

Preferences in Sunglasses according to Face Shape and Gender

Jung-Won Cha*

Dept. of Ophthalmic Optics, Shinhan University, Professor, Uijeongbu 11644, Korea
(Received May 12, 2024; Revised May 19, 2024; Accepted May 20, 2024)

Purpose: We investigate the material, type, and shape of sunglasses preferred by consumers. We also investigate the differences in design preferences for sunglasses according to face shape, as well as differences in preferences between men and women. **Methods:** A survey was conducted on 291 college students in a metropolitan area about their preferences related to sunglasses, and statistical analyses were conducted according to face shape and gender. **Results:** The most common face shapes were oval and round, with similar ratios. Women preferred plastic frames and combination frames, while men predominantly preferred combination frames, followed by plastic frames. Whole frames were most preferred. Women preferred whole frames more than did men, and men disliked rimless frames most, whereas women disliked inverted-angle frames most. Women preferred a circular shape, men preferred a square shape. The most disliked shape was the Boeing shape for women and the Fox shape for men. **Conclusions:** No difference in preferences related to sunglasses were found according to face shape. However, preferences differed markedly between men and women. When an optician recommends sunglasses or a designer designs sunglasses, men and women should be considered separately.

Key words: Sunglasses design, Preference, Face shape, Gender, College student

서 론

선글라스의 사용 목적은 햇빛과 자외선 차단이나 아름다움 추구가 주된 목적이며, 스포츠를 잘하는데 도움을 주거나 안정성을 위한 보호용구 등 다양한 용도로 사용되고 있다. 선글라스의 다양한 용도 가운데 많은 사람들이 중요하게 고려하는 목적이 아름다움 추구라고 할 수 있다. 선글라스는 사람들의 이미지형성에 가장 큰 영향력이 있는 얼굴에 착용하므로, 얼굴과 선글라스의 디자인을 연결시켜 연구할 필요성이 있다. 얼굴형에 어울리는 선글라스 디자인에 관한 자료는 인터넷에서 다양하게 제시되고 있으나 이와 관련된 연구결과는 많지 않은 실정이며, 대부분 SNS에서 추천의 형태로 제공되고 있다.^[1-11]

Kim과 Kim의 연구^[1]에서 남녀 전체의 얼굴형은 타원형과 세모형이 각각 29%씩으로 가장 많고, 다음으로 둥근형이 24%, 각진형이 18%의 순으로 보고하였으며, 남자의 얼굴형은 타원형 32%, 세모형 32%, 각진형 26%, 둥근형 10% 이고, 여자의 얼굴형은 둥근형 40%, 타원형 30%, 세모형 18%, 각진형 12% 인 것으로 보고하였다. 이 결과는 타원형과 세모형이 가장 많은 비율을 차지함을 나타내고 있다.

Won의 연구^[2]는 선글라스 선호도에서 남성은 사각형과

둥근형, 마름모형 얼굴일 때 스퀘어형을 선호하였고, 계란형과 역삼각형 얼굴에는 웰링턴형을 선호하였으며, 긴형 얼굴은 폭스형을 가장 선호하였고, 여성은 사각형의 얼굴형을 제외하고 대부분 스퀘어형을 선호하며, 사각형 얼굴형에는 비교적 둥근 느낌의 오벌형을 선호함을 보고하였다.^[2] 그러나 Cha의 연구^[3]에서와 같이 시간이 흐름에 따라 얼굴형도 변하고 선글라스 디자인의 선호도도 바뀌므로, Won의 연구^[2] 이후 10년 가까이 된 상황에서 얼굴형에 따른 선글라스 선호도의 변화를 다시 살펴볼 필요가 있을 것으로 생각된다. 또한 Won의 연구^[2]는 특정한 남성 1명만의 이미지와 얼굴형을 이용하여 여러 가지 얼굴형으로 변형시킨 후 100명의 남녀가 느끼는 선호도를 조사한 것으로 각 개인 본인의 얼굴형에 따른 선글라스 선호도와는 차이가 있는 것으로 생각된다.

Kim과 Park의 연구^[4]에 따르면 패션아이웨어의 구매실태 조사결과 연평균 구매비용은 안경보다 선글라스에 더 많은 비용을 소비하고 있었으며, 구매 시 타인의 평가보다는 자신의 얼굴과 잘 어울리며 이미지향상에 도움이 되는 제품을 선택하는 것으로 조사되었다. 이 연구의 결과에서 안경보다 더 많은 구매비용을 소비하는 선글라스 시장이 비즈니스 측면에서 매우 중요하다고 할 수 있으며 자신의

*Corresponding author: Jung-Won Cha, TEL: +82-31-870-3433, E-mail: jwcha@shinhan.ac.kr
Authors ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2521-2862>

얼굴과 잘 어울리고 이미지 향상에 도움이 되는 제품을 선택하므로 얼굴형과 선글라스를 연결시켜 연구하는 것이 매우 필요한 것으로 생각된다.

이처럼 선글라스 디자인이 산업에서 중요한 역할을 하고 있으나 얼굴형에 따른 선글라스 디자인에 관련된 논문들이 많이 나오지 않고 있다. 그러므로 본 연구에서는 소비자가 선글라스를 구매할 때 선호하는 선글라스의 재질, 종류, 모양에 관하여 조사해 보고, 얼굴형에 따른 안경 디자인과 연계하여 소비자가 선글라스를 구매할 때 얼굴형과 연계하여 어떠한 기준으로 어떠한 디자인을 원하는지를 조사하고, 이와 관련해서 필수적으로 구분해 보아야 하는 남녀의 선글라스 선호도 차이를 같이 조사해 봄으로써, 안경원에서 선글라스를 소비자에게 권할 때 또는 선글라스 디자이너가 선글라스를 디자인할 때 도움이 줄 수 있는 정보를 제공하는 것을 본 연구의 목적으로 한다.

대상 및 방법

한국 수도권 소재 대학생 293명을 대상으로 본인의 얼굴형을 물어보고 선글라스 디자인의 분류방법을 그림을 곁들여서 설명하고 이와 관련된 여러 가지 질문으로 구성된 설문조사를 수행하였다. 293명 가운데 설문응답이 다소 불성실한 응답자 2명을 제외하고 남은 291명을 대상으로 조사를 하였다. 얼굴형은 다음 7가지(계란형(타원형), 둥근형, 사각형(각진형), 역삼각형(세모꼴형), 긴형, 마름모형, 기타)로 분류하여 설문을 진행하였다. 선글라스의 디자인은 전통적인 안경테 디자인 분류 방법을 기초로 하고,

3인의 안경전문가 자문을 얻어 조금 더 안경원 현장에서 사용되는 분류 방식에 맞게 변형한 분류 방식을 사용하였다. 선글라스 디자인의 종류는 5가지(원형(보스톤, 오벌, 라운드), 사각형(웰링턴, 렉싱턴, 스퀘어), 다각형(육각, 팔각), 보잉형(에그플라트), 폭스형(캣츠))로 분류하여 설문을 진행하였다.

이를 통해 얻은 선글라스 디자인의 선호도 및 얼굴형, 남녀 성별 차이 등과 관련된 데이터들을 통계처리하고 고객의 얼굴형과 성별에 따라 고객이 선호하는 선글라스 디자인을 조사하였다. 선글라스 디자인에 관한 평가를 확인하기 위해 일부는 리커트 5점 척도(매우 아니다 1점, 아니다 2점, 보통이다 3점, 그렇다 4점, 매우 그러하다 5점)로 측정하고 나머지 일부는 명목형 질문을 이용하여 측정한 후 통계처리를 하였다. 통계처리는 SPSS 23.0으로 하였으며, 통계판정은 95% 신뢰구간인 *p*값이 0.05 이하일 때 통계적으로 유의한 값으로 하였다.

결과 및 고찰

Table 1에서와 같이 설문조사 대상자 291명 가운데 선글라스가 있다고 응답한 대상자는 127명(43.6%)로 나타났으며, 선글라스를 구입한 경험이 있는 것으로 대답한 대상자는 141명(48.5%)로 나타났고, 선글라스를 가지고 있거나 혹은 구입한 경험이 있는 것으로 대답한 대상자는 162명(55.7%)로 나타났다. 선글라스는 안경과 다르게 구매 경험이 없더라도 추후 언제든지 구입을 고려할 수 있는 잠재적인 고객이므로 통계처리는 전체 응답자 291명을 대상으로

Table 1. I have sunglasses or I have experienced purchasing sunglasses

	I have a sunglasses.		I have experience in purchasing sunglasses.		I have experience in purchasing sunglasses or I have sunglasses	
	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%
Yes	127	43.6	141	48.5	162	55.7
No	164	56.4	150	51.5	129	44.3
Total	291	100.0	291	100.0	291	100.0

Table 2. Cross-analysis of gender according to face shapes

Gender		Face type								Total
		Oval	Round	Angular	(Reverse) Triangular	Long	Rhombus	Etc	Missing	
Female	Frequency	64	67	18	1	14	4	4	0	172
	%	37.2	39.0	10.5	0.6	8.1	2.3	2.3	0.0	100
Male	Frequency	40	36	12	6	13	7	4	1	119
	%	33.6	30.3	10.1	5.0	10.9	5.9	3.4	0.8	100
Total	Frequency	104	103	30	7	27	11	8	1	291
	%	35.7	35.4	10.3	2.4	9.3	3.8	2.7	0.3	100

Pearson Chi-square: 10.815, *p*=0.094 (two-sided test)

로 시행하였으며, 조사대상자의 연령은 10대 6명(2.1%), 20대 283명(97.3%), 30대 1명(0.3%), 결측 1명(0.3%)으로 대부분 20대였다.

선글라스를 구매할 때 선글라스 디자인의 중요도를 리커트 5점 척도(매우 아니다 1점~매우 그러하다 5점)로 조사하였으며 그 결과 평균 4.36±0.80 으로 매우 중요하게 생각하였다. Kim과 Park의 연구^[4]에 따르면 30~40대가 선글라스 구매 시 아주 중요하게 고려하는 항목은 첫째가 얼굴에 잘 어울리는 정도이며 두 번째가 디자인인 것으로 보고하였으므로 선글라스를 구매할 때 소비자들 선글라스 디자인을 아주 중요하게 생각한다는 본 연구의 내용과 유사한 것으로 생각된다.

선글라스 디자인 선택시 얼굴형 중요도를 리커트 5점 척도로 조사하였으며 평균 3.93±0.95 로 다소 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. Kim과 Park의 연구^[4]에서 선글라스 구매시 가장 중요하게 고려하는 요소는 얼굴에 잘 어울리는 정도라고 하였으므로 선글라스를 구매할 때 소비자들이 자신의 얼굴형을 다소 중요하게 고려하는 것으로 생각된다.

1. 얼굴형과 성비

얼굴형은 조사대상자가 자각적으로 선택하였으며, Table 2에 나타난 바와 같이 계란형(타원형) 104명(35.7%), 둥근형 103명(35.4%), 각진형 30명(10.3%), 긴형 27명(9.3%), 마름모형 11명(3.8%), 역삼각형(세모꼴형) 7명(2.4%), 기타 8명(2.7%)으로 계란형(타원형)과 둥근형이 비슷한 비율로 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로 각진형, 긴형, 마름모형, 기타, 역삼각형(세모꼴형)의 순으로 나타났으며 결측치 1명이 있었다. Kim과 Kim의 연구^[1]에서 얼굴형은 타원형이 29%, 세모형이 29%, 둥근형이 24%, 각진형이 18%인 것으로 보고하였고, 본 연구에서 비율이 높은 얼굴형의 순서는 타원형, 둥근형, 각진형, 긴형, 마름모형, 세모형의 순서로 타원형의 비율이 가장 높은 것은 Kim과 Kim의 연구^[1]와 동일하게 나타났으나, 세모형의 비율은 본 연구에서는 가장 낮았으나 Kim과 Kim의 연구^[1]에서는 2번

째로 높았으므로 많은 차이를 보이고 있다. 대학생들의 얼굴형은 2007년에 조사 당시보다 세모형이 타원형이나 원형으로 많은 변화를 가져온 것으로 생각되며, 2024년 대학생들의 얼굴형에서 계란형과 둥근형의 비율이 다소 증가되었음을 알 수 있다.

조사대상자의 성비는 여성 172명(59.1%), 남성 119명(40.9%)으로 여성이 많았으며, 얼굴형의 분류에 따른 남녀 차이를 확인해 보기 위하여 결측 1명을 제외하고 교차분석을 수행한 결과 Table 2에 나타난 바와 같이 $p=0.094$ 로 유의하지 않으므로 남자와 여자의 얼굴형 비율은 차이가 없는 것으로 나타났다.

2. 선글라스 테의 재질

선호하는 선글라스 테의 재질은 Table 3에서와 같이 콤파티를 선호하는 대상이 114명(39.2%), 플라스틱테 102명(35.1%), 금속테 74명(25.4%), 결측 1명(0.3%)으로 나타났으므로 콤파티를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 여성과 남성을 구분하여 살펴보면, 여성은 콤파티를 선호하는 대상이 61명(35.5%), 플라스틱테 62명(36.0%), 금속테 48명(27.9%), 결측 1명(0.6%)으로 플라스틱테와 콤파티를 선호하며 두 가지의 선호도가 거의 유사하게 나타났다. 남성은 콤파티를 선호하는 대상이 53명(44.5%), 플라스틱테 40명(33.6%), 금속테 26명(21.9%), 결측 0명(0.0%)으로 콤파티를 가장 선호하고 그 다음으로 플라스틱테를 선호하는 것으로 나타났다.

Won의 연구^[2]에서 디자인 분야 전문가들의 의견, 안경 광학전문가와 공통된 의견, 브랜드별 제품조사, 20대가 선호하는 슈퍼선글라스의 제품의 90%이상이 플라스틱테인 점을 예로 들며 플라스틱테를 위주로 연구를 수행한 것은 플라스틱테의 선호도가 가장 높다는 생각에서 이루어진 것이지만, 본 연구에서는 콤파티와 플라스틱테의 선호도가 비슷하게 높은 선호도를 나타내고 있으며 그중에서도 특히 남성은 콤파티가 더 높은 선호도를 나타내고 있으므로 대학생들의 선글라스 선호도에 약간의 변화가 있는 것으로 생각된다.

Table 3. Preferences and dislikes of materials from which sunglasses frames are made

	Materials preferred			Materials disliked		
	Female	Male	Total	Female	Male	Total
	Frequency (%)	Frequency (%)	Frequency (%)	Frequency (%)	Frequency (%)	Frequency (%)
Metal frame	48(27.9)	26(21.9)	74(25.4)	74(43.0)	53(44.5)	127(43.6)
Plastic frame	62(36.0)	40(33.6)	102(35.1)	66(38.4)	48(40.3)	114(39.2)
Combination frame	61(35.5)	53(44.5)	114(39.2)	27(15.7)	17(14.3)	44(15.1)
Missing	1(0.6)	0(0.0)	1(0.3)	5(2.9)	1(0.9)	6(2.1)
Total	172(100.0)	119(100.0)	291(100.0)	172(100.0)	119(100.0)	291(100.0)

싫어하는 선글라스 테의 재질은 Table 3에서와 같이 금속테를 싫어하는 사람이 127명(43.6%), 플라스틱테 114명(39.2%), 콤비테 44명(15.1%), 결측치 6명(2.1%)로 남녀 모두 금속 테를 가장 싫어하는 것으로 나타났으며 플라스틱테를 싫어한다고 응답한 대상자도 거의 금속테의 비율에 근접하고 있으므로 대부분의 사람들이 플라스틱테를 선호할 것이라는 일반적인 관점이 대학생들에게서는 옳지 않은 것으로 생각된다.

얼굴형에 따라 선호하는 선글라스 테의 재질에 차이가 있는가와 싫어하는 선글라스 테의 재질에 차이가 있는가를 확인해 보기 위하여 교차분석을 해 본 결과, 차이가 없는 것으로 나타났다. 또한 남녀에 따라 선호하는 선글라스 테의 재질이 차이가 있는지, 싫어하는 선글라스 테의 재질이 차이가 있는가를 확인해 보기 위하여 교차분석을 해 본 결과 차이가 없는 것으로 나타났다.

3. 선글라스 테의 종류

선호하는 선글라스 테의 종류는 Table 4에 나타낸 바와 같이 온테를 선호하는 대상이 195명(67%), 반무테 46명(15.8%), 무테 31명(10.7%), 역산각테 17명(5.8%), 결측 2명

(0.7%) 로 온테를 가장 선호하였다. 싫어하는 선글라스 테의 종류는 Table 4에 나타낸 바와 같이 무테를 싫어하는 대상이 104명(35.7%), 역산각테 100명(34.4%), 반무테 61명(21.0%), 온테24명(8.2%), 결측 2명(0.7%) 으로 나타났으므로 무테와 역산각테를 가장 싫어하는 것으로 나타났다.

선호하는 선글라스 테의 종류에 관한 기존의 연구는 거의 조사되지 않았으며, 단지 Kim의 연구^[5]는 세계 4대 컬렉션에서 안경과 선글라스를 구분하지 않고 나타난 전체적인 아이웨어의 테 종류에 관한 비율은 온테가 가장 많았으며, 무테, 반무테의 순인 것으로 보고하였다. Kim의 연구^[5] 결과는 안경과 선글라스를 구분하지 않고 전체적인 아이웨어 비율을 나타낸 것 이어서 비교하기에 약간의 단점은 존재하지만, 온테를 가장 선호하는 것으로 나타난 본 연구의 결과와 유사점이 있다. 온테를 가장 선호하는 이유는 다양한 색상의 표현으로 아름다움과 멋스러움을 표현하기 좋은 특징을 갖고 있기 때문으로 생각된다. 무테와 역산각테를 가장 싫어하는 이유 또한 다양한 색상을 표현하기위한 선글라스 테의 전면부 두께가 없거나 너무 얇아서 멋스러움을 표현하기에 부족하다고 느끼는 이유로 생각된다.

Table 4. Sunglasses frame types preferred and disliked

	The type of sunglasses frame preferred		The type of sunglasses frame disliked	
	Frequency	%	Frequency	%
Whole frame	195	67.0	24	8.2
Semirimless	46	15.8	61	21.0
Rimless	31	10.7	104	35.7
Inverted angle frame	17	5.8	100	34.4
Missing	2	0.7	2	0.7
Total	291	100.0	291	100.0

Table 5. Cross-analysis of preferred and disliked sunglasses frame types by gender

		Preferred sunglasses frame types			Disliked sunglasses frame types		
		Female	Male	Total	Female	Male	Total
Whole frame	Frequency	130	65	195	6	18	24
	%	76.4	54.6	67.5	3.5	15.1	8.3
Semirimlessrimless	Frequency	18	28	46	37	24	61
	%	10.6	23.5	15.9	21.8	20.2	21.1
Rimless	Frequency	10	21	31	73	31	104
	%	5.9	17.7	10.7	42.9	26.0	36.0
Inverted angle frame	Frequency	12	5	17	54	46	100
	%	7.1	4.2	5.9	31.8	38.7	34.6
Total	Frequency	170	119	289	170	119	289
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Pearson Chi-square: 22.321
p=0.000 (two-sided test)

Pearson Chi-square: 17.930
p=0.000 (two-sided test)

또한 얼굴형의 분류에 따라 선호하는 선글라스 테의 종류에 차이가 있는지 확인해 보기 위하여 교차분석을 하였으나 유의하게 나타나지 않았으므로 얼굴형에 따라 선호하는 선글라스 테의 종류 차이가 없는 것으로 나타났다.

얼굴형의 분류에 따라 싫어하는 선글라스 테의 종류에 차이가 있는지 확인해 보기 위하여 교차분석을 수행하였으나 유의하지 않게 나타났으므로 얼굴형에 따라 싫어하는 선글라스 테의 종류 차이가 없는 것으로 나타났다.

또한 남녀에 따라 선호하는 선글라스 테 종류의 차이점을 알아보기 위하여 결측치 2명(%)을 제외한 289명을 대상으로 교차분석을 수행한 결과 $p < 0.001$ 로 유의하며 이를 Table 5에 나타내었다. 이는 남녀에 따라 선호하는 선글라스 테의 종류에 차이가 있다는 것을 의미한다. 즉, 결측치 2명(0.7%)을 제외한 289명이 조사대상일 때, 남성과 여성 모두 온테를 가장 선호하였다. 그러나 여성만을 대상으로 할 때 온테 선호비율은 130명(76.5%)이고 남성만을 대상으로 할 때 온테 선호비율은 65명(54.6%)이므로 온테 선호비율은 여성이 남성보다 20% 이상 더 높으며, 반무테와 무테 선호비율은 남성이 여성보다 더 높게 나타났다. Choi의 연구^[6]는 여성이 남성에 비해 디자인 유행을 더 많이 따르는 경향이 있다고 보고하였으며, 여성이 온테를 더 선호하는 비율이 높은 원인은 다양한 색상을 표현하기 좋은 온테가 유행에 민감한 여성의 성향에 더 잘 맞기 때문인 것으로 생각된다.

남녀에 따라 싫어하는 선글라스 테의 종류에 차이가 있는지 확인해 보기 위해 교차분석을 해 본 결과 Table 5와 같이 $p < 0.001$ 로 유의하므로 남녀에 따라 싫어하는 선글라스 테의 형태에 차이가 있었다. 즉, 결측치 2명(%)을 제외한 289명을 대상으로 볼 때, 위에서 제시된 것과 같이 남녀를 합한 전체에서는 무테와 역산각테를 싫어하는 정도가 비슷하게 나타났으나 남성과 여성을 분리해서 보면, 남성은 무테를 가장 싫어하였으며(73명/42.9%)이 그 다음이 역산각테를 싫어하는 반면(54명/31.8%), 여성은 역산각테를 가장 싫어하였으며(46명/38.7%) 그 다음으로 싫어하는 것이 무테(31명/26.0%) 것으로 나타났으므로, 남성은 무테를 더 싫어하는 반면 여성은 역산각테를 더 싫어하는 것으로 확인되었다. 이는 남성이 좀 더 활동적이므로 단단하지 못한 무테를 더 싫어하는 반면 여성은 패션에 더 민감하므로 선글라스의 튼튼하지 못함은 우선순위에서 후순위를 차지하는 원인인 것으로 생각된다.

4. 선글라스 테의 모양

선호하는 선글라스 테의 모양은 Table 6에 나타난 바와 같이 291명 가운데 사각형(웰링턴, 렉싱턴, 스퀘어)을 선호하는 대상이 109명(37.5%)로 가장 많았고, 다음으로 원

형(보스톤, 오벌, 라운드) 100명(34.4%), 폭스형(캣츠) 38명(13.1%), 보잉형(에그플라트) 32명(11.0%), 다각형(육각형, 팔각형 등) 12명(4.1%)의 순서로 나타났다. 싫어하는 선글라스 테의 모양은 Table 6에 나타난 바와 같이 폭스형을 싫어하는 대상이 91명(31.3%)로 가장 많았고 다음으로 보잉형 78명(26.8%), 다각형 69명(23.7%), 원형 34명(11.7%), 사각형 18명(6.2%)의 순서로 나타났으며 결측 1명이 있었다.

Won의 연구^[2]에 의하면 남성은 스퀘어형과 웰링턴형을 가장 선호하였고 여성은 스퀘어형을 가장 선호하는 것으로 보고하였으며, 스퀘어형과 웰링턴형 모두 본 연구에서는 사각형으로 분류하였으므로 본 연구의 결과와 일치하는 것으로 나타났다. 그러나 안경의 경우는 Kim의 연구^[5]에서 세계 4대 컬렉션에 나타난 아이웨어 가운데 안경형에서는 원형이 가장 많았음을 보고하였다. 또한 Cha의 연구^[3]는 대학생들이 가장 선호하는 안경테의 형태는 원형을 보고하였다. 본 연구와 Won의 연구^[2], Kim의 연구^[5] 및 Cha의 연구^[3]를 비교해 볼 때 안경테와 선글라스 테는 선호하는 형태가 약간 차이가 있다는 것을 알 수 있으며, 안경테는 원형을 가장 선호하지만 선글라스 테는 사각형을 가장 선호한다는 것을 알 수 있다.

얼굴형에 따라 선호하는 선글라스 테 모양의 차이를 확인하기 위하여 교차분석을 진행하였으나 유의하지 않았으므로 차이가 없었다. 얼굴형에 따라 싫어하는 선글라스 테 모양의 차이를 확인하기 위하여 교차분석을 진행하였으나 유의하지 않았으므로 차이가 없었다. Won의 연구^[2]에서는 얼굴형에 따라서 선글라스 선호도를 구분하여 제시하고 있으나, 본 연구에서는 전체적으로 얼굴형에 따른 선글라스 선호도에 유의한 차이가 없는 것으로 조사되었다. 이러한 차이는 Won의 연구^[2]에서는 남성 1명만을 모델로하여 얼굴을 다양한 형상으로 변경한 후 본인이 아닌 다른 사람들이 평가한 결과이며 본 연구에서는 본인의 얼굴에 착용하였을 때의 선호도를 조사한 것이므로 조사방법의 차이에 기인한 것으로 생각된다. 즉 본인의 얼굴에 대한 선호도와

Table 6. Sunglasses frames preferred and disliked

Type	Preferred sunglasses frame types		Disliked sunglasses frame types	
	Frequency	%	Frequency	%
Round	100	34.4	34	11.7
Quadrangle	109	37.5	18	6.2
Polygon	12	4.1	69	23.7
Boeing	32	11.0	78	26.8
Fox	38	13.1	91	31.3
Missing	0	0.0	1	0.3
Total	291	100.0	291	100.0

Table 7. Cross-analysis of preferred and disliked sunglasses frame shapes by gender

		Preferred sunglasses frame shapes			Disliked sunglasses frame shapes		
		Female	Male	Total	Female	Male	Total
Round	Frequency	70	30	100	15	19	34
	%	40.7	25.2	34.4	8.7	16.1	11.7
Quadrangle	Frequency	59	50	109	11	7	18
	%	34.3	42.0	37.5	6.4	5.9	6.2
Polygon	Frequency	4	8	12	43	26	69
	%	2.3	6.7	4.1	25.0	22.0	23.8
Boeing	Frequency	9	23	32	64	14	78
	%	5.2	19.3	11.0	37.2	11.9	26.9
Fox	Frequency	30	8	38	39	52	91
	%	17.5	6.7	13.0	22.7	44.1	31.4
Total	Frequency	172	119	291	172	118	290
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Pearson Chi-square: 28.222 $p=0.000$ (two-sided test)				Pearson Chi-square: 30.457 $p=0.000$ (two-sided test)			

타인의 얼굴에 대한 선호도는 그 특성이 다르게 나타날 수 있는 것으로 볼 수 있으므로 이러한 특성을 고려하여 마케팅 전략을 수립할 필요가 있는 것으로 생각된다.

남녀 성별에 따라 선호하는 선글라스 테의 모양에 차이점이 존재하는가를 조사하기 위하여 교차분석을 한 결과 Table 7에서와 같이 $p<0.001$ 로 유의하므로 남녀 성별에 따라 선호하는 선글라스 테의 모양에 차이가 있었다. 여성은 원형을 가장 선호하며(70명/40.1%), 다음으로 사각형(59명/34.3%), 폭스형(30명/17.4%), 보잉형(9명/15.5%), 다각형(4명/2.3%) 순이었으며, 남성은 사각형을 가장 선호하고(50명/40.2%), 다음으로 원형(30명/25.2%), 보잉(23명/19.3%), 다각(8명/6.7%), 폭스(8명/6.7%)의 순으로 나타났다.

여성이 남성보다 원형을 더 선호하는 원인은 본 연구의 대상자 가운데 가장 많은 비율을 차지하는 얼굴형인 타원형과 원형을 기준으로 Won의 연구¹²⁾에 나타난 원형테의 이미지를 나타내는 형용사들은 귀여운, 어려보이는 등이 주를 이루고 있으므로 여성들이 이러한 이미지를 좋아하기 때문인 것으로 생각되며, 남성이 사각테를 선호하는 원인은 타원형과 원형의 얼굴형을 기준으로 볼 때 사각테 이미지를 나타내는 형용사들은 남성적인, 스포티한, 세련된, 성숙한 등의 이미지를 나타내므로 남성들은 이러한 이미지를 선호하는 것이 원인으로 생각된다.

남녀 성별에 따라 싫어하는 선글라스 테의 모양에 차이점이 있는가를 확인 해 보기 위하여 교차분석을 한 결과 Table 7에 나타난 바와 같이 $p<0.001$ 으로 유의하므로 남녀에 따라 싫어하는 선글라스 테의 모양에 차이가 있었다. 즉, 여성은 보잉형을 가장 싫어하며(64명/37.2%), 다음

으로 다각형(43명/25.0%), 폭스형(39명/22.7%), 원형(15명/8.7%), 사각형(11명/6.4%)의 순이었으며, 남성은 폭스형을 가장 싫어하고(52명/43.7%), 다음으로 다각형(26명/21.8%), 보잉형(14명/11.8%), 사각형(7명/5.9%)의 순으로 나타났다.

이상의 결과들을 전체적으로 종합해 볼 때 얼굴형에 따른 선글라스 선호도의 차이는 처음 논문을 시작하였을 때의 예상과는 다르게 차이가 별로 나타나지 않는 것으로 조사되었다. 각종 SNS에 얼굴형에 따른 선글라스 선택방법이 매우 많이 제시되어 있으나⁹⁻¹¹⁾ 이를 뒷받침할 만한 논문은 많이 부족한 실정이며, 본 연구에서는 얼굴형에 따른 선글라스 선호도에는 차이가 없는 것으로 나타났으므로, 얼굴에 어울리는 선글라스를 선호한다는 표현은 단지 얼굴형에 따른 선글라스 디자인을 의미하는 것이 아닌 것으로 생각되며, 보다 다양한 요소들이 복합적으로 합성된 의미를 지니는 것으로 사료된다. 그러므로 안경원에서 선글라스를 권하거나 디자이너가 선글라스를 설계할 때 얼굴형 이외의 다양한 다른 요소들을 복합적으로 생각하여 소비자가 선호하는 선글라스를 구상하여야 할 것으로 생각되며, 다른 복합적인 요소들에 관한 연구를 차기 연구에서 좀 더 보완하여 조사해 볼 필요가 있는 것으로 생각된다. 남녀의 성별에 따른 선글라스 선호도는 대부분(선호하는 테 종류, 싫어하는 테 종류, 선호하는 테 모양, 싫어하는 테 모양) 명확한 차이가 있는 것으로 조사되었으므로 안경원에서 선글라스를 고객에게 권하거나 디자이너가 선글라스를 설계할 때 남녀를 구분해서 접근하는 것이 중요할 것으로 생각된다.

결 론

1. 선글라스를 구매할 때 선글라스 디자인을 매우 중요하게 생각한다.
2. 선글라스를 선택할 때 자신의 얼굴형을 다소 중요하게 고려한다.
3. 얼굴형은 계란형(타원형)과 둥근형이 비슷한 비율로 가장 많았으며, 남자와 여자의 얼굴형 비율은 통계적으로 차이가 없었다.
4. 선글라스 테의 재질은 여성은 플라스틱테와 콤팩테를 선호하며 두 가지의 선호도가 거의 유사하고, 남성은 콤팩테를 가장 선호하고 그 다음으로 플라스틱테를 선호한다.
5. 선글라스 테의 종류는 온테를 가장 선호하며, 여성이 남성보다 더 온테를 선호하는 비율이 높으며, 남성은 무테를 가장 싫어하고, 여성은 역산각테를 가장 싫어하였다.
6. 가장 선호하는 선글라스 테의 모양은 여성은 원형, 남성은 사각형이며, 가장 싫어하는 선글라스 테의 모양은 여성은 보잉형, 남성은 폭스형이다.
7. 얼굴형에 따른 선글라스 재질, 종류, 모양은 모두 통계적으로 차이가 없었다.
8. 남녀 성별에 따라 선호하는 테 종류, 싫어하는 테 종류, 선호하는 테 모양, 싫어하는 테 모양 모두 통계적 차이가 있었으므로 안경원에서 선글라스를 고객에게 권하거나 디자이너가 선글라스를 설계할 때 남녀를 구분해서 접근하는 것이 중요할 것으로 생각된다.

감사의글

본 논문은 2023년도 신한대학교 학술연구비 지원으로 연구되었음.

REFERENCES

- [1] Kim HD, Kim HJ. A study on face types and glasses wear of young peoples. *J Korean Ophthalmic Opt Soc.* 2007;12(3):35-38.
- [2] Won JH. A study on forms of sunglasses according to twenties men's facial forms. MS Thesis. Kookmin University, Seoul. 2015;129-131.
- [3] Cha JW. A study on preference for glasses design according to face shape. *J Korean Ophthalmic Opt Soc.* 2023;28(2):55-61. DOI: <https://doi.org/10.14479/jkoos.2023.28.2.55>
- [4] Kim JM, Park SY. A study on fashion eyewear preferences and purchasing behaviors of women in their 30s and 40s. *Bulletin of Korean Society of Basic Design and Art.* 2017;18(6):117-131.
- [5] Kim SY. A study on eyewear featured in fashion collections. *Journal of the Korean Society of Fashion Design.* 2014;14(1):85-100.
- [6] Choi KS. A study on the satisfaction of the frame materials. *J Korean Ophthalmic Opt Soc.* 2017;22(4):377-385. DOI: <https://doi.org/10.14479/jkoos.2017.22.4.377>
- [7] A study on eyewear design: new generation, laying stress on fashion sunglasses for woman.
- [8] Lee JK. An analysis on the characteristics of market segments according to attributes of tourists' selection of sunglasses. *J Korean Ophthalmic Opt Soc.* 2017;22(4):351-359. DOI: <http://dx.doi.org/10.14479/jkoos.2017.22.4.351>
- [9] America Hankook Ilbo. How to choose sunglasses that are right for you, 2021. [https://m.post.naver.com/viewer/postView.naver?volumeNo=31098736&memberNo=29936898&vType=VERTICAL\(May 8, 2024\)](https://m.post.naver.com/viewer/postView.naver?volumeNo=31098736&memberNo=29936898&vType=VERTICAL(May 8, 2024)
- [10] Holla. You can't just use anything, recommend sunglasses for each face type!, 2020. [https://post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=29163097&memberNo=45408110&vType=VERTICAL\(May 8, 2024\)](https://post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=29163097&memberNo=45408110&vType=VERTICAL(May 8, 2024)
- [11] Blue C. Recommended sunglasses for women: How to choose sunglasses according to face type, 2023. [https://overfull.tistory.com/entry/%EC%97%AC%EC%9E%90-%EC%84%A0%EA%B8%80%EB%9D%BC%EC%8A%A4-%EC%B6%94%EC%B2%9C-%EC%96%BC%EA%B5%B4%ED%98%95%EB%B3%84-%EC%84%A0%EA%B8%80%EB%9D%BC%EC%8A%A4-%EA%B3%A0%EB%A5%B4%EB%8A%94%EB%B0%A9%EB%B2%95\(May 8, 2024\)](https://overfull.tistory.com/entry/%EC%97%AC%EC%9E%90-%EC%84%A0%EA%B8%80%EB%9D%BC%EC%8A%A4-%EC%B6%94%EC%B2%9C-%EC%96%BC%EA%B5%B4%ED%98%95%EB%B3%84-%EC%84%A0%EA%B8%80%EB%9D%BC%EC%8A%A4-%EA%B3%A0%EB%A5%B4%EB%8A%94%EB%B0%A9%EB%B2%95(May 8, 2024)

얼굴형과 성별에 따른 선글라스 선호도 연구

차정원*

신한대학교 안경광학과, 교수, 의정부 11644

투고일(2024년 5월 12일), 수정일(2024년 5월 19일), 게재확정일(2024년 5월 20일)

목적: 소비자가 선글라스를 구매할 때 선호하는 선글라스의 재질, 종류, 모양에 관하여 조사해 본다. 또한 얼굴형에 따른 선글라스 디자인 선호도 차이와, 남녀의 선글라스 선호도 차이를 조사해 본다. **방법:** 수도권 소재 대학생 291명을 대상으로 얼굴형과 성별에 따른 선글라스 선호도를 설문조사하여 통계처리 하였다. **결과:** 얼굴형은 계란형(타원형)과 둥근형이 비슷한 비율로 가장 많았다. 여성은 플라스틱테와 콤비테를 선호하며, 남성은 콤비테를 가장 선호하고 그 다음으로 플라스틱테이다. 온테를 가장 선호하고 여성이 남성보다 더 온테를 선호하며, 남성은 무테를 가장 싫어하고, 여성은 역산각테를 가장 싫어한다. 여성은 원형, 남성은 사각형을 가장 선호하며, 가장 싫어하는 모양은 여성은 보잉형, 남성은 폭스형이다. **결론:** 얼굴형에 따른 선글라스 선호도의 차이는 없었다. 남녀의 성별에 따른 선글라스 선호도는 대부분 명확한 차이가 있었다. 안경원에서 선글라스를 권하거나 디자이너가 선글라스를 설계할 때 남녀를 구분해서 접근하는 것이 중요할 것으로 생각된다.

주제어: 선글라스 디자인, 선호도, 얼굴형, 성별, 대학생