셀프 네일 팁 사용자 144명을 대상

Table 5. Purchase conditions of self-nail tips

Category	Question	Frequency(n)	%
Reason for purchase	Voluntary	55	38.2
	Blog & SNS	42	29.2
	Recommendation	34	23.6
	Home shopping	10	6.9
	Etc.	3	2.1
Purchase considerations	Design	Multiple responses	43.9
	Color		26.6
	Price		16.9
	Size		10.6
	Brand		2.0
	Drug store		58
Place of purchase	Online mall	38	26.4
	Offline mall	34	23.6
	Home shopping	8	5.6
	Etc.	6	4.2

으로 구매 현황을 나타내었다. 셀프 네일 팁을 구매하게 된 계기로는 ‘자발적’ 55명(38.2%), ‘블로그·SNS 광고’ 42명(29.2%), ‘지인의 권유’ 34명(23.6%) 순으로 나타났고, 그밖에 ‘홈쇼핑’ 10명(6.9%), ‘기타’ 3명(2.1%)으로 나타났다. 셀프 네일 팁을 구매하는 조건에 대해 복수응답으로 조사한 결과, ‘디자인’ 132명(43.9%)을 가장 고려하는 것으로 나타났고 그 밖에 ‘컬러’ 80명(26.6%), ‘가격’ 51명(16.9%), ‘사이즈’ 32명(10.6%) ‘브랜드’ 6명(2.0%) 순으로 나타났다. 셀프 네일 팁을 구매하는 장소로는 ‘드럭 스토어’ 58명(40.3%), ‘온라인 몰’ 38명(26.4%), ‘오프라인 매장’ 34명(23.6%), ‘홈쇼핑’ 8명(5.6%), ‘기타’ 6명(4.2%) 순으로 나타났다. 이는 드럭 스토어의 경우 올리브 영, 룩스, 띠라 블라와 같은 여러 브랜드 제품을 한꺼번에 비교하여 볼 수 있고, 여러 곳에 분포되어 접근성이 좋은 것으로 사료된다.

셀프 네일 팁 사용 시 유지 기간으로는 ‘3~7일’ 72명(50.0%)이 가장 높았고, 그밖에 ‘1~3일’ 34명(23.6%), ‘7~10일’ 28명(19.4%), ‘2주 이상’ 8명(5.6%), ‘기타’ 2명(1.4%) 순으로 나타났다. Fig. 5는 셀프 네일 팁을 구매하여 사용한 브랜드를 복

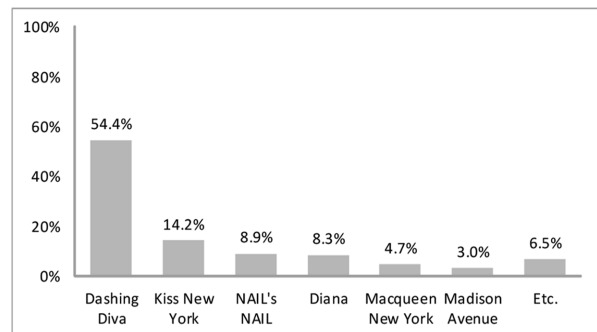


Fig. 5. Brand of purchasing.

수용답으로 조사한 결과 ‘Dashing Diva’ 92명(54.4%), ‘Kiss New York’ 24명(14.2%), ‘NAIL’s NAIL’ 15명(8.9%), ‘Diana’ 14명(8.3%), ‘기타’ 11명(6.5%) ‘Macqueen New York’ 8명(4.7%), ‘Madison Avenue’ 5명(3.0%) 순으로 나타났다. 그 결과 ‘Dashing Diva’가 92명(54.4%)의 브랜드 인지도가 높아 압도적으로 구매가 많은 반면 ‘기타’ 11명(6.5%) 응답으로 다이소 등 저렴한 브랜드나 드럭 스토어에서 구매하여 브랜드명을 명확히 모른다고 응답하였다.

3.2.3. 네일 팁 만족도

Table 6은 전체 응답자 중 셀프 네일 팁 사용자 144명을 대상으로 셀프 네일 팁에 대한 만족도로 셀프 네일 팁의 만족하는 부분과 만족하지 않는 부분에 대해 복수응답으로 나타내었다. 셀프 네일 팁에 대해 만족하는 부분으로는 ‘사용이 편리하다’ 103명(43.1%), ‘구매 후 여러 번 사용이 가능하다’ 47명(19.7%), ‘미적인 호감을 준다’ 44명(18.4%), ‘다양한 연출이 가능하다’ 34명(14.2%), ‘손톱 보호’ 7명(2.9%), ‘기타’ 4명(1.7%) 순으로 나타났다. 반대로 셀프 네일 팁에 대해 만족하지 않는 부분으로는 ‘잘 떨어진다’ 63명(24.0%), ‘손톱별 사이즈가 맞지 않다’ 62명(23.6%), ‘네일 팁 제거 시 손톱 손상도가 높다’ 49명(18.6%), ‘들뜸이 생긴다’ 40명(15.2%), ‘디자인이 한정적이다’ 29명(11.0%), ‘소재가 딱딱하여 착용감이 불편하다’ 19명(7.2%), ‘기타’ 1명(0.4%) 순으로 나타났다. 그밖에 기타 의견으로는 머리를 감거나 넘길 때 팁 사이에 머리카락이 자주 낀다는 의견과 손을 사용할 때 네일 팁이 잘 떨어진다는 의견이 있었다. 또한, 셀프 네일 팁의 무늬 선호도에 관한 문항으로 선호하는 네일 팁 디자인은 라운드(Round) 무늬의 ‘프렌치’ 97명(27.2%), 무늬가 없는 ‘기본 질’ 54명(15.2%), 광택 있는 큐빅이나 네일 파츠를 덧대어 사용하는 ‘파츠 네일’ 52명(14.6%), 반짝이는 소재의 ‘글리터’ 49명(13.8%) 순으로 응답하

Table 6. Satisfaction survey of self-nail tips

Category	Question	%
Satisfaction contents of self-nail tips	Easy to use	43.1
	Reuse possible	19.7
	Aesthetic feeling	18.4
	Various expression	14.2
	Protection	2.9
Dissatisfaction contents of self-nail tips	Etc.	1.7
	Peeling glue	24.0
	Limited design	11.0
	Unsuitable size	23.6
	Damage of fingernail	18.6
	Gap occurrence	15.2
	Uncomfortable material of nail tips	7.2
Etc.	0.4	

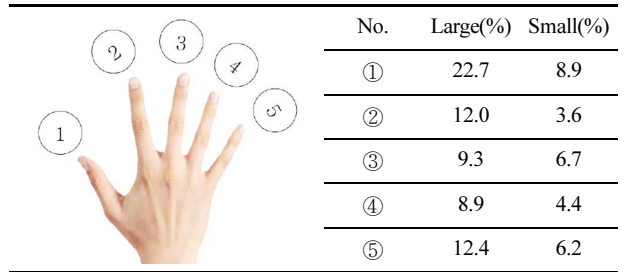


Fig. 6. Evaluation of size when using nail tips.

었다. 그밖에 ‘체크무늬’ 26명(7.3%), ‘홀로그램 무늬’ 23명(6.5%), ‘기하학무늬’ 및 다양한 ‘캐릭터 무늬’ 18명(5.1%), ‘꽃무늬’ 9명(2.5%), ‘레오파드 무늬’ 및 ‘레이스 무늬’ 5명(1.4%)로 나타났다.

3.2.4. 네일 팁 사이즈

Fig. 6은 셀프 네일 팁 제품 구매 시 사이즈가 맞지 않는 부분에 대하여 복수응답한 결과를 나타낸 것이다. 사이즈가 ‘크다’라는 응답은 ‘첫 번째 손톱’ 51명(22.7%), ‘다섯 번째 손톱’ 28명(12.4%), ‘두 번째 손톱’ 27명(12.0%), ‘세 번째 손톱’ 21명(9.3%), ‘네 번째 손톱’ 20명(8.9%) 순으로 ‘첫 번째 손톱’이 가장 높게 나타났다. 다음으로 사이즈가 ‘작다’라는 응답은 ‘첫 번째 손톱’ 20명(8.9%), ‘세 번째 손톱’ 15명(6.7%), ‘다섯 번째 손톱’ 14명(6.2%), ‘네 번째 손톱’ 10명(4.4%), ‘두 번째 손톱’ 8명(3.6%) 순으로 ‘첫 번째 손톱’이 가장 높게 나타났다. 따라서 셀프 네일 팁의 ‘첫 번째 손톱’이 ‘크다’, ‘작다’라는 응답이 높은 것으로 보아 첫 번째 손톱의 셀프 네일 팁에 대한 사이즈 만족도가 낮은 것을 알 수 있었다. 반면, ‘잘 맞는다’는 응답은 11명(4.9%)로 전체 응답률 중 낮은 응답률을 나타냈고, 손톱별 사이즈가 크거나 작다는 응답률이 더 높게 나타나 손톱별로 사이즈가 잘 맞지 않은 것을 알 수 있었다. 이는 셀프 네일 팁 브랜드마다 사이즈가 다르기 때문에 손톱에 맞는 사이즈 선택의 어려움이 있을 뿐만 아니라 소비자의 손톱 유형도 개인에 따라 다르기 때문에 이에 대한 다각적인 연구가 필요할 것으로 사료된다.

4. 결 론

본 연구는 국내·외 셀프 네일 팁 개발을 위한 기초 자료로 셀프 네일 팁 제품 조사와 성인 여성을 대상으로 네일 관리와 셀프 네일 팁에 대한 만족도를 파악하기 위하여 설문조사를 실시하였다. 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 셀프 네일 팁의 유형과 재료 및 접착제의 성분을 살펴보면 기입되어있지 않은 제품이 있었으며, 이는 소비자의 손톱 유형에 따라 제품을 선택하기에 어려움을 줄 수 있고 셀프 네일 팁 제품은 손톱에 붙여서 사용되므로 화학물질로 인하여 손톱 주위 피부에 자극이나 염증을 줄 수 있으므로 제품의 성분

을 명시하는 운영방식이 필요하다고 판단된다.

둘째, 셀프 네일 팁 제품은 손톱 모양에 영향을 받기 때문에 사이즈 적합성에 있어 국내·외 브랜드별 셀프 네일 팁 제품의 길이, 두께, 너비 등의 호수별 사이즈 치수가 중요하다. 온라인 홈페이지에서 제시하고 있는 셀프 네일 팁의 호수별 사이즈를 살펴보면 브랜드별로 호수 방식의 차이가 있었고, 호수별 제시된 사이즈가 각각 다르게 나타나고 있음을 알 수 있었다. 또한, 브랜드별로 중간 호수 없이 사이즈가 11호까지 제안되어 사이즈 편차가 작은 브랜드도 있었고, 사이즈를 좀 더 세분화하여 사이즈 편차가 작은 브랜드도 있었다. 따라서 호수의 간격 차이로 사이즈가 맞지 않아 사용하지 않는 팁이 발생할 수 있으며 네일 팁 사이즈를 구매하여 착용할 때 손톱 가장자리에 맞닿는 부분이 고려 사항이 되므로 호수별로 제시되고 있는 사이즈와 제품의 사이즈 재구성 및 편차의 조정이 필요할 것으로 사료된다.

셋째, 네일 관리 선호도를 보면, 응답자의 절반 이상인 57.1%가 네일 관리에 관심이 있었으며, 셀프 네일 팁과 전문 네일 샵 관리 중 39.5%의 응답자가 셀프 네일 팁 관리를 선호한다고 하였다. 또한 응답자의 절반 이상인 55.2%가 셀프 네일 팁을 사용한 경험이 있다고 응답하여 응답자들은 네일 팁에 대한 관심이 점점 많아지면서 사용 경험도 많은 것으로 나타났다. 셀프 네일 팁을 선호하는 응답자를 대상으로 셀프 네일 팁을 선호하는 이유에 대해 알아본 결과 가격이 저렴하기 때문에 선호한다는 응답이 가장 높은 응답률을 나타냈다. 반대로 전문 네일 샵을 선호하지 않는 이유는 가격이 비싸서 선호하지 않는다는 응답이 높은 응답률을 나타내 네일 관리 시 가격적인 측면을 많이 고려하는 것을 알 수 있었다. 또한, 전문 네일 샵을 선호하는 응답자가 전문 네일 샵을 선호하는 이유는 완성도가 높아 만족도가 높은 것으로 나타났지만, 셀프 네일 팁을 선호하지 않는 이유는 완성도가 떨어지고 착용감이 좋지 않다는 응답이 높게 나타났다. 따라서 셀프 네일 팁은 바쁜 현대인의 라이프 스타일에 따라 선호도의 차이를 나타내며, 손의 사용에 따라 착용에 민감한 것으로 사료된다.

넷째, 셀프 네일 팁 구매 현황을 살펴본 결과, 셀프 네일 팁 구입 시 '디자인'이 가장 많이 고려되는 부분이며, 주요 구매처로는 여러 곳에 분포되어 있어 접근성이 좋고 다양한 미용용품을 함께 판매하는 '드럭 스토어'에서 주로 구입을 하는 것으로 나타났다.

다섯째, 셀프 네일 팁 사용 시 전반적인 불만족도를 조사 결과, 셀프 네일 팁을 만족하는 부분으로는 사용이 편리하다가 가장 높은 응답률을 나타냈다. 불만족하는 부분으로는 물에 닿으면 접착력이 약해져 잘 떨어지는 것과 손톱별 사이즈가 맞지 않는 점이 높은 응답률을 나타냈다. 그리고 셀프 네일 팁 무늬에 대한 선호도는 손톱 끝에만 매니큐어를 바르는 '프렌치' 스타일이 가장 높은 응답률을 나타냈으나 그밖에 무늬에 대한 선호도도 다양하게 나타나 디자인 개발에 대한 필요성이 요구된다.

여섯째, 셀프 네일 팁 제품 구매 시 사이즈가 잘 맞지 않는

부분을 조사한 결과, 사이즈가 '크다', '잘 맞는다', '작다'의 응답 중 '크다'라는 응답이 더 높게 나타났고 그다음으로는 '작다', '잘 맞는다' 순으로 나타나 손톱별로 사이즈가 잘 맞지 않은 것을 알 수 있었다. 또한, 셀프 네일 팁은 '첫 번째 손톱'이 '크다', '작다'라는 응답이 높은 것으로 보아 첫 번째 손톱의 셀프 네일 팁에 대한 사이즈 만족도가 낮은 것으로 나타났다. 이는 셀프 네일 팁 브랜드마다 사이즈가 다르기 때문에 손톱에 맞는 사이즈 선택의 어려움이 있을 뿐만 아니라 소비자의 손톱 유형도 개인에 따라 다르기 때문에 손톱 유형 및 사이즈에 맞는 호수 별 네일 팁 사이즈 개발이 절실히 필요할 것으로 사료된다. 따라서 본 연구는 셀프 네일 팁 제품에 밀접한 관련이 있는 전용 글루의 품질 문제와 제품 사이즈 적합성 부분의 문제점들을 실질적으로도 불만사항이라고 느끼고 있음을 확인할 수 있었으며 셀프 네일 팁 사용 시 느끼는 불만족 요인인 사이즈 적합성을 제품별로 비교한 것에 대해 연구의 의의가 있다고 본다. 더불어, 소재와 인체공학적 제작 방법을 통해 들뜸이 생기지 않는 네일 팁의 모형을 개발하여 착용감이 우수하고 손톱의 손상도를 낮출 수 있는 셀프 네일 팁의 개발이 필요할 것으로 사료된다.

감사의 글

이 논문은 2018년도 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(BK21플러스사업, S18AR43D0801).

References

- An, E. J., & Kim, J. H. (2017). A study on the suitability of nail type for adult women by comparison of domestic and foreign artificial nail tip size. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 23(3), 498-505.
- Deshing diva. (n.d.). *Deshing diva*. Retrieved May 23, 2019, from http://www.dashingdiva.co.kr/shop/shopdetail.html?branduid=3330388&xcode=010&mcode=001&scode=&type=X&sort=manual&cur_code=010001&GfDT=aWx3Uw%3D%3D
- Diana. (n.d.). *Gsshop*. Retrieved May 23, 2019, from <http://www.gsshop.com/prd/prd.gs?prdid=22822466&kwd=다이애나젤팁&gsid=srcheshop-result&rank=5&lseq=395029>
- Jung, J. W. (2015). *Fingernail configuration*. Unpublished master's thesis, Chonnam National University, Gwangju.
- Kim, J. H., Kim, S. Y., & Yeo, H. Y. (2017). Analysis of Korean women's finger nail type for the product design - Focusing on artificial nail tip products -. *Journal of the Korean Society for Cosmetology*, 23(3), 491-497.
- Kim, J. S., & Choi, J. S. (2003). Comparative study on nail damage grade of post-treatment in treating nail tip. *Journal of the Korean Society for Cosmetology*, 9(3), 21-28.
- Kim, K. H. (2007). *Awareness of nail care and satisfaction level with the quality of nail-shop services*. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul.

- Kim, K. J. (2018, August 10). Self-nail market is growing rapidly... Beauty 'Dashing Diva' hurried to Korea 'gelato rap'. *Mkeconomy*. Retrieved October 5, 2018, from <https://www.mk.co.kr/news/business/view/2018/09/569415/>
- Kiss new york. (n.d.). *Kiss new york*. Retrieved May 23, 2019, from https://www.kissnewyork.co.kr/goods/goods_view.php?goodsNo=281
- Lee, E. S. (2018). *The development of nail tip design and the measurement of nail size of Korea adult woman - Focusing on case of nail tip brand products of domestic home shopping*. Unpublished master's thesis, Gwangju University, Gwangju.
- Macqueen new york. (n.d.). *Macqueen new york*. Retrieved May 23, 2019, from https://www.macqueenmall.co.kr/product/detail.html?product_no=201&cate_no=56&display_group=1
- Madison avenue. (n.d.). *Coupang*. Retrieved May 23, 2019, from <https://www.coupang.com/vp/products/43269997?itemId=156474987&vendorItemId=3367011417&q=%EB%A9%94%EB%94%94%EC%8A%A8%EC%97%90%EB%B9%84%EB%89%B4+%EB%84%A4%EC%9D%BC%ED%8C%81&itemsCount=36&searchId=db19c63e48814378b02d9a1aa1411977&rank=3&isAddedCart>
- Murdan, S. (2011). Transverse fingernail curvature in adults: A quantitative evaluation and the influence of gender, age, and hand size and dominance. *International Journal of Cosmetic Science*, 33(6), 509-513. doi:10.1111/j.468-2494.2011.00663.x
- NAIL's nail. (n.d.). *NAIL's nail*. Retrieved May 23, 2019, from http://nailsnail.co.kr/product/detail.html?product_no=116&cate_no=1&display_group=6
- Park, D. W. (2017). *A study on self-satisfaction with the attaching self gel nail*. Unpublished master's thesis, Chosun University, Gwangju.
- Park, R. M. (2019, January 22). Section of recession... 'Self Nail'. *Living economy*. Retrieved March 15, 2019, from <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20190122000188>
- Yeo, H. Y., Kim, Y. S., Park, K., & Kim, J. H. (2017). The measurement of fingernail configuration in South Korean women. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 23(2), 269-275.
- Yun, C. H., & Lee, S. H. (2017). Study on the safety review and management system of hazardous substances in nail products. *Journal of Korea Convergence Society*, 8(11), 439-445. doi:10.15207/JKCS.2017.8.11.439

(Received 24 December, 2018; 1st Revised 17 January, 2019;
2nd Revised 19 February, 2019; 3rd Revised 4 March, 2019;
Accepted 29 March, 2019)