

색채 선호 분석을 통한 유색보석 제품 개발

Development of Colored Gemstone Products Through Analysis of Color Preference

이기상

인덕대학교 주얼리디자인과

Ki-Sang Lee(leks6607@induk.ac.kr)

요약

본 연구는 색채선호도를 고려한 유색보석 제품 개발을 위해 유색 보석을 먼셀의 10색을 기본으로 하여 색상별로 분류하여 20대 여성 소비자들을 대상으로 유색 보석에 대한 색채 선호도를 분석하였으며, 이를 위해 트렌드 분석과 디자인 이미지 형용사 분석을 통해 개발 방향을 설정하여 제품을 개발하였다.

색채 선호도 결과를 살펴보면 일반적으로 많이 사용되는 유색보석 보다는 블루쿼츠, 카나이트, 쿤자이트, 스페서타이트 가넷 등과 같은 소비자에게 알려지지 않은 칼라의 보석을 선호하는 것으로 유추할 수 있다. 향후 유색보석 제품 개발에 있어서 트렌드 분석과 디자인 선호 이미지 형용사 분석을 통해 소비자의 소비 가치와 개성을 충족시키는 디자인 방안을 찾아 볼 수 있었으며, 본 연구의 결과가 주얼리 업체 및 디자이너에게 유색 보석 실용화를 위한 기초 자료로서 도움이 될 것으로 기대한다.

■ 중심어 : | 주얼리 | 유색보석 | 색채선호도 |

Abstract

This study aims to develop colored gemstone products based on the analysis of color preference. Colored gem stones were classified by their colors using Munsell's ten basic colors and the color preference of women consumers in their twenties was analyzed, in consideration of trend analysis and design image description analysis, which led to the direction of product development.

The analysis of color preference seems to suggest that consumers preferred blue quartz, cahnite, spessartite garnet, the colors of which are rather less known to ordinary consumers, to the other more common kinds of gem stones. Through the analysis of the trends and adjectives to describe preferable design images, the current study has made it possible to explore the designs for the future development of colored jewelry products, which would satisfy the consumption value and individual tastes of the consumers. It is expected that the current study may contribute to the jewelry industries and designers as a basic data for developing colored gem stone products.

■ keyword : | Jewelry | Gemstone | Color Preference |

* 본 연구는 인덕대학교 연구비에 의해 수행되었습니다.

접수번호 : #130328-001

접수일자 : 2013년 03월 28일

심사완료일 : 2013년 04월 29일

교신저자 : 이기상, e-mail : leks6607@induk.ac.kr

I. 서론

현대 소비자들은 인터넷 등 다양한 매체를 통해 다양한 정보를 습득하여 합리적인 소비를 하고 있다. 따라서 빠르게 변화하는 시장 환경 속에서 주얼리 제품도 소비자가 무엇을 원하는지 수요와 요구의 파악이 선행되어야 한다. 최근 주얼리를 구매하는 소비자들의 경향은 주얼리 제품의 품질과 디자인은 물론 여러 방면으로 관심이 높아져 이제는 재화적 가치수단에서 일상생활의 한 부분으로 물질적, 심미적 가치를 충족시키는 패션소비재로 변모하고 있으며[1], 금시세의 유동성과 빠르게 변화하는 디자인 주기, 차별화된 디자인을 원하는 소비자들의 요구에 따라 비주얼한 주얼리를 선호하면서 유색보석이 주목을 받고 있다[2].

해외 주얼리 브랜드는 다양한 칼라의 유색보석을 사용한 제품을 출시하면서 점점 고객층이 늘어나고 있으나, 현재 국내 유색보석 제품은 빠르게 변화하는 시장 환경에 대응하지 못하고 있다. 유색보석은 같은 색상이라도 지역에 따라 소비자의 선호와 수요가 다르기에 국내 패션 주얼리 시장에 맞춰 소비자가 선호하는 칼라의 유색보석 제품 개발이 필요하다.

이에 본 연구에서는 유색 보석을 색상별로 분류하여 색채 선호를 실증적으로 분석하고자 하며, 이를 토대로 유색보석 제품 개발에 적용하고자 한다. 구체적으로 색채 선호를 고려한 유색보석 제품 개발을 하기 위한 연구를 진행하기 위해 이론적 연구와 실증적 연구로 나누어 진행하였다. 이론적으로는 유색 보석에 대한 개념과 보석을 색상별로 분류 하였으며, 실증적 연구로 20대여성 소비자들을 대상으로 유색 보석에 대한 색채 선호도를 분석하여 트렌드 분석과 이미지 형용사를 통해 제품 개발을 하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 유색보석의 개념

보석은 3000여종의 광물 중에서 아름다움, 희소성, 견고성 등의 요건을 갖춘 보석 광물을 뜻하며, 유색보석

은 보석학에서 다이아몬드를 제외한 모든 보석이라고 정의한다[3]. 즉 다이아몬드가 아닐 경우 무색의 보석이라도 유색보석이라 하며 그 종류는 약 108여 종이 있다.

표 1. ICA에서 정한 유색보석의 분류[4]

분 류	내 용
전통석 (traditional gemstones)	루비, 블루 사파이어, 에메랄드
	아름다운 자태와 오랜 역사, 다른 유색보석보다 가치가 높음. 캐럿당 대략 250-1000만원
신고전석 (new classic gems)	탄자나이트, 투어말린, 아쿠아머린, 임페리얼, 토파즈, 가넷 등
	20세기에 새로이 대두된 보석 캐럿당 5-100만원
전문석 (connoisseur gems)	블랙오팔, 비취, 핑크 토파즈, 팬시 사파이어, 디멘토이드 가넷 등
	시중에서 보기 힘든 특수 시장 형성 캐럿당 25-500만원
수집석 (collector gems)	스피넬, 지르콘, 몬스톤, 베릴종류 등
	전문석보다 마케팅이 되지 않아 구하기 힘들. 가격이 낮아 100만원 넘지 않음
준보석 (affordable gems)	자수정 화이트 오팔, 페리도트, 블루 토파즈, 쿤자이트, 등 반투명 혹은 불투명석은
	라이스라줄리, 터키석, 옉스, 네프라이트 등 색은 좋으나 공급이 풍부해 가격이 저렴. 캐럿당, 5000원-10만원

유색보석은 4C(color, Clarity, Cut, Carat)로 평가하며, 다이아몬드의 4C 감정과 차이가 없으나, 중량이 동일하더라도 색과 투명도에 따라 가치가 달라지며 그 중 가장 중요한 요소는 색상으로 유색보석의 전체 가치에서 약 50%정도를 차지 할 정도로 중요한 요소라 할 수 있다. 클래리티 등급을 더 우위로 하는 다이아몬드와 달리 루비는 칼라가 선명한 빨간색인지 핑크에 가까운 옅은 빨간색인지가 투명도보다 가격에 영향을 미친다.

2. 유색보석 색채 연구

유색보석에 관한 선행연구는 제품 개발 및 작품 제작 연구들이 주를 이루고 있으며, 디자인이나 색채 분석을 주제로 한 연구는 매우 적었다. 박지원(2009)의 작품 분석 연구에서는 색의 상징적 의미를 문화적, 사회적 배경을 분석하였으며, 색상 표현을 위해 유색보석의 분류하여 색의 의미와 유색 보석과의 관계를 재해석하여 장신구 작품을 제작하였다. 마케팅 관련 연구로는 보석의 색상이 구매행동에 미치는 영향을 조사한 김영란(2010)의 연구를 보면 보석의 색상이 보석점 이용고객에게 감정반응, 고객만족 및 구매행동에 어떠한 영향을 미치는

가를 파악하였으며, 소비자들은 기능뿐만 아니라 보석의 색상이 구매결정에 매우 유의미한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 유색보석의 색채선호도를 연구한 이호철, 김판채(2012)의 연구는 뉴실버세대를 위한 팬던트를 개발하기 위해 실증분석보다는 감성적 접근방법과 문헌분석을 통해 선호도를 분석하였다.

본 연구자는 유색보석 중 가넷, 시트린, 애머트린, 페리도트를 중심으로 선행연구[5]를 하였으나, 한정된 유색보석을 대상으로 분석하여 한계가 있었다. 이에 실제 국내 시장에 유통되고 있는 유색보석 색채분류를 통해 국내 소비자의 색채 선호 분석해 볼 필요가 있다.

3. 유색 보석 색채 분류 및 분석

유색보석의 색상은 국가나 지역에 따라 선호도가 다르며, 색도, 채도 및 명도가 다르므로 다이아몬드와 같이 등급을 일률적으로 정하기는 어렵다. 같은 색상이라도 지역에 따라 가격이 다르며 지역시장에서의 소비자의 선호도 및 수요를 바탕으로 한다. 중량에 따른 가치 변화는 다이아몬드처럼 중량 증가에 따라 비례적으로 캐럿 당 가격이 증가하지 않고, 일반적으로 수요 되는 크기를 벗어나면 가격은 오히려 감소할 수 있다.

표 2. 맨셀 10색을 기준으로 한 유색석 분류

HUE	색명	light	↔	dark
R	빨강	루비 레드스피넬 파이어 오팔		얼만다이트 가넷 파이롤 가넷
YR	주황	시트린 그로슬라이트 가넷 석회질 코럴		스페서타이트 가넷 안달루사이트
Y	노랑	힐리오돌		스핀 앰버
GY	연두	디멘토이드 가넷		몰다바이트 페리도트 아이도크레이즈
G	초록	다이옵사이드 서편틴		조이사이트 네프라이트 제이다이트 어벤츄린 퀴츠
BG	청록	그린베릴 알렉산드라이트 하이드로그로슬라 가넷		짜보라이트 가넷 투어말린 아마조나이트 크리스프레이즈
B	파랑	아쿠아마린		토파즈 애퍼타이트 파라이바 투어말린
PB	남색	터퀴즈		소델라이트 라피스 라줄리
P	보라	퀴츠 카나이트		블루스피넬 블루사파이어
RP	자주	애머시스트 라벤더 제이다이트		아이올라이트 탠저나이트 차로아이트 수올라이트
		쿤자이트 로즈 퀴츠		핑크사파이어 로돌라이트 로도크로사이트 로도나이트

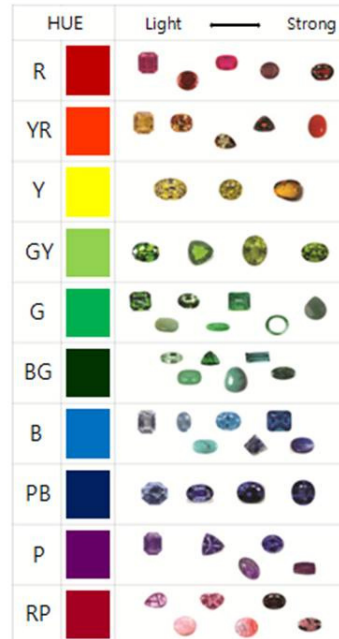


그림 1. 맨셀 10색으로 분류한 유색석 이미지

본 연구자가 정리한 색상별 유색보석의 종류는 보석 감정사(AGK) 실기시험용 유색보석 108종을 중심으로 현재 국내 보석 업계에서 상용화되고 있는 유색 보석을 맨셀 기본10색을 이용하여 색상별로 분류해 보았다.

III. 연구 방법 과 절차

1. 유색 보석 색채 선호도 조사 도구

색채선호 분석을 통한 유색보석 주얼리 제품을 개발하기 위하여 측정도구는 설문지를 사용하였으며, 유색보석 색채 선호 분석을 위해 맨셀 기본10색을 사용하였다. 색채 선호 분석을 한 눈에 알아보기 쉽도록 하는 것이며, 많은 색채 표본으로 실험할 경우 응답자가 색채에 대한 지식과 관심이 있는 대상으로 하여야 한다 [6][7]. 따라서 본 연구에서는 20대 여성의 유색보석 선호도분석과 응답자의 색채 선택에 있어 부담감을 덜기 위해서 맨셀 표색계를 이용하여 보석의 색채를 분류하였으며, 2012년 10월 5일부터 10월 16일까지 보석 관련 전문가들을 대상으로 상용화 되고 있는 유색보석을 검

증하여 구성하였다.

2012년 10월 26일부터 2012년 11월 21일 까지 20대 여성 252명을 대상으로 배포하여 수거하였으며, 수거된 설문지 가운데 문항별로 타당하지 않은 설문지는 분석에서 제외하였다.

1.1 도구 및 측정방법

본 연구에서 수집된 자료는 통계프로그램 SPSS/Win 17.0을 사용하였으며, 대상자의 일반적 특성 측정도구는 연령, 학력, 직업, 월평균 소득 등 5개 문항으로 구성하였으며, 유색보석 색채 선호도 측정 문항은 조영란(2009)[8], 박혜령(2000)[9]과 연구자가 선행 연구한 연구[10]를 토대로 수정, 보완하였다.

1.2 조사대상자의 일반적 특성

표 3. 소비자의 인구통계학적 특성

구 분		빈도	비율(%)
연령	20-23세	152	60.3
	24-26세	76	30.2
	27-29세	24	9.5
직업	관리직	4	1.6
	전문(기술)직	24	9.5
	사무직	45	17.9
	서비스직	11	4.4
	학생	157	62.3
	판매직	3	1.2
	기타	8	3.2
합계		252	100.0

일반적 특성은 [표 3]과 같다. 설문응답자는 263명 중 무응답 11명을 제외한 252명이며, 연령은 20-23세가 60.3%로 많았으며 직업은 학생, 사무직 순으로 나타났다.

2. 유색 보석 제품 트렌드 분석

색채 선호를 통한 유색보석 제품 개발을 하기 위해 1차적으로 주얼리 관련 신문[11], 연구소[12] 등을 통해

최근 주얼리 시장에 나타난 유색보석 제품의 동향과 트렌드를 수집, 분석하고, 2차적 실증분석 방법으로 본 연구자가 선행 연구한 디자인 선호 이미지 형용사[13]와 박숙현(2007)[14], 여미, 이창노(2012)[15] 패션에서의 색채 이미지 유형을 토대로 유색보석 제품 개발의 디자인 선호 이미지 형용사를 9가지로 도출하여 분석을 위한 도구로 사용하였다.

IV. 연구 결과

1. 유색보석 색채 선호도 조사 결과

먼셀의 기본10색으로서 R(Red), YR(Yellow Red), Y(Yellow), GY(Green Yellow), G(Green), BG(Blue Green), B(Blue), PB(Purple Blue), P(Purple), RP(Red Purple)을 기준으로 색채 선호도를 살펴보면 [표 4]와 같다.

PB와 RP가 17.9%, R이 15.5%로 나타났으며, B가 13.5, YR가 11.1% 순으로 선호 하는 것으로 나타났다.

표 4. 색채 선호도

구 분	빈도	비율(%)
R	39	15.5
YR	28	11.1
Y	15	6.0
GY	12	4.8
G	12	4.8
BG	6	2.4
B	34	13.5
PB	45	17.9
P	16	6.3
RP	45	17.9
합계	252	100.0

유색보석의 색채별로 분류하여 조사한 결과를 살펴보면 [표 5]와 같다. Blue와 Red 계열의 유색보석을 선호하는 것으로 나타났다. BG(2.4%), G(4.8%), GY(4.8%),Y(6%)와 같은 Green이나 Yellow 계열 유색보석은 선호도 낮은 것으로 나타났다.

색상별 칼라 선호도에서는 PB에서는 블루쿼츠, 카나이트를 선호하며, RP에서는 핑크사파이어, 쿤자이트 순으로 선호하는 것으로 나타났다.

표 5. 색상별 유색보석 선호도

색상	이미지	빈도	이미지	빈도	총 빈도	비율 (%)
R	루비	5	파이어opal	7	39	15.5
	스피넬	14	얼만다이아이트가넷	0		
	파이로가넷	13				
YR	시트린	2	스페르타이트가넷	19	28	11.1
	안달루사이트	5	말라야가넷	0		
	석회질코랄	2				
Y	힐리오톨	8	스핀	7	15	6.0
	앰버	0				
GY	디멘타이드가넷	5	몰다바이트	1	12	4.8
	페리도트	5	아이도크레이즈	1		
G	다이옵사이드	9	서펜틴	0	12	4.8
	조이사이트	3	네프라이트	0		
	에메랄드	0	제이다이트	0		
	어벤추린쿼츠	0				
BG	베릴	2	크리소프레이즈	0	6	2.4
	짜보라이트가넷	3	아마조나이트	0		
B	투어말린	1	하이드로그로슬러가넷	0	34	13.5
	아쿠아마린	8	토파즈	11		
	터퀴즈	4	애퍼타이트	8		
	소달라이트	1	스피넬	1		
	라피스라줄리	1				
PB	블루쿼츠	15	카나이트	15	45	17.9
	스피넬	8	사파이어	7		
P	애머시스트	1	아이올라이트	10	16	6.3
	차로아이트	1	탠저나이트	3		
	수출라이트	1				
RP	쿤자이트	15	로즈쿼츠	7	45	17.9
	핑크사파이어	18	로도코로사이트	2		
	로돌라이트	2	로도나이트	1		
합계					252	100.0

2. 유색보석 제품 트렌드 분석 결과

유색보석의 동향과 트렌드를 1차 조사 결과, 최근 유색보석 시장의 가장 큰 특징은 경기 불황과 금값의 연이은 고공행진으로 금의 중량은 최소화 하고 가격대에

비해 품질이 좋고 자연적인 색감이 뛰어난 유색보석을 사용한 개성적이면서 가격은 저렴한 디자인들이 소비자들에게서 좋은 반응을 이끌어 내고 있다.

표 6. 유색보석 트렌드 변화

년 도	특 징
2009	연마되지 않은 여러 가지 컬러의 러프 다이아몬드가 등장하면서 유행보다는 개성적인 디자인의 약진
2010	경기침체로 고가의 전통적인 유색석을 대신할 수 있는 저렴한 가격대의 유색보석시장 형성
2011	폭넓은 준보석류가 등장하면서 컬러가 더 다양해지고 개성 있는 컬러와 커팅으로 유색보석 시장을 리드
2012	유색보석 트렌드는 젊고 트렌디한 소비자들의 개성을 표현하기 위해 여러 가지 팬시 컬러와 저렴한에서도 다양한 색상의 준보석을 사용한 레이어드 형식의 디자인이 약진

표 7. 국내 유색 주얼리 디자인의 특징

구 분	내 용
소 재	금, 은, 천연 유색석
디자인	
디자인 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 단순하면서도 세련된 선이 특징 • 지나치게 화려하지 않고 현대적 감각의 단순한 디자인 • 나무와 꽃, 곤충, 동물 등의 자연을 모티브로 함 • 천연 보석의 가치와 세련미를 가미한 실용적인 디자인 추구 • 가공처리하지 않은 자연 그대로의 보석을 이용 • 볼드 하면서 비비드한 화려한 컬러감

표 8. 디자인 선호 이미지 형용사 분석 결과

디자인 선호 이미지 형용사		빈도	비율(%)
모던	현대, 근대적, 개성적이고 도회적인 분위기	121	24.1
캐주얼	자유분방한 분위기	73	14.5
클래식	고전적인, 전통적인, 보수적인, 중후한 분위기	44	8.7
내추럴	자연스럽고 부드럽으며 친근감이 느껴지는 분위기	80	15.9
다이나믹	동적인, 활동적인 분위기	25	5.0
엘레강스	우아하고 품위 있으며 고상한 분위기	55	10.9
스포티브	명랑하고 스포츠적인 분위기	11	2.2
로맨틱	낭만적이고 감미로운 분위기	82	16.3
정적인	안정적인 조용한 분위기	12	2.4
합계		503	100.0

20대 여성을 대상으로 개인별 2개 형용사를 택하는 방식을 취한 디자인 선호 이미지 형용사 분석 결과 [표

8과 같이 모던(24.1%)한 스타일을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났으며, 차 순위에서는 로맨틱(16.3%), 내추럴(15.9%), 캐주얼(14.5%)로 나타났다.

3. 제품 디자인 개발 방향

주얼리는 패션의 완성도를 높여주고 자신만의 개성과 여성으로서의 아름다움을 창출해 주는 최고의 아이템으로 주얼리에 있어 보석의 색채 선호도는 개인의 라이프스타일을 표현하는 중요한 역할을 차지하고 있다. 본 연구의 설문조사 결과를 보면 [표 9]과 같이 Purple Blue 계열의 블루 퀴즈와 카나이트, Red Purple 계열의 핑크사파이어와 쿤자이트를 가장 많이 선호하는 것으로 나타났다.

표 9. 선호 칼라와 유색보석

선호 칼라	유색보석 명	
PB(Purple Blue)		
	블루퀴즈	카나이트
RP(Red Purple)		
	핑크사파이어	쿤자이트

[그림 2]와 같이 20~26세의 미혼 여성으로 회사원이거나 전문직여성 또는 학생을 표적시장으로 설정하여 추구 디자인을 형용사 이미지로 정리하면 도회적이면서 세련된 개성적인 디자인을 추구하는 것으로 나타나고 있다.

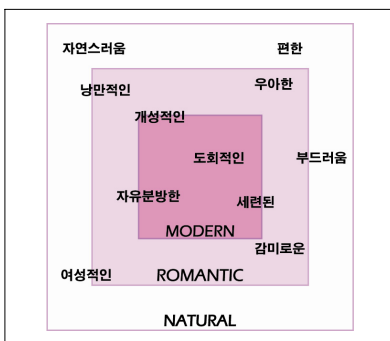


그림 2. 표적시장 추구 이미지

또한, 선호칼라 유색보석의 이미지 포지셔닝을 보면 [그림 3]과 같이 블루퀴즈와 카나이트는 심플 모던한 이미지로 핑크사파이어와 쿤자이트는 로맨틱하면서 내추럴한 이미지를 나타내고 있다.

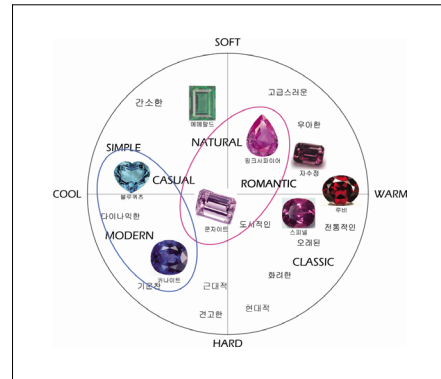


그림 3. 유색선호보석 이미지 포지셔닝

이는 본 연구에서 타겟으로 선정된 20대 여성 소비자를 여성적이면서 로맨틱한 스타일을 선호하는 지성적이며 단정한 여성 그룹과 모던하면서도 캐주얼한 스타일을 선호하는 개성이 강한 20대 여성그룹 등 두 그룹으로 분류 할 수 있다.

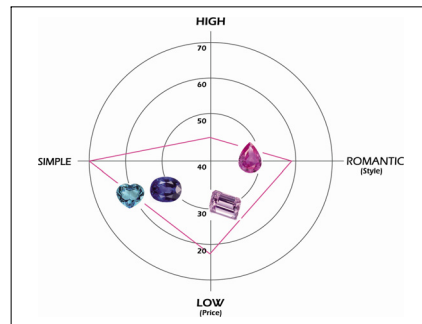


그림 4. 제품개발 디자인 포지셔닝

[그림 4]와 같이 색채 선호도 분석과 트렌드 분석을 통해 선정된 선호 칼라 보석 중 모던한 이미지에는 Purple Blue 계열의 카나이트를 로맨틱하면서 내추럴한 이미지를 담고 있는 Red Purple 계열에서는 핑크사파이어를 가장 많이 선호하고 있으나 가격대를 고려하

여 핑크사파이어 보다는 가격대가 낮은 쿤자이트로 대체 하여 20~40만원대의 제품을 개발 하고자 한다.

4. 유색보석 제품 개발 결과

천연보석 주얼리 트렌드 디자인 분석 결과에 따르면 단순하면서도 세련된 선이 특징으로 나무와 꽃, 곤충, 동물 등의 자연을 모티브로 하여 지나치게 화려하지 않은 현대적인 감각의 단순한 디자인이 주를 이루고 있다. 천연 보석의 가치와 내추럴한 세련미를 가미한 실용적인 디자인을 추구 하고자 본 연구에서는 디자인적 요소로 희망과 탄생, 새로운 시작과 변화의 상징인 나비를 모티브로 하였다.

나비는 예로부터 연인의 사랑, 기쁨과 행운, 장수 등의 의미와 아름다운 자태로 시와 그림으로 많이 표현되었다. 나비가 담고 있는 이미지의 아름다움을 여성적이면서도 자유분방한 20대 여성의 새로운 시작과 변화에 대한 설렘을 로맨틱 하게 표현하고 나비의 형태적 요소와 움직임의 재해석하여 지나치게 화려하지 않은 모던하면서도 캐주얼한 실용적인 디자인을 제시하였다.

4.1 디자인 도면



그림 5. 카나이트 디자인 시안 도면 1

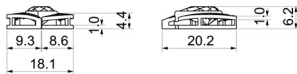


그림 6. 카나이트 디자인 시안 도면 2

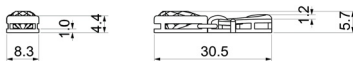


그림 7. 쿤자이트 디자인 시안 도면 1

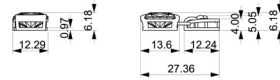
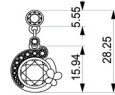


그림 8. 쿤자이트 디자인 시안 도면 2



4.2 시제품의 특징



그림 8. 시제품 1

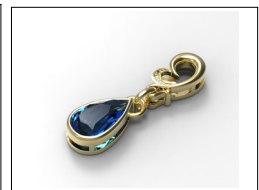


그림 9. 시제품 2

심플하면서 캐주얼한 형태로 Purple Blue 계열의 가장 선호하는 색채 보석인 카나이트를 메인으로 하였으며, 보석의 색채에서 느껴지는 차분하면서도 강렬한 이미지를 디자인 요소인 나비의 형태와 접목시켜 움직임을 단순화 하여 모던하면서 캐주얼한 미적가치와 실용적 가치를 추구한 디자인을 제시하였다.

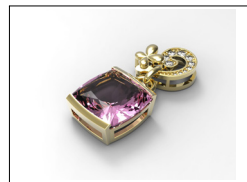


그림 10. 시제품 3

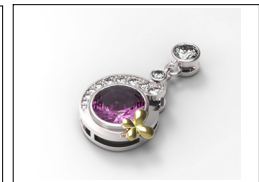


그림 11. 시제품 4

여성적이면서 커리어우먼의 이지적인 이미지를 도출하기 위해 모던 하면서 로맨틱한 이미지를 담고 있는 쿤자이트를 메인 보석으로 하여 당당하면서도 부드러운 20대 여성의 로맨틱한 설레임을 나비의 움직임을 형상화 하여 실용적으로 디자인 하였다.

V. 결 과

본 연구는 유색보석의 색채 선호도를 분석하여 주얼리 제품 개발에 반영하고자 하였다. 유색보석의 색채 선호 분석을 알아보기 쉽게 하기 위해서 먼셀의 10색을 기본으로 하여 유색보석을 색상별로 분류하여 20대 여성들이 선호하는 색상에 따른 보석의 색상을 분석하여 주얼리 제품을 개발하는데 주안점을 두었다.

본 연구의 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서는 설문조사 방법에서 보석의 이름을 배제하고 먼셀의 기본 10색과 보석이미지를 가지고 조사하였다. 조사 결과, 일반적으로 가장 많이 제품화되고 있는 페리도트, 토파즈, 자수정, 루비 등과 같은 탄생석 보다는 블루쿼츠, 카나이트, 쿤자이트, 스페서타이트 가넷 등과 같은 소비자에게 알려지지 않은 칼라의 보석을 선호하는 것으로 유추할 수 있다.

둘째, 색채 선호도 결과에서는 Blue와 Red 계열의 유색보석을 선호하는 것으로 나타났으며, 특히 PB에서는 블루쿼츠, 카나이트를 선호하며, RP에서는 핑크사파이어, 쿤자이트 순으로 선호하는 것으로 나타났다. BG(2.4%), G(4.8%), GY(4.8%), Y(6%)와 같은 Green이나 Yellow 계열 유색보석은 색채 선호가 낮은 것으로 나타났다.

셋째, 트렌드 분석 결과, 나무와 꽃, 곤충, 동물 등의 자연을 모티브한 화려하지 않은 단순한 디자인이 주를 이루고 있으며, 디자인 선호 이미지 형용사 분석 결과에서는 모던(24.1%), 로맨틱(16.3%), 내추럴(15.9%), 캐주얼(14.5%) 순으로 나타났다. 제품 개발은 실증 분석을 통한 유색보석의 색채 선호도를 바탕으로 트렌드 분석과 디자인 형용사 조사를 적용하여 나비를 모티브로 제작하였다.

종합적으로 볼 때, 본 연구에서는 유색보석 제품 개발에 있어서 소비자가 요구하는 다양한 칼라의 제품군의 개발을 통해 향후 유색보석 제품의 개발 가능성을 찾아 볼 수 있었다. 또한 주얼리 업체 및 디자이너에게 다양한 칼라의 유채 보석 실용화를 위한 기초 자료로써 도움이 될 것이라고 판단되어진다.

참 고 문 헌

- [1] 이기상, "주얼리의 시장분석을 통한 Semiprecious Stone 제품 개발 연구", 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제4호, p.165, 2012.
- [2] <http://www.koju.co.kr/home/news>
- [3] 한국산업인력공단, "보석감별", p.3, 2009.
- [4] 한국보석협회, "ICA(International Colored Gemstone Association)한국지부", "KGTA GAZETTE", 창간호, 2001.
- [5] 이기상, "주얼리의 시장분석을 통한 Semiprecious Stone 제품 개발 연구", 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제4호, pp.164-173, 2012.
- [6] 김용숙, 박영로, *색채의 이해*, 일진사, 2007.
- [7] 서주환, "뉴실버세대의 색채 선호 특성", 한국디자인트렌드학회, 제31권, pp.97-106, 2011.
- [8] 조영란, *보석의 색상이 구매행동에 미치는 영향에 관한 연구*, 경기대학교 석사학위논문, 2009.
- [9] 박혜령, "선호색상과 의복선호색상의 차이", 한국색채학회, 제14권, 제1호, pp.29-35, 2000.
- [10] 이기상, "주얼리의 시장분석을 통한 Semiprecious Stone 제품 개발 연구", 한국콘텐츠학회, 제12권, 제4호, p.165, 2012.
- [11] <http://www.koju.co.kr/home/news/boardList.ubs?boardcd=column>
- [12] 월곡주얼리산업연구소, *Korea Jewelry Market Research Annual Report*, 2013.
- [13] 이기상, "주얼리의 시장분석을 통한 Semiprecious Stone 제품 개발 연구", 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제4호, p.169, 2012.

- [14] 박숙현, "패션 이미지별 평가용어, 색상 및 분류 체계", 한국의류학회 추계학술대회, 2003.
- [15] 여미, 이창노, "색채 이미지 유형에 따른 성별 색채 선호도에 관한 연구", 한국실내디자인학회, 제21권, 제4집, pp.136-147, 2012.
- [16] 박지원, *색의 상징과 연상 이미지를 응용한 장신구 디자인 연구*, 홍익대학교 석사학위논문, 2009.
- [17] 이호철, 김관채, "뉴 실버세대의 색채선호도를 반영한 펜던트 개발에 관한 연구", 한국귀금속보석학회, 제6권, 제2호, pp.184-189, 2012.

저 자 소 개

이 기 상(Ki-Sang Lee)

정회원



- 1984년 : 서울과학기술대학교 금속공예과(미술학사)
- 1987년 : 한양대학교 대학원 금속공예과(미술학석사)
- 현재 : 인덕대학교 주얼리디자인과 교수

<관심분야> : 주얼리디자인, 보석, 장신구