



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](#)

석사학위논문

퍼스널 컬러 컨설팅 만족도와 대인관계의 연관성

- 메이크업을 중심으로 -

2024년 8월

송원대학교 휴먼산업대학원

미용예술학과

김 향 미



석사학위논문

퍼스널 컬러 컨설팅 만족도와

대인관계의 연관성

- 메이크업을 중심으로 -

2024년 8월

송원대학교 휴먼산업대학원

미용예술학과

김 향 미



퍼스널 컬러 컨설팅 만족도와 대인관계의 연관성

- 메이크업을 중심으로 -

지도교수 김 금 란

이 논문을 미용예술학석사 학위논문으로 제출함

2024년 6월

송원대학교 휴먼산업대학원

미용예술학과

김 향 미



김향미의 미용예술학석사 학위논문을 인준함

2024년 6월

심사위원장 모 정 희



심 사 위 원 오 정 선



심 사 위 원 김 금 란



송원대학교 휴먼산업대학원



목 차

표 목차	i
그림 목차	ii
국문초록	iii
제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구 배경 및 목적	1
제 2 절 연구 방법 및 범위	4
제 2 장 이론적 배경	6
제 1 절 퍼스널 컬러	6
1. 퍼스널 컬러	6
2. 퍼스널 컬러 역사	8
3. 퍼스널 컬러 구성 요소	11
가. 눈동자 색	11
나. 모발 색	11
다. 피부 색	12
4. 퍼스널 컬러 컨설팅 유형	13
가. 퍼스널 컬러 컨설팅 진단 유형	13
나. 퍼스널 컬러 컨설팅 시스템	27
다. 퍼스널 컬러 컨설팅 시 유의사항	29
제 2 절 대인관계	30
1. 대인관계	30
2. 대인관계와 메이크업	31
3. 대인관계 선행연구	32



제 3 장 연구 방법	34
제 1 절 연구 대상 및 기간	34
제 2 절 연구 설계	35
1. 연구 가설	35
2. 연구 모형	36
3. 설문지 구성	37
제 3 절 통계분석 방법	38
제 4 장 연구 결과	39
제 1 절 조사 대상자의 일반적 특성	39
제 2 절 퍼스널 컬러 인식	41
제 3 절 퍼스널 컬러 컨설팅 경험 실태	43
제 4 절 타당성 및 신뢰도 검증	45
제 5 절 기술통계적 분석	51
제 6 절 상관관계 검증	62
제 7 절 가설검증	63
제 5 장 결론 및 제언	70
참고문헌	73
Abstract	79
부록	82



<표 목차>

<표 2-1> 퍼스널 컬러 사전 설문지	27
<표 2-2> 대인관계 관련 선행 연구	33
<표 3-1> 설문지 구성내용	37
<표 4-1> 조사대상자의 일반적 특성	40
<표 4-2> 퍼스널컬러 인식	42
<표 4-3> 퍼스널컬러 컨설팅 경험실태	44
<표 4-4> 퍼스널컬러 컨설팅 만족도에 대한 타당성 및 신뢰도 검증	46
<표 4-5> 메이크업 행동 변화에 대한 타당성 및 신뢰도 검증	47
<표 4-6> 대인관계에 대한 타당성 및 신뢰도 검증	49-50
<표 4-7> 전반적인 퍼스널컬러 컨설팅 만족도	51
<표 4-8> 일반적 특성에 따른 퍼스널컬러 컨설팅 만족도 차이	52-53
<표 4-9> 전반적인 메이크업 행동 변화	54
<표 4-10> 일반적 특성에 따른 메이크업 행동 변화 차이	56
<표 4-11> 전반적인 대인관계	57
<표 4-12> 일반적 특성에 따른 대인관계 차이	59-61
<표 4-13> 상관관계 검증	62
<표 4-14> 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 메이크업 행동 변화에 미치는 영향	63
<표 4-15> 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 긍정적 성향에 미치는 영향	64
<표 4-16> 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 자신감에 미치는 영향	65
<표 4-17> 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 호감도에 미치는 영향	66
<표 4-18> 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 적극성에 미치는 영향	67
<표 4-19> 퍼스널컬러 컨설팅 만족도가 사교성에 미치는 영향	68
<표 4-20> 가설검증 결과 요약	69

<그림 목차>

<그림 2-1> 사계절 분류법 모형	14
<그림 2-2> PCCS 톤 배색체계	14
<그림 2-3> 봄 컬러 파레트	15
<그림 2-4> 여름 컬러 파레트	16
<그림 2-5> 가을 컬러 파레트	17
<그림 2-6> 겨울 컬러 파레트	18
<그림 2-7> 웜 톤, 쿨 톤	19
<그림 2-8> 봄 타입	20
<그림 2-9> 여름 타입	21
<그림 2-10> 가을 타입	22
<그림 2-11> 겨울 타입	23
<그림 2-12> 드레이핑	24
<그림 2-13> 색상표와 비교	25
<그림 2-14> 착색기	26
<그림 2-15> 퍼스널 컬러 컨설팅의 기본 구조	29
<그림 3-1> 연구 모형	36



퍼스널 컬러 컨설팅 만족도와 대인관계의 연관성

- 메이크업을 중심으로 -

김 향 미

송원대학교 휴먼산업대학원 미용예술학과

본 연구는 최근 새로운 라이프스타일로 주목 받고 있는 퍼스널 컬러와 대인관계의 인과관계를 규명하고자 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도와 메이크업 행동변화 연관성을 알아보고 그 결과가 대인관계에 미치는 영향을 파악하고자 하였다.

이를 위해 대인관계향상을 위한 요인을 긍정적 성향, 자신감, 호감도, 적극성, 사교성으로 분류하여 제시하고 조사하였다.

연구방법은 전국에 거주하는 20~40대 이상 남·여를 대상으로 온라인 설문방식(구글 설문지)을 통해 2023년 5월 7일부터 26일까지 설문을 실시하였고 설문지 350부를 배포하여 최종 279부를 분석에 사용하였다.

자료 분석은 SPSS 25.0을 이용하였으며 통계기법은 빈도분석, 측정도구의 타당도 분석을 위해 탐색적 요인분석 Cronbach's α 계수를 산출하였고 독립표본 t-test 및 일원변량분석(One-way, ANOVA)을 실시하였으며, 사후검정 방법으로 Duncan test를 실시하였다.

연구결과 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도는 메이크업의 행동 변화에 긍정적인 영향을 미쳐 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도가 높을수록 메이크업 행동 변화가 높아지는 것으로 나타났다.

대인관계 향상 요인인 긍정적 성향 분석결과 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도는 긍정적 성향에 긍정적인 영향을 미쳐 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도가 높을수록 긍정적 성향도 높아지는 것으로 볼 수

있다.

대인관계 향상 요인인 자신감 분석결과 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도는 자신감에 긍정적인 영향을 미쳐 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도가 높을수록 자신감도 높아지는 것으로 볼 수 있다.

대인관계 향상 요인인 호감도 분석결과 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도는 호감도에 긍정적인 영향을 미쳐 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도가 높을수록 호감도가 높아지는 것을 알 수 있다.

대인관계 향상 요인인 적극성 분석결과 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도는 적극성에 긍정적인 영향을 미쳐 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 높을수록 적극성이 높아지는 것으로 판단된다.

대인관계 향상 요인인 사교성 분석결과 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도는 사교성에 긍정적인 영향을 미쳐 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도가 높을수록 사교성도 높아지는 것으로 판단된다.

따라서 연구결과 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 높을수록 대인관계의 향상요인인 긍정적 성향, 자신감, 호감도, 적극성, 사교성에 긍정적인 영향을 미쳐 대인관계가 향상된다고 판단된다.

본 연구의 한계점은 퍼스널 컬러 컨설팅 만족도 범위를 메이크업으로 한정하여 조사하는 제한이 있었다. 따라서 향후 후속연구에서는 뷰티영역의 보다 광범위한 연구결과 도출을 위해 패션영역의 보완이 필요하다고 사료된다.



제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 목적

최근 퍼스널 컬러는 사람들의 색상에 관한 관심을 증가시키며 새로운 라이프스타일로 떠오르고 있다. 특히 현대사회는 이미지의 시대로 자신의 이미지와 개성을 중요하게 생각하여 패션이나 뷰티분야에서 수많은 컬러를 선택하고 소비하는 경우가 많다. 그러나 유행만을 위해 충동적으로 선택한 패션이나 뷰티 컬러는 비효율적 소비로 이어지게 되므로 사람들은 개개인에게 잘 어울리는 색상을 찾고 보다 효과적인 이미지 연출을 위해서 최근 퍼스널 컬러 전문가의 도움을 받고 있다.¹⁾

퍼스널 컬러는 개개인에게 어울리고 아름다워 보이는 색상을 의미하며 눈동자 색, 모발의 컬러와 얼굴의 피부색을 기준으로 자신에게 어울리는 이미지와 스타일을 분석하여 가장 좋은 색상을 찾게 된다. 따라서 외적 이미지 요소인 뷰티와 패션 분야는 퍼스널 컬러의 인지 정도에 따라서 본인에게 어울리는 색상을 선택하고 메이크업의 기법을 통해 스타일을 연출하는 등 본인의 센스에 따라 직업, 나이, 계절, T, O, P (time, occasion, place)에 적합한 이미지 연출이 가능하기에 퍼스널 컬러와의 연관성이 매우 높다고 할 수 있다.²⁾ 이처럼 본인에게 어울리는 퍼스널 컬러를 찾아 이미지를 연출하는 것은 외모를 마케팅 수단으로 인식하는 현대인들에게 있어 효과적인 이미지 메이킹 방법이다.

퍼스널 컬러는 과거의 경우 낮은 인지도와 컨설팅 가격의 부담감에 활성화 되지 않았지만 최근에는 본인에게 맞는 퍼스널 컬러를 찾기 위해 컨설팅을 경험하려는 사람들이 많아지고 있으며 전문 업체들도 많이 생기고 있다. 또한 매스 미디어를 통해 쉽게 퍼스널 컬러를 접하게 되면서

1) 장은경, “퍼스널 컬러 컨설팅 경험이 외모인식과 외모관리 행동에 미치는 영향” 『건국대학교 산업 대학원 석사학위 논문』 (2021).

2) 이은영, “퍼스널 컬러 유형분류를 위한 정략적 측정 평가” 『충남대학교 의류산업 대학원 박사학위 논문』 (2012).

퍼스널 컬러의 인지도가 높아지고 있으며 전문 업체들은 다양한 프로그램들을 만들어 고객이 원하는 컨설팅을 선택 할 수 있게 되어 퍼스널 컬러 컨설팅 가격에 대한 부담도 비교적 낮아졌다.³⁾

이러한 퍼스널 컬러의 인지는 메이크업의 행동변화를 가져오게 되고 메이크업의 행동변화를 통해 자신감과 만족도를 상승시켜 대인관계에서 행동의 중요한 동기로 작용한다. 현대인들의 사회생활은 서로 영향을 주고받는 상호작용에 의한 여러 형태이기 때문에 대인관계가 차지하는 비중은 아주 크며 사회생활에 있어서 매우 중요하다고 할 수 있다.⁴⁾

이어 최근에는 퍼스널 컬러에 관한 관심과 함께 다양한 연구가 진행되고 있는데 메이크업과 이미지 관련 선행연구로는 류순희, 한지수(2021)⁵⁾의 『퍼스널 컬러 인식이 아이섀도우와 립스틱선택 및 메이크업 만족도에 미치는 영향』, 김현진(2023)⁶⁾의 『퍼스널 컬러 인식과 컬러 선호도가 립 메이크업 제품 구매심리 및 만족도에 미치는 영향』, 양희윤(2016)⁷⁾의 『퍼스널 컬러에 따른 뷰티 분야의 이미지스케일 개발을 위한 기준 연구』, 이해영(2004)⁸⁾의 『색조화장에 있어서 퍼스널 컬러 인지도와 유형별 색채 선호도 조사』 등이 있으며 이미지 연구로는 정영희(2008)⁹⁾의 『이미지 메이킹을 위한 메이크업의 효과에 관한 연구』, 한보현(2009)¹⁰⁾의 『이미지 상승효과를 위한 메이크업 스타일 연구』 등이 있으나 퍼스널 컬러 메이

3) 장은경, “퍼스널 컬러 컨설팅 경험이 외모인식과 외모관리 행동에 미치는 영향” 『건국대학교 산업 대학원 석사학위 논문』 (2021).

4) 노선옥, “대인관계 성향, 생활 만족도와 헤어스타일 행동 및 화장 동기의 관계연구” 『성신여자 대학교 대학원 박사학위 논문』 (2011).

5) 류순희,한지수. “퍼스널 컬러 인식이 아이섀도우와 립스틱선택 및 메이크업 만족도에 미치는 영향” 『한국 화장품 미용학회 11권03호』 (2021)

6) 김현진, “퍼스널 컬러 인식과 컬러 선호도가 립 메이크업 제품 구매심리 및 만족도에 미치는 영향” 『건국대학교 산업 대학원 석사학위 논문』 (2023).

7) 양희윤. “퍼스널 컬러에 따른 뷰티 분야의 이미지스케일 개발을 위한 기준 연구” 『홍익대학교 문화정보정책대학원 석사학위논문』 (2016)

8) 이해영, “색조화장에 있어서 퍼스널 컬러 인지도와 유형별 색채 선호도 조사” 『중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문』 (2004)

9) 정영희, “이미지메이킹을 위한 메이크업의 효과에 관한 연구” 『숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문』 (2008)

10) 한보현, “이미지 상승효과를 위한 메이크업 스타일 연구” 『성신여자대학교 대학원 박사학위논문』 (2009)

크업 컨설팅과 대인관계 관련 연구는 미비한 상황이다.

따라서 본 연구는 최근 새로운 트렌드로 관심 받는 퍼스널 컬러와 사회생활에서 매우 중요한 요소 중 하나인 대인관계 연관성에 관하여 주목하고 퍼스널 컬러 컨설팅으로 인한 변화된 메이크업 행동 양식이 대인관계 향상에 어떤 영향을 미치는지에 관한 연구의 필요성을 제기하고 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도와 대인관계의 연관성을 파악 하고자 전국에 20~40대 이상의 남·여를 대상으로 온라인 설문방식을 사용하여 조사해 향후 퍼스널 컬러와 뷰티 산업 마케팅 발전을 위한 기초자료를 제시하고자 한다.



제 2 절 연구 방법 및 범위

본 연구는 최근 새로운 라이프스타일로 주목 받고 있는 퍼스널 컬러를 중심으로 개념과 인식 및 컨설팅 만족도가 메이크업 행동 변화와 대인관계에 미치는 영향을 알아보기 위해서 연구 조사 하였다.

연구 방법은 퍼스널 컬러 이론적 체계 구축을 위해 국내문헌 및 선행 연구를 고찰 하였고 인터넷 검색을 통하여 자료를 조사하였다.

본 연구는 총 5개의 장으로 구성되었으며 주요 내용은 다음과 같다.

제1장 서론에서는 연구 배경, 필요성, 방법, 목적에 관하여 설명하였다.

제2장 이론적 배경에서는 퍼스널 컬러, 메이크업, 대인관계에 관한 기존 연구 사례들과 문헌을 고찰하였다.

제3장 연구 방법에서는 연구 설계 및 가설 설정, 설문지, 통계분석 방법을 제시 하였다.

제4장 연구 결과에서는 일반적 특성, 퍼스널 컬러 인식, 퍼스널 컬러 컨설팅 경험 실태, 타당성 및 신뢰도 검증, 기술통계적 분석, 상관관계 검증, 가설 검증을 정리 하였다.

제5장 결론 및 제언에서는 전체 연구 결과를 정리하고 향후 관련 연구에서 나아가야 할 방향을 제시하였다.

이를 위한 연구방법으로 결과 도출을 위한 설문 기간은 2023년 5월 7일~26일까지 실시하였고 전국에 거주중인 20대, 30대, 40대를 중심으로 퍼스널 컬러 컨설팅 경험이 있는 남·여를 대상으로 온라인 설문방식인 구글 설문지를 279부를 최종분석에 사용하였다.

설문 자료는 SPSS 25.0을 사용하고, 탐색적 요인분석, 빈도분석, Cronbach's α 계수를 산출, 일원변량분석(One-way, ANOVA) 및 독립표본 t-test 실시하고 사후검정 방법으로 Duncan test를 실시하였다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성에 대해 알아보기 위해 빈도분석을 실시 하였다.

둘째, 퍼스널 컬러의 인식과 퍼스널 컬러 컨설팅 경험실태에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

셋째, 측정도구의 신뢰도 분석을 위해 Cronbach' s a 계수를 사용 하고, 타당도 분석을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다.

넷째, 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도와 메이크업 행동변화, 대인관계에 대해 알아보고, 조사대상자의 일반적인 특성에 따라 차이가 있는지를 알아보기 위해 일원변량분석(One-way, ANOVA) 및 독립표본 t-test을 실시하고, 사후검정 방법으로 Duncan test를 실시하였다.

다섯째, 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도와 메이크업 행동변화, 대인관계의 상관관계를 알아보기 위하여 피어슨 상관관계분석을 실시하였다.

여섯째, 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 메이크업 행동변화, 대인관계에 미치는 영향을 알아보기 위하여 단순회귀분석을 실시하였다.



제 2 장 이론적 배경

제 1 절 퍼스널 컬러

1. 퍼스널 컬러

퍼스널 컬러(Personal Color)란 개인의 신체적 요소인 눈동자 색, 모발 색, 피부색등 각자가 지니고 있는 선천적인 색을 말한다. 퍼스널 컬러에서 다루고 있는 색에 대한 기본 개념은 단순히 하나의 색상에서 느껴지는 감각이 아닌 같은 색이라도 다른 온도감각을 가질 수 있다는 개념에서 출발한다.¹¹⁾

이는 색채의 감성적 지각 효과로 색에서 느껴지는 감정을 온도감, 거리감, 경연감, 중량감, 크기감, 흥분감, 계절감 등으로 색에 대한 여러 가지 반응을 나눌 수 있는데 그중 온도감은 색의 감정을 나누는 가장 기본이 되는 방법으로 온도에 대한 반응 현상을 ‘따뜻한 느낌을 주는 색’과 ‘차가운 느낌을 주는 색’으로 나눌 수 있으며 같은 색상에서 노랑(Yellow)이 많이 들어 있으면 따뜻한 색(Warm Color), 파랑(Blue)이 많이 들어 있으면 차가운 색(Cool Color)에 해당한다. 예를 들어 파랑(Blue)은 색의 온도감에 따라 한색 계통(Cool Color)으로 분류되지만 파랑(Blue)에 노랑(Yellow)을 혼합하면 따뜻한 색상이 되며, 빨강(Red) 색은 온도감에 따라 난색 계통(Warm Color)이나 빨강(Red)에 파랑(Blue)을 혼합하면 차가운 색상이 된다.¹²⁾

11) 한상윤, “60세 이상 여성의 피부색과 퍼스널 컬러에 대한 연구” 『홍익대학교 산업 대학원 석사 학위 논문』 (2009).

12) 이은경, “퍼스널 컬러 진단 이분류에 따른 메이크업 디자인 형성요인 중 형태와의 관련성” 『성결대학교 교육 대학원 석사학위 논문』 (2017).

또한 ‘색상’ 과 함께 ‘톤’ 에 따라서 신체색은 더욱 세분화될 수 있으며
열은 색조를 신체 색으로 가지고 있는 사람이 있는가 하면, 전체적으로
짙은 색조를 가지고 있는 사람도 있다. 이는 컬러를 구분할 때에도 비슷
하며 부드러운 컬러 그룹, 탁색의 회색빛으로 이루어진 컬러 그룹으로 나
눌 수 있다.¹³⁾

이와 같이 퍼스널 컬러는 각자 고유색을 갖고 태어나며, 개인의 고유의
신체 색을 기본으로 어울리는 컬러가 달라지는 것으로, 타고난 신체 색과
조화를 통해 매력적이고 좋은 이미지를 만들 수 있게 하는 개념이라 할
수 있다.

13) 한상윤, “60세 이상 여성의 피부색과 퍼스널 컬러에 대한 연구” 『홍익대학교 산업 대학
원 석사 학위 논문』 (2009).



2. 퍼스널 컬러 역사

퍼스널 컬러의 시작은 1810년 괴테에 의해 빛의 노란색과 어둠의 파란색으로 분류하는 양극화 이론이 성립되었으며¹⁴⁾ 이후 1921년 스위스 화가 이가 색채이론가인 요하네스 이텐(Johannes Itten)은 봄, 여름, 가을, 겨울의 사계절 색상특성과 개인의 선호색상 및 피부, 모발, 눈동자 색등을 연결하여 사계절 이미지를 따듯한 유형과 차가운 유형으로 분류하여 사계절이론을 정립하였다.

1928년 로버트 도어(Robert Dorr)는 색의 배색 조화와 부조화의 원리를 발견하면서 사람의 피부색을 따듯한 색(Yellow Base)과 차가운 색(Blue Base)으로 구분하였다.¹⁵⁾

1980년대 캐롤 잭슨(Carole Jackson)은 ‘Color Me Beautiful’라는 저서를 출판하였고 퍼스널 컬러 시스템의 기본 개념인 자신의 타고난 신체 색상(피부색, 모발 색, 눈동자 색)에 따라 퍼스널 컬러를 기본 4가지 유형으로 분류하였고, 개인이 갖는 피부 톤을 3가지 색소(멜라닌, 헤모글로빈, 카로틴)에 의해 따듯한 톤은 노르스름한 톤(golden undertone)과 차가운 톤은 푸르스름한 톤(blue undertone)의 피부로 구분하였고, 따듯한 유형을 봄과 가을, 여름과 겨울은 차가운 유형으로 분류하였다.¹⁶⁾

1985년에 도리스 푸셀(Doris Pooser)은 ‘Always in Style’을 출간하였고 명도, 채도, 색상에 따라 6가지 유형인 쿨(Cool), 웜(Warm), 무트(Muted), 라이트(Light), 브라이트(Bright), 딥(Deep)을 구분하고 이것을 다시 4가지의 유형으로 분류, 전체 20가지의 유형으로 세분화 하고 모든 사람들의 피부 톤이 warm과 cool만 속하지만 않고 양쪽의 요소를 가지고 있는 사람들도 있다고 주장하였고 따라서 Seasonal-Color-System보다

14) 김현진, “퍼스널컬러 인식과 컬러 선호도가 립 메이크업 제품 구매 심리 및 만족도에 미치는 영향” 『건국대학교 대학원 석사학위 논문』 (2022).

15) 김미란, “실용한국색유 표준색을 이용한 퍼스널 컬러 진단 도구 연구 개발” 『용인대학교 경영 대학원 석사 학위 논문』 (2005).

16) 김도은, “립스틱 색채를 이용한 퍼스널 컬러 유형 분류 연구” 『건국대학교 산업대학원 석사 학위』 (2020).

좀 더 정확하게 퍼스널 컬러를 체크해 줄 수 있는 새로운 시스템이 필요하다고 판단하여 그녀만의 새로운 분석법을 발표하였다.¹⁷⁾

도나 후지(Donna Fuji)는 1978년부터 미국과 일본에서 컬러분석가로 활동하면서 1991년에 'Color With Style'를 출간하고 기존의 4계절 방법론에 피부색과 모발 색의 콘트라스트를 체크하는 방법을 더하여 인종별로 다른 피부색과 헤어컬러를 가지고 있음을 감안하여 총 25가지유형 으로 나누어 좀 더 세밀한 컬러분석을 할 수 있도록 하였다.¹⁸⁾

다렌 마티스(Darene Mathis)는 1994년 'Women of Color'의 저서를 출간하였고 1999년에는 사계절 유형인 봄은 웜 앤 브라이트(Warm and Bright), 가을은 웜 앤 얼시(Warm and Earthy), 여름은 소프트 쿨(Soft Cool), 겨울은 쿨(Cool)로 유형 구분하였고 4계절 유형의 색채적 특성으로 컬러의 이미지를 각각 유형별로 Classic & Natural, Soft & Romantic, Natural & Earthy의 3가지 타입으로 분류하였다.¹⁹⁾

최근에는 유럽이나 미국과 일본 등에서 퍼스널 컬러를 찾기 위한 다양한 방법을 사용하고 있는데 미국에서는 로버트 도어의 이론을 도입한 Ameritone Paint Corp에서 인테리어, 페인트, 화장품, 의류 등에 실용색상을 사용하고 1992년에는 The Color Key Program 으로 발전하여 Key1 블루 베이스 430색, Key2 옐로우 베이스 430색 그룹으로 구분하였다.²⁰⁾

일본에서는 캐롤 잭슨의 이론 Seasonal Color System이 도입되었지만 일본의 계절 이미지와 부합되지 않고 일관성이 없어 1990년에 미국형 사계절 형을 새롭게 정리하여 발표한 4 Seasonal Color System을 사용 중에 있다.²¹⁾

17) 김도은, “립스틱 색채를 이용한 퍼스널 컬러 유형 분류 연구” 『건국대학교 산업대학원 석사 학위』 (2020).

18) 신향선, “퍼스널 컬러 시스템에 따른 유형의 분포도와 색채 진단 변인에 관한 연구: 메이크업, 헤어, 의상 색채중심으로” 『건국 대학교 대학원 석사학위 논문』 (2002).

19) 김도은, “립스틱 색채를 이용한 퍼스널 컬러 유형 분류 연구” 『건국대학교 산업대학원 석사 학위』 (2020).

20) 박정민, “퍼스널 컬러 진단에 따른 헤어 컬러 시술시 만족도에 관한 연구” 『서경 대학교 대학원 석사학위』 (2012)

21) 문혜림, “퍼스널 컬러의 변화를 헤어 컬러 중심으로 적용한 남·여 인상현상의 차이” 『한남대학교 대학원 석사 학위』 (2019)

우리나라는 1993년 한국케एम케색채연구소(KKCI)의 퍼스널 컬러 진단 시스템을 체계화 하고 컬러 컨텐츠, 컬러소프트웨어를 개발하여 실용 색상 활용 교육 체계를 정립하고 1997년 사계절유형, 색상별 특징분석, 퍼스널 컬러 유형 16타입을 개발하여 퍼스널 컬러진단시스템을 바탕으로 한국인에 맞는 신체 피부유형에 따른 40가지 패턴을 구분하여 사용하고 있다.²²⁾

22) 김미란, “실용한국색채표준색을 이용한 퍼스널 컬러 진단 도구 연구 개발” 『용인대학교 경영 대학원 석사 학위 논문』 (2005)



3. 퍼스널 컬러 구성 요소

인간은 성별, 개인차, 인종에 따라 선천적으로 각각 개인에 따라 특징적인 신체 색을 갖고 있고 고유의 색상으로 다양한 시각적인 효과를 통하여 개인의 개성 있는 이미지를 만든다. 이러한 퍼스널 컬러는 3가지 기본 요소로 눈동자 색, 모발 색, 피부색으로 구성되어 있다.

가. 눈동자 색

멜라닌 색소는 피부뿐만 아니라 눈의 홍채에도 있다. 퍼스널 컬러 컨설팅 중 홍채의 색상을 보고 눈동자의 색을 진단하는데 멜라닌 색소량에 따라 홍채의 색이 조절되어 멜라닌의 양이 많을수록 갈색을 보이고, 양이 적을수록 청색으로 보인다. 눈동자의 색은 피부색이나 모발 색에 비해 면적이 적기 때문에 청색계, 녹색계, 담갈색계 등 인상적인 눈동자의 색을 가진 경우가 아니라면 이미지 형성에 많은 영향을 미치지 않는다.²³⁾

나. 모발 색

퍼스널 컬러 컨설팅에서는 모발의 색을 육안으로 분석하여 사계절 컬러 시스템에 적용하는데 피부색 다음으로 모발 색은 얼굴을 감싸고 있기 때문에 얼굴의 색에 큰 영향을 준다. 모발의 색은 머리카락에 함유된 멜라닌의 종류와 색소량에 따라 결정되어 색상에 영향을 미친다. 유멜라닌(Eumelanin)은 크기가 크고 색상이 진해서 진갈색을 띠며, 페오멜라닌(Pheomelanin)은 크기가 작으며 붉은색을 띤다. 동양인의 경우 유멜라닌의 밀도가 높아 붉은 모발을 가지고 있는 경우가 많고, 한 사람의 모발

23) 김도은, “립스틱 색채를 이용한 퍼스널 컬러 유형 분류 연구” 『건국대학교 산업대학원 석사 학위』 (2020).

색이라도 여러 가지 색으로 이루어져 있을 수 있다. 한국인의 경우 모발 색의 색상 범위가 백인에 비해 비교적 한정적으로 나타나고 있다. 퍼스널 컬러 분석 시 모발 색은 선천적으로 가지고 있는 자연스러운 색을 기준으로 하고 피부색에 영향을 미친다.²⁴⁾

다. 피부색

사람의 피부색은 3인종(백인, 황인, 흑인)이나 지역, 연령, 성별, 유전적 요인 등에 따라 각기 다르며 건강상태나 계절의 상태, 스트레스 정도에 의해서도 변하기도 한다.²⁵⁾ 피부는 3가지 기초색으로 구성된다. 기저층의 멜라닌(Melanin)으로 구성된 갈색, 유극층의 카로틴(Carotene)으로 구성된 노르스름한 황색, 헤모글로빈(Hemoglobin)에 의한 적색 색소가 그 구성요소로, 3요소가 겹쳐서 과립 층에서 피부색소 층이 얼마만큼의 비율을 차지하는지에 따라서 피부색이 결정되며 진피의 모세혈관 내의 혈액의 색깔과 표피와 진피 내의 색소로 인해 결정되는데, 표피층의 두께와 그 밖의 색소로 인해 변하게 된다. 혈액이 많으면 붉은색을 적으면 창백해 보이며 정맥혈이 정체되면 청색을 띠거나 좀 검게 보이게 된다. 멜라닌이 증가하게 되면 황갈색으로 보이고 카로틴이 많으면 노란색을 띠게 된다.²⁶⁾

24) 김지은, “얼굴이미지에 따른 퍼스널 컬러 진단에 관한 연구” 『한남대학교 사회문화 행정복지 대학원 석사 학위』 (2016).

25) 김혜림, “중년 남·여성들의 헤어 컬러 스타일에 대한 퍼스널 컬러 적용 효과” 『한남대학교 사회문화 행정복지 대학원 석사 학위 논문』 (2015).

26) 한국채색학회, 『색채가치 세상』 국제 2001.

4. 퍼스널 컬러 컨설팅 유형

가. 퍼스널 컬러 컨설팅 진단 유형

퍼스널 컬러를 진단하는 대표적인 유형은 4계절 분류법, 관능 평가법, 시각 측색 평가법, 측색 평가법 등이 있다. 이와 같은 진단법은 상황이나 목적에 따라 범위가 달라질 수 있으며 장점과 단점을 가질 수 있다.

(1) 사계절 분류법

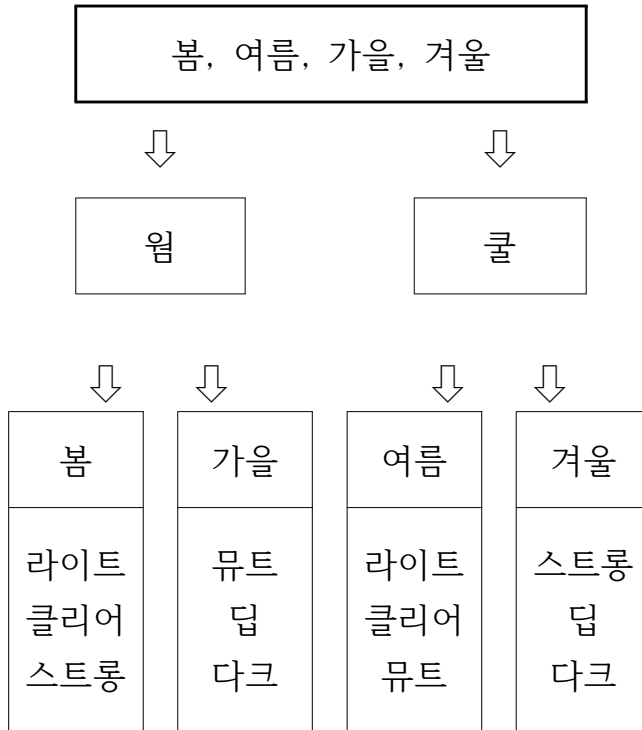
PCCS 시스템은 사계절 컬러에 근원을 두고 있는 퍼스널 컬러의 시스템으로 사계절의 특징을 지닌 모든 색상을 사계절로 구분할 수 있다. 크게 노르스름한 색을 지니고 있는 따뜻한 색을 봄과 가을, 푸르스름한 색을 지니고 있는 차가운 색으로는 여름과 겨울로 구분하고 있다.²⁷⁾

PCCS는 봄, 여름, 가을, 겨울 사계절로 활용되어 표현되고 사계절 분류법 모형은 <그림 2-1>과 같다.

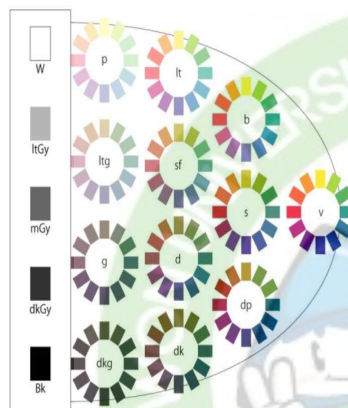
27) 김수정, “퍼스널 컬러 진단에 따른 메이크업 색채에 관한 연구” 『대구 대학교 디자인대학원 석사학위 논문』 (2005)



<그림 2-1> 사계절 분류법 모형



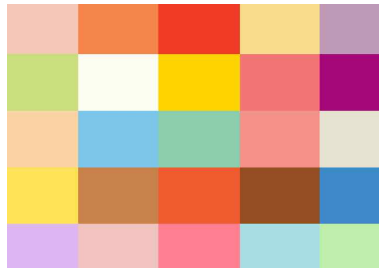
<그림 2-2> PCCS톤 배색체계



출처: <https://m.blog.naver.com/apple2432/223280076300>

<그림 2-2>에서 PCCS톤 배색체계는 봄, 여름, 가을, 겨울 자연의 색과 신체의 색을 연결하는 방법이며 4계절 중 봄 유형의 색과 가을 유형의 색은 베이스가 따뜻한 것이 특징이며 여름 유형의 색과 겨울 유형의 색은 차가운 색들의 그룹이다.

<그림 2-3> 봄 컬러 파레트

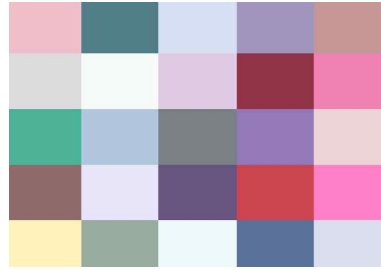


출처 : <https://naver.me/x3b4c4Zr>

<그림 2-3>에서 봄 컬러 파레트를 살펴보면 봄 유형은 노랑을 기본색으로 따뜻한 원색을 가지고 있으며 채도와 명도가 높고 발랄하고 선명한 원색적인 느낌이다. 피부의 색은 노란빛이 감도는 따뜻한 느낌의 맑고 매끄러우며 투명해 피부가 얇아 주근깨 등 잡티가 잘 보이고 모발의 색은 밝은 갈색으로 가늘며 윤기 있고 찰랑거린다. 눈동자의 색은 맑고 투명한 느낌의 밝은 갈색이며 선명하고 반짝인다. 이미지는 밝고 화사하며 귀여운 스타일이다. 봄 계절의 색상이 가지고 있는 젊고 밝은 감각과 생동감 있고, 귀여움을 표현할 수 있는 스타일로 디자인이나 소재는 여성스럽고 로맨틱한 스타일이 잘 어울린다.

봄의 대표적인 색상으로는 선명한 비비드톤과 브라이트 톤, 밝은 라이트 톤이다.

<그림 2-4> 여름 컬러 파레트



출처 : <https://naver.me/x3b4c4Zr>

<그림 2-4>에서 여름 컬러 파레트를 살펴보면 여름 유형은 흰빛을 지니고 차가운 톤이 있으며 신체 색은 광택이 없으며 블루 베이스에 흰색 혹은 회색이 섞여 채도는 낮은 중간 톤이다. 여름의 이미지는 차갑지만 보통 부드럽고 세련된 이미지로 여성스러운 스타일이다. 여름 유형의 피부의 색은 투명한 로즈 베이지로 푸른빛이 도는 핑크빛의 흰 피부거나 부드러운 회색의 빛을 띤 피부색이고 햇빛에 타지 않으나 민감한 피부이다. 모발은 어릴 때는 밝지만 자라면서 모발색이 어둡게 변하는 경우가 많고 건조하고 얇은 모발로 에쉬 그레이 계열이다. 눈동자의 색은 흰자와 검은자의 대비가 확실하지 않고 눈매는 시원하고 선하며 연한 갈색이다.²⁸⁾

28) 김가현, “얼굴형 이미지와 퍼스널 컬러 유형 분류의 연관성 분석” 『서경대학교 미용예술 대학원 석사학위논문』(2021)

<그림 2-5> 가을 컬러 파레트



출처 : <https://naver.me/x3b4c4Zr>

<그림 2-5>에서 가을 컬러 파레트를 살펴보면 가을 유형은 노란빛의 어두운 골드 빛을 가지고 있으며 중, 저명도의 차분하고 그윽한 색들이다. 가장 자연에 가까운 색으로 힘차고 강인하며 풍요로우며 따뜻하고 부드러운 이미지를 가지고 있어 친근감과 편안한 느낌이다. 가을 유형의 피부의 색은 얼굴의 혈색이 부족하며 매트하고 피부가 햇빛에 쉽게 탄다. 모발이 건조하고 술이 많고 적갈색 계열이며 눈동자의 색은 적갈색계열이 많고 눈매는 깊고 그윽하다. 가을 유형은 사계절 중 가장 넓은 영역의 톤을 가지고 있다.



<그림 2-6> 겨울 컬러 파레트



출처 : <https://naver.me/x3b4c4Zr>

<그림 2-6>에서 겨울 컬러 파레트를 살펴보면 겨울 유형은 모든 색에 푸른색과 검은색이 혼합되어 모던하고 도회적이며 차갑고 강렬한 이미지를 가지고 있어 선명하고 날카로운 인상과 화려한 도시적 느낌이다. 겨울 유형의 피부의 색은 창백하거나 분홍빛을 띄기도 하며 맑고 투명한 밝은 베이지의 흰 피부색을 가지고 있으며 매끄럽고 홍조는 잘 안 된다. 모발의 색은 굵고 윤기가 많은 검은색 계열이며 눈동자의 색은 어두운 회갈색이나 블랙이고 눈매가 또렷하고 강하다.²⁹⁾

29) 김현미, “퍼스널 컬러 자가 진단 측정도구 개발 연구” 『서울벤처대학원대학교 박사학위 논문』 (2018)

<그림 2-7> 웜 톤, 쿨 톤

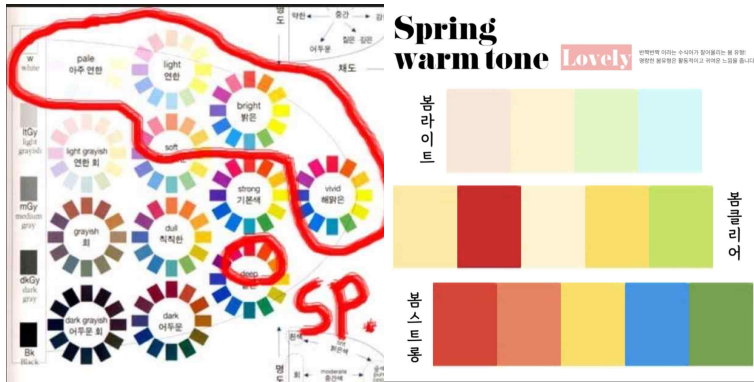
웜 톤 / 쿨 톤



<그림 2-7>에서 보는 바와 같이 웜 톤의 따뜻한 유형은 기본적으로 노란색과 골드(Gold)색이 섞인 황색을 갖고 있으며 모든 색에 노란색이 혼합되어 있다. 오렌지(Orange)색과 골드(Gold)는 따뜻한 유형에만 존재하고 봄과 가을 색상은 따뜻한 색으로 봄은 밝고 선명하며 가을은 부드럽고 차분한 안정감을 주는 것이 특징이다.

쿨 톤의 차가운 유형은 <그림 2-7>에서 보는 바와 같이 기본적으로 푸른색과 흰색, 검은색을 지니고 있으며 모든 색이 푸른색과 혼합되어 있다. 흰색(White)과 검정(Black)은 차가운 색에만 존재한다. 여름과 겨울은 차가운 색으로 여름은 밝고 부드러우며 겨울은 선명하고 강한 이지적인 이미지를 주는 것이 특징이다.

<그림 2-8> 봄 타입



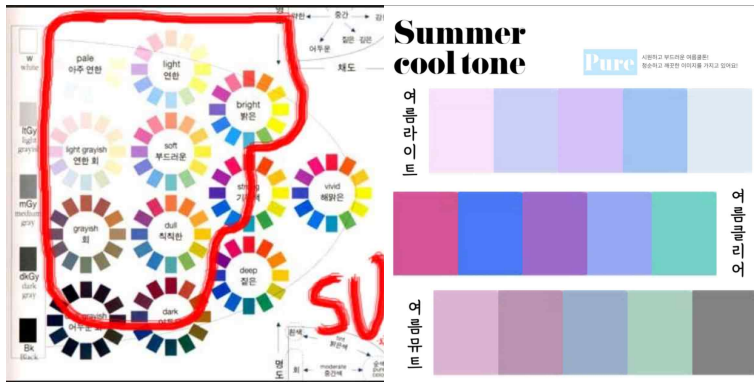
출처 : https://m.blog.naver.com/more_be/220724671216

출처 : <https://m.blog.naver.com/0108383/222836971115>

봄 타입 <그림 2-8>에서 보는 바와 같이 봄 라이트 톤에는 페일톤과 라이트 톤으로 흰색이 많이 섞인 파스텔톤이 잘 어울리고 봄 스트롱 톤은 비비드 톤과 브라이트 톤으로 옐로우 베이스의 중-고명도, 고채도 선명한 색이 잘 어울린다.



<그림 2-9> 여름 타입

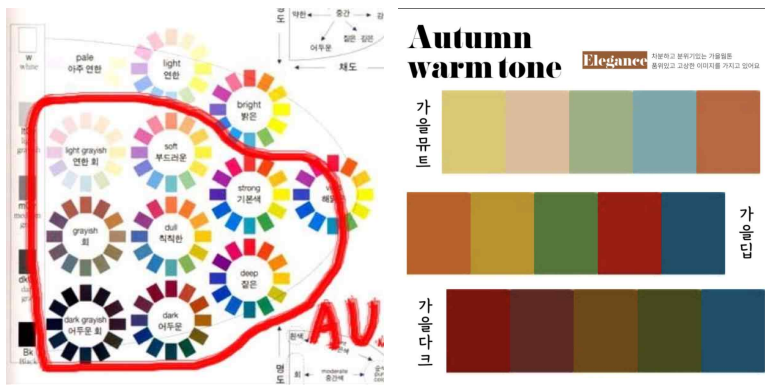


출처 : https://m.blog.naver.com/more_be/220724671216

출처 : <https://m.blog.naver.com/0108383/222836971115>

여름 타입 <그림 2-9>에서 보는 바와 같이 여름 라이트 톤에는 라이트 톤, 페일 톤, 라이트 그레이시 일부, 브라이트 일부, 소프트 일부의 톤으로 회색 기와 푸른 기가 살짝 도는 고명도의 은은한 파스텔 톤이 잘 어울리고 뮤트 톤에는 소프트, 덜, 그레이시, 라이트그레이시 일부, 다크 일부, 다크 그레이시 일부, 스트롱 일부, 딥 일부톤으로 회색이 많이 섞인 톤 다운된 파스텔 계열이 잘 어울리고 중-저명도의 탁한 파스텔 색상으로 화이트보다는 회색빛이 나는 쿨 베이지 컬러가 잘 어울린다.

<그림 2-10> 가을 타입

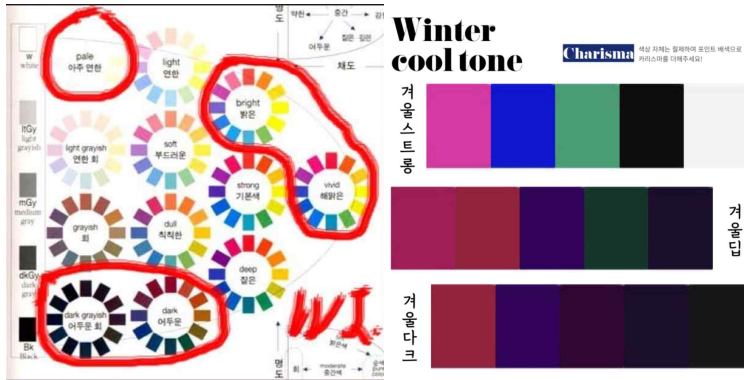


출처 : https://m.blog.naver.com/more_be/220724671216

출처 : <https://m.blog.naver.com/0108383/222836971115>

가을 타입 <그림 2-10>에서 보는 바와 같이 가을 뮤트 톤에는 덜, 소프트, 그레이시, 라이트그레이시, 다크그레이시 일부, 다크 일부톤으로 중저채도로 노란빛과 회색 빛이 나는 옐로우 베이스의 베이지색과 같이 차분하고 따뜻한 색이 잘 어울리고 딥 톤에서는 덜, 스트롱, 딥, 다크, 다크그레이시 일부, 그레이시 일부톤으로 고급스럽고 클래식한 색들이 잘 어울린다. 노란기나 붉은기가 도는 진한 색이 잘 어울린다.

<그림 2-11> 겨울 타입



출처 : https://m.blog.naver.com/more_be/220724671216

출처 : <https://m.blog.naver.com/0108383/222836971115>

겨울 타입 <그림 2-11>에서 보는 바와 같이 겨울 브라이트 톤은 비비드, 딥, 브라이트일부 스트롱 일부 톤으로 쨍하고 푸른빛이 나는 색이 잘 어울린다. 다크 톤은 다크, 다크그레이시, 딥 일부 톤으로 어둡고 진한 블랙, 블랙에 가까운 남색, 청록색, 어두운 회색이 잘 어울린다.



(2) 관능 평가법

사람의 얼굴 근처에 사계절을 대표하는 각 유형의 컬러 천들을 얼굴에 드레이핑 하여 얼굴과 조화롭게 보이는지 살펴보고 어울리는 색과 그렇지 않은 색을 구분하여 퍼스널 컬러 유형을 찾아 분류하는 방법이고 진단 천의 분홍(pink)색은 피부색과의 조화를 체크하고, 빨강(Red)색은 피부의 붉은기와 조화를 체크하며 노랑(Yellow)은 피부의 윤기를 확인하고, 초록(Green)은 모발색과 눈동자색의 조화를 파악하고 파랑(Blue)은 피부의 맑기와 모발색 대비로 인한 인상의 변화를 파악하며 육안으로 평가하는 것이기 때문에 드레이핑 천을 이용한 컬러 진단에서 본인에게 잘 어울리는 색이라면, 피부색과 잘 어울리고 건강해 보일 것이다. 반면 어울리지 않는 색이라면, 피부 톤 및 주름이 깊어 보이고 부정적으로 보일 것이다. 이때 컨설턴트의 개인적인 주관성을 배제하기 어렵다는 한계점이 있을 수 있지만 숙련된 컬러 진단자라면 공통적으로 조화되는 부분을 중심으로 어울리는 컬러를 찾아낼 수 있는 효과적인 법이기도 하다.³⁰⁾

<그림 2-12> 드레이핑 방법이다.

<그림 2-12> 드레이핑



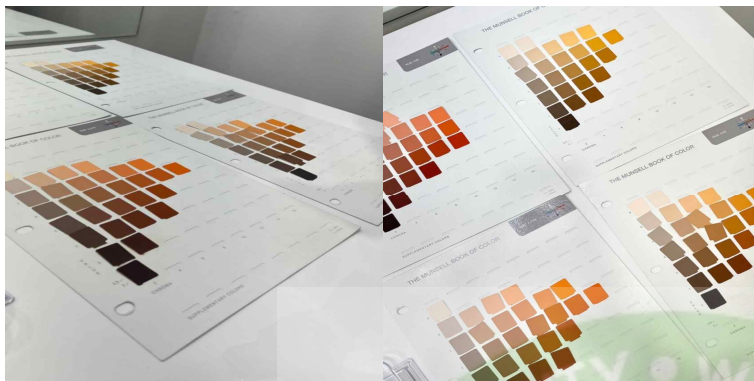
출처 : <https://blog.naver.com/tjdmsrl/223050797280>

30) 이은영, “퍼스널 컬러 유형분류를 위한 정략적 측정 평가” 『충남대학교 대학원 박사학위 논문』 (2012)

(3)시각 측색 평가법

퍼스널 컬러를 진단하는 방법 중 가장 간편한 방법으로 색인지의 3가지 조건인 빛, 시각 대상물, 관찰자 시각에 따라 색을 인지하게 되는데 이때 실제 색보다 빛에 의해 밝게 인지되는 경우가 많고 측정조건에 따라 정확한 피부색을 구분하기 쉽지가 않으며 실제 피부와 색표와의 재질에 차이가 있어 비색의 어려움이 있다. 또한 일반 색지로는 피부의 투명도, 광택도, 분광특성을 표현하기 어려운 한계점도 가지고 있다.³¹⁾ 피부와 비교하는 색지는 <그림 2-13>과 같다.

<그림 2-13> 색상표와 비교



출처: https://m.blog.naver.com/lovedestiny8/223278454833?view=img_10

출처: <https://m.blog.naver.com/lazxberry/223213961262>

31) 은광희,최민령,문윤경. “퍼스널 컬러 자가 진단과 관능 평가의 차이에 관한 연구” 한국 인체 미용 예술 학회지

(4) 측색 평가법

기계를 이용하여 평가하는 방법으로 측정을 원하는 피부 표면에 반사되는 빛의 분광 분포를 계측하고 분석하는 측색방법으로 1cm 내외로 매우 좁은 면적을 부분적으로 측색하기 때문에 피부 전체를 측정하는 것이 어렵다는 한계점이 있지만, 얼굴의 여러 부위(이마, 양볼, 턱)를 나눠서 측색하고 피부의 밝기(L^*),붉은 기(a^*), 노란 기(b^*) 각각 비교하여 객관적으로 평가하여 사용할 수 있다.³²⁾ 이 수치들을 살펴보면 L^* 은 밝기를 나타내는 수치로 100이면 흰색, 1-0은 블랙으로 보고, 한국인은 평균 65를 기준으로 65보다 밝으면 피부가 육안으로 밝게 느껴지고 65보다 낮으면 피부톤이 어두운 편으로 확인 할 수 있다. a^* 은 붉은기를 나타내는 수치로 피부의 혈색을 확인하는데 쓰이고 100이 짝하면 빨간색이고 -100이 짝하면 초록색을 나타낸다. 홍조가 강한 피부를 가지고 있다면 a 의 수치가 11이상으로 나오며, 육안으로 확인했을 때보다 정확한 분석이 가능하게 된다. b^* 은 노란기를 나타내는 수치로 피부의 노란 기를 파악 할 수 있다. 100은 노랑색, -100은 파랑색으로 피부의 노란빛이 어느 정도의 강하고 약한지를 파악한다. b 의 수치가 19이상 나오면 육안으로 보아도 피부가 노란톤임을 확인 할 수 있다

<그림 2-14> 측색기



32) 이은영, “퍼스널 컬러 유형분류를 위한 정략적 측정 평가” 『충남대학교 대학원 박사학위 논문』 (2012)

출처: https://m.blog.naver.com/lovedestiny8/223278454833?view=img_10

출처: <https://m.blog.naver.com/0108383/223006775265>

나. 퍼스널 컬러 컨설팅 시스템

퍼스널 컬러 컨설팅은 개인에게 어울리는 색을 체계적이고 과학적인 방법을 이용해 객관적인 분석을 위해 적정한 조건이 요구된다. 색을 진단을 하기 전의 조건으로는 조명의 환경은 일출 후 3시간이 경과된 후부터 일몰 3시간 전까지 천연 광이 가장 적당하다. 또는 계절의 빛과 관계없이 진단 할 수 있는 중성 빛 95-100W의 컬러진단램프를 사용할 수 있다. 컨설팅 하는 고객은 흰색의 머리 두건을 이용하여 모발 색을 감추고, 어깨에는 흰색 케이프를 두르고, 컨설팅을 하는 사람 또한 흰색 옷을 착용하여야 한다.³³⁾

1차 진단은 개인의 색채 정보 분석 단계로 설문지와 상담을 통하여 색채에 대한 기호도와 선호도를 알아보고 심리 상태나 건강 상태를 분석 후 개인의 성격, 나이, 직업, 생활환경에 따른 라이프스타일을 분석한다.

<표 2-1>은 퍼스널 컬러 사전 설문지를 구성 하였다.

<표 2-1> 퍼스널 컬러 사전 설문지

1. 고객님의 퍼스널 컬러 진단을 받아 본적이 있나요?	<input type="radio"/> 있다 <input type="radio"/> 없다/ 진단 결과-
2. 고객님의 평소에 어떤 립 컬러를 선호 하시나요?	<input type="radio"/> 레드/오렌지/핑크-고채도 컬러 <input type="radio"/> mlbb/누드/말린장미-저채도 <input type="radio"/> 벽돌/플럼-고채도 저명도
3. 고객님의 선호하지 않는 립 컬러는 무엇인가요?	<input type="radio"/> 레드/오렌지/핑크-고채도 컬러 <input type="radio"/> mlbb/누드/말린장미-저채도 <input type="radio"/> 벽돌/플럼-고채도 저명도

33) 김수정, “퍼스널 컬러 진단에 따른 메이크업 색채에 관한 연구” 『대구 대학교 디자인 대학원 석사학위 논문』 (2005)

4. 고객님의 평소 어떤 악세사리를 선호 하나요?	<input type="radio"/> 골드 <input type="radio"/> 실버 <input type="radio"/> 로즈골드 <input type="radio"/> 악세사리 착용x
5. 고객님의 선호하지 않는 악세사리는 무엇인가요?	<input type="radio"/> 골드 <input type="radio"/> 실버 <input type="radio"/> 로즈골드 <input type="radio"/> 악세사리 착용x
6. 고객님의 연색/탈색을 해본 경험이 있으신가요?(중복가능)	<input type="radio"/> 염색 <input type="radio"/> 탈색 <input type="radio"/> 경험 x
7. 고객님의 맨얼굴에 가장 잘 어울렸던 헤어 컬러를 적어 주세요.(자연모 포함)	<input type="radio"/> 답변

출처: https://m.blog.naver.com/lovedestiny8/223278454833?view=img_10

2차 진단은 신체색상 육안 측정하는 단계로 분광 측색기를 통해 피부의 적색도와 황색도를 분석하여 팔목 안쪽부분의 피부색, 뒷머리 두피 색과 모발은 염색이 되지 않은 부분과 눈동자의 홍채 색을 통해 육안으로 측정하는 방법으로 따뜻한 유형과 차가운 유형을 구분한다.

3차 진단은 컬러 진단천으로 드레이핑하는 방법으로 사계절 유형분석으로 웜 톤(따뜻한 유형)과 쿨 톤(차가운 유형)을 구분 한 후 사계절 중 어느 계절에 속하는지 구분하고 분석 한다.³⁴⁾

4차 진단은 개인의 색채를 선정하는 단계로 가장 어울리는 색상인 개인 퍼스널 컬러 팔레트 제안한다.

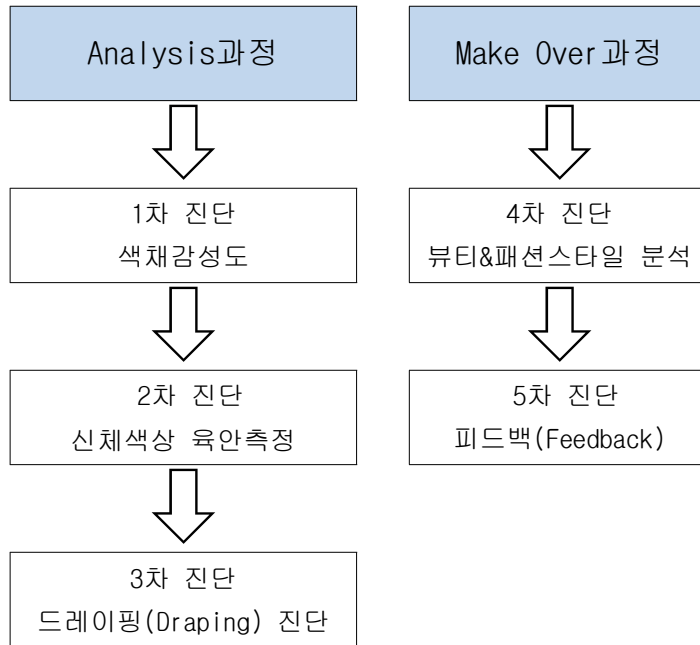
5차 진단은 피드백(Feed Back)으로 컨설팅 후 선별된 어울리는 색상을 생활 속에서 활용도를 분석 지속적 관리 제시할 수 있다.³⁵⁾

다음 <그림 2-15>는 퍼스널 컬러 컨설팅 시스템의 기본 구조이다.

34) 나해윤, “개인색채 진단에 따른 이미지 연출에 관한 연구: 헤어 색상과 메이크업 중심으로” 『광주대학교 산업 정보 대학원 석사 학위 논문』 (2004)

35) 김미란, “실용한국색채표준색을 이용한 퍼스널 컬러 진단 도구 연구 개발” 『용인대학교 경영 대학원 석사 학위 논문』 (2005)

<그림2-15> 퍼스널 컬러 컨설팅 기본구조³⁶⁾



다. 퍼스널 컬러 컨설팅 시 유의 사항

첫째, 11-15시 사이의 자연광, 또는 유사한 주광용 조명을 사용한다.

둘째, 진단에 영향을 줄 수 있는 안경이나 액세서리와 메이크업은 제거한다.

셋째, 몸의 컨디션이 좋지 않을 때는 피부색이 변할 수 있어 퍼스널 컬러 체크를 피한다.

넷째, 컨설팅 할 때는 진단 천을 보지 않고 거울에 비친 고객의 얼굴을 보면서 얼굴의 변화를 주시한다.

다섯째, 순간적으로 어울린다고 느끼는 진단천의 색을 선택한다.

여섯째, 혼자 보다는 여러 사람이 하는 것이 컬러 진단에 도움이 된다.³⁷⁾

36) 김미란, “실용한국섬유 표준색을 이용한 퍼스널 컬러 진단 도구 연구 개발” 『용인대학교 경영 대학원 석사 학위 논문』 (2005)

제 2 절 대인관계

1. 대인관계

대인관계(interpersonal relation)란 현대사회에서 두 사람 이상의 관계를 다른 사람들을 어떻게 생각하고 느끼는지 또는 다른 사람의 행동에 대하여 어떻게 반응 할 것인지를 의미하며 사람을 대하는 일반적이고 심리적인 개인의 내적 성격과 외적 행동 간의 관계이다.³⁷⁾

이는 두 사람 혹은 그 이상의 많은 사람들과 역동적이고 지속적인 상호 작용을 통해 얻게 되는 관계를 의미하는데 인간은 대인관계 경험의 질과 양에 따라 개성 있는 자아를 형성시키고 발달하게 되어 정체감과 인격발달에도 많은 영향을 미치게 된다.³⁹⁾ 우리는 태어난 순간부터 죽는 순간까지 다른 사람과의 끊임없는 관계를 형성하며 살아가게 되므로 대인관계는 인생에서 매우 중요한 부분이다.⁴⁰⁾ 또한 대인관계 영역은 개인의 성장과 정신 건강에도 밀접한 관계가 있으므로 다양한 갈등과 문제에 대처할 수 있는 노력이 필요하고 외모에 대한 긍정적인 평가는 자존감의 상승과 대인관계 형성에 도움이 되며 대인지각의 후광효과로 작용하고 이는 곧 사회적인 성공에도 영향을 미친다는 연구결과도 보고되고 있다.

37) 문혜림, “퍼스널컬러의 변화를 헤어 컬러 중심으로 적용한 남·녀의 인상형성의 차이” 『한남대학교 사회문화·행정복지 대학원 석사학위 논문』 (2018)

38) 이항은 “포래집단미술치료(PGAT) 프로그램이 고등학생의 대인관계에 미치는 효과” 미술치료연구 제16권 제3호(통권 42호) p.465~490 (2009)

39) 이항은 “포래집단미술치료(PGAT) 프로그램이 고등학생의 대인관계에 미치는 효과” 미술치료연구 제16권 제3호(통권 42호) p.465~490 (2009)

40) 우종완, “상담자의 대인관계 성향이 상담자 자기 효능에 미치는 영향 : 상담경력에 조절 효과 ” 『카톨릭 대학교 상담심리 대학원 석사학위 논문』 (2015)

2. 대인관계와 메이크업

메이크업의 사전적 개념을 살펴보면 기초화장을 한 다음에 하는 색조 화장, 배우가 연극이나 영화 따위에 출연할 때에 하는 무대 화장이 라고 정의 하고 있다.⁴¹⁾ 이와 같이 메이크업은 자신의 개성과 성격을 나타내고, 얼굴을 매력적이고 아름답게 보이기 위해 여러 가지의 화장품과 도구를 사용하여 단점을 보완하고 장점을 돋보이게 꾸미는 것으로 인체에 행해지는 창의적인 연출행위를 말한다. 또한 메이크업은 내적 아름다움을 외적으로 표출해내고 외적인 변화를 통하여 정신적인 내면까지 영향을 주는 과학이며 예술이다 할 수 있다.⁴²⁾ 그렇지만 모든 사람이 메이크업을 했다고 해서 아름답거나 매력적으로 보이는 것은 아니고 간혹 하지 않은 경우가 더 나아보이기도 한다.⁴³⁾ 이처럼 외모에 대한 긍정적인 평가는 자존감 상승과 원만한 대인관계 향상, 성공적인 사회생활을 하기 위해서는 호감가는 첫인상이 중요하며 외모가 개인의 정서적, 인지적 측면으로 인식되고 있어 외모 만족도에 따른 개인의 감정은 자아 존중감과 생활에도 영향을 미친다.⁴⁴⁾

이에 호감도는 특정한 대상을 좋아할수록 긍정적으로 설명하고 싫어할수록 부정적으로 설명하는 등 대인관계에서 타인의 전반적인 평가에 영향을 미치며⁴⁵⁾ 따라서 타인에게 제일 먼저 시각적으로 인지되는 얼굴의 경우 퍼스널 컬러 메이크업에서 직접적 혹은 간접적인 효과가 자신감에 영향을 줄 수 있게 된다. 이는 자신의 아름다움을 재발견하여 효과적인 메이크업으로 인해서 자신의 매력 향상에 영향을 주고 이 과정에서 자신의 의도에 따라 향상된 얼굴의 매력과 전체적인 자기연출에서 오는 뿌듯함,

41) <https://ko.dict.naver.com/#/entry/koko/95a5c3414d1c4a27a703ce2986eea78d>

42) 김금란, “Let's Make up” 동강기획 (2017)

43) 임효정 “긍정적 자아 형성을 위한 메이크업 테라피 프로그램 개발 및 효과 검증” 중앙대학교 대학원 박사학위 논문 (2014)

44) 임효정 “긍정적 자아 형성을 위한 메이크업 테라피 프로그램 개발 및 효과 검증” 중앙대학교 대학원 박사학위 논문 (2014)

45) 오유진, 박지혜, 곽혜은, “한류경험이 한국무용의 인지도와호감도에 미치는 영향”, 문화산업연구 제16권 3호, p.97~104 (2016년 9월)

자신감은 대인관계에 긍정적 영향을 미치게 되는 것이다.

이처럼 현대인들의 퍼스널 컬러의 인지는 메이크업으로 인한 자신의 정체성을 표현하거나 전체적인 이미지 변화를 가능 하게 하는 수단으로 대인관계에서 행동의 중요한 동기로 작용한다.

3. 대인관계 관련 선행연구

대인관계 관련 연구에서 송지현(2020)⁴⁶⁾은 자기애성향이 높을수록 외모 관리행동 및 대인관계에 더 많은 영향을 미치며, 사회활동이 많아짐에 따라 대인관계가 활발해져 자신의 외모관리에 신경과 노력을 많이 한다고 언급하였다.

이병임(2000)⁴⁷⁾은 대학생들이 자신의 외모에 만족할수록 사회에서 활동이나 모임에 적극적으로 참여하고, 어떠한 일을 수행하는 과정에서도 의욕적인 역할을 하는 경향이 높다고 분석하였다.

고선형(2015)⁴⁸⁾은 성인의 자아존중감은 30, 40대 대학원 이상, 전문직이 높았고, 성인의 외모관리행동은 대학원 이상, 전문직이 높았으며, 성인의 대인관계 중 만족감은 남자, 30대, 기혼, 대학원 이상, 천주교, 전문직이 높았다. 이와 같은 결과에서 성인의 대인관계와 신체이미지의 관계가 상호연관성이 있다는 것을 확인할 수 있다.

김규리(2016)⁴⁹⁾는 대인관계성향이 좀 더 적극적인 사람은 외모나 의복이 매우 중요한 도구임을 인식하며, 신체적 결함에 있어 보완, 수정하면서 현재 보여지는 스타일의 유행을 벗어나지 않는 것이라 한다.

최은정(2007)⁵⁰⁾은 조사대상자들이 화장 전보다 메이크업 후의 외모에

46) 송지현, “자기애 성향이 외모관리 행동 및 대인관계에 미치는 영향” 『성신여자 대학교 뷰티융합 대학원 석사학위 논문』 (2020)

47) 이병임, “대학생의 전공 및 직업선택에 따른 직업적 자기 효능감, 성역할 정체감, 사고 유형의 분석” 『성균관 대학교 대학원 박사학위 논문』 (2000)

48) 고선형, “성인의 자아존중감 외모관리행동 및 신체이미지가 대인관계에 미치는 영향” 『한성대학교 일반대학원 박사학위 논문』 (2015)

49) 김규리, “중년여성의 대인관계성향에 따른 추구이미지, 외모 및 패션에 대한 연구” 『조선대학교 대학원 박사학위 논문』 (2016)

더 만족하고 있었으며, 메이크업을 했을 때 의욕적이 되며 생각과 행동도 긍정적인 것으로 분석 하였다. 따라서 메이크업은 대인관계에서 상대방에게 호감 가는 이미지를 연출 하는데 좋은 인상을 남기고 나은 대우를 받는데 도움이 되고 있음을 알 수 있다.

정미영(2018)⁵¹⁾은 중년기 여성의 화장행동이 대인관계의 각 하위요인들과 관계에서 자아 존중감을 매개변수로 하여 화장행동은 대인관계에서 자아존중감에 의해 매개되는 것으로 부분매개변수임을 검증하였고, 40-50대 중년기 여성들의 화장행동은 자아존중감과 대인관계에 유의미한 영향을 미친다고 보고 하였다.

정리한 선행연구는 <표 2-2>과 같다.

<표 2-2> 대인관계 관련 선행연구

연구자(연도)	제목
송지현(2020)	자기애 성향이 외모관리 행동 및 대인관계에 미치는 영향
이병임(2000)	대학생의 전공 및 직업선택에 따른 직업적 자기 효능감, 성역할 정체감, 사고유형의 분석
고선형(2015)	성인의 자아존중감 외모관리행동 및 신체이미지가 대인관계에 미치는 영향
최은정(2007)	메이크업이 여성에게 미치는 영향
정미영(2018)	중년기 여성의 화장행동이 자아존중감과 대인관계에 미치는 영향

위와 같은 선행 연구 결과를 참고로 본 연구는 대인관계 하위요인을 자신감, 긍정적 성향, 호감도, 사교성, 적극성 5개로 선정제시 하여 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도와의 연관성을 연구하고자 하였다.

50) 최은정, “메이크업이 여성에게 미치는 영향” 『경기대학교 대체의학 대학원 석사 학위 논문』 (2007)

51) 정미영, “중년기 여성의 화장행동이 자아존중감과 대인관계에 미치는 영향” 『성신여자 대학교 뷰티융합대학원 석사학위논문』 (2018)

제 3 장 연구방법

제 1 절 연구 대상 및 기간

본 연구는 전국에 거주중인 20~50대를 중심으로 퍼스널 컬러 컨설팅 경험이 있는 남·녀를 대상으로 온라인 설문방식인 구글 설문지를 통해 2023년 5월 7일 ~ 26일까지 실시하였다.

설문지 351부를 배포하여 299부를 수거하였으며, 신뢰성이 떨어지거나 응답이 부실한 20부를 제외한 279부를 최종분석에 사용하였다.

설문 자료는 SPSS 25.0을 사용하고, 탐색적 요인분석, 빈도분석, Cronbach's α 계수를 산출, 일원변량분석(One-way, ANOVA) 및 독립표본 t-test 실시하고 사후검정 방법으로 Duncan test를 실시하였다.



제 2 절 연구 설계

1. 연구 가설

본 연구의 가설은 다음과 같다.

가설 1. 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도는 메이크업 행동 변화에
 긍정적 영향을 미칠 것이다.

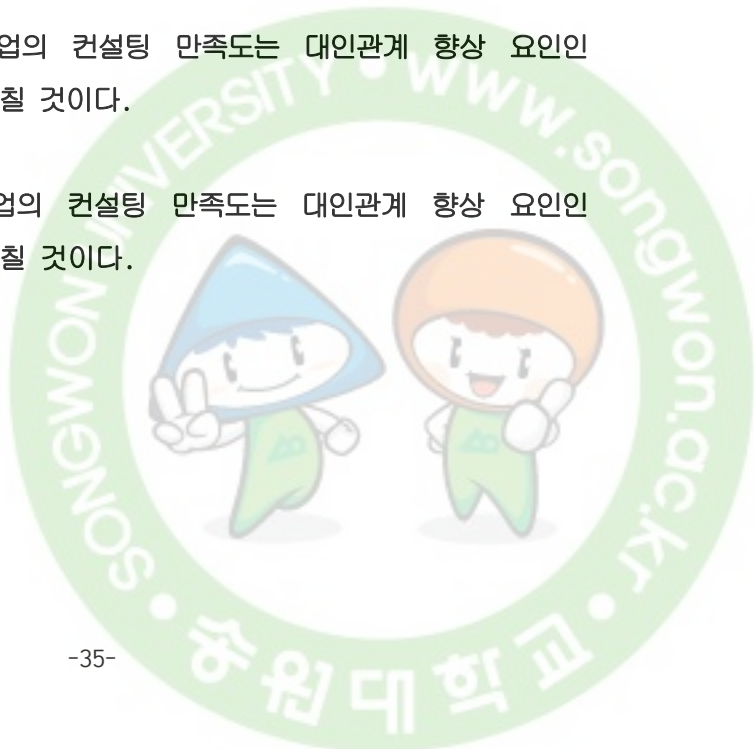
가설 2. 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도는 대인관계 향상 요인인
 긍정적 성향에 바람직한 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도는 대인관계 향상 요인인
 자신감에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도는 대인관계 향상 요인인
 호감도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

가설 5. 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도는 대인관계 향상 요인인
 적극성에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

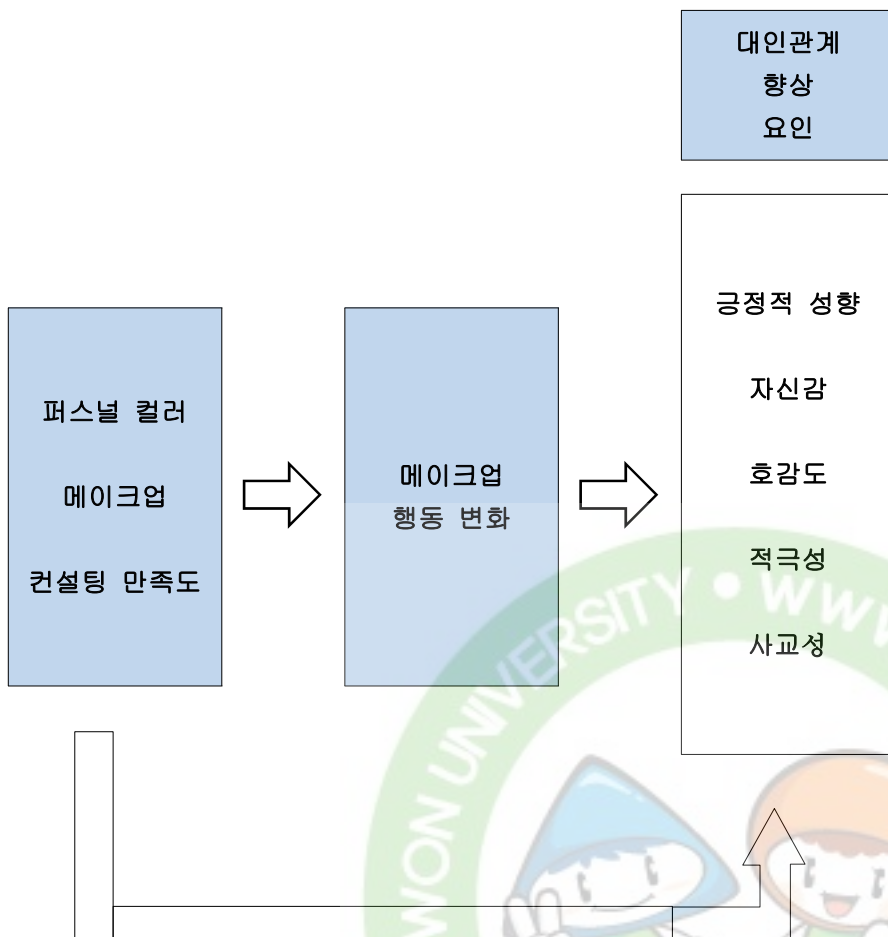
가설 6. 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도는 대인관계 향상 요인인
 사교성에 긍정적 영향을 미칠 것이다.



2. 연구 모형

본 연구의 퍼스널 컬러 컨설팅 만족도가 메이크업 행동 변화로 인하여 대인관계에 미치는 영향을 규명하기 위한 연구 모형은 <그림 3-1>과 같다.

<그림 3-1> 연구모형



3. 설문지의 구성

본 연구에서 사용된 설문지의 구성은 다음과 같다.

일반적 특성 11문항, 퍼스널 컬러 인식에 관한 문항 21문항, 퍼스널 컬러 컨설팅 메이크업 행동 변화 9문항, 퍼스널 컬러 컨설팅 메이크업 만족도 8문항, 퍼스널 컬러 컨설팅 후 대인관계 문항 25문항으로 총 74문항을 구성한 내용은 <표3-1>과 같다.

<표 3-1> 설문지 구성 내용

구분		문항수	연구자
일반적 특성	성별, 연령, 지역	11	연구자 재구성
퍼스널 컬러 컨설팅	퍼스널 컬러 인식	21	박정민(2012) 연구자 재구성
	메이크업 만족도	8	이지혜(2019) 김현진(2023) 연구자 재구성
퍼스널 컬러 컨설팅 후	메이크업 변화	9	박순옥(2023) 연구자 재구성
	대인관계 변화	25	김규리(2016) 노선옥(2011) 윤지희(2003) 연구자 재구성
합계		74	

제 3 절 통계 분석 방법

본 연구는 퍼스널 컬러 컨설팅 만족도가 메이크업 행동변화와 대인관계에 미치는 영향을 알아보기 위해서 실시되었고, 최종 수거된 279부의 설문을 SPSS 25.0 통계프로그램을 사용하여 분석을 실시하였다. 구체적인 분석 방법은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성에 대해 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 퍼스널 컬러의 인식과 퍼스널 컬러 컨설팅 경험실태에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

셋째, 측정도구의 신뢰도 분석을 위해 Cronbach' s α 계수를 사용 하고, 타당도 분석을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다.

넷째, 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도와 메이크업 행동변화, 대인관계에 대해 알아보고, 조사대상자의 일반적인 특성에 따라 차이가 있는지를 알아보기 위해 일원변량분석(One-way, ANOVA) 및 독립표본 t-test을 실시하고, 사후검정 방법으로 Duncan test를 실시하였다.

다섯째, 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도와 메이크업 행동변화, 대인관계의 상관관계를 알아보기 위하여 피어슨 상관관계분석을 실시하였다.

여섯째, 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 메이크업 행동변화, 대인관계에 미치는 영향을 알아보기 위하여 단순회귀분석을 실시하였다.

제 4 장 연구 결과

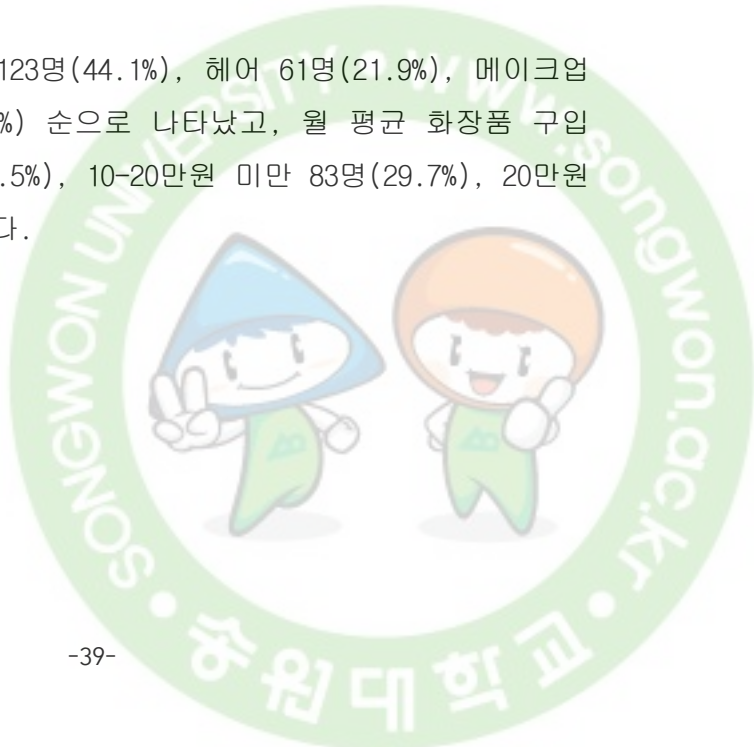
제1절 조사 대상자의 일반적 특성

조사 대상자의 일반적 특성에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과는 <표 4-1>과 같다.

분석결과 성별은 남자 131명(47.0%), 여자 148명(53.0%)으로 나타났고, 연령은 만29세 이하 105명(37.8%), 만30-39세 84명(30.1%), 만40세 이상 90명(32.3%)으로 나타났다. 결혼여부는 미혼 167명(59.9%), 기혼 112명(40.1%)으로 나타났고, 최종학력은 고졸 52명(18.6%), 전문대 졸 28명(10.0%), 대학교 졸 178명(63.8%), 대학원 졸 21명(7.5%)으로 나타났다.

직업은 직장인 157명(56.3%), 학생 50명(17.9%), 전문직 27명(9.7%), 자영업 19명(6.8%), 주부 15명(5.4%) 순으로 나타났고, 월 평균 수입은 200만원 미만 69명(24.7%), 200-300만원 미만 83명(29.7%), 300-400만원 미만 65명(23.3%), 400-500만원 미만 34명(12.2%), 500만원 이상 28명(10.0%)으로 나타났으며, 거주지역은 서울, 경기도 160명(57.3%), 경상도 70명(25.1%), 충청도 25명(9.0%), 전라도 17명(6.1%), 강원, 제주도 7명(2.5%) 순으로 나타났다.

외모관리 우선순위는 피부 123명(44.1%), 헤어 61명(21.9%), 메이크업 48명(17.2%), 패션 47명(16.8%) 순으로 나타났고, 월 평균 화장품 구입 비용은 10만원 미만 152명(54.5%), 10-20만원 미만 83명(29.7%), 20만원 이상 44명(15.8%)으로 나타났다.



<표 4-1> 조사대상자의 일반적 특성

구분		빈도(N)	퍼센트(%)
성별	남자	131	47.0
	여자	148	53.0
연령	만29세 이하	105	37.6
	만30-39세	84	30.1
	만40세 이상	90	32.3
결혼여부	미혼	167	59.9
	기혼	112	40.1
최종학력	고졸	52	18.6
	전문대 졸	28	10.0
	대학교 졸	178	63.8
	대학원 졸	21	7.5
직업	학생	50	17.9
	직장인	157	56.3
	자영업	19	6.8
	전문직	27	9.7
	주부	15	5.4
	기타	11	3.9
월 평균 수입	200만원 미만	69	24.7
	200-300만원 미만	83	29.7
	300-400만원 미만	65	23.3
	400-500만원 미만	34	12.2
	500만원 이상	28	10.0
거주지역	서울, 경기도	160	57.3
	충청도	25	9.0
	경상도	70	25.1
	전라도	17	6.1
	강원, 제주도	7	2.5
외모관리 우선순위	헤어	61	21.9
	메이크업	48	17.2
	피부	123	44.1
	패션	47	16.8
월 평균 화장품 구입비용	10만원 미만	152	54.5
	10-20만원 미만	83	29.7
	20만원 이상	44	15.8
전체		279	100.0

제 2 절 퍼스널 컬러 인식

퍼스널 컬러 인식에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과는 <표 4-2>와 같다.

분석결과 퍼스널 컬러에 대한 인지정도는 ‘그렇지 않다’ 6명(2.2%), ‘보통이다’ 56명(20.1%), ‘그렇다’ 149명(53.4%), ‘매우 그렇다’ 68명(24.4%)으로 나타나 전체 77.8%가 퍼스널 컬러에 대해 알고 있는 것으로 볼 수 있고, 퍼스널 컬러에 대한 관심도는 ‘그렇지 않다’ 8명(2.9%), ‘보통이다’ 54명(19.4%), ‘그렇다’ 135명(48.4%), ‘매우 그렇다’ 82명(29.4%)으로 나타나 전체 77.8%가 퍼스널 컬러에 대해 관심이 있는 것으로 볼 수 있다.

퍼스널 컬러에 대한 중요성은 ‘그렇지 않다’ 5명(1.8%), ‘보통이다’ 60명(21.5%), ‘그렇다’ 141명(50.5%), ‘매우 그렇다’ 73명(26.2%)으로 나타나 대체적으로 76.7%가 퍼스널 컬러가 중요하다고 생각하는 것으로 볼 수 있고, 퍼스널 컬러에 맞는 메이크업 중요성은 ‘그렇지 않다’ 9명(3.2%), ‘보통이다’ 41명(14.7%), ‘그렇다’ 143명(51.3%), ‘매우 그렇다’ 86명(30.8%)으로 나타나 전체 82.1%가 퍼스널 컬러에 맞는 메이크업이 중요하다고 생각하는 것으로 볼 수 있다.

피부색에 맞는 컬러의 메이크업 제품 선택 필요성은 ‘그렇지 않다’ 4명(1.4%), ‘보통이다’ 32명(11.5%), ‘그렇다’ 148명(53.0%), ‘매우 그렇다’ 95명(34.1%)으로 나타나 전체 87.1%가 메이크업 제품 선택은 본인 피부색과 맞는 컬러를 해야 한다고 생각하는 것으로 볼 수 있고, 퍼스널 컬러를 통한 이미지 연출 중요성은 ‘전혀 그렇지 않다’ 1명(0.4%), ‘그렇지 않다’ 5명(1.8%), ‘보통이다’ 23명(8.2%), ‘그렇다’ 153명(54.8%), ‘매우 그렇다’ 97명(34.8%)으로 나타나 전체 89.6%가 퍼스널 컬러가 이미지 연출에 중요하다고 생각하는 것으로 볼 수 있다.

<표 4-2> 퍼스널 컬러 인식

구분		빈도(N)	퍼센트(%)
퍼스널 컬러에 대한 인지정도	전혀 그렇지 않다	0	.0
	그렇지 않다	6	2.2
	보통이다	56	20.1
	그렇다	149	53.4
	매우 그렇다	68	24.4
퍼스널 컬러에 대한 관심도	전혀 그렇지 않다	0	.0
	그렇지 않다	8	2.9
	보통이다	54	19.4
	그렇다	135	48.4
	매우 그렇다	82	29.4
퍼스널 컬러에 대한 중요성	전혀 그렇지 않다	0	.0
	그렇지 않다	5	1.8
	보통이다	60	21.5
	그렇다	141	50.5
	매우 그렇다	73	26.2
퍼스널 컬러에 맞는 메이크업 중요성	전혀 그렇지 않다	0	.0
	그렇지 않다	9	3.2
	보통이다	41	14.7
	그렇다	143	51.3
	매우 그렇다	86	30.8
피부색에 맞는 컬러의 메이크업 제품 선택 필요성	전혀 그렇지 않다	0	.0
	그렇지 않다	4	1.4
	보통이다	32	11.5
	그렇다	148	53.0
	매우 그렇다	95	34.1
퍼스널 컬러를 통한 이미지 연출 중요성	전혀 그렇지 않다	1	.4
	그렇지 않다	5	1.8
	보통이다	23	8.2
	그렇다	153	54.8
	매우 그렇다	97	34.8
합계		279	100.0

제 3 절 퍼스널 컬러 컨설팅 경험 실태

퍼스널 컬러 컨설팅 경험 실태에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과는 <표 4-3>과 같다.

분석결과 퍼스널 컬러 인지경로는 ‘대중매체(TV, 인터넷, 잡지, 신문 등)’ 180명(64.5%), ‘친구나 동료’ 40명(14.3%), ‘교육, 세미나’ 29명(10.4%), ‘미용실, 메이크업 샵’ 14명(5.0%), ‘자료 (책, 논문)’ 7명(2.5%) 순으로 나타나 대체적으로 대중매체(TV, 인터넷, 잡지, 신문 등)를 통해 알게 된 것으로 볼 수 있고, 퍼스널 컬러 컨설팅 장소는 ‘퍼스널 컬러 컨설팅샵’ 93명(33.3%), ‘모바일 앱’ 62명(22.2%), ‘행사 및 세미나’ 56명(20.1%), ‘헤어샵’ 35명(12.5%), ‘메이크업 샵’ 33명(11.8%) 순으로 나타나 대체적으로 퍼스널 컬러 컨설팅 샵에서 받은 것으로 볼 수 있다. 퍼스널 컬러 컨설팅 경험횟수는 ‘1회’ 178명(63.8%), ‘2회’ 84명(30.1%), ‘3회 이상’ 17명(6.1%) 순으로 나타나 대체적으로 1회 정도 컨설팅을 받은 것으로 볼 수 있고, 퍼스널 컬러 컨설팅 경험이유는 ‘나에게 어울리는 색상을 알기 위해’ 154명(55.2%), ‘어울리는 메이크업을 위해’ 52명(18.6%), ‘옷을 잘 입기 위해’ 28명(10.0%), ‘이미지 상승을 위해’ 24명(8.6%), ‘유행이어서’ 21명(7.5%) 순으로 나타나 대체적으로 나에게 어울리는 색상을 알기 위해 컨설팅을 받은 것으로 볼 수 있다.

퍼스널 컬러 컨설팅 고려사항은 ‘SNS 후기’ 67명(24.0%), ‘가격’ 47명(16.8%), ‘컨설턴트의 경력 및 학력’ 42명(15.1%), ‘컨설턴트 지도’ 41명(14.7%), ‘접근성’ 39명(14.0%), ‘지인의 추천’ 27명(9.7%), ‘패키지 프로그램’ 14명(5.0%) 순으로 나타나 대체적으로 SNS 후기를 통해 고려하는 것으로 볼 수 있고, 퍼스널 컬러 컨설팅 비용은 ‘5만원 미만’ 118명(42.3%), ‘5-8만원 미만’ 95명(34.1%), ‘8-10만원 미만’ 45명(16.1%), ‘10만원 이상’ 21명(7.5%)으로 나타나 대체적으로 5만원 미만의 비용을 지출한 것으로 볼 수 있다.

<표 4-3> 퍼스널컬러 컨설팅 경험실태

구분		빈도(N)	퍼센트(%)
퍼스널 컬러 인지경로	자료 (책, 논문)	7	2.5
	대중매체(TV, 인터넷, 잡지, 신문 등)	180	64.5
	교육, 세미나	29	10.4
	미용실, 메이크업 샵	14	5.0
	친구나 동료	40	14.3
	기타	9	3.2
퍼스널 컬러 컨설팅 장소	퍼스널컬러 컨설팅 샵	93	33.3
	메이크업 샵	33	11.8
	헤어 샵	35	12.5
	행사 및 세미나	56	20.1
	모바일 앱	62	22.2
퍼스널 컬러 컨설팅 경험횟수	1회	178	63.8
	2회	84	30.1
	3회 이상	17	6.1
퍼스널 컬러 컨설팅 경험이유	나에게 어울리는 색상을 알기 위해	154	55.2
	어울리는 메이크업을 위해	52	18.6
	옷을 잘 입기 위해	28	10.0
	유행이라서	21	7.5
	이미지상승을 위해	24	8.6
퍼스널 컬러 컨설팅 고려사항	컨설턴트 인지도	41	14.7
	컨설턴트의 경력 및 학력	42	15.1
	SNS 후기	67	24.0
	접근성	39	14.0
	가격	47	16.8
	지인의 추천	27	9.7
	패키지 프로그램	14	5.0
	기타	2	.7
퍼스널 컬러 컨설팅 비용	5만원 미만	118	42.3
	5-8만원 미만	95	34.1
	8-10만원 미만	45	16.1
	10만원 이상	21	7.5
전체		279	100.0

제 4 절 타당성 및 신뢰도 검증

타당성(Validity)은 연구자가 측정하고자 하는 개념 추상적인 개념이 실제로 측정도구에 의하여 제대로 측정되었는지의 정도를 나타낸다.⁵²⁾

본 연구는 변수의 타당성을 분석하기 위한 방법으로 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 사용하여 여러 요인분석 방법 중 정보의 손실을 최대한으로 줄이고 많은 변수들을 가능한 적은 수의 요인으로 줄이는 것이 목적이며 구성개념의 판별타당성을 확보하기 위해서 주로 많이 사용하는 주성분분석을 실시하였다.

요인회전방식은 요인들 간에 상호독립성을 유지하고 회전하는 방식인 Varimax방식을 사용하였고, 요인 적재치(factor loading)는 일반적인 0.40 이상인 변수를 유의미한 변수로 보았다.

또한 신뢰도(Reliability)는 유사하거나 동일한 측정도구를 사용하여 동일한 개념을 반복 측정했을 때 일관성 있는 결과를 얻는 것을 말한다. 척도의 신뢰도를 평가하는 방법으로 가장 흔히 사용되는 방법 중 하나는 내적 일관성(Internal Consistency)에 따른 방법이고 항목들 간의 상관관계로 평가되며, 항목 간 상관관계가 높을수록 내적 일관성이 높다고 할 수 있다. 일반적으로 가장 많이 쓰이는 내적 일관성 척도의 신뢰도 평가 방법은 Cronbach's α 계수를 이용하는 것이다.⁵³⁾

일반적으로 Cronbach's α 계수가 0.60 이상이면 비교적 신뢰도가 높게 평가되며, 본 연구에서도 Cronbach's α 계수를 사용한 신뢰도 분석방법을 사용해 측정항목간의 동질성 정도를 평가함으로 내적일관성 정도를 알아보하고자 하였다.

52)김구, 사회과학 연구 조사 방법론의 이해 양적 연구와 질적 연구의 접근 서울 비엔앰북스 (2011)

53)이학식, 김영, spss 10.0 매뉴얼, 서울 법문사 (2002)

1. 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도에 대한 타당성 및 신뢰도 검증 결과는 <표 4-4>과 같다. 요인분석 수행을 위한 검증결과 KMO는 0.911, Bartlett의 구형성 검증은 1077.487(df=15, p=0.000)로 유의미한 것으로 나타났다. 요인분석을 통해 추출된 요인은 총 1개로 나타났으며, 요인의 총 누적분산설명력은 70.535%로 나타났다. 각각의 요인이 갖는 요인 적재치가 0.40을 넘는 것으로 파악되어 타당성을 충족하고 있는 것으로 분석되며, 추출된 1개의 요인은 ‘퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도’ (70.535%)로 명명하였다. 각 요인의 신뢰도를 분석한 결과 ‘퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도’는 0.914로 분석되어 신뢰할 만한 수준으로 볼 수 있다.

<표 4-4> 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

문항	성분
	퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도
5. 퍼스널 컬러 메이크업으로 기분이 좋아진다.	.874
4. 퍼스널 컬러 메이크업은 내 이미지 향상에 도움이 되었다.	.861
1. 퍼스널 컬러 메이크업 색상에 만족한다.	.853
2. 퍼스널 컬러 메이크업이 마음에 든다.	.851
6. 퍼스널 컬러 메이크업으로 자신감이 향상 되었다.	.818
3. 퍼스널 컬러가 내가 선호하는 이미지와 일치한다고 생각한다.	.779
고유값	4.232
분산설명(%)	70.535
누적분산설명(%)	70.535
신뢰도(Cronbach's α)	.914
KMO=.911, Bartlett's test χ^2 =1077.487 (df=15, p=.000)	

2. 메이크업 행동 변화에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

메이크업 행동 변화에 대한 타당성 및 신뢰도 검증 결과는 <표 4-5>와 같다.

요인분석 수행을 위한 검증결과 KM0는 0.868, Bartlett의 구형성 검증은 813.682 (df=15, p=0.000)로 유의미한 것으로 나타났다. 요인분석을 통해 1개의 문항(3번)이 제거되고 추출된 요인은 총 1개로 이들 요인의 총 누적분산설명력은 62.680%로 나타났다. 각각의 요인이 갖는 요인 적재치가 0.40을 넘는 것으로 파악되어 타당성을 충족하고 있는 것으로 분석되며, 추출된 1개의 요인은 ‘메이크업 행동 변화’ (62.680%)로 명명하였다.

각 요인의 신뢰도를 분석한 결과 ‘메이크업 행동 변화’는 0.837로 분석되어 신뢰할 만한 수준이다.

<표 4-5> 메이크업 행동 변화에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

문항	성분
	메이크업 행동 변화
5. 메이크업을 할 때 장점을 부각시킬 수 있었다.	.859
1. 나에게 어울리는 메이크업 색상을 알게 되었다.	.820
4. 추천받은 퍼스널컬러 제품을 구매하였다.	.775
2. 나에게 어울리지 않는 메이크업 색상도 알게 되었다.	.773
7. 색조 메이크업이 기초 메이크업보다 중요하다고 생각되었다.	.760
6. 잡티나 주름을 커버하는 메이크업이 중요하다고 생각되었다.	.758
고유값	3.761
분산설명(%)	62.680
누적분산설명(%)	62.680
신뢰도(Cronbach's α)	.837
KM0=.868, Bartlett's test χ^2 =813.682 (df=15, p=.000)	

3. 대인관계에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

대인관계에 대해 타당성 및 신뢰도 검증을 실시한 결과는 <표 4-6>과 같다.

요인분석 수행을 위한 검증결과 KM0는 0.948, Bartlett의 구형성 검증은 6116.219 ($df=231$, $p=0.000$)로 유의미한 것으로 나타났다. 요인분석을 통해 3개의 문항(12, 13, 15번)이 제거되었고, 추출된 요인은 총 5개로 나타났으며 이들 요인의 총 누적분산설명력은 80.780%로 나타났다.

각각의 요인이 갖는 요인 적재치가 0.40을 넘는 것으로 파악되고 타당성을 충족하고 있는 것으로 분석되어 추출된 5가지 요인은 ‘긍정적 성향’ (20.670%), ‘자신감’ (19.731%), ‘호감도’ (15.091%), ‘적극성’ (13.116%), ‘사교성’ (12.172%)로 명명하였다.

각 요인의 신뢰도를 분석한 결과 ‘긍정적 성향’은 0.954, ‘자신감’은 0.912, ‘호감도’는 0.909, ‘적극성’은 0.955, ‘사교성’은 0.941로 분석되어 신뢰할 수준으로 볼 수 있다.



<표 4-6> 대인관계에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

	문항	성분				
		요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5
타당성	21. 메이크업 행동 변화로 다른 사람을 칭찬하기가 쉬워졌다.	.791	.313	.236	.233	.139
	19. 메이크업 행동 변화로 다른 사람의 행동에 관해 기분 좋게 느끼게 되었다.	.787	.317	.206	.198	.256
	20. 메이크업 행동 변화로 다른 사람들에게 관대하다.	.766	.320	.219	.248	.196
	3. 메이크업 행동 변화로 긍정적인 성향으로 바뀌고 있다.	.761	.240	.302	.156	.209
	16. 메이크업 행동 변화로 다른 사람의 반응에 영향을 받는다.	.722	.364	.238	.255	.154
	4. 메이크업 행동 변화로 여러 사람과 같이 어울리기를 잘한다.	.713	.343	.305	.153	.196
자신감	9. 메이크업 행동 변화로 나는 늘 주목받고 싶어 한다.	.240	.764	.177	.181	.206
	10. 메이크업 행동 변화로 나는 당당해졌다.	.259	.736	.156	.077	.186
	5. 메이크업 행동 변화로 다른 사람들을 대하기가 편해졌다.	.287	.731	.227	.171	.183
	18. 메이크업 행동 변화로 사람들에게 나 자신을 많이 공개하는 편이다.	.350	.710	.216	.232	.248
	17. 메이크업 행동 변화로 다른 사람들이 나를 칭찬하고 인정해 주기를 원한다.	.249	.707	.208	.192	.227
	1. 메이크업 행동 변화로 사람들을 대할 때 자신감이 생겼다.	.234	.686	.109	.191	.108

<표 4-6> 대인관계에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

문항		성분				
		요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5
호감도	25. 메이크업 행동 변화로 사람들이 이미지가 부드러워 보인다고 한다.	.271	.183	.812	.136	.210
	2. 메이크업 행동 변화로 사람들은 나를 꽤 관심 있게 보는 편이다.	.218	.177	.809	.205	.210
	6. 메이크업 행동 변화로 다른 사람들은 나에게 호의적으로 대한다.	.228	.265	.767	.220	.156
	24. 메이크업 행동 변화로 사람들이 예뻐 보인다고 칭찬한다.	.348	.220	.700	.217	.188
적극성	23. 메이크업 행동 변화로 다른 사람과 경쟁하는 것이 쉬워졌다.	.254	.210	.225	.868	.164
	11. 메이크업 행동 변화로 다른 사람들에게 적극적이라는 말을 들어 보았다.	.233	.251	.232	.845	.181
	22. 메이크업 행동 변화로 다른 사람을 웃기기 위한 행동을 한다.	.259	.248	.218	.827	.188
사교성	7. 메이크업 행동 변화로 상대방에 호감이나 애정을 표현하기 쉬워졌다.	.213	.271	.205	.145	.842
	8. 메이크업 행동 변화로 사교적인 모임에 참석하기를 좋아한다.	.262	.309	.263	.209	.796
	14. 메이크업 행동 변화로 친구를 사귀기가 쉬워졌다.	.259	.279	.264	.223	.792
고유값		4.547	4.341	3.320	2.886	2.678
분산설명(%)		20.670	19.731	15.091	13.116	12.172
누적분산설명(%)		20.670	40.401	55.492	68.608	80.780
신뢰도		.954	.912	.909	.955	.941
KM0=.948, Bartlett's test $\chi^2=6116.219$ (df=231, p=.000)						

제 5 절 기술통계적 분석

다음은 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도와 메이크업 행동 변화, 대인관계에 대해 알아보고, 조사대상자의 일반적 특성에 따라 차이가 있는지를 알아보기 위해서 일원변량분석(One-way, ANOVA) 및 독립표본 t-test을 실시한 결과이다. 사후검정 방법으로 Duncan test를 실시하였다.

1. 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도

가. 전반적인 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도

전반적인 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도에 대해 알아보기 위하여 기술 통계분석을 실시한 결과는 <표 4-7>과 같다.

분석결과 전반적인 퍼스널컬러 메이크업 컨설팅 만족도는 평균 3.69점으로 나타났다.

<표 4-7> 전반적인 퍼스널컬러 메이크업 컨설팅 만족도

구분	평균(M)	표준편차(SD)
퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도	3.69	.745

나. 일반적 특성에 따른 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도 차이

일반적 특성에 따라 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도에 차이가 있는지를 분석한 결과는 <표 4-8>과 같다. 분석결과 연령, 성별, 결혼여부, 최종학력, 월 평균 수입, 직업, 외모관리 우선순위, 거주지역, 월 평균 화장품 구입비용 등 일반적 특성에 따라서 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다($p>.05$).

<표 4-8> 일반적 특성에 따른 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도 차이

구분		평균(M)	표준편차 (SD)	<i>t/F-value</i>	<i>p</i>
성별	남자	3.62	.647	-1.483 (.139)	.139
	여자	3.76	.819		
연령	만29세 이하	3.79	.866	1.432 (.241)	.241
	만30-39세	3.63	.702		
	만40세 이상	3.64	.616		
결혼여부	미혼	3.74	.722	1.315 (.190)	.190
	기혼	3.62	.776		
최종학력	고졸	3.75	.933	.148 (.931)	.931
	전문대 졸	3.71	.820		
	대학교 졸	3.67	.690		
	대학원 졸	3.71	.604		
직업	학생	3.84	.850	1.284 (.271)	.271
	직장인	3.72	.719		
	자영업	3.61	.648		
	전문직	3.59	.792		
	주부	3.38	.813		
	기타	3.50	.380		

<표 4-8> 일반적 특성에 따른 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도 차이

구분		평균(M)	표준편차 (SD)	<i>t/F-value</i>	<i>p</i>
월 평균 수입	200만원 미만	3.71	.818	.827(.509)	.509
	200-300만원 미만	3.79	.739		
	300-400만원 미만	3.58	.713		
	400-500만원 미만	3.73	.561		
	500만원 이상	3.60	.844		
거주 지역	서울, 경기도	3.66	.774	1.315(.265)	.265
	충청도	3.71	.681		
	경상도	3.68	.694		
	전라도	4.09	.808		
	강원, 제주도	3.62	.438		
외모 관리 우선 순위	헤어	3.66	.621	.818(.485)	.485
	메이크업	3.84	.777		
	피부	3.67	.769		
	패션	3.63	.797		
월 평균 화장품 구입 비용	10만원 미만	3.65	.755	1.104(.333)	.333
	10-20만원 미만	3.80	.688		
	20만원 이상	3.66	.808		
전체		3.65	.755		

2. 메이크업 행동 변화

가. 전반적인 메이크업 행동 변화

전반적인 메이크업 행동 변화에 대해 알아보기 위하여 기술통계분석을 실시한 결과는 <표 4-9>와 같다. 분석한 결과 메이크업 행동 변화는 평균 3.76점으로 나타났다.

<표 4-9> 전반적인 메이크업 행동 변화

구분	평균(M)	표준편차(SD)
메이크업 행동 변화	3.76	.669



나. 일반적 특성에 따른 메이크업 행동 변화 차이

일반적 특성에 따라 메이크업 행동 변화에 차이가 있는지를 분석한 결과는 <표 4-10>과 같다.

분석한 결과 성별, 월 평균 화장품 구입비용에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < .05$). 성별에 따라 여자의 경우 남자에 비해 상대적으로 메이크업 행동 변화가 높은 것으로 나타났고, 월 평균 화장품 구입비용에 따라서는 10만원 미만에 비해 10-20만원 미만의 경우 상대적으로 메이크업 행동 변화가 높은 것으로 나타났다.

이 외에 연령, 직업, 외모관리 우선순위, 결혼여부, 최종학력, 거주지역, 월 평균 수입에 따라서 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다($p > .05$).



<표 4-10> 일반적 특성에 따른 메이크업 행동 변화 차이

구분		평균 (M)	표준편차 (SD)	t/F-value	p
성별	남자	3.61	.644	-3.537***	.000
	여자	3.89	.665		
연령	만29세 이하	3.85	.772	1.831	.162
	만30-39세	3.67	.643		
	만40세 이상	3.73	.545		
결혼 여부	미혼	3.80	.635	1.177	.240
	기혼	3.70	.715		
최종학력	고졸	3.68	.868	.322	.810
	전문대 졸	3.81	.591		
	대학교 졸	3.77	.603		
	대학원 졸	3.75	.759		
직업	학생	3.88	.772	1.492	.193
	직장인	3.75	.654		
	자영업	3.63	.602		
	전문직	3.92	.530		
	주부	3.50	.840		
	기타	3.53	.356		
월 평균 수입	200만원 미만	3.73	.799	1.036	.389
	200-300만원 미만	3.86	.594		
	300-400만원 미만	3.64	.657		
	400-500만원 미만	3.73	.567		
	500만원 이상	3.81	.662		
거주지역	서울, 경기도	3.78	.661	.739	.566
	충청도	3.79	.677		
	경상도	3.66	.676		
	전라도	3.94	.777		
	강원, 제주도	3.67	.451		
외모관리 우선순위	헤어	3.69	.598	1.651	.178
	메이크업	3.89	.664		
	피부	3.79	.662		
	패션	3.62	.757		
월 평균 화장품 구입비용	10만원 미만	3.67 ^a	.716	3.207*	.042
	10-20만원 미만	3.89 ^b	.551		
	20만원 이상	3.80 ^{ab}	.669		
전체		3.76	.669		

*p<.05, ***p<.001

Duncan : a<b

3. 대인관계

가. 전반적인 대인관계

전반적인 대인관계에 대해 알아보기 위하여 기술통계분석을 실시한 결과는 <표 4-11>과 같다.

분석결과 전체적으로 볼 때, ‘호감도’ (M=3.43)가 가장 높게 나타났고, ‘긍정적 성향’ (M=3.22), ‘사교성’ (M=3.14), ‘자신감’ (M=3.10), ‘적극성’ (M=2.92) 순으로 나타났으며, 전반적인 대인관계는 평균 3.17점으로 나타났다.

<표 4-11> 전반적인 대인관계

구분		평균(M)	표준편차(SD)
퍼스널 컬러 컨설팅 만족도	자신감	3.10	.879
	적극성	2.92	1.098
	호감도	3.43	.854
	긍정적 성향	3.22	.925
	사교성	3.14	.984
	전체	3.17	.785



나. 일반적 특성에 따른 대인관계 차이

일반적 특성에 따라 대인관계에 차이가 있는지를 분석한 결과는 <표 4-12>와 같다. 분석결과 성별에 따라서는 전반적인 대인관계와 하위요인별 자신감, 적극성, 호감도, 긍정적 성향, 사교성에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p<.05$), 남자의 경우 여자에 비해 상대적으로 전반적인 대인관계와 하위요인별 자신감, 적극성, 호감도, 긍정적 성향, 사교성이 높은 것으로 나타났다.

직업에 따라서는 전반적인 대인관계와 하위요인별 적극성, 호감도, 긍정적 성향에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p<.05$), 직장인의 경우 상대적으로 전반적인 대인관계와 하위요인별 적극성, 호감도, 긍정적 성향이 높은 것으로 나타났다.

거주지역에 따라서는 전반적인 대인관계와 하위요인별 자신감, 긍정적 성향에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p<.05$), 전라도의 경우 서울, 경기도나 충청도, 경상도, 강원, 제주도에 비해 상대적으로 전반적인 대인관계와 하위요인별 자신감, 긍정적 성향이 높은 것으로 나타났다.

외모관리 우선순위에 따라서는 전반적인 대인관계와 하위요인별 자신감, 적극성, 긍정적 성향, 사교성에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p<.05$), 헤어나 메이크업을 우선적으로 관리하는 경우 상대적으로 전반적인 대인관계와 하위요인별 자신감, 적극성, 긍정적 성향, 사교성이 높은 것으로 나타났다.

월 평균 화장품 구입비용에 따라서는 전반적인 대인관계와 하위요인별 자신감, 적극성, 긍정적 성향, 사교성에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p<.05$), 10만원 미만에 비해 10-20만원 미만이나 20만원 이상의 경우 상대적으로 전반적인 대인관계와 하위요인별 자신감, 적극성, 긍정적 성향, 사교성이 높은 것으로 나타났다.

이 외에 연령, 결혼여부, 최종학력, 거주지역, 월 평균 수입에 따라서는 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다($p>.05$).

<표 4-12> 일반적 특성에 따른 대인관계 차이

구분		대인관계										전체	
		자신감		적극성		호감도		긍정적 성향		사교성			
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
성 별	남자	3.34	.750	3.20	.932	3.54	.735	3.49	.779	3.36	.856	3.40	.650
	여자	2.89	.931	2.67	1.173	3.33	.939	2.99	.980	2.94	1.049	2.97	.839
	<i>t-value</i> (<i>p</i>)	4.504*** (.000)		4.237*** (.000)		2.009* (.045)		4.795*** (.000)		3.631*** (.000)		4.796*** (.000)	
연 령	만29세 이하	3.13	.982	2.95	1.212	3.47	.934	3.16	1.017	3.12	1.073	3.17	.855
	만30~39 세	3.05	.880	2.78	1.089	3.35	.882	3.16	.971	3.02	1.035	3.10	.841
	만40세 이상	3.11	.749	3.02	.954	3.45	.725	3.35	.749	3.26	.806	3.25	.632
	<i>F-value</i> (<i>p</i>)	.175 (.839)		1.105 (.333)		.553 (.576)		1.221 (.296)		1.350 (.261)		.806 (.448)	
결 혼 여 부	미혼	3.07	.916	2.92	1.167	3.40	.890	3.16	.964	3.05	1.011	3.13	.810
	기혼	3.15	.822	2.91	.991	3.48	.798	3.32	.859	3.27	.932	3.24	.744
	<i>t-value</i> (<i>p</i>)	-.707 (.480)		.078 (.938)		-.811 (.418)		-1.394 (.164)		-1.838 (.067)		-1.123 (.262)	
최 종 학 력	고졸	3.31	1.007	3.01	1.170	3.42	.962	3.28	1.033	3.12	1.031	3.26	.864
	전문대 졸	2.99	.942	2.71	1.125	3.55	.893	3.29	.943	3.17	1.113	3.16	.802
	대학교 졸	3.08	.819	2.94	1.046	3.41	.829	3.20	.888	3.17	.935	3.17	.754
	대학원 졸	2.87	.911	2.83	1.336	3.48	.770	3.17	.983	2.84	1.114	3.05	.848
	<i>F-value</i> (<i>p</i>)	1.616 (.186)		.514 (.673)		.262 (.853)		.179 (.911)		.711 (.546)		.365 (.778)	
직 업	학생	3.09	1.063	2.98 ^{ab}	1.320	3.40 ^{ab}	1.004	3.10 ^{ab}	1.174	2.99	1.173	3.12 ^{ab}	.980
	직장인	3.20	.846	3.08 ^b	1.042	3.56 ^b	.793	3.37 ^b	.866	3.21	.907	3.30 ^b	.729
	자영업	2.97	.742	2.65 ^{ab}	.946	3.20 ^{ab}	.715	3.23 ^{ab}	.804	3.35	.864	3.09 ^{ab}	.703
	전문직	2.97	.775	2.42 ^{ab}	1.092	3.21 ^{ab}	.982	2.97 ^{ab}	.833	3.01	1.164	2.94 ^{ab}	.754
	주부	2.61	.883	2.38 ^a	.899	2.90 ^a	.772	2.67 ^a	.740	3.02	1.087	2.70 ^a	.702
	기타	2.94	.716	2.85 ^{ab}	.705	3.30 ^{ab}	.568	3.00 ^{ab}	.679	2.76	.579	2.98 ^{ab}	.515
	<i>F-value</i> (<i>p</i>)	1.623 (.154)		2.854* (.016)		2.702* (.021)		2.734* (.020)		1.042 (.393)		2.632* (.024)	

<표 4-12> 일반적 특성에 따른 대인관계 차이

구분		대인관계										전체	
		자신감		적극성		호감도		긍정적 성향		사교성			
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
월 평 균 수 입	200만원 미만	3.00	.934	2.78	1.165	3.26	.935	3.04	1.034	3.02	1.086	3.03	.882
	200-300 만원 미만	3.17	.853	2.94	1.075	3.59	.789	3.29	.896	3.13	.897	3.24	.712
	300-400 만원 미만	3.03	.871	2.88	1.111	3.32	.861	3.12	.911	3.01	1.063	3.08	.825
	400-500 만원 미만	3.25	.846	3.15	.951	3.59	.776	3.41	.771	3.44	.751	3.36	.651
	500만원 이상	3.13	.890	3.05	1.143	3.45	.843	3.50	.857	3.38	.967	3.31	.745
	<i>F-value</i> (<i>p</i>)	.703 (.590)		.775 (.543)		2.006 (.094)		2.001 (.095)		1.802 (.129)		1.697 (.151)	
거 주 지 역	서울, 경기도	3.05 ^a	.900	2.95	1.133	3.41	.879	3.17 ^a	.936	3.13	.937	3.14 ^a	.789
	충청도	3.14 ^a	.647	2.87	1.000	3.61	.540	3.28 ^a	.766	3.07	1.027	3.22 ^a	.557
	경상도	3.00 ^a	.904	2.70	1.061	3.32	.880	3.13 ^a	.923	3.05	1.077	3.06 ^a	.833
	전라도	3.83 ^b	.615	3.57	.970	3.87	.853	3.98 ^b	.786	3.76	.872	3.83 ^b	.639
	강원, 제주도	3.33 ^{ab}	.680	3.00	.770	3.32	.657	3.40 ^{ab}	.892	2.90	.854	3.25 ^a	.537
	<i>F-value</i> (<i>p</i>)	3.586** (.007)		2.250 (.064)		1.770 (.135)		3.379* (.010)		2.035 (.090)		3.606** (.007)	
외 모 관 리 우 선 순 위	헤어	3.37 ^c	.758	3.15 ^{bc}	.982	3.54	.772	3.48 ^b	.819	3.37 ^b	.861	3.40 ^c	.673
	메이크 업	3.24 ^{bc}	.880	3.28 ^c	1.050	3.58	.809	3.31 ^b	.877	3.40 ^b	1.015	3.35 ^{bc}	.745
	피부	3.00 ^{ab}	.887	2.81 ^{ab}	1.103	3.40	.884	3.17 ^{ab}	.953	3.04 ^{ab}	.962	3.10 ^{ab}	.767
	패션	2.85 ^a	.915	2.54 ^a	1.133	3.21	.893	2.95 ^a	.963	2.82 ^a	1.049	2.90 ^a	.900
	<i>F-value</i> (<i>p</i>)	4.218** (.006)		5.158** (.002)		1.967 (.119)		3.204* (.024)		4.578** (.004)		5.018** (.002)	

<표 4-12> 일반적 특성에 따른 대인관계 차이

구분		대인관계										전체	
		자신감		적극성		호감도		긍정적 성향		사교성			
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
월 평균 화장품 구입 비용	10만원 미만	2.95 _a	.866	2.73 _a	1.085	3.34	.875	3.09 ^a	.965	2.96 _a	.987	3.03 _a	.783
	10-20 만원 미만	3.23 _b	.860	3.10 _b	1.050	3.52	.779	3.41 ^b	.811	3.28 _b	.895	3.32 _b	.715
	20만원 이상	3.37 _b	.872	3.25 _b	1.116	3.57	.897	3.34 ^a _b	.927	3.48 _b	1.023	3.40 _b	.826
	<i>F-value(p)</i>	5.507** (.005)		5.670** (.004)		2.008 (.136)		3.787* (.024)		6.252** (.002)		6.127** (.002)	
전체		3.10	.879	2.92	1.098	3.43	.854	3.22	.925	3.14	.984	3.17	.785

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

Duncan : a<b<c



제 6 절 상관관계 검증

퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도와 메이크업 행동 변화, 대인관계의 상관관계를 분석한 결과는 <표 4-13>과 같다.

분석결과 퍼스널컬러 메이크업 만족도는 메이크업 행동 변화($r=.719$, $p<.001$)와 통계적으로 유의미한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났고, 대인관계의 하위요인별 자신감($r=.402$, $p<.001$), 적극성($r=.372$, $p<.001$), 호감도($r=.515$, $p<.001$), 긍정적 성향($r=.450$, $p<.001$), 사교성($r=.371$, $p<.001$)과도 통계적으로 유의미한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다($p<.001$).

또한 메이크업 행동 변화는 대인관계의 하위요인별 자신감($r=.321$, $p<.001$), 적극성($r=.287$, $p<.001$), 호감도($r=.509$, $p<.001$), 긍정적 성향($r=.397$, $p<.001$), 사교성($r=.304$, $p<.001$)과 통계적으로 유의미한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다($p<.001$).

<표 4-13> 상관관계 검증

구분	퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도	메이크업 행동 변화	대인관계				
			자신감	적극성	호감도	긍정적 성향	사교성
퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도	1						
메이크업 행동 변화	.719***	1					
자신감	.402***	.321***	1				
적극성	.372***	.287***	.576***	1			
호감도	.515***	.509***	.592***	.574***	1		
긍정적 성향	.450***	.397***	.732***	.613***	.672***	1	
사교성	.371***	.304***	.644***	.541***	.604***	.623***	1

*** $p<.001$

제 7 절 가설의 검증

1. 가설 1의 검증

H1. 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도는 메이크업 행동 변화에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

퍼스널 컬러 컨설팅 만족도가 메이크업 행동 변화에 미치는 영향을 알아보기 위하여 단순회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-14>와 같다.

분석결과 회귀모형은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났고($F=295.742$, $p<.001$), 회귀식의 설명력(R^2)은 51.6%로 나타났다. 독립변수로 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도($\beta=.719$, $p<.001$)는 메이크업 행동 변화에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 높을수록 메이크업 행동 변화도 높아지는 것으로 볼 수 있다.

<표 4-14> 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 메이크업 행동 변화에 미치는 영향

구분	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	S.E	β		
(상수)	1.375	.141		9.731	.000
퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도	.645	.038	.719	17.197***	.000

$R^2 = .516$, $Adj.R^2 = .515$, $F=295.742^{***}$, $p=.000$

*** $p<.001$

2. 가설 2의 검증

H2. 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도는 대인관계 향상 요인
 긍정적 성향에 바람직한 영향을 미칠 것이다.

퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 긍정적 성향에 미치는 영향을
 알아보기 위하여 단순회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-15>과 같다.

분석결과 회귀모형은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났고($F=70.355$,
 $p<.001$), 회귀식의 설명력(R^2)은 20.3%로 나타났다. 독립변수로 퍼스널
 컬러 메이크업 컨설팅 만족도($\beta=.450$, $p<.001$)는 긍정적 성향에 통계적
 으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도가 높을수록 긍정적 성향
 도 높아지는 것으로 볼 수 있다.

**<표 4-15> 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 긍정적 성향에
 미치는 영향**

구분	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	S.E	β		
(상수)	1.159	.251		4.615	.000
퍼스널컬러 메이크업 컨설팅 만족도	.559	.067	.450	8.388***	.000

$R^2 = .203$, $\text{Adj. } R^2 = .200$, $F=70.355^{***}$, $p=.000$

*** $p<.001$

3. 가설 3의 검증

H3. 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도는 대인관계 향상 요인
자신감에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 자신감에 미치는 영향을 알아보기 위하여 단순회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-16>와 같다.

분석결과 회귀모형은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났고($F=53.448$, $p<.001$), 회귀식의 설명력(R^2)은 16.2%로 나타났다. 독립변수로 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도($\beta=.402$, $p<.001$)는 자신감에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅의 만족도가 높을수록 자신감도 높아지는 것으로 볼 수 있다.

<표 4-16> 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 자신감에 미치는 영향

구분	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	S.E	β		
(상수)	1.348	.245		5.513	.000
퍼스널컬러 메이크업 컨설팅 만족도	.474	.065	.402	7.311***	.000

$R^2 = .162$, $\text{Adj. } R^2 = .159$, $F=53.448^{***}$, $p=.000$

*** $p<.001$



4. 가설 4의 검증

H4. 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도는 대인관계 향상 요인 호감도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 호감도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 단순회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-17>과 같다.

분석결과 회귀모형은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났고($F=100.183$, $p<.001$), 회귀식의 설명력(R^2)은 26.6%로 나타났다. 독립변수로 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도($\beta=.515$, $p<.001$)는 호감도에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅의 만족도가 높을수록 호감도도 높아지는 것으로 볼 수 있다.

<표 4-17> 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 호감도에 미치는 영향

구분	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	S.E	β		
(상수)	1.247	.222		5.605	.000
퍼스널컬러 메이크업 컨설팅 만족도	.591	.059	.515	10.009***	.000

$R^2 = .266$, $Adj. R^2 = .263$, $F=100.183^{***}$, $p=.000$

*** $p<.001$

5. 가설 5의 검증

H5. 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도는 대인관계 향상 요인
적극성에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 적극성에 미치는 영향을 알아보기 위하여 단순회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-18>과 같다.

분석결과 회귀모형은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났고($F=44.394$, $p<.001$), 회귀식의 설명력(R^2)은 13.8%로 나타났다. 독립변수로 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도($\beta=.372$, $p<.001$)는 적극성에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅의 만족도가 높을수록 적극성도 높아지는 것으로 볼 수 있다.

<표 4-18> 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 적극성에 미치는 영향

구분	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	S.E	β		
(상수)	.897	.310		2.897	.004
퍼스널컬러 메이크업 컨설팅 만족도	.548	.082	.372	6.663***	.000

$R^2 = .138$, $Adj. R^2 = .135$, $F=44.394^{***}$, $p=.000$

*** $p<.001$



6. 가설 6의 검증

H6. 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도는 대인관계 향상 요인 사교성에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 사교성에 미치는 영향을 알아보기 위하여 단순회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-19>와 같다.

분석결과 회귀모형은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났고($F=44.102$, $p<.001$), 회귀식의 설명력(R^2)은 13.7%로 나타났다. 독립변수로 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도($\beta=.371$, $p<.001$)는 사교성에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도가 높을수록 사교성도 높아지는 것으로 볼 수 있다.

<표 4-19> 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 사교성에 미치는 영향

구분	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	S.E	β		
(상수)	1.328	.278		4.780	.000
퍼스널컬러 메이크업 컨설팅 만족도	.490	.074	.371	6.641***	.000
$R^2 = .137$, $Adj. R^2 = .134$, $F=44.102^{***}$, $p=.000$					

*** $p<.001$

7. 가설검증 결과요약

이상의 가설검증 결과를 요약하면 다음 <표 4-20>와 같다.

<표 4-20> 가설검증 결과 요약

구분	가설	채택 여부
H1	퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도는 메이크업 행동 변화에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	채택
H2	퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도는 대인관계 향상 요인 긍정적 성향에 바람직한 영향을 미칠 것이다.	채택
H3	퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도는 대인관계 향상 요인 자신감에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	채택
H4	퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도는 대인관계 향상 요인 호감도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	채택
H5	퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도는 대인관계 향상 요인 적극성에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	채택
H6	퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도는 대인관계 향상 요인 사교성에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	채택



제 5 장 결론 및 제언

최근 퍼스널 컬러는 현대인들의 색상에 관한 관심과 함께 새로운 라이프 스타일로 떠오르고 있으며 사람들은 상대방에게 호감이 가는 이미지를 주어 원만한 대인관계와 성공적인 사회생활을 영위하고자 자신에게 어울리는 퍼스널 컬러를 찾기 위해 노력 한다.

이에 본 연구는 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도와 대인관계의 연관성을 규명하고자 대인관계 향상 요인을 긍정적 성향, 자신감, 호감도, 적극성, 사교성으로 분류 제시하고 조사한 결과 다음과 같다.

첫째, 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도 ($\beta = .719, p < .001$)는 메이크업 행동 변화에 유의미한 정(+)의 영향을 미쳐 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도가 높을수록 메이크업 행동변화가 높아지는 것으로 나타났다.

또한 대인관계에 대한 기술통계분석을 실시한 결과 ‘호감도’ ($M=3.43$)가 가장 높게 나타났고, ‘긍정적 성향’ ($M=3.22$), ‘사교성’ ($M=3.14$), ‘자신감’ ($M=3.10$), ‘적극성’ ($M=2.92$) 순으로 나타났고 일반적 특성에 따른 대인관계의 차이를 분석한 결과로 성별에 따라서는 전반적인 대인관계와 하위요인별 자신감, 적극성, 호감도, 긍정적 성향, 사교성에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며 ($p < .05$), 남자의 경우 여자에 비해 상대적으로 전반적인 대인관계와 하위요인별 자신감, 적극성, 호감도, 긍정적 성향, 사교성이 높은 것으로 나타났으며 직업에 따라서는 전반적인 대인관계와 하위요인별 적극성, 호감도, 긍정적 성향에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < .05$). 또 거주지역에 따라서는 전반적인 대인관계와 하위요인별 자신감, 긍정적 성향에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며 ($p < .05$), 외모관리 우선순위, 헤어나 메이크업을 우선적으로 관리하는 경우, 월 평균 화장품 구입비용에 따라서는 전

반적인 대인관계와 하위요인별 자신감, 적극성, 긍정적 성향, 사교성에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났고($p < .05$), 이 외에 연령, 결혼여부, 최종학력, 거주지역, 월 평균 수입에 따라서는 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다($p > .05$).

둘째, 대인관계 향상 요인인 긍정적 성향 분석 결과는 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도에 따른 메이크업의 변화로 인하여 대인관계에서 다른 사람의 행복에 대해서도 기분 좋게 느끼게 되고 상대방을 칭찬하기가 쉬워지고 긍정적인 성향으로 바뀌고 있으며 상대방에게 관대하고, 어울리기를 좋아하며 다른 사람들의 반응에 영향도 받는다. 순으로 높게 나타났으며 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도($\beta = .450, p < .001$)는 긍정적 성향에 유의미한 정(+)의 영향을 미쳐 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도가 높을수록 긍정적 성향도 높아지는 것으로 볼 수 있다.

셋째, 대인관계 향상 요인인 자신감의 분석결과는 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도에 따른 메이크업의 변화로 인하여 대인관계에서 사람들 대하기가 편해지고 관심과 칭찬, 인정받기를 원하며 당당해지고 의사표현, 자신감이 상승했다. 순으로 높게 나타났으며 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도($\beta = .402, p < .001$)는 자신감에 유의미한 정(+)의 영향을 미쳐 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도가 높을수록 자신감도 높아지는 것으로 판단된다. 이러한 결과는 김민주(2015)의 자아 존중감이 높은 여성일수록 자신감도 높아진다는 연구결과와도 유사성을 보인다.

넷째, 대인관계 향상 요인 호감도 분석 결과는 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도에 따른 메이크업의 변화로 인하여 대인관계에서 사람들이 나를 관심 있게 보고 이미지가 부드러워 보이며 호의적으로 대해주고 예뻐 보인다고 칭찬도 한다, 순으로 높게 나타났으며 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도($\beta = .515, p < .001$)는 호감도에 유의미한 정(+)의 영향을 미쳐 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도가 높을수록 호감도도 높아지는 것으로 판단된다. 이는 김민주(2015)의 대인관계 향상에 미치

는 요인으로 퍼스널 컬러의 필요성, 색상의 중요성, 인식이 높을수록 대인관계 호감도가 높다는 연구와는 달리 본 연구는 퍼스널 컬러 컨설팅의 만족도가 높을수록 대인관계 향상 요인인 긍정적 성향, 자신감, 호감도, 적극성, 사교성에 긍정적인 영향을 주어 대인관계가 향상된다는 점에서 견해 차이를 보인다.

다섯째, 대인관계 향상 요인 적극성 분석 결과는 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도에 따른 메이크업의 변화로 인하여 대인관계에서 상대방과 경쟁하는 것이 쉬워지고 다른 사람을 웃기기 위한 행동을 하며 사람들에게 적극적이다, 라는 말을 들어 보았다. 순으로 높게 나타났다. 따라서 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도($\beta = .372, p < .001$)는 적극성에 유의미한 정(+)의 영향을 미쳐 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 높을수록 적극성도 높아지는 것으로 볼 수 있다.

여섯째, 대인관계 향상 요인 사교성의 분석 결과는 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 만족도에 따른 메이크업의 변화로 인하여 대인관계에서 상대방에게 호감이나 애정을 표현하기 쉬워지고 친구 사귀기도 쉬워지고 사교적인 모임에 적극 참여한다. 순으로 높게 나타났으며 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도($\beta = .371, p < .001$)는 사교성에 유의미한 정(+)의 영향을 미쳐 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도가 높을수록 사교성도 높아지는 것으로 볼 수 있다.

따라서 연구결과 퍼스널 컬러 메이크업의 컨설팅 만족도와 대인관계의 연관성은 퍼스널 컬러 컨설팅의 만족도가 높을수록 대인관계 향상 요인인 긍정적 성향, 자신감, 호감도, 적극성, 사교성에 긍정적인 영향을 주어 대인관계가 향상된다고 판단된다.

본 연구의 한계점으로 퍼스널 컬러 컨설팅의 만족도 범위를 메이크업으로 한정하고 조사하는 제한이 있었으나 향후 후속연구에서는 뷰티영역의 보다 광범위한 연구결과 도출을 위해 패션영역의 보완이 필요하다고 사료된다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

가. 단행본

한국채색학회, 『색색가지 세상』, 국제, 2001.

김 구, 『사회과학 연구 조사 방법론의 이해 양적 연구와 질적 연구의 접근』, 서울 비엔 엠 북스, 2011.

김금란, 『Let's Make up!』, 광주 동광기획, 2017.

이학식, 김 영, 『spss 10.0 매뉴얼』, 서울 법문사, 2002.

민새롬, 『개코의 퍼스널 컬러북』, 동아 일보사, 2016.

나. 논문

고선형, “성인의 자아 존중감 외모관리행동 및 신체이미지가 대인관계에 미치는 영향,” 『한성대학교 일반대학원 박사학위 논문』, 2015.

김가현, “얼굴형 이미지와 퍼스널 컬러 유형 분류의 연관성 분석,” 『서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문』, 2021.

김규리, “중년여성의 대인관계성향에 따른 추구이미지, 외모 및 패션에 대한 연구,” 『조선대학교 박사학위논문』, 2016.

김도은, “립스틱 색채를 이용한 퍼스널 컬러 유형 분류 연구,” 『건국대학교 산업대학원 석사학위』, 2020.

김수정, “퍼스널 컬러 진단에 따른 메이크업 색채에 관한 연구,” 『대구대학교 디자인 대학원 석사학위논문』, 2005.

- 김미란, “실용한국성유 표준색을 이용한 퍼스널 컬러 진단 도구 연구 개발,” 『용인대학교 경영 대학원 석사 학위 논문』, 2005.
- 김지은, “얼굴이미지에 따른 퍼스널 컬러 진단에 관한 연구,” 『한남대학교 사회문화 행정복지 대학원 석사 학위』, 2016.
- 김현미, “퍼스널 컬러 자가 진단 측정도구 개발 연구,” 『서울벤처대학원대학교 박사학위 논문』, 2018.
- 김현진, “퍼스널 컬러 인식과 컬러 선호도가 립 메이크업 제품 구매심리 및 만족도에 미치는 영향,” 『건국대학교 산업 대학원 석사학위 논문』, 2023.
- 김혜림, “중년 남·여성들의 헤어 컬러 스타일에 대한 퍼스널 컬러 적용 효과,” 『한남대학교 사회문화 행정복지 대학원 석사 학위 논문』, 2015.
- 나해운, “개인색채 진단에 따른 이미지 연출에 관한 연구; 헤어 색상과 메이크업 중심으로,” 『광주대학교 산업 정보 대학원 석사 학위 논문』, 2004
- 노선옥, “대인관계 성향, 생활 만족도와 헤어스타일 행동 및 화장 동기의 관계연구,” 『성신여자 대학교 대학원 박사학위 논문』, 2011.
- 류순희, 한지수, “퍼스널 컬러 인식이 아이섀도우와 립스틱선택 및 메이크업 만족도에 미치는 영향,” 『한국 화장품 미용학회』 11권03호, 2021.
- 문혜림, “퍼스널컬러의 변화를 헤어 컬러 중심으로 적용한 남·녀의 인상형성의 차이,” 『한남대학교사회문화·행정 복지대학원 석사학위 논문』, 2018.
- 박정민, “퍼스널 컬러 진단에 따른 헤어 컬러 시술시 만족도에 관한 연구,” 『서경 대학교 대학원 석사학위』, 2012.

- 송지현, “자기애 성향이 외모관리 행동 및 대인관계에 미치는 영향,” 『성신여자 대학교 뷰티융합 대학원 석사학위 논문』, 2020.
- 신향선, “퍼스널 컬러 시스템에 따른 유형의 분포도와 색채 진단 변인에 관한 연구: 메이크업, 헤어, 의상 색채 중심으로,” 『건국 대학교 대학원 석사학위 논문』, 2002.
- 양희윤, “퍼스널 컬러에 따른 뷰티 분야의 이미지스케일 개발을 위한 기준 연구,” 『홍익 대학교 문화 정보정책 대학원 석사학위 논문』, 2016.
- 오유진, 박지혜, 곽혜은, “한류경험이 한국무용의 인지도와 호감도에 미치는 영향,” 『문화산업연구』 제16권 3호, 2016년 9월. P97~104
- 우종완, “상담자의 대인관계 성향이 상담자 자기 효능에 미치는 영향 : 상담경력에의 조절효과,” 『카톨릭 대학교 상담심리 대학원 석사학위 논문』, 2015.
- 윤지희, “대인관계 패턴 질문지의 개발,” 『카톨릭 대학교 상담심리 대학원 석사학위 논문』, 2003.
- 은광희, 최민령, 문윤경, “퍼스널 컬러 자가 진단과 관능평가의 차이에 관한 연구,” 『한국 인체 미용 예술 학회 지』, 2021
- 이병임, “대학생의 전공 및 직업선택에 따른 직업적 자기 효능감, 성역할 정체감, 사고유형의 분석,” 『성균관 대학교 대학원 박사학위 논문』, 2000.
- 이애림, “중년여성의 대인관계와 자아 존중감이 외모 관리 행동에 미치는 영향,” 『차의 과학 대학교 보건 산업 대학원 석사학위 논문』, 2022.
- 이은경, “퍼스널 컬러 진단 이분류에 따른 메이크업 디자인

- 형성요인 중 형태와의 관련성,” 『성결대학교 교육 대학원석사학위 논문』, 2017.
- 이은영, “퍼스널 컬러 유형분류를 위한 정략적 측정 평가,” 『충남대학교 의류산업 대학원 박사학위 논문』, 2012
- 이해영, “색조화장에 있어서 퍼스널 컬러 인지도와 유형별 색채 선호도 조사,” 『중앙대학교 의약 식품 대학원 석사 학위 논문』, 2004.
- 이황은, “또래집단미술치료(PGAT) 프로그램이 고등학생의 대인 관계에 미치는 효과,” 『미술치료연구』 제16권 제3호(통권 42호) p.465~490, 2009.
- 임효정, “긍정적 자아 형성을 위한 메이크업 테라피 프로그램 개발 및 효과 검증,” 『중앙대학교 대학원 박사학위 논문』, 2014.
- 장은경, “퍼스널 컬러 컨설팅 경험이 외모인식과 외모 관리행동에 미치는 영향,” 『건국대학교 산업 대학원 석사학위 논문』, 2021.
- 정미영, “중년기 여성의 화장행동이 자아존중감과 대인관계에 미치는 영향,” 『성신여자대학교 뷰티 융합 대학원 석사 학위논문』, 2018.
- 정영희, “이미지 메이킹을 위한 메이크업의 효과에 관한 연구,” 『숙명여자대학교 원격 대학원 석사 학위논문』, 2008.
- 최은정, “메이크업이 여성에게 미치는 영향,” 『경기대학교 대체의학 대학원 석사 학위 논문』, 2007.
- 한보현, “이미지 상승효과를 위한 메이크업 스타일 연구,” 『성신여자대학교 대학원 박사학위논문』, 2009.
- 한상윤, “60세 이상 여성의 피부색과 퍼스널 컬러에 대한 연구,” 『홍익대학교 산업 대학원 석사 학위 논문』, 2009.

2. 기타자료

인터넷 검색, <https://m.blog.naver.com/apple2432/223280076300>

인터넷 검색, <https://naver.me/x3b4c4Zr>

인터넷 검색, <https://naver.me/x3b4c4Zr>

인터넷 검색, <https://naver.me/x3b4c4Zr>

인터넷 검색, <https://naver.me/x3b4c4Zr>

인터넷 검색, https://m.blog.naver.com/more_be/220724671216

인터넷 검색, <https://m.blog.naver.com/0108383/222836971115>

인터넷 검색, https://m.blog.naver.com/more_be/220724671216

인터넷 검색, <https://m.blog.naver.com/0108383/222836971115>

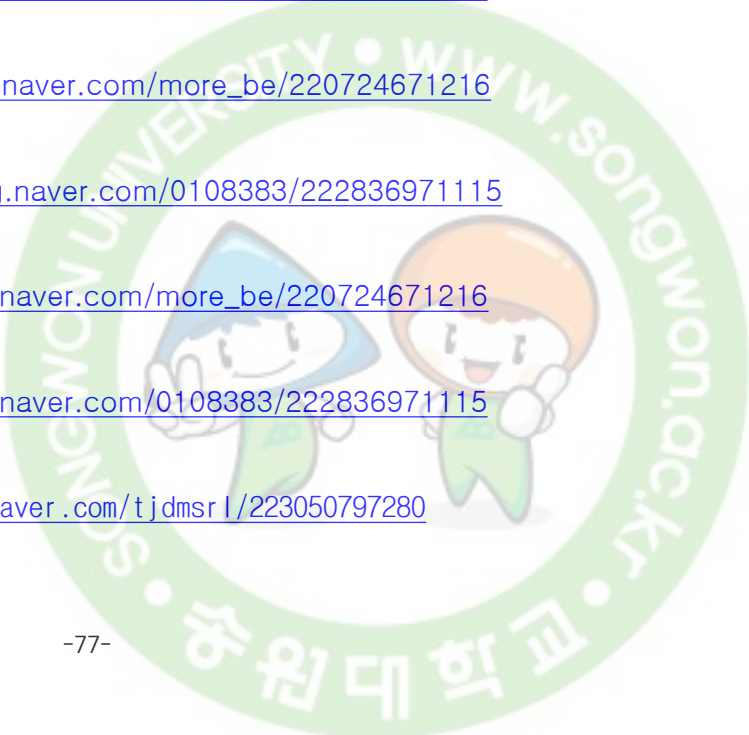
인터넷 검색, https://m.blog.naver.com/more_be/220724671216

인터넷 검색, <https://m.blog.naver.com/0108383/222836971115>

인터넷 검색, https://m.blog.naver.com/more_be/220724671216

인터넷 검색, <https://m.blog.naver.com/0108383/222836971115>

인터넷 검색, <https://blog.naver.com/tjdmsr/223050797280>



인터넷 검색,

https://m.blog.naver.com/lovedestiny8/223278454833?view=img_10

인터넷 검색, <https://m.blog.naver.com/lazxberry/223213961262>

인터넷 검색,

https://m.blog.naver.com/lovedestiny8/223278454833?view=img_10

인터넷 검색, <https://m.blog.naver.com/0108383/223006775265>

인터넷 검색,

https://m.blog.naver.com/lovedestiny8/223278454833?view=img_10



A Study of Personal Color Consultation Satisfaction and Interpersonal Relationships -A Focus on Make up-

Kim, Hyang Mi

Advisor: kim, Geum ran

Department of Beauty Arts

The Graduate School of

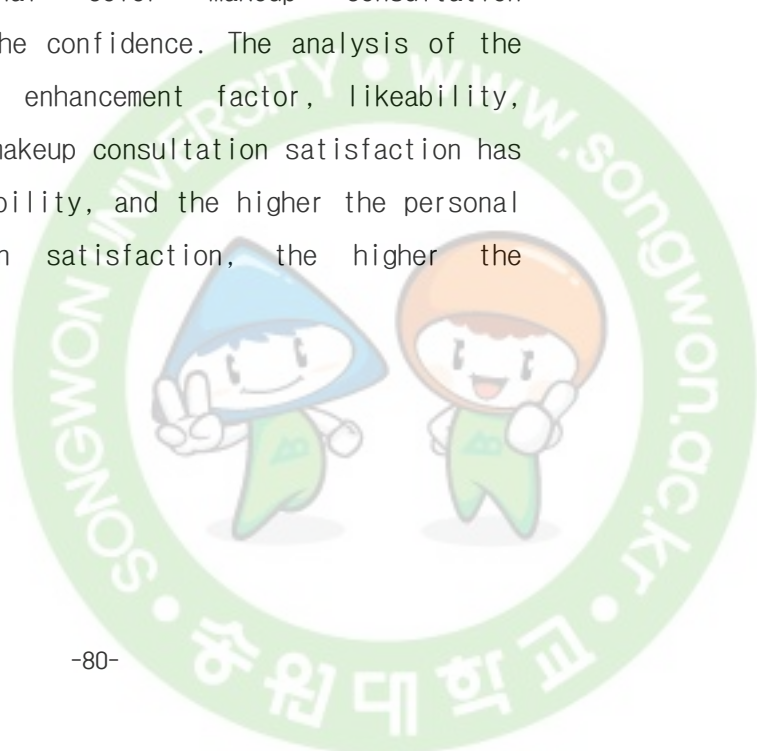
Human Industry, Song won

University

This study aims to identify the causal relationship between personal color and interpersonal relationships, which has recently attracted attention as a new lifestyle, by examining the relationship between satisfaction with personal color makeup consultations and changes in makeup behavior and the impact of the results on interpersonal relationships. For this purpose, factors for improving interpersonal relationships were classified into confidence, cheerful disposition, likability, sociability, and proactivity. The research method was conducted through an online questionnaire (Google Forms) for men and women in their 20s and 50s living nationwide from May 7 to 26, 2023. Three hundred and fifty questionnaires were distributed, and a total of 279 were used for analysis. SPSS

25.0 was used for data analysis, and statistical techniques included frequency analysis, exploratory factor analysis, Cronbach's α coefficient for validity analysis of measurement instruments, independent samples t-test and one-way analysis of variance (ANOVA), and Duncan's test as a post hoc test.

The results showed that personal color makeup consultation satisfaction has a positive effect on makeup behavior change, so the higher the personal color makeup consultation satisfaction, the higher the makeup behavior change. The analysis of cheerful disposition, an interpersonal relationship enhancement factor, showed that personal color makeup consultation satisfaction positively influenced cheerful disposition, so the higher the personal color makeup consultation satisfaction, the higher the cheerful disposition. Confidence, an interpersonal relationship enhancement factor, shows that personal color makeup consultation satisfaction positively affects confidence, so the higher the personal color makeup consultation satisfaction, the higher the confidence. The analysis of the interpersonal relationship enhancement factor, likeability, shows that personal color makeup consultation satisfaction has a positive effect on likeability, and the higher the personal color makeup consultation satisfaction, the higher the likeability.



The analysis of the interpersonal relationship improvement factor, proactivity, shows that personal color makeup consultation satisfaction positively affects proactivity, so higher personal color makeup consultation satisfaction leads to higher proactivity. The analysis of sociability, an interpersonal relationship enhancement factor, shows that personal color makeup consulting satisfaction has a positive effect on sociability, and the higher the satisfaction with personal color makeup consulting, the higher the sociability. Therefore, the results suggest that higher satisfaction with personal color makeup consultation positively affects cheerful disposition, confidence, likability, proactiveness, and sociability, which improve interpersonal relationships. The limitation of this study is that the scope of personal color consultation satisfaction was limited to makeup. Therefore, in future follow-up studies, it is necessary to complement the fashion field to obtain more comprehensive results in the beauty industry.



〈부록〉

설 문 지

안녕하십니까?

귀하의 소중한 시간을 내어 설문에 참여해주셔서 진심으로 감사드립니다.

본 조사는 송원대학교 휴먼산업대학원 미용예술학과 석사학위논문인 **《퍼스널 컬러 컨설팅 만족도와 대인관계의 연관성 -메이크업을 중심으로》**을 위한 설문조사입니다.

귀하께서 응답해주신 설문은 무기명으로 실시되며, 오직 학문적인 연구를 위해서만 사용되어 연구 목적 이외에는 절대 사용되지 않음을 약속드립니다.

바쁘시더라도 설문에 대한 귀하의 의견을 한 문항도 빠짐없이 솔직한 답변 부탁드립니다.

다시 한번 귀중한 시간 내어주심에 진심으로 감사드리며 항상 귀하의 행복과 건강을 기원합니다.

2022년 4월

송원대학교 휴먼 산업대학원

뷰티예술학과

김 향 미



1. 인구 통계적 특성에 관한질문

1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남자 ② 여자

2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대이상

3. 귀하의 현재 거주지는 어떻게 되십니까?

- ① 서울, 경기도 ② 강원도 ③ 충청도 ④ 경상도 ⑤ 전라도 ⑥ 제주도

4. 귀하의 최종 학력은 어떻게 되십니까?

- ① 고졸 ② 전문대 졸 ③ 대학교 졸 ④ 대학원졸 ⑤ 기타

5. 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?

- ① 학생 ② 직장인 ③ 자영업 ④ 전문직 ⑤ 주부 ⑥ 기타

6. 귀하는 뷰티 전공자 입니까?

- ① 예 ② 아니요

7. 귀하의 결혼 여부는 어떻게 되십니까?

- ① 미혼 ② 기혼

8. 귀하의 월평균 수입은 어떻게 되십니까?

- ① 100만원 이하 ② 100~200만원 ③ 200~300만원 ④ 300~400만원
⑤ 400~500만원 ⑥ 500만원 이상



9. 귀하는 평소 외모관리에 관심이 있습니까?

- ① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 그렇지 않다 ⑤ 전혀 그렇지 않다

10. 귀하의 외모관리를 위한 한 달 화장품 구입지출 비용은 어느 정도입니까?

- ① 10만원 미만 ② 10~20만원 미만 ③ 20~30만원 미만 ④ 30~40만원 미만
⑤ 40~50만원 미만 ⑥ 50만원 이상

11. 귀하가 평소 가장 신경 쓰는 외모관리 중 가장 중요하다 생각하는 것은 무엇입니까?

- ① 헤어 ② 메이크업 ③ 피부 ④ 패션



II. 퍼스널 컬러의 인식에 관한 질문

“퍼스널 컬러란 그 사람의 피부, 모발 색, 눈동자 색 등 타고난 신체 색과 조화를 이루어 생기가 돌게 하고 활기차 보이게 하는 개인의 색을 말한다.”

1. 귀하는 퍼스널 컬러에 대해 알고 있습니까?

① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 전혀 그렇지 않다

2. 귀하는 퍼스널 컬러에 대해 관심이 있으십니까?

① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 전혀 그렇지 않다

3. 귀하는 퍼스널 컬러가 중요하다 생각하십니까?

① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 전혀 그렇지 않다

4. 귀하는 본인 얼굴에 적합한 퍼스널 컬러 컨설팅을 받고 싶습니까?

① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 전혀 그렇지 않다

5. 귀하는 퍼스널 컬러에 맞는 메이크업을 하는 것은 중요하다고 생각하십니까?

① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 전혀 그렇지 않다

6. 귀하는 메이크업제품 선택은 본인 피부색과 맞는 컬러를 선택해야 한다고 생각하십니까?

① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 전혀 그렇지 않다

7. 귀하는 퍼스널 컬러가 이미지 연출에 있어 중요하다고 생각하십니까?

① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 전혀 그렇지 않다

8. 귀하는 퍼스널 컬러를 어떻게 알게 되셨습니까?

① 자료 (책, 논문) ② 대중매체(TV, 인터넷, 잡지, 신문 등)

③ 교육, 세미나 ④ 미용실, 메이크업샵 ⑤ 친구나 동료 ⑥ 기타

9. 귀하는 퍼스널 컬러 컨설팅이 단점을 보완 해 줄 것이라 생각하십니까?

① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 전혀 그렇지 않다

10. 귀하는 퍼스널 컬러 컨설팅이 이미지가 향상될 것이라 생각하십니까?

① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 전혀 그렇지 않다

11. 귀하는 퍼스널 컬러 컨설팅을 경험한 적이 있습니까?

① 있다(11-3번 이동) ② 없다(11-1번 이동)

< 다음 11-1 ~ 11-2번 문항은 퍼스널 컬러 컨설팅을 경험하지 않으신 분만 응답해 주세요. >

11-1. 귀하가 퍼스널 컬러 컨설팅을 받아보지 않은 이유는 무엇입니까?

① 정보가 없었다 ② 가격이 고가이다 ③ 필요성을 못 느낀다

④ 시간이 맞지 않아서 ⑤ 다른 뷰티서비스를 받는다 ⑥기타()

11-2. 귀하는 향후 퍼스널 컬러 컨설팅을 받을 의향이 있으십니까?

① 예 ② 아니오



< 다음 문항들은 퍼스널 컬러 컨설팅을 경험 하신 분만 응답해 주세요. >

11-3. 귀하는 퍼스널 컬러 컨설팅을 어디서 받으셨습니까?

- ① 퍼스널 컬러 컨설팅샵 ② 메이크업샵 ③ 헤어샵 ④ 행사 및 세미나
⑤ 모바일 앱

11-4. 귀하는 퍼스널컬러 컨설팅 결과에 만족 하십니까?

- ① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 그렇지 않다 ⑤ 전혀 그렇지 않다

11-5. 귀하가 받아보신 퍼스널 컬러 컨설팅 경험의 횟수는 몇 회입니까?

- ① 1회 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 이상

11-6. 귀하가 퍼스널 컬러 컨설팅을 받아 본 가장 큰 이유는 무엇입니까?

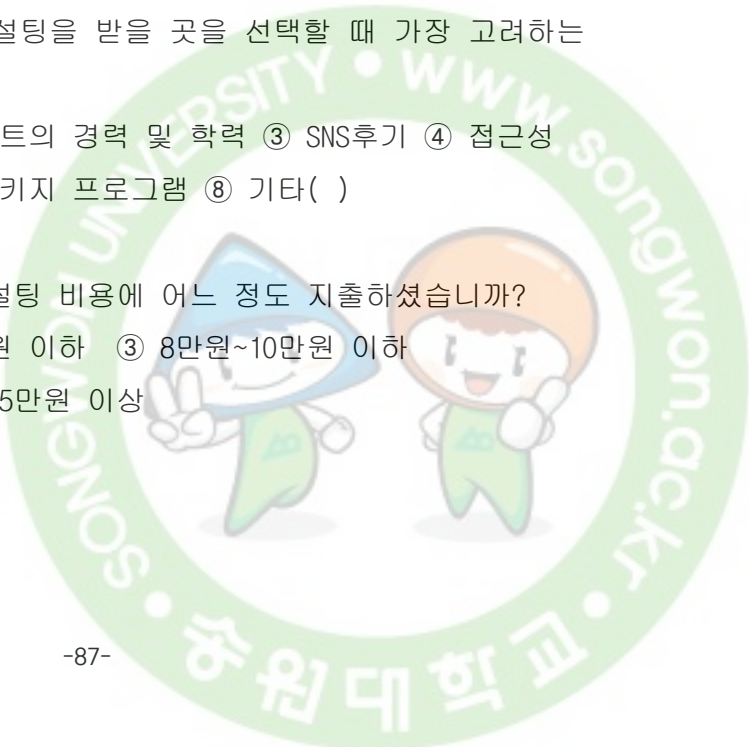
- ① 긍정적인 이미지 상승효과를 위해 ② 어울리는 메이크업을 위해 ③ 옷을 잘 입기 위해 ④ 쇼핑 낭비를 막기 위해 ⑤ 기타()

11-7. 귀하가 퍼스널 컬러 컨설팅을 받을 곳을 선택할 때 가장 고려하는 요인은 무엇입니까?

- ① 컨설팅샵 인지도 ② 컨설턴트의 경력 및 학력 ③ SNS후기 ④ 접근성
⑤ 가격 ⑥ 지인의 추천 ⑦ 패키지 프로그램 ⑧ 기타()

11-8. 귀하는 퍼스널 컬러 컨설팅 비용에 어느 정도 지출하셨습니까?

- ① 5만원 이하 ② 5만원~8만원 이하 ③ 8만원~10만원 이하
④ 10만원~ 15만원 이하 ⑤ 15만원 이상



11-9. 귀하는 퍼스널 컬러 컨설팅 비용이 적당 했다고 생각하십니까?

- ① 저렴한 편이다 ② 적당하다 ③ 모르겠다 ④ 비싼편이다 ⑤ 매우 비싼편이다

11-10. 귀하는 퍼스널 컬러 컨설팅에 대한 비용이 어느 정도가 적당하다고 생각하십니까?

- ① 5만원 이하 ② 5만원~8만원 이하 ③ 8만원~10만원 이하
④ 10만원~ 15만원 이하 ⑤ 15만원 이상



Ⅲ. 퍼스널 컬러 컨설팅 경험 후 메이크업 행동 변화에 관한 질문

No	문 항 내 용	매우 그렇 다	그렇 다	보통 이다	그렇 지 않다	전혀 그렇 지 않다
1	추천받은 화장품들을 구매 하였다.	①	②	③	④	⑤
2	퍼스널컬러 컨설팅 경험 전 사용 하던 색상과 일치 하였다.	①	②	③	④	⑤
3.	나에게 어울리지 않는 메이크업 색상을 알게 되었다.	①	②	③	④	⑤
4.	나에게 어울리는 퍼스널컬러 제품 을 선택한다.	①	②	③	④	⑤
5.	메이크업을 할 때 단점을 보완하 고 장점을 부각시킬 수 있다.	①	②	③	④	⑤
6.	색조 화장품의 선택은 중요하다고 생각된다.	①	②	③	④	⑤
7.	잡티나 주름을 커버하는 메이크업 이 중요하다고 생각된다.	①	②	③	④	⑤
8.	건강한 피부표현이 중요하다고 생 각한다.	①	②	③	④	⑤
9.	색조 메이크업은 기초 메이크업 보다 중요하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤



IV. 퍼스널 컬러 컨설팅 경험 후 메이크업 행동 변화 만족도에 관한 질문

No	문 항 내 용	매우 그렇다	그렇다	보통 이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
1.	퍼스널 컬러에 맞는 메이크업이 마음에 든다.	①	②	③	④	⑤
2.	퍼스널 컬러가 내가 선호하는 이미지와 맞는다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3.	퍼스널 컬러에 맞는 메이크업 색상에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
4.	퍼스널 컬러에 맞는 메이크업은 내 이미지 향상에 도움이 되었다.	①	②	③	④	⑤
5.	퍼스널 컬러에 맞는 메이크업으로 기분이 좋아진다.	①	②	③	④	⑤
6.	퍼스널 컬러에 맞는 메이크업을 하면 심리적으로 만족 한다.	①	②	③	④	⑤
7.	퍼스널 컬러에 맞는 메이크업을 하면 자아 존중감을 높일 수 있다.	①	②	③	④	⑤
8.	퍼스널 컬러에 맞는 메이크업으로 자신의 이미지가 향상 되었다.	①	②	③	④	⑤



V. 퍼스널 컬러 메이크업 컨설팅 후 대인관계 인식에 관한 질문

No	문 항 내 용	매우 그렇다	그렇다	보통 이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
1.	메이크업 변화로 자신감이 생겼다.	①	②	③	④	⑤
2.	메이크업 변화로 사람들은 나를 꽤 관심 있게 보는 편이다.	①	②	③	④	⑤
3.	메이크업 변화 후 긍정적인 성향으로 바뀌고 있다.	①	②	③	④	⑤
4.	메이크업 변화로 여러 사람과 같이 어울리기를 잘한다.	①	②	③	④	⑤
5.	메이크업 변화로 다른 사람들을 대하기가 편해졌다.	①	②	③	④	⑤
6.	메이크업 변화로 다른 사람들은 나와 쉽게 친해질 수 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
7.	메이크업 변화로 호감이나 애정을 표현하기 쉬워졌다.	①	②	③	④	⑤
8.	메이크업 변화로 사교적인 모임에 참석하기를 좋아한다.	①	②	③	④	⑤
9.	메이크업 변화로 나는 늘 주목받고 싶어 한다.	①	②	③	④	⑤
10.	메이크업 변화로 나는 당당해 졌다.	①	②	③	④	⑤
11.	메이크업 변화로 다른 사람들에게 적극적이다라는 말을 들어 보았다.	①	②	③	④	⑤
12.	메이크업 변화로 다른 사람들을 내 마음대로 통제 하려고 한다.	①	②	③	④	⑤
13.	메이크업 변화로 다른 사람이 원하는 대로 해주기가 어렵다.	①	②	③	④	⑤

14.	메이크업 변화로 친구를 사귀기가 쉬워졌다.	①	②	③	④	⑤
15.	메이크업 변화로 다른 사람을 변화시키려고 한다.	①	②	③	④	⑤
16.	메이크업 변화로 다른 사람의 기분에 많이 영향을 받는다.	①	②	③	④	⑤
17.	메이크업 변화 후 다른 사람들이 나를 칭찬하고 인정해 주기를 원한다.	①	②	③	④	⑤
18.	메이크업 변화 후 사람들에게 나 자신을 많이 공개 하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
19.	메이크업 변화 후 다른 사람의 행복에 관해 기분 좋게 느끼게 되었다.	①	②	③	④	⑤
20.	메이크업 변화로 다른 사람에게 관대하다.	①	②	③	④	⑤
21.	메이크업 변화 후 다른 사람을 칭찬하기가 쉬워졌다.	①	②	③	④	⑤
22.	메이크업 변화 후 다른 사람을 웃기기 위한 행동을 한다.	①	②	③	④	⑤
23.	메이크업 변화 후 다른 사람과 경쟁하는 것이 쉬워졌다.	①	②	③	④	⑤
24.	메이크업 변화 후 다른 사람들이 예쁘다고 칭찬을 한다.	①	②	③	④	⑤
25.	메이크업 변화 후 다른 사람들이 이 미지가 부드러워 보인다고 한다.	①	②	③	④	⑤

수고 하셨습니다.

설문에 응답해 주셔서 진심을 감사드립니다.