

국내·외 탄산수 패키지 디자인의 색채 비교 연구

A Comparative Study on Colors of Internal and External sparkling water Package Design

박 소 희, 노 황 우
한밭대학교

Park So-hee, Noh Hwang-woo
Hanbat National Univ.

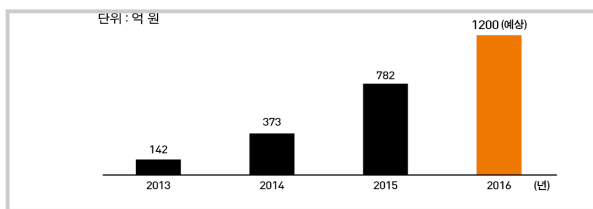
요약

최근 젊은 층을 중심으로 웰빙과 다이어트가 트렌드로 자리 잡으며 탄산음료보다 설탕과 인공첨가물 등이 첨가되지 않은 탄산수의 소비량이 급증하고 있다. 이에 국내 탄산수 시장이 엄청난 성장세를 보이고 있으며 국내·외 탄산수 브랜드간의 경쟁이 치열해지고 있다. 이러한 시장에서 경쟁력을 확보하기 위해서 소비자의 구매 욕구를 결정하는 중요한 요소인 패키지 색채의 연구가 필요하다. 본 연구는 현재 국내에서 유통되고 있는 국내·외 탄산수 각각 5개를 지정하여 패키지의 주조색과 보조색을 구분하고 비교분석하였다. 분석결과 한색계열의 색채를 주로 사용하는 국내 탄산수 패키지는 다양한 색채를 사용하는 수입 탄산수 패키지보다 주목성이 떨어짐을 알 수 있었다. 본 연구의 결과가 국내 탄산수 패키지 디자인의 경쟁력 강화에 도움이 되기를 기대한다.

I. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

최근 젊은 층을 중심으로 웰빙과 다이어트가 트렌드로 자리 잡으며, 설탕과 인공첨가물 등이 들어가지 않은 기능성 물인 탄산수를 이용하는 소비자가 급속도로 늘어나고 있다. 이에 국내 탄산수 시장은 2015년 기준으로 전년대비 400억 이상 성장하였으며, 2016년에는 1200억 원대의 큰 규모로 예상하기도 한다.[1]



▶▶ 그림 1. 국내 탄산수 시장 규모(시장조사기관 AC닐슨, 2015년)

국내 시장이 커짐에 따라 국내 탄산수 브랜드도 좋은 품질과 저렴한 가격으로 급속도로 성장하고 있으며, 수입 탄산수는 기존의 고급화 전략에서 벗어나 가격을 낮추고 판매처를 확대하여 대중화하는데 힘쓰고 있다. 시장의 활성화에 브랜드 경쟁이 더욱 커지고 있는 시점에 국내 탄산수의 품질은 인정받았으나 수입 탄산수 패키지보다 색채의 다양성이 부족하여 경쟁력 확보에 어려움이 있다. 본 연구는 국내시장에서 유통되고 있는 국내·외

탄산수 패키지의 색채를 비교 분석하여 국내 탄산수 패키지 디자인의 방향을 제시하고 취약한 부분을 보완하고자 한다.

2. 연구의 대상 및 방법

국내 온라인 시장인 11번가에서 판매량이 많은 국내·외 탄산수 각각 5개를 선정하여, 패키지의 주조색과 보조색을 분류하고 이미지맵과 색상맵을 활용하여 비교분석하였다.

표 1. 국내·외 탄산수 브랜드

국내 브랜드 / 회사명	수입 브랜드 / 수입국
1 트레비(롯데칠성음료)	1 페리에(프랑스)
2 씨그램(코카콜라)	2 산 펠레그리노(이탈리아)
3 초정탄산수(일화)	3 게를슈타이너(독일)
4 빅토리아(웅진)	4 폰테알레그라(이탈리아)
5 프라우(남양F&B)	5 페라렐레(이탈리아)

II. 국내·외 탄산수 패키지 디자인 색채 비교

1. 패키지 디자인과 색채

현대의 패키지디자인은 경쟁제품과의 차별성과 디자인 주목성을 가져야한다.[2] 인간의 오감 중 시각은 소비자들의 구매행동에 가장 많은 영향을 미치며, 그 중 색채의 영향력은 80%이상이다. 패키지 디자인의 시각적 표현 요

소 중 색채는 패키지의 형태보다 제품의 성격과 이미지를 쉽게 전달한다. 따라서 패키지에서 색채마케팅은 브랜드 이미지를 결정하는 중요한 요소이다.

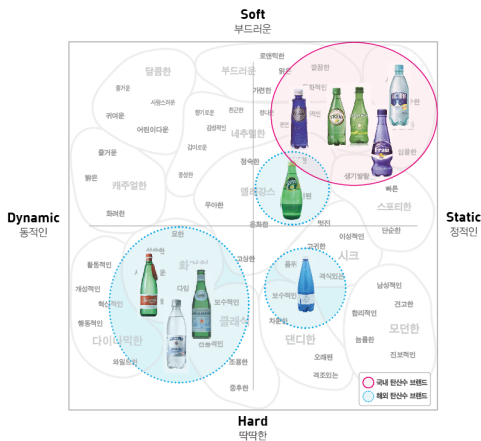
2. 탄산수 패키지 디자인 색채 분석

현재 국내에서 판매되고 있는 국내·외 탄산수 브랜드 각각 5개를 주조색과 보조색으로 나누어 <표 2>와 같이 색채를 분석해 보았다.

표 2. 탄산수 패키지 디자인의 색채 분석

국내 브랜드		수입 브랜드	
	트레비		페리에
	주조색		보조색
	씨그램		산벨레그리노
	주조색		보조색
	초정탄산수		게를슈타이너
	주조색		보조색
	빅토리아		폰테일레그라
	주조색		보조색
	프리우		페리렐레
	주조색		보조색

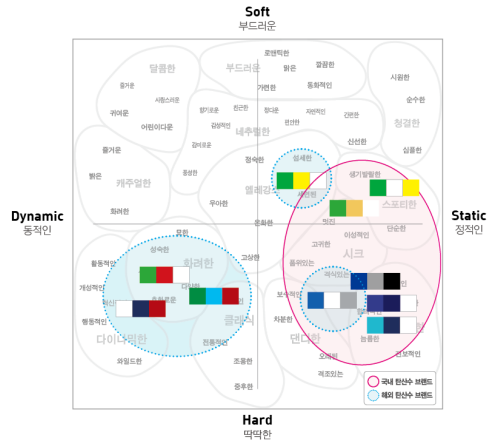
<표 2>의 분석 결과 국내 패키지는 주로 주조색을 자연, 신선, 청결의 의미를 가진 한색계열로 사용하였고 보조색은 유사한 색과 흰색을 사용하여 배색하였다. 반면에 수입 패키지는 주조색을 한색계열과 함께 청결, 맑음의 의미를 가진 흰색도 사용하였으며 보조색은 유사한 색과 더불어 대조색인 난색을 사용하였다. 색채 비교분석 결과 국내 탄산수 패키지보다 다양한 계열의 색채를 사용한 수입 탄산수 패키지의 주목성이 더 높음을 알 수 있었다.



▶▶ 그림 2. 국내·외 탄산수 이미지맵

<그림 2> 이미지맵 분석 결과 국내 탄산수 패키지 디자인은 정적이고 부드러운 색채를 사용하여 자연을 연상시키고 청결하고 맑은 느낌을 준다. 반면 수입 탄산수 패

키지 디자인의 색채는 다양하게 여러 영역으로 분포되어 세련된 느낌과 품위 있는 느낌, 클래식한 느낌 등 패키지마다 다양한 느낌을 준다.



▶▶ 그림 3. 국내·외 탄산수 색상맵

<그림 3> 색상맵 분석 결과 국내 탄산수 패키지에 사용된 색채는 정적이고 딱딱한 색을 사용하여 남성적인 느낌을 준다. 반면 수입 탄산수 패키지는 다양한 색채를 사용하여 동적이고 딱딱한, 정적이고 부드러운, 정적이고 딱딱한 3가지 영역의 색을 사용하여 다양한 느낌을 준다.

두 가지 맵을 분석해 본 결과 국내 탄산수 패키지 디자인 색채는 다양하지 못하고 이미지맵과 색상맵이 일치하지 않음을 알 수 있다. 반면에 수입 탄산수 패키지는 다양한 색채를 사용하며 포지셔닝이 일치한다. 이를 통해 수입 탄산수 패키지는 색채마케팅을 통한 체계적인 분석으로 패키지 각각의 개성을 차별성 있게 제작한 것을 알 수 있다.

III. 결론

본 연구에서는 국내·외 탄산수 패키지의 색채를 비교 분석 했으며, 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 국내 탄산수 패키지는 대부분이 한색계열의 색채배색을 사용하고 있어 차별성이 떨어져 다양한 색채를 사용하는 수입 탄산수 패키지보다 주목성이 떨어진다. 둘째, 국내 탄산수 패키지는 이미지맵과 색상맵의 포지셔닝이 일치하지 않아 브랜드 파워가 약해지는 단점이 있다.

이와 같은 연구 결과를 통해 점차 커지는 국내 탄산수 시장에서 뿐만 아니라 나아가 수출에 대비하여, 국내 탄산수 패키지는 브랜드마다 차별화된 다양한 색채를 사용하여 브랜드 로열티를 높여야하며, 경쟁력 확보를 위해 이미지맵과 컬러맵을 일치시켜 포지셔닝에 맞는 색채마케팅을 도입해야 할 필요가 있다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 시장조사기관 AC닐슨
- [2] Giles Calve, What is Packaging Design?, 2007, p.07