

# 나이, 성 별 선호색과 감성이미지에 의한 자동차 색에 대한 비교 연구

이창민<sup>†</sup>, 신광현<sup>\*\*</sup>

## 요 약

감성 세대로의 진입에 따라 소비자들의 선호 색을 반영한 자동차 선호 색상을 개발하려는 연구가 진행되고 있다. 본 연구에서는 제품 디자인과 소비 심리에 영향을 줄 수 있는 계층별 선호색과 감성 이미지에 의한 자동차 색에 대하여 조사 하였다. 조사 대상은 연령대 별, 성별에 따라 남, 여 20대, 30대, 40대, 50대 이상을 기준으로 8분류로 나누어 각각 30명씩 실시하였다. 선호 색상은 검은색, 흰색, 하늘색, 보라색, 분홍색, 주황색 순으로 나타났으며 검은색, 흰색, 회색을 제외한 색상은 파란색, 노란색, 보라색 순으로 나타났다. 감성적인 자동차 색상을 색상으로 보여주었을 때와 색상으로 보여주지 않았을 때 차이가 있음을 알 수 있었다. 이는 좋아하는 색상은 감성에 따르고 있으나 실제로 자동차 이미지가 보수적으로 인식되어 밝은 유채색 차의 선택을 주저하고 있음을 보여준다. 즉 아직은 감정표출에 있어 소극적임을 보여주고 있는 것이다.

## The Comparison Study Against Preference Colors and Emotional Image of Car Colors According to an Age and Gender

Chang-Min Lee<sup>†</sup>, Kwang-Hyun Shin<sup>\*\*</sup>

## ABSTRACT

Depending on the launch of the emotional generation, many researches developing the automobile preference color which reflects the preference color of the consumers are advanced. This study investigate preferred colors and emotional image of the car color reflecting the product design and consuming psychology. According to surveyed ages and gender, there are eight categories (women/20 's, 30 's, 40 's, and 50 's and men/20 's, 30 's, 40 's, and 50 's) based on the 30 persons. Preferred color is black, white, sky blue, purple, pink, and orange order. If black, white and gray are excluded, remained in the order of blue, yellow, and purple. There are big defereces on preference color when emotional preference color of cars is showed or not. Practically, the preference color is following in sensitivity. However the car image is recognized actually with conservativeness, they hesitates selection of the bright chromatic color car.

**Key words:** Car Color(자동차 색상), Color Image Scale(색채 이미지 스케일), Emotional Image(감성이미지), Sensibility(감성), Human Technology(인간 기술)

※ 교신저자(Corresponding Author): 이창민, 주소: 부산시 부산진구 엄광로 995(614-714), 전화: 051)890-1659, FAX: 051)890-2627 E-mail: cmlee@deu.ac.kr  
접수일: 2011년 11월 2일, 수정일: 2011년 12월 16일  
완료일: 2012년 1월 6일

<sup>†</sup> 종신회원, 동의대학교 산업경영공학과  
<sup>\*\*</sup> 준회원, 동의대학교 산업경영공학과  
(E-mail: shin9330@nate.com)

※ 본 연구는 동의대학교 교내 연구 (2010AA157) 지원으로 수행되었음.

## 1. 서 론

21세기의 사회가 물질적, 정신적으로 풍요로워짐에 따라 예전의 소비자들이 제품의 선택에 비용과 가치의 효율성을 중시했으나 현대의 소비자들은 제품의 기능이나 디자인뿐 아니라 감성을 중요한 기준으로 여기고 있다[1]. 감성이란 외부의 물리적인 자극에 의한 감각, 지각으로부터 인간의 내부에서 일어나는 감각적 체험으로 쾌적감, 고급감, 불쾌감, 불편함 등의 복합적인 감정을 말하며 감성을 적용한 감성 제품은 과거에 새로운 기술을 내세우던 하이테크 제품이나 디자인을 강조한 하이테크 제품과 비교하여 기술과 디자인에 사용자의 문화와 미적 감각을 반영시켜 진정으로 개인의 삶의 질을 향상시킨다는 의미에서 하이컬쳐 제품이라고 제안되며[2], 제품의 디자인은 소비자들이 선호하게 될 제품의 감성을 파악하여 구체적인 제품의 형상으로 변환하여 소비자 만족도를 향상 시키는 효과를 가지게 된다[3,4]. 또한 기업들의 기술 및 생산력의 격차가 줄어들면서 품질보다는 디자인과 색상 등 제품의 감각적 특성이 더 중요한 구매 포인트로 전환되어 가고 있어 인간의 감성이 제품 판매에 중요 요소로 정의되고 있다.

감성 제품을 개발하는 것에 대한 연구로 정의되는 감성공학은 인간의 감성을 정성적, 정량적으로 측정, 평가하여 이를 제품이나 환경 설계에 응용하며 보다 편리하고 안락하고 안전하게 하고 더 나아가 인간의 삶을 쾌적하게 하고자 하는 기술로 사용자의 감성을 만족시켜 기쁨과 만족을 충족 할 수 있는 제품을 설계하는 것에 목적을 두고 있다. 특히 감성이 사람마다 차이가 크고 표현 자체가 모호하여 그 정보를 처리하기가 어려운 특성을 가지고 있어 이러한 인간의 다양한 감성 중에서 공통적인 속성을 추출하고 제품 개발에 응용하기 위하여 평가, 분석하는 감성공학적 기법이 발달하였다[5].

자동차는 동적인 인간-기계시스템이며, 오감특성에 부합된 성능 및 모양의 실현 등 실현 과제가 많다. 그렇기 때문에 이를 추진하는 단계에서 개발차량을 대상으로 제품기획, 개발부문에서 인간의 특성해명에 대한 연구를 다양화하고 있다. 일본의 인간 생활 과학기술의 연구용역에서도 이 분야 대한 많은 기술 등이 포함되고 있음을 보면 알 수 있다[6].

이러한 연구들은 소비시장의 발전으로 인해 더 이

상 생산자의 시장이 아닌 요구에 의해 움직이는 소비 시장으로 변모함에 따라 생활의 풍요로움에 대한 갈망과 함께 사용자를 감동시킬만한 사용 편리성이나 인텔리전트함 등 세밀한 부분까지 신경 쓰지 않으면 소비시장에서 도태되기 때문이라고 할 수 있다[7].

감성공학의 설계 요소 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 색채는 제품의 품격과 가치를 완성시키고 이미지를 전달하여 감각 반응을 일으키는 주요 요소로서 정의되고 있다. 이것은 색채의 의미가 제품의 이미지를 내포하는 기본적 중요 요소이며 소비자들이 제품을 선택할 때 제품의 색상에 자신의 심리를 반영하여 구매를 결정한다고 할 수 있다[8]. 또한 색채는 일상생활에서 심리적으로 인간의 감정과 정서에 많은 영향을 주고 있어 감성 요소 중 특히 그 중요성이 강조되고 있다[9].

이러한 감성요소 중 색채를 이용한 방법론적 접근 방법이 전반적인 산업 제품의 디자인에 있어서 많은 연구 사례들이 소개되고 있다. 하지만 개발 역사가 100년이 되어가며 최근 20년 동안 디자인의 혁신적인 변화가 이루어진 자동차 색상에 대해서는 의외로 색채 요소에 관한 감성공학적 분석은 미흡한 실정이다[10]. 자동차는 과거에는 단순히 이동 수단에서 현재는 자신을 표현하는 수단으로 선택된 자동차의 디자인과 색채로 이루어진 공간을 통하여 개인의 이미지가 형성되기도 한다. 따라서 자동차에 대한 소비자들의 색채 기호를 파악하는 일은 중요한 의미를 가질 수 있다.

이에 본 연구는 소비자들의 색채심리와 자동차 기호 색상을 반영하여 소비자들의 기호를 만족시킬 수 있는 자동차 선호 색상을 개발하는 것을 목적으로 세부적으로는 연령, 성별에 따른 기호도 차이를 선호 색과 감성 이미지를 적용하여 자동차 선호 색상을 도출하고자 한다.

## 2. 연구 내용

### 2.1 감성공학 적용 기법-SD법[Semantic Differential Method]

본 연구에서 적용한 감성 공학 기법으로는 의미분법[SD법]을 사용하였다. 1959년 미국의 심리학자 찰스 오스굿이 고안한, 개념의 의미 내용 분석 방법으로 일반적으로 [크다-작다], [좋다-나쁘다], [빠

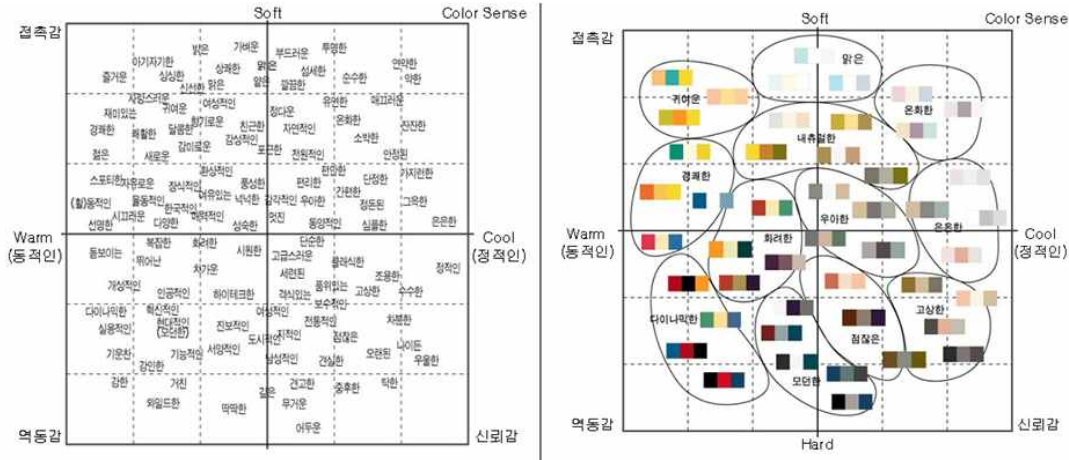


그림 1. 칼라 이미지 스케일

르다-느리다] 와 같이 상반되는 의미의 형용어를 짝 지는 ‘평점척도’를 10-50개를 사용하여 어떤 ‘개념’의 말이 우리의 뇌리에 연상시키는 내용을 그 강도에 따라 평정하여 각 개인이 목적물의 의미를 어떻게 받아들이는가를 측정하기 위하여 사용 된다. 감성공학에서는 각 대상이 상품 등 목적물에 대해 어떠한 이미지를 갖고 또 태도를 취하는가를 측정하기 위해 사용한다[11].

2.2 설문조사 및 분석

2.2.1 설문지 조사 및 분석

본 연구는 한국인의 계층별 선호색과 감성 이미지에 의한 자동차 색에 대하여 연구하기 위하여 계층별 선호색과 감성 이미지에 의한 자동차 색에 대한 설문 조사를 실시하였다. 설문 대상은 일반인 남, 여 20대, 30대, 40대, 50대 이상을 기준으로 8분류로 나누어 각각 30명씩 실시하였다.

설문조사 항목은 직업별, 자동차 소지 여부에 대한 유무, 현재 소유 하고 있는 자동차 색의 만족 유무, 자동차 색의 다양화 필요성에 대한 의견, 자신이 좋아하는 색상 및 자동차 색으로 구성되어 있다.

감성적인 색상을 알아보기 위한 형용사는 산업자 원부의 지원으로 I.R.I 색채연구소에서 Color Image Scale을 토대로 개발된 자료인 칼라 이미지 스케일 그림 1로 조사하였으며 좋아하는 색상 및 자동차 색에 적절한 색의 선택은 Web Safe Color 그림 2로 조사하였다[12,13].

조사 결과 내용을 정리하고 이를 SAS 프로그램을 이용하여 형용사 쌍을 분석한 후 연령대 별, 성별로 순위를 분석하였다.

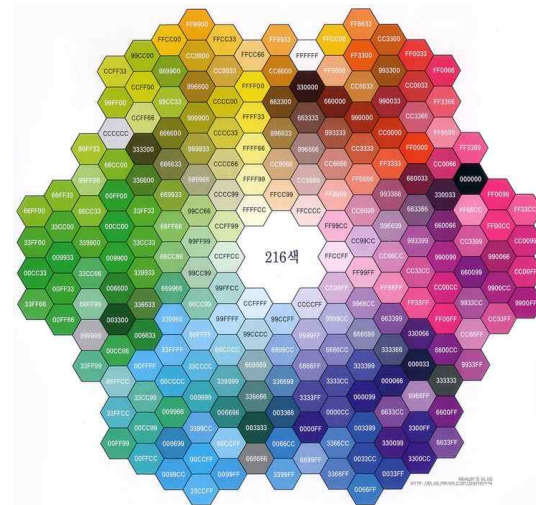


그림 2. Web Safe Color

2.2.2 계층별 선호 색상 조사 결과

계층별 선호 색상 설문지 조사는 감성적인 자동차 색상과 Web Safe Color색을 보고 직접 고른 색상의 차이와 선호하는 색상과 자동차 색상에 대한 차이가 있는지에 대하여 계층별 차이를 살펴보았다.

그 결과, 20대 여성이 좋아하는 색상은 분홍색, 노란색, 보라색 등 밝은 색상 및 다양한 색상을 선택하였으나 자동차 색상은 검은색, 흰색 등 어두운 계통



표 3. 30대 여성 선호 색상 조사 결과

좋아하는 색		자동차 이미지			자동차 색			자동차 색	
		형용사	색	색	형용사	색	색		
1	흰색	1	낮선	-	1	활동적인		1	흰색
2	검은색	2	매력적인		2	안전한	-	2	검은색
3	주황색	3	힘 있는	-	3	심플한		3	회색
4	연한 보라	-	-	-	-	-	-	4	갈색
5	노란색	-	-	-	-	-	-	5	연한 회색

표 4. 30대 남성 선호 색상 조사 결과

좋아하는 색		자동차 이미지			자동차 색			자동차 색	
		형용사	색	색	형용사	색	색		
1	흰색	1	촌스러운 (고급스러운)		1	활동적인		1	흰색
2	검은색	2	화려한	-	2	스포티한		2	검은색
3	노란색	3	서구적인 (서양적인)		3	차분한		3	연한 회색
4	자주색	-	-	-	-	-	-	4	보라색
5	노란색 (파스텔)	-	-	-	-	-	-	5	하늘색 (파스텔)

표 5. 40대 여성 선호 색상 조사 결과

좋아하는 색		자동차 이미지			자동차 색			자동차 색	
		형용사	색	색	형용사	색	색		
1	흰색	1	사랑스럽지 않은	-	1	감성적인	-	1	흰색
2	검은색	2	서구적인 (서양적인)		2	안전한	-	2	검은색
3	하늘색	3	정적인	-	3	아름다운	-	3	하늘색 (파스텔)
4	연한 회색	-	-	-	-	-	-	4	주황색
5	하늘색 (파스텔)	-	-	-	-	-	-	5	연한 노란색

표 6. 40대 남성 선호 색상 조사 결과

좋아하는 색		자동차 이미지			자동차 색			자동차 색	
		형용사	색	색	형용사	색	색		
1	검은색	1	감각적이지 않은	 (감각적인)	1	다이나믹한	-	1	흰색
2	흰색	2	매력적이지 않은	 (매력적인)	2	스포티한		2	검은색
3	보라색	3	눈에 띄지 않는	-	3	도시적인	-	3	보라색
4	자주색	-	-	-	-	-	-	4	연한 회색
5	보라색	-	-	-	-	-	-	5	하늘색

파스텔의 어두운 색상 두 가지 색상으로 조사되었다 (표 7).

50대 이상 남성은 좋아하는 색상과 자동차 색상의 구별 없이 검은색과 흰색 등 어두운 계열이 선택되었으며 감성적인 자동차 색상은 노란색 및 주황색 계열의 밝은 색상과 보라색 및 회색의 어두운 색상 두 가지 색상으로 조사되었다(표 8).

종합적으로 분석해본 결과 좋아하는 색상은 주황색과 분홍색을 제외하고 검은색 색상의 선호도가 제일 많았으며 자동차 색상에서는 흰색 다음 검은색 순으로 선호도가 높았다. 좋아하는 색상과 자동차 색상의 선호도에 대해 현재 판매되고 있는 기본 색상의 자동차 색인 검은색, 흰색, 회색을 제외하고 다시 분석해본 결과 좋아하는 색상은 분홍색, 주황색, 노란색 색상의 밝은 색상을 선택하였고 자동차 색상은

파란색 계열의 다양한 색상이 선택되었다. 검은색, 흰색, 회색을 제외하여도 자동차 색상은 현재 판매되고 있는 기본 색상의 자동차 색이 많이 선택되었다. 하지만 좋아하는 색상 및 자동차 색상과 다르게 감성적인 자동차 색상은 노란색 및 주황색 계열의 밝은 색상으로 조사되었다(표 9).

2.2.3 감성적 자동차 색상 조사

선호 색상에 대한 설문 분석 결과 현재 판매되고 있는 자동차 색상이 전반적으로 선택되었으며 좋아하는 색상은 다양하게 선택되어도 자동차 색상에 대해서는 다양함을 보이지 못하였다. 이는 색상으로만 주어져 자동차 색상을 선택할 때 어려움이 있었다고 판단하여 좋아하는 색상과 자동차 색상, 감성적인 자동차 색상에 대해 중점으로 재조사 하였다. 설문 대

표 7. 50대 이상 여성 선호 색상 조사 결과

좋아하는 색		자동차 이미지			자동차 색			자동차 색	
		형용사	색	색	형용사	색	색		
1	검은색	1	차가운	 (시원한)	1	따뜻한	 (포근한)	1	흰색
2	흰색	2	답답한	-	2	차분한		2	검은색
3	하늘색 (파스텔)	3	추한	-	3	안전한	-	3	하늘색 (파스텔)
4	연한 회색	-	-	-	-	-	-	4	연한 회색
5	보라색	-	-	-	-	-	-	5	진한 녹색

표 8. 50대 이상 남성 선호 색상 조사 결과

좋아하는 색		자동차 이미지			자동차 색			자동차 색	
		형용사	색	형용사	색				
1	검은색	1	차가운  (시원한)	1	샤프한	-	1	검은색	
2	흰색	2	복잡한 	2	하이테크한		2	흰색	
3	회색	3	매력적이지 않은  (매력적인)	3	스포티한		3	연한 회색	
4	노란색	-	-	-	-	-	4	남색	
5	갈색	-	-	-	-	-	5	보라색	

표 9. 전체 응답자 선호 색상 조사 결과

연령	좋아하는 색	자동차 색	형용사 색	형용사 쌍
20대 여성				참신하지 않은 고전적인 영성함
20대 남성				답답한 세련된 무거운
30대 여성				낮선 매력적인 힘 있는
30대 남성				촌스러운 화려한 서구적인
40대 여성				사랑스럽지 않은 서구적인 정적인
40대 남성				감각적이지 않은 매력적이지 않은 눈에 띄지 않는
50대 이상 여성				차가운 답답한 추한
50대 이상 남성				차가운 복잡한 매력적이지 않은

상은 앞선 설문과 같이 연령대 별, 성별에 따라 색상의 기호도에 차이가 있기 때문에 일반인 남, 여 20대, 30대, 40대, 50대 이상을 기준으로 8분류로 나누어 각각 20명씩 실시하였다. 설문조사는 자신이 좋아하는 색상을 체크하고 선택한 색상이 자동차 색으로 판매 된다면 구입할 의향에 대해 조사하고 1차 설문 분석 결과에 해당하는 자동차 색상의 1~5위까지의 순위와 감성적인 자동차 색상을 자동차에 색을 입혀 1위~3위까지 선택하게 하였다. 마지막으로 자동차의 색상과 좋아하는 색상의 차이를 알고자 주관식으로 설문을 조사하였다.

먼저 20대 여성의 좋아하는 색상은 보라색, 분홍색의 다양한 색상을 선택하였고 자동차의 색상은 분홍색 색상이 포함되어 있으나 검은색, 흰색의 어두운 색상을 선택하였다. 좋아하는 색상과 자동차의 색상에 차이가 나는 이유는 '밝은 색에 먼지가 많이 묻는다', '질린다', '좋아하는 색상이 너무 밝다', '좋아하는 색상을 자동차 색으로 구입했을 때 색이 다르다' 등의 이유가 있었으며 대체적으로 '너무 튀다', '어울리지 않는다', '좋아하는 색상과 선호차량 색상의 기준이 다르다' 가 그 이유로 나타났다(표 10).

20대 남성의 좋아하는 색상은 검은색, 빨간색, 남색의 다양한 색상을 선택하였고 자동차의 색상은 검은색, 흰색, 회색의 어두운 색상을 선택하였다. 좋아하는 색상과 자동차의 색상에 차이가 나는 이유는 '원하는 색상이 없다', '이상과 현실의 차이', '외관상 틀리다' 등의 이유가 있었으며 대체적으로 '너무 튀다', '좋아하는 색을 도색하면 부담스럽다', '촌스럽다'가 그 이유로 나타났다(표 11).

30대 여성의 좋아하는 색상은 연한보라색을 제외하고 자동차의 색상에 선택된 검은색, 흰색, 회색의 어두운 색상과 같이 선택되었다. 좋아하는 색상과 자동차의 색상에 차이가 나는 이유는 '고급스러워 보이지 않다', '요즘 차는 어두운 계통의 차가 많다', '자동차이기 때문이다' 등의 이유가 있었으며 대체적으로 '차를 오래 탈 수 있는 무난한 색으로 택하고 싶다'로 또 다른 이유가 조사 되었다(표 12).

30대 남성의 좋아하는 색상은 노란색을 제외하고 자동차의 색상에 선택된 검은색, 흰색, 회색의 어두운 색상과 같이 선택되었다. 좋아하는 색상과 자동차의 색상에 차이가 나는 이유는 '무게감이 없다', '세련되지 보이지 않는다', 등이 그 이유 이었으며 대체적

으로 '관리하기 힘들다', '실용적이고 현실적인 색상이고 싶다' 로 답변 하였다(표 13).

40대 여성의 좋아하는 색상은 하늘색, 연한회색, 흰색의 밝은 색상을 선택하였고 자동차의 색상은 연한 회색, 파스텔에 하늘색, 흰색의 밝은 색상을 선택하여 다른 연령대, 성별과 다른 결과가 나타났다. 좋아하는 색상과 자동차의 색상에 차이가 나는 이유는 '중후한 느낌 때문이다', '먼지가 타지 않는다', '색상이 조금 더 연했으면 좋겠다' 등 이었으며 대체적으로 '좋아하는 색상과 차량의 색상은 별개의 문제다', '일반적인 색의 편견이 있다' 고 답변 하였다(표 14).

40대 남성의 좋아하는 색상과 자동차의 색상은 검은색, 흰색, 회색의 어두운 색상을 선택하였다. 좋아하는 색상과 자동차의 색상에 차이가 나는 이유는 '중형차로 선택해서' 등이 그 이유 이었으며 대체적으로 '관리하기 힘들다'로 답변 하였다(표 15).

50대 이상 여성의 좋아하는 색상은 노란색을 제외하고 자동차의 색상에 선택된 흰색, 회색의 어두운 색상을 같이 선택하였으며 감성적인 색상이나 파스텔의 어두운 색상도 선택되었다. 좋아하는 색상과 자동차의 색상에 차이가 나는 이유는 '나이에 맞지 않는다', '검은색이 차색에 어울린다', '우아하다' 등의 이유가 있었으며 대체적으로 '차 색상과 좋아하는 색은 어울리지 않는다', '이미지에 차이가 있다' 로 답변 하였다(표 16)

50대 이상 남성의 좋아하는 색상과 자동차의 색으로 선택된 색은 검은색, 흰색, 회색 과 같은 어두운 색상이 선택되었다. 좋아하는 색상과 자동차의 색상에 차이가 나는 이유는 '관리의 용이함', '연령과 세대 차이' 등의 이유가 있었으며 대체적으로 자동차 색으로는 '밝은 색이 어울리지 않는다'로 답변 하였다(표 17).

종합적으로 분석해본 결과 좋아하는 색상은 보라색과 하늘색을 제외하고 검은색과 흰색 색상의 선호도가 제일 많았으며 자동차 색상에서는 검은색 다음 회색 순으로 선호도가 높았다. 좋아하는 색상과 자동차 색상의 선호도에 대해 현재 판매되고 있는 기본 색상의 자동차 색인 검은색, 흰색, 회색을 제외하고 다시 분류해본 결과 좋아하는 색상은 다양한 색상과 밝은 색상을 포함하고 있으나 자동차 색상은 순위 안에 대부분 검은색, 흰색, 회색으로 되어있었으며 분홍색을 제외한 나머지 색은 현재 판매되고 있는 자동차 색과 비슷한 색이 선택되었다(표 18).



표 10. 20대 여성 감성적 자동차 색상 조사 결과

좋아하는 색		자동차 색			
1	보라색계열	1	검은색계열	000000	
2	분홍색계열	2	흰색계열	FFFFFF	
3	-	3	분홍색계열	FF99FF	

표 11. 20대 남성 감성적 자동차 색상 조사 결과


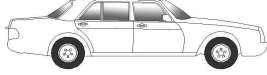

좋아하는 색		자동차 색			
1	검은색계열	1	검은색계열	000000	
2	빨간색계열	2	흰색계열	FFFFFF	
3	남색계열	3	연한회색	CCCCCC	

표 12. 30대 여성 감성적 자동차 색상 조사 결과

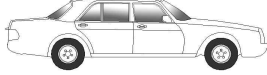

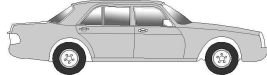
좋아하는 색		자동차 색			
1	흰색계열	1	흰색계열	FFFFFF	
2	검은색계열	2	검은색계열	000000	
3	연한보라계열	3	연한회색	CCCCCC	

표 13. 30대 남성 감성적 자동차 색상 조사 결과



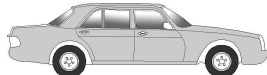
좋아하는 색		자동차 색			
1	흰색계열	1	검은색계열	000000	
2	검은색계열	2	흰색계열	FFFFFF	
3	노란색계열	3	연한회색	CCCCCC	

표 14. 40대 여성 감성적 자동차 색상 조사 결과

좋아하는 색		자동차 색			
1	하늘색계열	1	연한회색	CCCCCC	
2	연한회색계열	2	하늘색계열 (파스텔색상)	CCFFFF	
3	흰색계열	3	흰색계열	FFFFFFF	

표 15. 40대 남성 감성적 자동차 색상 조사 결과



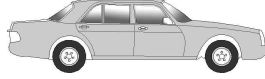

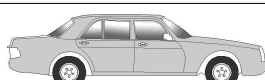
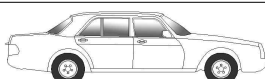
좋아하는 색		자동차 색			
1	검은색계열	1	검은색계열	000000	
2	흰색계열	2	흰색계열	FFFFFFF	
3	-	3	연한회색	CCCCCC	

표 16. 50대 이상 여성 감성적 자동차 색상 조사 결과

좋아하는 색		자동차 색			
1	흰색계열	1	연한회색	CCCCCC	
2	노란색계열	2	흰색계열	FFFFFFF	
3	-	3		차분한	

표 17. 50대 이상 남성 감성적 자동차 색상 조사 결과

좋아하는 색		자동차 색			
1	검은색계열	1	검은색계열	000000	
2	흰색계열	2	연한회색	CCCCCC	
3	회색계열	3	흰색계열	FFFFFFF	

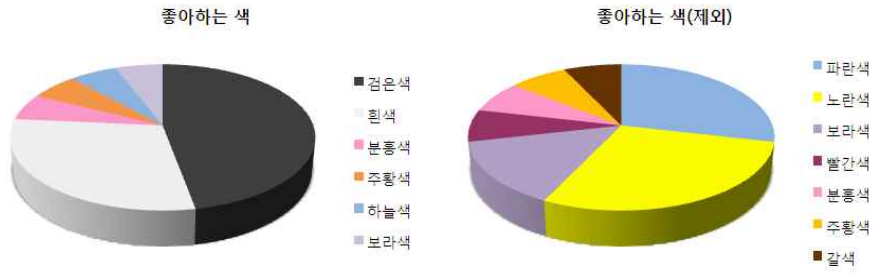


그림 3. 선호 색상

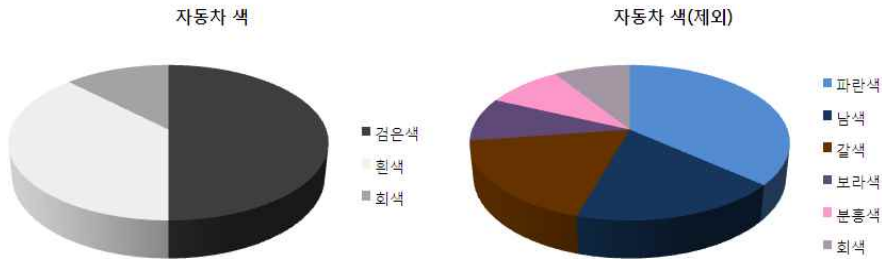


그림 4. 자동차 색상

2.3 설문 종합 분석

선호 색상 설문 분석과 감성적 자동차 색상 분석을 종합적으로 분석해본 결과 검은색, 흰색, 회색의 색상이 주로 선택되었으며 이는 현재 자동차의 색상과 동일하게 나타났다 이에 본 연구에서는 다양한 자동차의 색상을 알아보기 위하여 검은색, 흰색, 회색을 제외한 색상을 다시 분석해 보았다.

먼저 선호 색상은 검은색, 흰색, 하늘색, 보라색, 분홍색, 주황색 순으로 나타났으며 검은색, 흰색, 회색을 제외한 색상은 파란색, 노란색, 보라색 순으로 나타났다(그림 3). 그리고 남성과 여성의 선호 색상의 차이점을 볼 수 있는데 이때 남성보다 여성이 밝고 화려한 색을 더 선호한다는 것을 알 수 있었다. 자동차의 색상으로는 검은색, 흰색, 회색 순으로 나타났으며 검은색, 흰색, 회색을 제외한 색상은 파란색, 남색, 갈색 순으로 나타났다(그림 4). 감성적 자동차 색상은 노란색 및 주황색, 갈색 계열의 색, 파스텔의 어두운 색 순으로 나타났다(그림 5). 하지만 감성적 자동차 색상 중 회색계열의 색상을 제외하고 어떤 색도 연령대 별, 성별 모두 선택되지 않았다. 감성적인 자동차 색상을 색상으로 보여주었을 때와 색상으로 보여주지 않았을 때 차이가 있음을 알 수 있었다. 선호 색상과 자동차 색상의 차이가 나는 이유를 살펴보면 ‘선호 색상과 차에 어울리는 색상은 다르다’

(43.00%), ‘밝은 색상은 관리하기 힘들다’(15.48%), ‘색상이 된다’(13.76%) 순으로 나타났다(표 19).

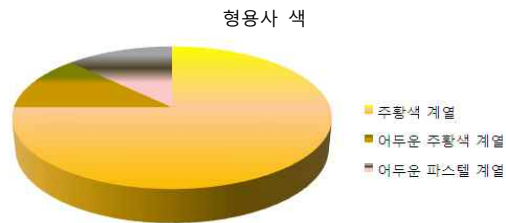


그림 5. 감성적 자동차 색상

표 19. 선호 색상과 자동차 색상의 차이

순위	이유	응답비율
1	선호 색상과 차에 어울리는 색상은 다르다	43.00%
2	밝은 색상은 관리하기 힘들다	15.48%
3	색상이 된다	13.76%
4	고급스러워 보이지 못하다	12.04%
5	구입 시 원하는 색상의 색이 나오지 않는다	3.44%
6	평범한 색이고 싶다	3.44%
7	밝은 색이 낫다	3.44%
8	어두운 계통의 차가 많아서 선택했다	1.80%
9	밝은 색은 질리기 쉽다	1.80%
10	세대차이	1.80%
합계		100%

### 3. 결 론

본 연구는 현재 판매되고 있는 자동차 색상에 대해 소비자들의 색채 감성과 자동차 기호 색상을 반영하여 소비자들의 기호를 만족시킬 수 있는 새로운 자동차 선호 색상을 알아보고자 하였다. 이를 위해 자동차 색상과 관련하여 연령별, 성별에 따라 8분류로 나누어 각각 50명씩 설문 조사를 실시하였다. 선호 색상에 대한 분석 결과는 검은색, 흰색 순으로 나타났다으며 추가 설문조사에서 검은색, 흰색, 회색을 제외한 선호 색상 분석에서는 파란색, 노란색, 보라색 순으로 나타났다. 자동차 색상에 대한 분석 결과 또한 선호 색상과 동일하게 일반적인 검은색, 흰색, 회색 순으로 나타났으며 추가 설문조사에서 3가지 색을 제외하고는 파란색, 남색, 갈색 순으로 나타났다. 자동차 색상과 선호색상의 차이에 대한 이유는 '좋아하는 색과 차에 어울리는 색은 다르다', '색상이 튼다' 등으로 나타났다. 이는 전체적으로 좋아하는 색상은 다양하지만 자동차의 이미지 자체가 자신의 개성을 표현하는 수단보다는 자신의 가치를 표현하는 수단으로 보수적이며 관념적으로 인식하고 있다는 것을 알 수 있었다. 이러한 이유를 제거하고 감성적인 자동차 색상에 대한 조사 결과는 어두운 색상보다는 주황색 계열의 밝은 색상이 나타났다. 하지만 결과를 다시 자동차 이미지에 적용하여 조사하였을 때는 앞서 분석한 것과 같은 어두운 계열의 색상이 나타났다. 결론적으로 자동차의 색상에 대한 이미지는 자동차가 가지고 있는 보수적인 고정관념이 매우 강하게 작용한다는 것을 알 수 있다. 이러한 보수적인 고정관념의 정도는 실제 감성 색상을 적용한 자동차에 대한 연령대별 반응을 조사하여 추가적인 분석이 필요하다. 과거 제품의 이미지 브랜드 및 가격, 기능을 중심으로 인식되었다면, 최근에는 감성적 이미지가 중요한 요인으로 변화하고 있다. 이러한 변화는 한국사회에서 보수적인 이미지를 대표하는 자동차의 이미지 또한 감성적인 이미지로 변경될 것이라

생각되며 감성 요소 중 색상에 대한 다양화가 이루어질 것이라 예상된다.

### 참 고 문 헌

- [1] 윤주미, "국내 자동차 외장색채의 시대별 특성 연구," 연세대학교 석사학위논문, 2005.
- [2] 김오국, "승용차 디자인의 이미지 개선을 위한 감성공학적 접근," 한양대학교 석사학위논문, 2001.
- [3] Misuo Nagamachi, "An Image Technology Expert System and Its Application to Design Consulting," *International Journal of Human-Computer Interaction*, Vol.3, No.3, pp. 269, 1991.
- [4] 김정인, "개인적 신체적 특성에 맞춘 의류 추천 방법", 한국멀티미디어학회논문지, 제14권, 제 8호, pp. 1061-1069, 2011.
- [5] 이영주, "제품 감성평가 시스템 개발에 관한 연구," 한국과학기술원 석사학위논문, 1996.
- [6] 日本産業技術振興協會, "人間生活科學技術에 관한 生活 테크니션," 3-7항, 1991.
- [7] 현대자동차 디자인센터 디자인 기획팀, "자동차 인테리어 디자인과 감성공학," 자동차공학회지, 제22권, 제4호, pp. 76-79, 2000.
- [8] 최명식, "감성공학적 접근방법에 의한 의자디자인에 관한 연구," 경희대학교 석사학위논문, 2004.
- [9] 박연실, "휴대폰디자인의 색채에 관한 연구," 경남대학교 석사학위논문, 2007.
- [10] 최운영, "색채심리학적 접근을 통한 배색교육에 관한 연구," 국민대학교 석사학위논문, 2008.
- [11] 林知己夫, 駒澤免, "數量化와 데이터 處理," 朝倉書店, 1995.
- [12] 長町三生編, 感性工學, 海文堂, 1989.
- [13] 진혜연, "컬러디자인의 감성 공학적 접근에 관한 연구," 전북대학교 석사학위논문, 2009.



이 창 민

1969년 3월 공군사관학교 공학사  
1982년 5월 Tennessee Tech.  
University 산업공학과  
공학석사  
1991년 3월 고려대학교 산업공학  
과 공학박사

1982년~1995년 공군사관학교 교수  
1995년~동의대학교 산업경영공학과 교수  
관심분야: 인간공학, 감성공학



신 광 현

2008년 2월 동의대학교 산업경영  
공학과 공학사  
2010년 2월 동의대학교 산업경영  
공학과 공학석사  
2011년 4월~한국원자력연구원  
계측제어인간공학연구부  
연구원

관심분야: 인간공학, 감성공학