

뷰티 애플리케이션 기능 분석

남세미 · 김은실[†]
광주대학교 뷰티미용학과

Beauty Application Function Analysis

Se Mi Nam and Eun Sil Kim[†]

Dept. of Beauty Design and Science, Gwangju University, Gwangju, Korea

Abstract: Recently, with the development of IT technology, interest in mobile applications has increased, and as products and contents that go beyond existing services are released in the beauty industry, interest is steadily increasing. Accordingly, various studies have been conducted, but studies analyzing the functions of beauty applications have been insufficient. Therefore, this study aims to analyze the functions of beauty applications and help in the development and development of future beauty applications. The research method analyzed the functions of beauty applications that have been downloaded more than 100 million through the Google Play Store, and the search period was from October 11, 2020 to November 3, 2020. As a result of the study, it was found that there is a difference in the name of the function, the function being provided, and the application method of the function for each application. As a result of function analysis, a total of 36 functions were classified, and it was analyzed that 30 functions were provided in YCM, 14 functions in YCP, 21 functions in BP, and 10 functions in SS. Therefore, by analyzing the functions of beauty applications through this study, we intend to provide useful data in the future development of beauty applications and help in the development of beauty applications.

Key words: beauty (뷰티), application (애플리케이션), function (기능), analysis (분석)

1. 서 론

정보기술(Information Technology)의 개발로 장소, 시간에 구애받지 않고 모바일 애플리케이션을 통해 날씨, 음악, 게임, SNS, 정보 검색 등 첨단 기술융합시대로 다양한 디지털 플랫폼이 등장하고 있다. 또한 정보통신기술(Information and Communications Technologies)의 융합으로 모바일, 빅데이터, 사물인터넷(Internet of Things)등을 서비스 데이터로 맞춤형 서비스를 제공할 수 있는 인공지능(Artificial Intelligence) 기술이 본격화 되고 있다(Cha, 2020).

삶이 윤택해지기 시작하면서 현대인들은 외적 아름다움을 추구하기 위해 미에 대한 관심이 점차 높아지고 있는 추세이며(Kim & Kim, 2019), 그에 따라 뷰티 산업에서도 고객을 사로

잡기 위해 인공지능 머신, 가상체형, 라이브 커머스 등 기존의 서비스를 뛰어 넘는 제품과 콘텐츠를 출시하고 있다. 이렇듯 사회적으로 디지털 플랫폼의 변화와 관심이 꾸준히 높아지고 있다.

선행연구를 살펴보면, 가상 뷰티 메이크업 애플리케이션(Application, App)의 사용자 경험을 분석 연구(Woo & Kim, 2019), 국내 화장품 앱의 그래픽 사용자 인터페이스(Graphical User Interface, GUI)요소인 아이콘, 컬러 등을 분석하였으며(Choi et al, 2019), 뷰티 쇼핑동기와 애플리케이션 속성을 분석하고 애플리케이션 채택에 미치는 영향을 분석하였다(Ha, 2021). 이처럼 현재 디지털 플랫폼의 관심이 높아진 만큼 연구가 지속 되고 있으나 뷰티 애플리케이션의 기능적 측면을 분석한 연구는 미비한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 메이크업 분야 애플리케이션에서 제공 되고 있는 기능을 분석함으로써 향후 뷰티 애플리케이션의 개발과 발전 방향에 필요한 실증적 자료를 제공하는 것에 목적이 있다.

본 연구의 방법으로는 구글 플레이스토어(Google Play Store)를 통해 2020년 10월 11일 부터 2020년 11월 3일까지 국문으로는 메이크업, 화장으로 검색하였고 영문으로는 Makeup Cam, Makeup Camera, Makeup, Beauty Makeup을 키워드로 검색하여 1억 이상 다운로드 된 애플리케이션을 검색하였다.

검색 결과 YouCam Makeup, YouCam Perfect, Beauty

본 논문은 박사학위 청구논문의 일부임.

[†]Corresponding author: Eun Sil Kim

Tel. +82-62-670-2780

E-mail: eskimok@kwangju.ac.kr

©2023 Fashion and Textile Research Journal (FTRJ). This is an open access journal. Articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Plus, Sweet Snap 4개의 메이크업 애플리케이션을 확인 할 수 있었으며, 4개의 애플리케이션을 중심으로 그 기능의 명칭과 적용 방법을 분석하였다.

2. 이론적 배경

2.1. 애플리케이션의 개념 및 특징

스마트폰이나 태블릿, PC 등의 운영 체제에서 사용자의 편의를 위해 개발된 다양한 응용 프로그램을 애플리케이션이라 한다. 이용자들에게 전달하는 틀로 생성, 실행, 관리가 되는 것을 말하며(Lee & Shin, 2019), 충분한 규모의 판매자와 구매자가 확보 되어야 하고 차별적 가치가 창출되어 고객에게 제공 되어야 수익성 확보가 가능하고 가치 창출에서 다양성, 편의성 등 새로운 장을 열어 그곳에서 판매자와 사용자들이 자유롭게 의견을 나누며 생태계가 커져가는 것이다(Moon, 2020). 따라서 모바일 애플리케이션은 사용자가 자신이 원하는 기능을 갖춘 애플리케이션을 다운받아 게임, 교통, 음악 및 동영상 재생 등 생활의 편의를 돕고 실시간으로 정보를 제공하여 모바일 기기로 효율적으로 사용할 수 있도록 활성화 되고 있다(Sa, 2023).

애플리케이션의 특징으로는 마켓을 이용하여 누구든지 필요한 애플리케이션을 다운로드 받거나 개발하여 등록할 수 있는 개방성, 이용자의 라이프 스타일에 따라 취미, 배달, 금융서비스, 게임 등 선택적으로 콘텐츠를 다운받아 이용하고 언제든지 삭제 할 수 있는 개인화, 스마트폰과 스마트폰, 스마트폰과 태블릿 PC, 소셜네트워크 등을 통해 사진, 문서, 정보 등을 공유할 수 있는 공유성, 마지막으로 스마트 폰에 설치된 센서나 구글, 헤드셋 등을 이용하여 애플리케이션이나 온라인상에 활용하여 사용 할 수 있는 연결성이 있다(Jin, 2017).

2.2. 뷰티 애플리케이션의 현황

스마트폰 사용자의 증가와 디지털 플랫폼 시장이 발전하면서 소비자들에게 애플리케이션이 주목을 받게 되었다. 그에 따라 기업에서도 애플리케이션의 마케팅에 대한 관심이 높아지고 있다.

소비자에게 제품의 정보를 제공하고 이용 후기와 다른 이용자들 간에 공유를 통해 개인별 특성에 맞게 이용 할 수 있도록 제공하고 있으며, 단순하게 제품 홍보하는 것에 머무르지 않고 타사 브랜드와 경쟁력을 갖추기 위해 이용자의 흥미를 유발할 수 있는 콘텐츠개발 및 체험을 통해 자연스럽게 브랜드에 대한 인식을 느낄 수 있도록 마케팅하고 있다(Hong, 2017).

최근 들어 나타나고 있는 특징 중 하나로 뷰티산업에서 자신의 얼굴을 촬영하고 피부 민감도, 피부고민, 유수분함유량, 홍조, 모공크기, 주름 등 종합적인 피부나이를 측정하고 적합한 제품을 추천해 주는 스마트 미러가 출시되었다(Park, 2019). 또한 아바타나 모델, 자신의 모습을 통해 가상 정보와 결합한 시뮬레이션 형태인 체험 콘텐츠를 도입하여 차별화에 나서고 있으며, 색조 화장품인 립스틱, 아이섀도우, 블러셔 등의 색상을

비교하고 구매할 수 있도록 한다. 이처럼 IT기술과의 연계를 통하여 끊임없이 재창조, 변형, 재생산될 것으로 보여 지고 있으며, 뷰티 애플리케이션을 이용한 마케팅에 주력을 다하고 있다.

3. 뷰티 애플리케이션 기능 분석

애플리케이션 마다 기능의 명칭과 제공되는 기능에 따라 차이가 있었다. 이에 본 연구자는 애플리케이션 기능 중 뷰티 기능을 중심으로 분석하였으며, YouCam Makeup은 YCM, YouCam Perfect는 YCP, Beauty Plus는 BP, Sweet Snap은 SS로 표기하였다(Table 1).

눈에 해당하는 기능에 있어서 아이라이너 기능은 YCM에서만 제공 되고 있는 기능으로 33가지 색상과 16가지 형태로 구성되어 있었다(Fig. 1).

속눈썹 기능은 YCM에서 29가지 패턴, BP에서는 19가지 패턴으로 구성되어 있었으며(Fig. 2), 마스크라 기능에서는 YCM에서만 제공 되는 기능으로 속눈썹의 색상을 변경 할 수 있도록 29가지 색상이 제공되고 있었다(Fig. 3).

아이섀도우 기능에서는 YCM에서 33가지 색상, BP에서는 19가지 색상으로 구성되어 있었으나 BP에서는 아이라이너와 함께 적용이 가능하도록 제시된 패턴도 확인 할 수 있었다(Fig. 4). 눈 모양 기능에서의 YCM은 경사, 거리, 높이, 폭의 명칭으로 4개의 기능이 각각 0~100 사이의 수치로 조절하여 수정 할 수 있도록 되어 있었으며, YCP에서는 높이, 너비, 크기로 분류되어 -100~100 사이의 수치로 조절 할 수 있게 되어 있었다. SS 애플리케이션에서는 확대, 동양인의 눈이라는 명칭으로 0~100 사이의 수치로 수정 할 수 있도록 제공 되어 지고 있었다(Fig. 5).

눈썹 모양 기능에서 YCM은 22가지의 형태와 38가지 색상을 구성되어 있었으며, 거리, 아치, 두께주기, 높이라는 명칭으로 0~100 사이로 세부적인 수정이 가능 하도록 기능이 제공 되고 있었다. BP에서는 브로우로 표기되어 두께, 각도, 키로 분류되어 -100~100 사이에서 수정이 가능 하도록 제공하고 있었으며, SS에서는 세부적인 기능은 제공하지 않았고 4가지의 눈썹 형태로만 제공 되어 지고 있었다(Fig. 6).

렌즈 기능에 있어서 YCM 명칭은 눈빛으로 23가지 색상이 제공 되어 지고 있었고 BP에서는 24가지 색상이 제공 되고 있었다(Fig. 7). 눈밑지방 기능에서는 0~100 사이의 수치로 수정이 가능 하도록 YCM, YCP 애플리케이션에서 동일한 방식으로 기능을 제공하고 있었다(Fig. 8). 눈빛 기능은 YCM에서만 제공되어 지고 있는 기능으로 0~100 사이의 수치로 이용자가 원하는 만큼 설정하여 반짝임을 수정 할 수 있도록 제공 되어 지고 있었다(Fig. 9).

쌍꺼풀 기능에서는 YCM과 YCP의 애플리케이션에서 쌍꺼풀 기능 추가로 명칭 되어 6가지 패턴으로 제공되어 지고 있었으며, 쌍꺼풀의 두께와 모양에 차이가 있었다(Fig. 10). 적목 기능 또한 YCM과 YCP 애플리케이션에서 On/Off 기능으로 하

Table 1. Summary of application functions and designation

분류	기능	YCM	YCP	BP	SS
Eye	Eyelinor	○	×	×	×
	Eyelashes	○	×	○	×
	Mascara	○	×	×	×
	Eye shadow	○	×	○	×
	Eye shape	○	○	○	○
	Eyebrow shape	○	×	○	○
	Lens	○	×	○	×
	Fat under the eyes	○	○	×	×
	Twinkle	○	×	×	×
	Double eyelid	○	○	×	×
	Red eye	○	○	×	×
Nose	Nose shape	○	○	○	○
Mouth	Lip art	○	×	×	×
	Lipstick	○	×	○	○
	Lip shape	○	○	○	○
	Smile	○	○	○	○
	Lip wrinkles	○	×	×	×
	Teeth whitening	○	○	○	×
	Orthodontic	×	×	○	×
Face contour	Contour	○	○	○	○
Skin	Dark circles	○	×	○	×
	Flushing	○	×	×	×
	Skin correction	○	○	○	○
	Foundation	○	○	○	×
	Blusher	○	○	○	○
	Shading	○	×	○	○
	Highlighter	○	×	×	×
	Face painting	○	×	×	×
	Oil removal	○	○	○	×
	Bags under eyes	×	×	○	×
	Theme makeup	○	×	×	×
Body	Body adjustment	×	○	○	×
Hair Style	Hair	○	×	○	×

여 붉은색을 제거 할 수 있도록 제공 되어지고 있었다(Fig. 11).

코에 해당하는 기능에 있어서 코 모양 기능에서 YCM은 폭, 콧볼, 톱, 브릿지, 리프트, 크기, 콧대조절로 분류되어 있었으며, 폭, 콧볼, 톱, 브릿지, 리프트, 크기 기능에서는 -100~100 사이의 수치로 수정이 가능하였고 콧대조절에서는 0~100 사이의 수치로 수정이 가능하도록 설정 되어 있었다. YCP에서는 향상은 0~100 사이로 수정이 가능하였고 톱, 브릿지, 리프트, 크기 기능에서는 -100~100 사이의 수치에서 설정이 가능 하였다. BP 애플리케이션에서는 코끝, 콧대, 좁은 코, 보정, 향상으로 세분화 되어 -100~100 사이에서 수정이 가능하였으며, SS에서는 매부리코, 축소로 명칭 되어 0~100 사이에서 수정이 가능하였

다(Fig. 12).

입에 해당하는 기능에 있어서 립 아트 기능은 6가지의 문양 중 사용자가 원하는 문양을 선택하여 그림을 그려 넣듯 자신의 입술 위를 꾸미는 기능으로 YCM에서만 제공 되어 지고 있는 기능이였다(Fig. 13). 립스틱 기능에서는 YCM에서는 1색은 풀 립으로 72가지 색상, 2색은 윗입술과 아랫입술 색을 다르게 표현되게 하는 기능으로 17가지 색상, 암브레이(Ambrai)는 28가지 색상으로 입술에 그라데이션 효과를 주는 기능으로 3가지 효과로 제공되었다. 또한 3가지 기능 모두 홀로그램, 메탈릭, 쉬머, 글로스, 시어, 새틴, 매트로 하여 입술의 질감을 변경할 수 있도록 기능이 세분화 되어 있었다. BP에서는 13가지 색상,



Fig. 1. Eyeliner(YCM).



Fig. 2. Eyelashes; (a) YCM, (b) BP.



Fig. 3. Mascara(YCM).



Fig. 4. Eye shadow: (a) YCM, (b) BP.



Fig. 4. Eye shape; (a) YCM, (b) YCP, (c) BP, (d) SS.



Fig. 5. Eyebrow shape; (a) YCM, (b) YCP, (c) BP, (d) SS.



Fig. 7. Lens; (a) YCM, (b) BP.

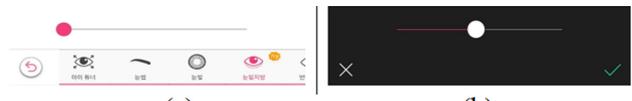


Fig. 8. Fat under the eyes; (a) YCM, (b) YCP.

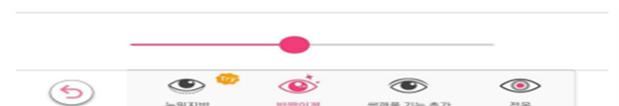


Fig. 9. Twinkle(YCM).



Fig. 10. Double eyelid; (a) YCM, (b) YCP.



Fig. 11. Red eye; (a) YCM, (b) YCP.



Fig. 12. Nose shape; (a) YCP, (b) BP, (c) SS.



Fig. 13. Lip art (YCM).



Fig. 14. Lipstick; (a) YCM, (b) YCP, (c) SS.

SS에서는 11가지 색상으로 구성되어 질감이나 그라데이션 같은 효과는 제공 되지 않았다(Fig. 14).

입술모양 기능에서 기능에서의 YCM은 입술산, 높이, 폭, 크기로 YCP에서는 높이, 너비, 크기, BP에서는 이치, 도통한 입술, 입 크기로 나뉘어 3가지 애플리케이션 모두 -100~100 사

이의 수치로 조절하여 입술의 모양을 수정 할 수 있도록 되어 있었으며, SS에서는 입술 크기로 명칭 되어 0~100 사이의 수치로 조절 가능 하도록 제공 되어 지고 있었다(Fig. 15). 스마일 기능의 경우 입술꼬리를 위로 올려주는 기능으로 BP에서만 미소로 명칭 되어 있었으나 YCM, YCP, BP, SS 모두 0~100

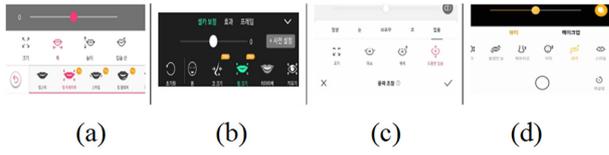


Fig. 15. Lip shape; (a) YCM, (b) YCP, (c) BP, (d) SS.



Fig. 16. Smile; (a) YCM, (b) YCP, (c) BP, (d) SS.



Fig. 17. Lip wrinkles(YCM).



Fig. 18. Teeth whitening; (a) YCM, (b) YCP, (c) BP.



Fig. 19. Orthodontic(BP).



Fig. 20. Contour; (a) YCM, (b) YCP (c) BP, (d) SS.

사이에서 사용자가 원하는 수치만큼 조절하여 수정 할 수 있도록 제공되어 지고 있었다(Fig. 16). 립주름 기능은 YCM에서만 제공 되는 기능으로 입술의 주름을 제거해 입술의 표면을 매끈해 보일 수 있도록 하는 기능으로 0~100 사이의 수치에서 설정이 가능하여 사용자가 원하는 만큼 립의 주름을 제거 할 수 있었다(Fig. 17).

치아미백 기능에서는 YCM, YCP, BP 3가지 애플리케이션에서 0~100 사이에서 원하는 밝기만큼 치아의 색을 조절 할 수 있었다(Fig. 18). 치아교정 기능은 불규칙한 치아 배열을 가지런하게 정리 해주는 기능으로 BP에서만 제공 되어지고 있는 기능이었으며, 내추럴과 강하게로 구성되어 두 가지 중 한 가지를 선택하여 기능을 적용 할 수 있도록 제공하고 있었다(Fig. 19).

얼굴윤곽에 해당하는 기능에 있어서 YCM은 턱 길이, 친 셰이퍼, 광대뼈, 이마, 얼굴 리세이퍼로 나뉘어 있었고 YCP에서는 친 셰이퍼, 얼굴 리세이퍼로 SS에서는 이마, 슬림, 길이로 하여 3가지 애플리케이션에서는 동일하게 -100~100 사이로 수

정이 가능하게 되어 있었고, YCP에서는 -100~100 사이로 수정이 가능하게 제공 되어 지고 있었다(Fig. 20).

피부 기능에 해당하는 다크서클 기능에서는 YCM과 BP에서 0~100 사이의 수치로 사용자가 원하는 만큼의 밝기로 수정을 할 수 있도록 제공 되어 지고 있었다(Fig. 21). 홍조 기능에서도 0~100 사이로 수정이 가능하도록 YCM에서만 제공 되어 지고 있는 기능이었다(Fig. 22). 결보정 기능은 YCM에서는 얼룩, 컨실러, 불규칙한 피부톤으로 0~100 사이에서 수정이 가능하였다. YCP에서의 여드름 기능은 On/Off로 설정이 가능했으며, 스무스 기능은 0~100 사이의 수치에서 수정이 가능하였다. BP에서의 잡티제거는 On/Off, 결보정과 환하게는 0~100 사이에서 수정이 가능하였고 SS에서는 흰색과 스무스 기능으로 사용자가 0~100 사이의 수치 안에서 설정 할 수 있었다(Fig. 23).

파운데이션 기능에서 YCM은 6가지 색상으로 구성되어 있었고, YCP에서는 9가지, BP에서는 6가지, SS에서는 제공 되지 않는 기능이었다(Fig. 24). 블러셔 기능은 YCM에서 32가지 색상, BP에서는 8가지, SS에서는 7가지로 나타났으며, YCP에



Fig. 21. Dark circles; (a) YCM, (b) BP.



Fig. 22. Flushing(YCM).



Fig. 23. Skin correction; (a) YCM, (b) YCP, (c) BP, (d) SS.

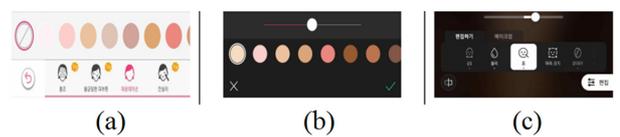


Fig. 24. Foundation; (a) YCM, (b) YCP, (c) BP.



Fig. 25. Blusher; (a) YCM, (b) YCP, (c) BP, (d) SS.

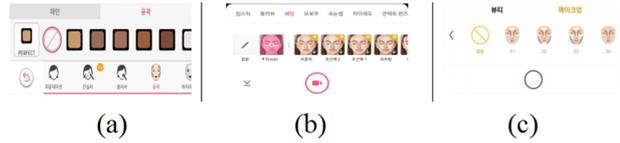


Fig. 26. Shading; (a) YCM, (b) YCP, (c) SS.



Fig. 27. Highlighter(YCM).



Fig. 28. Face painting(YCM).

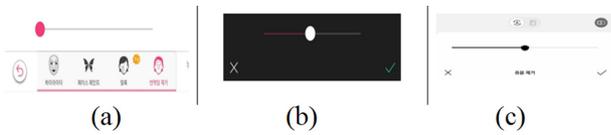


Fig. 29. Oil removal; (a) YCM, (b) YCP, (c) BP.

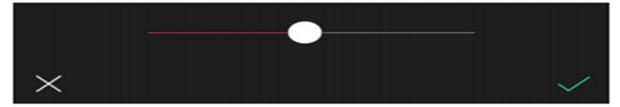


Fig. 30. Bags under eyes(YCP).

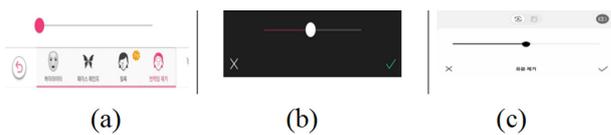


Fig. 31. Theme makeup(YCM).



Fig. 32. Body adjustment; (a) YCP, (b) BP.



Fig. 33. Hair; (a) YCM, (b) BP.

서는 1가지 색상으로 0~100 사이로 색감을 조절 할 수 있도록 제공하고 있었다(Fig. 25). 섀딩 기능에서의 YCM에플리케이션에서는 16가지 색상과 5가지의 패턴으로 제공 되고 있었으며, BP에서는 9가지, SS에서는 4가지 패턴으로 제공 되고 있었으나 원하는 패턴을 선택 할 수 있는 기능은 없었다(Fig. 26). 하이라이터 기능의 경우 YCM에서만 제공하는 기능으로 18가지 색상과 5가지 패턴으로 이용자가 원하는 색상과 패턴을 모두 선택하여 사진을 수정 할 수 있도록 제공 되고 있었다(Fig. 27).

페이스페인팅 기능은 YCM에서만 제공하는 기능으로 13가지 문양 중 원하는 문양을 선택하여 얼굴에 그림을 그려 넣는 기능이였다(Fig. 28). 유분제거 기능의 경우 YCM과 YCP, BP에서 제공되는 기능으로 0~100사이의 수치에서 반짝임의 정도를 조절 할 수 있도록 제공 되어 지고 있었다(Fig. 29). 애교살 기능에서는 8가지 형태로 BP에서만 제공 되어 지고 있는 기능이였다(Fig. 30).

테마 메이크업 기능은 YCM에서 룩이라는 명칭으로 한류 8가지, 중국양식 12가지, 무대화장 5가지, 온사파리 5가지, 월드플래그 10가지, 동화속 프린세스 뷰티 컬렉션 5가지, 할로윈

12가지, 홀리데이 15가지, 밸런타인데이 11가지, 직장 13가지, 파티 17가지, 별자리 10가지, 패션워크 11가지, 봄 13가지, 메이크업 아티스트 12가지, 여름 12가지, 배경 4가지, 데일리메이크업 14가지, 헤어밴드 11가지, 선글라스 8가지, 결혼 10가지, 페스티벌 12가지, 봄 13가지, 레드카펫 10가지, 연예인 15가지, 안전제일 12가지로 하여 원하는 컨셉을 선택 시 자동으로 메이크업이 되는 기능으로 YCM에서만 제공되고 있는 기능이였다(Fig. 31).

신체에 해당하는 기능에 있어서 신체조정은 YCM에서 바디리세이퍼와 크게로 명칭되어 제공되고 있었고 BP에서는 신체조정, 슬림으로 하여 YCM과 BP에플리케이션 모두 0~100 사이로 원하는 만큼 조절하여 적용 가능하도록 제공되고 있었다(Fig. 32).

마지막 헤어 기능에 있어서 YCM에서는 22가지 색상과 30가지 패턴이 제공되고 있었고 BP에서는 16가지 색상으로 이용자의 헤어스타일에 색상만 변경할 수 있도록 서비스하고 있었다(Fig. 33).

4. 결 론

구글 플레이스토어를 통해 1억 이상 다운로드 된 애플리케이션은 YouCam Makeup, YouCam Perfect, Beauty Plus, Sweet Snap으로 확인 되었으며, 그 기능을 분석한 결과는 다음과 같다.

애플리케이션 기능의 명칭과 제공되고 있는 기능에 차이를 볼 수 있었으며, 총 36가지의 기능으로 분류하였다. 그 중 YCM에서는 30가지, YCP에서는 14가지, BP에서는 21가지, SS에서는 10개의 기능을 제공 하는 것으로 확인 되었으며, 다른 애플리케이션과 다르게 YCM에서의 차별화된 기능으로는 반짝이게, 립아트, 광대뼈, 홍조, 페이스페인팅, 테마 메이크업 이 확인되었다. 다음으로 많은 기능을 제공하는 애플리케이션 은 BP로 YCM에 비해 제공되는 기능적 측면에서 패턴과 색상에 미흡함을 보여 선택 할 수 있는 폭이 좁은 것으로 확인 되었으나 애교살과 치아교정 기능은 BP에서만 제공 되는 차별화된 기능으로 확인 되었다.

SS의 경우 주로 사진을 촬영하기 전 보정을 최소화하기 위한 기능으로 구성되어 있었으며, YCM, YCP, BP의 경우 사진 촬영 후 보정하고 편집하는 기능을 중심으로 애플리케이션이 구성되어 있다는 것이 가장 큰 차이점이었으나 촬영 후 보정 기능이 많지 않아 섬세한 보정을 하기 에는 어려움이 있었다.

애플리케이션의 기능적 측면에서 색상을 제공하는 기능 이외 조절을 통해 수정을 하는 기능에 있어서는 -100~100 또는 0~100 사이의 수치 안에서 이용자가 수정하고자 하는 만큼 조절하여 수정을 할 수 있게 제공 되어 지고 있으나 사진의 인식이 잘 되지 않거나 위치가 자동으로 설정되어 부자연스럽게 수정이 되는 경우가 발생하기도 하였다. 따라서 본 연구자는 이런 기능적 측면에서 이용자가 직접 원하는 곳을 설정하고 드레그하는 방식으로 조절 할 수 있도록 한다면 이용자의 만족도가 더 높아 질 것으로 예상된다.

본 연구의 제언점은 사진 보정을 하는 뷰티 기능을 중심으로 한정지어 연구했기 때문에 향후 연구에서는 사진 편집 기능, 이용자의 기능별 선호도에 대한 분석도 필요하다고 사료된다. 또한 본 연구에서는 다운로드가 높은 애플리케이션만 다루었기 때문에 후속 연구에서는 다운로드가 높은 애플리케이션뿐만 아니라 다운로드가 낮은 애플리케이션의 기능도 함께 분석된다면 뷰티 애플리케이션의 발전에 도움이 될 것으로 사료된다.

감사의 글

본 연구는 2023년도 광주대학교 대학 연구비를 지원받아 수행되었음.

References

Cha, M, G. (2020). *The effects of the 4th industry AI beauty device experience on cosmetics brand loyalty and purchase intention*. Unpublished master's thesis, Sungshin Women's University, Seoul.

Choi, Y, S., Kang, S, M., & Back, S, Y. (2019). A case analysis study on GUI elements of domestic cosmetics apps. *Journal of the Korea Society of Beauty and Arts*, 20(2), 163-181. doi:10.18693/jksba.2019.20.2.163

Ha, J, G. (2021). The effects of mobile shopping motivation on the attributes and adoption of beauty applications. *The Korea Contents Association*, 21(9), 117-124. doi:10.5392/JKCA.2021.21.09.117

Hong, J, M. (2017). Relationship of cosmetic brand app. satisfaction and brand loyalty. unpublished master's thesis, inje university, gimhae.

Jin, J, Y. (2017). *A study on the effects of mobile application characteristics on user satisfaction and continuous use intention*. Unpublished master's thesis, Silla University, Busan.

Kim, S, J., & Kim, G, R. (2019). Nail art research in the 4th industrial era, *Journal of the Korea Society of Beauty and Arts*, 20(1), 89-104. doi:10.18693/jksba.2019.20.1.89

Lee, H, R., & Shin, S, Y. (2019). The effect of experiential marketing using a mobile service platform on middle-aged women's cosmetics purchase intention. *Journal of the Korea Society of Beauty and Arts*, 20(1), 197-209. doi:10.18693/jksba.2019.20.1.197

Mivo Studio. (2022). *Sweet Snap* (version 5.1.100926) [Mobile app]. Google Play Store. https://play.google.com/store/apps/details?id=sweetsnap.lite.snapchat&hl=en_US&gl=US

Moon, M, J. (2020). *Business utilization study of smart beauty platform*. Unpublished master's thesis, Youngsan University, Busan.

Park, S, Y. (2019, August 2). Open a beauty class and experience nail art...The transformation of the H&B store. *Fnews*. Retrieved June 4, 2021, from <https://www.fnnews.com/news/201908021835304162>.

Perfect Mobile Corp. Photo & Video Beauty Editor. (2022). *YouCam Makeup* (Version 6.9.1) [Mobile app]. Google Play Store. https://play.google.com/store/apps/details?id=com.cyberlink.youcammakeup&hl=en_US&gl=US

Perfect Mobile Corp. Photo & Video Beauty Editor. (2022). *YouCam Perfect* (Version 5.83.4) [Mobile app]. Google Play Store. https://play.google.com/store/apps/details?id=com.cyberlink.youperfect&hl=en_US&gl=US

Pixocial Technology. (2022). *Beauty Plus* (Version 7.6.024) [Mobile app]. Google Play Store. https://play.google.com/store/apps/details?id=com.commsource.beautyplus&hl=en_US&gl=US

Sa, K, R. (2023). *A study on how to improve mobile applications for learning Korean pronunciation*. Unpublished master's thesis, Chung-Ang University, Seoul.

Woo, J, H., & Kim, S, I. (2020). User experience study of virtual beauty makeup application. *The Society of Digital Policy & Management*, 18(11), 459-464. doi:10.14400/JDC.2020.18.11.459

(Received May 01, 2023; 1st Revised May 15, 2023; 2nd Revised May 23, 2023; Accepted June 01, 2023)