

# 국내 시장에서 유통되는 식용 천일염 패키지 디자인의 색채 경향 연구

## A Study on Color Trend of Sun Dried Salt Package Design Distributed in Korea

전 미 옥, 노 황 우  
한밭대학교

Jun mi-ok, No hwang-woo  
Hanbat Univ.

### 요약

염관리법 제정 이후 천일염산업이 활성화되고 있다. 최근 미네랄과 칼슘 등의 풍부한 영양성분이 함유된 국내산 천일염의 판매량이 급증하고 있다. 우수한 품질이 알려지며 외국 시장에도 수출이 이루어지고 있다. 국내·외 시장에서 명품 천일염으로 자리 잡기 위해서는 품질이 우선이지만 패키지 디자인도 중요하다. 국내 수입 천일염 패키지의 다양한 색상보다 국내 천일염 패키지의 색상은 관용색을 주로 사용하고 있어 주목성이 떨어진다. 패키지디자인에서 색상은 중요한 요소 중 하나이다. 컬러 마케팅이 중요한 요즘 한 번 구입한 브랜드를 재구입할 수 있도록 소비자의 머리에 제품의 색상이 각인될 수 있는 컬러 선택이 중요하다. 이를 위해 수입 천일염 패키지디자인의 색상과 국내산 천일염 패키지디자인의 색상을 비교분석하여 국내 천일염 패키지디자인의 개선 방향을 모색하고 더 나은 부가가치를 창출하고자 한다.

## I. 서론

### 1.1 연구목적

천일염이란 일정한 공간에 바닷물을 가득어 놓고 햇빛과 바람으로 수분을 증발시키는 방법으로 얻는 소금을 말한다.

우리나라에서 천일염은 1963년 “염관리법” 제정 이후 45년간 광물로 분류되어 식품과는 무관한 것으로 인식되었다. 그러나 2007년 11월 천일염의 식용 허용을 위한 “염관리법”의 개정과 2008년 3월부터 천일염의 식용 판매가 허용되었고, 주무부처가 지식경제부에서 농림수산식품부로 이관되어 천일염이 식품으로 인정받게 되었다 [1]. 국내 천일염 시장이 주춤한 동안 세계 유명 소금은 소금 생산에 적합한 천혜의 자연환경과 특별한 전통의 생산, 유통 방식으로 차별화에 성공하여 세계적인 명품 소금이 국내에서 인기를 끌고 있다. 오랜 전통만큼 패키지디자인도 발전을 거듭해 왔다. 최근 국산 천일염의 우수성이 확인되어 해외 수출도 확대되고 있다. 국내 천일염 품질의 우수함은 인정받았으나 패키지 디자인은 수입 천일염 패키지보다 색채의 다양성이 부족하다. 내수 시장과 해외 시장의 경쟁력 확보를 위해 패키지 디자인의 개선이 필요하고 그 중에서 패키지디자인의 가장 중요할 수 있는 색채에 대해 연구할 필요가 있다.

### 1.2 연구범위

국내 신세계, 롯데, 현대백화점에서 판매중인 <표 1>

의 국내·외 천일염 상위 5개 브랜드를 선별하여 패키지 디자인의 색채에 대해 비교 분석하였다.

표 1. 국내 백화점에서 판매중인 국내-외 천일염

|   | 국내 제품명 / 회사명     | 수입 제품명 / 회사명       |
|---|------------------|--------------------|
| 1 | 신안섬 보배 (대상)      | 레이크 크리스탈 트루스트 (호주) |
| 2 | 오천년의 신비 (C제일제당)  | 몰튼 시 솔트 (미국)       |
| 3 | 3년 묶은 천일염 (해표)   | 게랑드 (프랑스)          |
| 4 | 신안바다천일염 (샘표)     | 트레살 (아르헨티나)        |
| 5 | 비온 뒤 첫 소금 (신안솔트) | 라바다 시 솔트 (이탈리아)    |

이렇게 분석된 자료를 토대로 천일염 패키지디자인 문제점을 분석하고 국내 소금 판매량의 수출 증가를 위한 연구 자료로 활용 할 수 있기를 기대한다.

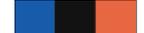
## II. 본론

### 2.1 천일염 패키지디자인의 색채 분석

패키지 디자인에 있어서 색상은 비언어적, 비형태적 요소로서 타사와의 차별화와 제품 이미지를 표현하는데 매우 중요한 시각요소의 하나이다 [2]. 코카콜라의 적색이나 칠성사이다의 녹색, 코닥의 노란색, 포카리스웨트의 파란색처럼 색상을 생각하면 제품이 떠오르듯 제품 패키지디자인에서 색채는 중요한 컬러마케팅이다. 패키지에서 70%이상을 차지하는 주조색, 25%이상을 차지하는 보

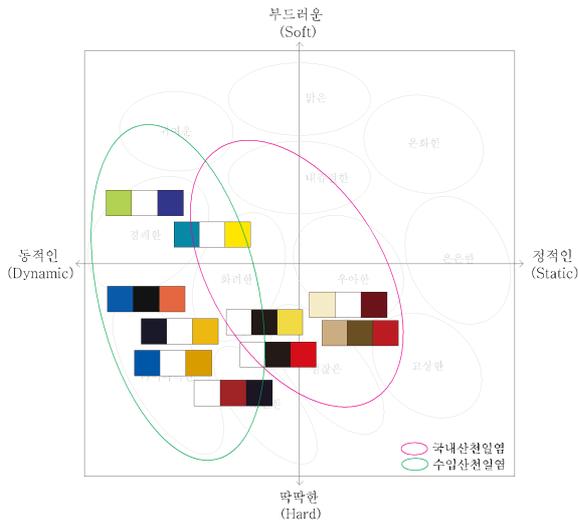
조색, 5%미만을 차지하는 강조색으로 나누어 <표 2>와 같이 국내·외 천일염의 색채 분석을 하였다.

표 2. 천일염 패키지디자인 색채분석

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
|  | 신안섬 보배<br>    |  | 레이크 크리스탈 트윈스트<br> |
|  | 오천년의 신비<br>   |  | 몰튼 시 솔트<br>       |
|  | 3년 묶은 천일염<br> |  | 게랑드<br>           |
|  | 신안바다천일염<br>   |  | 트레살<br>           |
|  | 비온뒤 첫 소금<br>  |  | 라바다 시 솔트<br>      |

<표 2>의 색채 분석 결과 국내 천일염 패키지 색상은 주로 청결, 맑은 등의 색의미를 가진 흰색이나 자연, 신뢰감 등의 색의미를 가진 갈색의 중성색을 주로 사용하였다. 반면 수입 천일염 패키지 색상은 신뢰감과 안전, 바다, 신선함 등의 색의미를 가진 파란색과 힘과 에너지 등의 색의미를 가진 빨간색, 자연, 생명력 등의 색의미를 가진 초록색 등 다양한 색상을 사용하였다. 색채 분석 결과 관용색을 사용한 국내 천일염 패키지 색상보다 다양한 색상을 사용한 수입 천일염 패키지 색상이 명시성, 주목성이 높음을 알 수 있다.

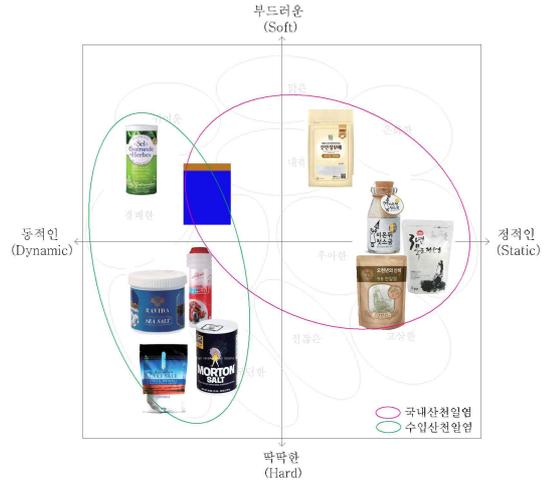
표 3. 국내·외 천일염 색상맵



<표 3>에서 국내·외 천일염 패키지 디자인에 사용된 색상을 분석한 결과 국내 천일염 패키지 디자인에 사용된 색상은 정적이면서 동적인 느낌의 컬러를 사용하여 화려하고 우아한 느낌을 준다. 수입 천일염 패키지 디자인에 사용된 컬러는 동적이고 딱딱한 컬러 사용으로 활동적이며 모던하고 화려한 느낌을 주는 색상을 사용하였

다. <표 3> 색상맵을 보면 국내·외 천일염 패키지 디자인 색상이 비슷하게 분포되어 있는 것을 볼 수 있다.

표 4. 국내·외 천일염 이미지맵



<표 4> 이미지맵 분석 결과 국내 천일염 패키지 디자인 색상은 정적이며 부드러운 색상 사용으로 온화하고 우아하며 고상한 느낌을 준다. 반면 수입 천일염 패키지 디자인 색상은 동적이고 딱딱한 느낌의 색상 사용으로 주로 활동적인 느낌의 색상을 사용 하였다. 국내 천일염 패키지 디자인 색상은 색상맵과 실제 제품의 이미지맵에서 보여지는 분포도가 다를 수 있다. 반면 수입 천일염 패키지 디자인 색상은 색상맵에서나 이미지맵에서나 비슷한 분포도를 보이고 있다. 분석한 결과 수입 천일염 패키지는 디자인 단계부터 색상의 마케팅 효과를 체계적으로 분석하여 실제 제품에 적용한 것을 알 수 있다.

III. 결론

국내 기존 천일염 제품의 패키지디자인은 관용색을 주로 사용하고 있다. 반면 외국 천일염 패키지디자인에서는 다양한 색상 사용으로 주목성을 높이고 있다. 컬러 마케팅의 중요성이 강조되는 지금 천일염 시장에서도 패키지디자인의 색채가 중요한 시점이다. 한 번 구매 했던 소비자가 다시 구매의욕을 느낄 수 있도록 소비자의 시선을 끌만한 색채를 사용하여 재구매시 쉽게 구별할 수 있도록 해야 한다. 동일 브랜드의 제품을 기억할 수 있도록 패키지디자인 색상을 맞추는 것도 고려해야 한다. 국산 천일염의 부가가치를 높여 세계 시장에 한국 천일염의 명품이미지를 구축하기 위해서는 국내산 패키지 디자인 색상도 색상맵과 이미지맵을 일치시켜 이미지 포지셔닝에 따른 컬러마케팅을 하고 패키지 디자인의 색상을 다양화 할 필요가 있다.

■ 참고 문헌 ■

[1] 박준모 “국내 천일염산업의 경쟁력 제고 방안에 관한 연구”, 산업경제연구, 제24권, 제4호, pp.2179-2205, 2011.  
[2] 최동신 외, 패키지 디자인, 안그래픽스 2006, p.100