

뷰티 애플리케이션 선호도 조사

남세미 · 김은실^{1†}

광주대학교 뷰티미용학과

Makeup Application Preference Survey

Se Mi Nam and Eun Sil Kim^{1†}

Dept. of Beauty Design and Science, Gwangju University, Gwangju, Korea

Abstract: With the development of technology, many changes have emerged in how consumers acquire information without restrictions on their location and time. As changes and interest in digital platforms increase, beauty industry applications are being developed in order to attract customers. Therefore, this study has provided the empirical data necessary for the development and advancement of beauty applications in the future by analyzing preferences for makeup applications according to age. The method of this study involved searching for makeup applications that had been downloaded more than 100 million times through the Google Play Store between October 11, 2020 to November 3, 2020. Four applications were identified: YouCma Makeup, YouCam Perfect, Beauty Plus, and Sweet Snap. The surveyed functions were tested on 100 people in their teens, 20s, 30s, and 40s, with a similar profile of 100 people in their teens, 20s, 30s, and 40s surveyed from January 3, 2022 to April 23, 2022. The functional preferences of the application were investigated, and the results were analyzed through frequency analysis. The results are as follows: the application that received the greatest preference for features by age was YCM, which was found to have subdivided functions that provide users a wider range of choices and more detailed work when compared to other applications which enable photo retouching.

Key words: beauty (뷰티), application (애플리케이션), function (기능), preference (선호도), analysis (분석)

1. 서 론

IT(Information Technology)기술의 개발로 소비자들은 장소와 시간의 제약 없이 정보를 공유하고 습득하면서 소비형태 또한 많은 변화가 나타나고(Kim, 2021), TV(Television)나 신문 등 전통적인 미디어의 영향력은 소셜 미디어로 빠르게 대체되고 있다(Kwak, 2021). 또한 글로벌 ICT(Information and Communications Technologies)는 급속히 발전하고 현대인들의 생활방식 또한 변화하면서 기업들은 경쟁력을 확보하기 위해 신기술을 인수하고 기존의 사업과 시너지 효과를 이루며 지속적으로 성장 해오고 있다(Lee, 2022). 그에 따라 뷰티 산업에서도 고객을 사로잡기 위해 라이브 커머스, 가상체험, 인공지능 머신 등 기존과는 다른 차별화된 콘텐츠와 제품을 출시하고 있다. 이렇듯 디지털 플랫폼의 변화와 관심이 높아짐에 따

라 1대 1 초개인화 서비스에 집중하고 뷰티산업이 성장하는데 자신을 가꾸고자 하는 미에 대한 욕망은 원동력으로 작용하게 됨에 따라 뷰티 관련 애플리케이션들이 쏟아져 나오고 있는 추세이다(Kim, 2014).

뷰티 애플리케이션 분야 선행연구를 살펴보면 머신러닝 기반의 뷰티 커머스 고객 세그먼트 분류 및 활용 방안(Yoon et al., 2020), 가상 뷰티 메이크업 애플리케이션의 사용자 경험을 분석 연구(Woo & Kim, 2020), 뷰티 쇼핑동기와 애플리케이션 속성을 분석하고 애플리케이션 채택에 미치는 영향을 분석하였다(Ha, 2021). 이처럼 디지털 플랫폼의 관심이 높아진 만큼 연구가 지속적으로 이루어지고 있으나 뷰티 애플리케이션을 사용함에 있어서 연령별에 따라 선호하는 애플리케이션의 기능을 분석한 연구는 미비한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 메이크업 애플리케이션의 기능적 측면에서의 선호도를 연령에 따라 분석함으로써 향후 세분화된 기능의 선택적 다양성을 제시한 뷰티 애플리케이션의 개발 및 발전에 필요한 실증적 자료를 제공하는 것에 그 목적이 있다.

본 연구의 방법으로는 2020년 10월 11일 부터 2020년 11월 3일까지 국문으로는 화장, 메이크업으로 검색하였고 영문으로는 Makeup Camera, Makeup Cam, Beauty Makeup, Makeup 을 키워드로 구글 플레이스토어(Google play store)를 통해 1억 이상 다운로드 된 뷰티 애플리케이션을 검색하였다. 검색한 결

본 논문은 박사학위 청구논문의 일부임.

†Corresponding author: Eun Sil Kim

Tel. +82-62-670-2780

E-mail: eskimok@kwangju.ac.gr

©2023 The Korean Fashion and Textile Research Journal(KFTRJ). This is an open access journal. Articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

과 YouCma Makeup, YouCam Perfect, Beauty Plus, Sweet Snap 4개의 애플리케이션을 확인 할 수 있었다. 확인된 4개의 애플리케이션에 제공되는 기능을 토대로 10대, 20대, 30대, 40대 각각 100명을 대상으로 2022년 1월 3일부터 2022년 4월 23일까지 기능의 선호도를 조사하였으며, 그 결과는 빈도분석하였다.

2. 디지털 플랫폼의 개념 및 특징

끊임없이 발전하는 기술과 밀접한 관련이 있는 플랫폼의 사전적 의미는 기반이라고 할 수 있으며, 수요자와 공급자를 연결해주는 장으로 정보 시스템 환경을 구축하고 개방하여 누구나 다양하고 방대한 정보를 쉽게 활용 할 수 있도록 제공하는 서비스로 정의되고 있다(Kim, 2023). 즉, 앱 스토어나 스마트폰 등을 활용하여 경제 활동을 하고 새로운 아이디어를 실현 가능하게 하는 디지털 공간을 말한다.

디지털 플랫폼이 발전하고 큰 주목을 받는 이유는 다음과 같다. 첫째, 급속도로 발전하는 기술로 과거에 비해 기술 혁신의 속도가 눈에 띄게 빨라지면서 빠른 기술력을 갖춰 효율적이고 신속하게 대응하기 위함이다. 둘째, 소비자의 니즈가 점점 다양해지면서 한 가지 능력으로는 다양한 요구에 응한다는 것은 결코 쉬운 일이 아니기 때문에 다양한 시도를 한다. 셋째, IT의 발전으로 입소문이 신속하고 광범위하게 확대됨에 따라 디지털 플랫폼이 진화하게 되었다. 넷째, 디지털 기술이나 통신 기술의 발달로 기존의 전화, 출판, 통신, 방송 등의 산업이 새로운 형태의 미디어로 통합되는 미디어 수렴이 있어왔기 때문이다(Rye, 2021). 따라서 차별적 가치가 창출되어 고객에게 제공되어야 수익성 확보가 가능하고 편의성, 다양성 등 가치 창출에서 새로운 장을 열어 판매자와 사용자들이 자유롭게 의견을 나누며 효율적으로 활성화 되는 것이다(Moon, 2020).

3. 연령별 메이크업 애플리케이션 기능 선호도 조사

메이크업 애플리케이션 마다 기능의 명칭과 제공되는 기능에 따라 차이가 있으며, 이에 본 연구자는 애플리케이션 기능 중 뷰티 기능을 중심으로 분석하였다. 그에 따라 10대, 20대, 30대, 40대로 각각 100명을 대상으로 각 기능의 선호도를 조사하여 이를 빈도 분석하였다. YouCam Makeup은 YCM, YouCam Perpcat는 YCP, Beaty Plus는 BP, Sweet Snap은 SS로 표기하였다.

눈에 해당하는 기능 중에 눈모양은 4개의 애플리케이션에서 모두 제공되고 있는 메이크업 기능으로 10대에서 1위 YCM 32%, 2위 YCP 27%, 3위 BP 24%, 4위 SS 17%로 나타났고 20대에서는 1위 YCM 37%, 2위 YCP 24%, 3위 BP 22%, 4위 SS 17%로 10대와 동일하게 YCM, YCP, BP, SS순으로 선호하는 것으로 나타났다. 30대는 1위 YCP 31%, 2위 YCM

30%, 3위 BP 24%, 4위 SS 15%로 나타났으며, 40대는 1위 YCM 32%, 2위 YCP 27%, 3위 BP 22%, 4위 SS 19%로 나타나면서 30대에서만 YCP를 가장 많이 선호한 것으로 나타났다. 이는 다른 애플리케이션과 다르게 YCM이 폭, 높이, 경사, 거리, 아이튜너로 세부적으로 나뉘어 가장 많은 기능을 제공하고 있었기 때문인 것으로 보여진다.

코에 해당하는 기능에 있어서 코 모양은 10대는 1위 YCM 31%, 2위 YCP 26%, 3위 SS 20%, 4위 BP 23%로 YCM, YCP, SS, BP순으로 선호하는 것으로 나타났으며, 20대는 1위 YCM 30%, 2위 YCP 28%, 3위 BP 25%, 4위 SS 16%로 나타났으나 불만족 답변이 1% 나타났다. 30대에서는 1위 YCM 32%, 2위 YCP 24%, 3위 SS 23%, 4위 BP 21%였고 40대의 경우 1위 YCM 29%, 2위 BP 28%, 3위 YCP 24%, 4위 SS 21%로 BP가 40대에서만 2위로 나타났으며, 불만족 1%로 나타났다. YCM과 SS에서는 0~100사이, YCP와 BP에서는 -100~100사이로 코의 모양을 늘리거나 조절 할 수 있도록 제공하고 있어 YCP와 BP가 조절 할 수 있는 범위가 넓은 것으로 확인 되었다. 또한 YCM의 경우 콧대조절, 폭, 크기, 리프트, 팁, 브릿지, 콧볼로 7개의 기능으로 나뉘어 섬세한 작업이 가능하도록 제공되고 있어 가장 많은 선호도를 보인 것으로 파악되었다.

입에 해당하는 기능에 있어서 입술 모양에서의 10대 1위는 YCM 38%, 2위 BP 23%, 3위 YCP 21%, 4위 SS 17%로 나타났고 불만족 답변이 1%로 나타났다. 20대에서는 1위 YCM 33%, 2위 YCP 25%, 3위 SS 22%, 4위 SS 17%로 나타났고 3%의 불만족 답변이 나왔다. 30대에서는 1위 YCM 37%, 2위 BP 25%, 3위 SS 20%, 4위 YCP 17%로 나타났으며, 1%의 불만족 답변이 있었다. 40대의 경우 1위 YCM 31%, 2위 YCP 35%로 나타났고 BP와 SS는 21%로 공동 3위로 나타났다. SS에서는 0~100사이의 범위에서만 조절이 가능하도록 되어 있고 BP에서는 입 크기, 위치, 도톰한 입술, YCP에서는 높이, 크기, 너비, YCM에서는 폭, 높이, 크기, 입술 산으로 타 애플리케이션에 비해 세부적인 조절이 가능하도록 되어 있었다. 또한 입술 산 기능은 YCM에서만 제공되고 있는 차별화된 기능으로 선호도가 가장 높은 것으로 파악되었다.

입에 해당하는 기능에 있어서 스마일 기능은 10대 1위 YCP 34%, 2위 YCM 30%, 3위 BP 19%, 4위 SS 15%로 선호하는 것으로 나타났으며, 그 중 2%는 불만족에 답변하였다. 20대에서는 1위 YCM 33%, 2위 YCP 25%, 3위 SS 25%로 4위 BP 17%로 나타났으며, 불만족에 답변이 4%로 나타났다. 30대는 1위 YCM 31%, 2위 YCP 28%, 3위 BP 20%, 4위 SS 18%로 나타났고 3%로는 불만족에 답했다. 40대는 1위 YCM 31%, 2위로 YCP 27%였으며, 3위 BP 22%, 4위 SS는 21%로 나타났으며, 40대에서도 2%의 불만족이 나타났다. 이 기능은 입 꼬리의 위치를 0~100사이의 수치로 조절 하여 웃는 모습으로 수정 할 수 있는 기능이기는 하나 각도 조절이 되지 않아 자연스러운 보정을 하기에는 어려움이 있어 불만족 답변

이 나타난 것으로 파악된다. 또한 20대, 30대, 40대에서는 동일한 선호도로 나타났으며, 10대에서는 YCP를 YCM 보다 더 선호하는 것으로 나타났다.

얼굴윤곽에 해당하는 기능에 있어서 윤곽 기능에서 10대는 1위 YCM 29%, 2위 YCP 25%, 3위 BP 24%, 4위 SS 21%, 불만족 1%였다. 20대는 1위 YCM 33%, 2위 YCP 24%, 3위 BP 22%, 4위 SS 20%로 나타났고 불만족 답변 1%로 나타났다. 30대에서는 1위 YCM 29%, 2위 BP 25%, 3위 SS 23%, 4위 YCP 20%로 선호하는 것으로 나타났고 3%는 불만족하였다. 40대의 경우 1위 YCM 27%, 2위 BP 26%, 3위 YCP 25%, 4위 SS 21%, 불만족 1%로 답변했다. 4개의 애플리케이션 모두 비슷한 형태로 YCM, YCP, SS에서는 0~100 사이, BP에서는 -100~100 사이의 수치로 조절 할 수 있게 되어 있었으나 YCM의 경우 광대뼈, 턱, 이마 등 다른 애플리케이션에 비해 기능이 세분화 되어 선호도가 높은 것으로 파악되었다.

피부에 해당하는 결보정 기능에서 10대는 1위 YCM 32%, 2위 BP 32%, 3위 YCP 28%, 4위 SS 31%, 불만족 3%로 나타났으며, 20대는 1위 BP 28%, 2위 SS 24%, 3위 BP 21%, 4위 YCP 20%, 불만족 답변은 1%로 나타났다. 30대에서는 1위 YCM 33%, 2위 SS 26%, 3위 BP 21%, 4위 YCP 21%로 나타났다. 40대는 1위 YCM 30%, 2위 YCP 26%, 3위 SS 24%, 4위 BP 19%로 나타났으며, 1% 불만족 답변이 있었다. 이 기능의 경우 명칭의 차이는 있었으나 YCM과 SS에서는 0~100 사이의 수치를 조절 하여 피부결을 깨끗하게 보이도록 만들 수 있게 되어 있었고 YCP와 BP에서는 On/Off 형태로 다른 조작 없이 자동 적용되도록 제공되고 있었다.

피부에 해당하는 기능에 있어서 블러셔 기능의 경우 10대는 1위 YCM 30%, 2위 YCP 26%, 3위 BP 23%, 4위 SS 17%로 나타났고 4%의 불만족 답변이 있었다. 20대에서는 1위 YCM 32%, 2위 YCP 24%, 3위 BP 23%, 4위 SS 20%, 불만족 1%로 나타났다. 30대는 1위 YCM 29%, 2위 BP 27%, 3위 YCP 25%, 4위 SS 18%로 나타났고 1%의 불만족 답변이 있었다. 40대에서는 1위 YCM 27%, 2위 YCP, BP 26%로 공동순위로 나타났으며, 4위 SS 21%로 나타났다. YCP 애플리케이션에는 단일색으로 0~100 사이의 수치로 조절 할 수 있게 되어 있었고 SS는 7개, BP에서는 8개, YCM은 32개로 사용자가 원하는 색을 선택할 수 있게 제공되고 있었다. 또한 4개의 애플리케이션 모두 동일하게 자동으로 위치 선정이 되는 단점이 있었으나 색상을 가장 많이 제공하고 있는 YCM을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났다(Table 1).

다음으로는 YCM, BP, SS에 제공되고 있는 기능을 살펴 보았다.

눈에 해당하는 눈썹모양 기능에서 10대는 1위 BP 37%, 2위 YCM 34%, 3위 SS 26%, 불만족에는 3%로 나타났다. 20대에서는 1위 BP 38%, 2위 YCM 35%, 3위 SS 23%로 나타났고 4%의 불만족 답변도 있었다. 30대는 1위 YCM 37%, 2위 BP

Table 1. YCM, YCP, BP, SS application feature preference

| Function | Application | | | | | |
|-----------------|-------------|-----|-----|-----|-----|-----------------|
| | Age | YCM | YCP | BP | SS | Dissatisfaction |
| Eye shape | Teens | 32% | 27% | 24% | 17% | |
| | Twenties | 37% | 24% | 22% | 17% | |
| | Thirties | 30% | 31% | 24% | 15% | |
| | Forties | 32% | 27% | 22% | 19% | |
| Nose shape | Teens | 31% | 26% | 20% | 23% | |
| | Twenties | 30% | 28% | 25% | 16% | 1% |
| | Thirties | 32% | 24% | 23% | 21% | |
| | Forties | 29% | 24% | 28% | 18% | 1% |
| Lip shape | Teens | 38% | 17% | 23% | 21% | 1% |
| | Twenties | 33% | 25% | 17% | 22% | 3% |
| | Thirties | 37% | 17% | 25% | 20% | 1% |
| | Forties | 31% | 27% | 21% | 21% | |
| Smile | Teens | 30% | 34% | 19% | 15% | 2% |
| | Twenties | 34% | 29% | 17% | 16% | 4% |
| | Thirties | 31% | 28% | 20% | 18% | 3% |
| | Forties | 28% | 27% | 22% | 21% | 2% |
| Contour | Teens | 29% | 25% | 24% | 21% | 1% |
| | Twenties | 33% | 24% | 22% | 20% | 1% |
| | Thirties | 29% | 20% | 25% | 23% | 3% |
| | Forties | 27% | 25% | 26% | 21% | 1% |
| Skin correction | Teens | 32% | 20% | 21% | 24% | 3% |
| | Twenties | 27% | 23% | 28% | 21% | 1% |
| | Thirties | 33% | 21% | 20% | 26% | |
| | Forties | 30% | 26% | 19% | 24% | 1% |
| Blusher | Teens | 30% | 26% | 23% | 17% | 4% |
| | Twenties | 32% | 24% | 23% | 20% | 1% |
| | Thirties | 29% | 25% | 27% | 18% | 1% |
| | Forties | 27% | 26% | 26% | 21% | |

35%, 3위 SS 26%로 나타났고 2%는 불만족에 답변했다. 40대에서는 1위 YCM 35%, 2위 BP, SS 32%로 공동 순위로 나타났고 불만족에는 1%의 답변이 있었다. 따라서 10대와 20대, 30대와 40대의 선호도 결과가 동일한 것으로 나타났다. 눈썹모양 기능에서의 YCM은 22가지의 형태로 상승형 16개, 일자형 6개로 하여 같은 형태지만 눈썹의 술이나 결을 다양한 모양으로 제공하고 있었고 38개의 색상도 제공되고 있었으나 눈썹의 위치나 각도를 조절 하는 기능과는 호환이 되지 않아 애플리케이션에서 제공되는 눈썹의 모양을 사용하거나 사용자의 눈썹의 모양을 조절하는 기능 중 한가지의 방법으로만 사용이 가능했다. BP와 SS에서는 색상은 제공되지 않았고 BP의 경우 각도, 두께, 키를 -100~100 사이의 수치로 조절이 가능하였고 SS에서는 4가지 형태로 제공되고 있었으나 눈썹의 두께를 다르게 적용 할 수 있는 기능이었다.

입에 해당하는 립스틱 기능에서 10대는 1위 YCM 38%, 2

위 SS 31%, 3위 BP 30%로 나타났고 불만족으로는 1%의 답변이 있었다. 20대에서는 1위 BP 39%, 2위 YCM 37%, 3위 SS 24%로 나타났고 불만족에 답변한 응답자는 없었다. 30대는 1위 YCM 37%, 2위 BP 34%, 3위 SS 28%로 나타났으며, 불만족 답변은 1%였다. 40대에서는 1위 YCM 38%, 2위 BP 35%, 3위 SS 27%로 나타났다. YCM에서는 1색, 2색, 암브레이(Ambrae)로 나뉘어 1색에서는 72색, 2색에서는 17개, 암브레이에서는 8개 색이 제공되고 있었고 홀로그램, 메탈릭, 쉬머, 글로스, 시어, 새틴, 매트인으로 입술의 질감을 다양하게 표현 할 수 있도록 제공되어 지고 있었다. BP에서는 13가지, SS에서는 11가지 색이 제공되고 있었다. 결과를 살펴보면 색을 가장 많이 제공하는 있는 애플리케이션인 YCM을 대체로 선호하는 것으로 나타났으나 20대 응답자에서는 YCM보다 BP를 더 선호하는 것으로 확인되었다.

피부기능에 해당하는 웨딩 기능에서 10대는 1위 YCM 38%, 2위 BP, SS 31%로 공동 순위로 나타났으며, 20대에서는 1위 YCM 40%, 2위 BP 34%, 3위 SS 25%, 불만족 답변은 1%였다. 30대는 1위 YCM 40%, 2위 BP 32%, 3위 SS 28%였고 40대에서는 1위 YCM 33%, 2위 BP, SS 32%로 불만족은 3%로 10대, 20대, 30대, 40대 연령 모두 YCM을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 이는 YCM에서는 5개의 형태와 16개 색을 제공하고 있지만 BP와 SS에서는 색만 제공 되고 있어 한가지의 단순한 기능에서 그치는 것이 아니라 좀 더 활용범위가 넓은 기능을 선호하는 것으로 보인다(Table 2).

다음으로 YCM, YCP, BP 애플리케이션에서 제공되고 있는 기능을 살펴본 결과는 다음과 같다.

입에 해당하는 치아미백 기능에서 10대는 1위 YCM 37%, 2위 YCP 33%, 3위 BP 28%로 나타났고 불만족하다에 2% 응답했다. 20대에서는 1위 YCP 37%, 2위 YCM 34%, 3위 BP 28%로 나타났으며, 불만족 1%였다. 30대는 1위 YCM 42%, 2위 YCP 29%, 3위 BP 27%로 불만족에 대한 답변은

2%로 나타났다. 40대에서는 1위 YCM 38%, 2위 YCP, BP 30%로 공동 순위로 나타났고 1%의 불만족 답변이 있었다. 이 기능에서는 YCM, YCP, BP 모두 동일한 방식으로 제공되고 있어 기능의 차이점은 없었으나 20대에서는 YCM보다 YCP를 더 선호한 것으로 나타났다.

피부에 해당하는 파운데이션 기능에서의 10대는 1위 YCM 37%, 2위 BP 31%, 3위 YCP 30%였으며, 응답자 중 2%는 불만족하다고 답했다. 20대에서는 YCM, YCP이 공동 1위로 34%로 답변했고 3위 BP는 31%, 불만족 1%로 나타났다. 30대에서는 1위 YCM 36%, 2위 YCP 33%, 3위 BP 31%로 나타났고 불만족 하다고 답변한 사람은 없었다. 40대에서는 1위 YCM 38%, 2위 YCP 33%, 3위 BP 28%였고 1%의 불만족 답변이 있었다. YCM에서는 18개, YCP는 9개, BP는 6개의 색을 제공하고 있어 모든 연령에서 가장 많은 색을 제공하고 있는 YCM이 1위에 선정된 것으로 파악되었다.

피부에 해당하는 유분제거 기능에서의 10대는 1위 YCM 34%였고 2위 YCP 32%, 3위 BP는 29%, 불만족 5%로 답변했고 20대에서는 1위 YCM 33%, 2위 BP 31%, 3위 YCP 32%, 불만족은 2%로 나타났다. 30대에서는 1위 YCM 38%, 2위 YCP 32%, 3위 BP 27%로 확인되었으며, 3%의 응답자는 불만족하다고 답변했다. 40대의 경우 1위 YCM 36%, 2위 BP 32%, 3위 YCP 31%, 불만족 1%로 나타났다. 애플리케이션에서 사용되고 있는 명칭을 달랐으나 0~100사이 수치로 반짝거림을 사용자가 원하는 만큼 조절 할 수 있도록 같은 방식으로 기능이 제공되고 있었다(Table 3).

YCM과 BP 애플리케이션에 제공되는 기능의 선호도 결과는 다음과 같다.

눈에 해당하는 속눈썹 기능에서 10대는 1위 YCM 53%, 2위 BP 47%로 나타났다. 20대에서는 1위 BP 52%, 2위 YCM 47%, 불만족 1%로 나타났다. 30대에서는 1위 YCM 52%, 2위 BP 47%, 불만족 1%로 확인되었다. 40대에서는 1위

Table 2. YCM, BP, SS application feature preference

| Function | Application | | YCM | BP | SS | Dissatisfaction |
|---------------|-------------|--|-----|-----|-----|-----------------|
| | Age | | | | | |
| Eyebrow shape | Teens | | 34% | 37% | 26% | 3% |
| | Twenties | | 35% | 38% | 23% | 4% |
| | Thirties | | 37% | 35% | 26% | 2% |
| | Forties | | 35% | 32% | 32% | 1% |
| Lipstick | Teens | | 38% | 30% | 31% | 1% |
| | Twenties | | 37% | 39% | 24% | |
| | Thirties | | 37% | 34% | 28% | 1% |
| | Forties | | 38% | 35% | 27% | |
| Shading | Teens | | 38% | 31% | 31% | |
| | Twenties | | 40% | 34% | 25% | 1% |
| | Thirties | | 40% | 32% | 28% | |
| | Forties | | 33% | 32% | 32% | 3% |

Table 3. YCM, YCP, BP application feature preference

| Function | Application | | YCM | YCP | BP | Dissatisfaction |
|-----------------|-------------|--|-----|-----|-----|-----------------|
| | Age | | | | | |
| Teeth whitening | Teens | | 37% | 33% | 28% | 2% |
| | Twenties | | 34% | 37% | 28% | 1% |
| | Thirties | | 42% | 29% | 27% | 2% |
| | Forties | | 38% | 30% | 30% | 2% |
| Foundation | Teens | | 37% | 30% | 31% | 2% |
| | Twenties | | 34% | 34% | 31% | 1% |
| | Thirties | | 36% | 33% | 31% | |
| | Forties | | 38% | 33% | 28% | 1% |
| Oil removal | Teens | | 34% | 32% | 29% | 5% |
| | Twenties | | 33% | 31% | 32% | 4% |
| | Thirties | | 38% | 32% | 27% | 3% |
| | Forties | | 36% | 31% | 32% | 1% |

YCM 52%, 2위 BP 47%로 나타났으며, YCM은 29개, BP에서는 19개 형태로 YCM에서 더 많은 형태의 속눈썹 모양을 제공하고 있었다. 따라서 20대를 제외한 연령에서 YCM을 더 선호하는 것으로 파악된다.

아이새도우 기능에서 10대는 1위 YCM 50%, 2위 BP 47%, 불만족 3%로 나타났다. 20대에서는 1위 BP 51%, 2위 YCM 47%로 나타났고 2%의 응답자들이 불만족하다고 답변했다. 30대에서는 1위 BP 61%, 2위 YCM 31%, 불만족 1%, 40대는 1위 YCM 51%, 2위 BP 49%, 불만족 1%로 답변했다. YCM 애플리케이션에서는 33개 색이 제공되고 있으며, BP에서는 19개 색과 19개 아이라이너의 형태를 제공하고 있었다. YCM에서 색을 더 많이 제공하고 있으나 아이라이너를 함께 설정할 수 있는 BP의 기능으로 다양한 결과가 나온 것으로 파악된다.

눈에 해당하는 렌즈 기능에 있어서 10대는 1위 BP 51%, 2위 YCM 48%, 불만족 1%로 답변했다. 20대에서는 1위와 2위 공동순위로 각각 49%, 불만족 2%로 나타났다. 30대는 1위 BP 61%, 2위 YCM 41%로 응답했으며, 40대에서는 1위 BP 52%, 2위 YCM 47%, 불만족에 1%가 답변했다. YCM에서는 12개, BP에서는 24개로 더 많은 색을 제공하고 있는 BP의 선호도가 더 높은 것으로 파악되었다.

눈에 해당하는 다크서클 기능에서 10대는 1위 YCM 52%, 2위 BP 45%, 불만족 3%의 답변이 나왔다. 20대에서는 1위 BP 51%, 2위 YCM 46%, 불만족 3%로 나타났다. 30대의 경우 1위 BP 51%, 2위 YCM 46%, 불만족 3%, 40대는 1위 YCM 51%, 2위 BP 48%, 불만족 1%로 확인 되었다. 0~100 사이의 수치로 사용자가 원하는 만큼 지정하여 다크서클의 정도를 적용 할 수 있게 기능을 제공하고 있었으며, 명칭 또한 일치하였다.

헤어스타일에 해당하는 헤어 기능에서 10대는 1위 YCM 52%, 2위 BP 47%, 불만족 1%, 20대에서는 1위 YCM 51%, 2위 BP 44%, 불만족 5%로 나타났다. 30대에서는 1위 YCM 53%, 2위 BP 47%였으며, 40대에서는 1위 BP 50%, 2위 YCM 49%, 불만족 1%로 20대에서 불만족에 응답자가 가장 많은 것으로 확인 되었다. 또한 40대에서만 YCM보다 BP를 더 선호하는 것으로 나타났고 BP에서는 16개 색, YCM에서는 22개 색과 30개의 헤어스타일을 가상체험해볼 수 있도록 제공하고 있었다. 따라서 기능적인 측면에서 더 많은 시도를 해볼 수 있는 YCM의 애플리케이션의 선호도가 더 높게 나타난 것으로 파악된다(Table 4).

YCM과 YCP 애플리케이션에 제공되는 기능의 선호도 결과는 다음과 같다.

눈에 해당하는 눈밑지방 기능에서의 10대는 1위 YCM 47%, 2위 YCP 45%로 나타났고 7%의 응답자가 불만족하다고 답변했다. 20대에서는 1위 YCM 48%, 2위 YCP 44%, 불만족 답변자는 9%로 나타났다. 30대에서는 1위 YCP 50%, 2위 YCM 46%, 불만족 4% 나타났으며, 40대는 1위 YCM 51%, 2위 YCP 47%, 불만족 2%로 답변했다. 0~100 사이의 수치로

Table 4. YCM, BP Application Feature Preference

| Function | Application | | YCM | BP | Dissatisfaction |
|--------------|-------------|--|-----|-----|-----------------|
| | Age | | | | |
| Eyelashes | Teens | | 53% | 47% | |
| | Twenties | | 47% | 52% | 1% |
| | Thirties | | 52% | 47% | 1% |
| | Forties | | 52% | 47% | 1% |
| Eye shadow | Teens | | 50% | 47% | 3% |
| | Twenties | | 47% | 51% | 2% |
| | Thirties | | 51% | 48% | 1% |
| | Forties | | 50% | 49% | 1% |
| | Teens | | 48% | 51% | 1% |
| | Twenties | | 49% | 49% | 2% |
| Lens | Thirties | | 39% | 61% | |
| | Forties | | 47% | 52% | 1% |
| Dark circles | Teens | | 52% | 45% | 3% |
| | Twenties | | 46% | 51% | 3% |
| | Thirties | | 46% | 51% | 3% |
| | Forties | | 51% | 48% | 1% |
| | Teens | | 52% | 47% | 1% |
| Hair | Twenties | | 51% | 44% | 5% |
| | Thirties | | 53% | 47% | |
| | Forties | | 49% | 50% | 1% |

Table 5. YCM, YCP application feature preference

| Function | Application | | YCM | YCP | Dissatisfaction |
|--------------------|-------------|--|-----|-----|-----------------|
| | Age | | | | |
| Fat under the eyes | Teens | | 47% | 45% | 8% |
| | Twenties | | 48% | 44% | 8% |
| | Thirties | | 46% | 50% | 4% |
| | Forties | | 51% | 47% | 2% |
| Double eyelid | Teens | | 50% | 42% | 8% |
| | Twenties | | 52% | 43% | 5% |
| | Thirties | | 50% | 47% | 3% |
| | Forties | | 52% | 46% | 2% |
| | Teens | | 53% | 40% | 7% |
| Red eye | Twenties | | 47% | 48% | 5% |
| | Thirties | | 53% | 46% | 1% |
| | Forties | | 53% | 44% | 3% |

사용자가 눈밑지방의 정도를 조절 할 수 있도록 YCM, YCP 모두 동일한 명칭과 적용방법으로 서비스하고 있었다.

눈에 해당하는 쌍꺼풀 기능에서 있어서 10대는 1위 YCM 50%, 2위 YCP 42%, 불만족 8%로 답변했다. 20대는 1위 YCM 52%, 2위 YCP 44%, 불만족 5%로 나타났으며, 30대에서는 1위 YCM 50%, 2위 YCP 47%, 불만족 3%로 나타났다. 40대에서는 1위 YCM 52%, 2위 YCP 46%, 불만족 2%로 응답했다. 모든 연령에서 YCM을 더 선호하는 것으로 나타났

Table 6. Application feature preference results

| Fractionation | Function | Teens | Twenties | Thirties | Forties |
|---------------|--------------------|-------|----------|----------|---------|
| Eye | Eyelashes | YCM | BP | YCM | YCM |
| | Eye shadow | YCM | BP | YCM | YCM |
| | Eye shape | YCM | YCM | YCP | YCM |
| | Eyebrow shape | BP | BP | YCM | YCM |
| | Lens | BP | YCM, BP | BP | BP |
| | Fat under the eyes | YCM | YCM | YCP | YCM |
| | Double eyelid | YCM | YCM | YCM | YCM |
| | Red eye | YCM | YCP | YCM | YCM |
| Nose | Nose shape | YCM | YCM | YCM | YCM |
| Mouth | Lipstick | YCM | BP | YCM | YCM |
| | Lip shape | YCM | YCM | YCM | YCM |
| | Smile | YCP | YCM | YCM | YCM |
| | Teeth whitening | YCM | YCP | YCM | YCM |
| Face contour | Contour | YCM | YCM | YCM | YCM |
| Skin | Dark circles | YCM | BP | BP | YCM |
| | Skin correction | YCM | YCM | YCM | YCM |
| | Foundation | YCM | YCM, YCP | YCM | YCM |
| | Blusher | YCM | YCM | YCM | YCM |
| | Shading | YCM | YCM | YCM | YCM |
| | Oil removal | YCM | YCM | YCM | YCM |

며, YCM, YCP 애플리케이션에서 동일한 명칭을 사용하고 있었다.

눈에 해당하는 적목 기능에서 10대는 1위 YCM 53%, 2위 YCP 40%, 불만족 7%로 답변하였고 20대에서는 1위 YCP 48%, 2위 YCM 47%, 불만족 5%로 나타났다. 30대에서는 1위 YCM 53%, 2위 YCP 46%, 불만족 1%, 40대는 1위 YCM 53%, 2위 YCP 44%로, 부만족 3%로 나타났다. 20대에서는 YCP의 선호도가 높았으나 YCM과 YCP 애플리케이션에서는 동일한 명칭과 On/Off로 하여 방식으로 기능을 제공하고 있었다(Table 5).

4. 결 론

YCM, YCP, BP, SS 애플리케이션의 기능의 선호도를 분석한 결과는 다음과 같다.

10대에서 눈에 해당하는 속눈썹, 아이섀도우, 눈 모양, 눈밑 지방, 쌍꺼풀, 적목 기능에서는 YCM을 가장 선호하는 것으로 나타났고 눈썹 모양, 렌즈 기능에서는 BP를 가장 선호하였다.

코에 해당하는 코 모양 기능에서는 YCM을 가장 선호했으며, 입에 해당하는 립스틱, 입술 모양, 치아미백 기능에서는 YCM, 스마일 기능에서는 YCP를 가장 선호하는 것으로 나타났다.

얼굴윤곽에 해당하는 윤곽 기능에서도 YCM을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 피부에 해당하는 결보정, 파운데이션, 블

러셔, 섀딩, 다크서클, 유분제거 기능에서는 YCM을 가장 선호하는 것으로 나타났다.

20대에서 눈에 해당하는 눈밑지방, 쌍꺼풀, 적목 기능에서는 YCM을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 속눈썹, 아이섀도우, 눈썹 모양 기능에서는 BP를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 렌즈 기능에서는 YCM, BP를 동일하게 선호하는 것으로 확인되었으며, 코에 해당하는 코 모양 기능에서는 YCM, 입에 해당하는 입술 모양, 스마일 기능에서는 YCM을 가장 선호했고 립스틱은 BP, 치아미백 기능에 있어서는 YCP를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 피부에 해당하는 파운데이션 기능은 YCM, YCP 공동순위로 나타났으며, 결보정, 블러셔, 섀딩, 유분제거 기능에서는 YCM을 가장 선호했고 다크서클 기능에서는 BP를 더 선호하는 것으로 나타났다.

30대에서 눈에 해당하는 속눈썹, 아이섀도우, 눈썹 모양, 쌍꺼풀, 적목 기능은 YCM을 가장 선호했고 렌즈 기능에서는 BP, 눈모양, 눈밑지방 기능에서는 YCP를 가장 선호하는 것으로 나타났다.

코에 해당하는 코 모양 기능은 YCM을 가장 선호했고, 입에 해당하는 립스틱, 입술 모양, 스마일, 치아미백 기능은 YCM을 선호하는 것으로 나타났다. 얼굴윤곽에 해당하는 윤곽 기능은 YCM을 선호했고, 피부에 해당하는 결보정, 파운데이션, 블러셔, 섀딩, 유분제거 기능은 YCM, 다크서클 기능은 BP를 더 선호하는 것으로 나타났다.

40대에서 눈에 해당하는 속눈썹, 아이섀도우, 눈 모양, 눈썹

모양, 눈밑지방, 쌍꺼풀, 적목 기능은 YCM을 가장 선호 했고, 렌즈 기능에서는 BP를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 코에 해당하는 코 모양 기능은 YCM을 선호했으며, 입에 해당하는 립스틱, 입술 모양, 스마일, 치아미백 기능은 YCM을 가장 선호하였다.

얼굴윤곽에 해당하는 윤곽 기능은 YCM을 가장 선호했으며, 피부에 해당하는 결보정, 파운데이션, 블러셔, 쉐딩, 유분제거, 다크서클 기능에서는 YCM을 선호하는 것으로 나타났다(Table 6).

결론적으로 연령별 가장 많은 기능의 선호도를 받은 애플리케이션은 YCM으로 기능이 세분화되어 다른 애플리케이션에 비해 사용자들이 사진 보정 작업을 하기에 선택의 폭이 넓고 섬세한 작업이 가능하기 때문으로 파악되었다.

본 연구의 제한점은 메이크업 애플리케이션을 중심으로 한정지어 연구를 진행하였기 때문에 향후에는 헤어, 네일, 피부 분야의 애플리케이션의 기능별 선호도에 대한 분석이 필요하다고 사료된다. 또한 다운로드가 낮은 애플리케이션 기능의 선호도를 함께 분석하고 새로운 애플리케이션에 접목 한다면 뷰티 분야 애플리케이션 발전에 도움이 될 것으로 사료된다.

감사의 글

본 연구는 2023년도 광주대학교 대학 연구비를 지원받아 수행되었음.

References

- Ha, J. G. (2021). The effects of mobile shopping motivation on the attributes and adoption of beauty applications. *The Korea Contents Association*, 21(9), 117-124. doi:10.5392/JKCA.2021.21.09.117
- Kim, D. H. (2014). *A study on model of instruction for nail art in the form of blended learning - Focused on smart devices* [Doctoral dissertation, University of Sungshin Women's]. Riss Campus Repository. <http://www.riss.kr/link?id=T15891294>
- Kim, S. J. (2021). *Influencer marketing utilization strategy of trading enterprise* [Master's thesis, University of Gyeongsang National]. Riss Campus Repository. <http://www.riss.kr/link?id=T16680577>
- Kim, S. Y. (2023). *The impact of digital platforms' features and interactivity on brand trust and loyalty - Focused on the moderating effect of content engagement and price sensitivity* [Master's thesis, University of Kyunghee]. Riss Campus Repository. <http://www.riss.kr/link?id=T16666683>
- Kwak, C. (2021). *A study on the persuasive effect of native advertising according to advertising specificity and comment direction: Focusing on Xiaohongshu* [Master's thesis, Hankuk University of Foreign Studies]. Riss Campus Repository. <http://www.riss.kr/link?id=T15893065>
- Lee, J. W. (2022). *Differences in user attitudes based on augmented reality (AR) based beauty filter service functionality and usage status* [Master's thesis, University of Seokyeong]. Riss Campus Repository. <http://www.riss.kr/link?id=T16543250>
- Mivo Studio. (2022). *Sweet Snap* (version 5.1.100926) [Mobile app]. Google Play Store. https://play.google.com/store/apps/details?id=sweetsnap.lite.snapchat&hl=en_US&gl=US
- Moon, M. J. (2020). *Business utilization study of smart beauty platform* [Master's thesis, University of Youngsan]. Riss Campus Repository. <http://www.riss.kr/link?id=T15481518>
- Perfect Mobile Corp. Photo & Video Beauty Editor. (2022). *YouCam perfect* (Version 5.83.4) [Mobile app]. Google Play Store. https://play.google.com/store/apps/details?id=com.cyberlink.youperfect&hl=en_US&gl=US
- Perfect Mobile Corp. Photo & Video Beauty Editor. (2022). *YouCamMakeup* (Version 6.9.1) [Mobile app]. Google Play Store. https://play.google.com/store/apps/details?id=com.cyberlink.youcammakeup&hl=en_US&gl=US
- Pixocial Technology. (2022). *Beauty Plus* (Version 7.6.024) [Mobile app]. Google Play Store. https://play.google.com/store/apps/details?id=com.commsource.beautyplus&hl=en_US&gl=US
- Rye, J. E. (2021). *A study on consumer preference in minimalism logo renewal according to digital platform changes - Focusing on the logo of yuhan corporation* [Master's thesis, University of Hongik]. Riss Campus Repository. <http://www.riss.kr/link?id=T15893761>
- Woo, J. H., & Kim S. I. (2020). User experience study of virtual beauty makeup application, *The Society of Digital Policy & Management*, 18(11), 459-464. doi:10.14400/JDC.2020.18.11.459
- Yoon, S. H., Choi, Y. J., Lee, S. Y., & Kim, H. W. (2020). A study of the beauty commerce customer segment classification and application based on machine learning - Focusing on untact service. *The Korea Society of Management Information Systems*, 22(4), 75-92. doi:10.14329/isr.2020.22.4.075

(Received September 22, 2023; 1st Revised October 13, 2023; 2nd Revised October 24, 2023; Accepted December 6, 2023)