

# 개인의 색채이미지 유형에 의한 국내 색조화장품의 스토리 개발과 색채 계획

김 영 인\* · 주 미 영\*\* · 이 현 주\*\*\* · 김 희 연\*\*\*\*

연세대학교 생활과학대학 생활디자인학과 교수\* · 연세대학교 생활디자인학과 박사과정\*\* ·

연세대학교 생활디자인학과 박사과정\*\*\* · 연세대학교 생활디자인학과 박사과정\*\*\*\*

## A Development of the Color Story and Color Scheme for Domestic Makeup Product Based on the Personal Color Images

Youngin Kim\* · Miyoung Joo\*\* · Hyunjoo Lee\*\*\* · Heeyeon Kim\*\*\*\*

Professor, Dept. of Human Environment & Design, Yonsei University\*

Doctoral Course, Dept. of Human Environment & Design, Yonsei University\*\*

Doctoral Course, Dept. of Human Environment & Design, Yonsei University\*\*\*

Doctoral Course, Dept. of Human Environment & Design, Yonsei University\*\*\*\*

(2004. 8. 21 투고)

### ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the makeup color range for developing the new makeup product line of domestic cosmetic brand, and suggest the special color stories and color palettes appropriate to characteristics of brand image.

For this study, personal color images are analyzed and classified through the literature survey of Korean womens' skin color like korean PCDS and japanese PCS. Also, a total of 3879 colors were selected from the 18 cosmetic brands and were analyzed by hue/tone color system. Based on the color analysis, the color range for makeup products are determined, and the typical colors of 4 personal color images are suggested.

As a results, personal color images are classified into 4 types: DEW of p, lt, b tone; FLASH of s, v tone; MIST of ltg, g, sf, d tone; TERRA of dk, dkg, dp tone. we developed the color stories through five senses and lifestyles based on the consumers' emotion, and the color palettes suitable to each type of personal color images are developed.

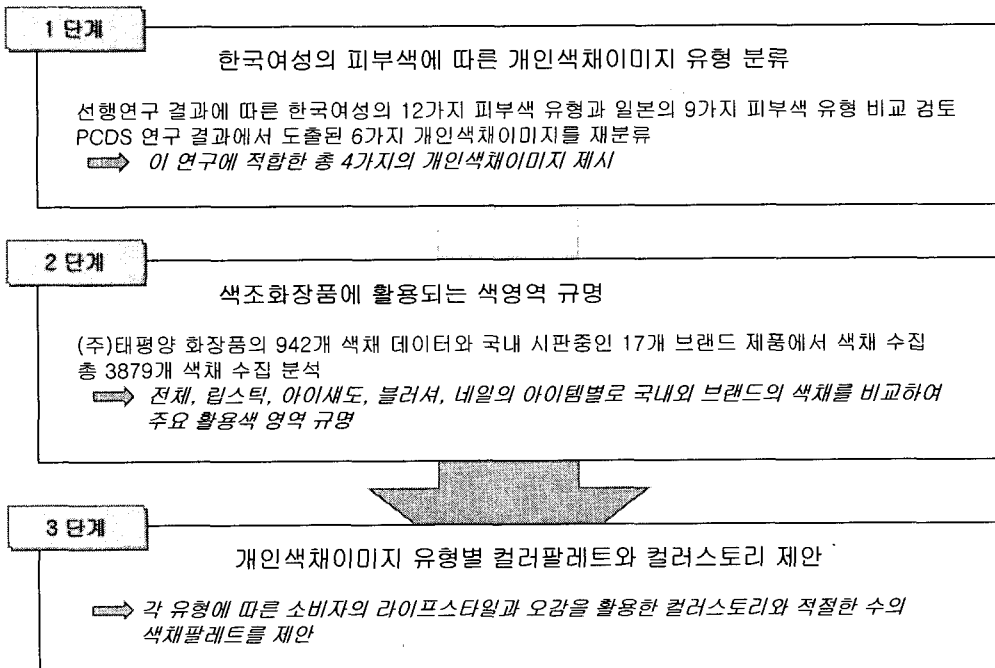
Key words: skin color(피부색), personal color image(개인색채이미지), makeup colors(색조화장품 색채), five senses(오감), color story(컬러스토리)

## I. 서론

산업사회를 거치면서 기술적으로 비슷한 품질을 가지게 된 수많은 상품 속에서 소비자들은 감각적 경험과 감성을 보다 중요한 요소로 인식하게 되었다. 이러한 현상은 현대에 있어서 대부분의 소비영역에서 나타나는 특징이다. 색조 화장품에 있어서도, 개인의 이미지를 형성하고, 개성이 돋보이는 외관을 표현하는데 있어 중요한 역할을 하는 감정적인 제품에 대한 선호가 지속적으로 증가하고 있다. 색조화장품은 사람의 피부에 직접적으로 적용하는 것이므로, 개인의 피부, 머리카락 등의 신체색과 조화되어 돋보이게 해야 하는 고유의 색채영역을 가지고 있다. 색조제품의 개발에는 이러한 색채특성을 고려해야하며, 유행색 경향을 시의적절하게 예측, 반영하여 기획하는 것이 중요하다. 즉, 소비자의 신체색과 라이프스타일 연구는 물론, 기존 제품에 대한 선호도, 시장 동향, 사회적 가치의 변화에 따른 유행경향 등을 분석하여 색채기획에 반영할 수 있는 필요한 정보로 체계화하여야 한다<sup>1)</sup>. 예를 들어,

기능성 화장품 중심에서 색조화장품의 개발로 브랜드 영역을 확장하고 고유한 브랜드 이미지를 창출하고자 하는 국내 기업의 경우에도 소비자의 특성에 대한 이해를 바탕으로 색조제품에 대한 다각도의 연구가 되어야 한다. 국내소비자의 피부색, 기존 색조제품의 색채영역, 브랜드 컨셉의 적용 등에 대한 분석결과를 고려한 색조제품 기획에 관련된 연구가 중요한 실정이다.

따라서 이 연구에서는 국내 화장품회사의 색조제품 개발에 필요한 고유한 컬러스토리과 색채영역을 제안함으로써, 여성의 감성을 만족시킬 수 있는 색조제품을 창출하는데 기여하고자 하였다. 즉, 국내의 대표적인 기능성 화장품으로 인지되어 있는 IOPE 브랜드의 타겟인 20대 후반부터 30대 초반까지의 활동적이고 이지적인 한국 여성이 사용하는 색조제품 개발에 효율적으로 적용할 수 있는 컬러스토리과 그에 따른 색채팔레트를 제안하는데 이 연구의 목적이 있다. 이를 위하여, 첫째, 선행연구를 토대로 한국여성의 피부색에 따른 개인색채이미지 유형을 분류하고, 둘째, 주요 브랜드 색조화장품의 색채를



<그림 1> 이 연구의 수행단계

수집, 분석하여 색조화장품에 활용되는 색영역을 규명하며, 셋째, 이를 토대로 개인색채이미지 유형별 컬러팔레트와 컬러스토리를 제안하였다.

연구방법으로는 피부색 및 색조제품의 색과 관련한 문헌연구를 실시하였으며, 선행 연구를 토대로 한국 여성의 피부색 영역을 고찰하고, 그에 따른 개인색채이미지 유형을 분류하였다. 피부색과 개인색채이미지 유형에 관하여는 선행연구인 (주)태평양의 Personal Color Design System<sup>2)</sup>(이후 PCDS로 표시)에서 도출한 한국인의 12가지 피부색과 일본 PCS(Personal Color System)의 3 베이스 컬러시스템(Three Base Color System)에서 사용하는 9가지 피부색<sup>3)</sup>을 비교 검토하고, 이를 토대로 PCDS 연구 결과에서 도출된 6개의 개인색채이미지를 4개의 개인색채이미지로 유형화하여 연구에 활용하였다.

또한, 국내외 주요 화장품 브랜드 색조제품의 색채를 수집하여 분석하는 조사연구를 병행하여 색조화장품에 활용되는 색영역을 규명하였다. 색채수집은 선행연구인 "색조제품의 유행색 데이터 관리를 위한 색채분석"<sup>4)</sup>에서 수집된 (주)태평양 화장품의 942개 색채 데이터와, 국내외 색조화장품 브랜드에서 색조제품의 판매와 홍보를 위해 제시한 색채를 대상으로 하였다. 이 연구에서 분석된 색채는 총 3879개로 국내 브랜드에서 1504개, 국외브랜드에서 2375개가 수집되었다. 색채 분석은 먼셀 색체계와 일본의 PCCS의 색조 분류를 활용하였으며, 4개의 개인색채이미지 유형별로 색조화장품 품목별 대표색을 추출하였다.

최종적으로 각 유형에 따른 소비자의 라이프스타일과 오감을 활용한 컬러스토리와 적절한 수의 색채팔레트를 제안함으로써 소비자의 감성에 보다 쉽게 소구할 수 있는 색조제품을 개발할 수 있도록 하였다.

## II. 개인색채이미지의 유형 분류

개인에게 잘 어울리는 색은 피부색과 밀접한 관계가 있다. 피부색에 어울리는 색을 선택하면 피부

가 더 깨끗하고 생기 있어 보이며, 눈동자와 머리카락 색과도 조화를 이루면 더욱 자연스러운 효과가 나타나게 된다<sup>5)</sup>. 그러므로 개인의 피부색에 따라 적절한 색채를 사용할 수 있도록 소비자를 유형화하고 각 유형에 적절한 색조화장품을 제안함으로써 개인에 대한 맞춤 효과를 주어 감성적 만족을 얻을 수 있게 된다.

개인색채이미지 유형(Personal Color System)에 대한 초기의 선행연구는 바우하우스에서 교편을 잡고 있던 요하네스 이텐(Johannes Itten)이 학생들의 외관, 성격, 선호 색상의 색조가 그들의 피부색, 모발색, 눈동자색과 관계가 있다는 것에 주목했던 것에 그 시초를 둔다. 사람들에게 어울리는 색채 그룹에 대한 기본적인 개념은 색의 언더톤(undertone)으로 이는, 다색배색에 있어서 전체적으로 지배적인 색을 고려한 배색 기술을 사람에게 대해서도 적용시킨 것이다. 색의 언더톤은 전체에 푸른빛이 느껴지는 블루베이스(blue-base), 노란빛이 느껴지는 옐로베이스(yellow-base)가 있다. 이러한 배경을 기초로 1940년 미국의 수잔 케이질(Suzanne Caygill)이 사람의 피부색 그룹을 분류하고 피부, 머리카락, 눈의 색으로부터 개인색채를 결정하는 방법을 개발하였다. 그 이후, 게이리 피크니(G. Pickney)가 제안한 개인색채를 사계절에 대응시키는 방법과 같이 서양에서 주로 활용하는 개인색채 시스템으로는 피부색을 blue base와 yellow base로 구분하여 따뜻한 유형과 차가운 유형으로 나누고, 머리카락 색과 눈동자 색의 대비 정도를 고려하여 4계절에 대응하는 방법이 사용되고 있다. 이는 캐롤 잭슨(Carole Jackson)의 저서 'Color me beautiful (1981)'의 출간으로 더욱 더 대중화 되었는데<sup>6)7)</sup>, 캐롤 잭슨은 따뜻한 피부를 가을과 봄, 차가운 피부를 겨울과 여름으로 분류하였다. 그러나 서양인에 비해 피부색과 머리카락 색의 변화는 다양하지 않고 명도대비가 높게 나타나는 동양인들의 경우에는, 이러한 4계절 분류를 사용할 경우 대부분 겨울 유형에 속하는 결과를 보이게 되므로 동양인의 섬세한 피부색 변화에 따른 적절한 색채계획에 활용하기 어렵다는 문제가 있다.

그러므로 본 연구에서는 한국 여성에 적절한 개

인색채이미지 유형을 분류하기 위해 (주)태평양의 PCDS에서 제안한 한국인의 12가지 대표 피부색과 6가지 개인색채 유형을, 일본 PCS에서 사용하고 있는 3-base color system의 피부색과 함께 비교 분석한 후, PCDS와 PCS에서 유사하게 나타나는 유형을 조절하여, 최종적으로 한국 여성에 적합한 개인색채이미지 유형을 4가지로 분류하였다.

## 1. 국내 선행연구에 의한 한국 여성의 피부색 특성 분석

(주)태평양의 PCDS 연구<sup>8)</sup>에서는 국내 선행 연구의 결과를 토대로 한국여성의 피부색을 특성화하였다. 한국인의 피부색과 머리카락 색을 측색하여 남녀 유형별로 분류한 박화순의 '대학생들의 피부색과 머리카락 색에 따른 개인색채유형 분류'<sup>9)</sup>와 이민아의 '한국 여성의 피부색 분류와 의상 선호색에 관한 연구'<sup>10)</sup>, 그리고 (주)태평양의 표준 제품색 연구보고서의 내용을 종합하여 분류 기준을 마련한 후, 한국 여성의 대표 피부색 유형을 총 12가지로 제안하였다. '한국인의 피부표준색표 연구'의 데이터에서 추출된 30색의 대표색 중에서 15개의 개인색채이미지 분류를 위한 대표색을 선정하고, 이를 다시 태평양에서 제품 방문판매 시 사용하는 표준 피부 8색의  $L^*a^*b^*$ 값과 비교하여 실제 피부색에 근접하도록 12색의 대표 피부색을 선정하였다. 이 12피부색은 노란빛이 있는 그룹의 3가지 피부색과 붉은 빛이 있는 그룹의 3가지 피부색, 그리고 중간 그룹의 6가지 피부색으로 구분되었고,  $L^*$ 값이 72인 피부색을 중심으로  $L^*$ 값의 간격이 6이 되도록 하였다. 이때의  $L^*$ 값은 개인색채이미지 분류를 위한 값이므로 원래 피부색에 비하여 시각적으로 밝은 피부색을 실제 자신의 피부색으로 인지하는 경향이 있다는 실험 결과<sup>11)</sup>를 토대로 실제 측색치보다 상향 조정한 값이다.

이 연구에서는 (주)태평양의 PCDS 연구를 토대로 한국 여성의 개인색채이미지를 분류하였으며 그 결과를 보다 세부적으로 검증하기 위하여 일본의 PCS에서 사용하고 있는 3-base color system과 비

교 분석하여 한국 여성의 피부색 특성을 재정리하고, 보다 적절하게 수정하여 사용하였다.

일본 PCS체계의 피부색은 색상과 색조에 의해 분류되는데 색상은 피부의 언더칼라 (under color)를 기준으로 3종류의 블루베이스 blue-base(cool shade color), 옐로베이스 yellow-base(warm shade color), 노베이스 no-base color(neutral shade color)로 나뉜다. 이를 다시 명도에 따라 밝은(light), 중간(normal), 어두운(dark)의 3개의 톤으로 분류하였다<sup>12)</sup>. PCS의 'blue-base'는 PCDS 연구의 '붉은빛 피부형'과 동일한 개념이다. 이 두 경우는 실제 피부색의 측색치를 개인색채이미지 분류체계에 적합하게 활용할 수 있도록 간격을 조정하여 정한 값이므로 이를 비교하면 두 나라의 개인색채이미지 분류에서 활용하는 피부색의 차이를 알 수 있다. PCS에서 사용하는 9개의 피부색과 한국여성의 피부색 12유형의  $L^*a^*b^*$ 값을 비교한 결과, 일본여성의 피부색은  $L^*=71.6$ 을 기준으로 아래  $L^*=61.7$ , 위  $L^*=81.3$ 로  $L^*$ 값이 10 간격으로 되어 피부의 밝기를 폭넓게 수용하도록 되어있다. 이에 비해 한국여성의 대표 피부색 12에서는  $L^*=72$ 인 피부색을 중심으로  $L^*$ 값이 아래, 위로 6간격으로 세분화되므로 일본의 경우보다 피부색의 편차가 더 적게 설정된 것을 알 수 있다. 또한, <그림 2>에서 보는 것과 같이 일본여성의 피부색이 노란빛 쪽으로 약간 치우친 경향을 나타내고 있는 것을 알 수 있다.

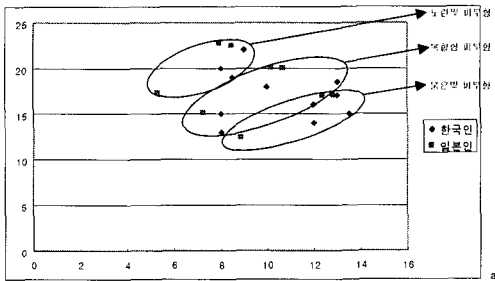
<표 1>은 이 연구에서 활용한 PCDS의 12 피부색과 일본의 9피부색의  $L^*a^*b^*$  값을 비교한 것이다.

## 2. 피부색과 머리카락 색을 기준으로 한 개인색채이미지 유형

개인색채이미지 유형은 주로 피부색과 머리카락 색의 명도 차이에 의한 상대적 대비 정도에 의해 정해지는 것이다. 신체색 중 눈동자의 색은 얼굴 전체에 비해 영향력이 적으므로 개인색채 분류에 영향을 미치지 않는 것으로 나타난 선행 연구<sup>13)</sup> 결과를 참고하여 이 연구에서는 피부색과 머리카락 색의 두 변수에 따라 개인색채이미지를 유형화하였다.

<표 1> PCDS 연구에서 추출한 한국의 12피부색과 일본의 9피부색의 L\*a\*b\* 값 비교

한국			일본			한국			일본			한국			일본		
노란빛피부형			yellow-base			복합빛피부형			no-base			붉은빛피부형			blue-base		
L*	a*	b*	L*	a*	b*	L*	a*	b*	L*	a*	b*	L*	a*	b*	L*	a*	b*
			81.4	5.3	17.3	82	8	15	81.4	7.3	15.1				81.4	8.9	12.4
78	8	20				78	10	18				78	12	16			
72	8.5	19	71.6	8	22.8	72	8	13	71.6	10.2	20.1	72	13.5	15	71.6	12.4	16.9
66	9	22				66	10	18				66	12	14			
			61.7	8.5	22.5	63	13	17	61.7	10.7	20				61.7	12.8	17



<그림 2> 한국의 12피부색과 일본의 9피부색의 a\*b\* 공간 비교

이는 개인에게 어울리는 색채의 색조를 결정하는 요인이 되는데, 피부색이 밝고 머리카락색이 어두워서 색의 대비정도가 크면, 채도가 높은 색이 어울리며, 대비정도가 낮으면 채도가 낮은 색이 어울린다<sup>14)</sup>. 이 연구에서는 PCDS와 PCS<sup>15)</sup>에서 제안한 개인색채이미지 유형을 토대로 대상 브랜드에 적합한 개인색채이미지 유형을 도출하였다. PCDS에서는 한국여성의 12피부색을 노란빛 피부형/ 복합빛 피부형/ 붉은빛 피부형으로 나누고, 피부색과 6종류의 머리카락 색을 조합한 후, 유사한 이미지를 묶어 lt & p / b / ltg & g / d & dp / v & s / dk & dkg 유형의 총 6가지의 개인색채이미지로 분류하였다. PCS에서는 피부색을 blue-base, yellow-base, no-base의 3가지 색상으로 나누고, 이를 다시 밝은 색조(lt, p), 선명한 색조(v, s, b), 어두운 색조(dp, dk, dkg), 칙칙한 색조(g, ltg, sf, dl)로 구분한다. 즉, 서양인을 대상으로 한 대표적인 4계절 분류에 의하면 한국인과 일본인의 경우는 모두 겨울 유형으로 분류되어, 동양인을 대상으로 하는 경우에

는 유형을 다르게 세분화할 필요가 있으므로 이를 색조 분류로 보완한 것이다. 따라서 (주)태평양의 PCDS와 일본의 PCS에서는 4계절 유형보다 세분화하여 피부색을 3가지 색상유형으로 구분하고 다시 머리카락 색과의 대조 정도에 따라 4-6가지 색조에 의한 개인색채이미지 유형으로 구분하고 있다.

PCDS와 PCS에서는 공통적으로 피부색 밝기를 3가지로 나누고 각각을 다시 노란빛, 복합빛, 붉은빛 혹은 blue-base, no-base, yellow-base의 3가지로 세분화하여, 머리카락 색과의 대비를 통해 개인색채이미지를 색조로 분류하여 제안하고 있는데 반해, 이 연구에서는 노란빛, 복합빛, 붉은빛의 피부색보다는 기본 파운데이션 색채의 밝기를 중심으로 한 밝은 피부, 중간 피부, 어두운 피부의 3유형으로 단순화하여 머리카락 색과의 대비를 고려하였다. 이는 고객의 개인색채이미지를 분류할 때 소비자와 판매원이 최대한 효율적으로 활용 가능하도록 단순화한 것인데, 색조화장품의 경우 피부색 자체보다는 파운데이션을 바른 상태에서 표현되는 경우가 대부분이므로 현장에서 신속하게 판별하기 어려운 피부색 대신 소비자 개개인이 사용하는 파운데이션 색채의 3가지 밝기를 중심으로 분류를 하는 것이 보다 실용적이기 때문이다. 류영미, 이미영의 선행연구<sup>16)</sup>에서도 한국인의 피부색을 밝기에 따라 흰피부, 보통피부, 검은피부의 3가지 유형으로 분류하였다.

PCDS에서는 박화순의 연구<sup>17)</sup> 결과와 연세대학교 감성발달심리 연구실의 모발 색상 연구 결과를 토대로 염색을 고려하여 머리카락색을 6가지의 유형으로 세분화하였다. 그러나, 이 연구에서는 밝기

중심으로 밝은 머리, 중간 머리, 어두운 머리로 분류하여 활용도를 높이는데 중점을 두었다. 즉, 밝은 머리는 L\*값 30 이상, 중간 머리 L\*값 20-30, 어두운 머리는 L\*값 20미만으로 단순화하여 피부색과의 대비에 의한 개인색채이미지 분류에 활용하도록 하였다. PCDS에서 제안한 6가지 한국인의 머리카락 색 유형 분류표는 다음 <표 2>와 같다.

<표 2> PCDS 연구에서 추출한 한국인의 머리카락 색 유형 분류표

구분	노란빛 머리색			복합빛 머리색			붉은빛 머리색		
	L*	a*	b*	L*	a*	b*	L*	a*	b*
밝은 머리색	밝은 갈색								
	34	19	27						
중간밝기 머리색	갈색			밤색			붉은밤색		
	29	15	20	23	8	12	27	13	13
어두운 머리색				검정			암밤색		
				16	1	3	19	10	7

이에 따라, 이 연구에서는 피부색의 밝기에 의해 L\*값 78이상의 밝은 피부, L\*값 72 정도의 중간 피부, L\*값 66이하의 어두운 피부의 3 가지로 세분화하고, 머리카락색의 밝기에 따라 밝은 머리, 중간 머리, 어두운 머리로 세분화한 뒤, 이들의 조합에 의해 연한 이미지(lt 이미지), 선명한 이미지(v 이미지), 수수한 이미지(g 이미지), 어두운 이미지(dk 이미지)의 4가지의 개인색채이미지 유형을 도출하였다. 다음의 <그림 3>은 PCDS와 PCS의 선행 연구를 토대로 IOPE 브랜드의 개인색채 유형을 분류하는 과정을 나타낸 것이다.

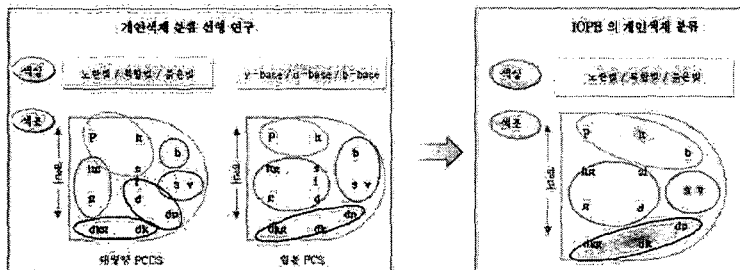
개인색채이미지의 유형은 '자연, 인간, 과학'의 IOPE 브랜드 컨셉을 반영하여, 자연의 4 원소 개념을 도입하고 각 유형의 특성과 연결시켜 물을 의미하는 DEW, 불의 FLASH, 공기의 MIST, 땅의 TERRA로 명명하였다. 자연의 4원소인 물, 불, 공기, 땅은 우리가 자연을 인식하고 재현하는 주요 대상이며, 동서양과 시대를 초월하여 존재하는 보편적인 것으로, 4 원소의 물질이 갖는 이미지는 감성을 분류하는데 보다 창의적인 대안을 제시해 줄 수 있으며, 이를 통해 자연, 인간, 과학의 브랜드 컨셉을 감성적으로 구체화할 수 있다. 각 유형의 내용은 다음과 같다.

1) lt 이미지 (밝은 이미지): DEW

밝은 피부와 밝은 머리카락색의 조합으로 대조도가 낮으며 밝고 섬세한 이미지를 지니는 유형이다. 여성스럽고 로맨틱한 이미지로, light, pale, bright 색조와 같은 밝은 색이 어울린다. 아침햇살이 이슬방울에 영롱하게 비치는 이미지를 나타내는 DEW로 명명하였다

2) v 이미지 (환한 이미지): FLASH

밝은 피부와 중간 또는 어두운 머리카락 색의 조합으로 중간 또는 높은 대비가 나타나는 유형이다. 밝고 활발하고 건강한 이미지로 vivid, strong의 채도가 높은 색이 어울린다. 햇빛을 받은 큐빅처럼 반짝거리는 빛의 화려한 이미지를 나타내는 FLASH로 명명하였다.



<그림 3> PCD와 PCS의 선행 연구를 토대로한 IOPE의 개인색채 유형 도출

3) g 이미지 (은은한 이미지): MIST

중간피부와 밝은 머리카락이나 중간밝기의 머리카락, 또는 어두운 피부와 밝은 머리카락 색의 조합으로 대비 정도가 낮거나 중간인 유형이다. 회색조의 차분함을 지니는 이지적인 이미지로 grayish, light grayish, soft, dull 색조의 은은한 색이 잘 어울리며, 안개 낀 숲 속의 은은한 이미지, 물안개가 피어오르는 호숫가의 차분한 이미지를 나타내는 MIST로 명명하였다.

4) dk 이미지 (어두운 이미지): TERRA

중간피부와 어두운 머리카락 색, 또는 어두운 피부와 중간이나 어두운 머리카락 색의 조합으로 낮은 대비정도를 지니는 유형이다. 깊은 색감을 가진 세련되고 고급스러운 인상을 주는 유형으로 deep, dark, dark grayish 색조의 색이 잘 어울리며, 땅의 풍부함과 안정된 이미지를 나타내는 TERRA로 명명하였다.

〈표 3〉은 피부색과 머리카락 색의 조합에 따라 분류한 개인색채이미지 유형을 시각적으로 나타낸 것이다. 개인색채이미지 유형에 따라 어울리는 패션 이미지나 색채이미지가 다르게 표현되므로 색조화장품 개발을 위한 기초자료로 활용하였다.

Ⅲ. 색조화장품에 활용되는 색영역의 분석

국내 여성을 대상으로 하는 브랜드의 색조화장품에 적합한 색영역을 규명하기 위해서 선행 연구<sup>18)</sup>에서 수집된 (주)태평양 색조제품의 색채와 함께, 시판되고 있는 주요 브랜드의 색조화장품 색채의 특성을 분석하였으며, 조사방법과 결과는 다음과 같다.

1. 연구방법

· 색조화장품에 활용되는 주요 색채 영역을 분석하기 위하여, 선행 연구<sup>19)</sup>에서 수집한 (주)태평양의 1972년부터 2001년까지의 홍보를 위한 제품색 942개 이외에 2003년 7-8월 국내 4개 브랜드에서 562개, 해외 13개 브랜드에서 2375개의 총 3879개의 색채를 수집 분석하였다. 분석대상 브랜드는 국내 시판 화장품 브랜드들의 포지셔닝 결과를 토대로 세분시장에서 높은 시장 점유율을 가지며 백화점에 입점된 브랜드를 기준으로 선정하였다. 이들 브랜드 중에서 판매와 홍보를 위하여 인터넷 홈페이지에 아이템별 제품 카탈로그를 색채 팔레트와 함께 제시하고 있는 브랜드를 최종 선정하여 제품 색채를

〈표 3〉 피부색과 머리카락 색의 조합에 따른 개인색채이미지 유형

피부색 \ 머리카락	밝은 머리카락	중간 머리카락	어두운 머리카락
밝은 피부 (노란빛, 복합빛, 붉은빛)	밝은 이미지 DEW lt, p, b	환한 이미지 FLASH	환한 이미지 FLASH
중간 피부 (노란빛, 복합빛, 붉은빛)	은은한 이미지 MIST	은은한 이미지 MIST	어두운 이미지 TERRA
어두운 피부 (노란빛, 복합빛, 붉은빛)	은은한 이미지 MIST	어두운 이미지 TERRA	어두운 이미지 TERRA

수집하였다. 제품 색채는 photoshop에서 RGB값을 추출한 후, 이를 다시 HV/C,  $L^*a^*b^*$ 값으로 치환하였다. 이 연구의 목적이 시대별 유행색의 고찰보다는 색조화장에서 주로 활용하는 색채를 규명하기 위한 것이므로 (주)태평양의 제품에서 수집한 색과 타브랜드의 제품에서 수집한 색의 시간적 차이는 고려하지 않았다. 색채 분석에 사용된 모니터 3대에서 수집된 동일한 색채의 값을 비교한 결과 모니터상의 색채차이는 나타나지 않았으며, 실제제품으로 립스틱 10 개의 샘플을 구매하여, 카다로그의 색채와 실제 색채의 차이를 검증하는 과정을 거쳤다. 립스틱 실제제품에 광택이나 필이 있는 경우는 시감비색한 결과 실제보다 모니터의 채도가 높게 나타나,  $L^*a^*b^*$ 값에 있어서 약간의 차이를 보이지만 색조의 변화는 나타나지 않아, 인터넷상의 색채 수집으로 분석이 가능한 것으로 검증되었다. 특히 모니터의 색채와 실제 색 간의 가장 차이가 많은 v 색조인 경우에는 실제 색보다 모니터상의 채도 값이 더 높게 나왔으나 결과적으로 색조는 동일한 vivid 영역에 해당되어 색조 영역을 중심으로 구성되는 이 연구의 분석에는 타당한 것으로 나타났다. 이와 같은 색채 분석을 토대로 아이템별로 색채특성을 대표할 수 있는 대표색을 선정하였으며, 이때 채도값이 실제보다 매우 높게 나온 색값들은 제외하였다.

이 연구의 색채자료는 면셀 색체계에 의한 10 색상과 40 색상 분석, 색조는 PCCS에 의한 p(pale), ltg(light grayish), g(grayish), dkg(dark grayish), lt(light), sf(soft), d(dull), dk(dark), b(bright), s(strong), dp(deep), v(vivid)의 12색조 및 무채색으로 분류하여 분석하였다.

## 2. 색조화장품의 색채 특성

### 1) 전체 색채 특성

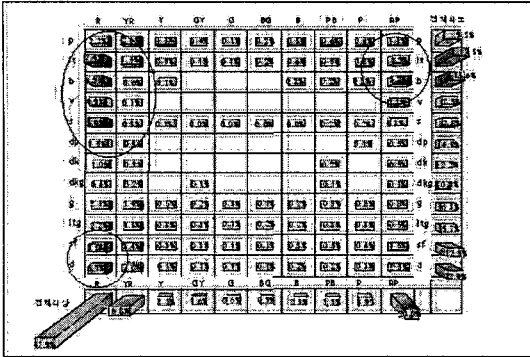
수집된 총 3879 개의 색채 중, 유채색은 3767 개, 무채색은 112 개였으며, 본 연구에서는 유채색만을 분석에 활용하였다. <그림 4>는 전체 색조제품의 색채 분석 결과를 색상에 따른 색조 분포로 제시한 것이다.

전체 분포에서는 lt, b, s, sf, d 색조의 R 색상의 비중이 높게 나타나, 색조화장품에서는 주로 부드럽고 밝은 붉은색 계열의 색채를 많이 사용하고 있음을 알 수 있다. 반면, dp, dk, dkg의 어둡고 진한 색조는 모든 색상군에서 적은 비중을 차지하고 있다. 색조 화장품의 경우 이와 같은 어둡고 진한 색조는 입체적인 화장을 위한 아이터미나 아이세도 등을 제외하고는 많이 쓰이지 않고 주로 화사하고 여성스러운 색채가 선호되고 있다. 전체적인 색상의 분포에서는, Red(47.9%), RedPurple(20%), YellowRed(16.8%)의 색상이 많이 나타난데 반해, Green(0.6%), BlueGreen(0.9%) 색상은 거의 사용되지 않는 것으로 나타났다. 40색상으로 분석하면, 7.5R(14.1%), 5R(12.2%), 10R(10.9%), 2.5R(10.7%), 10RP(8.6%)의 순으로 빈도가 분포하여, 색조화장품의 색상은 주로 주황색을 약간 띤 붉은 계열이 많은 것으로 나타났다. 반면, 녹색이나 청록색의 푸른색 계열은 1% 미만으로 적게 나타나 특정 아이터미를 제외하면 사용되지 않고 있다. 이와 같이 색조 화장품의 색채가 붉은색 중심으로 사용되는 것은 색조 화장을 통해 보다 여성스럽고 로맨틱한 이미지를 연출하고자 하는 요구에 의한 것으로 분석할 수 있다. 또한, 푸른색에 비해 붉은색 계열의 색채는 피부를 보다 화사하고 건강하게 보이게 하므로 색조 화장품의 색으로 적합하다고 하겠다.

색조 분포에 있어서는 전반적으로 lt 색조(17.5%)의 비중이 가장 높게 나타났으며, b(13.6%), sf(12.5%), d(12.4%) 등으로 주로 중채도의 중명도, 고명도의 색조가 많이 사용된 것으로 분석되었다.

국내의 브랜드에서 수집한 총 3879 개의 색채를 비교 분석한 결과, <그림 5>와 같이 국내 브랜드의 경우 b, s 색조의 R 색상, sf 색조의 YR 색상, lt, d, sf 색조의 R 색상이 많이 나타났으나, 해외 브랜드의 경우 lt, b, v, d, sf 색조의 R 색상 및 b 색조의 RP 색상의 비중이 높았다. 또한, R 계열을 제외하면, 국내의 경우는 sf 색조의 YR 색상이 많이 제안된 것에 비해, 국외의 경우는 b 색조의 RP 색상이 많이 사용되었다. 즉, 같은 붉은 계열의 색채에서도 국내 브랜드의 경우에는 노란빛을 띠는 색이 선호



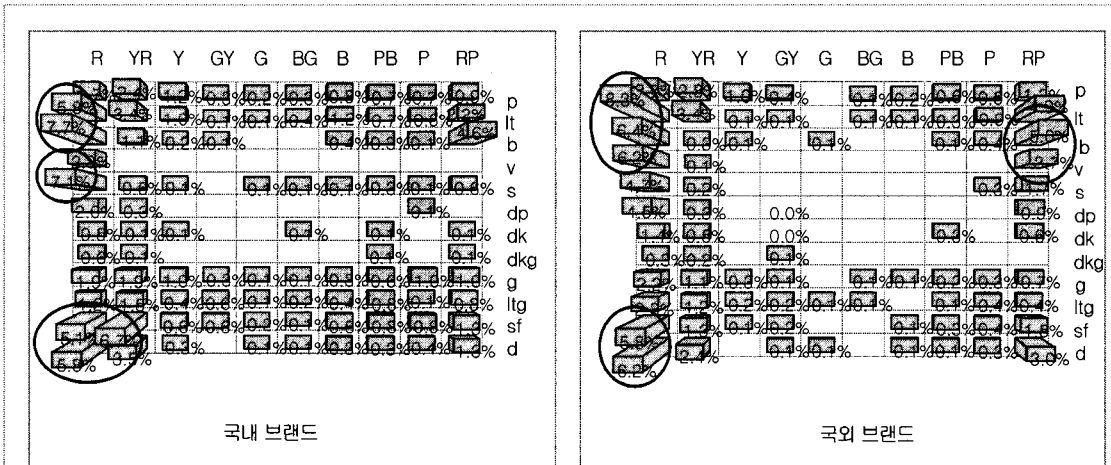


〈그림 4〉 국내의 색조화장품의 전체 색상/색조 분포

되는 반면, 국외 브랜드의 경우에는 푸른빛을 띠는 색이 선호되는 것을 알 수 있다.

차이가 있으므로, 이를 보다 구체적으로 분석할 필요가 있기에 립스틱, 아이섀도, 블러셔, 네일의 4가지 아이템 별로 나타나는 특징적인 색채 영역을 분석하였다. 립스틱의 수집된 색채는 1860개였으며, 아이섀도는 1154개, 블러셔는 380개, 네일은 485개가 수집되었다. 각 아이템별 색채의 특성을 분석하기 위해 〈그림 6〉과 같이 색상에 따른 색조 분포를 살펴보았다.

립스틱은 b, s, d 색조의 R 색상이 가장 많은 분포를 보여, 밝고 선명한 빨간색과 중채도, 저명도의 빨간색 등 다양한 레드계열의 색이 가장 선호되는 것을 알 수 있다. 다음으로는 b 색조의 RP 색상의 비율이 높아, 립스틱 제품에서는 주로 빨간색, 벽돌



〈그림 5〉 국내의 색조 화장품의 색상/색조 분포

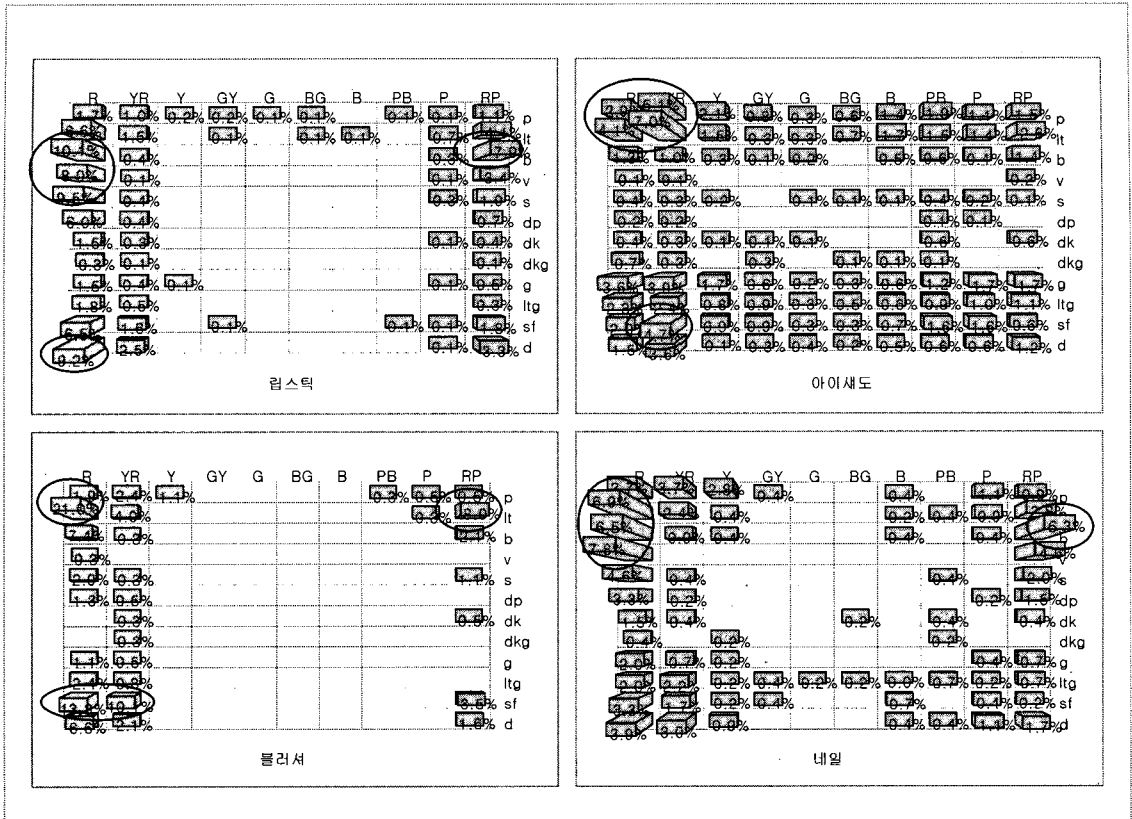
또한, 국외 브랜드 제품에는 국내 제품에서는 거의 사용되지 않은 아주 선명한 빨간색이 선호되는 특징을 보였다. 이상의 결과로, 국내 브랜드에서는, 노란빛을 띤 붉은 계열을 주 색영역으로 하며, 선명한 v 색조 보다는 b나 s 색조 영역에서 색을 제안하는 것이 적절한 것으로 나타났다.

## 2) 아이템별 색채 특성

색조 제품에서는 각 아이템별로 적용되는 색채에

색, 분홍색, 연지색 등이 주로 사용되는 것으로 나타났다. 립스틱에서는 v 나 s, b 색조와 같은 생동감 있는 색채가 많이 사용되는 것이 특징이며, 립글로스에서는 다양한 p 색조의 색들도 제안되고 있다.

아이섀도는 색조 화장품 중에서 가장 다양한 색채가 사용되고 있는 아이템으로, 다른 제품에서는 거의 사용되지 않는 G이나 BG, B 색상까지 다양하게 사용된다. 색조는 p, lt, g, sf 등의 부드러운 색조를 중심으로 분포하는 것이 특징이다. 주로 YR



〈그림 6〉 국내외 색조화장품의 아이템별 색상/색조 분포

색상의 lt, sf, p 색조, R 색상의 lt 색조인 산호색, 살구색, 연한 베이지색, 연한 분홍색 등이 많이 사용되었다. 색채 분포가 비교적 다양하나, 아이섀도의 경우도 여전히 R, YR과 RP 색상의 비중이 가장 높다.

블러셔는 R 계열의 색상에 집중적으로 분포한다. lt, sf 색조의 R 색상이 가장 많이 사용되었고, sf 색조의 YR 색상, lt 색조의 RP 색상도 많다. 주로 연하고 밝은 다양한 색의 분홍색, 밝은 살구색 등이 사용되며, 다소 어두운 브라운 계열을 제외하면, 안색을 화사하게 돋보이게 해주는 밝고 부드러운 색채를 중심으로 제안된다.

네일에서는 주로 v와 lt, b 색조의 R 색상이 많이 나타났으며, b 색조의 RP 색상의 비중이 높았다. 이는 선명한 빨간색, 연하고 밝은 분홍색 등으

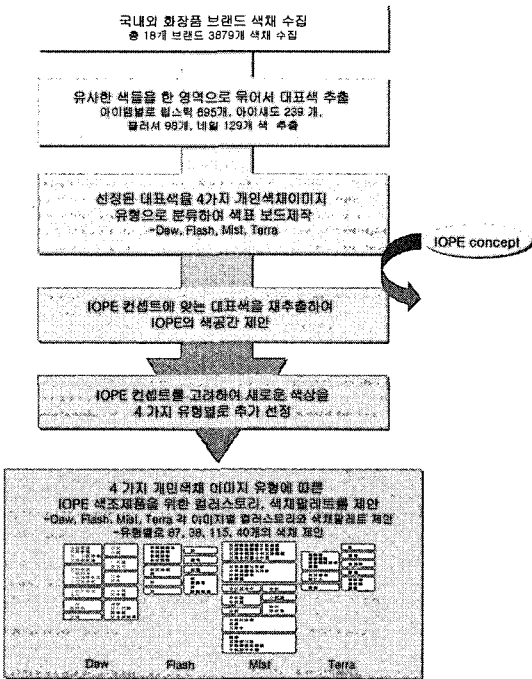
로 역시 R 계열 색채를 중심으로 제안되지만, P이나 PB 색상도 사용되며, 약간 회색편 색채도 나타난다. v 색조의 비중이 높은 것 역시 특징적이라고 하겠다.

아이섀도 제품을 제외한 다른 화장품의 경우 B와 G 계열은 거의 사용되지 않았으며, 특히, v 색조의 Y와 G 등 색감이 강한 색조는 색조 화장품의 색으로는 선택되지 않고 있다

### 3) 개인색채이미지 유형에 따른 대표색 추출

이상과 같이 색조화장품에 쓰이는 색채 영역에 대한 분석 결과를 토대로 하여 아이템별로 많이 사용되는 색을 중심으로 대표색을 추출하였다. 대표색 추출은 일차적으로 선행연구<sup>20)</sup>에서 이루어진 색차에 의한 추출방법을 응용하여 색채공간에서의 조밀

도를 고려한 대표색 추출 방법을 사용하였다. 색차 ΔE 값이 1.5보다 작아 육안으로 차이를 구별하기 힘든 유사한 색들을 한 영역으로 묶어 대표색을 정하고, 이들 대표색과 수치상으로 가장 유사한 색표(Pantone, NCS, COS 등 활용)를 선정하였다. 선정된 색표는 시각으로 다시 재분류한 후, 유사한 것끼리 묶어 최종 대표색을 추출하였다.



〈그림 7〉 대표색 추출을 통한 색조화장품 색채 기획과정

이 연구 결과, 립스틱 695개, 아이섀도 239개, 블러셔 98개, 네일 129개의 대표색이 선정되었으며, p, lt, b 색조는 Dew 유형, s, v 색조는 Flash 유형, ltg, g, sf, d 색조는 Mist 유형, dk, dkg, dp 색조는 Terra 유형으로 분류하였다. 이는, 화장품 브랜드에서 주로 활용하는 색조제품의 대표색을 아이템별로 4가지 유형으로 나누어 분류함으로써 추후의 IOPE 색채기획에 참고하여 활용할 수 있도록 한 것이다.

색조화장품 관련 선행연구에서는, 개인의 피부색과 유사한 색을 띤 색상군이 가장 잘 어울리는 색채로 나타났으며, 개인색채이미지와 패션색채의 이

미지와는 유사한 색채 특성을 보인다<sup>21)</sup>는 결과가 나타났다는 점을 고려하여 대표적 색채팔레트 이외에 4가지 유형별 컨셉에 적합한 색채를 추가로 선정하여 최종적으로 IOPE의 고유한 컬러팔레트를 제안하였다. 즉, 개인색채이미지가 차분한 경우, 중채도 색상의 색조제품이 잘 어울리므로 이를 고려하여 〈그림 7〉과 같이 IOPE 컬러팔레트의 색조를 선정하였다. 또한, 브랜드에서 관리하는데 있어 적절한 색의 개수를 고려하여, 총 300개 이내의 색으로 한정하여 제안하였다.

이와 같이, 색조 화장품에서 주로 사용하는 색채영역을 이 연구의 목적에 부합하는 아이টেבל로 분석한 후, 브랜드 컨셉과 소비자 개인색채이미지에 적합하도록 고유한 색 영역을 제안하였다.

#### IV. 개인색채이미지 유형에 따른 컬러스토리 제안

개인색채이미지 유형에 적합하게 선정한 색채를 현대 여성 소비자의 감성에 쉽게 소구할 수 있도록 라이프스타일과 오감을 고려한 컬러스토리로 제안하였다. 오감을 활용할 경우 제품의 이미지를 다차원적 측면에서 감성적으로 전달할 수 있다. 본 연구에서는 IOPE의 '자연, 인간, 과학'의 컨셉을 고려하여 오감과 관련된 자연의 움직임을 담아낸 스토리를 설정하고 구성하였다. 4가지 컬러스토리와 각 스토리에 해당하는 오감적 요소의 특징은 다음과 같다.

##### 1) DEW의 컬러 스토리

DEW는 밝은 얼굴색과 밝은 머리카락 색을 가진 부드럽고 섬세한 이미지의 여성을 위한 개인색채이미지 유형이다.

이들 유형의 소비자는 여성스럽고 로맨틱한 패션 이미지를 가지며 light, pale, bright 색조의 밝은 색이 어울리므로, 대표색 중에서 light, pale, bright 색조의 여성스러운 색채들을 DEW 이미지를 위한 제안색으로 선정하고, 브랜드 컨셉에 어울리는 새로운 색채로서 반짝임이 있는 실버(silver)를 추가하였다.

총 87개의 색을 선정하였으며, 이중 대표색에서 활용한 색은 58개, 브랜드 컨셉과 스토리를 고려하여 새로 추가한 색은 29개이다.

### 2) FLASH의 컬러 스토리

FLASH는 밝은 얼굴색과 중간 또는 어두운 머리카락 색을 가진 환한 이미지의 여성을 위한 개인색채이미지 유형이다.

밝고 활발하고 건강한 FLASH 이미지를 표현하기 위하여 대표색 중에서 vivid, strong 색조의 선명하고 채도가 높은 색채들을 제안색으로 선정하였다. 색조 화장이라는 특수성을 고려하여, 인접한 색조 중에서 FLASH 이미지와 어울리면서도 부드러움을 더해 줄 수 있는 bright 색조를 추가로 선정하고, 브랜드 컨셉에 어울리는 새로운 색채를 추가하였다. 총 38개의 색을 선정하였으며, 이중 대표색에서 활용한 색은 16개, 새로 추가한 색은 22개이다.

### 3) MIST의 컬러 스토리

MIST는 중간 밝기의 얼굴색에 밝은 또는 중간 머리카락 색을 가지거나, 어두운 피부의 얼굴색에 밝은 머리카락 색을 가진 은은한 이미지의 여성을 위한 개인색채이미지 유형이다.

MIST 이미지는 회색조의 차분하고 이지적인 이미지 유형으로 grayish, light grayish, soft, dull 색조의 색이 잘 어울리므로, 이들 색조의 은은하고 부드러운 색채들을 제안색으로 선정하고, 유사한 이미지로 브랜드 컨셉에 어울리는 새로운 색채를 추가하였다. 총 115개의 색을 선정하였으며, 이중 대표색에서 활용한 색은 89개, 새로 추가한 색은 26개이다.

### 4) TERRA의 컬러 스토리

TERRA는 중간 밝기의 얼굴색과 어두운 머리카락 색을 가지거나, 어두운 피부의 얼굴색과 중간 또는 어두운 머리카락 색을 가진 세련되고 고급스러운 개인색채이미지 유형이다.

풍부하며 깊은 TERRA 이미지를 표현하기 위한 대표색으로 진하면서 격조 있는 deep, dark, dark grayish 색조의 색을 선정하였다. 또한 브랜드 컨셉에 어울리는 새로운 색채로서 다양한 gold를 추가하였다. 총 40개의 색을 선정하였으며, 이중 대표색에서 활용한 색은 10개, 새로 추가한 색은 30개이다.

<표 4>와 <표 5>는 4 가지 개인색채이미지 유형별 시각, 청각, 후각, 촉각, 미각의 오감에 따른 이미지와 각 유형별 대표색을 정리한 것이다.

<표 4> 개인색채이미지 유형별 오감 이미지

오감	구분	DEW	FLASH	MIST	TERRA
시각	빛	· 이슬, 유리 등을 통한 영롱한 빛	· 큐빅을 통한 반짝임	· 망사를 투명한 부드러운 빛 · 물안개 사이로 비치는 희미한빛	· 역광 · 영롱(iridescent)한 빛
청각	음악	· 뉴에이지 음악	· 댄스 팝	· 현악 클래식	· 재즈
후각	향기	· 깨끗하고 낭만적인 향	· 시원하고 독소는 향	· 은은하고 부드러운 향	· 진하고 깊은 향
촉각	움직임	· 산들바람처럼 부드러운 움직임	· 역동적인 움직임	· 가볍게 떨리는 움직임	· 깊은 울림이 있는 움직임
	촉감	· 샴페트 같은	· 얼음 알갱이가 씹히는	· 우유처럼 부드러운	· 점도가 높은
	소재	· 시폰, 실크세틴	· 져지, 나일론, 세틴	· 개버딘, 폴란넬	· 벨벳, 레이스, 모피
미각	맛	· 깔끔한, 산뜻한	· 상큼한, 신선한	· 은은한	· 진한, 풍부한
	음식	· 허브차, · 꽃으로 만든 차	· 이국적이고 신선한 과일	· 부르익은 과일즙, · 부드러운 밀크가 섞인 음료	· 대지의 풍부한 영양을 담은 과일주, 와인, 초콜렛

<표 5> 개인색채이미지 유형별 컬러팔레트

구분	DEW	FLASH
색채 팔레트		

## V. 결론

이 연구에서는 국내 여성의 피부색과 머리카락 색의 대비정도에 따라 4가지의 개인색채이미지 유형을 분류하고, 색조 화장품에 주로 쓰이는 색채특성분석을 토대로 색조화장품 아이템별 대표색을 추출하여 개인색채이미지 유형에 적합한 컬러팔레트를 선정하였다. 이를 토대로 국내 브랜드의 색조제품 개발에 적용하기 위한 컬러스토리를 제안하였다. 이 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, (주) 태평양의 PCDS와 일본의 PCS에서 조사한 피부색 영역과 개인색채이미지 분류를 비교 분석하여 총 4가지의 개인색채이미지 유형을 제안하였다. 각 이미지 유형은 자연의 4원소의 개념에 기초하여 DEW, FLASH, MIST, TERRA 로 명명하였다. DEW는 밝은 피부와 밝은 머리카락 색의 조합으로 대조 정도가 낮으며 밝고 섬세한 이미지를 지니는 유형이다. FLASH는 밝은 피부와 중간 또는 어두운 머리카락 색의 조합으로 중간 또는 높은 대비가 나타나는 유형으로 밝고 활발하고 건강한 이미지를 가진다. MIST는 중간피부와 밝은 머리카락이나 중간밝기의 머리카락, 또는 어두운 피부와 밝은 머리카락 색의 조합으로 대비 정도가 낮거나 중간인 유형이다. 마지막으로, TERRA는 중간피부와 어두운 머리카락 색, 또는 어두운 피부와 중간이나 어두운 머리카락 색의 조합으로 낮은 대비정도를 지니는 유형이다.

둘째, 현재 국내외에서 활용되고 있는 색조 화장품의 색영역과 그 특성을 규명하고, 이를 바탕으로 색조화장품의 아이템별 대표색을 선정하였다. 총 3879색 중에서 최종선정한 대표색은 립스틱 695개, 아이섀도 239개, 블러셔 98개, 네일 129개 색이었다.

셋째, 4가지 개인색채이미지 유형에 따라 오감에 기초한 컬러스토리를 개발하고 색채팔레트를 제안하였다. DEW, FLASH, MIST, TERRA의 4가지 유형의 특성에 따라 소비자의 감성을 만족시킬 수 있는, 오감을 활용한 컬러스토리를 개발하였으며, 각 이미지별로 87, 38, 115, 40개의 색채팔레트를 제안하였다.

이 연구에서는 기존의 색조 화장품 브랜드에서 트렌드 중심의 색채제안을 하던 것과는 달리 화장품 영역에서 활용되는 색채특성을 과학적으로 분석하고 소비자 유형에 따른 구체적 개인색채를 제안하였다는 점과 소비자의 감성과 화장품 브랜드 컨셉에 적합한 컬러스토리를 개발하여 구체적으로 학문적 연구결과를 제품화하였다는데 의의가 있다.

## 참고문헌

- 1) 김영인 (2004). 한국여성의 색조화장, 서울: 도서출판 국제, p. 6.
- 2) 김영인, 이지현 외 (2003). Personal Color Design System 개발. (주)태평양 연구보고서.
- 3) Sumie Matsuura, 이영아 역 (2003). 퍼스널컬러진단. 부산여자대학 피부미용과. 한국인체예술학회 주최 workshop 자료집, pp. 8-10.
- 4) 김영인, 주미영 외 (2001). 색조제품의 유행색 데이터 관리를 위한 색채분석. (주)태평양 연구보고서.
- 5) Howard & Dorothy Sun, 나선숙 역 (2003). 내 삶에 색을 입히자. 서울: 예경, pp. 153-156.
- 6) Sumie Matsuura, 이영아 역. 앞의 책, p. 1.
- 7) 김경순 (1999). 피부색과 어울리는 메이크업 색상의 이론적 고찰. 한국미용학회지, 5(1), p. 54.
- 8) 김영인, 이지현 외. 앞의 책.
- 9) 박화순 (2001). 대학생들의 피부색과 머리카락색에 따른 개인색채유형 분류. 한국의류학회지, 25(3), pp. 516-524.
- 10) 이민아, 김구자 (2002). 한국 여성의 피부색 분류와 의상 선호색에 관한 연구. 한국의류학회지, 26(1).
- 11) 김영인, 이지현 외. 앞의 책, p. 25.
- 12) Sumie Matsuura, 이영아 역. 앞의 책, pp. 6-10.
- 13) 박화순. 앞의 책, pp. 516-524.
- 14) Sumie Matsuura, 이영아 역. 앞의 책, p. 9.
- 15) Sumie Matsuura, 이영아 역. 앞의 책, p. 9.
- 16) 류영미, 이미령 (2000). 효과적인 메이크업을 위한 색채 연구. 한국미용학회지, 6(1), p. 89.
- 17) 박화순. 앞의 책, pp. 516-524.
- 18) 김영인, 주미영 외. 앞의 책.
- 19) 김영인, 주미영 외. 앞의 책.
- 20) 김영인, 추선형, 조주연 (2003). 국내 패션업계 활용색의 북종별 대표색 추출과 데이터 베이스 구축. 한국색채학회 동계학술대회 발표논문집, p. 63.
- 21) 김영인, 이지현 외. 앞의 책, p. 47.