

패션비즈니스 제26권 2호

ISSN 1229-3350(Print)
ISSN 2288-1867(Online)

J. fash. bus. Vol. 26,
No. 2:48-66, May. 2022
[https://doi.org/
10.12940/jfb.2022.26.2.48](https://doi.org/10.12940/jfb.2022.26.2.48)

Corresponding author

YunJung, Hong
Tel : +82-2-2610-0858
E-mail : insight966@naver.com

해외 남성 프리미엄 아우터 브랜드의 색채 특성

홍윤정*

*유한대학교, 패션디자인학과

Color Characteristics of Foreign Men's Premium Outer Brand

YunJung Hong*

*Dept. of Fashion Design, Yuhan University, Korea

Keywords

fashion color, menswear,
outerwear, premium brand
패션 색채, 남성복, 아우터,
프리미엄 브랜드

Abstract

This study aimed to investigate and analyze the overall color utilization characteristics as design elements of advanced men's premium outer brands. From the analysis of a total of 889 color samples, PB showed the highest distribution in color, Bk, R, and P. The use of Itg and p of high and low chroma was high, centering on dkg of low value and low chroma, and g of medium chroma. The men's premium outer brand displays a luxurious color image centered on color planning due to color contrast between dark and grayish shades. The characteristics of colors and color distribution by brand were considered. The brands that utilized the most diverse colors and shades were Herno, which pursues sportswear of the Elegance image, and Stone Island, which pursues casual images of workwear style. These results show that systematic planning using colors and shades are utilized by all premium outer brand concept. The results of this study are meaningful because they can be used as basic data for effective product planning, men's outer design development, and color planning of outer clothing brands are they represent premium outer brands for men, and identifies color characteristics as differentiated design elements.

1. 서론

최근 의복의 기능성과 더불어 패셔너블한 디자인의 패딩 점퍼를 중심으로 한 프리미엄 아우터 브랜드가 국내 소비자 사이에서 큰 인기를 끌고 있다. 명품 온라인 플랫폼에서도 고가의 패딩 점퍼를 중심으로 한 아우터의 판매량이 급속히 증가하고 있으며, 대형 백화점에서도 기존의 프리미엄 아우터 브랜드뿐만 아니라 새로운 아우터 브랜드를 시장에 선보이고 있다. 극한의 추위에 대한 방한을 목표로 하는 기능성 의복으로 시작한 프리미엄 아우터 브랜드는 기능성뿐만 아니라 세련되고 스타일리시한 아우터 디자인으로 소비자 선택의 폭을 넓혀가고 있다.

현대백화점에 따르면 2021년 10월 이후 프리미엄 아우터 신장률이 2020년 대비 42.4%의 성장을 기록했으며 롯데백화점에서는 2021년 1월부터 11월까지 프리미엄 아우터 브랜드를 구매한 고객 중 15%는 1년 이내 재구매를 한 것으로 나타났고, 30%는 3년 이내 재구매한 것으로 분석되었다. 프리미엄 아우터 브랜드를 구입한 경험이 있는 기존 소비자의 상품 재구매로 이어지고 있으며, 다양한 점퍼류를 중심으로 프리미엄 아우터 브랜드별로 제품을 소장하는 패션 소비자가 증가하고 있는 추세이다(Bang, 2021a; Hong, 2021).

한편, 개성과 취향을 반영한 패션 아이템을 찾는 남성 소비자들이 증가함에 따라 기존의 여성 소비자를 중심으로 하였던 하이엔드 패션 시장에서 새로운 잠재고객으로 대두되고 있는 남성 소비자를 위한 패션 상품 기획과 디자인 개발이 중요하게 부각되고 있다(Y. Jung, 2021). 특히, 다양한 컬러, 소재, 실루엣 등의 디자인 요소로 기존의 아우터 브랜드와 차별화하고 있는 프리미엄 아우터 브랜드에서는 패션을 통해 개성과 취향을 표현하고자 하는 남성 소비자의 비중이 증가하는 추세이다(Park, 2022). 따라서 프리미엄 아우터 브랜드에 대한 남성 수요의 증가에 따라 남성 소비자의 다양한 개성 표현과 고급화된 욕구를 충족시키기 위한 패션 디자인 요소 개발이 필요하다.

프리미엄 아우터 브랜드는 고가격으로 과소비를 조장한다는 비판적인 시각도 있으나, 소비자의 니즈에 부합하는 다양화된 디자인 요소와 새로운 스타일로 패션 시장을 선도하여 나가고 있다는 점에서 프리미엄 아우터 브랜드만의 차별화된 디자인 요소를 고찰할 필요가 있다. 프리미엄 아우터 브랜드는 획일화된 색채 기획에서 벗어나 다양한 색채 기획과 디자인으로 경쟁력을 갖추고 있다. 하지만 현재 국내 아우터 브랜드들은 기능적 소재와 뛰어난 디자인력에도 불구하고 주목할 만한 프리미엄 아우터 브랜드가 부족하다는 점에서

해외 프리미엄 브랜드만의 차별화된 디자인 요소인 패션 색채에 대한 심도 있는 연구가 필요한 실정이다.

남성과 관련된 패션 색채는 대부분 선호색과 관련되어 진행되어 왔으며(Jung & Choi, 2011; Kim, Cho, & Choo, 2004; Ryu, Park, & Shin, 2008), 남성 패션에 있어서 컬러 코디네이션에 따른 이미지 평가와 같은 패션 색채 이미지 평가와 관련된 연구가 진행되어 왔다(Lim, 2007). 차별화된 디자인 요소로서 남성복에서 활용되는 색채만을 중심으로 진행되어온 선행연구는 국내 남성복 브랜드의 세분 시장별 활용색 특성 혹은 남성복에서의 핑크색의 활용을 고찰한 색채 분석 연구 등이 있다(Hong & Joo, 2020; Kim et al., 2004).

프리미엄 아우터 브랜드의 색채와 관련된 선행연구로는 복종을 기준으로 하여 국내외의 아웃도어 의류의 색채를 비교분석하거나 스포츠 브랜드의 디자인 요소로서의 색채를 분석한 연구 혹은 여성의 피트니스 웨어의 색채 활용을 분석한 연구가 있다(Kim & Ha, 2012; Kim & Joo, 2019; Park, 2017). 또한 스트리트 패션에서 남성 애슬레저 웨어의 디자인 특성과 색채를 분석한 연구(Hong, 2019)가 있다. 하지만 프리미엄 아우터 브랜드를 연구대상으로 하여 남성 아우터 의류의 패션 색채와 관련된 선행연구는 부족한 실정이다.

따라서 본 연구는 해외 프리미엄 아우터 브랜드의 디자인 요소로서의 색채 활용을 규명하고 앞으로 남성 소비자를 대상으로 한 고급화된 아우터 의류 브랜드의 효과적인 상품기획과 색채 기획의 기초 자료를 제공하고자 한다.

연구 방법으로는 2021년 F/W 시즌 13개의 해외 프리미엄 브랜드의 남성 아우터로 연구 범위를 한정하여 사례분석을 실시하였으며 해당 브랜드에서 제안하고 있는 남성 의류의 전체 색채와 색조 특성을 분석하여 브랜드별 색채 및 색조 특성을 규명하였다. 연구 대상이 된 13개의 해외 프리미엄 브랜드는 2015년 이후 패션 비즈, 한국 섬유 신문 등의 패션 전문 기사에서 언급된 브랜드들을 중심으로 하였고, 공식 사이트 및 온라인 플랫폼에 업로드된 2021년 F/W 시즌 상품 이미지의 색채를 추출하여 분석하였다.

본 연구의 구체적인 연구 문제는 다음과 같다.

첫째, 해외 프리미엄 아우터 브랜드의 남성 의류의 색채 및 색조 특성을 분석한다.

둘째, 해외 프리미엄 아우터 브랜드의 남성 의류의 색조 분포 특성을 분석한다.

셋째, 해외 프리미엄 아우터 브랜드별 색채특성을 규명한다.

넷째, 해외 프리미엄 아우터 브랜드별 색조특성을 규명한다.

다섯째, 해외 프리미엄 아우터 브랜드별 색채기획을 고찰한다.

II. 이론적 배경

1. 해외 프리미엄 아우터 브랜드의 현황

프리미엄 브랜드는 기술 우월성과 심미적 가치를 통해 특정 소비자에게 어필하는 브랜드이다(Jeon & Kim, 2005; Seo, 2009; Vigneron & Johnson, 1999). 이러한 프리미엄 브랜드를 통해 소비자는 기존의 브랜드와는 차별화된 심미적 가치와 감성적 만족, 소유의 가치를 얻을 수 있다(Sim, Lee, & Hong, 2021). 이러한 프리미엄 현상은 기존 브랜드와는 차별화된 프리미엄 브랜드만의 감성과 새로운 콘셉트를 바탕으로 소비자의 감성적 경험을 제공하여 소비자의 요구에 충족하고 있다(Seo, 2009). 특히 브랜드 고유의 콘셉트와 기술력, 기능성을 바탕으로 시작된 프리미엄 아우터 브랜드는 기존의 방한용 아웃도어웨어 혹은 기능성 스포츠웨어의 접미, 패딩 아우터를 중심으로 동시대의 감각에 맞게 세련된 스타일과 다양한 색채 기획 및 소재개발로 패션 시장에서의 경쟁력을 높이고 있다(Bang, 2021a; Bang, 2021b; Hong 2021). 이러한 전략은 기존 소비자들의 재구매로 이어지며, 프리미엄 아우터 브랜드별로 다양한 점퍼류를 중심으로 제품을 소장하는 패션 소비자가 증가하고 있는 추세이다. 특히, 다양한 연령과 성별의 소비자들이 프리미엄 아우터 브랜드를 선호하고 있다. 젊은 MZ세대를 중심으로 한 플렉스(Flex) 소비 경향과 개성 추구 현상과 더불어 40대 이상의 소비자들에게도 기존의 모피 등으로 대표되는 방한용 아우터 의류 아이템을 대체한 패션 아이템으로서 고급스럽고 세련된 취향을 반영한 프리미엄 아우터 브랜드에 대한 선호가 나타났다(Sim, 2014). 최근 패션 소비자들은 에슬레저 룩의 믹스 매치 방법을 활용하고 있으며(Park & Chun, 2018) 다운 점퍼나 패딩류를 클래식한 정장 수트에 매치하거나 박시한 실루엣에 몸에 밀착된 레깅스 하의를 매치하는 등 실용주의와 개성을 중요시하는 믹스 매치 스타일을 선호하고 있다(Hong, 2019; Lee, 2018). 프리미엄 아우터 브랜드는 이러한 고급스럽고 세련된 이미지와 개성 표현을 요구하는 소비자들의 니즈에 부합하는 디자인 개발과 색채 기획을 보여주고 있다.

이러한 소비자의 요구를 반영하여 국내 백화점들은 몽클

레어(Moncler), 에르노(Herno), 캐나다 구스(Canada Goose)와 같은 대중적으로 잘 알려진 브랜드뿐만 아니라 크리스 조이(Khris Joy), 퓨잡(Fusalp), 노비스(Nobis) 등과 같은 새로운 프리미엄 브랜드들에 대한 팝업 스토어 등을 진행하여 국내 시장에 소개하고 있으며 다양한 성별과 연령대의 소비자에게 큰 호응을 얻고 있다(Bang, 2021b). 해외 프리미엄 아우터 브랜드는 브랜드만의 콘셉트를 중심으로 소비자들의 니즈를 만족시킬 수 있는 디자인을 제안하고 있다.

프랑스의 스키웨어 브랜드에서 시작된 퓨잡은 엘레강스하면서 동시대적인 시크(Chic) 스포티즘을 추구하며(Fusalp, n.d.), 이탈리아의 에르노는 엘레강스 이미지의 스포티한 스타일로 다양한 연령대를 위한 세련된 아우터 디자인을 제안한다(Herno, n.d.). 몽클레어 공식 홈페이지와 패션, 아트, 인테리어, 디자인 제품을 취급하는 e-커머스 플랫폼인 YME Universe에 따르면 몽클레어는 등산을 위한 기능성 아우터 웨어에서 출발하였으나, 지속적인 연구와 스타일을 결합하여 기능성과 심미성을 갖춘 등산용 기능성 아우터 디자인에 글래머러스하면서 화려한 도시생활을 결합한다고 설명하고 있다(Moncler, n.d.; Ymeuniverse, n.d.).

이탈리아의 아우터 브랜드 두노(Duno)는 미니멀한 도시적 레저웨어를 추구하는 브랜드로 깨끗한 라인과 기능성 소재가 특징이다(Duno, n.d.). 캐나다 방한용 아우터 브랜드인 맥케이지(Mackage)는 방한용 아우터를 패셔너블하고 도시적으로 재해석한 아우터 디자인을 제안한다(Mackage, n.d.). 캐나다의 아웃도어웨어의 방한용 아우터 브랜드로 시작된 노비스는 시간을 초월하여 유행에 좌우되지 않는 스타일을 추구하고 있다(Nobis, n.d.).

캐나다의 방한용 아웃도어웨어 브랜드로 시작한 캐나다 구스는 기능성 아우터를 현대인들의 생활에 맞게 캐주얼한 이미지로 전개하는 것을 브랜드 콘셉트로 하며(Canada Goose, n.d.). 이탈리아에서 시작된 듀벤티카(Duvetica)는 브랜드 콘셉트에서 세련되고 즐거운 이미지의 로고플레이와 비비드한 색채를 추구하고 있다(Duvetica, n.d.). 2017년 이탈리아의 스타일리스트 마르시아 벨로티(Marzia Bellotti)가 런칭한 크리스조이(KhrisJoy)는 스트리트 패션에서 모티브를 얻어 독특한 프린트 패턴과 강렬한 색채를 활용하여 MZ세대의 감성을 자극하고 있다(J. Jung, 2021). 2009년 캐나다에서 런칭된 무스너클(Moose Knuckle Canada)은 패션과 음악의 문화적 요소와 결합하여 기능성 웨어에 트렌디하면서 감각적인 디자인으로 아우터 웨어를 차별화하고 있다(Moose Knuckle Canada, n.d.). 알래스카 항공 구조대의 봄머(bomber) 재킷 디자인에서 영감을 받아 시작된 이탈리

아의 파라점퍼스는 기능적이고 패셔너블한 아우터웨어를 제안한다(Para Jumpers, n.d.). 이탈리아의 페트레이(Peuterrey)는 슬림한 경량 재킷을 중심으로 도시적인 아우터 브랜드를 콘셉트로 한다(Peuterrey, n.d.). 국내 남성 소비자들에게 큰 인기를 끌고 있는 이탈리아의 스톤아일랜드는 남성 패션 브랜드에서 시작하여 유니폼 웨어에서 영감을 얻어 워크웨어

스타일을 추구한다(Stoneisland, n.d.).

이러한 프리미엄 아우터 브랜드는 독특한 브랜드 콘셉트를 유지하며 새로운 디자인과 기능성 소재 개발, 색채 기획으로 차별화하고 있으며 프리미엄 아우터 브랜드별 브랜드 콘셉트를 정리하면 다음 Table 1과 같다.

Table 1. Premium Outer Brands and Brand Concepts

Brand	Description	Brand Concept	Country
Elegance & glamorous	Fusalp Founded in 1952 French sportswear and skiwear brand. Create the right balance between performance and elegance.	Elegance & contemporary, chic sportism	France
	Herno Founded in 1948 Italian sportswear brand. A heritage brand to the forefront of technology.	Elegance sporty	Italy
	Moncler Founded in 1952 French sportswear brand.	Outdoor wear with the glamorous city life	France
Minimal & urban-like	Duno Founded in 2014 Italy, Premium outer brand that pursues various functional innovations through traditional tailoring.	Minimal city leisure. Pure clean lines drawn delicately on the technical fabrics	Italy
	Mackage Founded in 1999, Fashionable outer brand.	Fashionable, urban-like	Canada
	Nobis Founded in 2006 innovative outer brand.	Timeless style & functional detail	Canada
Young & casual	Canada Goose Founded in 1957 extreme weather outerbrand. The brand's method of using air to put down into the jacket.	Functional & casual	Canada
	Duvetica Founded in 2002 Italy, Italian Heritage Premium Lifestyle Brand.	Cool & joyful logo play, vivid color	Italy
	Khris Joy Founded in 2017 Italy, a stylish and unique outer brand.	Street wear, colorful, unique pattern	Italy
	Moose Knuckle Canada Founded in 2009, An exceptional outerwear brand available across the globe.	Cultural characteristics that encompass music and fashion, colorful.	Canada
	Para Jumpers Founded in 2005, brand of both technical and fashionable outerwear.	A bomber jacket design inspired by Alaska Air Rescue Team. Functional & fashionable	Italy
	Peuterrey Founded in 2002 Italy, Urban outer brand.	Slim & light, young culture	Italy
	Stone Island Founded in 1982, an outer brand based on casual clothes.	Uniform, workwear style, colorful	Italy

2. 남성 아우터 브랜드의 색채 활용

색채는 사회문화적 배경에 따라 떠오르는 대상에 대한 이미지의 연상 작용과 동시에 그 대상에 대한 기억력과 몰입감을 강화시키고 패션 브랜드 이미지를 형성하는 핵심 요소이다(Park, Cho, & Lee, 2009). 즉, 브랜드 아이덴티티를 구축하기 위해 색채 이미지를 지속적으로 유지하는 것이 중요하며, 상품과 브랜드를 차별화하기 위해서는 브랜드 기획 단계에서부터 상품 기획까지 전사적인 패션 브랜드의 디자인 프로세스 상에서 소비자가 요구하는 이미지에 소구할 수 있는 색채 기획이 필수적이다(Lee, 2003; Park et al., 2009).

특히 패션 산업에서 개성 표현을 위한 소비자의 다양한 취향과 감성에 소구할 수 있는 색채 기획이 중요해짐에 따라 남성을 대상으로 한 패션 브랜드에서도 디자인 차별화 요소로써 색채의 활용이 중요해지고 있다. 2019년 팬톤에서 ‘리빙 코랄(Living Coral)’, 2020년 FaDI(2019)에서 ‘핑크 코랄(Pink Coral)’ 색상을 주목해야하는 색상으로 제안한 이후로(Pantone, 2019) 남성복에서도 여성복에 주로 사용되었던 핑크색과 같은 부드러운 색의 활용이 두드러지고 있으며, 여성에 비해 고정되어 있던 현대 남성의 이미지가 다양화되어 가고 있다(Hong & Joo, 2020).

따라서 남성을 대상으로 한 패션 브랜드에서도 기존의 색채 기획에서 나아가 보다 다양화되어야 하며, 소비자들의 세분화된 개성과 취향을 담아낸 색채 기획이 요구되어지고 있다. 남성복의 세분시장별 색채 활용의 특성을 분석한 선행연구(Kim et al., 2004)에서는 남성 패션 컬러는 무채색과 PB의 비중이 높으며, 남성성장, 남성 캐릭터 캐주얼 남성 트레이저널 캐주얼로 구분되는 세분시장별로 차이가 나타났으며, 세분시장에 따른 색채 기획이 필요하다고 설명한다.

따라서 아우터와 스포츠와 같은 기능성 의류 제품군에서도 다양화되고 있는 소비자의 감성과 니즈에 부합하는 색채 기획이 필요하다. 전체 아우터웨어 디자인 특성을 분석한 Kim and Ha(2012)의 연구에서는 화이트와 블랙을 기본 색상으로 자연에서 모티브를 얻은 베이지와 그린, 레드 색상이 주로 많이 사용되고 있고 어두운 색상보다는 밝은 색상의 화이트, 옐로우, 오렌지, 퍼플 색상과 절개를 통한 배색과 블랙에 오렌지, 그린의 배색 스티치, 퍼플 등 비비드한 색상의 배색스티치가 디테일로 활용된다고 고찰하였다. Kim(2003)의 연구에서 국내 스포츠웨어를 골프 웨어와 액티브 스포츠웨어로 구분하여 활용된 색채 현황을 분석하여 비교한 결과, 골프 웨어에서는 자연과 조화를 이룰 수 있는 YR, R, R의 난색 계열의 색상과 sf, dl색조가 높은 비율인

반면, 액티브 스포츠웨어에서는 한색인 PB가 가장 높고, 무채색과 p, s색조의 분포가 높아 같은 스포츠웨어 군에서도 색채의 활용에서 차이가 있음을 고찰하였다.

국내의 아우터 브랜드의 재킷에서 활용 색채를 분석한 선행 연구에서는 글로벌 아우터 브랜드와 국내 브랜드의 재킷에서 활용된 색채를 비교하였으며, 해외 글로벌 브랜드의 경우 단색, 통일된 색조, 단순하고 유사한 배색을 많이 사용하고 있었으며, 브랜드만의 독특하면서 통일된 배색 방법을 통해 브랜드의 정체성을 나타내고 있었다(Park, 2017). 스트리트 패션에 나타난 남성 애슬레저웨어의 색채를 고찰한 Hong(2019)의 연구 결과에서는 비중이 높은 색채는 PB, R, YR순이었고, P의 비중이 가장 낮았다. 색조 분포에서는 저명도, 저채도의 dkg의 비중이 가장 높았고 bk, p, b색조의 비중이 높았다. 따라서 남성 애슬레저웨어의 색채는 전체적으로 명도가 낮아 어둡고 채도가 낮은 색채들과 b나 p를 중심으로 한 고명도의 밝고 채도가 낮은 색채가 명도대비를 이루어 연출됨을 알 수 있다(Hong, 2019).

아우터웨어 혹은 스포츠웨어와 같은 활동성과 기능성을 목적으로 하는 의류제품에서는 어두운 색상과 밝은 색조의 색상을 활용하여 밝고 건강한 이미지, 활동적인 이미지를 추구하는 색채 활용이 이루어지고 있음을 알 수 있다. 특히 해외 프리미엄 브랜드의 경우 기존의 블랙 색상의 점퍼 아우터가 큰 비중을 차지하였던 색채 기획에서 벗어나 핑크, 민트, 레드, 블루 등의 다양하고 화려한 색채 기획으로 차별화하고 있다(Hong, 2021).

또한 기존의 방한용 모피나 울 코트와 같은 아우터보다 가볍고 경량화 된 소재, 슬림한 실루엣과 캐주얼한 디자인으로 차별화한다. 이러한 기능 위주의 방한용 아우터가 일상복으로 보편화되고 있는 복식 현상과 더불어 아우터웨어와 캐주얼 아이템이 절충된 패션 디자인 개발이 이루어지고 있으며, 슬림한 디자인과 기능적인 소재 및 다양한 색상으로 변화를 추구하고 있다(Kim & Ha, 2012; Park & Yu, 2000).

III. 연구 방법

1. 연구 범위

본 연구의 연구 대상을 추출한 과정은 다음과 같다. 2022년 1월 3일~10일까지 구글에서 “프리미엄 아우터”를 검색어로 하였고, 이와 관련된 포털사이트 상에서 연관 검색어로 제시된 “프리미엄 패딩”도 검색어에 포함하였다. 에슬레저 트렌

드가 급성장하기 시작한 2015년 이후 패션비즈, 한국섬유신문 등의 패션 전문 기사에서 언급된 브랜드들을 중심으로 프리미엄 아우터 브랜드를 추출하였다.

추출된 프리미엄 아우터 브랜드는 해당 브랜드의 온라인 공식사이트와 무신사, 29cm와 같은 패션 온라인 플랫폼, SI 빌리지, SSF 몰과 같은 국내 대기업의 공식 수입 사이트들에서 브랜드 명을 재검색하여 브랜드의 컨셉과 디자인 특성에 대한 세부 설명을 참고하여 아우터에 특화되어 있는 브랜드인지를 재확인 작업을 하였고, 이 때 아우터 아이템에 특화되어 있지 않고 패션 전 제품 뿐만 아니라 가방, 신발과 같은 액세서리류까지 카테고리를 다루고 있는 ‘버버리

(Burberry)’와 같은 디자이너 브랜드나 ‘아크테릭스(Arcteryx)’와 같은 다양한 카테고리의 기능성 아웃도어 의류 제품을 취급하는 브랜드는 제외하였다.

또한 최근 국내 언론 보도(Bang, 2021a; Bang, 2021b; Hong, 2021)를 참고하여 2019년부터 2021년까지 국내의 롯데, 현대, 신세계 백화점에 입점하거나 팝업 스토어를 진행한 적이 있는 브랜드로 범주를 한정하여 총 13개의 브랜드로 선정하였고 2022년 1월 3일~10일까지 공식 홈페이지와 공식 수입원에서 명시된 제품의 가격을 기준으로 정리하면 다음 Table 2과 같다.

Table 2. The Brand of the Research Subject

Brand	Brand Concept	Country	The lowest price(Won)	The Highest price(Won)
Canada Goose	Functional & casual	Canada	833,600	2,840,000
Duno	Minimal city leisure. Pure clean lines drawn delicately on the technical fabrics	Italy	850,000	1,400,000
Duvetica	Cool & joyful logo play, vivid color	Italy	790,000	1,790,000
Fusalp	Elegance & contemporary, chic sportism	France	482,000	2,293,000
Herno	Elegance sporty	Italy	445,000	2,250,000
Khris Joy	Street wear, colorful, unique pattern	Italy	1,000,000	2,500,000
Mackage	Fashionable, urban-like	Canada	473,300	1,620,000
Moncler	Outdoor wear with the glamorous city life	France	1,250,000	3,800,000
Moose Knuckle Canada	Cultural characteristics that encompass music and fashion, colorful.	Canada	708,000	1,950,000
Nobis	Timeless style & functional detail	Canada	690,000	1,850,000
Para Jumpers	A bomber jacket design inspired by Alaska Air Rescue Team. Functional & fashionable.	Italy	630,000	1,500,000
Peuterey	Slim & light, young culture	Italy	798,000	2,380,000
Stone Island	Uniform, workwear style, colorful	Italy	759,173	4,722,925

*Based on the price specified on the official website from January 3 to 10, 2022.

2. 색채 표본 추출

2022년 1월 3일~10일까지 연구대상이 된 총 13개의 프리미엄 아우터 브랜드의 공식 온라인 사이트 및 국내의 온라인 플랫폼에서 확인된 해당 브랜드의 상품 중 2021 F/W시즌의 남성용 아우터를 검색하여 총 889장의 사진을 선정하였으며, 먼셀 컨버전(Munsell Conversion Version 12.22.1)의 이미지분석 툴을 활용하여 색채 표본의 색채 데이터를 추출하였다. 색채 값의 정확도를 높이기 위해 3회 이상 추출을 시행한 평균값으로 하여 색상(Hue), 명도(Value), 채도(Chroma) 값으로 변환하였다. 분석 대상이 된 표본은 민무늬를 중심으로 한정하였으며, 무늬 혹은 배색의 경우 70% 이상의 배경색만 추출하였다. PCCS(Practical Color Coordinate System)의 12색조를 중심으로 색상과 색조를 분석하였으며 무채색은 W, LtGy, Gy, dkGy, Bk 5단계로 나누어 분석하였다. 분석에 활용된 브랜드별 색채 표본의 총 개수를 제시하면 다음 Table 3과 같다.

IV. 연구 결과

1. 해외 프리미엄 아우터 브랜드의 남성 의류의 색채 및 색조 분석

해외 프리미엄 아우터 브랜드의 남성 의류의 색채특성을 분석하기 위해 남성 프리미엄 아우터 브랜드에서 추출한 총 889개의 색채 표본을 분석한 결과, 유채색은 79.64%, 무채색은 20.36%로 유채색의 비중이 높게 나타났다. 다음의 Figure 1과 같이 유채색에서는 PB가 32.40%로 가장 많은

비중을 차지하였고, 다음으로는 Y(9.34%), R(8.89%), P(6.19%) 순이었다. 무채색에서는 Bk(9.56%), W(5.62%), Gy(4.16%)순으로 많이 나타났다. 가장 낮은 분포를 보인 유채색은 BG(1.35%), G(2.25%)였고 무채색에서는 LtGy(0.00%), Gy(1.01%)로 낮게 나타났다.

시즌별, 연도별 상이하다는 한계는 있으나 색채 특성과 패션 이미지를 다각도로 고찰하기 위해 아웃도어 혹은 스포츠웨어의 패션 색채의 특성을 분석한 선행 연구 결과들과 비교 분석하였다. Kim(2003)의 스포츠웨어의 색채를 분석한 연구에서는 유채색에서 PB, R계열의 비중이 높았으며, BG와 G계열은 적게 나타났고, 본 연구의 결과에서도 유사하였다는 점에서 해외 프리미엄 아우터 브랜드의 색채 특성은 유채색의 PB, R계열을 중심으로 하는 활동적인 스포츠 웨어의 패션 색채 특성과 유사한 색채 경향을 보인다.

Kim and Joo(2019)의 여성 피트니스 웨어의 패션 색채를 분석한 연구 결과에서도 PB가 가장 높은 분포를 보였으며, Bk, R, P계열의 분포가 많이 나타났고, G와 LtGy, BG의 분포가 낮게 나타났으며, 이러한 점에서 여성 스포츠 웨어의 패션 색채 특성과는 유의미한 차이는 없었다. Park(2017)의 연구에서 국내 남성 아웃도어 재킷의 색상은 Bk(22.4%), YR(21.1%) Y(15.8%)순으로 나타났고, Bk, Y계열이 높게 나타난 것은 본 연구 결과와는 일치한다.

그러나 Park(2017)의 연구에서는 Bk가 22.4%로 가장 높은 비중을 보인 반면, 본 연구의 경우 PB의 활용이 가장 높게 나타났다는 점이 차이가 있으며, YR의 경우에도 선행연구의 경우 높은 분포를 보였으나, 본 연구 결과에서는 중상위권으로 나타났다. 산이나, 계곡 등의 자연을 배경으로 한 활동을 위한 아웃도어웨어는 Bk와 YR계열을 중심으로 기능

Table 3. Color Samples by Brand

Brand	The number of color samples	Brand	The number of color samples
Canada Goose	161	Moncler	133
Duno	17	Moose Knuckle Canada	64
Duvetica	34	Nobis	6
Fusalp	18	Para Jumpers	111
Herno	132	Peuterey	36
Khri Joy	19	Stone Island	89
Mackage	69		
Total			889

적이고 실용적인 이미지의 색채 특성을 보이고 있다. 반면, 프리미엄 아우터 브랜드의 경우에는 아웃도어웨어의 기능성을 기반으로 하고 있으나, 상대적으로 현대인의 도시 생활에서 활용할 수 있는 PB, Y, R계열의 유채색과 Bk, W를 중심으로 한 무채색의 현대적인 이미지의 색채 특성을 나타낸 것으로 해석할 수 있다.

색조는 무채색을 제외하고 Figure 2와 같이 저명도·저채도의 dk로 33.75%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 중명도·중채도의 g 16.76%, 고명도·저채도의 ltg 6.30%, 고명도·저채도의 p 5.06%로 나타났다. 가장 적게 나타난 색조는 중명도·중채도의 sf(1.57%)와 고채도·저명도의 dp(1.57%), 고명도·고채도의 v(1.57%)였다. 이러한 결과는 Park(2017)의 연구에서 남성용 아웃도어 재킷에서 무채색과 채도가 낮은 색상의 활용이 높게 나타났고, 고채도의 색상을 dk색조의 PB 혹은 Gy, Bk등의 무채색과 함께 배색하는 것이 특징으로 나타났다는 점에서 남성용 프리미엄 아우터 브랜드의 색조 분포와도 일치하며, 저명도·저채도의 dk와 중명도·중채도의 g중심으로 고명도·저채도의 ltg, p의 활용이 높은 본 연구 결과와도 일치한다.

2. 해외 프리미엄 아우터 브랜드의 남성 의류의 색조 분포

해외 프리미엄 아우터 브랜드의 남성 의류의 색조특성을 분석하기 위한 전체 색상별 색조 분포는 다음의 Table 4과 같

다. 전체 색상 대비 높은 비중을 보이고 있는 색조와 색상은 저명도·저채도의 dk색조의 PB계열 색상이 가장 높은 비중을 차지하였으며, 고명도·고채도의 밝은 색조인 b색조의 R계열과 중명도·중채도의 g색조의 PB계열 순으로 나타났다. 저명도·저채도의 dk색조의 PB계열을 중심으로 활기를 줄 수 있는 고명도·고중채도의 밝은 색조인 b색조의 R계열을 활용함으로써 명도와 채도 차이를 활용한 색채 기획이 이루어지고 있음을 알 수 있다. 무채색에서 Bk 6.95%, W 5.62%, dkGy 4.16% 순으로 비중이 나타났다. 이것은 명도가 낮은 Bk와 dkGy를 중심으로 명도가 높은 W색상의 활용이 나타났다는 점에서 명도차이에 의한 무채색의 활용도 이루어지고 있음을 알 수 있다.

색조를 기준으로 1% 이상 분포를 보인 색상을 분석하면, 저명도·저채도의 dk색조에서 PB, RP, P, Y, YR, GY, BG 계열이 나타났으며 고명도·저채도의 ltg색조의 YR, Y, GY 계열에서 다양한 색채 활용의 비중이 높았다. 또한 고명도·저채도의 p의 PB, P계열, 중명도·저채도의 g의 PB, P계열, 고명도·고채도의 b색조의 R계열, 고명도·고채도 v의 R계열, 중명도·고채도의 s의 R계열, 저명도·고채도의 dp색조 R계열, 저명도·중채도의 dk색조 PB계열에서 1%이상의 분포가 나타났다.

색상 기준으로 1% 이상 분포를 보인 색조를 분석하였을 때, PB계열에서 저명도·저채도의 dk를 중심으로 중명도·저채도의 g, 저명도·중채도의 dk, 중명도·중채도의 d 색조에서



Figure 1. Hue Distribution Chart (drawn by author)

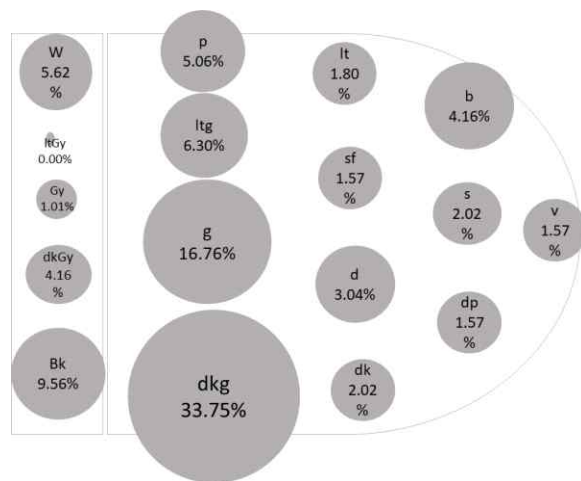


Figure 2. Tone Distribution Chart (drawn by author)

Table 4. Tone Distribution by Hue

(%)

Hue Tone	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	N	
p	0.34	0.79	0.79	0.22	0.11	0.00	0.11	1.12	1.12	0.45	Wh	5.62
lt	0.11	0.00	0.34	0.22	0.22	0.22	0.34	0.34	0.00	0.00	ltGy	0.00
b	2.14	0.11	0.11	0.00	0.79	0.00	0.00	0.90	0.11	0.00	Gy	1.01
v	1.35	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.22	0.00	0.00	dkGy	4.16
s	1.01	0.11	0.00	0.00	0.11	0.00	0.00	0.56	0.00	0.22	Bk	9.56
dp	1.01	0.34	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.22	0.00	0.00		
dk	0.11	0.00	0.00	0.45	0.00	0.00	0.11	1.35	0.00	0.00		
dkg	0.90	1.69	2.47	1.91	0.90	1.01	2.02	16.87	2.81	3.15		
g	0.56	0.45	3.60	2.02	0.00	0.00	0.45	7.76	1.69	0.22		
ltg	0.56	1.69	1.35	1.12	0.00	0.00	0.22	0.67	0.45	0.22		
sf	0.11	0.11	0.45	0.00	0.11	0.11	0.11	0.56	0.00	0.00		
d	0.67	0.22	0.22	0.00	0.00	0.00	0.00	1.80	0.00	0.11		

1% 이상의 분포를 보이며 가장 다양한 색조의 분포를 보이고 있었다. 그다음으로 R계열에서 고명도·고채도의 밝은 색조인 b, 고명도·고채도의 v, 중명도·고채도의 s, 저명도·고채도의 dp색조로 다양하게 나타났다. P계열의 경우 고명도 저채도의 p, 저명도·저채도의 dkg, 중명도·저채도의 g에서 1% 이상의 분포를 보였다. 즉, P계열은 저채도의 밝은 명도의 색상으로 활용되거나 중·저채도의 g와 dkg색조로 어둡고 탁하게 활용됨을 알 수 있다. YR, Y, GY계열에서는 dkg, ltg의 저채도 색조의 분포가 높았다는 점에서 어둡거나 탁한 색조를 중심으로 활용되는 것을 알 수 있다. RP, BG계열 또한 저명도·저채도의 dkg색조의 분포가 높았다.

이를 바탕으로 하여 전체 색상별 색조 분포에서 1% 이상의 분포를 차지하는 색채의 대표색을 Figure 3과 같이 제시하였다. Kim and Joo(2019) 선행연구의 여성용 피트니스웨어의 상의, 하의의 색채 분석 결과와 비교하였을 때, 무채색

을 제외하고 상의에서는 고명도·저채도 색부터 고명도·고채도 색까지 많이 사용되는 것으로 나타났다. 하의에서는 저명도·저채도의 색상, 집업 재킷은 고명도·저채도이거나 저명도·저채도의 색상이 많이 나타났다(Kim & Joo, 2019)는 점에서 스포츠웨어에서는 고명도와 고채도의 색조 분포가 높은 반면, 남성용 프리미엄 아우터의 경우 저명도·저채도의 색조 분포가 높아 유의미한 차이를 보인다.

Park(2017)의 연구에서는 국외 아웃도어 브랜드는 국내 아웃도어에서 자주 사용하는 복잡한 절개 배색이나 화려한 색상을 활용하기 보다는 저채도의 색상과 색조의 통일감을 주는 배색의 활용이 두드러진다고 고찰하였다. 이러한 선행연구의 결과와 마찬가지로 남성용 프리미엄 아우터 브랜드의 경우에도 톤다운 된 색조 안에서 미묘한 색상차이를 활용한 색채 기획이 이루어지고 있으며, 어둡고 낮은 채도의 색조들을 활용하여 시각적 통일감과 안정감을 추구하고 있

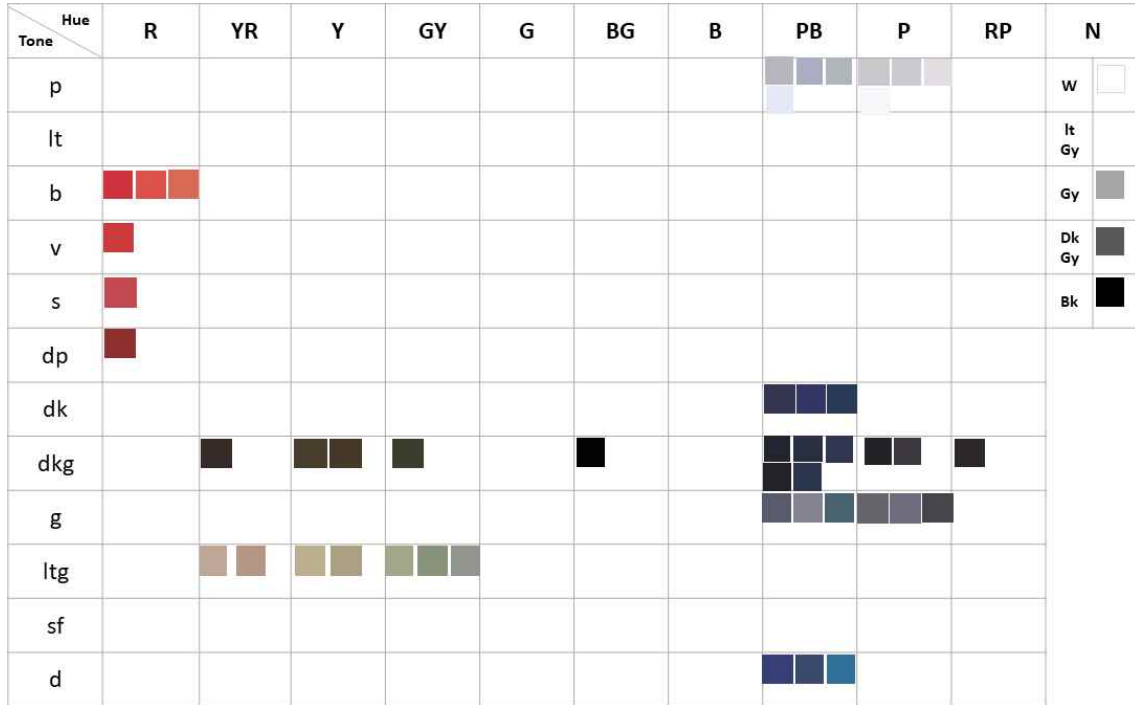


Figure 3. Distribution Ratio 1% or More Representative Color Extraction (drawn by author)

다는 것을 알 수 있다.

3. 해외 프리미엄 아우터 브랜드별 색채 분석

남성 프리미엄 아우터 브랜드별 색채 활용 특성을 고찰하기 위해 브랜드별 색상 분포를 분석하였고 이를 정리하면 다음 Table 5와 Figure 4와 같다. 13개의 프리미엄 아우터 브랜드별 색상 분포 중에서 가장 높은 분포를 보인 브랜드와 색상은 에르노의 PB(7.20%) 계열이었고, 그 다음으로는 몽클레어의 무채색(4.61%), 캐나다 구스의 무채색(4.16%) 순이었다. 브랜드별로 전체 1% 이상의 색상 분포로 색채 활용을 분석하였을 때, 가장 다양한 색상 계열을 활용하고 있는 브랜드는 에르노(5)와 스톤아일랜드(5)로 에르노는 PB(7.20%), P(1.91%), W, BK를 포함한 무채색(1.69%), R(1.46%), Y(1.12%) 순으로 많이 나타났으며, 스톤아일랜드는 PB(2.81%), R(1.24%), Y(1.12%), G(1.12%), YR(1.01%) 순으로 유채색 활용이 많이 나타났다.

그 다음으로는 파라점퍼스(4)와 캐나다구스(3)로 파라점퍼스는 PB(3.71%), W, BK를 포함한 무채색(2.92%),

GY(2.47%), R(1.01%)의 분포로 나타났으며, 캐나다구스의 경우 PB(4.50%), W, BK를 포함한 무채색(4.16%), R(2.36%)의 분포가 높게 나타났다.

4. 해외 프리미엄 아우터 브랜드별 색조 분석

해외 프리미엄 아우터 브랜드별 색조 특성을 규명하기 위해 남성 프리미엄 아우터 브랜드별 색조 분포를 분석하였고 이를 정리하면 다음 Table 6와 Figure 5와 같다. 13개의 프리미엄 아우터 브랜드별 색조 분포 중에서 가장 높은 분포를 보인 브랜드와 색조는 캐나다 구스의 저명도·저채도의 dkg(7.99%)이었고, 그 다음으로는 몽클레어의 저명도·저채도의 dkg(5.96%), 에르노의 중명도·저채도의 g(4.61%)였다.

브랜드별로 전체 1% 이상의 색조 분포로 색채 활용을 분석하였을 때, 가장 다양한 색조 계열을 활용하고 있는 브랜드는 에르노(6), 스톤아일랜드(5), 파라점퍼스(5)였고 그 다음으로는 캐나다구스(4), 몽클레어(4)로 나타났다. 에르노의 경우, 중명도·저채도의 g(4.61%), 저명도·저채도의 dkg(3.04%), 고명도 저채도의 p(1.57%), 고명도·저채도의

Table 5. Color Analysis by Brand

(Unit: N (%))

Hue Brand	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	N	Total
Canada Goose	21 (2.36)	1 (0.11)	16 (1.80)	7 (0.79)	2 (0.22)	3 (0.34)	14 (1.57)	40 (4.50)	10 (1.12)	10 (1.12)	37 (4.16)	161 (18.11)
Duno			2 (0.22)	1 (0.11)			1 (0.11)	5 (0.56)	2 (0.22)		6 (0.67)	17 (1.91)
Duvetica	1 (0.11)	4 (0.45)	7 (0.79)	1 (0.11)	1 (0.11)		1 (0.11)	7 (0.79)	5 (0.56)	2 (0.22)	5 (0.56)	34 (3.82)
Fusalp	2 (0.22)	3 (0.34)	2 (0.22)			2 (0.22)		8 (0.90)			1 (0.11)	18 (2.02)
Herno	13 (1.46)	7 (0.79)	10 (1.12)	1 (0.11)			1 (0.11)	64 (7.20)	17 (1.91)	4 (0.45)	15 (1.69)	132 (14.85)
Khris Joy	2 (0.22)	2 (0.22)	6 (0.67)	4 (0.45)				2 (0.22)			3 (0.34)	19 (2.14)
Mackage	5 (0.56)	9 (1.01)	11 (1.24)		1 (0.11)		2 (0.22)	10 (1.12)	3 (0.34)	6 (0.67)	22 (2.47)	69 (7.76)
Moncler	4 (0.45)	7 (0.79)	6 (0.67)	3 (0.34)	3 (0.34)	4 (0.45)	3 (0.34)	54 (6.07)	4 (0.45)	4 (0.45)	41 (4.61)	133 (14.96)
Moose Knuckle Canada	9 (1.01)	1 (0.11)	4 (0.45)	4 (0.45)	3 (0.34)	3 (0.34)	6 (0.67)	18 (2.02)		6 (0.67)	10 (1.12)	64 (7.20)
Nobis							1 (0.11)	1 (0.11)			4 (0.45)	6 (0.67)
Para Jumpers	9 (1.01)	6 (0.67)	6 (0.67)	22 (2.47)				33 (3.71)	5 (0.56)	4 (0.45)	26 (2.92)	111 (12.49)
Peuterey	2 (0.22)		3 (0.34)	2 (0.22)				21 (2.36)	2 (0.22)		6 (0.67)	36 (4.05)
Stone Island	11 (1.24)	9 (1.01)	10 (1.12)	8 (0.90)	10 (1.12)		1 (0.11)	25 (2.81)	7 (0.79)	3 (0.34)	5 (0.56)	89 (10.01)
Total	79 (8.89)	49 (5.51)	83 (9.34)	53 (5.96)	20 (2.25)	12 (1.35)	30 (3.37)	288 (32.40)	55 (6.19)	39 (4.39)	181 (20.36)	889 (100)

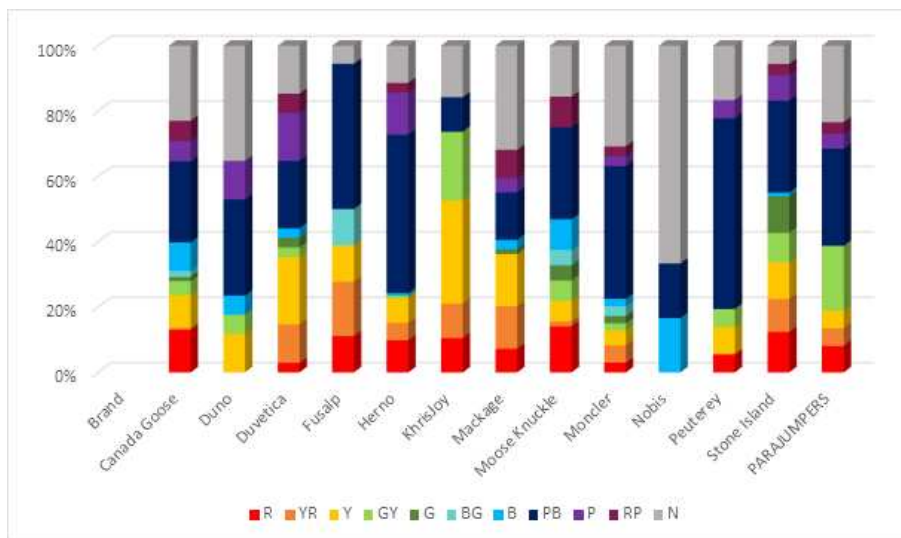


Figure 4. Color Distribution by Brand (%)
(drawn by author)

Table 6. Tone Analysis by Brand (Unit: N (%))

Tone Brand	Tone													N				
	p	lt	b	v	s	dp	dk	dkg	g	ltg	sf	d	W	lt Gy	Gy	dkGy	BK	Total
Canada Goose	2 (0.22)	1 (0.11)	7 (0.79)	5 (0.56)	3 (0.34)	6 (0.67)	7 (0.79)	71 (7.99)	14 (1.57)	8 (0.90)			15 (1.69)		5 (0.56)	17 (1.91)	161 (18.11)	
Duno	2 (0.22)							4 (0.45)	4 (0.45)	1 (0.11)				1 (0.11)		5 (0.56)	17 (1.91)	
Duvertica		1 (0.11)	1 (0.11)		2 (0.22)		1 (0.11)	15 (1.69)	4 (0.45)	4 (0.45)	1 (0.11)		4 (0.45)			1 (0.11)	34 (3.82)	
Fusalp			2 (0.22)		1 (0.11)			10 (1.12)	2 (0.22)			2 (0.22)				1 (0.11)	18 (2.02)	
Herno	14 (1.57)	1 (0.11)			3 (0.34)	1 (0.11)	6 (0.67)	27 (3.04)	41 (4.61)	11 (1.24)	4 (0.45)	9 (1.01)	10 (1.12)		2 (0.22)	1 (0.11)	2 (0.22)	132 (14.85)
Khris Joy	1 (0.11)	2 (0.22)	2 (0.22)		1 (0.11)		1 (0.11)	3 (0.34)	5 (0.56)	1 (0.11)			1 (0.11)		1 (0.11)		1 (0.11)	19 (2.14)
Mac kage	3 (0.34)	1 (0.11)	3 (0.34)	1 (0.11)		1 (0.11)		26 (2.92)	6 (0.67)	5 (0.56)		1 (0.11)	6 (0.67)		1 (0.11)	15 (1.69)	69 (7.76)	
Moncler	2 (0.22)	4 (0.45)	2 (0.22)	1 (0.11)	2 (0.22)	2 (0.22)	1 (0.11)	53 (5.96)	14 (1.57)	3 (0.34)	4 (0.45)	4 (0.45)	3 (0.34)		2 (0.22)	16 (1.80)	20 (2.25)	133 (14.96)
Moose Knuckle Canada	6 (0.67)	3 (0.34)	3 (0.34)	1 (0.11)	1 (0.11)			31 (3.49)	7 (0.79)	2 (0.22)			2 (0.22)		4 (0.45)	4 (0.45)	64 (7.20)	
Nobis								2 (0.22)							1 (0.11)	3 (0.34)	6 (0.67)	
Para Jumpers	5 (0.56)		3 (0.34)	4 (0.45)	1 (0.11)	4 (0.45)	1 (0.11)	29 (3.26)	24 (2.70)	10 (1.12)		4 (0.45)	4 (0.45)		1 (0.11)	10 (1.12)	11 (1.24)	111 (12.49)
Peuterey			2 (0.22)	2 (0.22)	1 (0.11)		1 (0.11)	10 (1.12)	12 (1.35)	1 (0.11)	1 (0.11)		4 (0.45)		1 (0.11)		1 (0.11)	36 (4.05)
Stone Island	10 (1.12)	3 (0.34)	12 (1.35)		3 (0.34)			19 (2.14)	16 (1.80)	10 (1.12)	4 (0.45)	7 (0.79)	1 (0.11)			4 (0.45)	89 (10.01)	
Total	45 (5.06)	16 (1.80)	37 (4.16)	14 (1.57)	18 (2.02)	14 (1.57)	18 (2.02)	300 (33.75)	149 (16.76)	56 (6.30)	14 (1.57)	27 (3.04)	50 (5.62)	0 (0.00)	9 (1.01)	37 (4.16)	85 (9.56)	889 (100)

ltg(1.24%)와 무채색의 W(1.12%), 증명도·저채도의 d(1.01%)로 어두운 색조와 부드럽고 밝은 색조들의 활용이 나타났다. 스톤아일랜드의 경우 저명도·저채도의 dkg(2.14%), 증명도·저채도의 g(1.80%), 고명도·고채도의 b(1.35%), 고명도·저채도의 ltg(1.12%) 고명도·저채도의 p(1.12%) 순으로 많이 나타났으며, 중채도 중심으로 밝으면 서도 탁한 색조의 활용이 나타났다. 그 다음으로 파라점퍼스는 저명도·저채도의 dkg(3.26%) 증명도·저채도의 g(2.70%),

Bk(1.24%) ltg(1.12%) dkGy(1.12%) 순으로 비중이 높았으며, 어두운 색조를 중심으로 무채색의 활용이 특징으로 나타났다.

캐나다구스는 저명도·저채도의 dkg(7.99%), 무채색의 W(1.69%), Bk(1.91%), 증명도·저채도의 g(1.57%) 순으로 나타났고 몽클레어의 경우, 저명도·저채도의 dkg(5.96%), 무채색의 Bk(2.25%)와 dkGy(1.80%), 증명도·저채도의 g(1.57%) 순으로 나타났으며 캐나다구스와 몽클레어의 경우

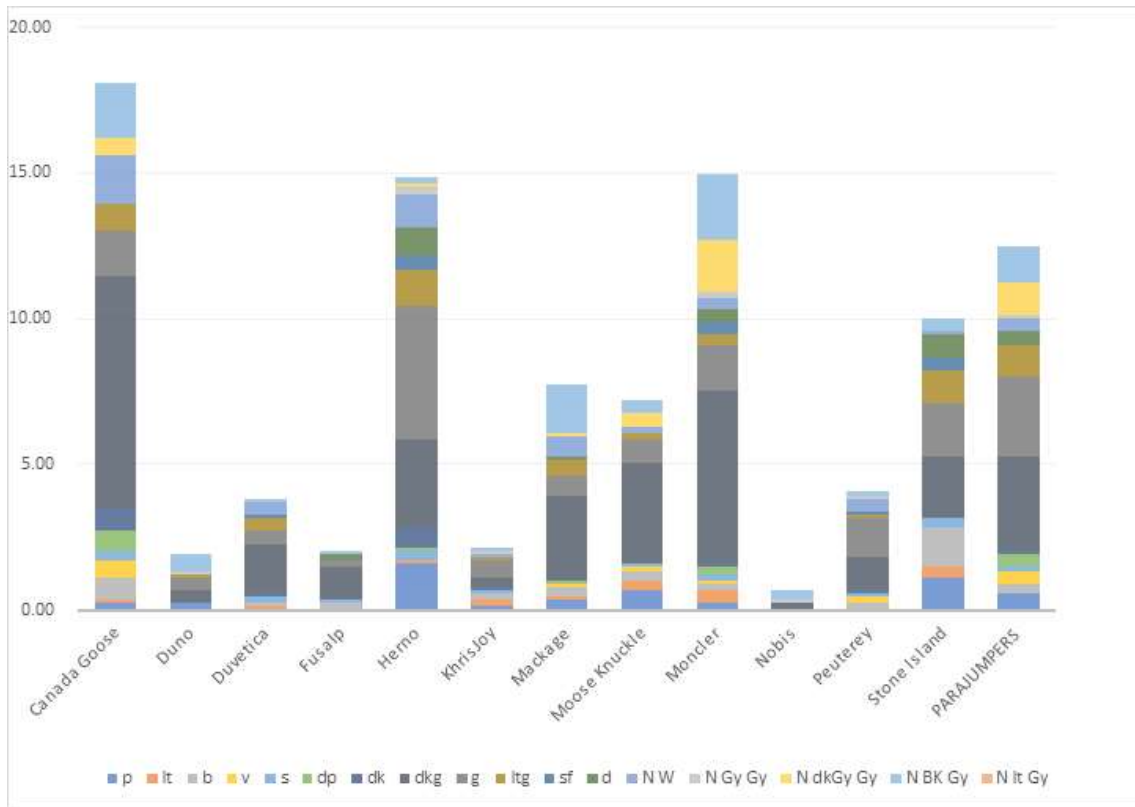


Figure 5. Tone Distribution by Brand (%)
(drawn by author)

어둡고 탁한 색조와 무채색 활용이 특징이다. 몽클레어의 경우 1% 이하의 색조 분포까지도 확장하여 분석하였을 때 무채색에서 ltGy를 제외한 전 색조영역에서 다양한 색조들이 출현하고 있었으며, 어두운 색조를 중심으로 무채색의 활용되는 것이 특징이다.

5. 해외 프리미엄 아우터 브랜드별 색채 특성

감성과 이미지에 소구할 수 있는 브랜드 아이덴티티를 구축하기 위해 브랜드 콘셉트에 맞는 색채 이미지를 체계화하여 브랜드 기획 단계에서부터 상품 기획까지 통합적으로 이루어지는 색채 기획이 필수적이다(Lee, 2003; Park et al., 2009; Park, 2017). 선행연구에 따르면 해외 아웃도어 브랜드의 아우터 색채의 경우 브랜드 전체 색채의 통일감을 부여하는 브랜드 색채 팔레트(Park, 2017)를 통하여 일정한 콘셉트에 따른 체계적인 색채 기획이 이루어지고 있다고 할

수 있다. Park(2017)은 국내의 아웃도어 브랜드 색채 활용을 비교하며, 매 시즌 이어지는 색채 기획 안에서 브랜드만의 고유한 정체성이 전달되는 통일감 있는 색채와 배색을 이용한 이미지가 지속적으로 유지되는 것이 중요하다고 하였다.

해외 프리미엄 아우터 브랜드별 색채 기획을 고찰하기 위해 각 브랜드의 공식 온라인 사이트에 제시된 브랜드 콘셉트를 비교 분석하여 유사한 패션이미지로 그룹핑하여 컬러 팔레트를 제시하면 다음 Table 7과 같다.

프리미엄 아우터 브랜드의 브랜드 콘셉트에서 도출한 패션 디자인 특징과 패션 이미지로 유사한 콘셉트를 보이는 브랜드끼리 그룹핑하였을 때 엘레강스하면서 세련된 이미지, 미니멀하면서 현대적인 이미지, 젊은 감각의 캐주얼한 이미지로 특징이 구분되었으며, 이를 바탕으로 브랜드별 색채 기획의 특징을 도출하였다.

(1) 엘레강스하면서 세련된 이미지

엘레강스하면서 세련된 이미지의 프리미엄 아우터 브랜드로 퓨잡, 에르노와 몽클레어를 제시할 수 있다. 퓨잡은 엘레강스하면서 동시대적인 시크(Chic) 스포티즘을 추구한다고 하였는데, 색상은 R, YR Y, BG, PB의 다양한 유채색의 활용이 나타나며, 색조는 dkg를 중심으로 밝은 b, 저명도·고채도의 s, 중명도·중채도의 d 색조의 활용으로 명도와 채도가 차이가 나타나며 활기를 더한 색채 기획이 이루어진다. 에르노 공식 온라인 사이트에 따르면 에르노의 브랜드 콘셉트는 엘레강스한 이미지의 스포티한 스타일을 추구하고 있다고 설명하고 있다. 이러한 브랜드 콘셉트를 반영하여 엘레강스한 스포츠웨어를 추구하는 에르노의 경우 색상은 R, YR, PB, P를 중심으로 다양한 색상 활용이 이루어지고 있으며, 색조에서는 어두운 색조와 W, 부드럽고 밝은 색조들을 중심으로 한 색채 기획을 보이고 있다. 몽클레어는 공식 온라인 사이트에 따르면 화려한 도시 생활에 맞는 아웃도어웨어를 추구하고 있다. 몽클레어의 경우 전 범위의 색상 활용이 나타났으며, 색조에서는 어두운 색조를 중심으로 하고 있으며 무채색 활용과 다양한 색조의 활용하여 화려한 도시생활의 패셔너블한 색채기획을 특징으로 한다. 엘레강스하면서 세련된 이미지의 그룹에서는 다양한 유채색과 부드럽고 밝은 색조들이 나타났으며, 무채색과 어두운 색조들과 명도 대비를 이루는 밝은 색조들을 중심으로 한 R, YR, PB의 다양한 유채색을 활용함으로써 패셔너블하면서 세련된 감각으로 제안되고 있다.

(2) 미니멀하면서 현대적인 이미지

미니멀하면서 현대적인 이미지는 두노, 맥케이시, 노비스에서 나타난다. 두노는 미니멀한 도시적 레저웨어를 추구하는 브랜드로 깨끗한 라인과 기능성 소재가 특징이며, 색상의 경우 Y, GY계열, B, PB, P의 다양한 유채색 활용과 Gy와 Bk의 무채색이 나타났다. 맥케이시에 따르면 패셔너블한 도시적인 아우터 브랜드를 추구한다고 설명하고 있다. 이러한 맥케이시의 아우터 색상에서는 R, YR, Y, G, PB, B, P의 유채색의 활용이 나타났고 무채색에서는 dkGy와 Bk가 많이 나타났다. 색조 분포에서는 s, dk, sf를 제외한 다양한 색조 범위 내에서의 색조가 등장한다. 맥케이시의 색채 기획에서 어두운 색조를 중심으로 다양한 색상들이 활용되고 있다는 점에서 현대적이고 세련된 이미지를 추구하고 있다. 노비스는 시간을 초월하여 유행에 좌우되지 않는 스타일을 추구하고 있으며 PB, P, 무채색의 활용으로 색채의 다양한 활용은 상대적으로 다양하지 않았고, 색조도 dkg, Gy, Bk를 중심

로 어둡고 탁한 색조의 활용에 국한되어 비교적 단조로웠다. 미니멀하면서 현대적인 이미지의 프리미엄 아우터 브랜드에서는 다양한 색상들이 활용되기는 하지만 Bk와 dkg, Gy를 중심으로 어두운 색조의 활용으로 현대적이고 도시적인 이미지를 보이는 색채 기획이 특징으로 나타났다.

(3) 젊은 감각의 캐주얼한 이미지

젊은 감각의 캐주얼한 이미지의 프리미엄 아우터 브랜드로는 캐나다구스, 듀베티카, 크리스조이, 무스너클, 파라점퍼스, 페트레이, 스톤아일랜드를 포함한다. 캐나다 구스는 기능성 아우터를 현대인들의 생활에 맞게 캐주얼한 이미지로 전개하는 것을 브랜드 콘셉트로 하고 있다. 캐나다구스의 색채 활용 특성의 경우, 무채색과 PB, R계열을 중심으로 Bk와 W, dkg의 활용이 특징이며, 이러한 색채 기획은 도시적인 현대인의 동시대적 감각이 반영되었다고 볼 수 있다. 듀베티카의 경우 브랜드 콘셉트에서 세련되고 즐거운 이미지의 로고플레이와 비비드한 색채를 추구하고 있으며, 실제 나타난 색채에서도 BG를 제외한 전 색상범위에서 다양한 색채 분포를 보이고 있었다. 크리스조이의 경우는 컬러풀하고 독특한 패턴으로 스트리트 패션에 기반한 디자인을 추구하고 있는데, R, YR Y, GY를 중심으로 PB와 무채색이 나타나며 p, lt, b, dkg, g 등의 어둡고 탁한 색조를 활용하고 있다. 무스너클은 전 세계적으로 하나가 된 음악과 문화를 아우르는 독특한 무스너클만의 분위기를 추구하고 하였다. 무스너클의 경우 PB와 R을 중심으로 P를 제외한 YR, R, GY, G, B, BG, B, RP색상이 다양하게 나타났으며 색조 또한 dkg를 중심으로 g, p색조 등이 활용되었다. 파라점퍼스는 기능적이고 패셔너블한 아우터웨어를 추구한다는 콘셉트로 PB를 중심으로 W, BK를 포함한 무채색의 활용과 dkg, g색조의 어둡고 탁한 색조를 중심으로 한 색채 기획이 나타났다. 페트레이는 슬림한 경량 재킷을 중심으로 도시적인 아우터 브랜드를 콘셉트로 젊은 감각의 경쾌한 이미지를 추구하며, 색채는 R, Y, GY, PB를 중심으로 다양한 색채 활용이 이루어졌으며, 탁하고 어두운 색조가 주로 활용되었다. 유니폼웨어에서 영감을 얻어 워크웨어 스타일을 추구하는 스톤아일랜드는 색채기획에서 PB, R, Y, G, YR의 유채색 활용과 dkg, g, ltg중심의 탁한 색조와 p, b와 같은 밝은 색조들을 다양하게 활용하여 빈티지하면서 캐주얼한 이미지를 반영하고 있다.

해외 프리미엄 아우터 브랜드는 브랜드만의 고유한 정체성이 전달되는 색채 기획을 이용하여 통일감 있는 브랜드의 이미지를 지속적으로 유지하고 있었다. 엘레강스하면서 세련

Table 7. Premium Outerwear Brands Concepts and Representative Color Palette

	Brand	Fashion image & design characteristics derived from the brand concept	Representative color palette
Elegance & glamorous	Fusalp	Elegance & contemporary, chic sportism	
	Herno	Elegance sporty	
	Moncler	Outdoor wear with the glamorous city life	
Minimal & urban-like	Duno	Minimal city leisure, pure clean lines	
	Mackage	Fashionable, urban-like	
	Nobis	Timeless style & functional detail	
Young & casual	Canada Goose	Functional & casual	
	Duvetica	Cool & lively, joyful logo play, vivid color	
	Khris Joy	Street wear, colorful, unique pattern	
	Moose Knuckle Canada	Cultural characteristics that encompass music and fashion, colorful	
	Para Jumpers	Functional & fashionable	
	Peuterey	Slim & light, young culture	
	Stone Island	Uniform, workwear style, colorful	

된 이미지의 그룹에서는 다양한 R, YR, PB 등의 유채색과 g, ltg를 중심으로 부드럽고 밝은 색조들이 조화를 이루며, 패셔너블하면서 세련된 감각으로 제안되고 있다. 미니멀하면서 현대적인 이미지의 프리미엄 아우터 브랜드에서는 Bk와 dkg, Gy를 중심으로 어두운 색조의 활용을 통해 현대적이고 도시적인 이미지를 보이는 색채 기획이 특징으로 나타났다. 젊은 감각의 캐주얼한 이미지의 프리미엄 아우터 브랜드에서 다양한 색상과 색조를 활용하여 브랜드의 감각과 이미지를 적극적으로 반영한 색채 기획이 나타났다. 이와 같이 프리미엄 아우터 브랜드에서는 차별화된 브랜드 콘셉트를 반영하여 색상과 색조를 활용하는 체계적인 색채 기획이 이루어지고 있다고 할 수 있다.

V. 결론

본 연구는 프리미엄 아우터 시장의 확장에 따라 남성 프리미엄 아우터 브랜드의 전체 색채 활용 특성을 규명하고 남성 프리미엄 아우터 브랜드의 색채 활용 현황을 분석함으로써 해외 남성 프리미엄 아우터 브랜드의 디자인 요소로서의 색채 활용을 규명하는 데 목적이 있다. 연구 결과를 종합하면 다음과 같다.

남성 프리미엄 아우터 브랜드의 전체 색채 활용을 분석한 결과, 색상에서는 PB가 가장 높은 분포를 보였으며, Bk, R, P 계열의 분포가 많이 나타났고, G와 ltGy, BG의 분포가 낮게 나타났다. 또한 저명도·저채도의 dkg와 중명도·중채도의 g중심으로 고명도·저채도의 ltg, p의 활용이 높게 나타났다. 밝은 색조 혹은 선명한 색상들이 더해져 활기를 더해간다고 고찰한 선행연구(Kim & Joo, 2019; Park, 2017)와는 달리 남성용 프리미엄 아우터 브랜드에서는 어둡고 탁한 색조 안에서 미묘한 색상차이에 의한 색채 기획을 중심으로 고급스러운 색채 이미지를 보여준다. 따라서 스포츠웨어 혹은 아웃도어웨어의 기능성웨어로서 브랜드 색채 기획에서 나아가 프리미엄 아우터 브랜드만의 독자적인 컬러 기획 콘셉트를 추구하고 있음을 알 수 있다.

브랜드별로 색상과 색조 분포 특성을 분석한 결과, 해외 프리미엄 아우터 브랜드별 색채 기획에서 차이를 보였다. 유사한 콘셉트의 브랜드끼리 그루핑하였을 때 엘레강스하면서 세련된 이미지, 미니멀하면서 현대적인 이미지, 젊은 감각의 캐주얼한 이미지로 구분되었고, 그에 따른 색채 기획의 특징이 도출되었다. 엘레강스하면서 세련된 이미지의 그룹에서는 무채색과 어두운 색조들과 명도 대비를 이루는 밝은 색조들

을 중심으로 한 다양한 유채색을 활용함으로써 패셔너블하면서 세련된 감각으로 제안되고 있다. 미니멀하면서 현대적인 이미지의 그룹에서는 Bk와 dkg, Gy를 중심으로 어두운 색조의 활용으로 현대적이고 도시적인 이미지를 보이는 색채 기획이 특징으로 나타났다. 젊은 감각의 캐주얼한 이미지의 그룹에서 가장 다양한 색상과 색조를 활용한 색채 기획이 나타났다. 가장 다양한 색상, 색조 계열을 활용하고 있는 브랜드는 엘레강스 이미지의 스포츠웨어를 추구하는 에르노와 워크웨어 스타일의 캐주얼한 이미지를 추구하는 스톤아일랜드였다. 엘레강스 스포츠웨어를 추구하는 에르노는 어두운 색조와 W, 부드럽고 밝은 색조들을 중심으로 한 색채 기획을 보이고 있었으며, 유니폼 웨어에서 영감을 얻어 워크웨어 스타일을 추구하는 스톤아일랜드는 PB, R, Y, G, YR의 유채색과 중채도 중심의 밝고 탁한 색조를 활용하였다. 기능적이고 패셔너블한 파라점퍼스, 젊은 감각과 세련된 스타일을 추구하는 듀벤티카, 스트리트 패션을 추구하는 크리스토이 등과 같은 젊고 패셔너블한 감각을 추구하는 브랜드들의 색채기획에서는 상대적으로 다양한 색상이 나타났다. 이처럼 프리미엄 아우터 브랜드 콘셉트를 반영하여 브랜드별로 다양한 색상과 색조를 활용하여 독창적인 색채 기획이 이루어지고 있다고 할 수 있다.

본 연구는 프리미엄 아우터 브랜드의 브랜드 콘셉트와 색채 기획의 특성을 고찰하고 브랜드만의 차별화된 디자인 요소로서 색채 특성을 규명하였다는 점에서 아우터 의류 브랜드의 효과적인 상품 기획과 남성용 아우터 디자인 개발 및 색채 기획 시 기초 자료로 활용될 수 있다는 데 의의가 있다. 하지만 남성용 프리미엄 아우터 브랜드 중에서도 국내 언론 보도에서 언급된 프리미엄 아우터 브랜드를 대상으로 하고 있으므로 모든 프리미엄 아우터 브랜드를 대상으로 하지는 않았다는 점에서 연구의 한계가 있다. 또한 브랜드별 추출한 색상 표본의 수가 동일하지 않은 조건에서 색채 분포의 비교가 이루어진 점에서 연구의 한계가 있다. 따라서 국내에 잘 알려지지 않았지만 독특한 스타일과 디자인 개발이 이루어지고 있는 해외 프리미엄 패션 브랜드를 중심으로 한 후속 연구가 필요하다. 프리미엄 아우터 브랜드가 기존의 아우터 디자인에서 나아가 타인과는 다른 개성과 독특한 취향을 담은 디자인 요소로 차별화하여 젊은 소비자 층에게 큰 인기를 끌고 있다는 점에서 본 연구의 결과를 기초 연구로 하여 MZ세대를 위한 프리미엄 아우터 디자인 개발을 위한 선호 패션 색채와 배색을 고찰하는 후속 연구로 이어질 수 있을 것이다.

References

- Bang, Y. (2021a, December 26). 100만원대 패딩도 덩석 사간다. 종류 한층 다양해진 '패딩 춘추전국시대' [Consumers also buy padding worth 1 million won. The heyday of padded jackets]. *MBN*. Retrieved January 3, 2022, from <https://www.mk.co.kr>
- Bang, Y. (2021b, November 12). 명품 티 너무 나는 건 혼스러워. 100만원대 패딩 트렌드 달라졌다 [It's tacky that it's too obvious that it's a luxury. Padding trend in the 1 million won range has changed]. *MBN*. Retrieved January 3, 2022, from <https://www.mk.co.kr>
- Canada Goose. (n.d.). *Canada Goose*. Retrieved January 3, 2022, from <https://www.canadagoose.com/ca/en/our-history.html>
- Duno. (n.d.). *Duno*. Retrieved January 3, 2022, from <http://www.dunokorea.com/ourbrand/>
- Duvetica. (n.d.). *Duvetica*. Retrieved January 3, 2022, from <https://www.duvetica.co.kr/aboutus>
- Fusalp. (n.d.). *Fusalp*. Retrieved January 3, 2022, from <http://fusalpkorea.com/Brand/our-story/index.html>
- Herno. (n.d.). *Herno*. Retrieved January 3, 2022, from https://corporate.herno.com/en/history/?_gl=1*17xp7gl*_ga*MTc3OTUwNjIxOS4xNjUxMTIzODk2*_ga_TJ4NBFCMK6*MTY1MTEyMzg5Ni4xLjAuMTY1MTEyMzkwMS41NQ..
- Hong, S. (2021, December 21). 김밥 패딩 말고 컬러풀 패딩 하나 더. 1년 내 재구매 15% 늘었다 [Not the Kimbap padded coat, but one more colorful padded coat. Repurchase increased by 15 per cent within a year]. *MBN*. Retrieved January 3, 2022, from <https://www.mk.co.kr>
- Hong, Y. (2019). Characteristics of male athleisure wear shown in street fashion. *Journal of the Korean Society of Costume*, 69(4), 65–85. doi:10.7233/jksc.2019.69.4.065
- Hong, Y., & Joo, M. (2020). A study on characteristics of pink color and fashion images used in gender neutral Men's fashion. *Journal of Fashion Business*, 24(5), 52–71. doi:10.12940/jfb.2020.24.5.52
- Jeon, I., & Kim, I. (2005). A three-stage model of reputation brand: PCCA model. *Journal of Consumer Research*, 16(1), 209–227. Retrieved from <https://www.dbpia.co.kr/Journal/articleDetail?nodeId=NODE10977011>
- Jung, S., & Choi, S. (2011). The analysis of men's wear color preference between Korean and Chinese college women: Focusing on tone in tone coloration. *Journal of the Korea Fashion and Costume Design Association*, 13(4), 69–77. Retrieved from <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO201113036231699.view?orgId=anpor&hide=breadcrumb;journalinfo>
- Jung, Y. (2021, April 11). 2030 남성을 주목하라 [Take note of men in their 20s and 30s]. *Kyeonghyang*. Retrieved January 3, 2022, from <https://www.khan.co.kr>
- Jung, J. (2021, April 26). 모던웍스, 프리미엄 패딩 '크리스조이' 21FW 국내 독점 전개 [Modern Works Premium Padding 'Chrisjoy' 21FW Exclusive in Korea]. *Korean Textile News*. Retrieved January 3, 2022, from <https://www.ktnews.com>
- Kim, H. (2003). *Color characteristics and color differentiation by the segmented market of casual wear and sports wear in Korea: Focused on 1999F/W~2002F/W* (Unpublished master's thesis). Yonsei University, Seoul, Korea.
- Kim, I., & Ha, J. (2012). A study on design characteristics in outdoor wear. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 12(1), 93–109. Retrieved from <https://www.kci.go.kr/kciportal/ci/sereArticleSearch/ciSereArtiView.kci?sereArticleSearchBean.artiId=ART001646739>
- Kim, R., & Joo, M. (2019). Analysis of women's fitness wear colors: Focused on 2017 S/S. *Journal of Fashion Business*, 23(2), 110–123. doi:10.12940/jfb.2019.23.2.110.
- Kim, Y., Cho, J., & Choo, S. (2004). The characteristics of colors in the segmental market of domestic men's wear brands. *Journal of Korea Society of Color Studies*, 18(1), 33–43. Retrieved from <https://www.kci.go.kr/kciportal/ci/sereArticleSearch/ciSereArtiView.kci?sereArticleSearchBean.artiId=ART000929796>
- Lee, K. (2018). A study on athleisure look in current fashion. *Journal of the Korean Society of Design*

- Culture*, 24(1), 443-453. doi:10.18208/ksdc.2018.24.1.443
- Lee, M. (2003). Characteristics of colors and color images on fashion web sites. *Family and Environment Research*, 41(8), 159-178. Retrieved from <https://www.kci.go.kr/kciportal/ci/sereArticleSearch/ciSereArtiView.kci?sereArticleSearchBean.artiId=ART001010447>
- Lim, J. (2007). Image evaluation according to color coordination in menswear. *Journal of Basic Design & Art*, 8(4), 597-609. Retrieved from <https://www.kci.go.kr/kciportal/ci/sereArticleSearch/ciSereArtiView.kci?sereArticleSearchBean.artiId=ART001200344>
- Mackage. (n.d.). *Mackage*. Retrieved January 3, 2022, from <https://www.mackage.com/us/en/sustainability>
- Moncler. (n.d.). *Moncler*. Retrieved January 3, 2022, from <https://www.moncler.com/en-it/monclernow/icons.html>
- Moose Knuckle Canada. (n.d.). *Moose Knuckle Canadas Canada*. Retrieved January 3, 2022, from <https://www.mooseknucklescanada.kr/brand/identity.asp>
- Nobis. (n.d.). *Nobis*. Retrieved January 3, 2022, from <https://inc.nobis.com/pages/this-is-nobis>
- Pantone. (2019). *Announcing the Pantone color of the year 2019*. Retrieved January 3, 2022, from <https://www.pantone.kr/ColoroftheYear2019.html>
- Para Jumpers. (n.d.). *Para Jumpers*. Retrieved January 3, 2022, from <https://www.parajumpers.it/kr/ko/articles-with-menu/about-us/>
- Park, H. (2022, February 9). *프리미엄 패딩 시장, 팬데믹 기간에 더 커졌다* [Premium Padding Market Gets Bigger During Pandemic]. *Apparelnews*. Retrieved January 3, 2022, from <https://www.apparelnews.co.kr>
- Park, H., Cho, J., & Lee, G. (2009). A comparative study of men's global apparel brand websites: Focused on color application of local & global websites. *The Research Journal of the Costume Culture*, 17(2), 343-351. Retrieved from <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO200918133145540.view?orgId=anpor&hide=breadcrumb,journalinfo>
- Park, J., & Chun, J. H. (2018). The characteristics of styling of a mix and match of an athleisure wear: Focused on street fashion. *Journal of Fashion Design*, 18(2), 55-72. doi:10.18652/2018.18.2.4
- Park, K., & Yoo, T. (2000). A relationship with sports casualwear consumer's fashion life style and information source. *Journal of the Korean Society of Costume*, 50(4), 103-115. Retrieved from <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO200011920999403.jsp-kj=SSMHB4&py=2012&vnc=v27n6&sp=588>
- Park, Y. (2017). A study on comparison of outdoor brand colors: Focused on 2015 F/W. *Journal of Fashion Design*, 17(1), 89-104. doi:10.18652/2017.17.1.6
- Peuterey. (n.d.). *Peuterey*. Retrieved January 3, 2022, from <https://peuterey.co.kr/page/ouridentity.html>
- Ryu, K., Park, S., & Shin, O. (2008). A study on preferable colors in Korea's fashion market: With a focus on recent three years (2005~2007). *Journal of Korea Society of Color Studies*, 22(3), 65-78. Retrieved from <https://www.kci.go.kr/kciportal/ci/sereArticleSearch/ciSereArtiView.kci?sereArticleSearchBean.artiId=ART001274742>
- Seo, Y. (2009). *프리미엄 브랜드의 비밀* [Secrets of Premium Brand]. Seoul: SeoulEconomicsMarketing.
- Sim, H., Lee, J., & Hong, J. (2021). A case study on premium home appliance brand advertisement with gestalt visual perception theory. *Journal of Communication Design*, 75, 284-298. doi:10.25111/jcd.2021.75.20
- Sim, H. (2014, October 6). *꽃중년 '모피보다 패딩'* [Middle-aged consumers prefer padding to fur]. *Sedaily*. Retrieved January 3, 2022, from <https://www.sedaily.com/>
- Stone Island. (n.d.). *Code of Ethics*. Retrieved January 3, 2022, from https://media.yoox.biz/yto/resources/STONEISLAND/PDF_Files/2016/SI_Code_of_Ethics.pdf
- Vigneron, F., & Johnson, L. (1999). A review and a conceptual framework of prestige-seeking consumer behavior. *Academy of Marketing Science Review*, 1999(1), 1-15. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Franck-Vigneron/publication/284218609_A_Review_and_a_Conceptual_Framework_of_Prestige-Seeking_Consumer_Behavior/links/5654910d08aefc2aabb1e4/A-Review-and-a-Conceptual-Framework

k-of-Prestige-Seeking-Consumer-Behavior.pdf
Ymeuniverse. (n.d.). *Moncler*. Retrieved January 3, 2022,
from [https://www.ymeuniverse.com/en/52/moncler?
__cf_chl_jschl_tk__=VfKc2zYc6dru7s2XqUNZgDNR1y
NRXZpdggEmNVJ0yfc-1641864313-0-gaNycGzNCL0](https://www.ymeuniverse.com/en/52/moncler?__cf_chl_jschl_tk__=VfKc2zYc6dru7s2XqUNZgDNR1yNRXZpdggEmNVJ0yfc-1641864313-0-gaNycGzNCL0)

Received (January 20, 2022)

Revised (March 13, 2022; March 30, 2022)

Accepted (April 11, 2022)