퍼스널컬러 진단시스템의 네일아트 적용에 관한 연구

네일볼 디자인 제작사례를 통하여

A Study on Nail Art Application of Personal Color Diagnosis System

Through the nail ball design production case

주 저 자 : 유은경 (You, Eun Kyoung) 한양사이버대학교 디자인대학원 석사과정

교신저자 : 김학민 (Kim, Hak Min) 한양사이버대학교 디자인학과 교수

sayyess@hycu.ac.kr

https://doi.org/10.46248/kidrs.2020.3.301

접수일자 2020. 8. 29. / 심사완료일자 2020. 9. 15. / 게재확정일자 2020. 9. 23.

Abstract

In the modern society where individuality is becoming more important, the personal color system that finds a color that suits the individual is becoming a way to express the characteristics of the self. In reflection of this situation, in the beauty industry, a convenient and systematic personal color diagnosis system, a faceboard, has been developed and used, but it is known that its scope is too common and has many forms of inefficiency to be applied to the subdivided beauty industry. I can. Therefore, by developing a 3D color diagnosis system through overall analysis of color, research on formative characteristics, and physical analysis, we proposed a new design that can be used more conveniently by nailists and meet customer needs. Through this, it was confirmed that design, as well as the development of an advanced personal color diagnosis system, can contribute to solving social problems.

Keyword

Personal color(퍼스널컬러), Color diagnostic system(컬러진단시스템), Face board(페이스보드), Beauty industry(미용산업), Nail art(네일아트)

요약

개성발현이 중요해지고 있는 현대사회에 있어서 개인에게 어울리는 컬러를 찾아주는 퍼스널컬러 시스템은 자아의 특성을 표현할 수 있는 하나의 방법으로 자리잡고 있다. 이러한 상황을 반영하여 뷰티산업 분야에서는 편리하고 체계적인 퍼스널컬러 진단시스템인 페이스보드가 개발되어 활용되고 있으나 세분화된 뷰티산업 분야에 적용되기에는 그 범위가 너무 보편적이고 형태적으로도 비효율적인 점이 많다는 것을 알 수 있다. 따라서 컬러에 대한 전반적인 분석과 조형적 특성에 대한 연구, 그리고 신체적 분석을 통한 3D 컬러 진단시스템을 개발하여 네일리스트들이 더욱 편리하게 사용 할 수 있으면서도 고객의 요구에 부합할 수 있는 새로운 디자인을 제안하였다. 이를 통해 진보된 퍼스널컬러 진단시스템의 개발은 물론 디자인이 사회적 문제를 해결하는데 기여할 수 있음을 확인할 수 있었다.

목차

1. 서론

1-1. 연구 배경 및 목적
1-2. 연구 방법 및 범위

2. 퍼스널컬러 진단시스템

2-1. 퍼스널컬러의 개념
2-2. 퍼스널컬러 진단 프로세스
2-3. 페이스보드

3. 뷰티산업과 퍼스널컬러 진단시스템

3-1. 네일아트 개념 및 역사
3-2. 네일아트의 종류와 산업현황
3-3. 진단시스템의 현황과 문제점

4. 퍼스널컬러 진단시스템의 네일아트 적용

4-1. 새로운 진단시스템의 필요성
4-2. 3D 진단시스템디자인 프로세스
4-3. 네일볼 디자인개발

5. 결론

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구배경 및 목적

여성들의 사회 진출이 많아지고[1], 그 분야도 다양해지면서 현대인들은 개인의 능력뿐만 아니라 자신의 개성을 표현하는 데에도 많은 시간과 비용을 투자하고 있다. 막연하게 모던하고 심플한 스타일을 선호했던 과거와는 달리 현대사회는 경제발전과 함께 생활 수준이 높아지면서 미에 대한 기준이 높아지고 개개인의 스타일을 존중하는 시대로 변화하고 있다.

이러한 시대에 발맞추어 등장한 퍼스널컬러(personal color) 시스템은 감성 이미지 시대에 미적 욕구를 충족시켜 개인에게는 경쟁력을 향상시키고, 기업의 측면에서는 미용산업과 관련한 제품과 패키지, 그리고 홍보 마케팅에 활용되고 있을 정도로 그 중요성이 높아지고 있다.[2]

퍼스널컬러 시스템이 활용되고 있는 대표적인 분야인 네일아트(nail art) 시장은 직접 네일숍을 찾거나 셀프(self) 네일시술을 통해 자신의 손톱을 아름답게 꾸미거나 즐기는 소비자들이 늘어나면서 폭발적으로 증가하고 있다. 그러나 이러한 퍼스널컬러 시스템은 컬러에 대한 특별한 지식이 없는 네일아티스트(nail artist)들이나 수동적인 일반 소비자들에게는 개인에게 맞춰진 정확한 컬러를 제시하기보다는 매우 보편적이고 비개성적인 시스템으로 머물고 있는 경우가 대부분이다. 따라서 본 연구에서는 네일아트와 시술을 제공하거나 즐기는 사람들에게 색채전문가가 아니어도 조금 더 쉽고 정확하게 고객이나 자신에게 맞는 컬러를 선택할 수 있는 방법을 연구하여 제시함으로써, 컬러가 개성과 스타일을 표현하는데 실질적인 역할을 하고자 하는데 기여하기 위한 것에 그 목적이 있다.

1-2. 연구 방법 및 범위

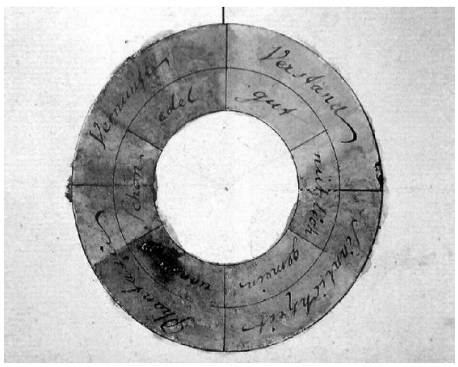
퍼스널컬러 시스템에 대한 기본적인 이해를 위하여 컬러개념의 이론적 발전과정과 시스템화 과정에 대해 이론적으로 연구하고 퍼스널컬러 시스템이 현대사회와 산업에 어떻게 자리 잡았는지 살펴본다. 또한, 증가하고 있는 미용산업과 네일아트 시장의 변화를 살펴봄으로써 퍼스널컬러 진단시스템과 관련한 새로운 디자인의 제안 필요성에 대해 인식하고 현대사회에서 요구하는 상황에 최적화된 디자인을 제안해 보고자 한다.

연구의 범위로는 퍼스널 컬러시스템이 사용되고 있는 미용산업의 분야가 헤어(hair), 패션(fashion), 메이크업(makeup) 등으로 매우 넓은 점을 고려하여, 본 연구에서는 가장 컬러 표현이 강하고 셀프시술 특성이 두드러지는 네일아트로 한정을 하고 현역에서 활동을 하고 있는 네일리스트(nailist)를 중심으로 그들의 요구를 반영하고자 하였다.

2. 퍼스널컬러 진단시스템

2-1. 퍼스널컬러의 개념

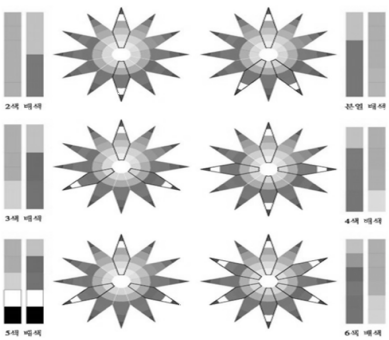
퍼스널컬러는 자신이 가지고 있는 신체색과 조화를 이루어 생기가 돋고 활기차 보이도록 하는 개개인의 컬러를 말한다.[3] 퍼스널컬러는 개인이 가지고 있는 신체색과 조화를 이룰 때 그 효과가 극대화되지만, 맞지 않는 경우에는 피부 결이 거칠어 보이고, 투명감이 사라져 피부의 결점만이 드러나게 된다. 퍼스널컬러는 크게 봄, 여름, 가을, 겨울의 4가지 유형으로 구분하며, 톤을 구분할 수 있는 개인의 기준으로 분류된 피부색, 눈동자 색, 머리카락 색 등을 이용하여 자신의 이미지와 개성 있는 이미지 연출을 할 수 있도록 신체색을 찾아주는 일종의 컬러시스템이다.[4]



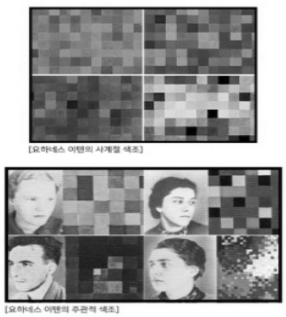
[그림 1] 괴테의 색상환

1) 이현원, '퍼스널 네일 컬러 진단에 따른 네일 컬러링 일치도가 신체 이미지 변화 인지와 네일 컬러링 만족도에 미치는 영향' 상명대학교 예술디자인대학원 석사논문, 2017, p1
2) 최민령, '퍼스널 컬러의 메이크업 적용 효과에 대한 일반인 집단과 뷰티 전문가 집단의 인식 조사' 원광대학교 일반대학원 박사학위논문, 2014, p1
3) 박연선, 색채용어사전, 국립국어원, 2007, 색채용어사전, 도서출판 예림, 270-285
4) 박연선, 색채용어사전, 2007 앞의 문헌, 270-285

체계적인 컬러시스템의 시작은 괴테(Johann Wolfgang von Goethe)[5]의 양극색채론에서 출발한다. 괴테는 빛으로는 황색이, 어둠으로는 청색이 생겨난다 하여 가장 기본이 되는 색은 황색과 청색이고 그 외의 모든 색은 두 양극 사이에 존재한다고 정의하여 색체계를 이루는 기초를 성립했다. 이와 함께 요하네스 이텐(Johannes Itten)[6]은 퍼스널컬러의 기초를 세우게 되는데 색채조화에서 "자연계의 사계절이야말로 모든 색채의 근원과 조화를 이룬다"는 것을 기반으로 사람을 계절별 컬러에 따라 분석하는 색채분석법을 고안해냈다.

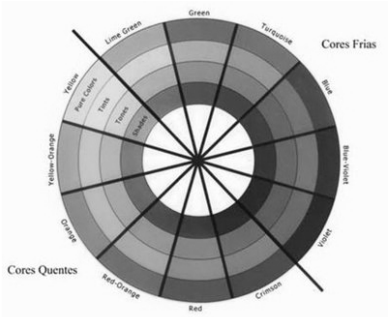


[그림2] 요하네스 이텐의 색상환

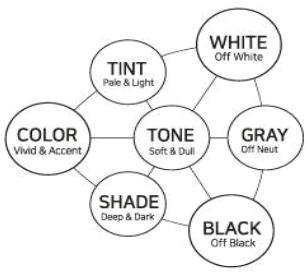


[그림 3] 요하네스 이텐의 사계절 색조와 주관적 색조

그 이후, 로버트 도어(Robert Doee)[7]는 「배색의 조화·부조화의 원리」에서 색은 푸른기가 있는 파란색 언더톤과 노란기가 있는 노란색 언더톤으로 분류하고 같은 언더톤의 색은 서로 조화를 이룬다는[8] 배색 원리를 연구하면서 170개의 색으로 구성된 팔레트를 제안하였다. 그 후 미국을 대표하는 컬러 코디네이터(coordinator)인 파버비렌(Faber Birren)[9]은 독자적인 색채 체계인 색삼각형이라고 불리는 개념도를 사용하여 색채 조화를 설명하였는데, 색채의 미적 효과를 나타내는 최소 7가지 용어로 톤(Tone), 흰색(White), 검은색(Black), 회색(Gray), 순색(Color), 밝은 색조(Tint), 어두운 색조(Shade)가 필요[10]하다고 하였으며, 이러한 색체계는 정부나 기업이 컬러라는 개념을 조직의 운영에 중요한 요소로 도입되는 계기를 마련하게 되었다.



[그림 4] 로버트 도어의 컬러 키 프로그램



[그림 5] 파버비렌의 색채조화론

이후 퍼스널컬러를 실용화시킨 대표적인 인물인 심리학자 캐롤 잭슨(Carole Jackson)[11]은 저서 「Color

5) 요한 볼프강 폰 괴테 (Johann Wolfgang von Goethe, 1749~1832) 독일 작가이자 철학자, 최초로 양극색채론을 정의함, 네이버지식백과
6) 요하네스 이텐(Johannes Itten, 1888~1967) 스위스화가이자 독일 바우하우스 교수, 최초로 퍼스널컬러 기초개념을 세움, 네이버지식백과
7) 로버트 도어(Robert Doee, 1905~1979) '색채조화론'을 통해 색은 열로우베이스와 블루 베이스 두가지 색상을 지닌다고 주장, 네이버지식백과
8) 박효원 외 2인, 뷰티색채학, 성안당 p82
9) 파버비렌(Faber Birren, 1900~1988) 미국 컬러컨설턴트 1인자, 색체조화론 발표, , 네이버지식백과
10) 김은정외 1인, color, 형설출판사

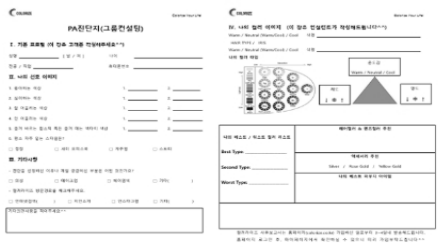
me beautiful (1980)」에서 요하네스 이텐의 이론을 발전시켜 사람의 이미지를 사계절로 분류하고 색상 팔레트와 드레이프((drape) 천을 통한 패션, 메이크업을 제안한다.

[그림 6] 색채이론의 변용과정

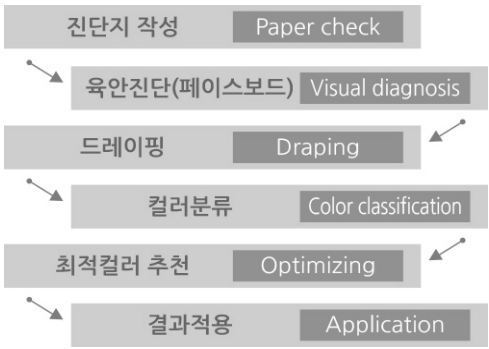
이러한 컬러시스템에 대한 연구를 바탕으로 20세기 이후 산업계에도 색채를 실천적으로 적용하여 활동하는 '컬러리스트(colorist)'[12]라고 불리는 사람들이 등장하게 되었고 20세기 중반에는 '사람'을 대상으로 한 컨설팅이 등장하여 '컬러&이미지 컨설팅'이라고 불리우는 분야가 나타나게 되었다.[13]

2-2. 퍼스널컬러 진단 프로세스

퍼스널컬러 컨설팅[14]은 업체마다 조금씩 다르지만 보통 진단지 작성으로 시작한다. 그것을 바탕으로 육안진단을 하게 되는데 피부, 눈동자, 머리카락 색을 살펴보고 피부의 노란빛이 돌고 눈동자 테두리와 머리카락이 갈색이나 붉은색이면 웜톤(warm tone), 피부는 분홍빛을 띠고 눈동자 테두리와 머리카락이 회색, 남색, 검은색이면 쿨톤(cool tone)으로 나뉘게 된다.



[그림 7] 컬러라이즈 퍼스널컬러 진단 교육기관 진단지



[그림 8] 관능평가에 의한 퍼스널컬러 진단 프로세스

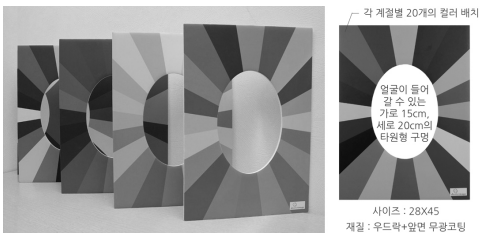
그다음 단계엔 페이스보드(face board)로 4계절 컬러를 먼저 구분한 후 최적의 컬러를 찾기 위해 여러 장의 진단 천을 활용하여 얼굴 밑에 대어보고 육안으로 평가하는 관능평가[15] 방법을 가장 많이 사용한다. 각 유형을 대표하는 색상을 얼굴에 적절한 반사도를 줄 수 있는 질감의 천을 이용해 드레이핑(draping)[16] 하면서 얼굴색과 형태의 조화를 관찰하여 어울리는 색과 어울리지 않는 색으로 분류하며 고객에게 가장 잘 어울리는 컬러를 찾게 되는 것이다.[17] 이러한 분류를 통해 고객에게 어울리는 컬러를 제안하고 메이크업, 헤어, 악세서리, 의상 등의 추천이나 스스로도 활용 할 수 있도록 컬러 정보를 제공해 준다.

11) 캐롤 잭슨(Carole Jackson, 1932~) 'Color me beautiful' 저서를 통해 인간의 이미지는 4계절로 분류함, 네이버지식백과
12) 색채를 전문적으로 다루는 전문가로 색채 연출을 통해 이미지 부가가치를 높여주는 일을 하는 사람
13) 토마야마 마치코, 처음 만나는 퍼스널컬러, ㈜지구문화, p10
14) 자신이 지니고 있는 고유의 색을 찾아 이미지를 연출하거나 장점은 부각시키고 단점은 보완할 수 있도록 본인의 컬러를 찾아주는 마케팅 기법
15) 품질관리나 상품개발의 경우에 반드시 필요한 중요한 시험으로 시료, 제품 등이 가지고 있는 고유의 특성을 사람의 감각기관(눈, 귀, 입, 코, 피부 등)으로 조사하는 것을 총칭한다. https://blog.naver.com/nobopark/40192225212
16) 드레이프(drape) 어떠한 힘도 가하지 않은 상태에서 천을 늘어뜨렸을 때 생기는 자연스럽고 느슨한 주름, 네이버사전
17) 이은영, '퍼스널 컬러 유형 분류를 위한 정량적 측정과 평가' 충남대학교 대학원 박사학위 논문. 2012, p145

[그림 11] 네일아트의 역사

2-3. 페이스보드

페이스보드는 위에서 언급한 퍼스널컬러 진단 프로세스 중 드레이핑 전 단계에서 피부의 4계절 컬러와 웜톤과 쿨톤을 간편하게 진단하기 위한 체계적이고 객관적인 진단 도구로 제이컬러이미지[18]의 김효진 대표에 의해 국내에서 최초로 개발되었다.



[그림 9] 제이컬러에서 개발 된 페이스보드 및 구조도

페이스보드는 계절에 맞는 20개의 컬러가 둘러싸고 있는 중앙에 얼굴을 넣는 구멍을 뚫어 자신에게 어울리는 계절 컬러를 쉽게 찾을 수 있게 제작되었다. 4개의 보드로 구성된 페이스보드는 각각 봄, 여름, 가을, 겨울을 나타내며, 보드 주변 컬러를 통해 고객의 얼굴 피부와 근접 비교하면서 자신에게 가장 잘 어울리는 계절 컬러를 쉽게 찾을 수 있다는 장점이 있다.

[그림 10] 페이스보드 적용사례

18) 15년의 전통을 가진 국내 1호 컬러이미지컨설턴트를 낳은 퍼스널컬러 전문 기업

3. 뷰티산업과 퍼스널컬러 진단시스템

3-1. 네일아트 개념 및 역사

네일아트란 손톱에 매니큐어(manicure)를 다양한 방식으로 바르거나 액세서리 등으로 장식하는 것을 총칭한다. 네일아트의 유래를 살펴보려면 매니큐어의 정의와 역사를 먼저 알아봐야 하는데, 매니큐어(Manicure)라고 하면 일반적으로 손톱에 색을 칠하는 것을 말하고[19] 그 어원은 '손'을 의미하는 라틴어의 '마누스(manus)'와 '관리하다'를 의미하는 '큐라(Cura)'에서 파생되었다. 매니큐어 본래의 의미는 손을 치료하는 것이였지만, 그 후 손을 아름답게 하는 방법으로 손톱의 모양 정리, 큐티클(cuticle) 정리, 손 마사지, 컬러링(coloring) 등을 포함한 총괄적인 손의 관리(handcare)를 뜻하는 의미로 확대되었다.[20]

네일미용은 BC3000년, 헤나[21]라는 붉은 오렌지색 염료로 손톱 염색을 함으로써 사회적 신분을 나타내기 위해 사용[22]되었으나 오늘날에는 필수 뷰티 아이템으로 대중화되어 자리 잡고 있다.

마지막으로 네일미용의 영역은 크게 매니큐어와 페디큐어로 구분되고, 모양(shape)잡기, 큐티클(cuticle) 정리, 마사지(Massage), 컬러링(Coloring), 등의 네일 디자인을 의미하는 미조법[23]과 자연 네일을 연장하거나 손상, 변형되었을 때 시술하는 의조법[24] 등의 두

19) 이양희외 1인, '네일아트 표현기법의 비교연구-디자인 스캅춰와 에어브러쉬를 중심으로' .한국메이크업디자인학회지, 2007, 3(3)
20) 김나영 외 9인, 네일아트, 광문각, 2009
21) 이집트산의 헤나라고 하는 식물을 특수한 제법을 사용하여 염료로 만든 것, 적갈색이 특징, 패션전문자료사전
22) 권지우 외 ㈜에듀웨이 R&D 연구소, '네일 미용사 필기' ㈜에듀웨이, 2020, p18
23) 미조법(美爪法) : 매니큐어는 일반적으로 손톱의 모양을 다듬고 에나멜을 바르는 방법, https://cafe.naver.com/jyj5758/22
24) 의조법(義爪法) : 손톱이 손상되거나 보기 흉하게 변형되었을 때 붙이는 방법, https://cafe.naver.com/jyj5758/22

가지 형태로 500년간 발전되어오고 있다.[25]

3-2. 네일아트의 종류와 산업현황

네일 서비스의 종류는 크게 네일 케어(Nail Care), 인조 네일(Artificial Nail), 네일 아트(Nail Art) 등의 세 분야로 나뉘어 진다.[26]

라운드	오벌	스퀘어
Round nail	Over nail	Square nail
가장 무난한 손톱 모양 관리하기 쉬움 단정하고 귀여운 느낌 여성들이 선호	손가락이 가늘고 길어 보임 라운드와 비슷하게 무난한 모양 여성스러움이 강조 된 모양	각진 모양 대회용으로 많이 등장 손가락이 굵거나 짧은 사람은 부적합
오버스퀘어	포인트	스틸레토
Squoval nail	Point nail	Stiletto nail
세련되고 깔끔한 스타일 긴손톱에 잘 어울림	손가락이 가늘어 보임 오벌보다 길고 끝이 좁은 모양 화려하고 세련 관리가 어려움	아찔한 길이의 날카로움 포인트보다 길죽하고 뾰족 관리가 매우 어려움

[그림 12] 손톱모양

네일 케어란, 네일 모양 정리, 큐티클(Cuticle) 정리, 손 마사지, 컬러링(Coloring) 등을 포함한 총괄적인 손의 관리를 뜻하고,[27] 인조 네일은 손상되거나 얇아진 손톱을 보호하고 보강하는 기능 외에 손가락을 길어 보이게 하거나 손톱 위에 다양한 네일 아트를 하기 위한 미용을 목적으로 하는 시술이다. 종류로는 크게 네일 팁 오버레이(overlay), 아크릴 스컬프처(sculpture), 젤 스컬프처 등이 있다.[28]

전체바르기	헤어라인팁	그라데이션	딥프렌치
Full coat	Hair line tip	Gradation	Deep French
전체를 컬러링 하는 방법	전체 컬러링 후 손톱 끝 1.5mm 정도를 지워주는 컬러링 방법	일반적으로 손끝으로 갈수록 진하게 컬러를 표현하는 방법	네일 보지의 반 이상을 스마일 라인을 만들어 컬러링하는 방법
프렌치	슬림라인	프리에지	반달형
French	Slim Line	Free Edge	Lunula
프리에지 부분만 컬러링 하는 방법	손톱 양옆을 1.5mm정도 남겨놓고 컬러링 하는 방법 손톱이 길어 보이는 효과	벗겨지기 쉬운 손끝(프리에지) 부분만 빼고 컬러링 하는 방법	손톱의 누들라 (반달부분)만 남기로 컬러링 하는 방법

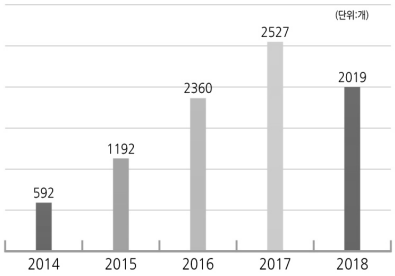
[그림 13] 컬러링의 종류

네일 아트는 손톱이라는 작은 공간 위에 컬러링을 하거나 다양한 그림을 그릴 수도 있으며, 비즈(beads)[29]나 파츠(parts)[30] 등을 이용하여 자신의 개성을 살린 미적 디자인을 하는 것을 말한다. 이때 사용되어지는 컬러는 자신의 이미지를 나타내거나 포인트를 줄 수 있는 하나의 표현 수단이기 때문에 네일아트에서는 컬러의 선택이 무엇보다 중요하다고 할 수 있다.

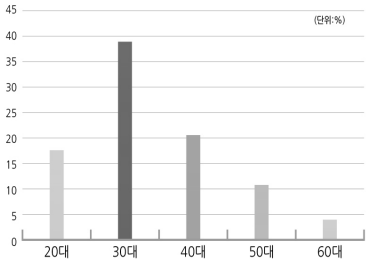
[그림 14] 네일아트 예시

우리나라 미용서비스업 시장은 크게 미용, 피부관리, 네일케어 세 업종으로 나뉜다. 가장 업종수가 많은 분야는 미용실로 87.3%에 이르고, 다음은 피부관리실(10.5%), 그리고 네일케어숍(2.2%)이다.

25) 이지혜, '퍼스널 컬러 인식이 네일컬러 선정 및 네일컬러 만족도에 미치는 영향' 성신여자대학교 석사학위논문, 2019, p17
26) 유선진, '퍼스널 컬러 시스템에 따른 네일 컬러에 관한 연구'. 용인대학교 경영대학원 석사학위논문, 2006, p30
27) 주란, '여대생의 얼굴 화장과 손톱 화장에 관한 연구' 석사학위논문 숙명여자대학교대학원, 2004, p10-11
28) 권지우 외 ㈜에듀웨이 R&D 연구소, '네일 미용사 필기' ㈜에듀웨이, 2020
29) 유리, 플라스틱, 돌, 보석, 조개, 진주, 뼈 등으로 만든 구멍이 뚫린 작은 구슬, 네이버사전
30) 사전적 의미는 부품이란 뜻으로 네일에서는 큐빅, 메탈 등의 장식품으로 손톱위에 올릴 수 있는 다양한 장식품을 말한다. 네이버사전



[그림 15] 네일 숍 창업추이(2018년)



[그림 16] 네일케어 연령대별 이용률(2017년)

통계청 조사에 따르면 2011년 5,200개에 불과하던 네일숍은 2016년 1만1400여 개로 두 배 이상 늘어나고 있다. 2010년 이래 급성장한 네일아트 시장은 기존 미용실이나 피부관리실에 숍인숍(Shop in Shop) 형태로 운영하는 수준에서 현재 독립적인 전문 매장으로 진화하며 꾸준히 성장하고 있는 중이다.[31] 연령대별 이용률에서는 30대가 가장 높은 비율을 보이고 있는데 이는 단순히 네일아트가 외모를 꾸미기 위한 것이기보다는 사회생활을 하면서 자신을 표현하는데 중요한 요소가 되고 있다는 점을 시사하는 것으로 판단되어진다.

3-3. 진단시스템의 현황과 문제점

이와 관련하여 컬러가 자신의 이미지에 미치는 영향이 크다고 생각되는지에 대한 조사를 살펴보면 일반인과 미용 전문가 모두가 50% '그렇다'라는 대답을 한 것으로 보아 일반인과 미용 전문가 모두 컬러가 자신의 이미지에 영향이 크다고 생각하는 것으로 나타났다.[32] 그럼에도 불구하고 정작 자신에게 맞는 컬러의 선택에 있어서는 뚜렷한 기준이나 목적이 불분명한 문제점이 있다는 것을 발견할 수 있다.

[표 1] 국내 네일산업 현황 (제공처:형성출판사, 네일미용)

구분	한국
도입기	1996년 중반
활성화 시기	2002년 이후
형태	개인 숍과 변형된 프렌차이즈 형태로 운영 -백화점 내 네일 숍 -미용실 내 숍
시장현황	연예인 중심의 홍보로 대중화를 모색 →네일 시장이 차츰 형성됨 2000년 이후 고급 전문 숍 및 개인이 운영하는 소규모 네일숍 등 다양하게 확장
주요고객	고소득층 위주의 고객에서 전문 직종에 장사하는 고객층까지 확대되어가는 과정

이상의 연구에서 보았듯이 미용산업은 크게 성장하고 있으며 네일아트나 시술은 그 성장의 중심에 있다고 볼 수 있다. 그리고 그 성장의 과정 속에서 컬러의 중요성도 함께 커지고 있다. 그러나 메이크업이나 헤어컬러에 따라 얼굴색이 변해 보이듯 네일 컬러에 따라 피부톤이 다르게 보여 질 수 있음에도 불구하고 많은 사람들이 자기 자신을 나타내는 네일 컬러의 선택에서는 손톱 모양과 길이 등 외형적 부분만을 중요하게 생각하고 있는 것이 현실이다. 비전문가인 일반 소비자들이 자신의 피부색에 어울리는 정확한 컬러를 선택하기는 매우 어렵기 때문에 직접적인 시술에서는 아무런 선택기준이 없이 네일리스트들의 추천으로 컬러를 선택하거나 현재 유행하는 컬러를 맹목적으로 바른다는 문제점이 나타나고 있는 것이다. 자신에게 어울리는 컬러가 아닌 일반적인 컬러로 시술을 받다 보니 어디서 시술을 받더라도 비슷한 디자인에 비슷한 컬러를 선택하거나 추천받게 되고, 이로 인해 본인의 개성을 살리기보다는 수동적 선택에 의한 천편일률적인 시술을 받고 있는 것이다. 컬러에 대한 이론과 중요성을 일반인들도 쉽게 이해하면서 시술자나 소비자 모두 사용하기 편리하고 합리적이며 시술 후 결과에 대한 만족도를 높일 수 있는 새로운 진단시스템이 어느 때 보다 중요해지고 있는 현실인 것이다. 또한 미용산업 분야에서 사용되는 제품인 만큼 미적 호감도나 기능적 완성도도 반드시 고려되어져야 할 것이다.

31) http://www.tapasnews.com/

32) 노초롱, '퍼스널 컬러에 대한 인식이 네일 컬러 선정에 미치는 영향' 건국대학교 산업대학원, 2017, p28

4. 퍼스널컬러 진단시스템의 네일아트 적용

4-1. 새로운 진단시스템의 필요성

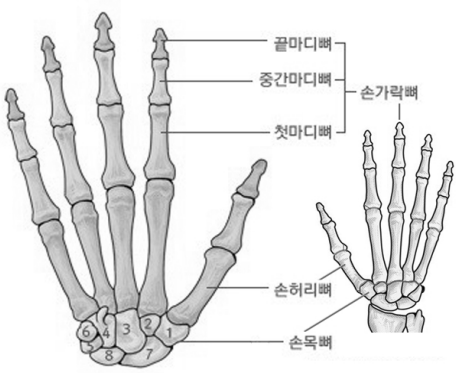
이상의 연구에서 언급한 컬러 선택의 문제를 해결하기 위해 네일아트 시술 현장에서는 페이스보드를 활용하고 있다. 그러나 얼굴색을 기준으로 판단하기 위해 만들어진 페이스보드는 형태적으로 입체적 관절구조를 가지고 있는 손의 모양과 맞지를 않고 개인별 크기 차이를 반영하기에도 한계가 있으며, 계절별 4장이라는 번거로운 조합방식도 보관이나 사용에 있어서 매우 비효율적인 방식이라 여겨진다. 따라서 네일아트의 특성을 반영하면서도 정확한 컬러진단을 하기 위한 새로운 형태의 컬러진단시스템이 요구되어 진다. 이론적 연구를 바탕으로 새로운 진단시스템 개발을 위한 디자인프로세스에 대한 전제는 다음과 같이 정리해 볼 수 있다.

첫째, 일반인들이 컬러 이론에 대한 인식을 쉽게 할 수 있도록 할 것, 둘째, 실제 시술에서 적용하기에 합리적이고 편리해야 하며 미적으로도 완성도가 있을 것, 셋째, 결과에 대한 만족도 상승과 재구매 효과가 일어날 것 등으로 정리해 볼 수 있다.

4-2. 3D 진단시스템디자인 프로세스

새로운 컬러진단 시스템의 디자인 제안을 위해서는 손톱과 먼저 손의 구조를 파악할 필요가 있다. 손의 구조를 분석해보면 인간의 손은 손가락과 손목으로 이루어져 있으며 손가락은 한 개의 손허리뼈와 세 개의 손가락뼈로 구성되어 있다. 인간의 손은 이러한 복잡하고 정교한 관절들을 통하여 섬세한 운동을 하는 것이다. 손바닥을 향하여 움직이는 것을 굽힘이라고 하고 손등을 향하여 움직이는 것을 폄이라고 하는데,[33] 손과 손가락은 이렇게 다양한 근육과 관절을 이용한 복합 운동을 통해 물건을 잡기 편하게 구성되어져 있다. 따라서 네일아트를 위한 새로운 형태로써 기존의 평면적 보드 형태의 한계를 극복할 수 있는 구체형(球體型)의 디자인을 제안해 보고자 한다.

33) https://tv.naver.com/snuh, 서울대학교병원 신체기관정보



[그림 17] 손의 관절

이를 위한 선행연구로써 우선 손의 크기에 대한 자료와 비교 대상을 설정하여 비교해 보고, 구 형태에 대한 크기와 세부 디자인을 진행하였다.

[그림 18] 골프장갑 사이즈표

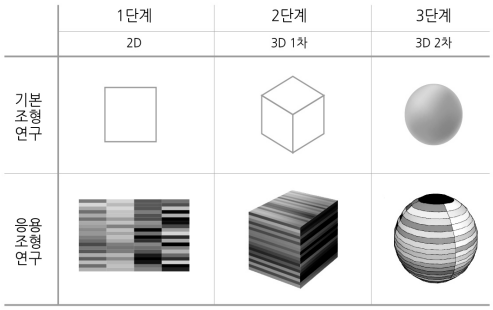
[표 2] 공의 크기 비교

	농구공	축구공	볼링공	배구공	핸드볼공	야구공
둘레	75~78	68~70	68.577	65~57	54~56	22.9~23.5
무게	600~650g	410~450g	7.257kg이하	260~280g	325~400g	141.7~147.8g

[둘레 : cm / 핸드볼공 여자 기준]

[그림18]과 [표2]에서 보듯이 비교 대상으로 선정한 골프장갑의 일반적인 여성 사이즈를 보면 평균 15.5~18.5cm인 것을 알 수 있고, 이를 토대로 여성 손 사이즈를 고려해 한 손 안에 들어 올 수 있으면서도 4계절의 컬러가 적당히 배열될 수 있는 최소한의 면적을 유지하고, 또한 보관이 용이할 수 있는 크기는 핸드볼 공 크기로 규정해 볼 수 있으며 이는 지름이

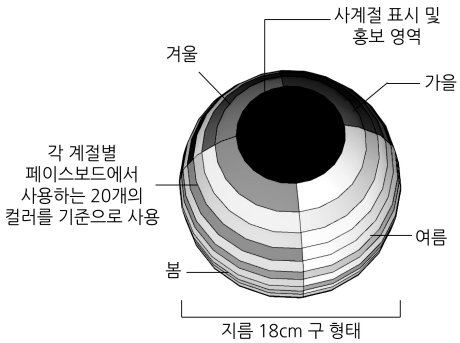
18cm인 구 형태로 결론지어질 수 있다.



[그림 19] 디자인 제안 프로세스

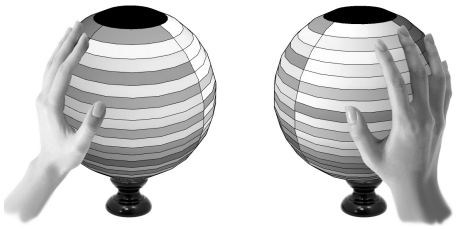
4-3. 네일볼 디자인개발

이상의 이론적 연구 결과를 토대로 기존의 퍼스널컬러 진단시스템인 페이스보드의 세부적인 디자인을 적용해보면, 구 형태의 표면을 세로로 4등분하여 사계절에 해당하는 각각의 컬러를 적용하고 손이 충분히 닿지 않는 아래, 위 여유 공간에 네일리스트들이 사용할 때 샵의 이름이나 각 개인의 이름을 넣을 수 있도록 홍보 공간을 만들어 그 기능을 극대화하였다.



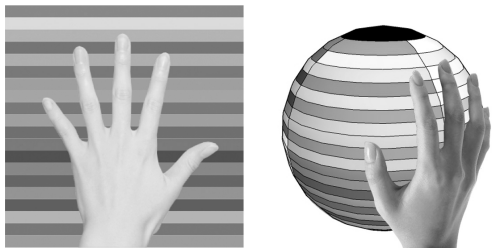
[그림 20] 네일볼 세부 구조도

다음으로 사용성 증대와 보관의 용이성을 위하여 하단에는 회전이 가능한 받침대를 만들어 한 손 안에 잡힐 수 있는 18cm정도의 볼 형태가 회전되면서 자신에게 잘 어울리는 컬러를 더욱 찾기 쉽도록 설계하였다.



[그림 21] 네일볼 적용예시

본 연구에서는 이러한 디자인의 결과에 대해 구체의 형태를 가진 특징을 반영하여 기존의 페이스보드와의 차별화를 위해 본 진단 도구의 이름을 네일볼(nail ball)로 명명한다.



[그림 22] 비교분석

평면적인 페이스보드의 컬러를 네일볼에 적용해본 결과 손의 구조에 밀착하는 컬러면이 생겨남으로써 이전의 시스템보다 훨씬 정확도가 높은 컬러의 선택을 이끌어 낼 수 있었고 감성적으로도 높은 신뢰감을 줌으로써 시술자나 고객 모두에게 만족감을 줄 수 있는 결과가 나올 수 있었다. 뿐만 아니라 네일볼을 손의 구조에 맞춰가며 회전시켜 사용할 수 있기 때문에 각도와 빛에 따른 피부의 변화에 맞춰 계절 컬러를 훨씬 더 쉽게 찾을 수 있다는 장점이 있어 네일볼의 사용은 계절 컬러에서 나에게 어울리는 세부컬러까지 한 번에 개인에 맞는 컬러를 찾을 수 있을 것으로 보여진다. 네일볼에 대한 디자인 제안이 퍼스널 컬러시스템의 네일아트 맞춤형 디자인으로써 추후 세부 디자인단계를 거쳐 실용화된다면 성장하고 있는 네일아트 시장에 많은 기여를 할 것으로 기대된다.

5. 결론

모바일 통신과 SNS 등 급격한 매체 환경의 변화로

플랫폼 비즈니스와 1인 미디어가 새로운 산업의 중심으로 떠오르고 있는 현대사회에서 자신 있게 본인을 드러내고 개성을 표현하는 것은 이제 선택이 아닌 필수적인 요소가 되어가고 있다. 자신을 꾸미고 아름다움을 표현하기 위해 존재했던 미용산업은 이렇게 급변하는 환경에 대응하기 위한 새로운 변화가 필요한 시점이다.

본 연구는 이러한 상황에 디자인이 어떻게 미용산업에 기여할 수 있는가 라는 물음에서 시작되었고 네일아트라는 작지만 매우 현실적이고 실질적인 사례를 통해 그 변화에 대한 기여를 모색해 보고자 하였다. 연구의 결과는 다음과 같이 정리된다.

첫째, 사회적 변화와 개인의 개성에 대한 관심이 늘어나면서 뷰티산업의 트렌드도 바뀌고 있다. 연구의 데이터에서 보았듯이 관련 산업에 종사하는 인구와 사용자도 급속도로 성장하고 있으며 개인 미디어의 발전은 그 성장을 더욱 가속화시킬 것으로 예측되어진다. 그러나 전통적 방식에 의한 미용시술의 방법들은 빠르게 변화는 환경에 적극적으로 대응하지 못하고 있다.

둘째, 컬러 이론과 적용시스템의 발전에 의해 등장한 퍼스널컬러 진단시스템과 페이스보드의 활용은 미용시술의 현장에서 비교적 폭넓게 사용되고 있으나 점점 세분화 되어가고 있는 미용 분야와 다양하고 복잡한 구조로 되어 있는 신체적 특성, 그리고 각 개인의 차이를 효과적으로 반영하기에는 한계가 있다.

셋째, 이러한 문제해결을 위해 전통적 방식의 컬러 시스템을 신체 분석을 통해 2D에서 3D로 변환하고, 네일아트에 최적화된 컬러진단 방식을 새로운 디자인 형태로 제안함으로써 미용시술 현장에서 컬러 이론이 합리적이고 기능적으로 사용될 수 있게 하였다. 이러한 연구의 결과는 퍼스널컬러 진단시스템이 한 단계 나아갈 수 있는 계기가 될 것이며, 디자인이 사회적 문제를 해결하는데 기여할 수 있음에도 기대가 되어진다.

컬러와 형태에 대한 연구는 디자인의 분야에 있어서 끊임없는 연구의 대상이다. 그러나 그러한 연구가 단지 이론에만 머물고 인간 환경의 변화에 기여하지 못한다면 그 의미와 가치는 사라지게 될 것이다.

퍼스널컬러 진단시스템은 훨씬 더 실용적이고 효과적으로 변화해야 한다. 다양한 미용 분야를 모두 반영하기에는 한계가 있었지만 네일볼 제작사례를 통해 그 가능성을 엿볼 수 있었다. 네일아트 분야뿐만 아니라 다양한 방식의 자가 진단 컬러시스템과 이를 상용화하기 위한 방법들이 여러 분야에서 실용적으로 연구되어지기를 바란다.

참고문헌

1. 권지우 외 ㈜에듀웨이 R&D 연구소, ‘네일 미용사 필기’ ㈜에듀웨이, 2020
2. 김나영 외 9인, 네일아트, 광문각, 2009
3. 김은정외 1인, color, 형설출판사
4. 노초롱, ‘퍼스널 컬러에 대한 인식이 네일 컬러 선정에 미치는 영향’ 건국대학교 산업대학원, 2017
5. 박연선, 색채용어사전, 국립국어원, 2007
6. 박효원 외 2인, 뷰티색채학, 성안당
7. 이은영, ‘퍼스널 컬러 유형 분류를 위한 정량적 측정과 평가.’ 충남대학교 대학원 박사학위 논문, 2012
8. 토마야마 마치코, 처음 만나는 퍼스널컬러, ㈜지구문화
9. 유선진, ‘퍼스널 컬러 시스템에 따른 네일 컬러에 관한 연구’. 용인대학교 경영대학원 석사학위논문, 2006
10. 이지혜, ‘퍼스널 컬러 인식이 네일컬러 선정 및 네일컬러 만족도에 미치는 영향’ 성신여자대학교 석사학위논문, 2019
11. 이현원, ‘퍼스널 네일 컬러 진단에 따른 네일 컬러링 일치도가 신체 이미지 변화 인지와 네일 컬러링 만족도에 미치는 영향’ 상명대학교 예술디자인대학원 석사논문, 2017
12. 주란, ‘여대생의 얼굴 화장과 손톱 화장에 관한 연구’ 석사학위논문 숙명여자대학교대학원, 2004
13. 최미령, ‘퍼스널 컬러의 메이크업 적용 효과에 대한 일반인 집단과 뷰티 전문가 집단의 인식 조사’ 원광대학교 일반대학원 박사학위논문, 2014

14. 김기정 김현중, '네일아트 산업과 표준화' 공업화학 전망 제23권 제1호, 2020
15. 이양희외 1인, 네일아트 표현기법의 비교연구-디자인 스캡춰와 에어브러쉬를 중심으로 -.한국메이크업디자인학회지, 2007
16. 이형석, '네일케어 완전정복' INSIDE 전문가 칼럼, 2018
17. 서울경제, 정가람기자, 2018.03.08
18. 2004 올림픽 총서 FIFA, BWF, FIVA, FIVB, 대한태권도협회 https://www.etoland.co.kr/
19. https://cafe.naver.com/jyj5758/22
20. http://www.tapasnews.com
21. https://tv.naver.com/snuh, 서울대학교병원 신체기관정보
22. http://trinova93.cafe24.com
23. https://blog.naver.com/jinnha2
24. https://m.post.naver.com/viewer
25. https://blog.naver.com/jcolorimage
26. https://blog.naver.com/nobopark