

남성 네일관리와 네일아트에 대한 인식 및 관심도에 미치는 요인분석: 20-30대를 중심으로

Factor Analysis of Awareness and Interest in Male Nail Care and Nail Art among People in Their 20s and 30s

홍다검*

Da-Geom Hong*

〈Abstract〉

This study aimed to identify factors influencing awareness and interest in male nail care and nail art among people in their 20s and 30s, using a survey that included 390 men and women. The survey consisted of sub-factors, including awareness of appearance management, interest in nails, perception of male nail care and nail art, behavioral factors in nail care, and image factors in nail care. The results showed that the overall average interest in male nail care and nail art was 3.76, which fell between “average” and “yes”. Women showed higher interest in male nail care than men did. While there was no statistically significant difference in the average value, interest in male nail care and nail art was higher among those in their 30s than those in their 20s. Unmarried individuals showed more interest in male nail care than married ones, and higher levels of education were associated with higher interest. In terms of occupation, service workers showed the highest interest in male nail care and nail art. In conclusion, the findings suggest the need for marketing research that caters to the development of services and programs targeting the male nail industry. The study also highlights the importance of segmenting and differentiating marketing strategies that target male and female customers with a high interest in male nail care and nail art. Based on these findings, this study aims to provide direction for the male nail care industry and serve as a basis for the development of customized programs. Additionally, it aims to provide basic data to aid in the development of the nail industry in Gyeongnam.

Keywords : Awareness of Male Nail Care, Male Nail Art, Interest in Nail, Behavioral Factors in Nail Care, Factor Analysis

* 정회원, 창신대학교 조교수
E-mail: jeong0511@hanmail.net

* Dept. of Cosmetology. ChangShin University, Professor.

1. 서 론

1.1 연구의 배경 및 필요성

미(美)를 추구하는 행위는 인류의 역사와 함께 발달 되어왔으며, 시대마다 사람들이 추구하게 되는 미의 형태는 사회문화적 영향을 받아 끊임없이 변모해왔다. 오늘날 현대사회에서 미용은 생활수준의 향상과 산업 발전, 자유로운 취향을 존중하는 사회문화적 배경으로 인해 유행해졌으며, 여성의 전유물이라는 오랜 인식에서 벗어나, 그 시장을 남성으로까지 확대하고 있다. 이러한 시류 속에서 외모관리 행동에 대해 무관심하던 남성들도 자신을 가꾸는 것에 긍정적으로 생각하고 노력하는 추세이다[1].

시장조사기업 유로모니터에 따르면, 국내 남성 뷰티시장의 규모는 매년 증가하고 있다[2]. 이는 뷰티업계에서 사라진 ‘남녀의 경계’ 현상으로 인해 뷰티에 관심을 갖는 젊은 남성들이 늘어나면서 남성용 뷰티 제품의 판매량이 증가했다는 분석이다[3]. 2022년 아시아경제에 따르면 남성 고객 구매액은 연평균 20%씩 증가하고 있으며, ‘자신을 위해 외모관리에 투자하는 남성이 늘면서 기초화장품을 넘어 색조 등의 다양한 카테고리로 남성 뷰티 시장이 확대 되고 있는 추세’라고 보도하고 있다.

고부가가치 산업으로 부각되고 있는 뷰티산업에서 헤어, 메이크업, 피부관리, 화장품 등 세분화되고 전문화된 각 미용 업계에서도 이에 부응하여 남성을 타겟으로 하여 전문화 된 남성 소비제품을 속속 출시하고 남성전용 매장을 마련하는 등 빠른 노력을 기울이고 있다. 특히, 남성의 뷰티와 관련된 급성장과 확대는 20-30대의 젊은 남성들을 주축으로 시작되어 전 연령층에서 나타나고 있다[4].

여성들의 전유물이라는 인식이 강해 장벽이 높았던 네일 산업도 마찬가지로 남성 소비자 유치를 위한 다양한 마케팅 방법을 모색해야 하는 시

점이다. 그러나 현재 국내 남성을 대상으로 하는 네일관리 및 네일아트 관련 선행연구로는 남성의 네일관리 전후에 따른 인식변화(안재진, 2014)[5], 남성 네일고객들의 네일관리 인식, 행동 및 서비스 만족도(서병옥 외, 2014)[6], 네일아트에 관한 남성의 인식 및 선호도 조사(신규옥 외, 2015)[7], 남성 네일 케어에 대한 소비자의 인식이 구매의도에 미치는 영향(김기현, 정연자, 2014)[8]등 매우 제한적인 실정이다. 위 선행연구들의 특징을 살펴보면 남성 네일관리 및 아트에 대한 인식을 중점적으로 연구하였는데, 아직은 남성 소비자의 비율이 낮은 네일 산업에서 남성 소비자들을 네일 소비행동까지 끌어들이기 위해서는 그 장벽이 될 수 있는 인식의 개선 및 인식에 따른 타겟팅이 우선되어야 한다는 공통된 문제인식이 존재하고 있다.

이에 본 연구에서는 남성 네일관리와 네일아트에 대한 인식과 관심도에 영향을 미치는 요인을 분석하여 남성소비자를 네일산업으로 유입시킬 수 있는 방안에 대한 제안을 하고자 한다.

1.2 연구의 목적

남성뷰티 시장은 세계적인 경기 침체 속에서도 높은 성장률을 이어가고 있다. 점차 다각화되는 남성 소비자 유치를 위한 방안모색이 시급한 시점에서 본 연구는 남성 뷰티 시장의 성장 및 확산에 따른 네일산업의 변화에 대응하기 위해 개성표현이 자유로운 20-30대 남성을 대상으로 남성 네일관리의 인식 및 관심도를 높이기 위해 영향을 미치는 요인을 알아보고, 빠르게 변화하는 네일시장에 대처할 수 있는 마케팅 자료로서의 정보 제공을 목적으로 한다.

남성 네일관리 인식 및 관심도에 영향을 미치는 변수들을 확인하기 위한 연구가설은 다음과 같다.

- 가설1. 성별이 네일관심도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설2. 연령이 네일관심도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설3. 최종학력이 네일관심도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설4. 남성 네일관리 행동요인이 네일관심도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설5. 남성 네일관리 이미지요인이 네일관심도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2. 연구 대상 및 방법

2.1 연구의 대상 및 자료수집

연구의 대상은 경남지역 거주하는 20~30대 남여를 대상으로 하였으며, 본 조사에서는 2022년 9월 2일부터 9월 30일까지 설문조사를 진행하여 총 405부를 수거하였고, 그 중 불성실하게 응답하거나 무응답 한 15부를 제외한 총 390부를 연구 대상으로 하였다.

2.2 측정도구 및 설문지 구성

본 연구에서 사용한 도구는 설문지로 총 52문항이며, 일반적 특성 7문항, 외모관리 인식도 9문항, 네일아트 인식도 16문항, 네일관리 또는 네일아트를 한 남성들에 대한 인식도 15문항으로 구성하였다. 사용된 설문은 한선라[9]와 김경희[10], 이현정[11]의 연구에서 활용한 설문지를 본 연구의 목적에 부합하도록 수정, 보완하여 사용하였다.

2.3 자료 분석 방법

본 연구 자료의 통계처리는 SPSS 21.0 프로그

램을 사용하여 분석하였다.

조사대상자의 일반적 특성은 t-test, 일원분산분석을 실시하였으며 측정항목들의 신뢰성 검증을 위한 내적 일관성을 조사하기 위해 Cronbach's α 값으로 검증하고, 타당성 검증을 위해 주성분 분석에 의한 직각회전 방식인 베리맥스를 이용해 요인분석을 실시하였다.

가설검증에 앞서 변수들 간의 다중공선성을 확인하기 위해 상관관계 분석을 실시하였다. 또한 네일에 대한 관심도에 영향을 미치는 변수들의 영향력을 확인하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

3. 연구 결과

3.1 연구 대상자의 일반적 특성

연구 대상자의 일반적 특성은 전체 응답자는 390명이었고, 일반적 특성에 따라 분포를 살펴보면 Table 1과 같다. 성별로는 남자는 227명, 여자는 163명이었다. 연령대별로는 10대는 2명, 20대는 375명, 30대는 13명이었고, 결혼 여부별로는 미혼은 376명, 기혼은 14명이었다. 학력별로는 고등학교 재·졸은 5명, 전문대학 재·졸은 48명, 대학교 재·졸은 312명, 대학원 재·졸은 25명이었다. 직업의 종류별로는 학생은 74명, 관리자는 50명, 전문가 및 관련종사자는 63명, 사무종사자는 142명, 서비스종사자는 46명, 판매종사자는 10명, 기타는 5명이었다. 월 평균 소득별로는 100만원 이하는 53명, 100만원 이상~200만원 이하는 55명, 200만원 이상~400만원 미만은 222명, 400만원 이상~600만원 미만은 45명, 600만원 이상은 15명이었다.

네일에 대한 관심도는 Table 2와 같이 전체적

Table 1. General characteristics of study subjects

Sortation	Content	Respondent	%
Gender	Male	227	58.2
	Female	163	41.8
Age group	10s	2	0.5
	20s	375	96.2
	30s	13	3.3
Marriage status	Single	376	96.4
	married	14	3.6
	Other	0	0.0
Academic ability	High school	5	1.3
	Graduation from college	48	12.3
	graduation from university	312	80.0
	graduate or higher	25	6.4
Occupation	Student	74	19.0
	Manager	50	12.8
	Expert	63	16.2
	an office job	142	36.4
	a service position	46	11.8
	a sales position	10	2.6
	Other	5	1.3
An average monthly income	less than one million won	53	13.6
	More than a million wonless than 2 million won	55	14.1
	More than 2 million wonless than 4 million won	222	56.9
	Over 4 million wonless than 6 million won	45	11.5
	Over 6 million won	15	3.8
All		390	100.0

인 평균이 3.76점으로 ‘보통이다’와 ‘그렇다’ 사이인 것으로 나타났다.

성별로는 여자(4.04점)가 남자(3.56점)보다 네일에 대한 관심도가 높았고, 독립t-test를 실시한 결과, 남자와 여자 간에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 연령대로는 30대(4.31점)가 10-20대(3.74점)보다 네일에 대한 관심도가 높았고, 독립t-test를 실시한 결과, 10-20대와 30대 간에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 결혼 여부로는 미혼(3.76점)이 기혼(3.71점)보다 네일에 대한 관

심도가 높았고, 독립t-test를 실시한 결과, 미혼과 기혼 간에 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다. 최종학력로는 최종학력이 높을수록 네일에 대한 관심도가 높았고, 사후검정인 Duncan test를 실시한 결과, 고졸이하(고졸포함)/ 전문대졸이하(재학포함), 대졸이하(재학포함)와 대학원 이상 간에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 직업의 종류로는 서비스종사자(3.83점)가 가장 네일에 대한 관심도가 높았고, 기타(3.00점)가 가장 낮았으나 평균값에 통계적으로 유의한 차이는 없는 것

Table 2. Testing of differences in nail interest according to general characteristics

Sortation	Content	N	Mean	SD	t or F	p
Gender	Male	227	3.56	0.78	-5.705	0.000***
	Female	163	4.04	0.87		
Age group	10~20s	377	3.74	0.84	-2.389	0.017**
	30s	13	4.31	0.95		
Marriage status	Single	376	3.76	0.85	0.201	0.841
	Married	14	3.71	0.91		
	Other	0	-	-		
Academic ability	High school~Graduation from college	53	3.49 ^a	0.91	5.093	0.007***
	Graduation from university	312	3.78 ^a	0.85		
	Graduate or higher	25	4.12 ^b	0.53		
Occupation	Student	74	3.73	1.17	1.355	0.232
	Manager	50	3.78	0.68		
	Expert	63	3.73	0.90		
	An office job	142	3.82	0.60		
	A service position	46	3.83	0.90		
	A sales position	10	3.30	0.82		
	Other	5	3.00	1.22		
An average monthly income	Less than one million won	53	3.51	1.31	2.202	0.068
	More than a million wonless than 2 million won	55	3.87	1.04		
	More than 2 million wonless than 4 million won	222	3.74	0.64		
	Over 4 million wonless than 6 million won	45	3.89	0.78		
	Over 6 million won	15	4.07	0.80		
All		390	3.76	0.85		

***p<.01 Duncan test a<b

**p<.05

으로 나타났다. 월 평균소득은 600만원 이상(4.07점)이 가장 네일에 대한 관심도가 높았고, 100만원 이하(3.51점)가 가장 낮았으나 평균값에 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다.

3.2 신뢰성 및 타당성 검증

먼저, 각 연구 개념별 측정항목들의 내적일관성

(Internal consistency)을 조사하기 위해 Cronbach's α 값을 검증하였다. 신뢰성(Reliability) 분석을 실시한 결과 모든 측정항목들에 문제가 없는 것을 확인할 수 있었다. 일반적으로 Cronbach's α 값이 0.6이상이면 각 요인별 신뢰성이 있다고 판단함으로써 본 연구의 항목들의 신뢰성은 매우 높은 것을 확인할 수 있었다. 본 연구에서 사용된 변수들의 Cronbach's α 값은 다음의 Table 3과 같다.

Table 3. Reliability analysis

Variable		Number of questions	Cronbach's α value
Awareness of men with nail care and nail art	Male nail care behavior factor 1	11	0.903
	Male nail care image factor 2	4	0.828
All		15	0.919

다음으로 모든 연구 개념들에 대하여 측정항목들의 타당성(Validity)을 검증하기 위하여 주성분분석(Principal component analysis)에 의한 직각회전 방식인 베리맥스(Varimax rotation)를 이용하여 요인분석(Factor analysis)을 실시하였다. 그 결과 본 연구에서 측정하고자 하는 구성 개념들은 구분되고 있으며, 해당 변수에 적재된 각 요인들의 요인적재량도 0.5이상으로 나타나 모든 측정항목들에는 문제가 없는 것으로 나타났다. 전체 2개 요인에 대한 각 항목들의 전체 분산은 약 57%로 나타

났다. 또한 요인적재량(Factor loading)도 비교적 높게 나타나 판별타당성(Discriminant validity)과 집중타당성(Convergent validity)에는 문제가 없는 것으로 판단할 수 있다. 본 연구에서 요인분석을 실시한 결과 2개의 설명력 있는 요인들이 나타났을 뿐 아니라, 가장 설명력이 큰 요인은 전체 분산의 33%만을 차지하고 있었다. 이와 같이 요인분석을 통한 타당성 분석 결과를 종합해서 살펴보면 다음의 Table 4와 같다.

타당성 분석 결과 네일관리 및 네일아트를

Table 4. Feasibility analysis

Sortation	Ingredient	
	Main caus1	Main caus2
14. Men with nail art look more fashionable	.780	.
13. Men also think it's okay to invest time and money in nail care and nail art	.743	.
15. I am willing to recommend it to a friend or spouse of the opposite sex or get nail care or nail art together	.736	.
5. Men need to take care of their nails, too	.702	.
7. Men who have had their nails done look cleaner	.691	.
9. Male nail art is a part of the expression of personality	.656	.
11. I like men who have had their nails done better	.631	.
10. I think men need to get their nails done, too	.611	.
12. Men undergoing nail care will have time or money to spare	.533	.
8. I think nail care will be good for your hands and feet	.518	.
6. I think he's a man who takes good care of himself	.504	.
2. Men's nail care or nail art is a part of fashion or appearance care	.	.811
1. Men with nail care or nail art may be fashionable	.	.803
3. He'll be a professional man	.	.772
4. It'll help you refresh yourself	.	.665
dispersion(%)	33.341	23.640
Accumulate(%)	33.341	56.981

한 남성들에 대한 인식도 관련 문항 중 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15번 문항은 남성 네일관리 행동요인(요인1)로 묶였으며 1, 2, 3, 4번 문항은 남성네일관리 이미지요인(요인2)으로 묶였다.

3.3 기술통계 및 상관관계 분석

가설 검증에 앞서 변수들 간 다중공선성(Multicollinearity)을 확인하기 위해 상관관계 분석을 실시하였다. 그 결과 대부분 변수들 간의 상관관계는 유의수준 0.01에서 통계적으로 의미가 있는 수준에 있었다. 모든 변수들 간 상관관계 중에서 요인1과 요인2의 관계가 유의수준 0.01에서 0.655로 가장 높은 수치를 보였지만, 본 연구의 변수들 간에 다중공선성 문제는 없는 것으로 판단할 수 있었다. 이와 같은 상관관계분석을 종합해서 살펴보면 다음의 Table 5와 같다.

본 연구는 네일관심도에 영향을 미치는 변수들을 확인하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 연구가설의 채택 여부는 모형의 각 경로계수(Estimate)가 유의적인가를 확인함으로써 결정될 수 있으며, 값이 1.96이상일 경우에는 유의수준 0.05, t값이 2.58 이상일 경우에는 유의수준 0.01에서 가설을 채택할 수 있다. 가설 검증결과와 채택여부를 구체적으로 살펴보면, 먼저, 가설1에서는 성별이 네일관심도에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 제안하였다. 가설 검증결과 성별은 네일관심도

에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다 (estimate=0.549, t=6.657, p=.000). 따라서 가설1은 유의수준 .01에서 채택되었다. 가설2는 연령이 네일관심도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 하였다. 검증 결과 연령은 네일관심도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다(estimate=0.551, t=2.474, p=.014). 따라서 가설2는 유의수준 .05에서 채택되었다. 가설3은 최종학력이 네일관심도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 하였다. 검증 결과 최종학력은 네일관심도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다(estimate=0.445, t=3.834, p=.000, estimate=0.550, t=2.951, p=.003). 따라서 가설3은 유의수준 .01에서 채택되었다. 가설4는 요인1이 네일관심도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 하였다. 검증 결과 요인1은 네일관심도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다(estimate=0.741, t=5.677, p=.000). 따라서 가설4는 유의수준 .01에서 채택되었다. 가설5는 요인2가 네일관심도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 하였다. 검증 결과 요인2는 네일관심도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다(estimate=-0.167, t=-1.484, p=.139). 따라서 가설5는 유의수준 .05에서 기각되었다. 한편, 다중공선성 판단 기준인 분산팽창요인(Variance inflation factors: VIF)의 값은 1.077~1.856로 본 연구의 변수들 간 다중공선성 문제는 나타나지 않은 것으로 판단할 수 있다. 이와 같은 가설의 검증결과를 종합해서 살펴보면 다음의 Table 6과 같다.

Table 5. Correlation analysis

	Average ± standard deviation	Main caus1	Main caus2	Interest in nails
Main caus1	3.94 ± 0.40	1		
Main caus2	3.97 ± 0.46	0.655***	1	
Interest in nails	3.76 ± 0.85	0.254***	0.137***	1

***p<.01

Table 6. Hypothesis test results

	Hypothesis	Estimate	Standardized error	t value	p value	VIF	Result
H1	Gender-Interest in nails	0.549 ^{***}	0.082	6.657	.000	1.115	Adopt
H2	Age-Interest in nails	0.551 ^{**}	0.223	2.474	.014	1.077	Adopt
H3	A final education1-Interest in nails	0.445 ^{***}	0.116	3.834	.000	1.450	Adopt
	A final education2-Interest in nails	0.550 ^{***}	0.186	2.951	.003	1.405	Adopt
H4	main caus1-Interest in nails	0.741 ^{***}	0.130	5.677	.000	1.856	Adopt
H5	main caus2-Interest in nails	-0.167	0.112	-1.484	.139	1.798	Reject

***p<.01

**p<.05

4. 고찰

본 연구는 남성뷰티산업의 주축이 되고 있는 20-30대를 대상으로 남성네일관리 및 아트에 대한 인식과 관심도를 조사하였다. 연구 대상자에 포함된 10대 2명은 대상자를 선정 시 20대로 분류되어 설문을 진행하였으나, 설문에 대한 응답을 만 나이로 받는 과정에서 아직 생일이 지나지 않아 10대로 응답한 것으로 확인되었다.

연구 대상자의 일반적 특성에 따른 네일 관심도 차를 확인한 결과, 여성이 남성에 비해 통계적으로 유의하게 높은 관심도를 나타내고 있는 것으로 확인되었다. 이는 김기현, 정연자의 연구에서 남성 네일케어 관심도에 따른 남·여 인식 인식차이를 알아본 결과, 유의한 차가 없는 것과는 다소 다른 결과를 나타내었으나 남성 네일관리에 대한 관심도가 남성보다 여성이 더 높은 결과가 나타난 부분은 유사한 결과를 나타내었다 이는 네일 산업에서 남성을 타겟으로 한 서비스 개발 및 마케팅과 관련한 연구의 필요성을 시사할 것이며, 남성 네일관리 및 네일아트에 대한 관심도가 높은 여성과 남성을 타겟으로 한 홍보 마케팅의 세분화와 차별화가 필요할 것으로 사료된다.

연령대에서는 10대로 응답한 2명을 포함한 20

대에서 30대보다 네일에 대한 관심도가 낮은 것으로 보고되었으며, 고졸이하, 전문대졸이하 그룹에서 재학자를 포함한 대졸이하와 대학원이상보다 낮은 관심도를 나타냈다. 30대가 10~20대보다 네일에 대한 관심도가 높은 결과는 김기현 정연자의 20대 관심도가 높게 나타난 연구결과와는 다소 차이를 나타내었다. 이러한 결과는 서병욱의 연구 결과와도 유사하게 나타났다. 직종과 월평균소득에 따른 관심도 차이는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

지금까지 남성 네일관리 및 네일아트에 대한 인식도를 묻는 문항에 대한 신뢰도 및 타당성 검증이 이루어지지 않았다. 390명을 대상으로 조사한 남성 네일관리 및 네일아트에 대한 인식도 데이터로 신뢰도와 타당성을 검증한 결과 남성 네일관리 행동요인과 남성 네일관리 이미지요인으로 분류한 항목 간 높은 신뢰성을 확인할 수 있었다. 관별타당성과 집중타당성에서도 문제가 없는 것으로 나타나 다중공선성 문제를 확인한 후 상관관계 분석을 진행한 결과, 남성 네일관리 행동요인과 남성 네일관리 이미지요인 모두 네일에 대한 관심도와 높은 상관관계를 보이는 것으로 보고되었다.

네일관심도에 영향을 유의한 영향을 보인 요인들을 대상으로 다중회귀분석을 실시한 결과 성별,

연령, 학력과 남성 네일관리 행동요인과는 긍정적인 영향이 확인되었지만, 네일 관리 이미지요인의 긍정적인 영향은 인정되지 않았다.

남성네일관리 이미지 요인으로 분류된 항목이 4항목으로 비교적 작은 항목 수로 인해 관심도에 대한 긍정적인 영향이 확인되지 않은 것으로 사료된다. 추후 남성네일관리 이미지 요인을 추가하며 요인분석의 정확도를 높여야 할 필요성이 있다.

연구결과를 종합해보면 남성 네일관리 및 네일 아트에 대한 일반적인 인식은 긍정적이라는 것을 알 수 있었다. 남성네일관리 및 아트에 대해서는 여성이 더 긍정적인 것을 미루어 볼 때 이성과 함께 동행할 수 있는 이벤트 또는 프로그램을 개발한다면 남성 네일산업의 활성화를 조성할 수 있을 것이라 사료된다.

본 연구에서는 남성 네일관련 산업이 나아가야 할 방향성과 남성고객 맞춤형 프로그램 개발의 기초 자료를 제시하고자 하며, 네일 산업의 발전에 도움이 되는 자료를 제공하고자 하는데 의의가 있다. 그러나 경남지역 거주자를 대상으로 한 지역적 한계가 있으며, 대상자가 부족함으로 표준화하기에는 미흡하다 할 수 있다. 또한 20~30대를 대상으로 하였으나 생일이 지나지 않은 2명의 자료가 19세로 10대의 자료로 분류되는 등의 다소 미흡한 부분이 있었다. 향후 후속 연구에서는 보완적인 연구가 이루어지길 기대한다.

참고문헌

- [1] S.A.Back, “The Effect of Appearance Management Behavior on Self-image and Interpersonal Relationships in Men”, Master’s thesis, Yewon Arts University, pp. 13-22, (2020).
- [2] C. H. Lee, The face of a man preferred by MZ generation men. “Groomed face.” News, Korea Health Log, (2021).
- [3] J. Y. Jang, The ‘Warning’ that disappeared in the fashion and beauty industry..Gender neutral is the trend, News, Asia Today, (2022).
- [4] H. J. Kim, “A Case Study on Men’s Experiences in Medical Skincare, Esthetic Plastic Surgery and Its Status”, Master’s thesis, Youngsan University, pp. 14-18, February, (2010).
- [5] J. J. An, A Study on Men’s Perception Changes before and after their Nail Management, Master’s thesis, SeoKyeong University Youngsan, pp. 14-16, (2013).
- [6] B.O.Seo, Y.S.Song, K. K. Lee, “A Study on the Nail Care Perception, Behavior and Service Satisfaction of Male Nail Customers”, Journal of The Korean Society of cosmetology, Vol 20, No 4, pp. 570-582, (2014).
- [7] K.O.Shin, H. R. Choi, Y. J. So, “Research Paper : A Study on Perception and Preference of Men for the Nail Art”, Journal of The Korean Society of cosmetology, Vol.21, No.3, pp. 465-470, (2015).
- [8] K.H.Kim, Y.J.Jung, “A Study on Effects of Consumers’ View on Men’s Nail Care on Their Purchase Intention”, Asian J Beauty Cosmetol, vol.12, no.6, pp. 821-829, (2014).
- [9] S.R.Han, “A Study on the Perception and Design Preference of Man’s on the Women Nail Care and Art”, Master’s thesis, HanNam University, pp. 35-69, (2018).
- [10] H,J, Lee, “A Study on the differences between consumer perception, consumer satisfaction, and preference according to the nailcare metho”, Master’s thesis, Dongguk University, pp. 58-62, (2021).
- [11] K,H, Kim, “Wareness of Nail Care and Satisfaction level with the of Nail-Shop Services”, Journal of The Korean Society of fashion&beauty, vol.6, no.1, pp. 1-15, (2008).
- [12] K.O.Shin, Y.J.So, H.R.Choi, “A Study on Perception and Preference of Men for the Nail Art”, Journal of The Korean Society of

- cosmetology, vol.21, no.3, pp. 465-470, (2015).
- [13] H.W.Yoo, E.J.Yang, “The Effect of MZ Generation’s Interest in Beauty Content on Appearance Management Behavior”, Journal of Beauty Art Management (JBAM), vol.16, no.3, pp. 91-107, (2022).
- [14] J.H.Lim, S.O.Seo, H.J.Kim, E.J.Park, “A Study on Men Consumer’s Beauty Behaviors”, Journal of Korean Beauty Art Society, Vol.4, No,3, pp. 155-168, (2010).

접수: 2023.03.31. 수정: 2023.04.05. 게재확장: 2023.04.10.