



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

제 50 회 석사학위논문

지도교수 서 혜 옥

속눈썹 디자인에 따른
소비자 만족도 및 선호도에 관한 연구

중앙대학교 예술대학원

미술·디자인학과 뷰티디자인전공

박 선 영

2023년 2월

속눈썹 디자인에 따른 소비자 만족도 및 선호도에 관한 연구

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2023년 2월

중앙대학교 예술대학원
미술·디자인학과 뷰티디자인전공
박 선 영

박선영의 석사학위논문으로 인정함

심 사 위 원 장 _____ ⑨

심 사 위 원 _____ ⑨

심 사 위 원 _____ ⑨

중앙대학교 예술대학원

2023년 2월

목 차

I. 서 론	1
1. 연구의 배경 및 목적	1
2. 연구의 범위 및 방법	3
3. 선행연구의 검토	5
II. 이론적 배경	14
1. 속눈썹 연장의 개념	14
2. 속눈썹 디자인 및 기법	20
3. 속눈썹 관리의 소비자 선호도	30
4. 속눈썹 관리의 소비자 만족도	41
III. 연구방법 및 절차	43
1. 연구대상 및 기간	43
2. 연구 모형	44
3. 연구 문제	45
4. 분석 방법	46
5. 조사 도구	47
IV. 연구결과 및 논의	49
1. 조사대상자의 일반적 특성 및 조사결과의 기술통계	49
2. 조사대상자 일반적 특성과 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 속눈썹 관리 디자인 선호도 차이	57
3. 조사대상자 특성과 속눈썹 관리 인식 실태, 속눈썹 관리 디자인 선호도에 따른 속눈썹 관리 만족도 차이	88
4. 소결	99

V. 결론	105
1. 연구의 요약 및 결론	105
2. 연구의 한계점 및 제언	108
참고문헌	110
부 록	113
국문초록	118
Abstract	120

표 목 차

[표 1] 선행연구 정리	13
[표 2] 속눈썹 용어의 정리	18
[표 3] 속눈썹 관리 기법 : 본인 작품	27
[표 4] 눈의 형태와 속눈썹 디자인 : 본인 작품	29
[표 5] 자연스러운 디자인: 본인 작품	32
[표 6] 자연스럽고 풍성한 디자인: 본인 작품	34
[표 7] 풍성한 디자인: 본인 작품	36
[표 8] 진하고 풍성한 디자인 : 본인 작품	38
[표 9] 속눈썹 펄 디자인 선호도 : 본인 작품	39
[표 10] 설문지 구성	48
[표 11] 조사대상자 일반적 특성	50
[표 12] 속눈썹 관리 인식 실태	52
[표 13] 속눈썹 관리 디자인 선호도	54
[표 14] 속눈썹 관리 만족도의 기술통계	56
[표 15] 조사대상자 일반적 특성에 따른 눈 형태 특징 차이	58
[표 16] 조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 속눈썹 컬 차이	60
[표 17] 조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 속눈썹 길이 차이	62
[표 18] 조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 속눈썹 굵기 차이	64
[표 19] 조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 속눈썹 연장 스타일 차이 ·	66
[표 20] 조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 꼬리 디자인 차이	68
[표 21] 조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 펄 종류 차이	70
[표 22] 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 눈 형태 특징 차이	72
[표 23] 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 선호 속눈썹 컬 차이	74
[표 24] 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 선호 속눈썹 길이 차이	76

[표 25] 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 선호 속눈썹 굵기 차이	78
[표 26] 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 선호 속눈썹 연장 스타일 차이 ...	80
[표 27] 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 선호 꼬리 디자인 차이	82
[표 28] 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 선호 펌 종류 차이	84
[표 29] 눈 형태 특징에 따른 속눈썹 관리 디자인 선호도 차이	86
[표 30] 조사대상자 특성에 따른 속눈썹 관리 만족도 차이	90
[표 31] 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 속눈썹 관리 만족도 차이	93
[표 32] 속눈썹 관리 디자인 선호도에 따른 속눈썹 관리 만족도 차이	97

그림 목 차

[그림 1] 속눈썹 펴기 관리: 본인 작품	18
[그림 2] 속눈썹 디자인 3요소 : 본인 작품	20
[그림 3] 속눈썹 길이 디자인	22
[그림 4] 속눈썹 꼬리 디자인 : 본인 작품	23
[그림 5] 연구 모형	44

I. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

인간의 신체부위 중 눈은 시각을 담당한다는 기능적 중요성 외에도 한 개인의 외모를 평가하는 중요한 기준 중의 하나이다. 또한, 눈은 관상학적으로도 많은 뜻을 내포하고 있는데, 그 생김새에 따라 공작 눈, 봉황 눈, 뱀 눈, 소 눈, 사자 눈, 호랑이 눈 등으로 나뉘고, 한 사람의 과거와 미래, 성격과 성향, 인성 등이 눈에 의해 평가되기도 한다. 이처럼 눈은 단지 생물학적인 인체의 구조에서 벗어나 건강과 인성, 성격, 그리고 외모까지 평가할 수 있는 신체부위이다. 보다 나은 외모를 위한 눈의 중요성은 과거의 기록에서도 나타난다. 고대 이집트인들이 코올(Kohl)이라는 검은 페이스트로 눈에 포인트를 주었다는 것이 기원전 6,000년 유물에서 나타났는데, 이를 속눈썹 미용의 시초로 보는 것이 일반적 관점이다.¹⁾ 이후 1970년대에 눈꺼풀에 일회용 인조 속눈썹을 붙이는 속눈썹 화장이 등장하여 신부화장이나 특수 메이크업에 사용되었다. 여성들의 아름다움의 추구하고 관리 방법은 이후에도 조금씩 변화되어 왔는데, 현재 각광받고 있는 속눈썹 연장술은 2000년대에 처음 한국에 도입되었다.²⁾ 속눈썹 연장술은 글루를 활용하여 한 가닥으로 이루어진 가속눈썹을 하나씩 속눈썹에 부착하는 방법으로 관리가 행해진다. 속눈썹 연장술은 화장하지 않은 얼굴에도 메이크업을 한 것 같은 효과를 주어 20~30대 여성들에게 인기를 끌면서 2022년 현재까지도 많은 여성들의 미용 품목으로 사랑받고 있다. 속눈썹 연장술은 같은 재료를

1) 유지영(2021). 「여성의 속눈썹 연장 경험에 관한 현상학적 연구」. 명지대학교 산업대학원 석사학위 논문. p.10

2) 양정희(2015). 「성격유형에 따른 속눈썹연장 시술의 선호도 연구」. 영산대학교 미용예술대학원 석사학위논문. p.17

활용해 같은 디자인을 구현하여도 샅마다 활용하는 기법에 차이가 있고, 베이스가 되는 고객의 눈과 얼굴형이 달라서 속눈썹 연장술 후의 만족도는 개인마다 차이가 있다. 즉, 속눈썹 디자인에 대한 개인의 선호도가 다르고, 이로 인해 속눈썹 연장술 후의 만족도에도 개인차가 발생한다.

이와 같은 논의를 기반으로 본 연구는 소비자의 속눈썹 관리 인식에 대한 실태를 알아보고, 속눈썹 디자인에 대한 선호도와 속눈썹 연장술 후의 만족도에 대한 설문을 진행하였다. 본 연구의 이러한 노력은 소비자의 속눈썹 관리 인식실태를 파악하고, 소비자의 속눈썹 디자인 선호도와 연장술 후 만족도에 대한 이해를 높일 뿐만 아니라 속눈썹 디자인 표준화에 기여할 것으로 기대된다.

2. 연구의 범위 및 방법

본 연구에서는 속눈썹 관리 경험이 있는 여성을 대상으로 속눈썹 관리 인식 실태와 속눈썹 디자인에 따른 만족도 및 선호도에 대해서 연구하였다. 전국에 거주하는 20세부터 50세까지의 속눈썹 연장과 펌 관리 경험이 있는 여성들이 연구대상으로 선정되었으며, 이들을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

연구범위로는 먼저 속눈썹의 개념에 대해 간단히 설명하고, 속눈썹 관리 기법과 속눈썹 디자인 3요소에 대해 기술하였으며, 저마다 다른 눈의 형태에 따라 선호하는 속눈썹 관리 디자인에 대한 연구를 담기 위해 7가지 눈매 형태를 설정하여 속눈썹 디자인 연구를 진행하였다. 설정된 눈매의 형태로는 속쌍꺼풀이나 무쌍, 눈 길이가 짧은 눈, 동그랗고 돌출된 눈, 쌍꺼풀이 두꺼운 눈, 눈두덩 지방이 많은 눈, 눈 꼬리가 내려간 눈, 눈 꼬리가 올라간 눈이다. 7가지 눈의 형태에 따른 7명의 피시술자를 선정하여 눈의 형태에 따라 어울리는 속눈썹 디자인에 대하여 사전 연구를 하였고 그에 대해 먼저 기술하였다. 이후 눈의 형태에 따른 선호도를 알아보기 위해 16명의 피시술자의 눈 모양과 피시술자가 선호하는 관리 디자인에 대해 연구한 것을 바탕으로 관리를 진행한 후 사진과 함께 디자인에 대한 설명을 기술하였다. 추가로 설문을 통해 여성의 속눈썹 연장 경험에 대한 디자인 선호도와 만족도에 관하여 연구하였다.

본 연구의 방법은 다음과 같다.

첫째, 서론에서는 속눈썹 관리 연구가 필요한 목적에 대해 서술하고 그에 맞는 선행연구를 토대로 고찰하여 본 연구를 위한 연구범위와 연구방법을 제시하였다.

둘째, 이론적 배경에서는 속눈썹에 대한 개념과 관리에 필요한 재료, 속눈썹의 기능과 구조, 성장주기에 대해 기술하였고 현존하는 속눈썹 관리 기법과 속눈썹 디자인 3요소, 눈의 형태에 따른 디자인과 선호도에 대한 연구 결과를 기술하였다.

셋째, 연구방법 및 절차에서는 연구모형 및 연구문제, 조사도구 및 방법을 기술하였고 속눈썹 연장 디자인과 고객 선호도에 대해 속눈썹 관리 경험이 있는 20대부터 50대까지의 성인 여성을 대상으로 설문을 진행하였다.

넷째, 연구결과 및 분석에서 수집된 자료의 처리를 위해 일차적으로 데이터 코딩과 데이터 클리닝을 하였다. 통계분석은 SPSS 25.0을 사용하여 분석하였다.

다섯째, 결론에서는 본 연구에서 도출된 결과를 토대로 연구의 결론과 한계점에 대해 기술하고 후속 연구의 방향성에 대해 제언하였다.

3. 선행연구의 검토

본 연구의 이론적인 배경에 대해 논하기에 앞서 속눈썹 연장술, 속눈썹 디자인, 속눈썹 관리 소비자 만족도에 관련된 선행연구를 검토하였다. 선행 연구들은 대체로 속눈썹 관리의 개념과 특징에 관한 연구, 눈의 형태와 속눈썹 디자인에 관한 연구, 속눈썹 관리에 따른 소비자 만족도 및 선호도에 관한 연구 등으로 구분할 수 있었다. 선행연구들을 상기한 기준에 의해 구분하여 기술한 후 이들 선행연구가 주는 시사점에 대해서 논하였다.

1) 속눈썹 관리의 개념과 특징에 관한 연구

이선화(2020)³⁾는 속눈썹 연장 관리 시 글루의 성분 분석과 안정성에 관한 연구를 하였다. 구체적으로 시중에서 유통·판매되는 제품 중 속눈썹 연장에 사용되는 전문가용 접착제 글루, 셀프용 접착제 글루, 속눈썹 리무버를 구매하여 분석하였다. 연구 결과에 따르면 일부 전문가용 접착제 글루에서 위해요소가 될 수 있는 폼알데하이드, 톨루엔, 메틸메타크릴레이트가 검출되었다. 하지만 속눈썹 연장 시장의 발전을 위해 인체에 무해한 제품을 사용하려는 노력이 이어지고 있고, 속눈썹 접착제의 성분이 부작용과 알레르기를 없애는 등으로 좋아지고 있다고 하여 속눈썹 연장에 대한 발전적이고 긍정적인 면도 부각시켰다.

송경미(2013)⁴⁾는 속눈썹 연장이 속눈썹 손상도에 미치는 영향에 대해 연구하였다. 속눈썹 연장 후 속눈썹 시료를 채취하여 속눈썹이 얼마나 손상되었는지 알아보고, 현재 시중에 속눈썹을 건강하게 해주는 목적으로 판매되

3) 이선화(2020). 「속눈썹연장 시술시 글루의 성분분석과 안정성에 관한 연구」. 한서대학교 대학원. 박사학위논문

4) 송경미(2013). 「속눈썹 연장이 속눈썹 손상도에 미치는 영향」. 중앙대학교 의약식품대학원. 석사학위논문

고 있는 속눈썹 영양제가 효과가 있는지 파악하였다. 속눈썹 손상을 방지할 수 있는지에 대하여 실험을 통해 알아본 결과, 속눈썹 연장 관리 후 속눈썹 영양제의 사용유무에 따른 두께 변화에서는 대조군과 비교하여 두께 차이가 통계적으로 유의하다고 하여 자연 방치한 속눈썹보다 영양제를 사용한 속눈썹의 손상도가 더 적다는 것을 알 수 있었다.

신복희(2013)⁵⁾는 Astragaloside 함유 화장품이 눈썹과 속눈썹에 미치는 영향에 대해 연구하였다. Astragaloside를 주성분으로 하는 모(毛)영양제 화장품을 제조하여 아침, 저녁 세안 후 일일 2회 모근 부위에 바르는 것을 실험한 결과, 실험 참가자들은 눈썹과 속눈썹 관리를 위해 영양제가 필요하다는 느꼈으며, 제품 사용도 간편하여 속눈썹 영양제 사용이 눈썹과 속눈썹 관리에 필요하다는 것을 검증하였다. 또한, 실험 참가자들로부터 재구매 또는 사용 의사가 있음을 알 수 있었다.

이강아(2003)⁶⁾는 우리나라 여성의 마스크라 이용 실태에 관한 연구를 수행하였다. 연구 결과, 한국 여성의 90% 이상이 마스크라를 이용하여 눈 화장을 하고 있으며, 마스크라 사용의 주된 이유는 눈매를 또렷하게 보이기 위함이었다. 이 연구를 통해 많은 이들이 눈매의 보완 수단으로 마스크라를 사용하고 있다는 것을 알 수 있었고, 아이 메이크업 중 속눈썹에 사용하는 마스크라의 비중은 30~50%임을 알 수 있었다.

5) 신복희(2013). 「Astragaloside함유 화장품이 눈썹과 속눈썹에 미치는 영향」. 건국대학교 산업대학원. 석사학위논문

6) 이강아(2003). 「우리나라 여성의 마스크라 이용 실태에 관한 연구」. 한성대학교 예술대학원. 석사학위논문

2) 속눈썹 디자인에 관한 연구

이영남(2018)⁷⁾은 20세기 패션을 반영한 속눈썹 연장 디자인 개발에 대한 연구를 통해 20세기 트렌드를 반영한 속눈썹 연장 디자인을 연구하였다. 속눈썹 연장의 차별화된 경쟁력을 찾아내고 다양한 관점에서 분석하기 위해 20세기 패션을 토대로 한 시대적 배경을 분석하였고 문헌 연구를 통해 1900-1990년대까지의 패션 트렌드를 분석하여 각 시대별 특징적인 디자인을 연구하였다. 연구에서는 1900년대 아르누보, 1920-1930년대 아르데코, 1940-1950년대 밀리터리룩, 1960년대 팝아트 스타일, 1970년대 핑크스타일, 1980-1990년대 사이버 스타일로 구분한 후, 각 디자인에 관해 사진을 첨부하여 기술하여 시대별 속눈썹 디자인에 대해 알 수 있었다.

최윤서(2018)⁸⁾는 눈썹 메이크업 디자인 요소의 이미지를 연구하였다. 가모의 5가지 컬 유형에 따라 얼굴의 눈 이미지가 다양하게 변화하는데, 해당 연구에서는 표준 눈에 가모를 부착한 후 컬별로 지각적 이미지의 차이와 속눈썹 연장술을 통하여 기대하는 요소가 무엇인지 알아보았다. 디자인 선호도에 대해 조사하면서 자연스러운 컬과 밀도, 길이와 색상에 대하여 연구하였고 매력적인 요인과 활동적인 요인 등에서 선호하는 가모의 종류에 대해 알 수 있었다. 이와 같은 연구의 결과는 가모의 종류에 따른 지각적 이미지 차이가 비교적 분명함을 밝혔다고 할 수 있다.

이경화(2017)⁹⁾는 속눈썹 연장과 일회용 속눈썹 미용의 선호도와 관리 여부에 따른 만족도 비교 연구를 하였다. 해당 연구에서는 속눈썹 연장과 일회용 속눈썹의 사용실태와 선호도를 조사하였다. 또한 선호하는 굵기, 컬,

7) 이영남(2018). 「20세기 패션을 반영한 속눈썹 연장 디자인 개발에 대한 연구」. 신라대학교 공공안전정책대학원. 석사학위논문

8) 최윤서(2018). 「속눈썹 연장술에 따른 눈 이미지 비교 연구」. 한성대학교 예술대학원. 석사학위논문

9) 이경화(2017). 「성인여성의 속눈썹 연장과 일회용 속눈썹실태조사 및 시술 후 만족도 비교 연구」. 영산대학교 미용예술대학원. 석사학위논문

길이, 밀도에 대해 조사하기 위해 속눈썹 연장과 일회용 속눈썹 관리를 실시한 후 설문을 통해 만족도를 비교하였다. 속눈썹 연장과 일회용 속눈썹을 모두 경험해 본 대상자들에게 두 관리의 만족도를 비교한 결과, 컬러, 길이, 불편감, 지속성, 가격대비 효과 만족도에서 속눈썹 연장 만족도가 일회용 속눈썹에 비해 유의하게 높은 것으로 나타나 일회용 속눈썹보다 속눈썹 연장을 선호하는 것을 알 수 있었다.

남지영(2013)¹⁰⁾은 속눈썹 미용 유형에 따른 선호도와 관리 만족도가 아이 메이크업 이미지 변화에 미치는 영향에 대해 연구하였다. 속눈썹 미용의 유형에 따라 선호도와 만족도가 아이 메이크업 이미지에 미치는 영향에 대하여 문헌 연구와 실증 연구로 구분하여 연구를 시행하였고, 필요한 통계자료를 수집하기 위하여 설문조사를 시행하였다. 속눈썹 미용 선호도 및 관리 후 만족도의 차이를 알아본 결과, 선호하는 굵기, 컬, 밀도에 따른 속눈썹 미용 관리 후 변화된 모습의 만족도 차이는 유의하였으나, 속눈썹 미용 후 선호하는 이미지, 길이, 컬러에 따른 차이는 없었다. 이를 통해 이미지 변화에 따른 속눈썹 선호도로 굵기와 컬, 밀도가 중요함을 알 수 있었다.

3) 속눈썹 관리에 따른 소비자 만족도 및 선호도에 관한 연구

이유영(2021)¹¹⁾은 속눈썹 펴(Lash Lift)에 관한 인식과 선호도 연구에서 성인 여성들의 속눈썹 펴에 관한 인식 및 선호도와 만족도에 관해 살펴보기 위하여 설문조사를 진행하였다. 연구를 통해서 속눈썹 미용의 대중화가 이루어지고 있음을 확인하였고, 얼굴 인상에서 눈이 많은 비중을 차지한다고 하였다. 속눈썹 펴를 하는 이유와 목적은 눈이 선명하고 또렷해 보이기

10) 남지영(2013). 「속눈썹미용 유형에 따른 선호도와 시술만족도가 아이메이크업 이미지 변화에 미치는 영향」. 가천대학교 경영대학원, 석사학위논문

11) 이유영(2021). 「속눈썹 펴(LASHLIFT)에 관한 인식과 선호도 연구」. 영산대학교 일반대학원, 석사학위논문

위한 것으로 나타났고, 메이크업으로 눈의 이미지를 변화시켜 얼굴 전체 이미지도 바꿀 수 있음을 알 수 있다고 하였다. 특히 메이크업 중 속눈썹의 유무와 컬링은 눈썹의 디자인 형태와 모량에 따라 인상을 크게 좌우하는 만큼 중요한 부분을 차지하고 속눈썹은 또렷한 눈매를 형성하는데 있어 모량, 모질, 모의 길이, 모의 두께, 모의 컬링이 조화롭게 분포되어 있어야 좋은 인상을 만들고 자신감을 상승시키는 요소로 작용한다고 하는 등 속눈썹 관리 중에서 펌에 대한 인식과 선호도에 관한 결과를 제시하였다.

유지영(2021)¹²⁾은 여성의 속눈썹 연장 경험에 관한 현상학적 연구에서 속눈썹 연장의 다양한 경험을 도출하여 속눈썹 연장에 대한 과학화와 활성화에 기초 자료를 제공하고자 속눈썹 연장 경험이 있는 여성들 대상의 면담 결과를 현상학적으로 분석하였다. 그 결과, 속눈썹 관리 경험은 긍정적 신체매력 지각, 생활 편리, 자신감 상승, 긍정적 정서체험, 부정적 정서체험의 5개 차원을 도출할 수 있었다. 전반적으로 심리적 만족도 부분에서는 긍정적인 결과를 보였지만, 신체적으로 느끼는 불편함 부분에서 부정적인 결과를 보인 것을 알 수 있었다.

차로사(2020)¹³⁾는 속눈썹 연장술이 자아존중감 및 심리적 만족감에 미치는 영향 연구에서 속눈썹 연장술이 여성들의 자아존중감 및 심리적 만족감에 영향을 주는지 파악하기 위해 설문조사를 진행하였다. 그 결과, 속눈썹 연장술은 편리함과 아름다움을 추구하는 것뿐만 아니라 심리적 만족감을 주고 있었다. 구체적으로 속눈썹 연장술 행동에 적극적일수록 활동적 만족, 대인관계 만족, 삶에 대한 기대가 높아지는 것을 알 수 있었고, 자신과 주변을 수용하는 태도가 긍정적으로 변하며 안정적인 모습을 나타낸다고 하였다. 결국, 속눈썹 연장술이 여성들의 자아존중감 및 심리적 만족감에 영

12) 유지영(2021). 「여성의 속눈썹 연장 경험에 관한 현상학적 연구」. 명지대학교 산업대학원. 석사학위논문

13) 차로사(2020). 「속눈썹 연장술이 자아존중감 및 심리적 만족감에 미치는 영향」. 한성대학교 예술대학원. 석사학위논문

향을 미친다고 결론지었다.

이정은(2003)¹⁴⁾은 아이 메이크업에 의한 이미지 연출에 관한 연구에서 아이 메이크업에 따른 이미지 변화가 중요하며, 이를 위해 속눈썹 미용의 디자인을 통해 눈의 형태를 보다 나은 이미지로 만들 수 있다고 하였다. 그러한 이미지를 추출하기 위해 선호하는 메이크업 이미지를 사전 조사하였고, 연구를 통해 눈과 눈썹의 이미지는 적절한 선의 이미지와 색채의 이미지가 반영된 아이 메이크업을 통해 변화가 가능하다고 하였다. 연구를 통해 아이 메이크업의 디자인 요소로 선과 색의 중요함을 알 수 있었고, 속눈썹 미용의 디자인을 통해 눈의 단점을 장점으로 바꿀 수 있다는 것도 알 수 있었다.

양정희(2015)¹⁵⁾는 성격유형에 따른 속눈썹 연장 기술의 선호도 연구에서 속눈썹 연장 기술 선호도와 샵 평가기준, 이용실태의 차이를 규명하고 이러한 차이를 통해 속눈썹 연장 기술을 선호하는 이유를 파악하여 속눈썹 연장 기술 마케팅 전략에 활용할 수 있는 기초자료를 제공하고자 하였다. 설문을 통한 연구 결과, 속눈썹 연장 기술에 대한 선호도에서 성격유형에 따른 속눈썹 연장 관리에 대해 알 수 있었고, 샵 이용 시의 선호도와 샵 방문 시 가장 선호하는 항목의 차이도 알아볼 수 있었다. 속눈썹 연장 기술이 주목을 받게 된 이유로는 피시술자들의 만족감과 충성도를 들었다. 속눈썹 연장 기술을 하게 되면 고객의 아이 메이크업 시간이 줄어드는데, 이는 얼굴의 전체적인 메이크업 시간도 단축하는 관계로 만족도가 매우 높았다고 하였다. 속눈썹 관리는 재관리를 받을 확률이 매우 높은 것으로 사료된다고 하여 속눈썹 연장 선호도에 관해 집중적으로 알 수 있었다.

14) 이정은(2003). 「아이메이크업에 의한 이미지 연출에 관한 연구」. 한성대학교 예술대학원. 석사학위논문

15) 양정희(2015). 「성격유형에 따른 속눈썹연장 기술의 선호도 연구」. 영산대학교 대학원. 석사학위논문

곽진주(2018)¹⁶⁾는 메디컬 에스테틱 이용자를 대상으로 한 뷰티서비스 이용현황과 만족도에 관한 연구에서 메디컬 에스테틱을 이용하는 많은 사람들에게 정확한 정보를 제공하고, 병원에서 제공하는 기술이나 서비스에 대한 만족도에 대해 조사하여 향후 메디컬 에스테틱이 발전하기 위한 방향 제시를 위해 설문을 통한 연구를 진행하였다. 메디컬 에스테틱을 이용하고 있는 남녀를 대상으로 설문조사를 실시하였는데, 소비자가 선호하는 뷰티샵의 선호 기준 요소들과 뷰티 서비스의 최종 만족도에 대해 집중적으로 알아볼 수 있었다.

4) 선행연구의 시사점

선행연구들을 살펴본 결과, 속눈썹 관리의 개념과 특징에 관한 연구 부분에서는 대체적으로 속눈썹 관리를 위한 제품의 안정성, 재료의 효과성에 대한 연구가 주를 이루고 있었다. 안정성에 대한 연구에서 사용된 제품들에서는 일부 문제가 발견되기도 했으나, 효과성에 대한 연구들에서 사용된 제품들은 대체로 효과적이고 긍정적인 연구결과가 도출되었다.

속눈썹 디자인에 관한 연구에서는 대체적으로 컬,길이,밀도에 따른 디자인 차이와 속눈썹 연장이 메이크업에 미치는 영향, 시대별 속눈썹연장 디자인이과 디자인 선호도 설문조사 연구가 주를 이루었다. 속눈썹 관리 재료들과 속눈썹 관리 전, 관리 후의 이미지에 대해 알 수 있었고, 본 연구의 설문을 구성하기 위해 중점적으로 고려해야 할 요소들을 알 수 있었다.

속눈썹 관리에 따른 소비자 만족도 및 선호도에 관한 연구들은 주로 설문조사나 면담기법을 통해 속눈썹 관리에 대한 소비자의 반응을 연구하고 있었다. 이들 만족도 및 선호도 연구들은 속눈썹 관리 자체에 대한 소비자

16) 곽진주(2018). 「뷰티서비스 이용현황과 만족도에 관한 연구: 메디컬 에스테틱 이용자를 중심으로」. 중앙대학교 예술대학원. 석사학위논문

의 반응을 연구하는 것에 더해서 속눈썹 관리가 소비자의 심리사회적인 면에 미치는 영향도 분석하고 있었다. 이들 연구에서는 속눈썹 관리에 긍정적인 소비자들이 자신감, 자아존중감, 대인관계 만족도, 삶에 대한 기대 등의 전반적인 심리적 만족감이 높아지는 것으로 알 수 있었다.

모든 연구들은 연구가 수행되는 당시의 상황을 반영한다. 속눈썹과 관련한 다양한 영역을 연구한 선행연구들 역시 이와 다르지 않게 연구가 수행되는 시대적 상황을 적절히 반영하고 있었다. 한편, 트렌드에 민감한 속눈썹 관리 기법과 소비자의 행동은 끊임없이 발전하고 변화한다. 따라서 속눈썹 관리와 같은 연구 주제들은 트렌드를 적절히 반영하기 위해 새로운 연구 결과물을 지속적으로 요구한다. 기존 선행연구에서의 속눈썹 디자인에 관한 연구들은 가모의 종류에 따른 관리 전, 관리 후의 이미지 차이이거나 속눈썹 관리가 메이크업에 미치는 영향, 혹은 속눈썹 관리 선호도와 만족도의 연구가 대부분이었다. 상기한 이유로 본 연구에서는 선행연구 검토와 본 연구자의 전문성을 반영하여 속눈썹 관리와 소비자의 행동에 대해 최신의 경향을 반영하여 연구를 수행하고자 한다. 기존 연구에는 없었던 속눈썹 디자인 연구를 수행하기 위해서 7가지 눈의 형태를 설정한 후 눈 형태에 따른 속눈썹 디자인을 구성하였고, 속눈썹 디자인에 따른 소비자 만족도와 선호도에 관한 연구를 구성하였다.

이상의 선행연구들을 [표 1]로 정리하였다.

[표 1] 선행연구 정리

변인	연구자	제목
1) 속눈썹 관리의 개념과 특징에 관한 연구	송경미 (2013)	속눈썹 연장이 속눈썹 손상도에 미치는 영향
	이선화 (2020)	속눈썹연장 시술시 글루의 성분분석과 안정성에 관한 연구
	신복희 (2013)	Astragaloside함유 화장품이 눈썹과 속눈썹에 미치는 영향
	이강아 (2003)	우리나라 여성의 마스크라 이용 실태에 관한 연구
2) 속눈썹 디자인에 관한 연구	이영남 (2018)	20세기 패션을 반영한 속눈썹 연장 디자인 개발에 대한 연구
	이경화 (2017)	성인여성의 속눈썹 연장과 일회용 속눈썹실태조사 및 시술 후 만족도 비교 연구
	최윤서 (2018)	속눈썹 연장술에 따른 눈 이미지 비교 연구
	남지영 (2013)	속눈썹미용 유형에 따른 선호도와 시술만족도가 아이메이크업 이미지 변화에 미치는 영향
3) 속눈썹 관리에 따른 소비자 만족도 및 선호도에 관한 연구	이유영 (2021)	속눈썹 펌(LASHLIFT)에 관한 인식과 선호도 연구
	유지영 (2021)	여성의 속눈썹 연장 경험에 관한 현상학적 연구
	차로사 (2020)	속눈썹 연장술이 자아존중감 및 심리적 만족감에 미치는 영향
	이정은 (2003)	아이메이크업에 의한 이미지 연출에 관한 연구
	양정희 (2015)	성격유형에 따른 속눈썹연장 시술의 선호도 연구
	곽진주 (2018)	뷰티서비스 이용현황과 만족도에 관한 연구: 메디컬 에스테틱 이용자를 중심으로

Ⅱ. 이론적 배경

1. 속눈썹 연장의 개념

1) 속눈썹 화장의 역사

속눈썹 화장의 역사는 고대 이집트인들의 메이크업에 대한 특징에서 처음 발견되었다. 고대 이집트인들은 화장의 포인트로 눈에 초점을 맞추었는데, 호수같이 맑고 큰 눈망울을 만들기 위해 코올(Kohl)이라는 검은 페이스 트를 눈꺼풀 위아래 양쪽에다 진하게 표현했다. 기원전 6,000년 전 이집트 문화 유물에서 나타났던 이와 같은 속눈썹 화장을 최초의 속눈썹 미용으로 보는 것이 일반적 관점이다.¹⁷⁾ 여성뿐만 아니라 남성도 같은 방식의 눈 화장을 했었는데 이는 태양 광선으로부터 눈을 보호하기 위함이었다고 한다. 당시에 여성들은 속눈썹을 건강하게 만들기 위해 공작석 가루를 뿌리기도 했다. 1870년~1914년 버슬스타일 시대에서 아이라인과 인조 속눈썹이 등장하게 되었다.¹⁸⁾ 메이بل 윌리엄스(Mabel Williams)가 기존 인조 속눈썹에 석유와 오일을 더해 광택이 나는 속눈썹을 제작하면서부터 인조 속눈썹이 본격적으로 유행하기 시작하였다.¹⁹⁾ 찰스 윌리엄 스틱컬(Charles W Stickel)과 윌리엄 이 맥도넬(William E McDonnell)이 처음으로 컬이 들어간 인조 속눈썹을 개발하였고²⁰⁾ 2000년대에 들어서면서 한국과 일본을 중심으로 글루를 사용한 속눈썹 연장술이 탄생하여 전 세계적으로 유행하기 시작하였다. 당시에는 한 가닥으로 이루어진 벌크 형태의 인조 속눈썹을 잡

17) 유지영(2021). 「여성의 속눈썹 연장 경험에 관한 현상학적 연구」. 명지대학교 산업대학원. 석사학위논문. p.10

18) 안나현 외(2022). 「K-뷰티메이크업」. 구민사. p.23

19) <https://bit.ly/3VGuoPM>. GLAMOUR(2022.10.08)

20) <https://bit.ly/3leCThO>. AK(2022.10.08)

아 올려 속눈썹에 부착하는 방법으로 속눈썹 연장술이 행해졌다. 한국에서는 2006년 처음으로 메이크업 국가 자격증에 속눈썹 연장술을 포함시켜 전문 미용 기술로 인정받았으며 2022년 지금까지도 다양한 재료와 기법이 탄생하며 지속적인 발전을 거듭하고 있다. 아이메이크업의 대체술로 여겨져 현재까지 각광받고 있는 속눈썹 관리에는 속눈썹 연장과 속눈썹 펌이 있다.

2) 속눈썹의 기능

모(毛)는 보호 작용으로 외계의 기계적 및 화학적 자극으로부터 유해물질의 침입을 방지하여 눈을 보호하는 기능 외에도 외모를 장식하는 미용적인 의미도 담고 있다.²¹⁾ 보호의 기능과 장식의 기능 외에도 속눈썹은 모근 부위에 지각신경이 분포되어 있어서 자극에 반응하는 촉각의 기능이 있고, 혈액으로부터 영양분을 공급받아 성장하기 때문에 혈액 내에 존재하는 유해한 성분들을 배출하는 배출의 기능도 있다.²²⁾ 속눈썹은 물이 눈에 들어가는 것을 막아주기도 하고, 먼지나 작은 벌레 등이 눈에 들어가지 않도록 한다. 속눈썹은 3~5개월 동안 눈을 보호하면서 유지하다가 6개월이 지나서는 탈락되는 순환을 거듭한다.²³⁾ 이처럼 속눈썹은 눈을 보호하는 중요한 역할을 한다.

3) 속눈썹 성장주기

모발은 일정 시간이 지나면 자연적으로 빠져나가고 어느 정도의 시기가 되면 다시 새로운 모발이 나오게 된다. 이것을 모발의 성장주기라고 하며,

21) 설현진 외(2008). 「안전한 모발연장술에 관한 연구: 속눈썹 중심으로」. 한국인체미용예술학회지. p.3

22) 강주아(2016). 「모발과학」. 구민사. p.30

23) 이강아(2003). 「우리나라 여성의 마스크라 이용 실태에 관한 연구」. 한성대학교 예술대학원. 석사학위논문. p.4

이 기간 동안 모발은 성장을 계속하는 성장기, 성장을 멈추는 퇴행기, 모발이 빠져나가는 휴지기를 거치게 된다.²⁴⁾ 눈썹, 속눈썹, 솜털 등의 성장주기는 6개월 이하로²⁵⁾ 속눈썹이 정상적인 성장주기를 거쳐서 탈락했을 경우에는 1~2주가 지나면 다시 자라나지만, 비비거나 뽑아서 탈락된 속눈썹은 새로 나기까지 최대 3개월 정도의 시간이 걸린다. 속눈썹의 평균 길이와 개수는 아래 속눈썹이 길이가 6~8 mm이고 개수가 70~80개인데 반해 위 속눈썹은 길이가 12mm이고 개수가 180개 정도로 아래 눈썹보다 위 속눈썹이 2~3배나 수가 많다.²⁶⁾ 한국 여성의 속눈썹은 보통 두께가 0.1~0.5mm로 1일 성장 길이는 약 0.07~0.1mm씩 자란다. 속눈썹이 짧은 사람은 약 5~7mm, 긴 사람은 약 8~12mm 정도이다.²⁷⁾ 속눈썹의 성장주기는 3개월에서 6개월 사이로 인체의 모발 중에서 가장 짧은 성장주기를 가진다.

4) 속눈썹 연장술

네이버 국어사전에서는 속눈썹 연장술의 사전적 명칭을 두 가지로 정의하고 있다. 네이버 국어사전에서도 볼 수 있듯이 속눈썹 연장술의 연은 延(길 연)과 連(잇닿을 연)의 한자어로 동음이의어인데, 하나는 ‘속눈썹 연장술(延長術)’이고 다른 하나는 ‘속눈썹 연장술(連牆術)’이다. 그에 대한 설명은 다음과 같다. ‘속눈썹 연장술(延長術)’은 속눈썹을 인위적으로 길어지게 만드는 기술이다.²⁸⁾ 또 다른 명칭인 ‘속눈썹 연장술(連牆術)’은 새로운 미용 기법의 하나로 속눈썹에 인조가모를 붙여 연장시키는 화장술 또는 기술을

24) 이재남 외(2017). 「피부과학」. 구민사. p.52

25) 송경미, 민경훈,(2013). 「속눈썹 연장이 속눈썹 손상도에 미치는 영향과 속눈썹 영양제의 효능」.대한피부미용학회지. p.3

26) 이강아(2003). 위의 논문. p.4

27) 안소정(2005). 「속눈썹(Eyelashes) 미용이 물체 인식과 시력에 미치는 영향」. 캘리포니아 사우스 배일로 대학교. 석사학위논문. p.184

28) <https://ko.dict.naver.com/#/main> 네이버 국어사전(2022.11.10)

말하며, 보통 한쪽 눈에 30~50가닥 정도의 인조 가모를 속눈썹에 붙여 아름답게 하는 방법이다'라고 기술되어 있다.²⁹⁾ 이와 같은 명칭에는 속눈썹 연장술의 도입 당시 기법이 내포되어 있다고도 볼 수 있다. 본 속눈썹에 가속눈썹을 연결하여 길이가 길어지는 것에 초점을 맞추어 속눈썹의 길이를 길어지게 연장하는 것을 목적으로 한다는 점에서는 같다고 할 수 있다.

속눈썹 연장술의 도입 당시 가속눈썹은 지금의 가속눈썹 형태가 아닌 '벌크' 형태의 가속눈썹으로 화장용 분첩에 가속눈썹을 쏟아 붓고 핀셋으로 한 가닥씩 잡아 올려 연장하였다. 50가닥을 연장하기 위해 양 쪽 눈의 관리 시간은 2시간이 넘게 소요되었고, 길이가 길어지는 것이 목적인 미용 관리 정도로만 만족하며 풍성하게 많이 붙여 디자인을 하기에는 관리자뿐만 아니라 누워있는 소비자에게도 어려움이 많았다.

벌크 가속눈썹 이후 지금과 같은 형태로 케이스에 담긴 가속눈썹이 출시되면서 관리 시간이 단축되었고, 더 풍성한 속눈썹을 원하는 소비자의 니즈에 맞춰 새로운 기법들이 나오기 시작했다. 속눈썹 재료의 발전은 속눈썹 연장 기법의 발전과도 동치 할 수 있는데, '속눈썹 증모술(增毛術)'은 더할 증과 터럭 모의 한자어로 모를 더하여 풍성하게 관리하는 것에 목적을 두고 관리되면서 이후 다양한 명칭으로 새로운 기법들이 탄생하게 되어 급속한 발전을 거듭하게 되었다. 속눈썹 연장술은 [표 2]와 같이 속눈썹 연장과 증모를 하는 모든 관리 명칭을 통칭하는 명사이고, '속눈썹 증모술'은 풍성하게 관리되는 모든 연장을 대표하는 명칭으로 속눈썹 증모술 안에는 더블모 연장, 2D 연장, 러시아 볼륨, 마스크라 연장 등과 같은 다양한 종류들이 있다.

29) <https://ko.dict.naver.com/#/main> 네이버 국어사전(2022.11.10)

[표 2] 속눈썹 용어의 정리

구분	내용
속눈썹 연장술	도입 당시에는 延(길 연)과 連(잇닿을 연)의 한자어로 길어지는데 목적을 둔 연장을 뜻했으나, 현재는 모든 속눈썹 연장술 행위를 통칭하는 말로 쓰인다.
속눈썹 증모술	증모술(增毛術)의 增은 더할 증으로 풍성하게 관리되는 모든 연장을 통칭하는 명칭으로 명사처럼 쓰인다. 증모술은 본모에 술을 더하는 2D이상의 모든 연장을 말하며 더블모 연장, 2D 연장, 러시안 볼륨 등이 있다.

5) 속눈썹 펌

속눈썹 펌은 속눈썹에 롯드를 부착하여 속눈썹 모를 위로 말아 올려 컬을 주는 관리이다. 자신의 속눈썹 모만 컬을 주어 관리하기 때문에 관리 후 관리의 어려움이나 불편함이 적고 연장을 하지 않는 여성들도 쉽게 접근할 만큼 만족도가 높은 관리이다. 속눈썹 펌의 유지력은 평균 4주인데, 속눈썹 성장주기에 개인차가 존재해서 펌이 유지되는 기간은 상당 정도 차이가 있을 수 있다. 속눈썹 펌 관리 후의 모습은 [그림 1]과 같다.



[그림 1] 속눈썹 펌 관리: 본인 작품

속눈썹 펴는 재료는 각 브랜드마다 각기 다른 릿드들이 존재하는데, 릿드의 크기, 컬에 따라 다양한 디자인이 가능하다. 속눈썹 펴는 재료는 몇 세대를 거치면서 발전해 왔다. 우선, 1995년 이전의 속눈썹 펴는 뷰러 형태의 클립형 릿드를 사용하여 관리하였다. 클립형 릿드를 사용한 펴는 것은 앉아서 받는 관리 특성으로 인해 관리 과정에서 소비자가 불편을 느끼는 경우가 많았고, 관리자 입장에서도 가지런한 디자인을 만드는 데 어려움이 많아 크게 활성화되지는 못했다.

클립형 릿드 이후 1995년에 1세대 릿드형 펴는 재료가 출시되었다. 1세대 릿드형 펴는 재료의 장점은 소비자가 누워서 편안하게 눈을 감은 상태로 관리 받을 수 있다는 것과 관리자가 소비자의 속눈썹 모양을 한 올 한 올을 정교하게 컨트롤하여 디자인 할 수 있다는 장점이 있었다. 이러한 장점에도 불구하고 1세대 릿드형 펴는 재료는 홍보가 미흡했으며 통에 담긴 펴는 제품은 개봉 후 오랫동안 보관하지 못한다는 문제까지 더해지면서 속눈썹 펴는 대중화를 이끌어내지는 못했다.

























이후 2016년에 펴는 제품이 소분된 팩 타입의 펴는 재료가 출시되면서 펴는 기법은 급속도로 발전하였다. 팩타입 펴는 재료의 장점은 1~2회분만 사용이 가능하도록 펴는 제품이 팩형태로 소분되어 있다는 점이다. 이를 통해 남은 펴는 제품의 재고 문제를 해소하였고 사용 또한 편리하다는 장점이 있다. 이와 같은 재료의 발전은 속눈썹 펴는의 인기와 이어졌고, 2022년 현재까지도 이러한 속눈썹 펴는에 대한 소비자의 선호는 이어지고 있다.

2. 속눈썹 디자인 및 기법

1) 속눈썹 디자인 3요소

속눈썹을 디자인하기 위한 기본적인 요소로는 가모의 컬, 길이, 두께 3가지가 있다. 컬은 각도로 높이를 담당한다. 컬은 눈이 위로 커 보이게 만들어주고, 눈 지방이 많거나 쌍꺼풀 두께가 두꺼워서 졸려 보이는 듯한 이지를 보완해 주는 등의 역할을 한다. 길이는 디자인의 모양을 담당한다. 길이의 조절로 여러 가지 형태의 디자인을 구현할 수 있고, 특히 눈매가 길어 보이게 하는데 중요한 역할을 한다. 두께는 농도를 담당한다. 0.03으로 200가닥을 붙인 것은 2.0으로 100가닥을 붙인 것보다 연하다. 두께의 선택으로 ‘연하게’와 ‘진하게’의 농도를 조절 할 수 있다. 속눈썹 연장술은 이와 같은 디자인 3요소를 활용하여 가모의 컬의 높이를 조절 할 수 있고, 가모의 길이로 다양한 연장 모양을 연출 할 수 있으며, 가모의 두께로 원하는 농도를 조절 할 수 있다.

속눈썹 디자인 3요소의 컬, 길이, 두께는 [그림 2]에서 요약한다.

구분	속눈썹 디자인 3요소								
컬									
	I	J	JC	C	CC	D	U	L	L+
길이									
	7mm	8mm	9mm	10mm	11mm	12mm	13mm	14mm	
두께									
	0.03	0.05	0.07	0.10	0.15	2.0	2.5		

[그림 2] 속눈썹 디자인 3요소 : 본인 작품

(1) 컬

디자인 요소 중 컬은 눈의 높이를 담당하는 요소로 컬의 형태에 따라 가속눈썹의 높이를 조절 할 수 있다. 컬의 이름은 알파벳 모양에서 그 이름을 유추 할 수 있다. I컬은 컬의 높이가 느껴지지 않는 일자 형태의 컬로 사람의 속눈썹과 비슷한 형태로 마치 자신의 속눈썹을 붙인 듯한 효과가 있어서 남성들의 눈썹 연장에 주로 사용된다. J컬은 속눈썹 끝만 살짝 올라간 컬로 자연스러운 형태의 속눈썹을 연출할 때 사용된다. JC컬은 J컬과 C컬의 중간 컬로 B컬로 불리기도 한다.

C컬은 뷰러를 한 것처럼 컬의 끝이 반원 형태로 올라간 컬이다. CC컬은 C컬보다 각도를 더 올려서 반원 형태로 올라간 컬이다. D컬은 각도를 높인 컬로 가모의 끝이 C컬보다는 일자로 퍼져 있다. U컬은 D컬과 비슷한 각도로 올라가지만 D컬보다는 가모의 끝이 더 동그랗게 말린 컬이다. L컬은 본 속눈썹과 가모의 붙는 면적을 일자 형태로 만들어 유지력을 높이고 가모의 끝부분에만 컬의 각도를 높인 컬이다. L+컬은 직각 형태의 L컬의 단점을 보완해서 가모의 끝을 조금 더 유연하게 만들어 가모의 끝을 살짝 동그랗게 만든 컬이다.

(2) 길이

가속눈썹의 길이는 눈매의 길이와 눈 모양을 만드는 형태 부분 디자인에 중요한 요소로 작용한다. 가속눈썹의 길이는 5mm부터 15mm까지 다양하지만 한국에서 통상 사용되는 길이는 7mm부터 13mm까지이다. 가속눈썹의 길이를 조절하면 다양한 디자인을 연출 할 수 있다. 앞은 짧게, 중간은 길게, 뒷부분은 짧게 하여 눈 가운데 부분을 좀 더 부각시키는 방법은 찢어진 눈매에서 많이 사용되는 디자인으로 동그랗고 큰 눈매를 연출할 수 있

다. 또, 앞부분을 짧게 하고 뒤로 갈수록 길게 하여 꼬리를 뺨 듯 연장을 하면 시원시원하고 매혹적인 눈매의 연출이 가능하다. C컬이나 CC컬을 사용하여 길고 짧은 가속눈썹을 섞어 연장을 하면 귀엽고 바비인형 같은 눈매를 연출할 수 있다³⁰⁾. 이처럼 가속눈썹의 길이는 눈의 모양에 가장 많은 영향을 주는 디자인 요소이다.

[그림 3]은 속눈썹 길이 디자인의 예이다.



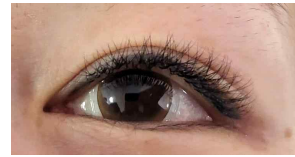
[그림 3] 속눈썹 길이 디자인³¹⁾

이 중 기본적인 속눈썹 연장에서의 꼬리 디자인은 ‘꼬리 짧게’와 ‘꼬리 살짝 길게’, ‘꼬리 길게’의 3가지 디자인으로 나뉜다. 눈매가 긴 눈의 경우 꼬리를 짧게 디자인하고, 눈매가 짧은 눈의 경우는 눈 꼬리의 길이를 길게 디자인하여 눈매가 더 길어 보이도록 한다.

속눈썹 꼬리 디자인은 [그림 4]와 같다.

30) 이영남(2018). 「20세기 패션을 반영한 속눈썹 연장 디자인 개발에 대한 연구」. 신라대학교 공공안전정책대학원. 석사학위논문. p.12

31) 이영남(2018). 위의 논문. p.12



[그림 4] 속눈썹 꼬리 디자인 : 본인 작품

(3) 두께

가속눈썹의 두께는 0.03~2.5가 있다. 0.03과 0.05는 주로 러시아안 볼륨 팬을 만드는 데 사용되고, 0.05와 0.07은 인모로 사용되고, 0.10은 자연스러운 연장에 사용된다. 0.15는 한국인들이 가장 선호하는 두께로 가장 많이 사용되며, 2.0과 2.5는 은 까맣고 진한 느낌을 좋아하는 디자인에 주로 사용된다.

2) 속눈썹 관리 기법

(1) 속눈썹 관리 기법

속눈썹 관리 기법은 왼손 가르기 형태와 오른손 가모 부착 방법에 따라 나뉜다. 왼손의 가르기는 본 모를 한 가닥씩 갈라주어 오른손 핀셋이 가모를 부착하기 쉽게 만들어주는 역할을 한다. 오른손잡이가 많은 관계로 속눈썹 연장을 할 때 오른손은 핀셋을 다루고 왼손은 본 모를 가르는 방법으로 기본적인 기법이 나뉘게 된다.

원투원 기법은 말 그대로 본모 한 가닥에 가모 한 가닥을 부착하는 관리로 1:1 관리, 원투원 관리, 100% 연장이라고도 한다. 원투원 기법 안에는 왼손 가르기 방법에 따라 단뜨기, 원핸들링, 한 손 가르기, 양손 가르기가 있다. 원투원 기법은 속눈썹 연장 관리에 있어서 비교적 손상도가 낮다는 장점이 있으나 본 모의 솔이 적거나 약한 경우 풍성한 연출이 불가하다는 단점이 있다.

원투원 기법 중 단뜨기는 초보자가 활용하기에 용이한 기법이다. 속눈썹 연장을 처음 배우는 학습자는 왼손 핀셋을 다루기가 쉽지 않는데 단뜨기는 왼손의 핀셋을 사용하지 않고 아이패치로 속눈썹의 단을 나누어 몇 가닥을 아이패치 밖으로 뺀 후 가모를 부착하는 방법이다. 왼손에 핀셋을 사용하여 정교하게 가르지 않아도 되는 장점이 있으나 연약한 눈두덩 피부에 패치를 자주 떼었다 붙여야하고, 글루가 완벽히 마르지 않은 상태에서 패치로 감싸야 해서 간혹 틀어지는 모가 생기는 단점이 있다.

원투원 기법 중 원핸들링 기법은 왼손의 손가락 하나로 눈두덩에 텐션을 주면서 가모를 부착하는 기법으로 왼손 핀셋 다루기가 쉽지 않은 초보에게 용이한 기법이다. 단뜨기 기법보다 더 빠르고 정확하게 가모를 부착 할 수 있다는 장점이 있으나, 가모 한 가닥을 붙일 때마다 눈두덩에 텐션을 줘야 해서 고객의 입장에서 편안하지 않은 느낌을 받을 수 있으며 완벽하게 솜털까지 가르기 힘든 경우도 있어서 솜털이 달라붙거나 붙인 가모들끼리 붙는 경우가 생긴다는 단점이 있다.

원투원 기법 중 한손 가르기는 왼손으로 잡은 핀셋으로 본 모 한 가닥을 가르고 오른손으로 가모를 가져와 부착하는 관리로 단뜨기와 원핸들링보다 비교적 더 섬세하게 가르기가 가능하다는 장점이 있다. 반면, 속눈썹의 술이 많은 경우 상하좌우의 미세한 솜털은 한 손 가르기로는 완벽한 가르기가 쉽지 않다는 단점이 있다. 원투원 기법 중 양손 가르기는 본 모에 가모를 부착하기 전, 양손의 핀셋으로 본 모 한 가닥을 갈라놓는 것을 말한다. 한손 가르기보다는 시간이 더 걸린다는 단점이 있지만 가장 정교하게 본 모를 갈라주어 솜털이 달라붙는 것을 방지해주고 이물감을 줄여주는 기법이다.

원투원 기법 외에도 다양한 속눈썹 관리 기법이 있다. 우선, 2D 기법은 본 모 한 가닥에 가모 두 가닥이 붙는 관리로 더블모라고도 불린다. 본 모 한 가닥에 가모 두 개를 동시에 떼어내어 부착하기도 하고, 한 가닥씩 본모에 차례로 두 가닥을 부착하기도 하며, 두 가닥이 붙어서 나온 완제품을 사용해서 부착하기도 한다. 러시아 볼륨 기법은 러시아 사람들이 좋아하는 연장에서 유래하였는데, 풍성한 연장을 좋아하는 러시아 사람들의 스타일에서 유래된 말이다. 러시아 볼륨은 본 모 한 가닥에 가모 세 가닥 이상을 부착하는 기법으로 부채모양의 팬을 만들어서 부착하는 기법이 있고, 3가닥과 5가닥으로 만들어져 나온 완제품을 부착하는 기법이 있다.

마스카라 연장 기법은 마치 뷰러를 찍고 마스카라를 바른 듯 연출하는 연장 기법으로 원투원 관리 후 가모의 끝을 모아 뽕족하게 만들어 마스카라를 바른 것과 비슷한 모양을 만드는 것을 말한다³²⁾. 포인트 연장 기법은 길고 두꺼운 가모 7가닥에서 10가닥 정도를 포인트로 기둥을 세우고 나머지는 얇고 짧은 모로 붙이는 것을 말한다.³³⁾ 연장술 외에 속눈썹 펴기 기법은 다음과 같다. 글루폼 기법은 속눈썹 펴기 전용 글루를 사용해서 1제를 바르기 전에 정교하게 본 모를 릿드에 말아 올리는 속눈썹 펴기이다. 반면, 노글루 폼 기법은 글루를 사용하지 않고 속눈썹에 폼 1제를 바르고 랩의 힘만으로 본 모를 릿드에 말아 올리는 폼으로, 결 정리는 1제를 닦아내고 2제를 바르기 전에 한다. 크라운 폼은 릿드에 말아 올린 본 모의 끝을 핀셋으로 뽕족하게 모아서 왕관 모양처럼 만드는 폼 기법이다.

속눈썹 관리기법의 구분은 [표 3]과 같다.

32) https://instagram.com/4u_beautique. 포유부띠끄(2022.10.17)

33) https://www.instagram.com/joo.a._/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D. 주아씨뷰티(2022.10.17)

[표 3] 속눈썹 관리 기법 : 본인 작품

기법에 따른 분류	
<p>단뜨기 기법</p> 	<p>원핸들링 기법</p> 
<p>한손 가르기 기법</p> 	<p>양손 가르기 기법</p> 
<p>2D 기법</p> 	<p>러시안 볼륨</p> 
<p>마스카라 연장</p> 	<p>포인트 연장</p> 
<p>글루폼</p> 	<p>노글루 폼</p> 
<p>크라운 폼</p> 	

(2) 눈의 형태와 속눈썹 디자인

눈의 형태와 어울리는 속눈썹 디자인의 사전 연구를 위해 피시술자 7명의 선호도에 맞춰 속눈썹 연장 관리를 하였다. 컬, 길이, 두께의 디자인 3요소를 활용하여 눈의 형태에 따라 어울리는 컬과 길이 및 두께를 선택하여 장점을 살리고 단점을 보완하여 관리된 속눈썹 디자인의 특징이다.

우선, 속쌍꺼풀이나 무쌍은 컬, 길이, 두께를 각각 C컬, 8~12mm, 0.15로 꼬리 길게 디자인을 하였다. 속 쌍꺼풀이나 무쌍의 눈은 연장 후 길이감이 길게 느껴지지 않기 때문에 최소 10~11mm이상 들어가야 눈을 떼을 때 연장의 길이를 느낄 수 있다. 눈 길이가 짧은 눈은 컬, 길이, 두께를 각각 JC컬, 8~13mm, 0.10으로 꼬리 길게 디자인을 하였다. 눈 길이가 짧고 좁은 눈은 꼬리를 길게 디자인하고 가속눈썹의 길이를 길게 해주면 그윽한 눈매를 연출 할 수 있다.

동그랗고 돌출된 눈은 컬, 길이, 두께를 각각 JC컬, 8mm, 0.10을 사용하여 부채꼴 디자인하였다. 돌출된 눈은 눈을 떼을 때 가모의 길이가 그대로 보여서 가모의 길이가 너무 길게 되면 눈매가 부자연스러워 보일 수 있어서 가모의 길이를 다소 짧게 하는 것이 중요하다. 쌍꺼풀이 두꺼운 눈은 컬, 길이, 두께를 각각 C컬, 8~9mm, 0.15를 사용하여 꼬리 살짝 길게 디자인을 하였다.

쌍꺼풀이 두꺼운 눈은 두꺼운 쌍꺼풀 때문에 자칫 졸려 보이거나 눈동자가 작아 보일 수 있다. 쌍꺼풀이 두꺼운 눈은 눈을 떼을 때 쌍꺼풀 라인에 가모 끝을 맞춰서 쌍꺼풀 라인을 따라 가모의 길이가 맞춰지면 훨씬 또렷하고 시원스런 눈매의 느낌을 연출할 수 있다.

눈두덩 지방이 많은 눈은 컬, 길이, 두께를 각각 CC컬, 8~12mm, 0.05의 가모를 활용하여 꼬리 짧게 디자인을 하였다. 눈두덩 지방이 많은 눈은 두껍거나 처지는 컬을 하게 되면 눈이 더 무거워 보이는 느낌이 있다. 따라서, 얇은

두께로 가볍게 디자인하고 높은 각도의 컬러 시선이 위로 분산되게 연출했다.

눈꼬리가 내려간 눈은 C컬, 8~10mm, 0.10의 가모를 활용하여 꼬리 짧게 디자인을 하였다. 눈꼬리가 처진 경우 J컬이나 JC컬을 사용하면 눈을 깜빡일 때 눈꼬리 부분이 처지게 된다. 따라서, 눈꼬리 부분은 컬러 높은 C컬이나 CC컬로 연출했다.

눈꼬리가 올라간 눈의 속눈썹 디자인을 위해 CC컬, 8~11mm, 2.0 가모를 사용하여 꼬리 길게와 언더속눈썹 디자인을 하였다.

눈꼬리가 올라간 눈은 꼬리 길이를 길게 디자인하면 눈매가 좀 더 선한 느낌이 들며, 언더 속눈썹까지 연장해주면 시선이 언더로까지 분산되어 조금 더 동그란 눈매로 연출이 가능하다.

[표 4]는 눈의 형태와 속눈썹 디자인의 예시이다.

[표 4] 눈의 형태와 속눈썹 디자인 : 본인 작품

형태 및 디자인		
		
		
		

3. 속눈썹 관리의 소비자 선호도

1) 속눈썹 관리의 소비자 선호도의 정의

속눈썹 디자인의 소비자 선호도 기준은 사람마다 달라서 명확한 예시를 제시하기 힘들기 때문에 관리 전 피시술자의 의향을 반영하기 위한 많은 상담이 필요하다. 디자인에서는 컬의 각도, 두께의 농도, 모양을 만드는 길이 등 세 가지 디자인 요소 중에서 어떠한 부분을 어떠한 방식으로 원하는지에 대한 상담이 반드시 필요하다. ‘자연스러운 디자인’, ‘자연스럽고 풍성한 디자인’, ‘풍성한 디자인’, ‘진하고 풍성한 디자인’, 과 같은 디자인 선호도를 알아보기 위한 사전 연구로 각각의 디자인마다 피시술자 세 명의 선호도에 맞춰 관리를 진행하였고 사진과 함께 기술하였다.

2) 자연스러운 디자인의 선호도

자연스러운 디자인 선호도의 사전 연구를 위해 피시술자 세 명의 선호도에 맞춰 디자인하여 속눈썹 연장 관리를 진행하였다.

‘붙인 듯 안 붙인 듯한 자연스러운’은 두께가 0.05나 0.07이면서 본모의 길이보다 1~2mm 정도 더 길고 컬이 높지 않은 J컬이나 JC컬인 가모를 사용하는 것에 만족도가 높았고, ‘길이는 길지만 자연스러운’은 본 모의 길이보다 2~3mm 긴 0.10의 두께를 사용하는 것에 만족도가 높았고, ‘컬은 올라가지만 자연스러운’은 C컬이나 CC컬처럼 각도가 많이 올라가는 컬을 사용하였지만 두께는 0.07이나 0.10이고 길이는 10~11mm 정도가 만족도가 높았다. 하지만 고객의 피부색이나 모의 개수, 눈의 형태에 따라 다른 결과와 만족도를 나타내어 자연스러운 디자인에 대한 개인차가 큰 것을 알 수 있었다.

디자인 1 피시술자의 경우, 눈두덩 지방이 많아 피곤해 보이는 단점을 커버하기 위해 눈이 또렷해 보이는 높은 컬을 선호하였고, 졸려 보이는 눈의 단점을 커버하기 위해 무거워 보이는 두꺼운 가모보다는 가볍고 산뜻해 보이는 얇은 인모로 길이를 길게 원했다. 술이 빼곡하게 채워지면 더 답답해 보이기 때문에 술의 양은 70% 정도로 연장하였고 기법은 단뜨기 기법을 활용하였다. 디자인 2 피시술자의 경우, 평소 내추럴한 화장을 하는 스타일로 자신의 속눈썹에 뷰러를 찍은 듯한 느낌의 자연스러운 연장을 선호하였다. 뷰러를 찍은 듯한 CC컬로 70% 연장을 하였으나 평소 잦은 뷰러의 사용으로 중간 중간 본 모의 모가 나지 않는 곳들이 많아 원투원과 2D 기법이 함께 활용되었으며 꼬리 길게 디자인되었다. 디자인 3 피시술자의 경우, 높은 각도에 살짝 긴 길이를 선호하였지만 밀도가 자연스러운 연장을 선호하여 11mm 길이의 C컬 가모 50가닥을 연장하여 70% 밀도로 원투원 기법으로 꼬리 길게 디자인하였다.

[표 5]는 자연스런 속눈썹 디자인의 예시이다.

[표 5] 자연스러운 디자인: 본인 작품

자연스러운 디자인		관리 방법
디자인 1		컬: CC 길이: 8.~12mm 두께: 0.05 밀도: 70% 꼬리 짧게 디자인 기법: 단뜨기
디자인 2		컬: CC 길이: 8~10mm 두께: 0.07 밀도: 70% 꼬리 길게 디자인 기법: 원투원 + 2D
디자인 3		컬: C 길이: 8~11mm 두께: 0.15 밀도: 70% 꼬리 길게 디자인 기법: 원투원

3) 자연스럽고 풍성한 디자인의 선호도

자연스럽고 풍성한 디자인 선호도의 사전 연구를 위해 피시술자 세 명의 선호도에 맞춰 속눈썹 연장 관리를 진행하였다. 그 결과 자연스러움은 모가 너무 두껍지 않거나 길이가 너무 길지 않은 것을 뜻하는 경우가 많았다. 반면, 자연스럽고 풍성함은 가모의 개수가 많이 붙는 풍성한 디자인의 선호도가 높았다. 일반적으로 0.15 두께의 100% 연장이나, 0.10 두께로 2D 연장을 했을 때 자연스럽고 풍성하게 느끼는 만족도가 높았고, 피시술자들은 브라운과 블랙의 8~9mm 정도의 짧은 길이에 대한 선호도가 높았다.

디자인 1 피시술자의 경우, 공백이 보이지 않을 만큼 빼곡한 풍성함을 원하면서도 무거운 느낌은 선호하지 않아 C컬의 8~9mm 짧은 길이에 얇은 0.10 두께로 관리하였으며 꼬리 길게 디자인하였다. 디자인 2 피시술자는 공백이 보이지 않을 만큼 빼곡한 풍성함을 원하면서도 무거운 느낌은 선호하지 않아 얇은 모로 자연스럽게 디자인하였다. C컬에 두께 0.10의 가모를 2D 기법으로 꼬리 길게 디자인하였으며, 쌍꺼풀의 두께에 맞춰 길이는 8~10mm로 디자인했다. 디자인 3 피시술자는 자연스러운 밀도에 살짝 진한 농도와 살짝 긴 길이를 원하였고, C컬, 0.15 두께, 8~11mm 가모를 원투원기법으로 꼬리 길게 디자인하였다.

[표 6]은 자연스럽고 풍성한 디자인의 예시이다.

[표 6] 자연스럽고 풍성한 디자인: 본인 작품

자연스럽고 풍성한 디자인		관리방법
디자인 1		컬: C 길이: 8~9mm 두께: 0.10 밀도: 200% 꼬리 길게 디자인 기법: 2D
디자인 2		컬: C 길이: 8~10mm 두께: 0.10 밀도: 200% 꼬리 길게 디자인 기법: 2D
디자인 3		컬: C 길이: 8~11mm 두께: 0.15 밀도: 100% 꼬리 길게 디자인 기법: 원투원

4) 풍성한 디자인의 선호도

풍성한 디자인 선호도의 사전 연구를 위해 피시술자 세 명의 선호도에 맞춰 관리를 진행하였다. 풍성한 디자인은 자연스러움이 배제된 디자인 선호도가 높았고, 아이라인을 그리지 않아도 눈매가 뚜렷해 보이는 연장으로 조금은 인위적인 느낌을 선호하는 경우가 많았다. 겹과 길이는 피시술자마다 달랐지만, 0.15 두께의 가모를 이용한 2D 연장이나, 2.0 두께의 플랫폼 관리에 대한 선호도가 높은 편이다.

디자인 1 피시술자는 좁은 눈매의 단점을 보완하는데 중점을 두었고 눈이 크고 길어 보이길 원하였다. 피시술자의 선호를 반영하여 CC컬, 8~11mm 길이, 두께 0.15의 가모를 2D 기법으로 꼬리 길게 디자인하였다. 디자인 2 피시술자는 얼굴 크기에 비해 작고 좁은 눈의 단점을 보완하는데 중점을 두었다. 높은 겹의 풍성한 디자인을 선호하는 것을 감안하여, CC컬에 0.15 두께의 가모를 2D 기법을 이용해 꼬리 길게 디자인하였고, 길이는 8~11mm를 사용하였다. 디자인 3의 피시술자는 자연스러운 겹을 원했고 풍성하며 눈이 길어 보이는 디자인을 선호하였다. 이를 위해 JC컬에 0.15 두께 그리고 8~10mm 길이의 가모를 사용하여 2D 기법으로 꼬리 길게 디자인하였다.

[표 7]은 풍성한 디자인의 예시이다.

[표 7] 풍성한 디자인: 본인 작품

풍성한 디자인		관리방법
디자인 1		컬: CC 길이: 8~11mm 두께: 0.15 밀도: 200% 꼬리 길게 디자인 기법: 2D
디자인 2		컬: CC 길이: 8~11mm 두께: 0.15 밀도: 200% 꼬리 길게 디자인 기법: 2D
디자인 3		컬: JC 길이: 8~10mm 두께: 0.15 밀도: 200% 꼬리 길게 디자인 기법: 2D

5) 진하고 풍성한 디자인의 선호도

진하고 풍성한 디자인 선호도의 사전 연구를 위해 피시술자 세 명의 선호도에 맞춰 관리를 진행하였다. 그 결과 진하고 풍성한 디자인의 선호도는 가모의 두께가 두꺼워 농도가 진하고 가모의 개수를 많이 붙이는 것에 대한 선호도가 높았다. 2.0 두께에 끝이 뭉툭하여 가모의 끝까지 진한 플랫폼에 대한 선호가 높았고, 언더 연장도 원하는 경우가 있었다. 이와 같은 피시술자의 선호를 반영하기 위해서는 2D 연장 기법과 러시안 볼륨 기법을 사용해야 했다.

디자인 1 피시술자는 까맣고 진하면서 화려한 속눈썹을 원했다. 피시술자의 선호를 반영하여 CC컬, 2.0 두께, 11mm 길이의 가모를 2D 기법으로 꼬리 길게 디자인하였다. 디자인 2의 피시술자는 얇은 모로 매우 풍성한 느낌을 원했고, 3가닥에서 5가닥으로 이루어진 가모를 만들어 부착하는 러시안 볼륨 디자인을 선호하였다. 이와 같은 선호를 반영하여, C컬에 8~9mm 이고 두께는 0.07인 가모를 러시안 볼륨 기법을 이용하여 500%의 밀도로 꼬리 길게 디자인하였다. 디자인 3의 피시술자는 진하고 풍성하면서 화려한 디자인을 선호하였고, 눈이 상하좌우로 커 보이기를 원했다. 이를 위해 디자인 43에서는 D컬에 2.0 두께를 사용하였는데, 윗 속눈썹에는 8~11mm 가모를 사용하고 아래 속눈썹에는 8mm 가모를 사용하였다. 2D 기법을 활용하여 밀도 200%를 달성하고 꼬리 길게 디자인하였다.

[표 8]은 진하고 풍성한 디자인의 예시이다.

[표 8] 진하고 풍성한 디자인 : 본인 작품

진하고 풍성한 디자인		관리방법
디자인 1		컬: CC 길이: 11mm 두께: 2.0 밀도: 200% 꼬리 길게 디자인 기법: 2D
디자인 2		컬: C 길이: 8~9mm 두께: 0.07 밀도: 500% 꼬리 길게 디자인 기법: 러시아안 볼륨
디자인 3		컬: D 길이: 상 8~11mm, 하: 8mm 두께: 2.0 밀도: 200% 꼬리 길게 디자인 기법: 2D

6) 속눈썹 펌 디자인 선호도

속눈썹 펌은 본인의 속눈썹으로만 디자인을 연출하기 때문에 릿드의 컬 각도에 따라 각도를 조절할 수 있다. 속눈썹 펌은 일반 펌과 크라운 펌이 있는데, 크라운 펌은 본 모를 일정하게 모아준다는 점에서 일반 펌과 차이가 있다. 속눈썹 펌 디자인 선호도에 대한 사전 연구를 위해 진행하였다.

[표 9]는 속눈썹 펌 디자인의 예시이다.

[표 9] 속눈썹 펌 디자인 선호도 : 본인 작품

속눈썹 펌 디자인		관리방법
디자인 1		C컬
디자인 2		U컬
디자인 3		L컬
디자인 4		C컬 크라운펌

디자인 1의 피시술자는 속눈썹 모가 길어서 위로 뺀 컬보다 동그랗게 말린 컬을 선호하였고, C컬을 관리하였다. 디자인 2의 피시술자는 속눈썹 중간 중간 짧은 모듈이 많아서 둥근 컬보다는 짧은 모듈을 위로 바짝 올리는 U컬을 선호하였다. 디자인 3은 L컬을 활용한 결과물이다. 피시술자는 속눈썹은 길지만 눈두덩 살이 많아서 컬이 있는 둥근 펌은 마스크라가 변질 수 있다. 따라서, L자 형태로 꺾이는 L컬을 선호하였다. 디자인 4 피시술자를 위해 C컬을 관리하였다. 피시술자는 동그랗게 말리는 컬을 선호하였고 속눈썹 술이 많아서 균일한 분포로 뭉쳐지는 크라운 펌을 선호하여 C컬 크라운 펌을 관리하였다.

4. 속눈썹 관리의 소비자 만족도

1) 속눈썹 관리의 소비자 만족도의 정의

Howard & Sheth(1969)는 고객만족을 고객이 상품을 구매하고 그 상품을 사용한 후 느끼는 대가와 보상관계로 정의하였다.³⁴⁾ 소비자 만족도는 소비자가 상품을 구매하기 이전부터 상품에 기대를 갖도록 하여 구매를 촉진하고, 구매 이후 느끼는 감정까지 포함하여 평가된 만족도를 포괄적으로 담아 측정한 것이다. 상품을 구매한 소비자가 만족할 경우 재방문이나 재구매 의사를 보이게 된다. 소비자는 상품을 구매한 후 상품의 기대만큼 혹은 그 이상의 만족을 원하기도 하는데 기대에 따른 결과가 충족된다면 만족도는 증폭되며 재방문이나 재구매 의사를 나타내게 된다.

만족한 소비자는 충성 고객이 되어 주변 사람들에게 자신의 만족에 대해 전파하게 되고, 이러한 구전효과는 긍정적인 마케팅 효과를 창출한다. 이러한 소비자 만족도는 마케팅의 가장 기본적인 개념이 되기도 하는 ‘고객 생애 가치(Customer Lifetime Value, CLV)’로 소비자의 만족을 얻음으로써 창출되는 이윤의 크기가 곧 매출의 증대로 이어진다.

2) 속눈썹 관리의 소비자 만족도 선정 요소

속눈썹 관리에 있어 소비자의 만족은 크게 샵의 선택, 관리 과정, 관리 이후의 세 가지 결과로 나타난다. 소비자는 첫 번째로 샵을 선정하는 일반적인 기준을 샵의 위치와 샵의 환경, 샵의 관리 가격, 관리자의 기술력 등으로 판단하게 된다. 두 번째로 선정 기준에 부합하는 샵에서 관리를 받으며

34) 조성연(2011). 「한국과 중국 소비자의 소셜커머스 이용 만족도와 재구매 의도에 관한비교 연구」. 건국대학교 대학원. 석사학위논문. p.22

느끼는 서비스의 수준과 불편함 등에 따라 만족도를 판단하게 된다. 다음으로는 관리 후의 결과에 따른 만족도로 디자인이나 사후 관리 설명 등에서 세 번째 만족도를 평가하게 된다. 이러한 세 가지 판단 지표를 모두 포함한 것이 속눈썹 관리의 최종 소비자 만족도라고 할 수 있다. 위의 모든 사항들을 포함하여 소비자는 기대치와 만족도의 일치를 평가하게 되는데 소비자의 기대보다 최종 만족도가 높았을 경우 지속적인 관리 의사를 표명하며 충성고객이 되고 때로는 주변인들에게 해당 샵을 자발적이고 적극적으로 홍보하기도 한다.

3) 속눈썹 관리의 소비자 만족도

속눈썹 관리의 소비자 만족도 기대치는 시간이 갈수록 높아지고 있다. 따라서 속눈썹 관리를 시행하는 뷰티샵에서는 이와 같은 속눈썹 관리 고객의 만족도를 높이기 위해 다각적인 노력을 하고 있다. 기본적으로 적절한 환경을 갖춘 곳에 위치한 샵에서 적절한 관리 가격을 제시하기 위해 최선을 다하며, 속눈썹 관리 기술력 쇄신을 위해서도 지속적으로 교육을 받는 등의 노력을 기울인다. 현재 속눈썹에 관련된 세미나와 교육 현장들이 늘어나고 있는 것에서 그러한 노력을 엿볼 수 있다.

한편으로는 속눈썹 관리를 받는 소비자의 층은 매우 다양하며, 이들의 요구를 완벽히 충족시키기는 매우 어려운 것이 현실이다. 따라서, 뷰티샵에 만족하는 충성 고객을 발굴하고 유지하는 것을 목표로 하는 것이 현실적이기도 하다. 뷰티샵들은 충성 고객의 선호도를 적극 반영하여 속눈썹 관리 서비스 품질을 높이고, 이를 통해 자신의 선호가 반영된 서비스에 만족한 충성 고객들의 재방문을 이끌어내는 것이 일반적인 뷰티샵의 최종 목표라고도 할 수 있다.

Ⅲ. 연구방법 및 절차

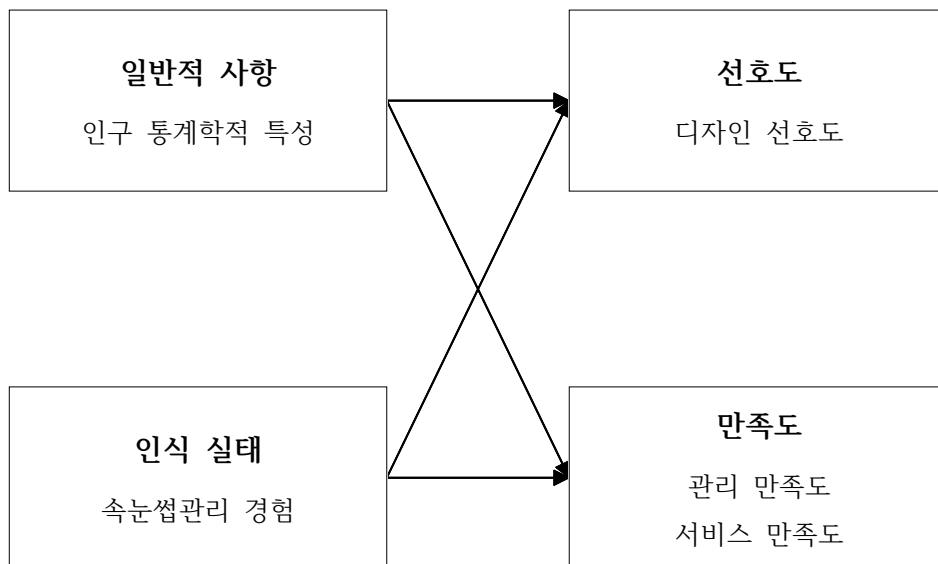
1. 연구대상 및 기간

본 연구는 2022년 10월 01일부터 2022년 10월 15일까지 전국에 있는 성인 여성 211명을 대상으로 속눈썹 연장과 속눈썹 펌 미용 관리에 관해 총 26문항의 설문조사를 실시하였다. 설문 대상자는 속눈썹 연장과 속눈썹 펌 관리 경험이 있는 20대~50대 여성을 대상으로 이루어졌으며, 일반적 사항 (5 문항), 속눈썹 관리 인식 실태 (5 문항), 속눈썹 관리 디자인 선호도 (7 문항), 속눈썹 관리 만족도 (9문항)으로 진행되었다.

자료의 수집방법으로는 설문지 법을 사용하였고, 편의표집 방법으로 15일간 실시하였다. 엠브레인 리서치 업체를 통해 온라인 설문지 211부의 설문지에 데이터 코딩 절차를 거쳐 설문을 완료하였다.

2. 연구 모형

연구방법 및 절차에서는 [그림 5]와 같이 본 연구의 연구 모형을 설정하였다. 연구 모형에는 일반적 사항과 속눈썹 관리 인식 실태, 선호도와 만족도에 관해 연구 문제와 분석 방법, 조사 도구를 제시하였다.



[그림 5] 연구 모형

3. 연구 문제

본 연구에서는 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 인구 통계학적 특성, 연령대, 거주 지역, 결혼 여부, 직업, 월 평균 수입을 알아본다.

연구문제 2. 속눈썹 관리 인식 실태를 알아보기 위해 속눈썹관리 경험, 속눈썹 관리 이유, 속눈썹관리 비용, 속눈썹관리 주기를 알아본다.

연구문제 3. 속눈썹 관리 디자인 선호도를 알아보기 위해 7가지 눈의 형태를 설정하고 각각의 눈마다 선호하는 가모의 컬러, 선호하는 가모의 길이, 선호하는 가모의 두께, 선호하는 가모의 밀도, 선호하는 관리의 꼬리 디자인에 대해 알아본다.

연구문제 4. 속눈썹 관리 만족도를 알아보기 위해 속눈썹 관리 만족도와 서비스 만족도에 대해 알아본다.

연구문제 5. 조사대상자 눈 형태 특징에 따른 속눈썹 관리 만족도와 속눈썹 관리 서비스 만족도의 차이를 알아본다.

4. 분석 방법

연구결과 및 분석에서 수집된 자료의 처리를 위해 일차적으로 데이터 코딩과 데이터 클리닝을 하였다. 데이터 코딩과 데이터 클리닝 후에는 통계 분석을 위해 SPSS(Statistical Package for Social Science) 25.0을 활용하여 분석을 수행하였다.

첫째, 조사대상자 일반적 특성, 속눈썹 관리 인식 실태, 속눈썹 관리 디자인 선호도를 살펴보기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

둘째, 속눈썹 관리 만족도의 타당도와 신뢰도를 살펴보기 위해 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다.

셋째, 속눈썹 관리 만족도의 평균과 표준편차를 살펴보기 위해 기술통계량을 산출하였다.

넷째, 조사대상자 일반적 특성과 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 속눈썹 관리 디자인 선호도 차이를 알아보기 위해 카이제곱 검정을 진행하였다.

다섯째, 조사대상자 일반적 특성과 속눈썹 관리 인식 실태, 속눈썹 관리 디자인 선호도에 따른 속눈썹 관리 만족도의 차이를 살펴보기 위해 독립표본 t-검정을 하였고, 일원배치 분산분석(ANOVA)을 진행하였다.

본 연구는 유의수준 $p < .05$ 하에서 검증하였다

5. 조사 도구

본 연구에 사용된 조사도구는 선행연구에서 사용된 조사도구를 기본으로 본 연구에 맞게 일정 부분 보완하여 본 연구의 조사도구로 사용하였다.

인구 통계학적 특성은 이경화(2017)의 선행 논문에서 5문항을 설정하였다. 속눈썹 관리 인식 실태는 남지영(2013), 양정희(2015), 이경화(2017), 최윤서(2018)의 선행 논문에서 수정, 보완하여 5문항을 설정하였다. 속눈썹 관리 디자인 선호도는 남지영(2013), 양정희(2015), 이경화(2017), 최윤서(2018)의 선행 논문에서 수정, 보완하여 7문항을 설정하였다. 속눈썹 관리 만족도는 권현숙(2019), 송민주(2021), 송은영(2015)의 논문에서 수정 보완하여 9문항을 설정하였다.

전체 설문지 구성 내용은 [표 10]과 같다.

[표 10] 설문지 구성

구성지표	구성내용	측정방법	문항수	연구자
일반적 사항	인구 통계학적 특성 연령대, 거주 지역, 결혼 여부, 직업, 월 평균 수입	명목척도	5문항	이경화 (2017)
속눈썹 관리 인식 실태	관리 경험 관리 이유 관리 비용 관리 주기	명목척도	5문항	남지영 (2013) 양정희 (2015) 이경화 (2017) 최윤서 (2018)
속눈썹 관리 디자인 선호도	눈의 형태 선호 컬 선호 길이 선호 두께 선호 밀도 선호 꼬리 디자인	명목척도	7문항	남지영 (2013) 양정희 (2015) 이경화 (2017) 최윤서 (2018)
속눈썹 관리 만족도	관리 만족도 서비스 만족도	5점 리커트 척도	9문항	권현숙 (2019) 송민주 (2021) 송은영 (2015)

IV. 연구결과 및 논의

1. 조사대상자의 일반적 특성 및 조사결과의 기술통계

1) 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자 일반적 특성은 다음의 [표 11]과 같다. 연령대를 살펴보면, 30대가 74명(35.2%)으로 가장 많았고, 20대는 56명(26.7%), 40대는 53명(25.2%), 50대 이상은 27명(12.9%) 순이었으며, 거주 지역으로는 서울이 113명(53.8%)으로 가장 많았고, 기타가 56명(26.7%), 경기도가 41명(19.5%) 순으로 조사되었다.

결혼 여부로는 미혼이 112명(53.3%)으로 기혼 98명(46.7%)에 비해 많았고, 직업으로는 회사원이 98명(46.7%)으로 가장 많았으며, 자영업, 서비스업이 44명(21.0%), 주부 36명(17.1%), 기타 10명(4.8%), 학생과 공무원이 각각 8명(3.8%), 특수직이 6명(2.9%) 순이었으며, 월 평균 수입으로는 200-300만원 미만이 88명(41.9%)으로 가장 많았고, 200만원 미만이 40명(19.0%), 300-400만원 미만이 35명(16.7%), 500만원 이상이 25명(11.9%), 400-500만원 미만이 22명(10.5%) 순으로 조사되었다.

[표 11] 조사대상자 일반적 특성

(N=210)

	구분	빈도(명)	비율(%)
연령대	20대	56	26.7
	30대	74	35.2
	40대	53	25.2
	50대 이상	27	12.9
거주 지역	서울	113	53.8
	경기	41	19.5
	기타	56	26.7
결혼 여부	기혼	98	46.7
	미혼	112	53.3
직업	학생	8	3.8
	회사원	98	46.7
	주부	36	17.1
	자영업, 서비스업	44	21.0
	공무원	8	3.8
	특수직	6	2.9
	기타	10	4.8
월 평균 수입	200만원 미만	40	19.0
	200-300만원 미만	88	41.9
	300-400만원 미만	35	16.7
	400-500만원 미만	22	10.5
	500만원 이상	25	11.9

2) 속눈썹 관리 인식 실태

속눈썹 관리 인식 실태를 살펴보면 다음의 [표 12]와 같다. 남지영(2013)의 연구에서 속눈썹 관리를 경험했다고 답한 응답자는 74.2%이었고, 경험하지 않았다고 답한 응답자는 25.8%로 나타났다. 본 연구에서는 속눈썹 연장과 펌 둘 다 받아보았다고 응답한 대상자는 93명(44.3%)으로 가장 많았고, 속눈썹 연장이 85명(40.5%), 속눈썹 펌이 32명(15.2%) 순이었다. 최윤서(2018)의 연구에서 관리를 한 이유에는 아름다워지기 위해(69.3%)라는 응답이 가장 많았고, 메이크업을 편하게 하려고(26.7%)라는 응답이 그 다음으로 높았던데 반해, 본 연구에서는 메이크업을 편하게 하기 위해서가 103명(49.0%)으로 가장 많았고, 아름다워지기 위해서가 76명(36.2%), 기분전환을 위해서가 25명(11.9%), 중요한 약속이 있어서가 6명(2.9%)이었다.

1회 관리 비용을 살펴보면, 남지영(2013)의 연구에서는 속눈썹 미용 적정 1회 지출 비용은 2-3만원 미만이 27.3%로 가장 높은데 반해 본 연구에서는 5만원 미만이 139명(66.2%)으로 가장 많았고, 5만 원 이상이 61명(29.0%), 8만 원 이상이 10명(4.8%) 순이었다. 샵 방문 시 선호 항목으로 양정희(2015)의 연구에서는 관리 스킬이 68.7%로 가장 높았는데 본 연구에서도 181명(86.2%)으로 가장 높았다. 그 다음으로는 관리 가격이 17명(8.1%), 서비스가 8명(3.8%), 시설이 4명(1.9%) 순이었는데 속눈썹 관리 부분에서 샵의 관리 스킬은 굉장히 높은 비율로 나타났다.

적절한 관리 주기로 양정희(2014)의 연구에서는 1년 평균 관리 횟수가 2~3개월 한번 이용하는 것으로 나타났고 최윤서(2018)의 연구에서는 1년 평균 관리 횟수가 5회 미만으로 나타났는데 비해 본 연구에서는 한 달에 1회가 111명(52.9%)으로 가장 많았고, 2달에 1회가 71명(33.8%), 3주일에 1회가 20명(9.5%), 2주일에 1회가 8명(3.8%) 순으로 조사되었다.

[표 12] 속눈썹 관리 인식 실태

(N=210)

구분		빈도(명)	비율(%)
관리 받은 경험	속눈썹 연장	85	40.5
	속눈썹 펴م	32	15.2
	속눈썹 연장과 펴م 둘 다 받아보았다	93	44.3
관리 받은 이유	메이크업을 편하게 하려고	103	49.0
	기분전환을 위해	25	11.9
	아름다워지기 위해	76	36.2
	중요한 약속이 있어서	6	2.9
1회 관리 비용	5만원 미만	139	66.2
	5만원 이상	61	29.0
	8만원 이상	10	4.8
샵 방문시 선호 항목	시설	4	1.9
	서비스	8	3.8
	관리 스킴	181	86.2
	관리 가격	17	8.1
적절한 관리 주기	2주일에 1회	8	3.8
	3주일에 1회	20	9.5
	한 달에 1회	111	52.9
	2달에 1회	71	33.8

3) 속눈썹 관리 디자인 선호도

속눈썹 관리 디자인 선호도를 살펴보면 다음의 [표 13]과 같다. 눈 형태 특징을 살펴보면, 쌍꺼풀이 두꺼운 눈이 67명(31.9%)으로 가장 많았고, 속 쌍꺼풀이나 무쌍이 43명(20.5%), 눈두덩 지방이 많은 눈이 34명(16.2%), 눈 길이가 짧은 눈이 20명(9.5%), 눈꼬리가 내려간 눈과 눈꼬리가 올라간 눈이 각각 16명(7.6%), 동그랗고 돌출된 눈이 14명(6.7%) 순이었으며, 선호 속눈썹 컬이 C컬인 대상자는 98명(46.7%)으로 가장 많았고, JC컬이 63명(30.0%), J컬이 24명(11.4%), CC컬, D컬이 22명(10.5%), L컬이 3명(1.4%) 순으로 조사되었다.

선호 속눈썹 길이가 10mm인 대상자는 49명(27.5%)으로 가장 많았고, 11mm가 44명(24.7%), 9mm가 27명(15.2%), 8mm가 25명(14.0%), 12mm가 24명(13.5%) 순이었으며, 선호 속눈썹 굵기가 0.07mm인 대상자는 61명(34.3%)으로 가장 많았고, 0.10mm가 44명(24.7%), 0.05mm가 33명(18.5%), 0.15mm가 15명(8.4%), 0.12mm가 14명(7.9%), 0.20mm가 11명(6.2%) 순으로 조사되었다.

선호 속눈썹 연장 스타일을 살펴보면, 자연스럽고 풍성한 스타일이 86명(48.3%)으로 가장 많았고, 자연스러운 스타일이 50명(28.1%), 풍성한 스타일이 25명(14.0%), 매우 풍성하고 매우 진한 스타일이 17명(9.6%) 순이었으며, 선호 꼬리 디자인이 꼬리 살짝 길게인 대상자가 83명(46.6%)으로 가장 많았고, 꼬리 짧게가 38명(21.3%), 꼬리 길게가 30명(16.9%), 그때그때 다르다가 27명(15.2%) 순이었으며, 선호 펄 종류가 뷰러펄인 대상자는 59명(47.2%)으로 가장 많았고, 글루펄이 26명(20.8%), 영양펄이 25명(20.0%), 노글루펄이 10명(8.0%), 크라운펄이 5명(4.0%) 순으로 조사되었다.

[표 13] 속눈썹 관리 디자인 선호도

(N=210)

	구분	빈도(명)	비율(%)
눈 형태 특징	속쌍꺼풀이나 무쌍	43	20.5
	눈 길이가 짧은 눈	20	9.5
	동그랗고 돌출된 눈	14	6.7
	쌍꺼풀이 두꺼운 눈	67	31.9
	눈두덩 지방이 많은 눈	34	16.2
	눈꼬리가 내려간 눈	16	7.6
	눈꼬리가 올라간 눈	16	7.6
선호 속눈썹 컬	J컬	24	11.4
	JC컬	63	30.0
	C컬	98	46.7
	CC컬, D컬	22	10.5
	L컬	3	1.4
선호 속눈썹 길이	8mm	25	14.0
	9mm	27	15.2
	10mm	49	27.5
	11mm	44	24.7
	12mm	24	13.5
	13mm	9	5.1
	미해당	32	
선호 속눈썹 연장 스타일	자연스러운 스타일	50	28.1
	자연스럽고 풍성한 스타일	86	48.3
	풍성한 스타일	25	14.0
	매우 풍성하고 매우 진한 스타일	17	9.6
	미해당	32	
선호 꼬리 디자인	꼬리 짧게	38	21.3
	꼬리 살짝 길게	83	46.6
	꼬리 길게	30	16.9
	그때그때 다르다	27	15.2
	미해당	32	
선호 펌 종류	글루펌	26	20.8
	노글루펌	10	8.0
	크라운펌	5	4.0
	뷰러펌	59	47.2
	영양펌	25	20.0
	미해당	85	

4) 각 변인의 기술 통계치

기초 분석으로서 속눈썹 관리 만족도 각 변인에 대한 평균, 표준편차, 왜도, 첨도를 살펴보면 다음의 [표 14]와 같다. 관리 요인에서는 ‘나는 속눈썹 관리를 받길 잘했다고 생각한다’의 평균이 4.42($SD=.71$)점으로 가장 높았고, ‘나는 속눈썹 유지력에 대해 만족한다’는 3.92($SD=1.06$)점으로 가장 낮은 것으로 나타났다.

서비스 요인에서는 ‘나는 앞으로도 계속해서 속눈썹 관리를 받을 예정이다’의 평균이 4.13($SD=.95$)점으로 가장 높았고, ‘나는 관리 받기 전 충분한 디자인 상담 서비스를 제공 받았다’가 3.99($SD=.98$)점으로 가장 낮은 것으로 나타났다.

Finch와 West(1997)는 정상분포 가정의 판단 기준으로 절대값이 왜도는 2, 첨도는 7을 넘지 않아야 한다고 했다. 본 연구에서 왜도와 첨도를 계산한 결과, 왜도는 $-.97 \sim -.39$, 첨도는 $-.88 \sim .28$ 로 모든 변수들에서 절대값 2를 넘지 않는 것으로 나타나 일변량 정규성 가정을 충족시킨다고 볼 수 있다. 따라서, 본 연구에서 사용할 통계기법들을 활용하기에 문제가 없는 것으로 판단하였다.

[표 14] 속눈썹 관리 만족도의 기술통계

(N=210)

구분		M	SD	왜도	첨도
관리	나는 속눈썹 관리를 받길 좋했다고 생각한다.	4.42	0.71	-0.97	0.24
	나는 속눈썹 관리 디자인에 대해 만족한다.	4.39	0.68	-0.85	0.28
	나는 속눈썹 관리 비용에 대해 만족한다.	3.99	0.94	-0.49	-0.78
	나는 속눈썹 유지력에 대해 만족한다.	3.92	1.06	-0.53	-0.81
	나는 속눈썹 관리 후 외모의 단점이 보완되어 만족한다.	4.33	0.73	-0.76	-0.24
서비스	기대한 만큼의 속눈썹 관리 서비스를 제공 받았다	4.12	0.88	-0.72	-0.09
	나는 관리 받기 전 충분한 디자인 상담 서비스를 제공 받았다.	3.99	0.98	-0.60	-0.57
	나는 속눈썹 관리를 받은 후 사후 관리에 대한 설명을 충분히 하게 받았다.	4.10	0.88	-0.49	-0.88
	나는 앞으로도 계속해서 속눈썹 관리를 받을 예정이다.	4.13	0.95	-0.74	-0.41
전체		4.15	0.72	-0.39	-0.85

2. 조사대상자 일반적 특성과 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 속눈썹 관리 디자인 선호도 차이

1) 조사대상자 일반적 특성에 따른 속눈썹 관리 디자인 선호도 차이

(1) 눈 형태 특징

조사대상자 일반적 특성에 따른 눈 형태 특징의 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 [표 15]와 같다. 연령대가 20대인 경우 쌍꺼풀이 두꺼운 눈이라고 응답한 비율이 42.9%로 가장 높았고, 50대 이상은 18.5%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 거주 지역이 경기인 경우 쌍꺼풀이 두꺼운 눈이라고 응답한 비율이 41.5%로 가장 높았고, 기타는 21.4%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

결혼 여부가 기혼인 경우 쌍꺼풀이 두꺼운 눈이라고 응답한 비율이 32.7%로 미혼 31.3%에 비해 높았으나 유의한 차이는 아니었고, 직업이 기타인 경우 쌍꺼풀이 두꺼운 눈이라고 응답한 비율이 50.0%로 가장 높았으며, 학생은 25.0%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었고, 월 평균 수입이 400-500만원 미만인 경우 쌍꺼풀이 두꺼운 눈이라고 응답한 비율이 36.4%로 가장 높았으며, 200만원 미만은 20.0%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

따라서, 조사대상자 일반적 특성에 따라 눈 형태 특징에는 유의한 차이가 없는 것으로 해석된다.

[표 15] 조사대상자 일반적 특성에 따른 눈 형태 특징 차이 ($p < .05$ *)

구분	눈 형태 특징							χ^2	p
	속쌍꺼풀이나 무쌍	눈 길이가 짧은 눈	동그랗고 돌출된 눈	쌍꺼풀이 두꺼운 눈	눈두덩 지방이 많은 눈	눈꼬리가 내려간 눈	눈꼬리가 올라간 눈		
연령대	20대	12(21.4%)	3(5.4%)	1(1.8%)	24(42.9%)	8(14.3%)	3(5.4%)	5(8.9%)	56(100.0%)
	30대	16(21.6%)	5(6.8%)	7(9.5%)	21(28.4%)	15(20.3%)	4(5.4%)	6(8.1%)	74(100.0%)
	40대	9(17.0%)	9(17.0%)	4(7.5%)	17(32.1%)	8(15.1%)	4(7.5%)	2(3.8%)	53(100.0%)
	50대 이상	6(22.2%)	3(11.1%)	2(7.4%)	5(18.5%)	3(11.1%)	5(18.5%)	3(11.1%)	27(100.0%)
거주 지역	서울	21(18.6%)	10(8.8%)	10(8.8%)	38(33.6%)	17(15.0%)	8(7.1%)	9(8.0%)	113(100.0%)
	경기	7(17.1%)	4(9.8%)	1(2.4%)	17(41.5%)	8(19.5%)	3(7.3%)	1(2.4%)	41(100.0%)
	기타	15(26.8%)	6(10.7%)	3(5.4%)	12(21.4%)	9(16.1%)	5(8.9%)	6(10.7%)	56(100.0%)
결혼 여부	기혼	21(21.4%)	12(12.2%)	7(7.1%)	32(32.7%)	13(13.3%)	8(8.2%)	5(5.1%)	98(100.0%)
	미혼	22(19.6%)	8(7.1%)	7(6.3%)	35(31.3%)	21(18.8%)	8(7.1%)	11(9.8%)	112(100.0%)
	학생	3(37.5%)	0(0.0%)	2(25.0%)	2(25.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	1(12.5%)	8(100.0%)
직업	회사원	23(23.5%)	4(4.1%)	5(5.1%)	32(32.7%)	18(18.4%)	7(7.1%)	9(9.2%)	98(100.0%)
	주부	8(22.2%)	7(19.4%)	2(5.6%)	10(27.8%)	4(11.1%)	3(8.3%)	2(5.6%)	36(100.0%)
	자영업, 서비스업	5(11.4%)	7(15.9%)	3(6.8%)	13(29.5%)	8(18.2%)	6(13.6%)	2(4.5%)	44(100.0%)
	공무원	3(37.5%)	0(0.0%)	0(0.0%)	3(37.5%)	1(12.5%)	0(0.0%)	1(12.5%)	8(100.0%)
	특수직	1(16.7%)	1(16.7%)	0(0.0%)	2(33.3%)	1(16.7%)	0(0.0%)	1(16.7%)	6(100.0%)
	기타	0(0.0%)	1(10.0%)	2(20.0%)	5(50.0%)	2(20.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	10(100.0%)
	200만원 미만	11(27.5%)	3(7.5%)	4(10.0%)	8(20.0%)	8(20.0%)	4(10.0%)	2(5.0%)	40(100.0%)
월 평균 수입	200-300만원 미만	20(22.7%)	9(10.2%)	3(3.4%)	30(34.1%)	16(18.2%)	5(5.7%)	5(5.7%)	88(100.0%)
	300-400만원 미만	3(8.6%)	4(11.4%)	4(11.4%)	12(34.3%)	5(14.3%)	4(11.4%)	3(8.6%)	35(100.0%)
	400-500만원 미만	6(27.3%)	0(0.0%)	0(0.0%)	8(36.4%)	4(18.2%)	2(9.1%)	2(9.1%)	22(100.0%)
	500만원 이상	3(12.0%)	4(16.0%)	3(12.0%)	9(36.0%)	1(4.0%)	1(4.0%)	4(16.0%)	25(100.0%)
	전체	43(20.5%)	20(9.5%)	14(6.7%)	67(31.9%)	34(16.2%)	16(7.6%)	16(7.6%)	210(100.0%)

(2) 선호 속눈썹 컬

조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 속눈썹 컬의 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 [표 16]과 같다. 연령대가 50대 이상인 경우 C컬이라고 응답한 비율이 59.3%로 가장 높았고, 30대가 39.2%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 거주 지역이 경기인 경우 C컬이라고 응답한 비율이 51.2%로 가장 높았고, 서울이 45.1%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

결혼 여부가 미혼인 경우 C컬이라고 응답한 비율이 47.3%로 기혼 45.9%에 비해 높았으나 유의한 차이는 아니었으며, 직업이 특수직인 경우 C컬이라고 응답한 비율이 66.7%로 가장 높았고, 학생이 25.0%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 월 평균 수입이 200-300만원 미만과 400-500만원 미만인 경우 C컬이라고 응답한 비율이 각각 50.0%로 가장 높았고, 500만원 이상은 36.0%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

따라서, 조사대상자 일반적 특성에 따라 선호 속눈썹 컬에는 유의한 차이가 없는 것으로 해석된다.

[표 16] 조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 속눈썹 컬 차이 ($p < .05$ *)

구분	선호 속눈썹 컬					전체	χ ²	p	
	J컬	JC컬	C컬	CC컬, D컬	L컬				
연령대	20대	7(12.5%)	15(26.8%)	24(42.9%)	9(16.1%)	1(1.8%)	56(100.0%)	16.852	0.155
	30대	6(8.1%)	29(39.2%)	29(39.2%)	10(13.5%)	0(0.0%)	74(100.0%)		
	40대	6(11.3%)	14(26.4%)	29(54.7%)	3(5.7%)	1(1.9%)	53(100.0%)		
	50대 이상	5(18.5%)	5(18.5%)	16(59.3%)	0(0.0%)	1(3.7%)	27(100.0%)		
	서울	11(9.7%)	35(31.0%)	51(45.1%)	14(12.4%)	2(1.8%)	113(100.0%)		
거주 지역	경기	5(12.2%)	13(31.7%)	21(51.2%)	2(4.9%)	0(0.0%)	41(100.0%)	3.565	0.894
	기타	8(14.3%)	15(26.8%)	26(46.4%)	6(10.7%)	1(1.8%)	56(100.0%)		
	기혼	14(14.3%)	29(29.6%)	45(45.9%)	8(8.2%)	2(2.0%)	98(100.0%)		
결혼 여부	미혼	10(8.9%)	34(30.4%)	53(47.3%)	14(12.5%)	1(.9%)	112(100.0%)	2.765	0.598
	학생	2(25.0%)	3(37.5%)	2(25.0%)	1(12.5%)	0(0.0%)	8(100.0%)		
	회사원	9(9.2%)	29(29.6%)	48(49.0%)	11(11.2%)	1(1.0%)	98(100.0%)		
	주부	7(19.4%)	11(30.6%)	15(41.7%)	1(2.8%)	2(5.6%)	36(100.0%)		
	자영업, 서비스업	6(13.6%)	12(27.3%)	20(45.5%)	6(13.6%)	0(0.0%)	44(100.0%)		
직업	공무원	0(0.0%)	3(37.5%)	5(62.5%)	0(0.0%)	0(0.0%)	8(100.0%)	24.255	0.447
	특수직	0(0.0%)	0(0.0%)	4(66.7%)	2(33.3%)	0(0.0%)	6(100.0%)		
	기타	0(0.0%)	5(50.0%)	4(40.0%)	1(10.0%)	0(0.0%)	10(100.0%)		
	200만원 미만	8(20.0%)	11(27.5%)	17(42.5%)	2(5.0%)	2(5.0%)	40(100.0%)		
	200-300만원 미만	7(8.0%)	29(33.0%)	44(50.0%)	8(9.1%)	0(0.0%)	88(100.0%)		
월 평균 수입	300-400만원 미만	5(14.3%)	7(20.0%)	17(48.6%)	5(14.3%)	1(2.9%)	35(100.0%)	16.277	0.434
	400-500만원 미만	1(4.5%)	7(31.8%)	11(50.0%)	3(13.6%)	0(0.0%)	22(100.0%)		
	500만원 이상	3(12.0%)	9(36.0%)	9(36.0%)	4(16.0%)	0(0.0%)	25(100.0%)		
	전체	24(11.4%)	63(30.0%)	98(46.7%)	22(10.5%)	3(1.4%)	210(100.0%)		

(3) 선호 속눈썹 길이

조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 속눈썹 길이의 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 [표 17]과 같다. 연령대가 40대인 경우 10mm라고 응답한 비율이 37.5%로 가장 높았고, 20대는 19.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($\chi^2=25.112$, $p<.05$), 거주 지역이 경기인 경우 10mm라고 응답한 비율이 39.4%로 가장 높았고, 기타는 21.4%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

결혼 여부가 기혼인 경우 10mm라고 응답한 비율이 38.3%로 미혼 18.6%에 비해 높아 유의한 차이를 보였으며($\chi^2=12.120$, $p<.05$), 직업이 공무원인 경우 10mm라고 응답한 비율이 42.9%로 가장 높았고, 학생은 0.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($\chi^2=45.061$, $p<.05$), 월 평균 수입이 300-400만원 미만인 경우 10mm라고 응답한 비율이 41.9%로 가장 높았고, 200만원 미만은 18.2%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

따라서, 연령대와 결혼 여부, 직업에 따라 선호 속눈썹 길이에 유의한 차이가 존재하는 것으로 해석된다.

[표 17] 조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 속눈썹 길이 차이 ($p < .05$ *)

구분	선호 속눈썹 길이					전체	χ^2	p
	8mm	9mm	10mm	11mm	12mm	13mm		
연령대	20대	2(4.8%)	5(11.9%)	8(19.0%)	12(28.6%)	12(28.6%)	3(7.1%)	42(100.0%)
	30대	13(18.8%)	13(18.8%)	16(23.2%)	20(29.0%)	4(5.8%)	3(4.3%)	69(100.0%)
	40대	6(12.5%)	5(10.4%)	18(37.5%)	9(18.8%)	7(14.6%)	3(6.3%)	48(100.0%)
	50대 이상	4(21.1%)	4(21.1%)	7(36.8%)	3(15.8%)	1(5.3%)	0(0.0%)	19(100.0%)
거주 지역	서울	12(11.7%)	11(10.7%)	27(26.2%)	34(33.0%)	14(13.6%)	5(4.9%)	103(100.0%)
	경기	5(15.2%)	6(18.2%)	13(39.4%)	6(18.2%)	2(6.1%)	1(3.0%)	33(100.0%)
	기타	8(19.0%)	10(23.8%)	9(21.4%)	4(9.5%)	8(19.0%)	3(7.1%)	42(100.0%)
결혼 여부	기혼	10(12.3%)	13(16.0%)	31(38.3%)	13(16.0%)	9(11.1%)	5(6.2%)	81(100.0%)
	미혼	15(15.5%)	14(14.4%)	18(18.6%)	31(32.0%)	15(15.5%)	4(4.1%)	97(100.0%)
	학생	1(25.0%)	2(50.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	1(25.0%)	4(100.0%)
직업	회사원	14(17.5%)	9(11.3%)	20(25.0%)	20(25.0%)	14(17.5%)	3(3.8%)	80(100.0%)
	주부	6(21.4%)	4(14.3%)	10(35.7%)	3(10.7%)	3(10.7%)	2(7.1%)	28(100.0%)
	자영업, 서비스업	3(7.0%)	4(9.3%)	11(25.6%)	16(37.2%)	6(14.0%)	3(7.0%)	43(100.0%)
	공무원	0(0.0%)	4(57.1%)	3(42.9%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	7(100.0%)
	특수직	0(0.0%)	1(16.7%)	1(16.7%)	4(66.7%)	0(0.0%)	0(0.0%)	6(100.0%)
	기타	1(10.0%)	3(30.0%)	4(40.0%)	1(10.0%)	1(10.0%)	0(0.0%)	10(100.0%)
	200만원 미만	6(18.2%)	8(24.2%)	6(18.2%)	7(21.2%)	3(9.1%)	3(9.1%)	33(100.0%)
	200~300만원 미만	12(15.8%)	12(15.8%)	19(25.0%)	21(27.6%)	10(13.2%)	2(2.6%)	76(100.0%)
월 평균 수입	300~400만원 미만	3(9.7%)	4(12.9%)	13(41.9%)	5(16.1%)	4(12.9%)	2(6.5%)	31(100.0%)
	400~500만원 미만	4(25.0%)	0(0.0%)	4(25.0%)	5(31.3%)	3(18.8%)	0(0.0%)	16(100.0%)
	500만원 이상	0(0.0%)	3(13.6%)	7(31.8%)	6(27.3%)	4(18.2%)	2(9.1%)	22(100.0%)
	전체	25(14.0%)	27(15.2%)	49(27.5%)	44(24.7%)	24(13.5%)	9(5.1%)	178(100.0%)

(4) 선호 속눈썹 굵기

조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 속눈썹 굵기의 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 [표 18]과 같다. 연령대가 50대 이상인 경우 0.07mm라고 응답한 비율이 42.1%로 가장 높았고, 40대는 27.1%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 거주 지역이 경기인 경우 0.07mm라고 응답한 비율이 42.4%로 가장 높았고, 기타는 28.6%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

결혼 여부가 미혼인 경우 0.07mm라고 응답한 비율이 35.1%로 기혼 33.3%에 비해 높았으나 유의한 차이는 아니었으며, 직업이 기타인 경우 0.07mm라고 응답한 비율이 60.0%로 가장 높았고, 특수직은 16.7%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 월 평균 수입이 300-400만원 미만인 경우 0.07mm라고 응답한 비율이 45.2%로 가장 높았고, 400-500만원 미만은 18.8%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

따라서, 조사대상자 일반적 특성에 따라 선호 속눈썹 굵기에는 유의한 차이가 없는 것으로 해석된다.

[표 18] 조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 속눈썹 굵기 차이 ($p < .05$ *)

구분	선호 속눈썹 굵기					전체	χ^2	p
	0.05mm	0.07mm	0.10mm	0.12mm	0.15mm	0.20mm		
연령대	20대	9(21.4%)	14(33.3%)	9(21.4%)	1(2.4%)	5(11.9%)	4(9.5%)	42(100.0%)
	30대	14(20.3%)	26(37.7%)	15(21.7%)	6(8.7%)	4(5.8%)	4(5.8%)	69(100.0%)
	40대	6(12.5%)	13(27.1%)	15(31.3%)	6(12.5%)	5(10.4%)	3(6.3%)	48(100.0%)
	50대 이상	4(21.1%)	8(42.1%)	5(26.3%)	1(5.3%)	1(5.3%)	0(0.0%)	19(100.0%)
	서울	20(19.4%)	35(34.0%)	23(22.3%)	9(8.7%)	10(9.7%)	6(5.8%)	103(100.0%)
거주 지역	경기	6(18.2%)	14(42.4%)	10(30.3%)	2(6.1%)	0(0.0%)	1(3.0%)	33(100.0%)
	기타	7(16.7%)	12(28.6%)	11(26.2%)	3(7.1%)	5(11.9%)	4(9.5%)	42(100.0%)
	기혼	12(14.8%)	27(33.3%)	24(29.6%)	8(9.9%)	6(7.4%)	4(4.9%)	81(100.0%)
결혼 여부	미혼	21(21.6%)	34(35.1%)	20(20.6%)	6(6.2%)	9(9.3%)	7(7.2%)	97(100.0%)
	학생	0(0.0%)	1(25.0%)	2(50.0%)	0(0.0%)	1(25.0%)	0(0.0%)	4(100.0%)
	회사원	18(22.5%)	30(37.5%)	17(21.3%)	5(6.3%)	4(5.0%)	6(7.5%)	80(100.0%)
	주부	7(25.0%)	9(32.1%)	9(32.1%)	2(7.1%)	0(0.0%)	1(3.6%)	28(100.0%)
	자영업, 서비스업	5(11.6%)	12(27.9%)	12(27.9%)	6(14.0%)	7(16.3%)	1(2.3%)	43(100.0%)
직업	공무원	1(14.3%)	2(28.6%)	1(14.3%)	1(14.3%)	2(28.6%)	0(0.0%)	7(100.0%)
	특수직	1(16.7%)	1(16.7%)	2(33.3%)	0(0.0%)	1(16.7%)	1(16.7%)	6(100.0%)
	기타	1(10.0%)	6(60.0%)	1(10.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	2(20.0%)	10(100.0%)
	200만원 미만	10(30.3%)	9(27.3%)	11(33.3%)	0(0.0%)	1(3.0%)	2(6.1%)	33(100.0%)
	200-300만원 미만	12(15.8%)	27(35.5%)	19(25.0%)	7(9.2%)	5(6.6%)	6(7.9%)	76(100.0%)
월 평균 수입	300-400만원 미만	2(6.5%)	14(45.2%)	6(19.4%)	4(12.9%)	4(12.9%)	1(3.2%)	31(100.0%)
	400-500만원 미만	7(43.8%)	3(18.8%)	2(12.5%)	2(12.5%)	1(6.3%)	1(6.3%)	16(100.0%)
	500만원 이상	2(9.1%)	8(36.4%)	6(27.3%)	1(4.5%)	4(18.2%)	1(4.5%)	22(100.0%)
	전체	33(18.5%)	61(34.3%)	44(24.7%)	14(7.9%)	15(8.4%)	11(6.2%)	178(100.0%)
							27.043	0.134

(5) 선호 속눈썹 연장 스타일

조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 속눈썹 연장 스타일의 차이를 살펴 보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 [표 19]와 같다. 연령대가 50대 이상인 경우 자연스럽고 풍성한 스타일이라고 응답한 비율이 57.9%로 가장 높았고, 30대는 46.4%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 거주 지역이 경기인 경우 자연스럽고 풍성한 스타일이라고 응답한 비율이 60.6%로 가장 높았고, 기타는 35.7%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($\chi^2=13.846$, $p<.05$).

결혼 여부가 기혼인 경우 자연스럽고 풍성한 스타일이라고 응답한 비율이 50.6%로 미혼 46.4%에 비해 높았으나 유의한 차이는 아니었으며, 직업이 특수직인 경우 자연스럽고 풍성한 스타일이라고 응답한 비율이 66.7%로 가장 높았고, 회사원이 42.5%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 월 평균 수입이 300-400만원 미만인 경우 자연스럽고 풍성한 스타일이라고 응답한 비율이 51.6%로 가장 높았고, 500만원 이상은 36.4%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

따라서, 거주 지역에 따라 선호 속눈썹 연장 스타일에 유의한 차이가 존재하는 것으로 해석된다.

[표 19] 조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 속눈썹 연장 스타일 차이

구분	선호 속눈썹 연장 스타일				전체	χ^2	p
	자연스러운 스타일	자연스럽고 풍성한 스타일	풍성한 스타일	매우 풍성하고 매우 진한 스타일			
연령대	20대	11(26.2%)	20(47.6%)	8(19.0%)	3(7.1%)	8.344	0.500
	30대	18(26.1%)	32(46.4%)	10(14.5%)	9(13.0%)		
	40대	13(27.1%)	23(47.9%)	7(14.6%)	5(10.4%)		
	50대 이상	8(42.1%)	11(57.9%)	0(0.0%)	0(0.0%)		
거주 지역	서울	23(22.3%)	51(49.5%)	20(19.4%)	9(8.7%)	13.846*	0.031
	경기	11(33.3%)	20(60.6%)	0(0.0%)	2(6.1%)		
	기타	16(38.1%)	15(35.7%)	5(11.9%)	6(14.3%)		
	기혼	26(32.1%)	41(50.6%)	6(7.4%)	8(9.9%)		
결혼 여부	미혼	24(24.7%)	45(46.4%)	19(19.6%)	9(9.3%)	5.693	0.128
	학생	1(25.0%)	2(50.0%)	0(0.0%)	1(25.0%)		
	회사원	28(35.0%)	34(42.5%)	11(13.8%)	7(8.8%)		
	주부	10(35.7%)	14(50.0%)	1(3.6%)	3(10.7%)		
직업	자영업, 서비스업	7(16.3%)	22(51.2%)	10(23.3%)	4(9.3%)	15.986	0.594
	공무원	1(14.3%)	4(57.1%)	2(28.6%)	0(0.0%)		
	특수직	1(16.7%)	4(66.7%)	0(0.0%)	1(16.7%)		
	기타	2(20.0%)	6(60.0%)	1(10.0%)	1(10.0%)		
월 평균 수입	200만원 미만	12(36.4%)	16(48.5%)	2(6.1%)	3(9.1%)	10.682	0.556
	200-300만원 미만	17(22.4%)	39(51.3%)	14(18.4%)	6(7.9%)		
	300-400만원 미만	10(32.3%)	16(51.6%)	2(6.5%)	3(9.7%)		
	400-500만원 미만	6(37.5%)	7(43.8%)	2(12.5%)	1(6.3%)		
전체	500만원 이상	5(22.7%)	8(36.4%)	5(22.7%)	4(18.2%)	178(100.0%)	
		50(28.1%)	86(48.3%)	25(14.0%)	17(9.6%)		

* $p < .05$

(6) 선호 꼬리 디자인

조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 꼬리 디자인의 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 [표 20]과 같다. 연령대가 50대 이상인 경우 꼬리 살짝 길게라고 응답한 비율이 57.9%로 가장 높았고, 30대는 39.1%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($\chi^2=18.475$, $p<.05$), 거주 지역이 경기인 경우 꼬리 살짝 길게라고 응답한 비율이 60.6%로 가장 높았고, 기타는 40.5%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

결혼 여부가 기혼인 경우 꼬리 살짝 길게라고 응답한 비율이 48.1%로 미혼 45.4%에 비해 높았으나 유의한 차이는 아니었으며, 직업이 공무원인 경우 꼬리 살짝 길게라고 응답한 비율이 71.4%로 가장 높았고, 특수직은 33.3%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 월 평균 수입이 300-400만원 미만인 경우 꼬리 살짝 길게라고 응답한 비율이 61.3%로 가장 높았고, 200만원 미만은 33.3%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

따라서, 연령대에 따라 선호 꼬리 디자인에 유의한 차이가 존재하는 것으로 해석된다.

[표 20] 조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 포리 디자인 차이 ($p < .05$ *)

구분	선호 포리 디자인				χ^2	p
	포리 짧게	포리 살짝 길게	포리 길게	그때그때 다르다		
연령대	20대	7(16.7%)	21(50.0%)	11(26.2%)	3(7.1%)	42(100.0%)
	30대	16(23.2%)	27(39.1%)	9(13.0%)	17(24.6%)	69(100.0%)
	40대	8(16.7%)	24(50.0%)	10(20.8%)	6(12.5%)	48(100.0%)
	50대 이상	7(36.8%)	11(57.9%)	0(0.0%)	1(5.3%)	19(100.0%)
거주 지역	서울	21(20.4%)	46(44.7%)	20(19.4%)	16(15.5%)	103(100.0%)
	경기	5(15.2%)	20(60.6%)	3(9.1%)	5(15.2%)	33(100.0%)
	기타	12(28.6%)	17(40.5%)	7(16.7%)	6(14.3%)	42(100.0%)
	기혼	19(23.5%)	39(48.1%)	12(14.8%)	11(13.6%)	81(100.0%)
결혼 여부	미혼	19(19.6%)	44(45.4%)	18(18.6%)	16(16.5%)	97(100.0%)
	학생	2(50.0%)	2(50.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	4(100.0%)
	회사원	17(21.3%)	33(41.3%)	15(18.8%)	15(18.8%)	80(100.0%)
	주부	7(25.0%)	13(46.4%)	3(10.7%)	5(17.9%)	28(100.0%)
직업	자영업, 서비스업	10(23.3%)	21(48.8%)	7(16.3%)	5(11.6%)	43(100.0%)
	공무원	1(14.3%)	5(71.4%)	1(14.3%)	0(0.0%)	7(100.0%)
	특수직	1(16.7%)	2(33.3%)	3(50.0%)	0(0.0%)	6(100.0%)
	기타	0(0.0%)	7(70.0%)	1(10.0%)	2(20.0%)	10(100.0%)
월 평균 수입	200만원 미만	9(27.3%)	11(33.3%)	6(18.2%)	7(21.2%)	33(100.0%)
	200-300만원 미만	18(23.7%)	35(46.1%)	15(19.7%)	8(10.5%)	76(100.0%)
	300-400만원 미만	5(16.1%)	19(61.3%)	2(6.5%)	5(16.1%)	31(100.0%)
	400-500만원 미만	2(12.5%)	8(50.0%)	3(18.8%)	3(18.8%)	16(100.0%)
	500만원 이상	4(18.2%)	10(45.5%)	4(18.2%)	4(18.2%)	22(100.0%)
전체	38(21.3%)	83(46.6%)	30(16.9%)	27(15.2%)	178(100.0%)	

(7) 선호 속눈썹 펴م 종류

조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 펴م 종류의 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 [표 21]과 같다. 연령대가 20대인 경우 뷰러펴를 선호한다고 응답한 비율이 62.9%로 가장 높았고, 50대 이상은 35.3%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 거주 지역이 서울인 경우 뷰러펴를 선호한다고 응답한 비율이 50.0%로 가장 높았고, 기타는 43.6%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

결혼 여부가 미혼인 경우 뷰러펴를 선호한다고 응답한 비율이 53.7%로 기혼 39.7%에 비해 높았으나 유의한 차이는 아니었으며, 직업이 회사원인 경우 뷰러펴를 선호한다고 응답한 비율이 51.6%로 가장 높았고, 공무원이 20.0%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 월 평균 수입이 200만원 미만인 경우 뷰러펴를 선호한다고 응답한 비율이 54.5%로 가장 높았고, 400-500만원 미만은 21.4%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

따라서, 조사대상자 일반적 특성에 따라 선호 펴م 종류에는 유의한 차이가 없는 것으로 해석된다.

[표 21] 조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 펌 종류 차이 ($p < .05$ *)

구분	선호 펌 종류				전체	χ^2	p
	글루펌	노글루펌	크라운펌	부러펌	영양펌		
연령대	20대	4(11.4%)	4(11.4%)	1(2.9%)	22(62.9%)	4(11.4%)	35(100.0%)
	30대	10(24.4%)	3(7.3%)	0(0.0%)	17(41.5%)	11(26.8%)	41(100.0%)
	40대	8(25.0%)	3(9.4%)	2(6.3%)	14(43.8%)	5(15.6%)	32(100.0%)
	50대 이상	4(23.5%)	0(0.0%)	2(11.8%)	6(35.3%)	5(29.4%)	17(100.0%)
거주 지역	서울	9(16.7%)	4(7.4%)	3(5.6%)	27(50.0%)	11(20.4%)	54(100.0%)
	경기	7(21.9%)	3(9.4%)	1(3.1%)	15(46.9%)	6(18.8%)	32(100.0%)
	기타	10(25.6%)	3(7.7%)	1(2.6%)	17(43.6%)	8(20.5%)	39(100.0%)
	기혼	14(24.1%)	3(5.2%)	4(6.9%)	23(39.7%)	14(24.1%)	58(100.0%)
결혼 여부	미혼	12(17.9%)	7(10.4%)	1(1.5%)	36(53.7%)	11(16.4%)	67(100.0%)
	학생	1(16.7%)	1(16.7%)	0(0.0%)	3(50.0%)	1(16.7%)	6(100.0%)
	회사원	10(15.6%)	5(7.8%)	1(1.6%)	33(51.6%)	15(23.4%)	64(100.0%)
	주부	5(23.8%)	1(4.8%)	1(4.8%)	10(47.6%)	4(19.0%)	21(100.0%)
직업	자영업, 서비스업	7(31.8%)	1(4.5%)	1(4.5%)	9(40.9%)	4(18.2%)	22(100.0%)
	공무원	1(20.0%)	1(20.0%)	1(20.0%)	1(20.0%)	1(20.0%)	5(100.0%)
	특수직	1(33.3%)	0(0.0%)	1(33.3%)	1(33.3%)	0(0.0%)	3(100.0%)
	기타	1(25.0%)	1(25.0%)	0(0.0%)	2(50.0%)	0(0.0%)	4(100.0%)
월 평균 수입	200만원 미만	2(9.1%)	1(4.5%)	1(4.5%)	12(54.5%)	6(27.3%)	22(100.0%)
	200-300만원 미만	7(13.7%)	6(11.8%)	1(2.0%)	26(51.0%)	11(21.6%)	51(100.0%)
	300-400만원 미만	4(17.4%)	1(4.3%)	2(8.7%)	12(52.2%)	4(17.4%)	23(100.0%)
	400-500만원 미만	5(35.7%)	2(14.3%)	1(7.1%)	3(21.4%)	3(21.4%)	14(100.0%)
전체	500만원 이상	8(53.3%)	0(0.0%)	0(0.0%)	6(40.0%)	1(6.7%)	15(100.0%)
	전체	26(20.8%)	10(8.0%)	5(4.0%)	59(47.2%)	25(20.0%)	125(100.0%)

2) 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 속눈썹 관리 디자인 선호도 차이

(1) 눈 형태 특징

조사대상자 일반적 특성에 따른 눈 형태 특징의 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 [표 22]와 같다. 관리 받은 경험이 속눈썹 연장과 펌 둘 다 받아본 경우 쌍꺼풀이 두꺼운 눈이라고 응답한 비율이 40.9%로 가장 높았고, 속눈썹 연장인 경우 23.5%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 관리 받은 이유가 메이크업을 편하게 하기 위해서인 경우 쌍꺼풀이 두꺼운 눈이라고 응답한 비율이 38.8%로 가장 높았고, 중요한 약속이 있어서인 경우는 0.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($\chi^2=31.810$, $p<.05$).

1회 관리 비용이 5만원 이상인 경우 쌍꺼풀이 두꺼운 눈이라고 응답한 비율이 37.7%로 가장 높았고, 5만원 미만인 경우는 29.5%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 샵 방문시 선호 항목이 관리 스킴인 경우 쌍꺼풀이 두꺼운 눈이라고 응답한 비율이 34.3%로 가장 높았고, 시설인 경우는 0.0%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 적절한 관리 주기가 2달에 1회인 경우 쌍꺼풀이 두꺼운 눈이라고 응답한 비율이 33.8%로 가장 높았고, 3주일에 1회인 경우는 20.0%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

따라서, 관리 받은 이유에 따라 눈 형태 특징에는 유의한 차이가 존재하는 것으로 해석된다.

[표 22] 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 눈 형태 특징 차이 ($p<0.05$ *)

구분	눈 형태 특징							χ^2	p
	속눈썹꼴이나 무쌍	눈 길이가 짧은 눈	동그랗고 돌출된 눈	쌍꺼풀이 두꺼운 눈	눈두덩 지방이 많은 눈	눈꼬리가 내려간 눈	눈꼬리가 올라간 눈		
관리 받은 경험	속눈썹 연장	19(22.4%)	10(11.8%)	9(10.6%)	20(23.5%)	13(15.3%)	8(9.4%)	85(100.0%)	
	속눈썹 펴	12(37.5%)	3(9.4%)	0(0.0%)	9(28.1%)	5(15.6%)	1(3.1%)	32(100.0%)	18.342
	속눈썹 연장과 펴 둘 다 받아보았다	12(12.9%)	7(7.5%)	5(5.4%)	38(40.9%)	16(17.2%)	7(7.5%)	93(100.0%)	0.106
관리 받은 이유	메이크업을 편하게 하려고	21(20.4%)	7(6.8%)	7(6.8%)	40(38.8%)	15(14.6%)	6(5.8%)	103(100.0%)	
	기분전환을 위해	5(20.0%)	3(12.0%)	4(16.0%)	5(20.0%)	3(12.0%)	3(12.0%)	25(100.0%)	
	아름다워지기 위해	16(21.1%)	10(13.2%)	3(3.9%)	22(28.9%)	11(14.5%)	7(9.2%)	76(100.0%)	31.810*
중요한 약속이 있어서	5만원 미만	1(16.7%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	5(83.3%)	0(0.0%)	6(100.0%)	
	5만원 이상	29(20.9%)	15(10.8%)	9(6.5%)	41(29.5%)	22(15.8%)	12(8.6%)	139(100.0%)	
	8만원 이상	13(21.3%)	4(6.6%)	4(6.6%)	23(37.7%)	8(13.1%)	4(6.6%)	61(100.0%)	8.164
1회 관리 비용	시절	1(10.0%)	1(10.0%)	1(10.0%)	3(30.0%)	4(40.0%)	0(0.0%)	10(100.0%)	
	서비스	0(0.0%)	0(0.0%)	1(25.0%)	0(0.0%)	1(25.0%)	1(25.0%)	4(100.0%)	
	관리 스킴	2(25.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	1(12.5%)	2(25.0%)	0(0.0%)	8(100.0%)	25.085
샵 방문시 선호 항목	관리 가격	39(21.5%)	18(9.9%)	11(6.1%)	62(34.3%)	27(14.9%)	14(7.7%)	181(100.0%)	
	2주일에 1회	2(11.8%)	2(11.8%)	2(11.8%)	4(23.5%)	4(23.5%)	1(5.9%)	17(100.0%)	
	3주일에 1회	1(12.5%)	2(25.0%)	1(12.5%)	2(25.0%)	2(25.0%)	0(0.0%)	8(100.0%)	
적절한 관리 주기	한 달에 1회	3(15.0%)	4(20.0%)	0(0.0%)	4(20.0%)	5(25.0%)	1(5.0%)	20(100.0%)	
	2달에 1회	26(23.4%)	9(8.1%)	8(7.2%)	37(33.3%)	14(12.6%)	10(9.0%)	111(100.0%)	15.023
	전체	13(18.3%)	5(7.0%)	5(7.0%)	24(33.8%)	13(18.3%)	5(7.0%)	71(100.0%)	0.660
전체	43(20.5%)	20(9.5%)	14(6.7%)	67(31.9%)	34(16.2%)	16(7.6%)	210(100.0%)		

(2) 선호 속눈썹 컬

조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 속눈썹 컬의 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 [표 23]과 같다. 관리 받은 경험이 속눈썹 펴민 경우 C컬이라고 응답한 비율이 59.4%로 가장 높았고, 속눈썹 연장인 경우는 41.2%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($\chi^2=28.442$, $p<.001$), 관리 받은 이유가 기분전환을 위해서인 경우 C컬이라고 응답한 비율이 48.0%로 가장 높았고, 중요한 약속이 있어서인 경우는 16.7%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

1회 관리 비용이 5만원 미만인 경우 C컬이라고 응답한 비율이 47.5%로 가장 높았고, 8만원 이상인 경우는 40.0%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 샵 방문시 선호 항목이 관리 가격인 경우 C컬이라고 응답한 비율이 52.9%로 가장 높았고, 서비스인 경우는 25.0%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 적절한 관리 주기가 2주일에 1회인 경우 C컬이라고 응답한 비율이 62.5%로 가장 높았고, 3주일에 1회인 경우는 35.0%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

따라서, 관리 받은 경험에 따라 선호 속눈썹 컬에는 유의한 차이가 존재하는 것으로 해석된다.

[표 23] 숙박시설 관리 인식 실태에 따른 선호 숙박시설 차이(*** $p < .001$)

구분	선호 숙박시설					χ^2	p
	J컬	JC컬	C컬	CC컬, D컬	L컬		
관리 받은 경험	숙박시설 연장	4(4.7%)	34(40.0%)	35(41.2%)	11(12.9%)	1(1.2%)	85(100.0%)
	숙박시설 평	8(25.0%)	3(9.4%)	19(59.4%)	0(0.0%)	2(6.3%)	32(100.0%)
	숙박시설 연장과 평 둘 다 받아보았다	12(12.9%)	26(28.0%)	44(47.3%)	11(11.8%)	0(0.0%)	93(100.0%)
관리 받은 이유	메이커업을 편하게 하려고	10(9.7%)	33(32.0%)	49(47.6%)	10(9.7%)	1(1.0%)	103(100.0%)
	기본전환을 위해	2(8.0%)	10(40.0%)	12(48.0%)	1(4.0%)	0(0.0%)	25(100.0%)
	아름다워지기 위해	12(15.8%)	17(22.4%)	36(47.4%)	10(13.2%)	1(1.3%)	76(100.0%)
	중요한 약속이 있어서	0(0.0%)	3(50.0%)	1(16.7%)	1(16.7%)	1(16.7%)	6(100.0%)
1회 관리 비용	5만원 미만	19(13.7%)	44(31.7%)	66(47.5%)	8(5.8%)	2(1.4%)	139(100.0%)
	5만원 이상	4(6.6%)	17(27.9%)	28(45.9%)	11(18.0%)	1(1.6%)	61(100.0%)
	8만원 이상	1(10.0%)	2(20.0%)	4(40.0%)	3(30.0%)	0(0.0%)	10(100.0%)
샵 방문시 선호 항목	시설	1(25.0%)	0(0.0%)	2(50.0%)	1(25.0%)	0(0.0%)	4(100.0%)
	서비스	2(25.0%)	4(50.0%)	2(25.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	8(100.0%)
	관리 스킬	18(9.9%)	56(30.9%)	85(47.0%)	20(11.0%)	2(1.1%)	181(100.0%)
	관리 가격	3(17.6%)	3(17.6%)	9(52.9%)	1(5.9%)	1(5.9%)	17(100.0%)
적절한 관리 주기	2주일에 1회	2(25.0%)	1(12.5%)	5(62.5%)	0(0.0%)	0(0.0%)	8(100.0%)
	3주일에 1회	1(5.0%)	6(30.0%)	7(35.0%)	6(30.0%)	0(0.0%)	20(100.0%)
	한 달에 1회	13(11.7%)	35(31.5%)	53(47.7%)	10(9.0%)	0(0.0%)	111(100.0%)
	2달에 1회	8(11.3%)	21(29.6%)	33(46.5%)	6(8.5%)	3(4.2%)	71(100.0%)
	전체	24(11.4%)	63(30.0%)	98(46.7%)	22(10.5%)	3(1.4%)	210(100.0%)

(3) 선호 속눈썹 길이

조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 속눈썹 길이의 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 [표 24]와 같다. 관리 받은 경험이 속눈썹 연장과 펴름 둘 다 받아본 경우 10mm라고 응답한 비율이 28.0%로 속눈썹 연장 27.1%에 비해 높았으나 유의한 차이는 아니었으며, 관리 받은 이유가 메이크업을 편하게 하기 위해서인 경우 10mm라고 응답한 비율이 36.8%로 가장 높았고, 중요한 약속이 있어서인 경우는 0.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($\chi^2=43.182$, $p<.001$).

1회 관리 비용이 8 만 원 이상인 경우 10mm라고 응답한 비율이 50.0%로 가장 높았고, 5 만 원 이상인 경우는 23.6%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 샵 방문 시 선호 항목이 서비스인 경우 10mm라고 응답한 비율이 33.3%로 가장 높았고, 시설인 경우는 0.0%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 적절한 관리 주기가 3주일에 1회인 경우 10mm라고 응답한 비율이 35.0%로 가장 높았고, 2달에 1회인 경우는 23.1%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($\chi^2=28.947$, $p<.05$).

따라서, 관리 받은 이유와 적절한 관리 주기에 따라 선호 속눈썹 길이에 유의한 차이가 존재하는 것으로 해석된다.

[표 24] 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 선호 속눈썹 길이 차이(* $p<.05$, *** $p<.001$)

구분	선호 속눈썹 길이					전체	χ^2	p
	8mm	9mm	10mm	11mm	13mm			
관리 받은 경험	속눈썹 연장	9(10.6%)	13(15.3%)	23(27.1%)	20(23.5%)	15(17.6%)	85(100.0%)	3.804
	속눈썹 연장과 펌 돌 다 받아보았다	16(17.2%)	14(15.1%)	26(28.0%)	24(25.8%)	9(9.7%)	93(100.0%)	
관리 받은 이유	메이크업을 편하게 하려고	4(4.6%)	12(13.8%)	32(36.8%)	25(28.7%)	11(12.6%)	87(100.0%)	43.182***
	기분전환을 위해	6(28.6%)	7(33.3%)	4(19.0%)	3(14.3%)	1(4.8%)	21(100.0%)	
	아름다워지기 위해	15(23.4%)	7(10.9%)	13(20.3%)	13(20.3%)	12(18.8%)	64(100.0%)	
	중요한 약속이 있어서	0(0.0%)	1(16.7%)	0(0.0%)	3(50.0%)	0(0.0%)	6(100.0%)	
1회 관리 비용	5만원 미만	16(14.2%)	16(14.2%)	31(27.4%)	32(28.3%)	15(13.3%)	113(100.0%)	10.020
	5만원 이상	8(14.5%)	11(20.0%)	13(23.6%)	10(18.2%)	8(14.5%)	55(100.0%)	
	8만원 이상	1(10.0%)	0(0.0%)	5(50.0%)	2(20.0%)	1(10.0%)	10(100.0%)	
샵 방문시 선호 항목	시설	1(50.0%)	1(50.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	2(100.0%)	13.826
	서비스	1(16.7%)	0(0.0%)	2(33.3%)	3(50.0%)	0(0.0%)	6(100.0%)	
	관리스킬	22(14.0%)	22(14.0%)	44(28.0%)	37(23.6%)	24(15.3%)	157(100.0%)	
	관리 가격	1(7.7%)	4(30.8%)	3(23.1%)	4(30.8%)	0(0.0%)	13(100.0%)	
	2주일에 1회	4(57.1%)	0(0.0%)	2(28.6%)	1(14.3%)	0(0.0%)	7(100.0%)	
적절한 관리 주기	3주일에 1회	1(5.0%)	1(5.0%)	7(35.0%)	5(25.0%)	4(20.0%)	20(100.0%)	28.947*
	한 달에 1회	8(8.1%)	16(16.2%)	28(28.3%)	31(31.3%)	13(13.1%)	99(100.0%)	
	2달에 1회	12(23.1%)	10(19.2%)	12(23.1%)	7(13.5%)	7(13.5%)	52(100.0%)	
전체		25(14.0%)	27(15.2%)	49(27.5%)	44(24.7%)	24(13.5%)	178(100.0%)	

(4) 선호 속눈썹 굵기

조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 속눈썹 굵기의 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 [표 25]와 같다. 관리 받은 경험이 속눈썹 연장인 경우 0.07mm라고 응답한 비율이 40.0%로 속눈썹 연장과 펴 두다 받아본 경우 29.0%에 비해 높았다. 유의한 차이는 아니었으며, 관리 받은 이유가 기분전환을 위해서인 경우 0.07mm라고 응답한 비율이 42.9%로 가장 높았고, 아름다워지기 위해서인 경우는 31.3%로 가장 낮았으며 유의한 차이는 아니었다.

1회 관리 비용이 5만원 미만인 경우 0.07mm라고 응답한 비율이 38.1%로 가장 높았고, 8만원 이상인 경우는 20.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($\chi^2=30.673$, $p<.001$), 샵 방문시 선호 항목이 관리 가격인 경우 0.07mm라고 응답한 비율이 38.5%로 가장 높았고, 시설인 경우는 0.0%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 적절한 관리 주기가 한 달에 1회인 경우 0.07mm라고 응답한 비율이 38.4%로 가장 높았다. 2주일에 1회인 경우는 14.3%로 가장 낮았으며 유의한 차이는 아니었다.

따라서, 1회 관리 비용에 따라 선호 속눈썹 굵기에는 유의한 차이가 존재하는 것으로 해석된다.

[표 25] 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 선호 속눈썹 굵기 차이(*** $p < .001$)

구분	선호 속눈썹 굵기						전체	χ ²	p	
	0.05mm	0.07mm	0.10mm	0.12mm	0.15mm	0.20mm				
관리 받은 경험	속눈썹 연장	17(20.0%)	34(40.0%)	18(21.2%)	5(5.9%)	6(7.1%)	5(5.9%)	85(100.0%)	3.770	0.583
	속눈썹 연장과 펌 둘 다 받아보았다	16(17.2%)	27(29.0%)	26(28.0%)	9(9.7%)	9(9.7%)	6(6.5%)	93(100.0%)		
관리 받은 이유	메이크업을 편하게 하려고	19(21.8%)	30(34.5%)	16(18.4%)	12(13.8%)	6(6.9%)	4(4.6%)	87(100.0%)	19.468	0.193
	기본전환을 위해	5(23.8%)	9(42.9%)	6(28.6%)	0(0.0%)	0(0.0%)	1(4.8%)	21(100.0%)		
	아름다워지기 위해	8(12.5%)	20(31.3%)	21(32.8%)	2(3.1%)	8(12.5%)	5(7.8%)	64(100.0%)		
	중요한 약속이 있어서	1(16.7%)	2(33.3%)	1(16.7%)	0(0.0%)	1(16.7%)	1(16.7%)	6(100.0%)		
1회 관리 비용	5만원 미만	24(21.2%)	43(38.1%)	30(26.5%)	8(7.1%)	6(5.3%)	2(1.8%)	113(100.0%)	30.673***	0.001
	5만원 이상	8(14.5%)	16(29.1%)	14(25.5%)	3(5.5%)	8(14.5%)	6(10.9%)	55(100.0%)		
	8만원 이상	1(10.0%)	2(20.0%)	0(0.0%)	3(30.0%)	1(10.0%)	3(30.0%)	10(100.0%)		
샵 방문시 선호 항목	시설	1(50.0%)	0(0.0%)	1(50.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	2(100.0%)	10.574	0.782
	서비스	1(16.7%)	2(33.3%)	3(50.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	6(100.0%)		
	관리 스킴	29(18.5%)	54(34.4%)	36(22.9%)	14(8.9%)	15(9.6%)	9(5.7%)	157(100.0%)		
	관리 가격	2(15.4%)	5(38.5%)	4(30.8%)	0(0.0%)	0(0.0%)	2(15.4%)	13(100.0%)		
적절한 관리 주기	2주일에 1회	3(42.9%)	1(14.3%)	2(28.6%)	1(14.3%)	0(0.0%)	0(0.0%)	7(100.0%)	10.382	0.795
	3주일에 1회	4(20.0%)	4(20.0%)	7(35.0%)	2(10.0%)	2(10.0%)	1(5.0%)	20(100.0%)		
	한 달에 1회	15(15.2%)	38(38.4%)	24(24.2%)	7(7.1%)	10(10.1%)	5(5.1%)	99(100.0%)		
	2달에 1회	11(21.2%)	18(34.6%)	11(21.2%)	4(7.7%)	3(5.8%)	5(9.6%)	52(100.0%)		
	전체	33(18.5%)	61(34.3%)	44(24.7%)	14(7.9%)	15(8.4%)	11(6.2%)	178(100.0%)		

(5) 선호 속눈썹 연장 스타일

조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 속눈썹 연장 스타일의 차이를 살펴 보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 [표 26]과 같다. 관리 받은 경험 이 속눈썹 연장과 펌 둘 다 받아본 경우 자연스럽고 풍성한 스타일이라고 응답한 비율이 50.5%로 속눈썹 연장 45.9%에 비해 높았으나 유의한 차이는 아니었으며, 관리 받은 이유가 메이크업을 편하게 하기 위해서인 경우 자연스럽고 풍성한 스타일이라고 응답한 비율이 51.7%로 가장 높았고, 기분전환을 위해서인 경우는 42.9%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

1회 관리 비용이 5만원 미만인 경우 자연스럽고 풍성한 스타일이라고 응답한 비율이 55.8%로 가장 높았고, 5만원 이상인 경우는 34.5%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($\chi^2=34.851$, $p<.001$), 샵 방문시 선호 항목이 관리 가격인 경우 자연스럽고 풍성한 스타일이라고 응답한 비율이 69.2%로 가장 높았고, 시설은 0.0%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 적절한 관리 주기가 한 달에 1회인 경우 자연스럽고 풍성한 스타일이라고 응답한 비율이 54.5%로 가장 높았고, 2달에 1회인 경우는 36.5%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

따라서, 1회 관리 비용에 따라 선호 속눈썹 연장 스타일에는 유의한 차이가 존재하는 것으로 해석된다.

[표 26] 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 선호 속눈썹 연장 스타일 차이(** $p < .001$)

구분	선호 속눈썹 연장 스타일				χ^2	p
	자연스러운 스타일	자연스럽고 풍성한 스타일	풍성한 스타일	매우 풍성하고 매우 진한 스타일		
관리 받은 경험	속눈썹 연장	22(25.9%)	39(45.9%)	17(20.0%)	7(8.2%)	85(100.0%)
	속눈썹 연장과 펄 둘 다 받아보았다	28(30.1%)	47(50.5%)	8(8.6%)	10(10.8%)	93(100.0%)
관리 받은 이유	메이크업을 편하게 하려고	21(24.1%)	45(51.7%)	12(13.8%)	9(10.3%)	87(100.0%)
	기본전환을 위해	9(42.9%)	9(42.9%)	2(9.5%)	1(4.8%)	21(100.0%)
	아름다워지기 위해	19(29.7%)	29(45.3%)	10(15.6%)	6(9.4%)	64(100.0%)
	중요한 약속이 있어서	1(16.7%)	3(50.0%)	1(16.7%)	1(16.7%)	6(100.0%)
관리 비용	5만원 미만	38(33.6%)	63(55.8%)	6(5.3%)	6(5.3%)	113(100.0%)
	5만원 이상	10(18.2%)	19(34.5%)	18(32.7%)	8(14.5%)	55(100.0%)
	8만원 이상	2(20.0%)	4(40.0%)	1(10.0%)	3(30.0%)	10(100.0%)
샵 방문시 선호 항목	시설	2(100.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	2(100.0%)
	서비스	1(16.7%)	3(50.0%)	1(16.7%)	1(16.7%)	6(100.0%)
	관리 스킴	45(28.7%)	74(47.1%)	24(15.3%)	14(8.9%)	157(100.0%)
	관리 가격	2(15.4%)	9(69.2%)	0(0.0%)	2(15.4%)	13(100.0%)
	2주일에 1회	3(42.9%)	3(42.9%)	1(14.3%)	0(0.0%)	7(100.0%)
적절한 관리 주기	3주일에 1회	5(25.0%)	10(50.0%)	3(15.0%)	2(10.0%)	20(100.0%)
	한 달에 1회	23(23.2%)	54(54.5%)	12(12.1%)	10(10.1%)	99(100.0%)
	2달에 1회	19(36.5%)	19(36.5%)	9(17.3%)	5(9.6%)	52(100.0%)
전체		50(28.1%)	86(48.3%)	25(14.0%)	17(9.6%)	178(100.0%)

(6) 선호 꼬리 디자인

조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 꼬리 디자인의 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 [표 27]과 같다. 관리 받은 경험이 속눈썹 연장인 경우 꼬리 살짝 길게라고 응답한 비율이 48.2%로 속눈썹 연장과 펴름 둘 다 받아본 경우 45.2%에 비해 높았으나 유의한 차이는 아니었으며, 관리 받은 이유가 중요한 약속이 있어서인 경우 꼬리 살짝 길게라고 응답한 비율이 50.0%로 가장 높았고, 기분전환을 위해서가 42.9%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

1회 관리 비용이 5만원 미만인 경우 꼬리 살짝 길게라고 응답한 비율이 48.7%로 가장 높았고, 8만원 이상은 40.0%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 샵 방문시 선호 항목이 서비스인 경우 꼬리 살짝 길게라고 응답한 비율이 50.0%로 가장 높았고, 시설은 0.0%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 적절한 관리 주기가 2달에 1회인 경우 꼬리 살짝 길게라고 응답한 비율이 51.9%로 가장 높았고, 2주일에 1회인 경우는 28.6%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

따라서, 조사대상자 일반적 특성에 따라 선호 꼬리 디자인에는 유의한 차이가 없는 것으로 해석된다.

[표 27] 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 선호 꼬리 디자인 차이

구분	선호 꼬리 디자인				χ^2	p
	꼬리 짧게	꼬리 살짝 길게	꼬리 길게	그때그때 다르다		
관리 받은 경험	속눈썹 연장	21(24.7%)	41(48.2%)	12(14.1%)	11(12.9%)	85(100.0%)
	속눈썹 연장과 폼 돌 다 받아보았다	17(18.3%)	42(45.2%)	18(19.4%)	16(17.2%)	93(100.0%)
관리 받은 이유	메이크업을 편하게 하려고	16(18.4%)	43(49.4%)	13(14.9%)	15(17.2%)	87(100.0%)
	기분전환을 위해	7(33.3%)	9(42.9%)	1(4.8%)	4(19.0%)	21(100.0%)
	아름다워지기 위해	14(21.9%)	28(43.8%)	15(23.4%)	7(10.9%)	64(100.0%)
	중요한 약속이 있어서	1(16.7%)	3(50.0%)	1(16.7%)	1(16.7%)	6(100.0%)
	5만원 미만	25(22.1%)	55(48.7%)	15(13.3%)	18(15.9%)	113(100.0%)
1회 관리 비용	5만원 이상	12(21.8%)	24(43.6%)	13(23.6%)	6(10.9%)	55(100.0%)
	8만원 이상	1(10.0%)	4(40.0%)	2(20.0%)	3(30.0%)	10(100.0%)
	시설	2(100.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	2(100.0%)
샵 방문시 선호 항목	서비스	0(0.0%)	3(50.0%)	1(16.7%)	2(33.3%)	6(100.0%)
	관리 스킬	35(22.3%)	74(47.1%)	27(17.2%)	21(13.4%)	157(100.0%)
	관리 가격	1(7.7%)	6(46.2%)	2(15.4%)	4(30.8%)	13(100.0%)
적절한 관리 주기	2주일에 1회	2(28.6%)	2(28.6%)	1(14.3%)	2(28.6%)	7(100.0%)
	3주일에 1회	2(10.0%)	10(50.0%)	6(30.0%)	2(10.0%)	20(100.0%)
	한 달에 1회	23(23.2%)	44(44.4%)	17(17.2%)	15(15.2%)	99(100.0%)
	2달에 1회	11(21.2%)	27(51.9%)	6(11.5%)	8(15.4%)	52(100.0%)
전체		38(21.3%)	83(46.6%)	30(16.9%)	27(15.2%)	178(100.0%)

(7) 선호 펴 종류

조사대상자 일반적 특성에 따른 선호 펴 종류의 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 [표 28]과 같다. 관리 받은 경험이 속눈썹 연장과 펴 둘 다 받아본 경우 뷰러펴이라고 응답한 비율이 50.5%로 속눈썹 연장 37.5%에 비해 높았으나 유의한 차이는 아니었으며, 관리 받은 이유가 메이크업을 편하게 하기 위해서인 경우 뷰러펴이라고 응답한 비율이 53.1%로 가장 높았고, 아름다워지기 위해서가 40.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($\chi^2=31.710$, $p<.01$).

1회 관리 비용이 5만원 미만인 경우 뷰러펴이라고 응답한 비율이 49.4%로 가장 높았고, 8만원 이상은 25.0%로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며 ($\chi^2=21.104$, $p<.01$), 샵 방문시 선호 항목이 서비스인 경우 뷰러펴이라고 응답한 비율이 66.7%로 가장 높았고, 관리 가격인 경우는 36.4%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 적절한 관리 주기가 2달에 1회인 경우 뷰러펴이라고 응답한 비율이 51.1%로 가장 높았고, 3주일에 1회인 경우는 20.0%로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

따라서, 관리 받은 이유와 1회 관리 비용에 따라 선호 펴 종류에는 유의한 차이가 존재하는 것으로 해석된다.

[표 28] 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 선호 펌 종류 차이(* $p<.01$)

구분	선호 펌 종류				전체	χ^2	p
	그룹	노클루펌	크라운펌	부러펌	영양펌		
관리 받은 경험	속눈썹 연장	7(21.9%)	3(9.4%)	0(0.0%)	12(37.5%)	10(31.3%)	32(100.0%)
	속눈썹 연장과 펌 둘 다 받아보았다	19(20.4%)	7(7.5%)	5(5.4%)	47(50.5%)	15(16.1%)	93(100.0%)
관리 받은 이유	메이크업을 편하게 하려고	9(14.1%)	4(6.3%)	2(3.1%)	34(53.1%)	15(23.4%)	64(100.0%)
	기분전환을 위해	1(11.1%)	2(22.2%)	2(22.2%)	4(44.4%)	0(0.0%)	9(100.0%)
	아름다워지기 위해	16(32.0%)	4(8.0%)	0(0.0%)	20(40.0%)	10(20.0%)	50(100.0%)
	중요한 약속이 있어서	0(0.0%)	0(0.0%)	1(50.0%)	1(50.0%)	0(0.0%)	2(100.0%)
	5만원 미만	12(13.8%)	8(9.2%)	3(3.4%)	43(49.4%)	21(24.1%)	87(100.0%)
1회 관리 비용	5만원 이상	11(36.7%)	2(6.7%)	0(0.0%)	14(46.7%)	3(10.0%)	30(100.0%)
	8만원 이상	3(37.5%)	0(0.0%)	2(25.0%)	2(25.0%)	1(12.5%)	8(100.0%)
	시설	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	1(50.0%)	1(50.0%)	2(100.0%)
샵 방문시 선호 항목	서비스	0(0.0%)	1(16.7%)	0(0.0%)	4(66.7%)	1(16.7%)	6(100.0%)
	관리 스킬	25(23.6%)	9(8.5%)	5(4.7%)	50(47.2%)	17(16.0%)	106(100.0%)
	관리 가격	1(9.1%)	0(0.0%)	0(0.0%)	4(36.4%)	6(54.5%)	11(100.0%)
적절한 관리 주기	2주일에 1회	2(33.3%)	1(16.7%)	0(0.0%)	2(33.3%)	1(16.7%)	6(100.0%)
	3주일에 1회	5(50.0%)	0(0.0%)	1(10.0%)	2(20.0%)	2(20.0%)	10(100.0%)
	한 달에 1회	9(14.5%)	5(8.1%)	2(3.2%)	31(50.0%)	15(24.2%)	62(100.0%)
	2달에 1회	10(21.3%)	4(8.5%)	2(4.3%)	24(51.1%)	7(14.9%)	47(100.0%)
	전체	26(20.8%)	10(8.0%)	5(4.0%)	59(47.2%)	25(20.0%)	125(100.0%)

3) 눈 형태 특징에 따른 속눈썹 관리 디자인 선호도 차이

눈 형태 특징에 따른 속눈썹 관리 디자인 선호도의 차이를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시한 결과는 [표 29]와 같다. 눈 형태 특징이 눈 길이가 짧은 눈인 경우 선호하는 속눈썹 곁이 JC곁이라고 응답한 비율이 45.0%로 가장 높았고, 눈꼬리가 내려간 눈인 경우 CC곁, D곁을 선호하는 비율이 68.8%로 가장 높았으나 유의한 차이는 아니었으며, 눈 형태 특징이 동그랗고 돌출된 눈인 경우 선호하는 속눈썹 길이가 10mm라고 응답한 비율이 57.1%로 가장 높았고, 눈꼬리가 내려간 눈인 경우 9mm라고 응답한 비율이 26.7%로 가장 높았으나 유의한 차이는 아니었다.

눈 형태 특징이 동그랗고 돌출된 눈인 경우 선호하는 속눈썹 굵기가 0.10mm라고 응답한 비율이 50.0%로 가장 높았고, 눈꼬리가 내려간 눈인 경우 0.07mm라고 응답한 비율이 53.3%로 가장 높았으나 유의한 차이는 아니었으며, 눈 형태 특징이 눈 길이가 짧은 눈인 경우 선호하는 속눈썹 연장 스타일이 자연스럽고 풍성한 스타일이라고 응답한 비율이 64.7%로 가장 높았고, 눈두덩이 지방이 많은 눈인 경우 풍성한 스타일을 선호한다고 응답한 비율이 24.1%로 가장 높았으나 유의한 차이는 아니었다. 눈 형태 특징이 속쌍꺼풀이나 무쌍인 경우 선호하는 꼬리 디자인이 꼬리 짧게라고 응답한 비율이 32.3%로 가장 높았고, 눈 길이가 짧은 눈인 경우 꼬리 길게라고 응답한 비율이 29.4%로 가장 높았으나 유의한 차이는 아니었으며, 눈 형태 특징이 눈 길이가 짧은 눈인 경우 선호하는 펌 종류가 글루펌이라고 응답한 비율이 50.0%로 가장 높았고, 눈꼬리가 내려간 눈인 경우 뷰러펌을 선호한다고 응답한 비율이 62.5%로 가장 높았으나 유의한 차이는 아니었다.

따라서, 눈 형태 특징에 따라 속눈썹 관리 디자인 선호도에 유의한 차이가 없는 것으로 해석된다.

[표 29] 눈 형태 특징에 따른 속눈썹 관리 디자인 선호도 차이

구분	눈 형태 특징							χ^2	전체	p
	속썩꺼풀이나 무쌍	눈 길이가 짧은 눈	동그랗고 돌출된 눈	썩꺼풀이 두꺼운 눈	눈두덩 지방이 많은 눈	눈꼬리가 내려간 눈	눈꼬리가 올라간 눈			
선호 속눈썹 컬	J컬	7(16.3%)	2(10.0%)	3(21.4%)	7(10.4%)	4(11.8%)	1(6.3%)	0(0.0%)	24(11.4%)	
	JC컬	8(18.6%)	9(45.0%)	4(28.6%)	20(29.9%)	12(35.3%)	4(25.0%)	6(37.5%)	63(30.0%)	
	C컬	26(60.5%)	8(40.0%)	6(42.9%)	27(40.3%)	12(35.3%)	11(68.8%)	8(50.0%)	98(46.7%)	0.086
	CC컬, D컬	1(2.3%)	0(0.0%)	1(7.1%)	13(19.4%)	6(17.6%)	0(0.0%)	1(6.3%)	22(10.5%)	
	L컬	1(2.3%)	1(5.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)	1(6.3%)	3(1.4%)	
	8mm	8(25.8%)	1(5.9%)	2(14.3%)	4(6.9%)	5(17.2%)	3(20.0%)	2(14.3%)	25(14.0%)	
선호 속눈썹 길이	9mm	3(9.7%)	1(5.9%)	2(14.3%)	12(20.7%)	4(13.8%)	4(26.7%)	1(7.1%)	27(15.2%)	
	10mm	10(32.3%)	5(29.4%)	8(57.1%)	15(25.9%)	3(10.3%)	3(20.0%)	5(35.7%)	49(27.5%)	32.536
	11mm	7(22.6%)	6(35.3%)	0(0.0%)	13(22.4%)	10(34.5%)	4(26.7%)	4(28.6%)	44(24.7%)	0.343
	12mm	2(6.5%)	2(11.8%)	2(14.3%)	10(17.2%)	5(17.2%)	1(6.7%)	2(14.3%)	24(13.5%)	
	13mm	1(3.2%)	2(11.8%)	0(0.0%)	4(6.9%)	2(6.9%)	0(0.0%)	0(0.0%)	9(5.1%)	
	0.05mm	8(25.8%)	3(17.6%)	0(0.0%)	8(13.8%)	7(24.1%)	4(26.7%)	3(21.4%)	33(18.5%)	
선호 속눈썹 굵기	0.07mm	14(45.2%)	2(11.8%)	6(42.9%)	18(31.0%)	9(31.0%)	8(53.3%)	4(28.6%)	61(34.3%)	
	0.10mm	6(19.4%)	6(35.3%)	7(50.0%)	14(24.1%)	6(20.7%)	2(13.3%)	3(21.4%)	44(24.7%)	38.862
	0.12mm	0(0.0%)	4(23.5%)	0(0.0%)	5(8.6%)	4(13.8%)	0(0.0%)	1(7.1%)	14(7.9%)	0.129
	0.15mm	2(6.5%)	1(5.9%)	1(7.1%)	5(8.6%)	3(10.3%)	1(6.7%)	2(14.3%)	15(8.4%)	
	0.20mm	1(3.2%)	1(5.9%)	0(0.0%)	8(13.8%)	0(0.0%)	0(0.0%)	1(7.1%)	11(6.2%)	

구분	눈 형태 특징							χ^2	전체	P
	속쌍꺼풀이나 무쌍	눈 길이가 짧은 눈	동그랗고 돌출된 눈	쌍꺼풀이 두꺼운 눈	눈두덩 지방이 많은 눈	눈꼬리가 내려간 눈	눈꼬리가 올라간 눈			
자연스러운 스타일	13(41.9%)	1(5.9%)	4(28.6%)	14(24.1%)	9(31.0%)	6(40.0%)	3(21.4%)	50(28.1%)		
자연스럽고 풍성한 스타일	15(48.4%)	11(64.7%)	8(57.1%)	27(46.6%)	11(37.9%)	8(53.3%)	6(42.9%)	86(48.3%)		
선호 속눈썹 연장 스타일	1(3.2%)	4(23.5%)	1(7.1%)	8(13.8%)	7(24.1%)	1(6.7%)	3(21.4%)	25(14.0%)	20.664	0.297
매우 풍성하고 매우 진한 스타일	2(6.5%)	1(5.9%)	1(7.1%)	9(15.5%)	2(6.9%)	0(0.0%)	2(14.3%)	17(9.6%)		
포리 짧게	10(32.3%)	5(29.4%)	3(21.4%)	11(19.0%)	5(17.2%)	3(20.0%)	1(7.1%)	38(21.3%)		
선호 포리 살짝 길게	13(41.9%)	6(35.3%)	7(50.0%)	25(43.1%)	17(58.6%)	8(53.3%)	7(50.0%)	83(46.6%)	21.509	0.255
포리 디자인	3(9.7%)	5(29.4%)	0(0.0%)	15(25.9%)	1(3.4%)	2(13.3%)	4(28.6%)	30(16.9%)		
그때그때 다르다	5(16.1%)	1(5.9%)	4(28.6%)	7(12.1%)	6(20.7%)	2(13.3%)	2(14.3%)	27(15.2%)		
글루폼	6(25.0%)	5(50.0%)	2(40.0%)	9(19.1%)	2(9.5%)	1(12.5%)	1(10.0%)	26(20.8%)		
노글루폼	3(12.5%)	0(0.0%)	0(0.0%)	3(6.4%)	3(14.3%)	1(12.5%)	0(0.0%)	10(8.0%)		
선호 폼 종류	0(0.0%)	0(0.0%)	1(20.0%)	2(4.3%)	1(4.8%)	1(12.5%)	0(0.0%)	5(4.0%)	24.747	0.420
크라온폼	8(33.3%)	4(40.0%)	1(20.0%)	25(53.2%)	10(47.6%)	5(62.5%)	6(60.0%)	59(47.2%)		
부러폼	7(29.2%)	1(10.0%)	1(20.0%)	8(17.0%)	5(23.8%)	0(0.0%)	3(30.0%)	25(20.0%)		
영양폼	24(100.0%)	10(100.0%)	5(100.0%)	47(100.0%)	21(100.0%)	8(100.0%)	10(100.0%)	125(100.0%)		
전체										

3. 조사대상자 특성과 속눈썹 관리 인식 실태, 속눈썹 관리 디자인 선호도에 따른 속눈썹 관리 만족도 차이

1) 조사대상자 일반적 특성에 따른 속눈썹 관리 만족도 차이

조사대상자 일반적 특성에 따른 속눈썹 관리 만족도의 차이를 살펴보기 위해 독립표본 t-검정과 일원배치 분산분석(ANOVA)을 실시한 결과는 [표 30]과 같다. 관리 만족도 결과를 살펴보면, 성별에서 30대는 평균 4.37(SD=.68)점으로 가장 높았고, 50대 이상은 3.87(SD=.52)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($F=5.291$, $p<.01$), 거주 지역이 서울인 경우 4.40(SD=.65)점으로 가장 높았고, 경기도는 3.98(SD=.75)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($F=9.301$, $p<.001$).

결혼 여부가 미혼인 경우 평균 4.29(SD=.73)점으로 기혼 4.12(SD=.67)점에 비해 높았으나 유의한 차이는 아니었으며, 직업이 특수직인 경우 4.57(SD=.57)점으로 가장 높았고, 주부는 3.98(SD=.67)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 월 평균 수입이 500만원 이상인 경우는 4.39(SD=.73)점으로 가장 높았고, 400~500만원 미만은 3.95(SD=.66)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

다음으로 서비스 만족도 결과를 살펴보면, 성별에서 20대는 평균 4.21(SD=.81)점으로 가장 높았고, 50대 이상은 3.81(SD=.63)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 거주 지역이 서울인 경우 4.23(SD=.83)점으로 가장 높았고, 경기도는 3.79(SD=.90)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($F=4.635$, $p<.05$).

결혼 여부가 미혼인 경우 평균 4.11(SD=.91)점으로 기혼 4.06(SD=.79)점에 비해 높았으나 유의한 차이는 아니었으며, 직업이 특수직인 경우 4.38(SD=.80)점으로 가장 높았고, 주부는 3.82(SD=.80)점으로 가장 낮았

나 유의한 차이는 아니었으며, 월 평균 수입이 200-300만원 미만인 경우는 4.25(SD=.83)점으로 가장 높았고, 400-500만원 미만은 3.83(SD=.67)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

또한, 속눈썹 관리 만족도 전체 결과를 살펴보면, 성별에서 20대는 평균 4.28(SD=.68)점으로 가장 높았고, 50대 이상은 3.85(SD=.52)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($F=3.537$, $p<.05$), 거주 지역이 서울인 경우 4.32(SD=.68)점으로 가장 높았고, 경기도는 3.89(SD=.76)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($F=7.475$, $p<.001$).

결혼 여부가 미혼인 경우 평균 4.21(SD=.75)점으로 기혼 4.09(SD=.69)점에 비해 높았으나 유의한 차이는 아니었으며, 직업이 특수직인 경우 4.48(SD=.67)점으로 가장 높았고, 주부는 3.91(SD=.68)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 월 평균 수입이 500만원 이상인 경우는 4.32(SD=.72)점으로 가장 높았고, 400-500만원 미만은 3.89(SD=.63)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($F=2.431$, $p<.05$).

[표 30] 조사대상자 특성에 따른 속눈썹 관리 만족도 차이(* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$)

구분	N	관리			서비스			전체		
		M±SD	t/F	p	M±SD	t/F	p	M±SD	t/F	p
연령대	20대 ^a	4.33±0.68			4.21±0.81			4.28±0.68		
	30대 ^b	4.37±0.68	5.291 ^{**}		4.15±0.85			4.27±0.70	3.537 [*]	
	40대 ^c	4.03±0.75	(d<a.b)	0.002	4.00±0.98		1.605	4.02±0.83	(d<a.b)	0.016
	50대 이상 ^d	3.87±0.52			3.81±0.63			3.85±0.52		
거주 지역	서울 ^a	4.40±0.65			4.23±0.83			4.32±0.68		
	경기 ^b	3.98±0.75	9.301 ^{***}		3.79±0.90		4.635 [*]	3.89±0.76	7.475 ^{***}	0.001
	기타 ^c	4.00±0.69	(b,c<a)	0.000	4.00±0.80		(b<a)	4.00±0.70	(b<a)	
결혼 여부	기혼	4.12±0.67	-1.681	0.094	4.06±0.79		-0.432	4.09±0.69	-1.132	0.259
	미혼	4.29±0.73			4.11±0.91			4.21±0.75		
	학생	4.20±0.81			4.19±0.72			4.19±0.71		
	회사원	4.21±0.69			4.06±0.85			4.14±0.71		
직업	주부	3.98±0.67			3.82±0.80			3.91±0.68		
	자영업, 서비스업	4.40±0.63	1.514	0.175	4.28±0.88		1.143	4.34±0.68	1.431	0.204
	공무원	4.10±1.00			4.22±0.91			4.15±0.95		
	특수직	4.57±0.57			4.38±0.80			4.48±0.67		
	기타	4.06±0.90			4.10±0.97			4.08±0.90		
	200만원 미만 ^a	4.13±0.64			3.98±0.85			4.06±0.71		
월 평균 수입	200-300만원 미만 ^b	4.31±0.73			4.25±0.83			4.28±0.73		
	300-400만원 미만 ^c	4.09±0.68	2.020	0.093	3.85±0.93		2.359	3.98±0.72	2.431 [*]	0.049
	400-500만원 미만 ^d	3.95±0.66			3.83±0.67			3.89±0.63	(d<b,e)	
	500만원 이상 ^e	4.39±0.73			4.24±0.88			4.32±0.72		

2) 속눈썹 관리 인식 실태에 따른 속눈썹 관리 만족도 차이

속눈썹 관리 인식 실태에 따른 속눈썹 관리 만족도의 차이를 살펴보기 위해 독립표본 t-검정과 일원배치 분산분석(ANOVA)을 실시한 결과는 [표 31]과 같다. 관리 만족도 결과를 살펴보면, 관리 받은 경험이 속눈썹 연장인 경우 평균 4.35(SD=.66)점으로 가장 높았고, 속눈썹 펴민 경우는 3.68(SD=.60)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($F=12.357$, $p<.001$), 관리 받은 이유가 중요한 약속이 있어서인 경우 4.47(SD=.73)점으로 가장 높았고, 기분전환을 위해서가 3.80(SD=.73)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($F=4.568$, $p<.01$).

1회 관리 비용이 8만원 이상인 경우 평균 4.34(SD=.74)점으로 가장 높았고, 5만원 미만인 경우는 4.16(SD=.67)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 샵 방문시 선호 항목이 관리 스킨인 경우 4.26(SD=.71)점으로 가장 높았고, 시설은 3.75(SD=.64)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 적절한 관리 주기가 3주일에 1회인 경우 4.67(SD=.54)점으로 가장 높았고, 2주일에 1회인 경우는 3.95(SD=.72)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($F=7.027$, $p<.001$).

다음으로 서비스 만족도 결과를 살펴보면, 관리 받은 경험이 속눈썹 연장인 경우 평균 4.22(SD=.85)점으로 가장 높았고, 속눈썹 펴민 경우는 3.53(SD=.69)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($F=8.656$, $p<.001$), 관리 받은 이유가 중요한 약속이 있어서인 경우 4.25(SD=1.16)점으로 가장 높았고, 기분전환을 위해서가 3.71(SD=.93)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

1회 관리 비용이 8만원 이상인 경우 평균 4.25(SD=1.05)점으로 가장 높았고, 5만원 미만인 경우는 4.02(SD=.82)점으로 가장 낮았으나 유의한 차

이는 아니었으며, 샵 방문시 선호 항목이 관리 스킬인 경우 4.14(SD=.86)점으로 가장 높았고, 관리 가격은 3.68(SD=.83)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 적절한 관리 주기가 3주일에 1회인 경우 4.66(SD=.73)점으로 가장 높았고, 2주일에 1회인 경우는 3.81(SD=.75)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($F=5.570$, $p<.001$).

또한, 속눈썹 관리 만족도 전체 결과를 살펴보면, 관리 받은 경험이 속눈썹 연장인 경우 평균 4.29(SD=.70)점으로 가장 높았고, 속눈썹 펴는 경우는 3.61(SD=.55)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($F=12.021$, $p<.001$), 관리 받은 이유가 중요한 약속이 있어서인 경우 4.37(SD=.91)점으로 가장 높았고, 기분전환을 위해서가 3.76(SD=.77)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($F=3.476$, $p<.05$).

1회 관리 비용이 8만원 이상인 경우 평균 4.30(SD=.85)점으로 가장 높았고, 5만원 미만인 경우는 4.10(SD=.69)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 샵 방문시 선호 항목이 관리 스킬인 경우 4.21(SD=.73)점으로 가장 높았고, 시설은 3.75(SD=.29)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 적절한 관리 주기가 3주일에 1회인 경우 4.67(SD=.61)점으로 가장 높았고, 2주일에 1회인 경우는 3.89(SD=.66)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($F=7.186$, $p<.001$).

[표 31] 숙눈썹 관리 인식 실태에 따른 숙눈썹 관리 만족도 차이 (** $p<.01$, *** $p<.001$)

구분	N	관리			서비스			전체		
		M±SD	t/F	p	M±SD	t/F	p	M±SD	t/F	p
관리 받은 경험	숙눈썹 연장 ^a	85	4.35±0.66		4.22±0.85			4.29±0.70		
	숙눈썹 펌 ^b	32	3.68±0.60	12.357*** (b<a)	3.53±0.69	8.656*** (b<a)	0.000	3.61±0.55	12.021*** (b<a)	0.000
	숙눈썹 연장과 펌 둘 다 받아보았다 ^c	93	4.27±0.70		4.16±0.84			4.22±0.72		
관리 받은 이유	메이크업을 편하게 하려고 ^a	103	4.34±0.65		4.16±0.82			4.26±0.67		
	기분전환을 위해 ^b	25	3.80±0.73	4.568** (b<d)	3.71±0.93	1.949	0.123	3.76±0.77	3.476* (b<d)	0.017
	아름다워지기 위해 ^c	76	4.15±0.72		4.10±0.84			4.13±0.73		
	중요한 약속이 있어서 ^d	6	4.47±0.73		4.25±1.16			4.37±0.91		
1회 관리 비용	5만원 미만	139	4.16±0.67		4.02±0.82			4.10±0.69		
	5만원 이상	61	4.31±0.76	1.158	4.20±0.89	1.172	0.312	4.26±0.76	1.327	0.268
	8만원 이상	10	4.34±0.74		4.25±1.05			4.30±0.85		
샵 방문시 선호 항목	시설	4	3.75±0.64		3.75±0.35			3.75±0.29		
	서비스	8	4.18±0.81		3.91±0.80			4.06±0.69		
	관리 스킬	181	4.26±0.71	2.609	4.14±0.86	1.886	0.133	4.21±0.73	2.515	0.059
	관리 가격	17	3.82±0.53		3.68±0.83			3.76±0.61		
적절한 관리 주기	2주일에 1회 ^a	8	3.95±0.72		3.81±0.75			3.89±0.66		
	3주일에 1회 ^b	20	4.67±0.54	7.027*** (a,d<b)	4.66±0.73	5.570*** (a,d<b)	0.001	4.67±0.61	7.186*** (a,d<b)	0.000
	한 달에 1회 ^c	111	4.30±0.65		4.15±0.85			4.23±0.68		
	2달에 1회 ^d	71	3.97±0.75		3.86±0.83			3.92±0.74		

3) 속눈썹 관리 디자인 선호도에 따른 속눈썹 관리 만족도 차이

속눈썹 관리 디자인 선호도에 따른 속눈썹 관리 만족도의 차이를 살펴보기 위해 독립표본 t-검정과 일원배치 분산분석(ANOVA)을 실시한 결과는 [표 32]와 같다. 관리 만족도 결과를 살펴보면, 눈 형태 특징이 눈꼬리가 올라간 눈인 경우 평균 4.31(SD=.68)점으로 가장 높았고, 동그랗고 돌출된 눈은 3.89(SD=.66)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 선호 속눈썹 컬이 CC컬, D컬인 경우 4.75(SD=.55)점으로 가장 높았고, J컬은 3.90(SD=.57)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($F=5.612$, $p<.001$).

선호 속눈썹 길이가 13mm인 경우 평균 4.84(SD=.40)점으로 가장 높았고, 8mm는 3.93(SD=.68)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며 ($F=5.059$, $p<.001$), 선호 속눈썹 굵기가 0.20mm인 경우 4.89(SD=.36)점으로 가장 높았고, 0.05mm는 4.19(SD=.65)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($F=4.001$, $p<.01$).

선호 속눈썹 연장 스타일이 풍성한 스타일인 경우 평균 4.82(SD=.29)점으로 가장 높았고, 자연스러운 스타일은 4.02(SD=.60)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($F=13.372$, $p<.001$), 선호 꼬리 디자인이 꼬리 길게인 경우 4.69(SD=.57)점으로 가장 높았고, 그때그때 다른 경우는 4.12(SD=.61)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($F=4.426$, $p<.01$), 선호 펄 종류가 크라운 펄인 경우 4.32(SD=.66)점으로 가장 높았고, 노글루펄은 3.94(SD=.56)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

다음으로 서비스 만족도 결과를 살펴보면, 눈 형태 특징이 눈 길이가 짧은 눈인 경우 평균 4.26(SD=.87)점으로 가장 높았고, 동그랗고 돌출된 눈은 3.66(SD=.97)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 선호 속눈썹 컬이 CC컬, D컬인 경우 4.65(SD=.59)점으로 가장 높았고, J컬은 3.66(SD=.63)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($F=4.313$, $p<.01$).

선호 속눈썹 길이가 13mm인 경우 평균 4.81(SD=.39)점으로 가장 높았고, 8mm는 3.84(SD=.75)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($F=3.658$, $p<.01$), 선호 속눈썹 굵기가 0.20mm인 경우 4.86(SD=.32)점으로 가장 높았고, 0.05mm는 4.02(SD=.78)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($F=2.423$, $p<.05$).

선호 속눈썹 연장 스타일이 풍성한 스타일인 경우 평균 4.76(SD=.51)점으로 가장 높았고, 자연스러운 스타일은 3.87(SD=.74)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($F=9.410$, $p<.001$), 선호 꼬리 디자인이 꼬리 길게인 경우 4.64(SD=.64)점으로 가장 높았고, 그때그때 다른 경우는 3.92(SD=.84)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($F=4.244$, $p<.01$), 선호 펄 종류가 크라운 펄인 경우 4.45(SD=.72)점으로 가장 높았고, 노글루펄은 3.60(SD=.75)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

또한, 속눈썹 관리 만족도 전체 결과를 살펴보면, 눈 형태 특징이 눈꼬리가 올라간 눈인 경우 평균 4.24(SD=.65)점으로 가장 높았고, 동그랗고 돌출된 눈은 3.79(SD=.77)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 선호 속눈썹 컬이 CC컬, D컬인 경우 4.70(SD=.54)점으로 가장 높았고, J컬은 3.79(SD=.50)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($F=5.594$, $p<.001$).

선호 속눈썹 길이가 13mm인 경우 평균 4.83(SD=.38)점으로 가장 높았고, 8mm는 3.89(SD=.69)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($F=4.937$, $p<.001$), 선호 속눈썹 굵기가 0.20mm인 경우 4.88(SD=.34)점으로 가장 높았고, 0.05mm는 4.11(SD=.68)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다($F=3.497$, $p<.01$).

선호 속눈썹 연장 스타일이 풍성한 스타일인 경우 평균 4.79(SD=.36)점으로 가장 높았고, 자연스러운 스타일은 3.95(SD=.62)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($F=13.047$, $p<.001$), 선호 꼬리 디자인이 꼬리 길게인 경우

4.67(SD=.57)점으로 가장 높았고, 그때그때 다른 경우는 4.03(SD=.68)점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며($F=4.914$, $p<.01$), 선호 펴 종류가 크라운 펴인 경우 4.38(SD=.66)점으로 가장 높았고, 노글루펴은 3.79(SD=.55)점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

[표 32] 속눈썹 관리 디자인 신호도에 따른 속눈썹 관리 만족도 차이(** $p<.01$, *** $p<.001$)

구분	N	관리			서비스			전체	
		M \pm SD	t/F	p	M \pm SD	t/F	p	M \pm SD	t/F p
눈 형태 특징	속쌍꺼풀이나 무쌍	43	4.16 \pm 0.72		4.02 \pm 0.78			4.10 \pm 0.70	
	눈 길이가 짧은 눈	20	4.21 \pm 0.78		4.26 \pm 0.87			4.23 \pm 0.78	
	동그랗고 돌출된 눈	14	3.89 \pm 0.66		3.66 \pm 0.97			3.79 \pm 0.77	
	쌍꺼풀이 두꺼운 눈	67	4.22 \pm 0.70	0.683	4.16 \pm 0.79	0.869	0.518	4.20 \pm 0.69	0.783 0.584
	눈두덩 지방이 많은 눈	34	4.29 \pm 0.74		4.07 \pm 1.00			4.20 \pm 0.81	
	눈꼬리가 내려간 눈	16	4.28 \pm 0.61		4.06 \pm 0.87			4.18 \pm 0.68	
신호 속눈썹 길	눈꼬리가 올라간 눈	16	4.31 \pm 0.68		4.16 \pm 0.83			4.24 \pm 0.65	
	J컬 ^a	24	3.90 \pm 0.57		3.66 \pm 0.63			3.79 \pm 0.50	
	JC컬 ^b	63	4.30 \pm 0.68		4.13 \pm 0.93			4.23 \pm 0.75	
	C컬 ^c	98	4.11 \pm 0.72	5.612 ^{****} (a<d)	4.03 \pm 0.85	4.313 ^{**} (a<d)	0.002	4.07 \pm 0.73	5.594 ^{***} (a<d) 0.000
	CC컬, D컬 ^d	22	4.75 \pm 0.55		4.65 \pm 0.59			4.70 \pm 0.54	
	L컬 ^e	3	4.13 \pm 0.76		4.17 \pm 0.76			4.15 \pm 0.76	
신호 속눈썹 길이	8mm ^a	25	3.93 \pm 0.68		3.84 \pm 0.75			3.89 \pm 0.69	
	9mm ^b	27	4.05 \pm 0.80		3.88 \pm 0.89			3.98 \pm 0.79	
	10mm ^c	49	4.28 \pm 0.64	5.059 ^{***} (a,b<f)	4.15 \pm 0.87	3.658 ^{**} (a,b<f)	0.004	4.22 \pm 0.70	4.937 ^{***} (a,b<f) 0.000
	11mm ^d	44	4.46 \pm 0.61		4.31 \pm 0.84			4.39 \pm 0.63	
	12mm ^e	24	4.56 \pm 0.55		4.50 \pm 0.73			4.53 \pm 0.60	
	13mm ^f	9	4.84 \pm 0.40		4.81 \pm 0.39			4.83 \pm 0.38	

구분	N	관리			서비스			전체		
		M±SD	t/F	p	M±SD	t/F	p	M±SD	t/F	p
선호 속도 굽기	0.05mm ^a	4.19±0.65			4.02±0.78			4.11±0.68		
	0.07mm ^b	4.21±0.69			4.10±0.81			4.16±0.69		
	0.10mm ^c	4.21±0.72	4.001** (a,b,c<f)	0.002	4.11±0.91	2.423* (a<f)	0.038	4.16±0.76	3.497** (a,b,c<f)	0.005
	0.12mm ^d	4.36±0.68			4.36±0.97			4.36±0.77		
	0.15mm ^e	4.77±0.35			4.47±0.85			4.64±0.51		
	0.20mm ^f	4.89±0.36			4.86±0.32			4.88±0.34		
선호 속도 연장 스타일	자연스러운 스타일 ^a	4.02±0.60			3.87±0.74			3.95±0.62		
	자연스럽고 풍성한 스타일 ^b	4.23±0.73			4.11±0.88			4.17±0.75		
	풍성한 스타일 ^c	4.82±0.29	13.372*** (a<c,d)	0.000	4.76±0.51	9.410*** (a<c)	0.000	4.79±0.36	13.047*** (a<c,d)	0.000
	매우 풍성하고 매우 진한 스타일 ^d	4.80±0.35			4.66±0.78			4.74±0.46		
선호 꼬리 디자인	꼬리 짧게 ^a	4.26±0.59			4.10±0.80			4.19±0.63		
	꼬리 살짝 길게 ^b	4.25±0.74	4.426** (d<c)	0.005	4.15±0.88	4.244** (d<c)	0.006	4.20±0.75	4.914** (d<c)	0.003
	꼬리 길게 ^c	4.69±0.57			4.64±0.64			4.67±0.57		
	그때 그때 다르다 ^d	4.12±0.61			3.92±0.84			4.03±0.68		
선호 펄 종류	글루펄	4.17±0.79			4.07±0.91			4.12±0.80		
	노글루펄	3.94±0.56			3.60±0.75			3.79±0.55		
	크라운펄	4.32±0.66	0.314	0.868	4.45±0.72	0.991	0.415	4.38±0.66	0.674	0.611
	부러펄	4.09±0.76			3.97±0.87			4.04±0.75		
	영양펄	4.15±0.64			4.05±0.78			4.11±0.66		

4. 소결

1) 인구 통계학적 특성

인구 통계학적 특성, 연령대, 거주 지역, 결혼 여부, 직업, 월 평균 수입을 알아본 결과, 연령대를 살펴보면, 30대가 74명(35.2%)으로 가장 많았고, 20대는 56명(26.7%), 40대는 53명(25.2%), 50대 이상은 27명(12.9%) 순이었으며, 거주 지역으로는 서울이 113명(53.8%)으로 가장 많았다. 결혼 여부로는 미혼이 112명(53.3%)으로 기혼 98명(46.7%)에 비해 많았고, 직업으로는 회사원이 98명(46.7%)으로 가장 많았으며, 자영업, 서비스업이 44명(21.0%)으로 높았다. 월 평균수입으로는 200-300만원 미만이 88명(41.9%)으로 가장 많았고, 200만원 미만이 40명(19.0%), 300-400만원 미만이 35명(16.7%)으로 조사되었다.

2) 속눈썹 관리 인식 실태

속눈썹 관리 인식 실태를 알아보기 위해 속눈썹 관리 경험, 속눈썹 관리 이유, 속눈썹 관리 비용, 샵 선택 시 가장 선호하는 항목, 속눈썹 관리 주기를 알아본 결과, 속눈썹 관리 경험에서 남지영(2013)의 연구에서 속눈썹 관리를 경험한 응답자는 74.2%이었고, 경험하지 않은 응답자는 25.8%로 조사되었는데³⁵⁾ 본 연구에서는 속눈썹 연장과 펌 둘 다 받아보았다고 응답한 대상자는 93명(44.3%)으로 가장 많았고, 속눈썹 연장이 85명(40.5%), 속눈썹 펌이 32명(15.2%) 순이었다. 속눈썹 관리 이유에서 최윤서(2018)의 연구에서는 아름다워지기 위해(69.3%)가 가장 높은 비율을 보였고 메이크

35) 남지영(2013). 「속눈썹미용 유형에 따른 선호도와 시술만족도가 아이메이크업 이미지 변화에 미치는 영향」. 가천대학교 경영대학원. 석사학위논문. p.25

업을 편하게 하려고(26.7%)가 그 다음 순으로 높은 비율을 보였다³⁶⁾ 본 연구에서는 메이크업을 편하게 하기 위해서가 103명(49.0%)으로 가장 많았고, 아름다워지기 위해서가 76명(36.2%), 기분전환을 위해서가 25명(11.9%), 중요한 약속이 있어서가 6명(2.9%) 순으로 조사되었다.

속눈썹 관리 비용에서 1회 관리 비용을 살펴보면, 남지영(2013)의 연구에서는 속눈썹 미용 적정 1회 지출 비용은 2-3만원 미만이 27.3%로³⁷⁾ 가장 높은데 반해 본 연구에서는 5만원 미만이 139명(66.2%)으로 가장 많았고, 5만 원 이상이 61명(29.0%), 8만 원 이상이 10명(4.8%) 순이었다.

샵 선택 시 가장 선호하는 항목에서 양정희(2015)의 연구에서는 시설이 높게 나타났다. 다음은 관리스킬, 서비스, 그 다음은 관리가격으로 나타났다.³⁸⁾ 본 연구에서는 관리스킬이 181명(86.2%)으로 가장 높았다. 그 다음으로는 관리 가격이 17명(8.1%), 서비스가 8명(3.8%), 시설이 4명(1.9%) 순이었는데 속눈썹 관리 부분에서 샵의 관리 스킬은 굉장히 높은 비율로 나타났다.

속눈썹 관리 주기에서 양정희(2014)의 연구에서는 1년 평균 관리 횟수가 2~3개월 한번 이용하는 것으로 나타났고 최윤서(2018)의 연구에서는 1년 평균 관리 횟수가 5회 미만으로 나타났는데 본 연구에서는 한 달에 1회가 111명(52.9%)으로 가장 많았고, 2달에 1회가 71명(33.8%), 3주일에 1회가 20명(9.5%), 2주일에 1회가 8명(3.8%) 순으로 조사되었다.

36) 최윤서(2018). 「속눈썹 연장술에 따른 눈 이미지 비교 연구, 한성대학교 예술대학원. 석사학위논문. p.36

37) 남지영(2013). 위의 논문. p.56

38) 양정희(2015). 「성격유형에 따른 속눈썹연장 시술의 선호도 연구」. 영산대학교 대학원. 석사학위논문. p.66

3) 조사 대상자 특징과 눈 형태에 따른 속눈썹 관리 디자인 선호도

속눈썹 관리 디자인 선호도를 알아보기 위해 7가지 눈의 형태를 설정하고 각각의 눈마다 선호하는 가모의 컬, 선호하는 가모의 길이, 선호하는 가모의 두께, 선호하는 가모의 밀도, 선호하는 관리의 꼬리 디자인에 대해 알아본 결과, 조사 대상자 특성에서는 선호하는 가모의 길이가 10mm인 대상자는 49명(27.5%)으로 가장 많았고, 선호하는 속눈썹 굵기가 0.07mm인 대상자는 61명(34.3%)으로 가장 많았다. 선호하는 속눈썹 연장 스타일은, 자연스럽고 풍성한 스타일이 86명(48.3%)으로 가장 많았고, 자연스러운 스타일이 50명(28.1%), 풍성한 스타일이 25명(14.0%), 매우 풍성하고 매우 진한 스타일이 17명(9.6%) 순이었으며, 선호하는 꼬리 디자인에 꼬리 살짝 길게인 대상자가 83명(46.6%)으로 가장 많았고, 꼬리 짧게가 38명(21.3%) 순이었다. 선호하는 펌 종류가 뷰러펌인 대상자는 59명(47.2%)으로 가장 많았고, 글루펌이 26명(20.8%), 영양펌이 25명(20.0%), 노글루펌이 10명(8.0%), 크라운펌이 5명(4.0%) 순으로 조사되었다.

눈 형태에 따른 속눈썹 관리 디자인 선호도에서는 쌍꺼풀이 두꺼운 눈이 67명(31.9%)으로 가장 많았고, 속쌍꺼풀이나 무쌍이 43명(20.5%), 눈두덩 지방이 많은 눈이 34명(16.2%), 눈 길이가 짧은 눈이 20명(9.5%), 눈꼬리가 내려간 눈과 눈꼬리가 올라간 눈이 각각 16명(7.6%), 동그랗고 돌출된 눈이 14명(6.7%) 순이었으며, 선호하는 가모의 컬이 C컬인 대상자는 98명(46.7%)으로 가장 많았고, JC컬이 63명(30.0%), J컬이 24명(11.4%), CC컬, D컬이 22명(10.5%), L컬이 3명(1.4%) 순으로 조사되었다.

7가지로 설정된 눈매 형태 중에서 ‘속쌍꺼풀이나 무쌍의 눈’이 선호하는 가모의 컬은 C컬(60.5%)이었고 선호하는 가모의 길이는 10mm(32.3%) 두께는 0.07(45.2%), 선호하는 스타일로는 자연스럽고 풍성한 스타일(48.4%), 자연스러운 스타일(41.9%) 선호하는 꼬리 디자인으로는 꼬리 살짝 길게

(41.9%), 꼬리 짧게(32.3%)로 나타났다. 선호하는 펌의 종류로는 뷰러펌(33.3%)으로 도출되었다.

‘눈 길이가 짧은 눈’이 선호하는 컬은 JC컬(45.0%)이었고 선호하는 길이는 11mm(35.3%), 10mm가 (29.4%), 두께는 0.10(35.3%), 선호하는 스타일로는 자연스럽고 풍성한 스타일(64.7%), 선호하는 꼬리 디자인으로는 꼬리 살짝 길게(35.3%) 선호하는 펌의 종류로는 글루펌(50.0%)로 도출 되었다.

‘둥그랗고 돌출된 눈’이 선호하는 컬은 C컬(42.9%)JC(28.6%)이었고 선호하는 길이는 11mm(57.1%) 두께는 0.07(31.0%), 선호하는 스타일로는 자연스럽고 풍성한 스타일(57.1%), 선호하는 꼬리 디자인으로는 꼬리 살짝 길게(50.0%) 선호하는 펌의 종류로는 글루펌(40.0%)로 도출 되었다.

‘쌍꺼풀이 두꺼운 눈’이 선호하는 컬은C컬(40.3%)이었고 선호하는 길이는 10mm(25.9%) 두께는 0.10(50.0%), 선호하는 스타일로는 자연스럽고 풍성한 스타일(46.6%), 선호하는 꼬리 디자인으로는 꼬리 살짝 길게(50.0%) 선호하는 펌의 종류로는 글루펌(43.1%)로 도출 되었다.

‘눈두덩에 지방이 많은 눈’이 선호하는 컬은 JC컬 (35.3%)이었고 선호하는 길이는 12mm(34.5%) 두께는 0.7(31.0%), 선호하는 스타일로는 자연스럽고 풍성한 스타일(37.9%), 선호하는 꼬리 디자인으로는 꼬리 살짝 길게(58.6%) 선호하는 펌의 종류로는 뷰러펌(47.6%)로 도출 되었다.

‘눈꼬리가 내려간 눈’이 선호하는 컬은 C컬 (68.8%)이었고 선호하는 길이는 9mm(26.7%) 두께는 0.7(53.3%), 선호하는 스타일로는 자연스럽고 풍성한 스타일(53.3%), 선호하는 꼬리 디자인으로는 꼬리 살짝 길게(53.3%) 선호하는 펌의 종류로는 뷰러펌(62.5%)로 도출되었다.

‘눈 꼬리가 올라간 눈’이 선호하는 컬은 JC컬(37.5%)이었고 선호하는 길이는 10mm(35.7%) 두께는 0.10(28.6%), 선호하는 스타일로는 자연스럽고 풍성한 스타일(42.9%), 선호하는 꼬리 디자인으로는 꼬리 살짝 길게 83(46.6%) 선호하는 펌의 종류로는 뷰러펌59(47.2%)로 도출되었다

4) 조사대상자 특성에 따른 속눈썹 관리 만족도와 서비스 만족도

속눈썹 관리 만족도를 알아보기 위해 속눈썹 관리 만족도와 서비스 만족도에 대해 알아본 결과, 속눈썹 관리 만족도 요인에서는 ‘나는 속눈썹 관리를 받길 잘했다고 생각한다.’의 평균이 4.42점으로 가장 높았고, ‘나는 속눈썹 유지력에 대해 만족한다.’는 3.92점으로 가장 낮은 것으로 나타났다.

속눈썹 서비스 요인에서는 ‘나는 앞으로도 계속해서 속눈썹 관리를 받을 예정이다’의 평균이 4.13점으로 가장 높았고, ‘나는 관리 받기 전 충분한 디자인상담 서비스를 제공 받았다’가 3.99점으로 가장 낮은 것으로 나타났다. 속눈썹 관리 만족도 전체 결과를 살펴보면, 성별에서 20대는 평균 4.28점으로 가장 높았고, 50대 이상은 3.85점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며, 거주 지역이 서울인 경우 4.32점으로 가장 높았고, 경기도는 3.89점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다.

5) 조사대상자 눈 형태 특징에 따른 속눈썹 관리 만족도와 속눈썹 관리 서비스 만족도의 차이

조사대상자 눈 형태 특징에 따른 속눈썹 관리 만족도와 속눈썹 관리 서비스 만족도의 차이를 알아본 결과, 속눈썹 연장 관리 만족도 부분에서는 눈 형태 특징이 눈 꼬리가 올라간 눈인 경우 평균 4.31점으로 속눈썹 연장 관리 만족도가 가장 높았고, 동그랗고 돌출된 눈은 3.89점으로 속눈썹 연장 관리 만족도가 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 선호하는 속눈썹 컬이 CC컬, D컬인 경우 4.75점으로 가장 높았고, J컬은 3.90점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다. 선호하는 속눈썹 길이가 13mm인 경우 평균 4.84점으로 속눈썹 연장 관리 만족도가 가장 높았고, 8mm는 3.93점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며, 선호 속눈썹 굵기가 0.20mm인 경우

4.89점으로 속눈썹 연장 관리 만족도가 가장 높았고, 0.05mm는 4.19점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다 선호하는 속눈썹 연장 스타일이 풍성한 스타일인 경우 평균 4.82점으로 속눈썹 연장 관리 만족도가 가장 높았고, 자연스러운 스타일은 4.02점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며, 선호 꼬리 디자인이 꼬리 길게인 경우 4.69점으로 속눈썹 연장 관리 만족도가 가장 높았고, 그때그때 다른 경우는 4.12점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였으며, 선호하는 펄 종류가 크라운 펄인 경우 4.32점으로 속눈썹 펄 관리 만족도가 가장 높았고, 노글루펄은 3.94점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었다.

다음으로 속눈썹 관리 서비스 만족도 결과를 살펴보면, 눈 형태 특징이 눈 길이가 짧은 눈인 경우 평균 4.26점으로 속눈썹 관리 서비스 만족도가 가장 높았고, 동그랗고 돌출된 눈은 3.66점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 선호 속눈썹 컬이 CC컬, D컬인 경우 4.65점으로 가장 높았고, J컬은 3.66점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다

속눈썹 관리 만족도 전체 결과를 살펴보면, 눈 형태 특징이 눈 꼬리가 올라간 눈인 경우 평균 4.24점으로 가장 높았고, 동그랗고 돌출된 눈은 3.79점으로 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 선호 속눈썹 컬이 CC컬, D컬인 경우 4.70점으로 가장 높았고, J컬은 3.79점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다.

V. 결론

1. 연구의 요약 및 결론

속눈썹 관리의 발전은 고객의 니즈에 맞춘 디자인과 선호도에 따라 지속적으로 다양한 재료와 기법들이 탄생하며 고객의 만족도를 높이고 있다. 고객 선호에 있어서도 속눈썹 관리 디자인의 중요도가 부각되고 있는데 이러한 속눈썹 디자인의 소비자 만족도 및 선호도에 관한 연구를 위해 속눈썹 관리를 받는 20~50대 여성을 대상으로 연구를 진행하였다.

본 연구에서 도출된 분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 인구 통계학적 특성, 연령대, 거주 지역, 결혼 여부, 직업, 월 평균 수입을 알아본 결과, 연령대와 거주 지역, 결혼 여부, 직업, 월 평균 수입 모두 선호하는 속눈썹에는 유의한 차이가 나타났으며 인구 통계학적 특성에서는 변인들간 유의한 상관관계가 나타났다.

둘째, 속눈썹 관리 인식 실태를 알아보기 위해 속눈썹관리 경험, 속눈썹 관리 이유, 속눈썹관리 비용, 속눈썹 관리 주기를 알아본 결과, 관리 받은 경험과 관리 받은 이유, 속눈썹 관리 비용과 적절한 속눈썹 관리 주기에서 모두 유의한 차이를 보였으며, 이와 같은 주요 변인들 간에는 밀접한 관련이 있음을 알 수 있었다.

셋째, 속눈썹 관리 디자인 선호도를 알아보기 위해 7가지 눈의 형태를 설정하고 각각의 눈마다 선호하는 가모의 컬, 선호하는 가모의 길이, 선호하는 가모의 두께, 선호하는 가모의 밀도, 선호하는 관리의 꼬리 디자인에 대해 알아본 결과, 눈 형태 특징에 따라 선호하는 속눈썹 컬과 길이, 가모

의 두께, 선호하는 가모의 밀도, 선호하는 관리의 꼬리 디자인에서 모두 유의한 차이는 아니었다. 따라서 눈 형태 특징에 따라 속눈썹 관리 디자인 선호도에 유의한 차이는 없는 것으로 해석되었다.

넷째, 속눈썹 관리 만족도를 알아보기 위해 속눈썹 관리 만족도와 서비스 만족도에 대해 알아본 결과, 속눈썹 관리 요인에서는 ‘나는 속눈썹 관리 받기를 잘했다고 생각한다’의 의견이 가장 높았고, ‘나는 속눈썹 유지력에 대해 만족한다’의 의견이 가장 낮은 것으로 나타났다.

서비스 요인에서는 ‘나는 앞으로도 계속해서 속눈썹 관리를 받을 예정이다’의 의견이 가장 높았고, ‘나는 관리 받기 전 충분한 디자인 상담 서비스를 제공 받았다’의 의견이 가장 낮은 것으로 나타나 속눈썹연장 관리 만족도에서는 속눈썹 관리 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 속눈썹 관리 전 상담 부분이나 속눈썹 관리 후의 유지력 만족도에서 미흡한 만족도의 결과가 나타났다.

다섯째, 조사대상자 눈 형태 특징에 따른 속눈썹 관리 만족도와 속눈썹 관리 서비스 만족도의 차이를 알아본 결과, 속눈썹 연장 관리 만족도 부분에서 선호하는 속눈썹 굵기, 선호하는 꼬리 디자인 모두 유의한 차이는 아니었다. 선호하는 속눈썹 컬과 선호하는 속눈썹 연장 스타일에서는 유의한 차이를 보여 가모의 컬과 연장 스타일에서 변인들 간 만족도 차이를 알아볼 수 있었다.

속눈썹 관리 서비스 만족도 결과를 살펴보면, 눈 형태 특징 길이가 짧은 눈인 경우 속눈썹 관리 서비스 만족도가 가장 높았고, 동그랗고 돌출된 눈이 가장 낮았으나 유의한 차이는 아니었으며, 선호 속눈썹 컬이 CC컬, D컬인 경우 4.65점으로 가장 높았고, J컬은 3.66점으로 가장 낮아 유의한 차이를 보였다. 이는 눈의 형태에 따라 관리 만족도가 달라짐을 알 수 있었고

눈 길이가 짧은 눈과 눈 폭이 좁은 눈과 같이 눈의 형태에 따른 단점을 보완하는 눈일수록 속눈썹 관리 만족도가 증가하는 것을 알 수 있었다.

상기 본 연구에서 진행한 속눈썹 디자인에 따른 소비자 만족도 및 선호도에 관한 연구를 통해 속눈썹 관리 디자인에 대한 이해와 속눈썹 관리기법, 소비자 선호도와 소비자 만족도에 대해 알 수 있었고, 앞으로도 속눈썹 미용 기술의 발전을 도모하기 위해 노력하고 나날이 발전하는 속눈썹 기법과 재료, 디자인을 통한 연구에 많은 노력을 기울여 미용 서비스 연구 및 미용 기술 개발이 이루어져야 할 것이다.

2. 연구의 한계점 및 제언

본 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 선정에 있어 COVID-19로 인해 온라인을 통해서만 설문을 진행하였다. 속눈썹 경험을 받은 여성에 한정하여 편의 추출을 하였으므로 20~50대 학생 및 여성으로 대한민국 여성 전체를 대표하기 어려워 본 연구의 결과와 해석을 일반화하기 어렵다는 한계가 있다.

둘째, 조사대상자가 20~50대 여성을 대상으로 한정되었으며 각 눈매 형태로만 속눈썹 디자인 연구가 진행되어 개인의 얼굴형이나 헤어스타일 Make-up 스타일 등에 따라 본 연구 결과와는 다른 결과가 나타날 수 있다.

셋째, 눈의 형태를 7가지로 한정하여 연구되었기에 눈의 형태가 다양해서 오는 개인 선호도의 차이는 정답을 도출하기 어렵기 때문에 본 연구의 결과는 참고 자료로만 활용될 수 있는 정도이다.

넷째, 본 연구의 설문 문항은 표준화된 측정 도구가 아니기 때문에 연구 대상자에 따라 이해에 차이가 있을 수 있다.

연구결과에 따른 후속 연구의 방향성에 대한 제언은 다음과 같다.

본 연구는 속눈썹 디자인에 따른 소비자 만족도 및 선호도에 관한 연구를 기준으로 이루어졌지만 설문 문항은 컬러, 두께, 길이의 속눈썹 디자인 재료 3요소로 구성된 설문이기에 추가적인 컬러와 속눈썹 모 종류에 대한 결과는 포함하지 않았으므로 향후 가속눈썹의 컬러나 모의 종류 등과 같은

디자인 재료 요소의 폭을 넓힌 디자인 선호도와 만족도에 관한 연구가 필요할 것으로 보인다.

7가지 눈 형태뿐만 아니라 더 다양한 눈의 형태를 추가하여 세부적인 분석이 진행되어야 할 것이며 오른손 활용의 분류에 따른 기법으로 가모를 부착하는 방법에 대한 설명이 미흡하였으므로 후속 연구에서는 오른손 핀셋 활용에 따른 속눈썹 연장 기법 분류에 대한 연구도 필요할 것으로 사료된다.

참고문헌

1) 단행본

- 강주아(2016). 「모발과학」. 구민사.
- 안나현 외(2022). 「K-뷰티메이크업」. 구민사.
- 이재남 외(2017). 「피부과학」. 구민사.

2) 학위논문

- 곽진주(2018). 「뷰티서비스 이용현황과 만족도에 관한 연구: 메디컬 에스테틱 이용자를 중심으로」. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 남지영(2013). 「속눈썹미용 유형에 따른 선호도와 시술만족도가 아이메이크업 이미지 변화에 미치는 영향」. 가천대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 송경미(2013). 「속눈썹 연장이 속눈썹 손상도에 미치는 영향」. 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문.
- 신복희(2013). 「Astragaloside함유 화장품이 눈썹과 속눈썹에 미치는 영향」. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 안소정(2005). 「속눈썹(Eyelashes) 미용이 물체 인식과 시력에 미치는 영향」. 캘리포니아 사우스 배일로 대학교. 석사학위논문.
- 양정희(2015). 「성격유형에 따른 속눈썹연장 시술의 선호도 연구」. 영산대학교 대학원 석사학위논문.
- 양정희(2015). 「성격유형에 따른 속눈썹연장 시술의 선호도 연구」. 영산대학교 미용예술대학원 석사학위논문.

- 유지영(2021). 「여성의 속눈썹 연장 경험에 관한 현상학적 연구」. 명지대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 이강아(2003). 「우리나라 여성의 마스크라 이용 실태에 관한 연구」. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 이경화(2017). 「성인여성의 속눈썹 연장과 일회용 속눈썹실태조사 및 시술 후 만족도 비교 연구」. 영산대학교 미용예술대학원 석사학위논문.
- 이선화(2020). 「속눈썹연장 시술시 글루의 성분분석과 안정성에 관한 연구」. 한서대학교 대학원 박사학위논문.
- 이영남(2018). 「20세기 패션을 반영한 속눈썹 연장 디자인 개발에 대한 연구」. 신라대학교 공공안전정책대학원 석사학위논문.
- 이유영(2021). 「속눈썹 펌(LASHLIFT)에 관한 인식과 선호도 연구」. 영산대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 이정은(2003). 「아이메이크업에 의한 이미지 연출에 관한 연구」. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 조성연(2011). 「한국과 중국 소비자의 소셜커머스 이용 만족도와 재구매 의도에 관한비교 연구」. 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 차로사(2020). 「속눈썹 연장술이 자아존중감 및 심리적 만족감에 미치는 영향」. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 최윤서(2018). 「속눈썹 연장술에 따른 눈 이미지 비교 연구, 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.

3) 학술지

- 설현진 외(2008). 「안전한 모발연장술에 관한 연구: 속눈썹 중심으로」. 한국인체미용예술학회지. 9(1).

송경미, 민경훈(2014). 「속눈썹 연장이 속눈썹 손상도에 미치는 영향과 속눈썹 영양제의 효능」. 대한피부미용학회지. 12(2).

4) 인터넷 검색

<https://ko.dict.naver.com/#/main> 네이버 국어사전(2022.11.10)

<https://www.ashleykennedy.com/blogs/news/who-invented-strip-lashes>(2022.11.10)

<https://www.glamour.com/story/the-one-big-beauty-feature-wom>(2022.11.10)

https://www.instagram.com/joo.a_/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D

부 록

< 설 문 지 > 26문항

안녕하십니까?

저는 중앙대학교 예술대학원 뷰티디자인 전공중인 박선영입니다.

본 조사의 설문은 **(속눈썹 디자인에 따른 이해와 소비자 선호도 및 만족도에 관한 연구)**로써 고객의 입장에서 느끼고 바라 본 속눈썹 관리에 대해 참고 자료를 얻고자 만든 자료입니다.

본 설문은 속눈썹 연장이나 펌을 받아본 경험이 있는 20~50대 여성분들의 답만을 요하는 설문으로 질문에 정해진 정답은 없습니다.

표기하신 내용은 무기명으로 처리됩니다. 속눈썹 관리를 받으면서 느꼈던 부분과 속눈썹 디자인 선호도와 만족도에 대해 답변해 주시면 학문적으로 많은 도움이 될 것입니다.

본 설문은 오직 학문적인 연구를 목적으로만 사용됩니다.

본 설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다.

중앙대학교 예술대학원 미술디자인학과 뷰티디자인 전공

지도교수 : 서 혜 옥

연 구 자 : 박 선 영

I. 일반적 사항 (5 문항)

다음은 일반적 사항에 대한 질문입니다. √로 표시해주세요.

1. 귀하의 연령대는?

- ①20대 ②30대 ③40대 ④50대 이상

2. 귀하의 거주하는 지역은 어디입니까?

- ①부산, 경남 ②대전, 충청 ③서울, 경기 ④기타

3. 귀하의 결혼 여부는?

- ①기혼 ②미혼

4. 귀하의 직업은?

- ①학생 ②회사원 ③주부 ④자영업, 서비스업
⑤공무원 ⑥인플루언서 ⑦특수직 (유튜버, 아나운서, 모델 등)

5. 귀하의 월 평균 수입은?

- ①200만 원 미만 ②200~300만 원 미만
③300~400만 원 미만 ④500만 원 이상

II. 속눈썹 관리 인식 실태 (5 문항)

다음은 속눈썹 관리 인식 실태에 대한 조사입니다. √로 표시해주세요.

1. 귀하는 속눈썹 연장술이나 속눈썹 펌중 어떤 관리를 받아 본 적이 있습니까?

- ① 속눈썹 연장 ②속눈썹 펌 ③속눈썹 연장과 펌 둘 다 받아보았다

2. 귀하가 속눈썹 연장술이나 속눈썹 펌을 받은 이유는 무엇입니까?

- ① 메이크업을 편하게 하려고 ② 기분전환을 위해
③ 아름다워지기 위해 ④ 중요한 약속이 있어서

3. 1회 관리에 드는 비용은 어느 정도가 적당하다고 생각하십니까?

- ① 5만원 미만 ② 5만원 이상 ③ 8만원 이상 ④ 10만원 이상

4. 속눈썹 관리 샵 방문 시 가장 선호하는 항목은 무엇입니까?

- ①시설 ②서비스 ③관리 스킬 ④관리 가격

5. 귀하께서는 평균 속눈썹 관리를 어느 정도 자주 받는 것이 좋다고 생각하십니까?

- ① 1주일에 1회 ② 2주일에 1회 ③ 3주일에 1회

- ④ 한 달에 1회 ⑤ 2 달에 1회

Ⅲ. 속눈썹 관리 디자인 선호도 (7 문항)

속눈썹 관리에 디자인에 대한 선호도입니다. √로 표시해주세요.

1. 귀하의 눈 형태 중에서 가장 큰 특징을 하나만 선택해 주세요.(연장 펌 포함)

- ① 속쌍꺼풀이나 무쌍
② 눈 길이가 짧은 눈
③ 동그랗고 돌출된 눈
④ 쌍꺼풀이 두꺼운 눈
⑤ 눈두덩 지방이 많은 눈
⑥ 눈꼬리가 내려간 눈
⑦ 눈꼬리가 올라간 눈

2. 귀하는 다음 중 어떤 컬의 속눈썹을 좋아하십니까? (연장 펌 포함)

- ① J컬 ② JC컬 ③ C컬 ④ CC컬,D컬 ⑤ L컬

3. 귀하는 다음 중 어떤 길이의 속눈썹을 좋아하십니까? (속눈썹 연장 경험자만)

- ① 8mm ② 9mm ③ 10mm
④ 11mm ⑤ 12mm ⑥ 13mm

4. 귀하는 다음 중 어떤 굵기의 속눈썹을 좋아하십니까? (속눈썹 연장 경험자만)

- ① 0.05mm ② 0.07mm ③ 0.10mm
④ 0.12mm ⑤ 0.15mm ⑥ 0.20mm

5. 귀하가 선호하는 속눈썹 연장 스타일은? (속눈썹 연장 경험자만)

- ①자연스러운 스타일(50%,70% 내추럴 연장)
②자연스럽고 풍성한 스타일(100%,120% 볼륨 연장)
③풍성한 스타일(150%,200% 2D, 더블모연장)
④매우 풍성하고 매우 진한 스타일(200%,300%플랫2D,러시안볼륨)

6. 귀하가 선호하는 속눈썹 연장의 꼬리 디자인은? (속눈썹 연장 경험자만)

- ①꼬리 짧게(부채꼴) ②꼬리 살짝 길게
③꼬리 길게 ④그때그때 다르다

7. 귀하가 선호하는 펌의 종류는?(속눈썹 펌 경험자만)

- ①글루펌 ②노글루펌 ③크라운펌 ④뷰러펌 ⑤영양펌

IV. 속눈썹 관리 만족도 (9문항) 리커트 5점 척도

속눈썹 시술 만족도에 대한 질문입니다.

매우 그렇지 않다/약간 그렇지 않다/보통이다/약간 그렇다/매우 그렇다 의 5가지
답 중에 √로 표시해주세요.

관리 만족도

1. 나는 속눈썹 관리를 받길 잘했다고 생각한다.

(매우 그렇지 않다/약간 그렇지 않다/보통이다/약간 그렇다/매우 그렇다)

2. 나는 속눈썹 관리 디자인에 대해 만족한다.

(매우 그렇지 않다/약간 그렇지 않다/보통이다/약간 그렇다/매우 그렇다)

3. 나는 속눈썹 관리 비용에 대해 만족한다.
(매우 그렇지 않다/약간 그렇지 않다/보통이다/약간 그렇다/매우 그렇다)
4. 나는 속눈썹 유지력에 대해 만족한다.
(매우 그렇지 않다/약간 그렇지 않다/보통이다/약간 그렇다/매우 그렇다)
5. 나는 속눈썹 관리 후 외모의 단점이 보완되어 만족한다.
(매우 그렇지 않다/약간 그렇지 않다/보통이다/약간 그렇다/매우 그렇다)

서비스 만족도

1. 기대한 만큼의 속눈썹 관리 서비스를 제공 받았다
(매우 그렇지 않다/약간 그렇지 않다/보통이다/약간 그렇다/매우 그렇다)
2. 나는 관리 받기 전 충분한 디자인 상담 서비스를 제공 받았다.
(매우 그렇지 않다/약간 그렇지 않다/보통이다/약간 그렇다/매우 그렇다)
3. 나는 속눈썹 관리를 받은 후 사후 관리에 대한 설명을 충분하게 받았다.
(매우 그렇지 않다/약간 그렇지 않다/보통이다/약간 그렇다/매우 그렇다)
4. 나는 앞으로도 계속해서 속눈썹 관리를 받을 예정이다.
(매우 그렇지 않다/약간 그렇지 않다/보통이다/약간 그렇다/매우 그렇다)

국문초록

속눈썹 디자인에 따른 소비자 만족도 및 선호도에 관한 연구

박 선 영

미술·디자인학과 뷰티디자인전공

중앙대학교 예술대학원

속눈썹 연장술은 2000년대에 도입되어 가속눈썹을 본속눈썹에 부착하는 방법으로 진행되었다. 속눈썹 관리는 화장하지 않은 눈에도 메이크업을 한 것 같은 효과를 주어 20~30대 여성들에게 인기를 끌면서 2022년 현재까지도 많은 여성들의 관리 품목으로 사랑받고 있다. 시대의 변화에 따라 속눈썹 관리 역시 지속적인 발전을 거듭하면서 기법과 재료, 디자인에도 많은 변화가 생기고 있다. 속눈썹 관리는 같은 재료를 활용해 같은 디자인을 구현하여도 샅마다 활용하는 기법에 차이가 있고, 베이스가 되는 고객의 눈과 얼굴형이 달라서 속눈썹 연장술 후의 만족도는 개인마다 차이가 있다. 즉, 속눈썹 디자인에 대한 개인의 선호도가 다르고, 이로 인해 속눈썹 연장술 후의 만족도에도 개인차가 발생한다.

이와 같은 논의를 기반으로 본 연구는 소비자의 속눈썹 관리 인식에 대한 실태를 알아보고, 속눈썹 디자인에 대한 선호도와 속눈썹 연장술 후의 만족도에 대한 설문을 진행하였다.

그에 대한 연구 방법으로 본 연구에서는 속눈썹 관리 기법과 속눈썹 디자인 3요소에 대해 기술하였으며, 저마다 다른 눈에 따라 선호하는 속눈썹

연장 디자인에 대한 연구를 담기 위해 7가지 눈매 형태를 설정하여 디자인 연구를 진행하였다. 이후 눈의 형태에 따른 선호도를 알아보기 위해 16명의 피시술자의 눈 모양과 피시술자가 선호하는 관리 디자인에 대해 연구한 것을 바탕으로 직접 관리를 진행하였고, 사진과 함께 디자인에 대한 설명을 기술하였다.

이후 설문을 통해 여성의 속눈썹 연장 경험에 대한 디자인 선호도와 만족도에 관하여 연구하였다. 이러한 노력은 소비자의 속눈썹 관리 인식실태를 파악하고, 소비자의 속눈썹 디자인 선호도와 속눈썹 관리 후 만족도에 대한 이해를 높일 뿐만 아니라 속눈썹 디자인 표준화에 가교 역할을 할 수 있기를 기대한다.

Abstract

A Study on Consumer Satisfaction and Preference for Eyelash Design

Park, Sun Young

Major in Beauty Design

Department of Public Art and Design

The Graduate School of Art

Chung-Ang University

Eyelash extensions were introduced in the 2000s and have been performed by attaching auxiliary eyelashes to the main eyelashes. Eyelash care has become popular among women in their 20s and 30s by giving the effect of wearing makeup on their untouched eyes, and is still loved as a care field for many women until 2022. As the times change, eyelash care has also continued to develop, and many changes are occurring in techniques, materials and designs. The technique of eyelash care differs from shop to shop even if the same design is implemented using the same material, and customer satisfaction after eyelash extensions varies from person to person because the base shapes of customer's eyes and face are different. In other words, individual preferences for eyelash design are different, and as a result, individual differences

occur in satisfaction after eyelash extensions.

Based on the above discussion, this study investigated the reality of consumers' perception of eyelash care and conducted a survey on their preference for eyelash design and satisfaction after eyelash extensions.

In the main part of discussion, the three elements of eyelash care technique and eyelash design were examined as a study method, and design studies were conducted by setting seven eye shapes to carry out research on preferred eyelash extension designs according to different eyes. In addition, in order to find out preferred designs according to the shape of the eyes, the author conducted firsthand eyelash care based on study findings of 16 customers' eye shapes and their preferred care designs, and then the explanation of the design was described along with the photo.

Afterwards, through a questionnaire survey, design preferences and satisfaction with women's eyelash extension experience were examined. The author hopes that these efforts will not only understand consumers' perception of eyelash care, improve consumers' eyelash design preferences and satisfaction after eyelash care, but also serve as a bridge to the standardization of eyelash design.