

남성의 수염 조형에 따른 호감도 분석 연구

김원우^{1,*} · 조혜연^{2,†}

¹성결대학교 뷰티메디컬비즈니스학과, 박사과정

²경기대학교 K-뷰티학과, 겸임교수

(2023년 7월 25일 접수: 2023년 8월 25일 수정: 2023년 8월 25일 채택)

A Study on the Preference Analysis of Male's Beard Shape

Won-Woo Kim^{1,*} · Hye-Youn Cho^{2,†}

¹Department of Beauty Medical Business, Sungkyul University, Anyang-si, Gyeonggi-do, Korea

²Department of K-Beauty, Kyonggi University, Seoul, Korea

(Received July 25, 2023; Revised August 25, 2023; Accepted August 25, 2023)

요약 : 본 연구는 수염에 대한 호감도 측정을 위해 선호 및 비선호 선택지와 함께 호감/비호감 사유 판단 문항 및 인구통계학적 특성 문항을 제시한 설문지의 최종 응답 300부를 표본으로 하여 인구통계학적 특성을 알기 위하여 빈도분석을 하였고, 선호도의 차이를 분석하기 위하여 Cross-Tab(교차분석) 분석을 거쳐 T-test와 일원 분산분석을 하였다. 연구 결과, 남성의 수염 조형별 선호도 및 비 선호도에는 차이가 있었으며, 그 차이 수준은 남녀 집단 및 연령대 집단 간에 통계적 유의성을 보였다. 추가로, 각 집단 범주마다 수염 조형별 호감/비호감 판단 사유에서도 차이를 보이는 것으로 나타났다. 또한, 남성의 수염 조형에 따른 선호도와 비 선호도는 차이가 있으며, 그 판단 근거인 호감도와 비호감도의 주된 이유에서도 각각자 특성별로 다양한 차이가 있음을 확인하였다. 이러한 결과를 통해 이용 및 미용 학문 연구에 시사점을 제시하였다.

주제어 : 남성 수염, 수염 조형, 호감도, 선호도, 각각자의 특성

Abstract : The shape of the male beard to be examined in this study was set as a mustache. This study used frequency analysis and cross-tab analysis to conduct T-test and one-way variance analysis using 300 final responses from the questionnaire that presented preference and non-preference reasons and demographic characteristics along with preference and non-preference options to measure the likability of whiskers. As a result of the study, there were differences in men's preference and non-preference for each beard formulation, and the level of difference was statistically significant between the male and female groups and the age group. In addition, it was found that each group category showed a difference in the reasons for judging likes/dislikes by beard form. There are differences in preference and non-preference according to men's beard formations, and it was

[†]Corresponding author

(E-mail: like3172@hammail.net)

confirmed that there are various differences according to perceptual characteristics in the main reasons for favorability and dislike, which are the basis for judgment. Through these results, academic and practical implications were presented in the field of beauty.

Keywords : Male Beard, Male Beard Shape, Likeability, Preference, Perceptor Characteristics

1. 서론

현재 한국 사회는 각종 SNS 및 미디어, 콘텐츠 등을 통해 K-뷰티 열풍이 가속화되며, 미용의 트렌드 역시 빠르게 변화하고 있으며, 남성의 미용 관리는 꾸미는 남성을 지칭하는 '그루밍족'이라는 단어가 등장할 정도로 그 관심과 다양성이 증가하는 추세이다.

한국의 남성 미용 중 수염 미용 시장은 꾸준한 성장세를 보여주고 있다. 2021년 화장품 수출입 분석 보고서의 조사에 따르면, 한국의 남성용 수염 관련 제품 시장은 연간 성장률을 약 15%로 기록하고 있다(대한화장품산업연구원, 2022)[1]. 이는 남성의 수염 미용과 관련한 관심과 그 수요가 지속해서 확대되고 있음을 보여준다. 남성들의 수염 관리는 제모 혹은 조형의 형태로 살펴볼 수 있는데, 이러한 분야의 시장 역시 연평균 20% 이상 증가하고 있는 것으로 추정되고 있다(머니투데이, 2018)[2]. 이처럼, 남성들의 미용 관리 소비 증가와 그루밍 트렌드로 인해 시장의 규모와 소비가 증가하고 있으며, 남성의 전유물이라 할 수 있는 수염 역시 중요한 미용 관리의 대상으로 부상하고 있다.

남성의 수염 조형이란 남성이 안면 수염을 가꾸고 다듬는 모든 과정을 포괄하는 미용상 개념이라 할 수 있다. 타인에게 인식되는 외모의 일부분으로서, 남성의 수염 조형은 외모와 스타일을 표현하는 동시에, 사회적인 인상과 인식을 형성하는 중요한 요소로, 다양한 형태의 수염 디자인이 만들어지며, 이러한 수염 조형은 남성의 외모에 대한 인상 형성에 영향을 미치며, 인상 및 매력을 강조하고 구체적인 남성의 성숙미와 남성미를 시각적으로 강조한다고 하였다(Dixson & Brooks, 2013)[3]. 이렇게 수염 조형은 개인이 자아를 표현하는 외적 미용의 대상 요소이다(Rantala, Pölkki, & Rantala, 2012)[4]. 동시에, 이를 통해 사회적인 인상도 형성하는 개념이다(Dixson & Brooks, 2013; Dixson, Dixson, & Anderson,

2017)[3][5]. 남성의 수염은 그 분포에 따라 코 주변에 자라는 '콧수염', 턱 주변에 자라는 '턱수염', 그리고 구레나룻에 이어지거나 콧수염과 턱수염이 함께 분포하는 '혼합형 수염'으로 구분된다. 수염 조형은 수염의 분포에 따라 각각의 유형마다 다양하게 가능하며, 그 디자인과 명칭 역시 다양하다.

남성의 수염은 여성의 얼굴 외모와 비교 시 가장 두드러지는 특징적 외적 요인이며, 다양한 의미를 지니고 있다. Dixson & Brooks(2013)은 남성의 수염이 인물의 나이와 성숙도, 그리고 사회적 지위 등과 같은 인상을 형성하는 과정에서 영향을 미치는 변수라고 제시하였다[3]. Dixson, Dixson, & Anderson(2017)은 남성 수염이 성적 매력과 관련이 있음을 밝혀냈으며, 수염을 통해 지각된 성적 매력은 대상의 호감도 형성에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다[5]. Asch(1946)는 개인이 타인의 외모와 행동, 언어 등을 바탕으로 하여 대상의 인상을 형성한다고 하였으며, 이러한 인상은 곧 호감도 형성에 영향을 준다고 하였다[6]. Fiske, Cuddy, & Glick (2007)은 사회적 관점에서 연구를 진행하였는데, 사회적 인상 형성은 개인 간의 사회적 상호 작용 및 타인에 대한 태도 형성에도 중요한 역할을 하는 개념이라고 주장하였다[7]. 개인의 호감도를 형성하는 요인으로 인상 형성은 중요한 선행적 개념으로 작용한다. 이때, 인상 형성에 있어 외모는 가장 가시적인 요인이며, 외모는 호감도를 형성하는 중요하게 미치는 요인이다. 다수의 선행연구는 얼굴 특징, 외적 매력, 화장 및 미용법 등이 호감도 형성에 큰 영향을 미칠 수 있음을 보여주어 왔다. Cunningham, Roberts, Barbee, Druen, & Wu (1995)는 얼굴의 비율이 호감도 형성에 긍정적인 영향을 미친다는 점을 밝혀냈으며, Langlois, Kalakanis, Rubenstein, Larson, Hallam, & Smoot (2000)은 아기 얼굴이 대칭적일수록 호감도가 증가함을 밝혀내었다. [8][9] Mulhern, Fieldman, Hussey, Lévêque, & Pineau (2003)은

연구를 통해 얼굴화장이 호감도를 형성하는 과정에서 긍정적인 영향을 미친다고 하였다[10]. 즉, 호감도 형성에 있어 외모와 외형이 미치는 영향은 중요하다. 이처럼 남성의 호감도 형성 요인인 수염은 성적 매력, 성숙도, 지위 등 다양한 인상 형성 요인에게 영향을 주며, 이러한 인상 형성은 곧 호감도를 형성한다. 구체적으로 수염이 형성하는 호감도는 수염 디자인 별로 차이가 있다는 연구가 진행되었다. 강대영과 안종숙(2012)은 남성의 수염 디자인이 인상 형성에 미치는 영향을 연구하였는데, 그 결과 수염 유형마다 지각자가 형성하는 인상과 호감도 등은 유의미한 차이를 보였다[3]. 해당 연구에서는 지각자의 인구통계학적 특성에서도 인상 형성과 호감도에서 차이를 보인다는 결과가 제시되었다. 남성의 수염은 인상 형성과 호감도에 영향을 미친다는 선행연구들의 이론적 근거를 바탕으로 하여, 남성의 수염 조형에 따른 호감도를 구체적으로 분석하고, 지각자의 인구통계학적 특성을 변인으로 하여 구체적인 호감도 응답을 제시 및 분석하고자 한다.

남성의 수염에 대한 기존 국내 연구들은 수염 디자인이 인상 형성에 미치는 영향, 수염 스타일과 인상 형성 간의 관계, 수염 형태와 감성 반응 등을 살펴볼 수 있다(강대영, 안종숙, 2012; 김민경, 2015; 김경춘, 양은진, 2021)[11-13]. 외모를 통한 이미지메이킹과 호감 요소들을 극대화하여 퍼스널 브랜딩을 통해 차원 높은 미용을 구현하기 위해서는, 수염 유형을 세분화하여 호감도를 살펴보고, 주요 사유를 파악할 필요성이 있으나, 현재 수염 조형별 호감도를 구체적으로 분석하는 최근 연구는 미비한 실정이다. 더불어, 지각자의 특성인 성별, 연령대 등 인구통계학적 특성별로 호감도를 분석한다면 준거집단과 사회집단을 고려해 더 효과적으로 인상의 호감도를 높일 수 있을 것이다. 이에 본 연구는 남성의 수염 조형에 따른 호감도를 구체적으로 살펴보고, 수염 조형별로 호감도와 그 근거를 파악하여 제시하는 것을 목적으로 하며, 남성의 수염 조형에 따른 호감도의 실증적인 결과를 제시함으로써, 남성 수염을 주제로 한 이·미용 연구에 학문적 근거와 실무적 기초자료를 제공하고자 한다. 본 연구에 사용되는 콧수염 디자인의 선정은 이용 전문가인 사단법인 한국이용사회 중앙회 강사 40인에게 수염 디자인과 그 영향력에 관해 저술한 서적 'The Moustache Grower's Guide (Chronicle Books, 2011)'를 제시하여, 턱수염이 없는 '콧수염' 단독

디자인 중 실제 이용업에서 사용되는 디자인을 추출하게 하였고, 한국이용사회 중앙회 회원 80명을 대상으로 사전검정을 하여 선정하였다. 선정된 디자인은 말발굽 스타일, 카이저 스타일, 네츄럴 스타일, 채플린 스타일로 말발굽 스타일과 카이저 스타일은 유사한 길이 적 특성이 있으나 카이저수염은 상향으로 말발굽 스타일은 하향으로 늘어뜨렸다는 차이가 있으며, 채플린 스타일은 19C의 희극 배우 찰리 채플린의 트레이드마크로 사용되어 널리 알려진 수염으로, 폭이 좁아지도록 양옆을 깎은 콧수염으로 통칭 '코 밀 수염'으로 알려져 있다[14]. 네츄럴 스타일의 경우 지나치게 다듬지 않고 누구나 자연스럽게 연출하되 바깥쪽으로 자라나는 수염이 특성상 뺨치거나 자연스러운 라인 바깥에 자라난 수염만을 주기적으로 관리하면 연출할 수 있는 특징이 있다[14]. 본 논문은 이용업의 실무에서 사용되는 수염 디자인의 연령별 호감 인식 차이를 연구하여 이용 실무 연구에 기초적 자료를 제공하고자 한다.

2. 연구방법

2.1. 연구 가설 설정

본 연구는 남성의 수염 조형을 '콧수염' 유형에 집중하여 실시하였다. 콧수염 유형 중 말발굽 수염, 카이저수염, 네츄럴 수염, 채플린 수염으로 총 4가지 조형을 선택하였다. 이후 수염 조형을 통해 '남성의 수염 조형에 따른 호감도'를 분석하고자 아래와 같이 연구의 가설을 설정하였다.

가설 1 : 남성의 수염 조형에 따른 남녀 간 선호도에는 차이가 있을 것이다.

가설 1-1 : 남성의 수염 조형에 따른 남녀 간 선호도에는 차이가 있을 것이다.

가설 1-2 : 남성의 수염 조형에 따른 남녀 간 비 선호도에는 차이가 있을 것이다.

가설 2 : 남성의 수염 조형에 따른 연령대 간 선호도에는 차이가 있을 것이다.

가설 2-1 : 남성의 수염 조형에 따른 연령대 간 선호도에는 차이가 있을 것이다.

가설 2-2 : 남성의 수염 조형에 따른 연령대 간 비 선호도에는 차이가 있을 것이다.

2.2. 변수의 조작적 정의

본 연구에서 살펴볼 '남성의 수염 조형'은 콧수염 유형만 설정하였다. 콧수염 유형 중 말발굽

Table 1. Types of Male Beard Formations in this Study

Types of Male Beard Formations				
Shape				
Name	Horse's Hooves Style	Kaiser Style	Natural Style	Chaplin Style
	Types 1	Types 2	Types 3	Types 4

출처 : 연구자 직접 촬영

Table 2. Composition of reasons for judging favorability

categorize	Preference Reason Questions	Non-Preference Response Questions
1	be likable.	be dislikable.
2	look capable.	look incapable.
3	look masculine.	impression too strong.
4	look free.	look conservative.
5	look trustworthy.	look old-looking face.
6	looks like it has an aesthetic.	Look bushy.
7	look unique.	doesn't look neat.
8	look enterprising.	Doesn't inspire trust.
9	other.	other.

스타일(수염 유형1), 카이저 스타일(수염 유형2), 네츄럴 스타일(수염 유형3), 채플린 스타일(수염 유형4)로 명명하여 ‘남성 수염 조형 유형’ 변수를 설정하였다. 이후 20대 남성 모델에게 4가지 수염 스타일을 시연하고 사진을 촬영하였다. 동일 모델 및 사진물에 수염만 변화를 주어 외부 변수를 최대한 통제된 자극물로 활용하였다. 남성의 초상권은 본 연구에만 사용한다는 조건으로 서면으로 허락을 받아 사용하였다. 해당 자극물을 통해 수염 조형별 호감도에 대한 차이를 분석하고자 한다. 연구에서 설정한 남성의 수염 조형 유형은 Table 1과 같다.

수염 조형이 형성하는 ‘호감도’는 타인의 외모로 인해 형성되는 인상의 총체(Asch, 1946)[10]

이고, 대상의 외적 이미지로 인해 형성되는 인지적 결과물이므로 본 연구에서는 수염 조형에 따른 인상 형성의 영향을 받아 그 수준이 변화하는 변수로 살펴보고자 한다. 호감도의 측정 문항은 수염 스타일 4가지를 제시하고, 조형별로 선호/비선호를 묻는 형식의 선택 문항 형식의 명목척도로 측정하였으며, 그 사유를 묻는 9개 문항을 추가로 구성하였다. 수염 조형별 호감/비호감 판단의 주요 근거를 묻는 문항은 강대영과 안종숙(2012)의 연구에서 활용한 문항을 통해 측정하였으며, 조형별로 같은 9문항을 반복하며 주요 근거 단일문항 선택 방식의 명목척도로 측정하였다. 호감도 판단 사유 문항 구성은 아래 Table 2와 같다[3].

2.3. 자료 수집 및 분석 방법

본 연구는 전국 내국인 20세 이상 남녀를 모집단으로 설정하였으며, 설문지 법을 통해 모집단으로부터 회수한 응답을 연구의 표본으로 활용하였다. 설문지는 네이버 포털사이트 설문지 폼을 통해 제작 및 배포 하였으며, 단순 무작위 추출법을 활용하였다. 설문지는 2023년 05월 15일부터 06월 10일까지 배포되었으며, 배포한 336부의 설문지 중 응답 불성실 등 36부를 제외하여 총 300부의 응답을 유효표본으로 활용하였다. 설문지에는 남성 턱수염 유형별 4가지 디자인이 제시되어 있으며, 수염 디자인의 선호도 측정 문항과 호감의 이유를 묻는 문항, 인구통계학적 특성을 묻는 문항으로 구성되어 있다. 본연구의 연구 분석 방법은 다음과 같다.

첫째, 표본의 인구통계학적 특성을 파악하기

위해 빈도분석을 진행하였다.

둘째, 수염 조형별 호감도를 측정한 선호/비선호 문항은 인구 통계적 그룹 변수로 Cross-Tab 분석을 하였다.

셋째, 수염 조형에 따른 호감도를 구체적으로 파악하고자 T-test와 ANOVA(일원 분산분석)를 실시하였다. 가설검증은 WIN SPSS 25.0을 사용하였다.

3. 결과 및 고찰

3.1. 연구 표본의 인구통계학적 특성

본 연구 표본의 인구통계학적 특성은 빈도분석을 하여 확인하였으며, 결과는 Table 3과 같다. 유효표본 300부의 인구통계학적 특성을 분석한

Table 3. Demographic characteristics of the sample

n=300		F(%)	n=300		F(%)	
gender	male	189(63%)	Income	less than 1 million won	17(5.7%)	
	female	111(37%)		1 million won ~ 1.5 million won	9(3.0%)	
age	20s-30s	31(10.3%)		1,5 million won ~2 million won	42(14%)	
	40s	71(23.7%)		2 million won ~3million won	33(13%)	
	50s	115(38.2%)		3 million won ~4 million won	87(29%)	
	60s	53(27.7%)		over 4 million won	112(37.3%)	
marital status	married	233(77.7%)		job	student	0(0%)
	Single	67(22.3%)			housewife	16(5.3%)
level of education	high school graduate or less than	122(40.5%)			service jobs	137(45.7%)
	college graduation (two-year)	63(20.9%)			professional	105(35%)
	university graduation (four-year)	73(24.3%)	teaching		7(2.3%)	
	graduate school or highe	42(14%)	sales position		9(3%)	
			other		26(8.7%)	

결과, 표본의 성별 부분에서는 남성이 절반 이상을 차지하였으며, 연령대는 40대 이상과 기혼자 70% 이상을 차지하였다. 해당 연구는 단순 무작위 추출법을 통해 모집단으로부터 표본을 추출하였으며, (등분산을 가정할 경우) 해당 표본에서 도출한 결론으로 모집단을 이해하고자 한다.

3.2. 통계분석 결과 및 가설의 검증

먼저, 남성의 수염 조형 유형에 대해 남녀/연령대별 선호/비선호 수준의 집단별 차이 분석을 대응 일치 분석(Cross-Tab)으로 진행하였다. 남녀 집단은 2개 범주로 구성되어 있어 t-test를 진행하였고, 연령대 집단은 5개 범주로 구성되어 있어 ANOVA(일원 분산분석)를 진행하였다.

분석결과와 이에 따른 가설의 검증 결과는 아래 Table 4로 제시하였다.

3.2.1. 남성 수염 조형에 대한 남녀 간 선호 차이

본 연구에서 제시한 4가지 콧수염 유형을 대상으로, 호감형 수염에 따른 독립표본 t-test는 남

녀 집단차이를 중심으로 평균 비교 검증에서 통계적 유의성이 입증되었다. F 값은 133.51 ($df=298$), $p=.000(p<0.001)$ 수준으로 유의하게 나타났다. 이에 따라, 본 연구에서 제시한 4가지 수염에 대한 남녀 집단 간의 호감형 응답 값의 평균에는 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 확인하였다. 즉, 남녀 간에 선호하는 수염에는 차이가 있는 것으로, 가설 1-1은 채택되었다. 구체적으로 집단 내 범주별로 수염 조형의 선호도 응답에 어떠한 차이를 보였는지 살펴보고자 Cross-Tab을 실시하였다. 결과는 아래 Table 5와 같다.

먼저, 모집단에 대한 등분산이 가정된 표본의 남녀 집단을 명목척도, 4가지 수염유형별 선호도 응답을 서열척도로 설정하고, 남녀 성별을 그룹 변수, 수염 조형별 선호도 응답을 독립변수로 하여, 두 변수 간의 상관관계를 대응일치-교차분석을 진행하였다. 이는 남녀 집단별로 선호하는 수염 유형에는 유의미한 차이가 있다는 T-test의 결과에 따라 교차분석으로 진행되었다. 통계분석

Table 4. Statistics of the study hypothesis and Judgment

hypothesis	detail	p-value	adopted or not
H1-1	difference in like (gender), $H_a \neq 0$	$p=.000^{***}$	Adopt
H1-2	difference in dislike(gender), $H_a \neq 0$	$p=.031^*$	Adopt
H2-1	difference in like (age), $H_a \neq 0$	$p=.000^{***}$	Adopt
H2-2	difference in dislike (age), $H_a \neq 0$	$p=.000^{***}$	Adopt

($p<.001$)^{***} / ($p<.01$)^{**} / ($p<.05$)^{*}

Table 5. Cross-Tab of (beard form) × (male and female group) preference response

Cross-Tab Row - Independent variable (Beard Type)	Column - Group Variables(gender)			
	male's preference		female's preference	
Types 1- Horse's Hooves	16N	8.5%	0N	0.0%
Types 2- Kaiser	61N	32.2%	12N	10.2%
Types 3- Natural	107N	56.6%	99N	89.2%
Types 4- Chaplin	5N	2.6%	0N	0.0%

Chi-square Test of model	Value	Sig. (two-sided test)
Pearson Chi-square	36.38($df=3$)	.000 ^{***}
Likelihood Ratio	44.86($df=3$)	.000 ^{***}

Lambda's Symmetric=.000 *Sig*=.000 / *Gender Dependent Sig*=.000

결과, 남녀 성별에 따른 선호도 차이와 그 응답은 통계적으로 양측검정 0.000이며, $p < .001$ 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 구체적인 선호도 차이는 남성의 경우, 3번 수염이 56%, 2번 수염이 32.2%의 선호도를 보였으며 1번과 4번 수염은 함께 10% 정도의 선호도를 보인 반면, 여성의 경우, 1번과 4번 수염에는 선호도가 아예 없으며, 89% 이상이 3번 수염에 집중되어 있음을 확인하였다. 즉, 남성의 경우 수염 모양에 따라 다양하게 선호도가 분포하는 반면 특정 수염에만 선호도를 보였다. 이 결과는 김경춘(2021)[9]의 연구에서 남성의 수염은 메이크업과 유사하게 인상이나 개성을 추구하는 중요한 의미라고 하였는데, 남성과 여성의 인상과 개성에 대한 평가 기준이 달라 선호도의 차이가 있는 것으로 사료된다. 다수의 남성과 여성이 3번 수염에 선호도가 높게 나타난 결과는 매력성이 가장 높게 평가되었다는 강대영·안종숙[3]의 연구 결과를 지지하는 것으로 볼 수 있다.

남성은 제시된 수염의 모든 유형에서 차이는 있으나 모두 선호하는 양상을 보였지만, 여성은 제시된 수염 중 3번 유형의 수염에 (사실상 상대적으로) 유일한 선호도를 보여주고 있다. 이러한 결과는 가설 1-1을 지지하며, 수염에 따른 호감도 분석결과, 수염 조형별 호감도에 있어 남녀 간 구체적인 차이의 내용을 제시한다.

3.2.2. 남성 수염 조형에 대한 남녀 간 비선호 차이

비호감형 수염에 따른 독립표본 t-test 역시 남녀 집단차이를 중심으로 평균 비교 검증에서 통계적 유의성이 입증되었다. Levene의 등분산이 가정되었고, F 값은 18.90($df=298$), $p=.000$ ($p < 0.001$) 수준으로 유의하게 나타났다. 구체적으로 양측 검증 결과에서 남녀 간 집단차이에 따른 유의성은 $p=.031$ ($p < 0.05$)로 나타났다. 이에 따라, 본 연구에서 제시한 4가지 수염에 대한 남녀 집단 간의 비호감 수염 선택 값(응답 값의 평균)에는 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 확인하였다. 즉, 남녀 간에 비선호하는 수염에는 차이가 있는 것으로, 가설 1-2는 채택되었다. 구체적으로 집단 내 범주별로 수염 조형의 선호도 응답에 어떠한 차이를 보였는지 살펴보고자 대응일치 분석(Cross-Tab)을 하였다. 결과는 아래 Table 6과 같다.

통계분석 결과, 남녀 성별에 따른 비 선호도의 차이와 그 응답은 통계적으로 양측검정이 0.004이며, $p < .001$ 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 구체적인 비선호도 차이는 남성의 경우, 4번 수염이 75%, 1번 수염이 18%의 비 선호도를 보였으며 2번과 3번 수염은 함께 10% 이하의 비 선호도를 보인 반면, 여성의 경우 3번 수염에는 0%, 2번과 수염에는 6%, 의 비 선호도를 보였

Table 6. Cross-Tab of (beard form) × (male and female group) non-preference response

Cross-Tab Row - Independent variable (Beard Type)	Column - Group Variables(gender)			
	male's non-preference		female's non-preference	
Types 1- Horse's Hooves	34N	18%	31N	27.9%
Types 2- Kaiser	3N	1.6%	6N	5.4%
Types 3- Natural	10N	5.3%	0N	0.0%
Types 4- Chaplin	142N	75.1%	74N	66.7%

Chi-square Test of model	Value	Sig. (two-sided test)
Pearson's Chi-square	13.16(df=3)	.004**
Likelihood Ratio	16.28(df=3)	.001**

Lambda's Symmetric=.000 Sig=.000 / Gender Dependent Sig=.000

며, 4번 수염이 66% 이상, 1번 수염이 27% 이상의 비 선호도를 보임을 확인하였다. 여성은 네츨 스타일에 대한 비호감이 없는 것으로 나타났는데, 이것은 여성의 경우 지나치게 다듬거나 인위적으로 디자인된 수염보다는 자연스럽게 연출되는 수염에 대하여 비호감이 없다는 것을 의미한다. 남성은 제시된 수염의 모든 유형에서 차이는 있으나 모두 비 선호하는 양상을 보이고 특히 4번 특정 유형에 75%의 비호감을 나타내고 있다. 김민경(2015)[4]은 콧수염의 디자인이 인증증간의 좁은 형태이면 간신배 같거나 익살스러운 성격으로 보인다고 하였다. 이는 남성들은 간신배 같거나 익살스러운 성격의 이미지를 형성하는 콧수염을 비선호 한다는 것을 나타낸다. 이는 이용업 실무에서 수염을 처음 연출하는 고객이 디자인을 선택할 때 기초적 자료로 참고 할 수 있는 것으로 사료된다. 또한, 남성과 여성 모두 4번 수염에 대한 비호감이 높게 나타났다. 4번 수염이 일제 강점기 순사의 캐릭터로 인식되어 부정적 정서를 반영[3]되어 비호감이 높게 나타난 것으로 사료 된다.

여성은 제시된 수염 중 3번 유형의 수염이 (사실상 상대적으로) 유일한 선호도를 보여주는 유형임을 증명하듯, 유일하게 비 선호하는 유형으로 나타나고 있다. 더불어, 여성은 남성보다 3번 수염에 상대적으로 낮은 비 선호도를 보이며 1번에는 상대적으로 높은 비 선호도를 보여주고 있다.

이러한 결과는 가설 1-2를 지지하며, 수염에 따른 호감도 분석결과, 수염 조형별 비호감도에 있어 남녀 간 구체적인 차이의 내용을 제시한다.

3.2.3. 남성 수염 조형에 대한 연령 간 선호 차이

본 연구에서 제시한 4가지 콧수염 유형을 대상으로, 호감형 수염에 따른 ANOVA(일원 분산분석)는 연령대별 집단차이를 중심으로 평균 비교 검증에서 통계적 유의성이 입증되었다. ANOVA 분석결과, 20대/30대/40대/50대/60대 간에는 선호하는 수염 유형에 따른 차이가 있으며, F 값은 2.85($df=4$), $p=0.000$ 으로 $p<0.001$ 수준으로 유의하게 나타났다. (즉, 일원 분산분석에 따른 연령대별 유의성은 $p=.000(p<0.001)$ 이다. 이에 따라, 본 연구에서 제시한 4가지 수염에 대한 연령대 집단 간의 호감형 수염 선택 값(응답 값의 평균)에는 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 확인하였다. 즉, 연령대별 선호하는 수염에는 차이가 있는 것으로, 가설 1-3은 채택되었다. 구체

적으로 집단 내 범주별로 수염 조형의 선호도 응답에 어떠한 차이를 보였는지 살펴보고자 대응일치 분석(Cross-Tab)을 하였다. 결과는 아래 Table 7과 같다. 먼저, 모집단에 대한 등분산이 가정된 표본의 연령대 집단을 명목척도, 4가지 수염유형별 선호도 응답을 서열척도로 설정하고, 연령대를 그룹 변수, 수염 조형별 선호도 응답을 독립변수로 하여, 두 변수 간의 상관관계를 대응일치-교차분석을 진행하였다. 이는 연령대 집단별로 선호하는 수염 유형에는 유의미한 차이가 있다는 ANOVA의 결과에 따라 교차분석으로 진행되었다. 통계분석 결과, 연령대에 따른 선호도 차이와 그 응답은 통계적으로 Pearson 상관계수 값이 71.91($df=12$), $p=.000(p<.001)$ 수준으로 입증되었다. 구체적인 선호도 차이는 60대의 경우, 차이는 있지만 모든 유형의 수염에 선호도가 있지만, 20대와 40대의 경우, 유형의 차이는 있지만 2개의 수염에만 선호도를 보였다. 30대와 50대의 경우, 유일하게 4번 수염에서는 선호도가 없으며, 40대와 50대는 3번 유형의 수염에서 75% 이상의 집중적인 선호도를 보이나 20대와 30대는 3번 유형과 2번 유형에 대해 동일한 선호도를 보이는 것을 확인하였다.

이것은 20대와 30대, 60대는 자연스럽게 연출된 수염을 선호하고, 수염 끝의 디자인 방향은 하향보다는 상향을 선호한다는 것을 의미한다. 또한, 40대와 50대의 상당수는 인위적인 디자인이 없는 자연스러운 수염을 선호하는 것을 의미한다. 선호하는 수염의 경우, 연령대별로 그 선호 수준에 차이가 있음을 보여주고 있다.

이러한 결과는 가설 1-3을 지지하며, 수염에 따른 호감도 분석결과, 수염 조형별 호감도에 있어 연령대 간 구체적인 차이의 내용을 제시한다.

3.2.4. 남성 수염 조형에 대한 연령 간 비선호 차이

비호감형 수염에 따른 ANOVA(일원 분산분석) 역시 연령대별 집단차이를 중심으로 평균 비교 검증에서 통계적 유의성이 입증되었다. ANOVA 분석결과, 20대/30대/40대/50대/60대 간에는 비선호하는 수염 유형에 따른 차이가 있으며, F 값은 5.27($df=4$), $p=.000(p<0.001)$ 수준으로 유의하게 나타났다. 즉, 일원 분산분석에 따른 연령대별 유의성은 $p=.000(p<0.001)$ 이다. 이에 따라, 본 연구에서 제시한 4가지 수염에 대한 연령대별 집단 간의 비호감 수염 선택 값(응답 값의 평균)에는 통계적으로 유의미한 차이가 있는

Table 7. Cross-Tab of (beard form) × (Age range group) preference response

Cross-Tab Row-Independent variable	Column - Group Variables(age)									
	20s		30s		40s		50s		60s	
Types 1- Horse's Hooves	0N	0%	3N	12%	3N	4.2%	3N	2.6%	7N	8.4%
Types 2- Kaiser	3N	50%	11N	44%	0N	0%	24N	20.9%	35N	42.2%
Types 3- Natural	3N	50%	11N	44%	68N	95.8%	88N	76.5%	36N	43.4%
Types 4- Chaplin	0N	0%	0N	0%	0N	0%	0N	0%	5N	6%

Chi-square Test of model	Value	Sig.(two-sided test)
Pearson Chi-square	71.91(df=12)	.000***
Likelihood Ratio	86.45(df=12)	.000***

Lambda's Symmetric=.07 *Sig*=.046 / *Age Dependent Sig*=0.019
 Post-hoc : Duncan

	Type1	Type2	Type3	Type4
Type1		0.003**	0.01*	0.01*
Type2	0.003**		0.003**	0.003**
Type3	0.01*	0.003**		0.01*
Type4	0.01*	0.003**	0.01*	

Sig. $p < 0.001$ ***, $p < 0.01$ ** , $p < 0.05$ *

Table 8. Cross-Tab of (beard form) × (Age range group) non-preference response

Cross-Tab Row-Independent variable	Column - Group Variables(age)									
	20s		30s		40s		50s		60s	
Types 1- Horse's Hooves	0N	0%	8N	32%	6N	8.5%	24N	20.9%	27N	32.5%
Types 2- Kaiser	0N	0%	3N	12%	3N	4.2%	3N	2.6%	0N	0%
Types 3- Natural	0N	0%	0N	0%	0N	0%	0N	0%	10N	3.3%
Types 4- Chaplin	6N	100%	14N	56%	62N	87%	88N	76.5%	46N	55.4%

Chi-square Test of model	Value	Sig.(two-sided test)
Pearson Chi-square	56.14(df=12)	.000***
Likelihood Ratio	57.80(df=12)	.000***

Lambda's Symmetric=.05 *Sig*=.04 / *Age Dependent Sig*=0.00

것으로 확인하였다. 즉, 연령대별 비 선호하는 수염에는 차이가 있는 것으로, 가설 1-4는 채택되었다. 구체적으로 집단 내 범주별로 수염 조형의 선호도 응답에 어떠한 차이를 보였는지 살펴보고자 대응일치 분석(Cross-Tab)을 하였다. 결과는 아래 Table 8과 같다.

통계분석 결과, 연령대에 따른 비 선호도의 차이와 그 응답은 통계적으로 Pearson 상관계수 값이 56.14(df=12), $p=.000(p<.001)$ 수준으로 입증되었다. 구체적인 선호도 차이는 유일하게 20대

의 경우, 4번 수염에만 비 선호도를 보였다. 또한, 모든 연령대에서 정도의 차이는 있으나, 4번 유형이 공통적 비선호 유형으로 나타났다. 4번 유형에 대해서는 구체적으로 20/40/50대의 경우, 4번 수염에서 75% 이상의 비 선호도를 보였다. 20/30/40/50대의 경우, 3번 수염에는 비 선호도가 없으나, 유일하게 60대는 비 선호도를 보였다. 이는 60대 중 일부는 자연스럽게 디자인한 수염을 선호하지 않는다는 것을 의미한다. 이 부분에 대하여 그 원인에 대하여 추후 연구가 필요할 것

으로 사료 된다.

즉, 비 선호하는 수염의 경우, 연령대별로 그 선호 수준에 차이가 있음을 보여주고 있다. 이러한 결과는 가설 1-4를 지지하며, 수염에 따른 호감도 분석결과, 수염 조형별 비호감도에 있어 연령대 간 구체적인 차이의 내용을 제시한다.

3.3. 수염 조형별 호감도 사유 응답 분석

통계 검증을 통해, 본 연구의 가설이 모두 채택되었으며, 표본의 인구통계학적 집단차이(남녀/연령대별)에 따라 남성 수염 조형에 따른 선호도(호감도)에는 차이가 있음을 확인하였다. 본 연구는 이에 표본 집단차이에서 더 세분하게 집단 범주별로 호감도 응답이 어떠한 차이를 보이는지 추가로 검증하여 제시하였다. 범주의 경우, 남녀 집단은 남성과 여성, 연령대 집단은 20/30/40/50/60대로 살펴보고자 하며, 범주별로 선호/비선호하는 수염 조형을 선택한 응답의 차이를 Cross-Tab 분석결과로 제시하고자 한다.

3.3.1. 수염 조형에 대한 남녀 간 호감 사유의 차이

수염 조형의 호감 사유에 있어 남녀 집단차이별 응답 반응은 아래 Table 9와 같다.

남성-여성 집단차이의 경우, 5번(얼굴이 신뢰감을 준다) / 9번(기타)에서 차이를 보인다. 남성은 호감이 가는 수염 유형을 선택하고 평가할 경우, 특정 유형에서 신뢰감을 평가하는 정도가 18.5%를 차지하나, 여성의 경우는 그 비중이 남성보다 상대적으로 낮게(2.7%) 나타났다. 여성은 호감이 가는 수염 유형을 선택하고 평가할 경우, 특정 유형에서 기타 요인을 평가하는 정도가

12.6%나, 남성의 경우는 그 비중이 여성보다 상대적으로 낮게(3.7%) 나타났다. 더불어, 8번(진취성) 항목의 경우, 표본 내 남성 집단이 호감을 느끼는 수염 유형 선택 시 응답량이 없는 것으로 나타났다. 이것은 남성의 수염이 남성적, 신뢰감, 개성적인 이미지를 형성할 때 선호하는 경향이 있는 것을 의미하고, 남성보다 여성이 문항에 없는 다른 사유로 선호도 판단을 더 많이 하는 것을 의미한다. 이를 통해, 남성은 수염의 호감도를 판단하는 과정이 여성과는 다르다는 것을 알 수 있다.

3.3.2. 수염 조형에 대한 남녀 간 비호감 사유의 차이

수염 조형의 비호감 사유에 있어 남녀 집단차이별 응답 반응은 Table 10과 같다. 남성-여성 집단 간 차이의 경우, 1/2/5/8번 선택 응답 수준에 차이를 보인다. 비호감을 느끼는 이유로 남성은 1번(비호감)의 비중이 가장 높고, 여성은 8번(비 신뢰)의 비중이 높게 나타났다. 이것은 남성은 비호감, 여성은 비 신뢰감을 사유로 남성의 수염 조형의 비 선호가 높아지는 것을 의미한다. 남성은 비 또한, 남성의 경우, 5번(땀수룩)은 비호감 요인으로서 응답이 없고, 여성의 경우, 2번(무능력)이 비호감 요인으로서 응답이 없어 각 요인은 해당 성별의 비호감 판단 근거로 작용하는 정도가 낮을 것으로 분석하였다.

3.3.3. 수염 조형에 대한 연령 간 호감 사유의 차이

수염 조형의 호감 사유에 있어 연령대 집단차이별 응답 반응은 아래 Table 11과 같다.

Table 9. Cross-Tab of (beard form) × (male and female group) preference reason

Cross-Tab (Gender × Preference Reason)										Total
gender	Preference Reason									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
male	15N	11N	48N	22N	35N	12N	39N	0N	7N	189N
	7.9%	5.8%	25.4%	11.6%	18.5%	6.3%	20.6%	0%	3.7%	63%
female	3N	3N	27N	9N	20N	3N	25N	7N	14N	111N
	2.7%	2.7%	24%	12%	18.5%	2.7%	22.5%	6.3%	12.6%	37%

*Pearson Chi-square 27.36(df=8), 2-tailed=.001***
*/ Likelihood Ratio 29.76(df=8), 2-tailed=.000****

Table 10. Cross-Tab of (beard form) X (male and female group) non-preference reason

Cross-Tab (Gender X Non-Preference Reason)										Total
gender	non-preference reason									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
man	73N	3N	3N	6N	0N	0N	12N	70N	22N	189명
	38.6%	1.6%	1.6%	3.2%	0%	0%	6.3%	37%	11.6%	63%
women	25N	0N	8N	7N	8N	10N	3N	31N	19N	111N
	22.5%	0%	7.2%	6.3%	7.2%	9.0%	2.7%	27.9%	17.1%	37%

*Pearson Chi-square 27.36(df=8), 2-tailed=.001***
*/ Likelihood Ratio 29.76(df=8), 2-tailed=.000****

Table 11. Cross-Tab of (beard form) X (Age range group) preference reason

Cross-Tab (Age X Preference Reason)										Total
age	preference reason									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
20s	0N	0N	0N	3N	3N	0N	0N	0N	N	6N
	0%	0%	0%	50%	50%	0%	0%	0%	0%	2%
30s	0N	6N	6N	3N	0N	0N	10N	0N	0N	25N
	0%	24%	24%	12%	0%	0%	40%	0%	0%	8.3%
40s	3N	0N	18N	9N	15N	6N	7N	3N	10N	71N
	4.2%	0%	25.4%	12.7%	21.1%	8.5%	9.9%	4.2%	14.1%	23.7%
50s	6N	5N	30N	12N	26N	3N	25N	4N	4N	115N
	5.2%	4.3%	26.1%	10.4%	22.6%	2.6%	21.7%	3.5%	3.5%	38.3%
60s	9N	3N	21N	4N	11N	6N	22N	0N	7N	83N
	10.8%	3.6%	25.3%	4.8%	13.3%	7.2%	26.5%	0%	8.4%	27.7%

*Pearson Chi-square 83.62(df=32), 2-tailed=.000****
*/ Likelihood Ratio 86.39(df=32), 2-tailed=.000****

20대의 경우, 4번/5번 이유만이 호감형 수염 선택의 이유가 되었다. 이는 20대는 자유로워 보이고 신뢰감 있어 보이는 디자인의 수염에 호감도가 높아지는 것을 의미한다고 할 수 있다. 30대의 경우, 3번/7번 이유의 합이 64%로 절반 이상의 선택 이유로 작용한다고 볼 수 있다. 이 결과는 남성의 수염의 이미지가 남성적으로 보이고 개성 있어 보일 때 호감도가 높아지는 것을 의미할 수 있다. 즉, 20대와 30대는 호감형 수염을 판단하는 과정에서 그 판단 근거가 서로 다를 수 있다. 50대의 경우, 타 연령대보다 3번 응답 비중이 높음을 확인하였다.

3.3.4. 수염 조형에 대한 연령 간 비호감 사유의 차이

수염 조형의 비호감 사유에 있어 연령대 집단 차이별 응답 반응은 아래 Table 12와 같다.

연령대 차이에 따라 비호감 형 수염 선택에 대한 이유 응답에 차이를 보인다.

20대의 경우, 3번/7번 이유만이 비호감 형 수염 선택의 이유가 되었다. 이는 20대는 인상이 강해 보이거나 단정해 보이지 않는 수염의 디자인을 좋아하지 않는 것을 의미한다. 30대의 경우, 2번/3번 이유는 응답량이 없고, 1번 이유의 비중이 가장 크게 나타났는데 이것은 호감을 주지 못하는 수염 디자인을 좋아하지 않는 것을 의미할 수 있다.

Table 12. Cross-Tab of (beard form) X (Age range group) non-preference reason

Cross-Tab (Age X Non-Preference Reason)										Total
age	non-preference reason									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
20s	0N	0N	3N	0N	0N	0N	3N	0N	N	6N
	0%	0%	50%	0%	0%	0%	50%	0%	0%	2%
30s	8N	0N	0N	0N	3N	3N	6N	2N	3N	25N
	32%	0%	0%	0%	12%	12%	24%	8%	12%	8.3%
40s	28N	0N	5N	7N	3N	0N	0N	20N	6N	71N
	39.4%	0%	7%	9.9%	12%	0%	0%	28.2%	8.5%	23.7%
50s	30N	0N	0N	6N	0N	7N	0N	43N	29N	115N
	26.1%	0%	0%	5.2%	0%	6.1%	0%	37.4%	25.2%	38.3%
60s	32N	3N	3N	0N	0N	0N	6N	36N	3N	83N
	38.6%	3.6%	3.6%	0%	0%	0%	7.2%	43.4%	3.6%	27.7%

Pearson Chi-square 180.58(df=32), 2-tailed=.000***

Likelihood Ratio 158.19(df=32), 2-tailed=.000***

40대의 경우, 2번/6번/7번 이유는 응답량이 없고, 1번의 비중이 가장 크게 나타났다.

이를 통해, 30대와 40대는 공통으로 2번 요인을 비호감 판단 근거로 작용하는 정도가 낮을 것으로 분석하였다. 더불어, 30대와 40대는 7번 무응답 유무의 차이와 1번 응답량에서 차이를 보인다. 50대의 경우, 2/3/5/7번 이유는 응답량이 없고, 8번 이유의 비중이 가장 크게 나타났다. 60대의 경우, 2/4/5/6번 이유는 응답량이 없고, 8번 이유의 비중이 가장 크게 나타났다. 이를 통해, 50대와 60대는 공통으로 2/5번 요인을 비호감 판단 근거로 작용하는 정도가 낮을 것으로 분석하였다. 더불어, 50대와 60대는 8번 응답량에서 차이를 보인다.

4. 결론

4.1. 연구 결과 요약

본 논문은 남성의 수염 조형에 따른 호감도를 분석하는 것을 그 목적으로 하여 진행되었다. 이론적 배경을 통해 남성의 수염 조형은 호감도에 영향을 미친다는 점을 살펴보았으며, 그 조형 유형이 호감도 수준에 영향을 미칠 수 있다는 내용을 통해 발제하였다.

구체적으로 모집단으로부터 표본을 추출하였고, 어떠한 유형의 수염이 가장 선호되고 비 선호되

는지를 밝혀냈다. 또한, 표본의 인구통계학적 특성 중 성별과 연령대 집단을 기준으로 하여 선호/비 선호하는 유형의 수염 조형을 제시하였고, 그에 대한 호감도 근거 역시 밝혀내어 제시하였다.

연구 결과, 수염 조형 유형에 대한 호감도는 통계적으로 유의미한 차이를 보였다.

첫째, 수염 조형 유형에 대해 남성-여성 성별 집단의 차이에 따라 선호하고 비 선호하는 수염 조형에는 유형별 선호/비선호 순위와 비중이 있어 차이를 보이는 것으로 나타났다.

둘째, 수염 조형 유형에 대해 연령대별 집단의 차이에 따라 선호/비 선호하는 수염 조형에는 유형별 선호/비선호 응답에 차이를 보이는 것으로 나타났다.

연구의 결과를 분석하는 데, 성별과 연령대에 따라 호감도에 영향을 주는 요소의 비중이 다르고, 영향을 주지 않는 요인도 존재하는 것으로 나타났다. 추가로 영향을 주는 요소와 주지 않는 요소는 연령대에서 특히 두드러지는 응답량을 보이는 것을 확인하였다.

이러한 결과를 통해, 본 연구에서 설정한 가설들은 모두 채택되었으며, 선행연구의 결과를 지지하는 것을 확인하였으며, 성별/연령대 집단 내 범주별로 수염 조형에 대해 호감도와 비호감도를 판단할 때, 주된 판단 근거가 되는 항목을 분석하였다.

4.2. 연구의 시사점

본 논문은 남성의 수염 조형에 따른 호감도를 분석하는 데 모집단을 가정한 표본으로부터 어떠한 유형의 수염이 가장 선호되고 비 선호되는지를 밝혀내기 위하여 구체적으로 표본의 인구통계학적 특성 중 성별/연령대 집단으로 나누어 선호/비 선호하는 유형의 수염 조형을 분석하였다. 본 연구의 학문적 시사점은 아래와 같다.

먼저, 성별과 연령대라는 인구통계학적 특성을 통해 표본의 세분된 접근을 시도하였고, 유의미한 결과를 도출하였다. 이를 통해, 향후 미용 및 이 용학 학문을 연구할 때 이·미용의 결과를 지각하고 판단하는 지각자는 상당히 다양하게 구분될 수 있으며, 그 구분에 따라 다양한 결과가 나올 수 있음을 보여주었다. 즉, 지각자, 고객 등 모집단의 특성과 집단, 범주 등 특성 구분의 중요성을 환기하며 거시적이고 학문적인 시사점을 제공하였다. 본 연구의 실무적 시사점은 아래와 같다. 연구의 결과로서, 콧수염을 대상으로 한 남성 수염 조형에 대해 성별과 연령대에 따라 다양한 반응과 그 근거를 도출하였다. 이를 바탕으로 하여, 향후 남성의 수염 조형 시, 고객의 연령과 사회적 혹은 준거적 집단을 파악하면, 고객이 더 호감 받는 인상이 될 수 있도록 돕는 데 도움이 될 것이라 사료 되며, 고객이 시술받는 과정에서 하나의 의사소통 수단으로서 궁극적으로 고객의 만족도를 높일 수 있다. 결과적으로 수염 조형 분야에서 이·미용의 결과를 긍정적으로 발전시키는 방법 중 일부를 제시했다는 점에서 실무적 시사점을 제시하였다.

4.3. 연구의 한계 및 제언

본 연구는 모집단으로부터 단순 무작위 추출법으로 추출한 표본을 통해, 데이터를 분석하여 통계적 검증을 통해 가설을 밝혀내는 양적 연구로 진행되었다. 이에 표본에 있어 모든 연령/성별이 집단별 표본 수를 최소 50부 이상 확보하지 못한 점에서 통계적 일반화의 한계가 있을 수 있다고 사료되며 특정 결과에서는 '기타' 항목이 선택 사유로 큰 비중을 차지하기도 하였으나, 어떠한 사유인지 밝혀내지 못한 한계가 있어 차후 연구에서는 집단별 응답의 차이를 검증하면서 아래와 같은 내용을 제언하여 발전을 제시하고자 한다.

첫째, 더 많은 수의 표본을 확보할 것을 제언한다.

둘째, 수염 유형에 대한 호감도 인식 연구에서

나아가 수염 유형을 독립변수로 한 회귀모형 연구를 진행하여 호감도에 대한 응답 수준을 조금 더 구체적인 인과 연구로 진행할 것을 제언한다. 셋째, 기타 응답 대신 세분된 선택지를 제공함으로써 그 응답 결과의 정확성과 일반화 가능성을 높일 것을 제언한다.

References

1. A planning and investigation team, cosmorning.com[Internet]. Cosmetics Import and Export Analysis Report, Korea Cosmetic Industry Institute, [cited 2021], [https://cosmorning.com/mybbs/bbs.html?mode=view&bbs_code=data&cate=&page=&search=&keyword%20=&type=&bbs_no=21320,%20march%2022%20\(2022\)](https://cosmorning.com/mybbs/bbs.html?mode=view&bbs_code=data&cate=&page=&search=&keyword%20=&type=&bbs_no=21320,%20march%2022%20(2022)), (accessed June, 06, 2023).
2. J. Y. Song, S. H. Yang, news.mt.co.kr. color makeup, hair removal, men doing makeup[Internet]. Money Today, [cited 2018 June 22], <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2018062120304845593>, (accessed June, 06, 2023).
3. B. J. Dixson, R. C. Brooks, "The role of facial hair in women's perceptions of men's attractiveness, health, masculinity and parenting abilities", *Evolution and Human Behavior*, Vol.34, No.3 pp. 236–241, (2013).
4. M. J. Rantala, M. Pölkki, L. M. Rantala, "Preference for human male body hair changes across the menstrual cycle and menopause", *Behavioral Ecology*, Vol.23, No.2 pp. 327–332, (2012).
5. B. J. Dixson, A. F. Dixson, M. J. Anderson, "Sexual selection and the evolution of visually conspicuous sexually dimorphic traits in male monkeys, apes, and human beings", *Annual Review of Sex Research*, Vol.54, No.1 pp. 29–54, (2017).
6. S. E. Asch, "Forming impressions of personality", *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol.41, No.3 pp. 258–290, (1946).

7. S. T. Fiske, A. J. Cuddy, P. Glick, "Universal dimensions of social cognition: Warmth and competence", *Trends in Cognitive Sciences*, Vol.11, No.2 pp. 77-83, (2007).
8. M. R. Cunningham, A. R. Roberts, A. P. Barbee, P. B. Druen, C. H. Wu, "Their ideas of beauty are, on the whole, the same as ours: Consistency and variability in the cross-cultural perception of female physical attractiveness", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.68, No.2 pp. 261-279, (1995).
9. J. H. Langlois, L. Kalakanis, A. J. Rubenstein, A. Larson, M. Hallam, M. Smoot, "Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review", *Psychological Bulletin*, Vol.126, No.3 pp. 390-423, (2000).
10. R. Mulhern, G. Fieldman, T. Hussey, J. L. Lévêque, P. Pineau, "Do cosmetics enhance female Caucasian facial attractiveness?", *International Journal of Cosmetic Science*, Vol.25, No.4 pp. 199-205, (2003).
11. D. Y. Kang, J. S. An, "Effects of Male Beard Design on Impression Formation", *Journal of the Korean Society of Design Culture*, Vol.8, No.2 pp. 199-213, (2012).
12. K. C. Kim, E. J. Yang, "Analysis of the Relationship between Men's Beard Shape and Impression", *Journal of Beauty Art Management*, Vol.15 No.1 pp. 41-56, (2021).
13. M. K. Kim, "Male/Female Adult Workers' Sensible Reposes to Male Image Formation Effects according to Shapes of Beards", *Journal of Digital Convergence*, Vol.13 No.1 pp. 535-542, (2015).
14. L. Edwards, *The Moustache Grower's Guide*, pp.20-23, Chronicle Books Publishers, (2011).