



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

문 윤 경 교수지도  
석사학위 청구논문

브랜드 화보에 나타난 색조화장품  
색채 분석

2014

성신여자대학교 융합디자인예술대학원  
융합디자인예술학과 메이크업 · 특수분장전공  
은 광 희

브랜드 화보에 나타난 색조화장품  
색채 분석

문 윤 경 교수지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함.

2013년 11월

성신여자대학교 융합디자인예술대학원  
융합디자인예술학과 메이크업·특수분장학과  
은 광 희

# 인 준 서

은광희의 석사학위 논문으로 인준함.

심사위원

김 경 리



심사위원

김 주 력



심사위원

문 윤 경



성신여자대학교 융합디자인예술대학원

## 논문개요

21세기는 이미지 시대이자 감성의 시대이다. 이미지는 곧 형태를 나타내며 형태는 디자인과 연결 된다. 디자인의 요소인 색채, 형태, 질감 중 색채는 시각적인 요소로 감성을 자극하는 최상의 고부가가치적 소프트웨어이며 우리의 일상생활과 매우 밀접하게 관련되어 있는 환경적인 요소이다. 이러한 색채는 다양한 방법으로 여러 분야에 접근가능하며 색채와 떨어질 수 없는 유기적인 관계로서 색조 화장품에 나타나는 색상에 주목할 필요가 있다.

피부의 보호 기능을 하는 기초화장품과는 달리 장식적 기능을 강조하는 색조 화장품은 제품 선택시 피부색과 제품 색의 조화, 그리고 배색 방법에 따라 다양한 이미지를 표현 할 수 있다는 측면에서 그 중요성이 커지고 있으며 최근 퍼스널 아이덴티티를 구축하는 일이 중요시되면서 자연스럽게 퍼스널컬러 분야에 대한 관심도가 높아지고 있다.

이에 본 연구의 목적은 퍼스널 컬러의 이론이 되는 윌과 쿨 컬러에 대한 개념에 주안점을 두고 코스메틱 브랜드 화보에 나타난 색상분석을 통해 윌과 쿨 컬러의 활용 범위를 알아보기 위해 수행되었다.

구체적인 연구 방법은 최근 5년간 3개의 브랜드에서 시즌별로 나타난 색조화장품 메이크업 화보에서 베이스, 아이샤도우, 치크, 립의 네 항목으로 구분하여 각 항목에서 나타난 색상을 도출하고 분석한 뒤 항목마다 도출된 색채의 RGB값을 비교하여 Blue값과 Green값의 차이를 통해 메이크업에서 윌과 쿨 컬러가 어떻게 섞여 나타나고 있는지 알아보았다.

분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 5년간 나타난 색상분석 결과 색상선택의 범위가 비교적 자유로운 아이샤도우 항목을 제외한 베이스, 치크, 립 컬러는 3개의 브랜드 모두 특정색채가 중첩되는 결과를 나타냈다. 중첩되는 색채 이외에는 유사색상,색조의 특징을 보여 크게 범위를 벗어나지 않았으며 SS와 FW의 시즌의 비교분석 결과 명도, 채도의 차이만 보여 색상은 거의 동일하게 나타났다. 전반적으로 색상은 R(빨강), O(주황), Y(노랑)이 가장 많은 빈도를 나타냈으며 색조는 ltgy(밝은 회), light(밝은), dl(탁한), dp(진한)의 순으로 나타났다. 도출된 색채를 단색 이미지스케일에 안착시켜 형용사 스케일과의 중첩위치를 알아 본 결과, 거의 동일하게 위치하였으며 SS시즌의 경우 ‘내추럴한, 맑은, 귀여운, 온화한, 우아한’의 그룹에 집중 분포되었고 FW의 경우 ‘우아한, 점잖은, 모던한, 다이나믹’의 그룹에 집중되었다. SS와 FW에서 나타난 색상이 명도차를 보임에 따라 이미지 스케일의 분포 위치도 명도 차이에 따른 같은 결과를 나타냈다.

둘째, RGB 분석 결과 30개의 이미지 중 26개의 이미지에서 Blue값과 Green값의 수치가 섞여 나타남에 따라 하나의 메이크업 이미지에 웜과 쿨 컬러가 모두 활용되는 것으로 나타났다. 포인트 컬러로 많이 사용되어지는 립 컬러는 Blue값이 대체로 높게 나타났으며, 이와 반대로 베이스에서는 1개의 이미지를 제외하고 29개 이미지에서 모두 Green값이 높은 수치를 나타냈다. 전반적으로 Blue값이 높은 경우는 고명도이면서 중-고채도의 난색 계열이었으며, Green값이 높은 경우는 중명도, 중채도로 나타났다.

이상의 결과를 요약하면 피부에 아름답게 컬러를 입히는 미적 기능을 가진 뷰티 메이크업의 특성상, 대부분의 색채는 무난한 색 기미를 띠고 있다. 색조

화장품이라는 특성을 가진 뷰티색채의 경계 때문에 활용색채의 범위는 좁게 나타났으며 색상이나 시즌에 상관없이 워와 쿨 컬러는 거의 동시에 활용되는 것으로 나타났다.

‘뷰티’라는 틀을 깨고 좀 더 창의적이고 개성있는 색채의 활용을 기대하며 퍼스널 아이덴티티가 중요시 되는 추세에 발맞추어 퍼스널 컬러의 개념을 가진 색조화장품이 개발된다면 민감한 소비 트렌드 변화에 따른 소비자 니즈에 부합 할 수 있는 전략적인 메이크업 색채 활용을 제안 할 수 있을 것이다. 본 연구는 메이크업 색채의 이미지와 배색의 활용을 워와 쿨 컬러 개념에서 분석한 것으로써 소비자 마케팅을 위한 측면보다는 색채학과 화장품 산업의 색조 개발 시 기초자료로서 그 가치가 있다고 할 수 있다.

# 목 차

<b>I. 서론</b> .....	1
1. 연구의 필요성 및 목적 .....	3
2. 연구의 내용 및 방법 .....	3
<b>II. 이론적 배경</b> .....	5
1. 색채의 이해 .....	5
2. 퍼스널 컬러 .....	22
3. 색조 화장품 정의 및 현황 .....	29
<b>III. 색조 화장품 색상 분석</b> .....	34
1. 브랜드 아이덴티티 특징 .....	34
2. 브랜드 색채 분석 .....	38
3. 종합 결과 .....	54
<b>IV. 결론</b> .....	61

참고문헌

ABSTRACT

## 표 목 차

<표 1> KS색조의 특징 .....	10
<표 2> 메이크업 컬러 이미지 .....	19
<표 3> 퍼스널 컬러 이론 정리표 .....	25
<표 4> 따뜻한 색(Warm Color) 특징 .....	27
<표 5> 차가운 색(Cool Color) 특징 .....	29
<표 6> 샤넬 2009-2013 SS .....	41
<표 7> 샤넬 2009-2013 FW .....	43
<표 8> 슈에무라 2009-2013 SS .....	46
<표 9> 슈에무라 2009-2013 FW .....	49
<표 10> 에뛰드 2009-2013 SS .....	52
<표 11> 에뛰드 2009-2013 FW .....	55
<표 12> 샤넬 RGB 그래프 .....	57
<표 13> 슈에무라 RGB 그래프 .....	58
<표 14> 에뛰드 RGB 그래프 .....	59
<표 15> 색채분석 종합표 .....	61
<표 16> RGB 분석 결과표 .....	62

## 그림 목 차

<그림 1> 가시광선 스펙트럼 .....	5
<그림 2> 색상환 .....	8
<그림 3> KS색조표 .....	8
<그림 4> KS 표준색 C&D 155 .....	11
<그림 5> 단색 이미지스케일 .....	11
<그림 6> 배색 이미지 스케일 .....	13
<그림 7> 형용사 이미지 스케일 .....	13
<그림 8> 가법혼색의 결과 .....	15
<그림 9> 감법혼색의 결과 .....	15
<그림 10> RGB 분포도 .....	17
<그림 11> NCS 색상환 .....	21
<그림 12> NCS 색 삼각형 .....	21
<그림 13> 따뜻한 색과 차가운 색의 구분 .....	26
<그림 14> 따뜻한 색 컬러 이미지 .....	27
<그림 15> 차가운 색 컬러 이미지 .....	28
<그림 16> 샤넬 화장품 광고 .....	35
<그림 17> 슈에무라 화장품 광고 .....	36
<그림 18> 에뛰드 화장품 광고 .....	37

# I. 서론

## 1. 연구의 필요성과 목적

화장품은 인간의 아름다움에 대한 다양한 욕구를 충족시킬 뿐만 아니라 더 나아가 풍요로운 마음까지 만들어주는 매개체로서 특히 여성들은 색조 화장을 통해 젊고 아름답게 보이기를 열망한다. 이러한 이유로 화장품 산업은 다른 산업과 달리 유행에 민감하고 라이프 사이클이 짧아 기업들이 막대한 예산을 들여 신상품을 개발하고 많은 광고비를 들여가면서 치열한 경쟁을 하고 있다. 또한 화장품은 이미지 상품으로서 소득수준의 향상과 시대적 변화에 따라 개성이 다양해진 고객 취향에 맞추어야하는 감성적인 성향이 두드러지는 산업이기도 하다.<sup>1)</sup> 특히 여성에게 있어 색조 화장은 외적으로 단순한 아름다움을 표현하는 것에서 나아가 그 사람의 상황, 기분, 의지, 가치관 등 내적 표현을 할 수 있는 도구이다.<sup>2)</sup>

색조화장의 제품에서 컬러는 매우 중요한 구성 요소 중 하나로 화장품 색채 기획 면에서 볼 때, 90년대 초부터 유행색 정보 회사들이 패션과 화장품의 색채 트렌드 정보를 제공하며 유행하는 이미지에 부합되는 색채를 메이크업에 보다 효율적으로 활용할 수 있는 방법들을 모색<sup>3)</sup>하는 등 국제적인 유행색 정

- 
- 1) 김연희 (2011), 「색조화장품 광고 이미지와 소비자가 느끼는 브랜드 이미지와의 관계」, 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문, p3.
  - 2) 정진경 (2005), 「효과적인 뷰티메이크업을 위한 색채연구」 대구대학교 디자인대학원 석사학위논문, p3.
  - 3) 김희선 (2002), 「색조제품의 유행색 데이터 관리를 위한 색채 분석」, 한국의류산업학회지,

보기관의 예측 정보를 패션뿐 아니라 화장품 색채 기획에서도 활용하고 있다. 최근에는 개인의 피부 톤에 맞는 컬러에 대한 관심이 높아지고 있으며 이에 대한 연구와 개발이 학계와 산업계에서 진행 중이다. 타고난 신체색상의 유형은 일반적으로 변하지 않는 특징이 있다.<sup>4)</sup> 특히, 얼굴 피부색은 얼굴의 형태, 즉 기하학적 구성요소에 따라 가장 어울리는 색을 찾을 수 있다.<sup>5)</sup> 이처럼 인간은 자신에게 가장 잘 어울리는 컬러가 있고 색조 화장은 개인의 개성을 뚜렷이 표현할 수 있다는 점에서 최근 소비자들의 퍼스널 컬러에 대한 관심이 높아지고 있다.<sup>6)</sup> 그러나 그동안 대부분의 퍼스널 컬러에 대한 연구가 어떤 피부 톤에 어떠한 컬러가 가장 잘 어울리는가에 초점을 맞춰 진행하였을 뿐 퍼스널 컬러 자체에 대한 논의, 즉, 워 톤과 쿨 톤의 이미지 광고 내 색채 사용 및 조화에 관한 연구는 미비한 실정이다. 색조 화장품 브랜드 화보에서의 색채의 이미지와 배색의 활용은 소비자 마케팅을 위한 측면보다는 색채학과 화장품 산업의 색조 개발 시 기초로서 가치가 있다고 할 수 있다. 그러므로 본 연구에서는 현대 소비자들이 선호하는 메이크업의 경향과 성공적인 코스메틱 브랜드의 메이크업 자료를 파악하여 메이크업 색채를 분석함으로써 궁극적으로 향후 국내 화장품 산업의 발전을 위한 메이크업 색채 활용의 기초 자료를 제시하는데 본 연구의 목적이 있다.

---

4(2), p.107.

- 4) 고아라 (2010), 「퍼스널컬러가 유행인식, 자기이미지에 미치는 영향」, 한양대학교 디자인대학원 석사학위논문. p.4
- 5) 이해영 (2004), 「색조화장에 있어서 퍼스널컬러 인지도와 유형별 색채선호도 조사」 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문 p2.
- 6) 이해영, 상계서, p3.

## 2. 연구의 내용 및 방법

본 연구는 메이크업을 표현하는데 있어 3대 요소인 색채, 형태, 질감<sup>7)</sup> 중 시각적 표현 효과가 가장 큰 색채에 주안점을 두고 연구를 시작했으며 화장품 브랜드 화보에 나타난 메이크업의 색상을 분석하고 워와 쿨 컬러 활용의 범위를 알아보는 것으로, 각 색조 화장품 브랜드 화보에서 색채의 이미지와 배색의 활용어떻게 적용되었는지를 이론적으로 고찰하고 분석하였다.

구체적인 연구의 내용은 다음과 같다.

첫째, 브랜드 화보에 나타난 메이크업 이미지를 Base, Eye shadow, Cheek, Lip의 4가지 항목으로 나누어 컬러 분석을 하고 도출된 색채를 이미지 스케일에 안착시켜 형용사 이미지 스케일과의 중첩 위치 여부를 알아본다.

둘째, 워와 쿨 컬러의 활용 범위를 알아보기 위하여 베이스, 아이샤도우, 치크, 립의 평균값인 RGB 값을 Green값과 Blue값으로 재분석한다.

셋째, 종합분석을 통해 5년간 메이크업의 색채 변화 추이와 워와 쿨 컬러 활용의 범위를 알아본다.

브랜드 범위 선정은 색채계가 발달한 유럽과 아시아 중 프랑스, 일본, 한국으로 정하여 금융 감독 정보원과 통계청 자료를 기준으로 하여 색조 브랜드 중 매출 순위로 샤넬, 슈에무라, 에뛰드를 선정하였다. 연구의 구체적인 범위는 최근 5년의 기간을 SS와 FW 시즌으로 나누어 진행하고, 연구의 통일성을 위해 지면광고 잡지를 활용하였다. 연구에 있어 지면광고 잡지라는 매개체를 활용한 이유는, 색조화장품 시장에서 소비층의 대부분이 20-30대 여성임을 감안

---

7) 최민령 외,(2003) 「The Beauty Make up」, 서울, 예림, p12.

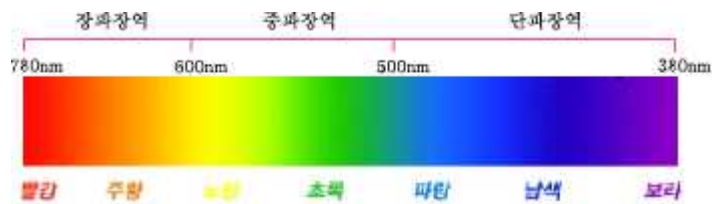
할 때 TV매체 이외 여성들이 가장 선호하는 잡지 광고 매체는 여성화장품 사용 소구대상에게 가장 적합한 매체의 하나로써 이러한 매체에 대한 분석이 필요하다고 할 수 있다. 따라서 현재 국가공인 자격검정 시험 종목인 패션스타 일리스트의 실기시험 지정 교재 Ceci 잡지를 선정하였다. 젊은 층을 타겟으로 하는 잡지인 만큼 민감한 트렌드를 반영하고 있을 뿐 아니라, 패션스타일리스트 실기시험 항목 중 메이크업 색채계획 파트가 있을 정도로 다양한 자료 제공을 하고 있어 연구의 기준자료로 삼았다. 그러나 5년간의 시즌별 메이크업 디자인을 다 보기에는 한계점이 있어 부족한 자료는 보그, 엘르 등에서 자료를 추가 수집하였으며, 600dpi의 해상도로 컬러 스캔하고 컴퓨터 모니터 상에서 색 추출을 위해 Adobe Illustrator CS5 프로그램을 이용하여 5\*5의 스포이드 값으로 설정한 뒤 RGB값을 추출하였다. 추출된 RGB값은 Munsell Conversion 4.01 프로그램을 이용하여 색상분석 하였으며, 연구의 진행을 위해서는 기타 각종 학위논문, 단행본, 문헌, 인터넷 자료 등을 이용하였고 색채 분석 시 컬러 추출의 기준점을 위하여 베이스(Base) 다섯 곳(이마중앙, 오른쪽 볼 중앙, 왼쪽 볼 중앙, 콧등, 턱 중앙), 아이샤도우(Eye shadow) 두 곳(쌍꺼플 라인, 눈두덩이), 치크(Cheek) 두 곳(오른쪽 광대 중앙, 왼쪽 광대 중앙), 립(Lip) 두 곳(윗입술 중앙, 아래입술 중앙)으로 영역을 지정해 최종 평균값으로 분석하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 색채의 이해

#### 1) 색채의 개념과 이해

우리가 눈을 통하여 외부 환경의 여러 가지 시각 정보를 얻는 과정을 색채 지각이라 하며<sup>8)</sup> 물리적 현상인 색이 감각기관인 눈을 통해서 지각되거나 그와 같은 지각현상과 마찬가지로의 경험효과를 가리키는 현상<sup>9)</sup>을 색채라 한다. 물체의 본래 성질에 빛의 스펙트럼에서 나오는 파장의 길고 짧음의 차이가 더해져 우리는 뇌를 통해 색채를 인지하는 것이므로 색은 빛이 없이는 존재할 수 없다. 17세기경 영국의 물리학자 아이작 뉴턴(Isaac Newton)이 프리즘을 이용한 이용한 분광실험을 통해 <그림1>과 같은 7가지 스펙트럼의 색 파장으로 구성되었음을 발표 하였다.



<그림 1> 가시광선 스펙트럼

(출처: 문은배(2011), 색채디자인교과서, p33.)

8) 최영훈 외 (2004), 「색채의 원리와 활용」, 서울: 미진사, p9.

9) 데이비드A.라우어, 이대일 저 (2002), 「조형의 원리」, 서울: 예경, p230.

가시광선의 스펙트럼은 크게 장파장역, 중파장역, 단파장으로 나뉘며 장파장은 780-600(nm), 중파장은 600-500(nm), 단파장은 500-380(nm)로 각 파장의 영역은 각기 다른 주파수를 가져 온도감과 연결될 수 있으며 장파장은 난색, 단파장을 한색, 그리고 중파장은 중성색으로 나타날 수 있다.

색채는 물체라는 개념이 따라다니기 때문에 지각적인 요소가 포함되어 있다.<sup>10)</sup> 그리고 인간의 모든 시각적인 관찰에는 색채가 관여되어 있을 만큼 인간과 색채와의 관계는 밀접하며 색의 3속성인 색상, 명도, 채도로 시각적인 색채 변화를 느낄 수 있다.

색이란, 색상, 명도, 채도를 모두 일컫는 말로 색상이란 눈으로 구분되는 색의 가장 기본이 되는 특징<sup>11)</sup>으로 빛이 물체의 표면에서 특정 파장의 반사에 의해 결정되며 빨강, 노랑, 파랑, 보라 등 색의 외관을 분류하는 것을 말한다. 명도란 밝기를 표시하며, 색상이 없으므로 명도 단계를 Gray Scale 이라 한다. 모든 빛을 반사하면 흰색으로, 모든 빛을 흡수하면 검정색으로 보인다.<sup>12)</sup> 명도는 무채색이란 영어인 Neutral의 'N'을 약자로 N1.5, N2, N3...N9, N9.5와 같이 표기한다. 숫자가 높을수록 밝은 명도이고, 숫자가 작아질수록 어두운 명도를 나타낸다.<sup>13)</sup> 채도란 색의 맑고 탁한 정도로 유채색에만 있다. 원색은 가장 채도가 높은 색으로 순색에 무채색이 섞인 정도에 따라 구분한다. 유채색에 무채색을 섞을수록 채도는 낮아진다.<sup>14)</sup>

색채를 이해하고 활용하기 위해서는 기본적으로 색의 속성인 색상(Hue)과

---

10) 박연선 (2007), 「색채용어사전」, 서울: 예림, p.95.

11) 한국색채학회 (2012), 「컬러리스트」, 서울: 예림, p89.

12) 문은배 (2011), 「색채 디자인 교과서」, 파주: 안그래픽스, p.22.

13) 박영순, 이영순 (2012), 「색채와 디자인」 개정판, 파주: 교문사, p.18.

14) 박영순, 전개서, p.19.

색조(Tone)를 파악해야 한다. <그림 2>과 같이 색의 변화를 계통적으로 표시하기 위해서 색표를 둥근 모양으로 배열한 것을 색상환(hue circle)<sup>15)</sup>이라고 한다. 미국의 색채연구가인 먼셀(Albert H. Munsell)<sup>16)</sup>에 의해 1905년에 창안된 먼셀표색계라는 색 표시 시스템을 우리나라에서 1964년 한국 공업규격(KS)에서 채택하여 현재 교육용으로 널리 쓰이고 있다. 국내에서는 2010년 12월 'KS A 0011'을 바탕으로 KS 표준색이 새롭게 개정<sup>17)</sup>되었으며 개정된 'KS 표준색 C&D155' 색 가이드의 색상환을 보면 빨강(R, Red), 주황(O, Orange), 노랑(Y, Yellow), 연두(YG, Yellow Green), 초록(G, Green), 청록(BG, Blue Green), 파랑(B, Blue), 남색(bV, bluish Violet), 보라(P, Purple), 자주(rP, Purple) 총 10가지 기본색으로 이루어져 있다. 색환에서 사용되는 색표는 reddish 색상을 기준으로 하여 배열하므로 색상환이라고 불리운다.

색조(tone)는 색채의 삼속성 중 명도와 채도를 통합한 개념이다.<sup>18)</sup> <그림 3>는 KS 색조 분류를 이미지화 한 것으로 우리 나라 'KS A 0011'도 기본색과 유채색을 포함한 색조 13가지 선명한(vv, vivid), 진한(dp, deep), 어두운(dk, dark), 탁한(dl, dull), 흐린(sf, soft), 밝은(lt, light), 연한(pl, pale), 흰(wh, whitish), 밝은 회(ltgy, light grayish), 회(gy, grayish), 어두운 회(dkgy, dark grayish), 검은(bk, blackish)와 무채색(n, neutral)으로 이루어져 있다.<sup>19)</sup>

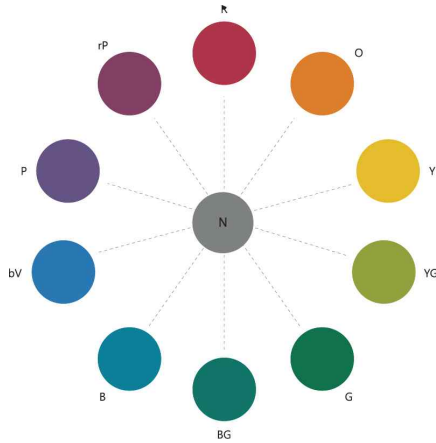
15) 박연선 (2007), 「색채용어사전」, 서울:예림, p90.

16) 박현일 (2004), 「컬러리스트 필기」, 서울: 영진닷컴, p26.

17) (주)한국색채디자인개발원, <http://www.cndmall.com> (검색일:2013.10.3)

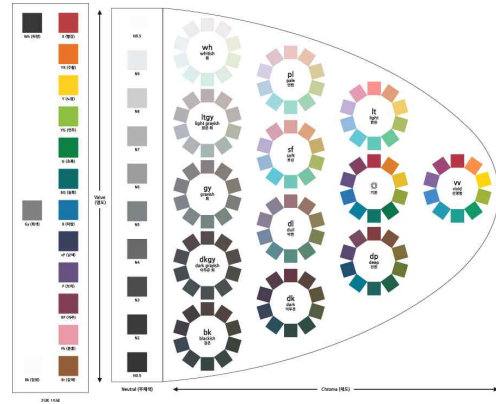
18) 박연선, 전개서, p94.

19) I.R.I 색채연구소 (2007), 「색채와 배색」, 서울: 국제, p37.



〈그림 2〉 색상환

(출처: <http://www.cndmall.com>)



〈그림 3〉 KS색조표

(출처: <http://www.cndmall.com>)

vivid톤은 선명하고, 명쾌한 톤으로 색조 분류에 있어서 가장 기본이 되는 색 영역이며 전체 색조 중 시각적 자극이 제일 크며 화려하고 강렬한 것이 특징이다. Deep톤은 진하고 중후한 이미지로 vivid톤에 비해 명도가 낮으므로 안정감을 준다. Dark톤은 전체 색조 영역 중에서 명도가 가장 낮은 영역으로 화려함 보다는 원숙하고 중후한 이미지를 나타낸다. Dull톤은 전체적으로 탁하며 차분한 느낌을 주므로 배색시 고상하며 안정감을 줄 수 있다. Soft톤은 증명도 중채도의 부드러운 느낌과 함께 편안한 이미지를 나타내며 안정적이다. Pale톤은 강렬하지는 않지만 색 기미를 많이 띠고 있어 풍부한 이미지를 나타내며 전체적으로 밝고 유쾌한 것이 특징이다. Light톤은 선명한 색조에 비해 밝고 맑은 느낌을 주며 가볍고 상쾌한 이미지를 나타낸다. Whitish톤은 전체 색조 중 가장 밝지만 색 기미를 약하게 나타내며 깨끗하면서 연약한 이

미지를 나타낸다. Light Grayish톤은 그레이쉬 하면서도 밝은 느낌을 갖는 색 영역이다. 그레이쉬한 느낌이 주는 이미지는 지배적이고, 세련되면서 안정감있게 나타나는 특징을 보인다. Grayish톤은 채도가 낮아 색상의 느낌이 약하게 느껴지므로 안정적이고 품위있게 나타나지만 활동감이나 속도감은 거의 없는 것이 특징이다. Dark grayish톤은 어두운 회색조로 명도와 채도가 모두 떨어지며 중후하고 엄숙한 이미지를 나타낸다. 마지막으로 Blackish톤은 전체 색조 중에서 명도가 가장 낮은 영역으로 색상 구별이 거의 없을 만큼 검은 빛을 띠는 것이 특징이다. 각 톤들의 특징은 <표 1>과 같이 정리할 수 있다.<sup>20)</sup>

---

20) I.R.I 색채연구소 (2007), 「색채와 배색」, 서울: 국제, p37.

〈표 1〉 KS 색조의 특징

톤의 분류	특징
<b>Vivid 선명한, 명쾌한, 강한</b> 	-색조 분류에 있어서 기본이 되는 색 영역 -어떤 색조보다 시각적 자극이 크며 매우 화려하고 강렬
<b>Deep 진한, 중후한</b> 	-선명한 색조에 비해 명도가 낮은 색 영역으로 안정감 줌 -안정적이며 강한 느낌, 고풍스러운 이미지
<b>Dark 어두운</b> 	-전체 색조 영역 중에서 명도가 낮은 영역 -어두운 느낌, 화려함보다는 원숙하고 중후한 분위기.
<b>Dull 탁한</b> 	-전체적으로 탁한 느낌으로 자극적이기보다는 차분함 -차분한 영역의 색을 이용한 배색은 고상한 이미지
<b>Soft 흐린</b> 	-중명도, 중채도의 전체적으로 부드러운 느낌 -안정적이고 부드러우며 편안한 이미지
<b>Pale 연한, 맑은</b> 	-강렬하진 않지만 색 기미를 많이 가지고 있어 이미지 풍부 -전체적으로 밝고, 유쾌한 느낌으로 귀엽고 발랄한 이미지
<b>Light 밝은, 깨끗한</b> 	-선명한 색조에 비해 밝고 맑은 느낌 -가볍고 경쾌한 이미지
<b>Whitish 흰</b> 	-가장 밝은 색조로 색 기미는 약함 -깨끗하면서 연약한 이미지. 깔끔하면서도 섬세한 이미지.
<b>Light Grayish 밝은 회색의, 흐릿한</b> 	-그레이쉬 하면서도 밝은 느낌을 갖는 색 영역 -그레이쉬한 느낌이 지배적. 안정감, 세련된 이미지
<b>Grayish 흐릿한, 어두운, 칙칙한</b> 	-채도가 낮아 색상의 느낌이 약하게 느껴짐 -안정적이고 품위 있는 이미지. 활동감이나 속도감 거의 없음
<b>Dark Grayish 어두운 회색조의</b> 	-어두운 회색조로 명도와 채도 모두 떨어짐 -무겁고 중후하고 엄숙한 분위기
<b>Blackish 검은</b> 	-전체 색조 영역 중에서 명도가 가장 낮은 영역 -색상이 구별이 없을 만큼 검은 빛

이를 바탕으로 하여 제작된 <그림 4>의 색체계<sup>21)</sup>는 10개의 색상을 가로축으로 13개의 톤을 세로축으로 하여 2차원 평면에 배열되어 있어 색상(Hue)와 색조(Tone)로 체계화하여 색채의 감성전달을 용이하도록 하고 특히 국내 최초 한국산업표준 (KS : Korean Industrial Standards)에 맞는 색표로써 실무 또는 교육의 기초자료로 활용되고 있다.

	R	O	Y	YG	G	BG	B	bV	P	rP	Neutral	Color
기본색											N9.5	
wv 선명함											N9	
dp 진함											N8	
dk 어두운											N7	
dl 탁함											N6	
sf 흐린											N5	
lt 밝은											N4	
pl 연함											N3	
wh 흰											N3	
ltgy 밝은회											N2	
gy 회											N2	
dkgy 어두운회											N0.5	
bk 검은											N0.5	

<그림 4> KS표준색 C&D155 Hue & Tone

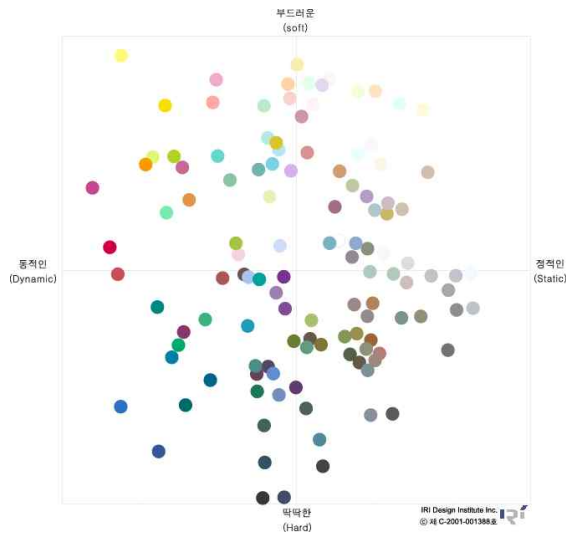
(출처: <http://www.cndmall.com>)

21) 한국색채디자인개발원 <http://www.cndmall.com/>

## 2) 색채와 형용사

색채에서 얻는 이미지는 감정보다는 감성을 자극시키며, 이러한 색채는 인간에게 있어 감성적인 상징성과 함께 개별적으로 다가온다. 그렇기 때문에 색채는 인간에게 의사소통의 한 수단으로 작용할 수 있으며, 소통을 위해서는 주관적으로 느끼는 감성 이미지를 객관적 문자로 표현해야 하므로 이러한 객관화 작업을 위해 IRI 색채 연구소에서 이미지 스케일을 개발하였다.

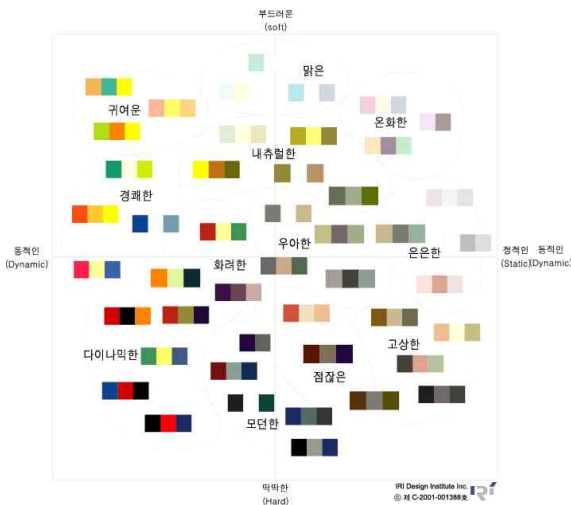
<그림 5>는 단색 이미지 스케일을 나타내며, 모든 컬러를 이미지 차이에 따라 ‘부드러운(soft)-딱딱한(hard)’와 ‘동적인(dynamic)-정적인(static)’ 과 같이 인간의 심리적 기준에 따른 축의 공간에 색상을 위치시켜 한눈에 파악 할 수 있게 한 컬러 감성 공간이다. 각 위치의 색에서 느껴지는 이미지를 축의 위치와 거리 등으로 그 차이를 파악할 수 있다.



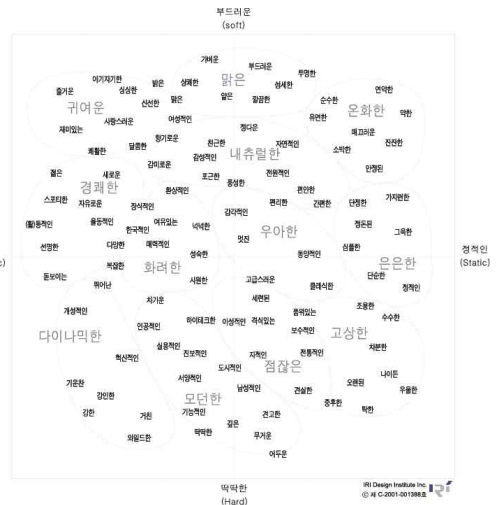
<그림 5> 단색 이미지 스케일

(출처: IRI 홈페이지 <http://www.iricolor.com>)

단색 이미지 스케일이 개발 된 것으로 배색 이미지 스케일과 형용사 이미지 스케일이 있다. 배색 이미지 스케일은 <그림 6>와 같이 3색 배색을 이용하여 만들어진 것으로 비슷한 느낌의 배색을 함께 묶어 각 그룹에 형용사 키워드를 부여함으로써 배색이 가진 특징을 쉽게 알 수 있다.<sup>22)</sup> 메이크업 실용에 있어서도 많이 쓰이는 배색 방법이다. <그림 7>는 형용사 이미지 스케일을 나타낸 것으로 언어의 추상적 이미지를 색상과 톤의 구체적인 이미지로 표현하기 위한 대표적인 형용사를 12개의 군으로 분류하여 공간에 위치시킨다.<sup>23)</sup> 형용사 이미지 공간은 가로축은 오른쪽에서 왼쪽으로 고채도에서 저채도의 변화이며, 세로축은 아래에서 위로 저명도에서 고명도의 변화이다.



<그림 6> 배색 이미지 스케일



<그림 7> 형용사 이미지 스케일

(IRI 홈페이지 <http://www.iricolor.com>) (IRI홈페이지 <http://www.iricolor.com>)

22) IRI 홈페이지, <http://www.iricolor.com/>, (검색일:2013.10.13)

23) IRI 홈페이지, <http://www.iricolor.com/>, (검색일:2013.10.10)

### 3) 색의 혼합

색채의 혼합이란 두 가지 이상의 서로 다른 성질의 색이 섞이는 것으로 색광이나 색료, 잉크 등을 혼합하여 새로운 색채감을 만들어 내는 것을 혼색(Color Mixing)<sup>24)</sup>이라 한다. 일반적으로 원색이란 어떠한 혼합으로도 만들어 낼 수 없는 독립된 기본색<sup>25)</sup>으로, 이것은 순색의 의미와는 다르며 원색의 조합으로 무수히 많은 색을 만들어 낼 수 있다. 원색은 기본색, 기준색, 표준색 등 최소한의 색을 말한다.<sup>26)</sup> 빛(색광)의 3원색은 빨강(Red), 초록(Green), 파랑(Blue)이고, 색료(안료)의 3원색은 시안(Cyan), 마젠타(Magenta), 노랑(Yellow)<sup>27)</sup>이다. 이와는 다르게 혼색이란 두 가지 이상의 색광 또는 색료의 혼합으로 새로운 색을 만들어 내는 것<sup>28)</sup>으로 가법 혼색과 감법 혼색 그리고 두 색을 동일하게 혼합하여 만든 2차색의 중간 혼색이 있다.

#### (1) 가법 혼색과 감법 혼색

가법 혼색은 디지털 이미지에서 사용되며 빛의 3원색인 빨강, 초록, 파랑(R,G,B)을 이용하여 색을 표현하는 방식이다.<sup>29)</sup> <그림 8>과 같이 빨강(Red)+초록(Green)=노랑(Yellow), 초록(Green)+파랑(Blue)=시안(Cyan), 파랑(Blue)+빨강(Red)=마젠타(Magenta), 빨강(Red)+초록(Green)+파랑(Blue)=백색(White)을 만든다.<sup>30)</sup>

24) 구환영, 한명숙, (2011), 「컬러리스트」 서울: 영진 p201-235.

25) 김민경 (2010), 「김민경의 실용색채활용」, 서울: 예림, p82.

26) 구환영, 한명숙, 상계서, p16.

27) 박영순, 이영주 (2012), 「색채와 디자인」, 개정판, 파주: 교문사, p20.

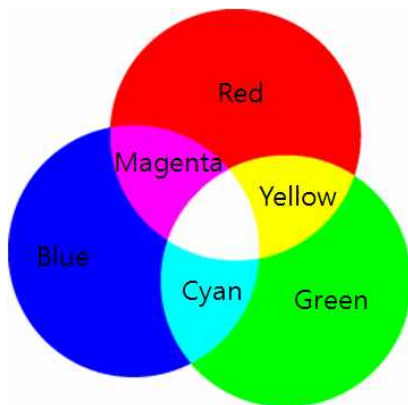
28) 이정순, 신인호 (2012), 「색채 이론과 실기」, 대전: 충남대학교출판문화원, p22.

29) 한국색채연구소 (2011), 「컬러리스트 이론편」, 파주: 지구문화사, p25-88.

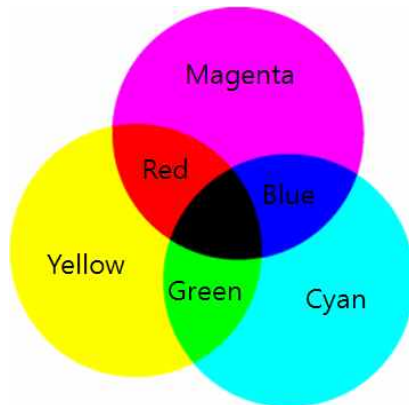
30) 이정순, 신인호, 상계서, p24.

감법 혼색은 C(시안), M(마젠타), Y(노랑), K(검정)의 4색을 조합해서 정의한 색으로 주로 인쇄에서 사용되는 것으로, <그림 9>과 같이 시안(Cyan)+마젠타(Magenta)=파랑(Blue), 마젠타(Magenta)+노랑(Yellow)=빨강(Red), 노랑(Yellow)+시안(Cyan)=초록(Green)을 만든다.<sup>31)</sup>

원래의 컬러 화상에 포함되어 있는 CMYK의 요소를 4개의 편판으로 분해해 컬러 인쇄판을 만든다.<sup>32)</sup>



<그림 8> 가법혼색의 결과



<그림 9> 감법혼색의 결과

## (2) RGB와 CMYK

컴퓨터의 출력장치인 모니터는 빛을 토대로 이미지를 표현하기 때문에 RGB 컬러모드는 거의 모든 이미지의 컬러 모드를 담당하고 있다. RGB컬러 모드는 최대 약1천6백만 컬러(24bit)를 표현할 수 있는데,<sup>33)</sup> 이는 자연계에

31) 한국색채학회 (2012), 「컬러리스트」, 서울: 예림, p54.

32) [네이버 지식백과] CMYK [cyan, magenta, yellow, black] (색채용어사전, 2007)

서 사람이 인식하는 거의 모든 색상을 표현할 수 있는 양이다.<sup>34)</sup> 그러나 인쇄출력장치인 프린터에 사용되는 잉크는 CMYK 모드로 운영되고 있기 때문에, 출력을 위한 작업일 경우 반드시 CMYK 모드로 작업해야 한다.<sup>35)</sup> CMYK 모드의 색상가짓수가 RGB보다 적기 때문에 CMYK 모드를 RGB로 전환 시에는 색 손실은 거의 없다. CMY에 K(검정)이 들어가는 이유는 이론적으로는 색의 3원색으로 검정이 나올 수 있지만, 순수한 검정색이 잘 나오지 않기 때문이다.

〈그림 10〉는 RGB의 분포도<sup>36)</sup>를 나타내는 것으로 검정과 하양처럼 모두 같은 값을 나타내면 무채색이 된다. 빨강의 경우 초록과 옐로가 0이며 초록의 경우 빨강과 파랑이 0임을 가르킨다. 꼭지점의 방향대로 색기미가 뺏어나가므로 예를 들어 빨강을 255, 초록 127, 파랑을 0으로 가정했을 때 빨강에 옐로 기미를 포함하는 초록의 영향으로 주황색이 된다.

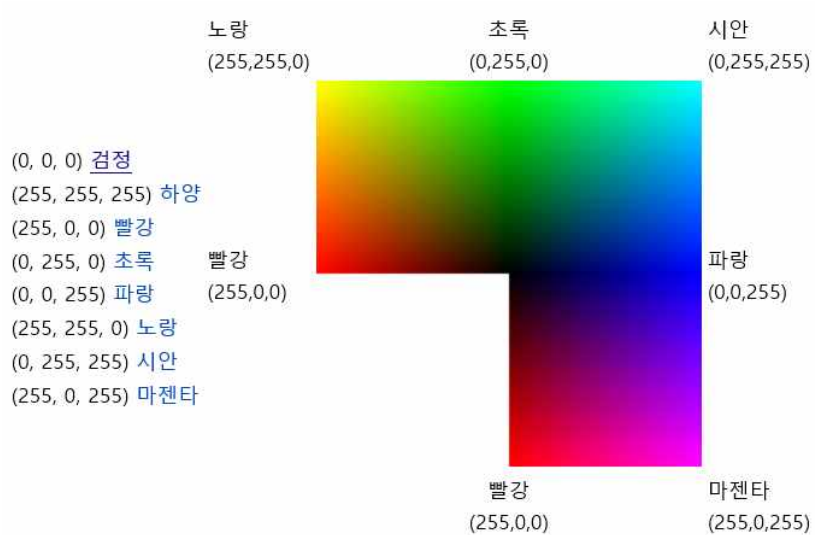
---

33) 한국색채학회, 전개서, p55.

34) 한국색채학회 (2012), 「컬러마케팅」, 파주: 지구문화사, p233.

35) 한국색채연구소 (2011), 「컬러리스트 이론편」, 파주: 지구문화사, p15.

36) [네이버 지식백과] RGB, (색채용어사전, 2007)



〈그림 10〉 RGB분포도

#### 4) 메이크업과 색채

메이크업에서의 색채는 사람의 인상과 감성을 결정하기에 커다란 효과를 가져 온다. 형태와 디자인을 보완시켜 줄 수 있을 뿐만 아니라 색을 피부에 얹힘으로써 우리의 정서 상태를 즉각적으로 변화시키는 강력한 힘을 지니고 있으며, 착용자의 기호, 개성, 문화적 배경 등 여러 가지를 표현할 뿐 아니라 심리적 효과, 감정효과, 시각적 효과에 의해 사람의 성격, 특성, 이미지를 표현할 수 있다.<sup>37)</sup> 따라서 메이크업 색채를 잘 활용하는 것은 원하는 이미지를 남길 수 있으며 그 색상이 덧칠해진 얼굴을 보는 사람의 감성을 움직이게 할 수도 있다.

37) 허수복 (2006), 「뷰티디자인을 위한 색채」, 서울: 태학원, p.102.

### (1) 메이크업과 컬러 이미지

일본 색채 디자인 연구소가 제안한 고바야시(Kobayashi)의 컬러 이미지 스케일은 IRI의 컬러 이미지 스케일 축과 다르게 Soft, Hard, Warm, Cool의 4가지 요소를 이루고 있다. 먼셀 색체계와 ISCC-NBS의 색명법을 기초로 휴(Hue)&톤(Tone) 시스템을 개발하였으며 Warm과 Cool을 중심으로 그 강도에 따라 Soft와 Hard 차원으로 구분 할 수 있다.<sup>38)</sup> 적색계열은 주로 Warm의 이미지와 상통되며 청색계열은 Cool의 이미지를 많이 반영한다.<sup>39)</sup> Soft, Hard, Warm, Cool의 평면상에 위치한 형용사를 세분화 하면 Warm Soft 유형에는 프리티, 로맨틱, 캐주얼의 컬러 이미지가 나타나며 Warm Hard 유형에는 고저스, 클래식, 다이내믹, 에스닉 등의 이미지가 나타난다. 반대의 축인 Cool Soft 유형에는 로맨틱, 클리어, 엘레강스, 쿨 캐주얼의 이미지가 Cool Hard 유형에는 모던, 시크, 포멀, 댄디 등의 이미지가 나타나며 이 의미들은 감각, 무게, 온도, 감정, 미각 등의 감성이나 형상의 이미지를 총괄적으로 포함하고 있다.<sup>40)</sup> 컬러이미지스케일은 다양한 소비자들에게 색채에 대한 이미지를 통계적, 체계적으로 분리하여 색채의 사용에 있어서 과학적이고 합리적인 근거를 갖추도록 하는데 그 의의가 있으며<sup>41)</sup> <표 2>는 4가지 축에 따른 색채 이미지를 정리 한 것이다.

---

38) 신향선 (2002), 「퍼스널 컬러시스템에 따른 유형의 분포도와 색채진단 변인에 관한 연구」, 건국대학교 디자인대학원, 석사학위 논문, p13.

39) 신향선, 상계서, p13.

40) 이정미 (2002), 「한국여성의 메이크업 색채이미지에 관한 연구」, 동덕여자대학교 디자인대학원 석사학위논문, p37.

41) 김훈철, 장영렬 (2002), 「컬러마케팅」, 서울: 커뮤니케이션북스, p96.

<표 2> 메이크업 컬러 이미지

유형	컬러 이미지
Warm Soft	프리티 - 귀여운, 달콤한 로맨틱 - 귀여운, 감미로운, 신선한 캐주얼 - 신선한, 쾌적한, 빛나는
Warm Hard	고저스 - 성숙한, 여성스러운, 차분한, 풍부한 클래식 - 고전적인, 전통적인, 깊은 맛이 있는 다이나믹 - 활동적인, 강렬한 에스닉 - 와일드한, 야성적인
Cool Soft	로맨틱 - 부드러운, 달콤한 클리어 - 순수한, 신선한, 심플한 엘레강스 - 부드러운, 여성스러운, 깔끔한 쿨 캐주얼 - 젊음, 스마트한, 스피디한
Cool Hard	모던 - 이지적인, 문화적인, 샤프한, 진보적인, 도회적인, 냉정한 시크 - 고품격, 동양적인, 도시적인, 깊이있는 포멀 - 격조높은, 장엄한 댄디 - 실용적인, 건강한, 안정된, 원만한

## (2) 메이크업에서의 색채계 시스템

우리 주변의 모든 색은 개인의 경험, 생리적, 심리적 특성에 따라 상대적으로 인식되어진다. 따라서 색채를 커뮤니케이션하기 위해서는 규정화된 색의 체계가 필요했다. 학자들은 다양한 색 체계에 대한 연구를 통해 색을 측정하기 위한 연구를 해왔다. 하지만 기존의 색채체계는 색채 측정 방법과 연관된 정량적 기준에 근거하여 인간이 실제 색채를 어떻게 지각하는 지에 따른 감성적 측면의 연관성이 결여되기 때문에 색채 계획시의 적용과정에서 어려움이 발생하였다<sup>42)</sup>. 따라서 이러한 문제점을 보완하여 만들어진 것이 NCS 색체계이다.

42) 정은애, 전개서, p39.

NCS 색체계는 헤링 (Karl Ewald Konstantin Hering)의 이론(1878)에 요한센(Tryggve Johanssen)이 설명을 덧붙인 것<sup>43)</sup>이다. 이 연구를 토대로 1940년대 후반에 헤셀그렌(Sven Hesselgren)이 색채도감을 만들었고 1964년에는 하드(Andres Hard)의 지휘아래 스웨덴 칼라 센터 Swedish Color Center가 생겼으며 10여년의 연구 끝에 자연색 체계 NCS의 새로운 판본이 선보였다.<sup>44)</sup>

NCS(Natural Color System)는 인간, 빛(색채), 환경과 연관성을 고려한 과학적이면서도 혁신적인 색채체계로서 평가되어지고 있다.<sup>45)</sup> 인간의 눈으로 보는 색은 상대적이며 색상, 명도, 채도의 속성을 구분하여 색채를 볼 수 없고 색상과 색조를 동시지각하기 때문에 색상과 색조의 개념으로 정리되어 있는 자연색 체계 NCS는 색채의 기억이 용이하고 범위를 지적하거나 이미지를 반영하기 쉬운 시간과 공간상에서 관찰자에 따른 상대적인 색채 감각을 나타내기에 적합하도록 되어있다.<sup>46)</sup>

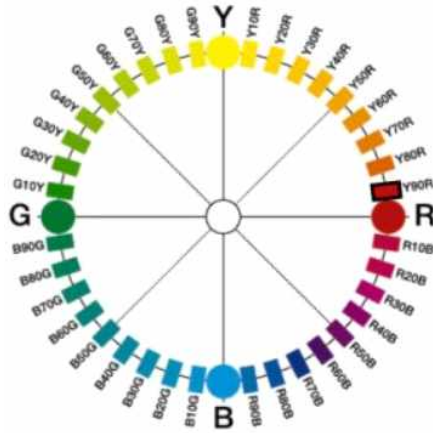
---

43) 문은배 (2005), 『색채의 이해와 활용』, 파주: 안그래픽스, p225.

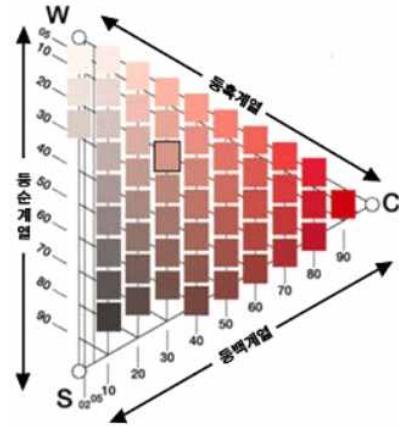
44) 이보영 (1996), 『시각 정보 체계로서의 도시 환경 색채 기능과 자연 색체계(NCS)적 접근 방법에 의한 경관의 질적 수준 제고 방안에 관한 연구』, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문, p39.

45) 이보영, 상계서, p40.

46) 서지영 (2005), 『네일 아트 일러스트레이션에 관한 연구』, 숙명여자대학교 원격향장산업대학원, 석사학위논문, p25.



<그림 11> NCS의 색상환(Colour circle)



<그림 12> 색 삼각형(Colour triangle)

<그림 11>은 NCS의 색상환(Colour circle)<sup>47)</sup>이며 <그림 12>은 색 삼각형(Colour triangle)<sup>48)</sup>이다. 색상환(Colour circle)은 헤링의 반대색설을 받아들여 이로 인해 Y-R, R-B, B-G, G-Y의 기본 척도를 가진다. "어떤 척도 위의 한 지점은 유채색 기본 속성들 사이 주어진 상호 관계성을 보여 주며, 이는 색채의 색상을 결정한다. 각각 4개의 기본척도들은 9개의 중간단계로 배열되어 모두 40개의 색상들을 만들고 있다."<sup>49)</sup> S는 검정색도(Blackness)를 나타내며 W는 하양색도(Whiteness), C는 순색도(Chromaticness)를 나타낸다. 이 세 개를 합치면 모두 색상값 100%이 된다. 예를 들어 색상명이 1050-Y90R이라면 Blackness가 10%, Chromaticness가 50%, Whiteness가 40%이다. Hue(색상)값은

47) 박연선 (2007), 「색채용어사전」, 서울: 예림, p. 230.

48) 박연선. 상계서, p.229.

49) 박정은(1998), 『환경색조화장 및 색채계획방법에 관한 모형연구 사례연구』, 이화여자대학교 대학원, 석사학위 논문, p. 12-20.

색상환에서 Y변과 R변 사이에 90%의 Redness를 가지고 있는 Yellow를 말한다. 색삼각형(Colour triangle)은 색채들 사이의 관계를 나타내며 색조(Nuance)를 설명한다. 구성은 W-S, W-C, S-C의 기본척도를 가진다.<sup>50)</sup>

오늘날의 색조화장품은 첨단기술의 발달로 다양한 형태의 텍스처와 제형들이 개발되고 있다. 그렇게 출시된 제품들은 제형이나 빛에 따라 다른 색깔로 보이기도 하고 바르기 전과 후의 색이 변하는 제품들도 출시되고 있다. 이러한 모든 현상들은 NCS 색체계로 색을 측정하기에는 한계가 있으나 기존 색체계로서 보이는 색채를 설명함에 있어 관찰자에 따른 상대적인 색채 감각을 나타내기 위해 가장 적합한 색체계이기도 하다.

## 2. 퍼스널 컬러

### 1) 퍼스널 컬러의 개념

퍼스널 컬러란, 컬러를 연출할 때 개인에게 어울리는 컬러를 효과적으로 사용할 수 있도록 도와주는 것으로 색상, 명도, 채도의 세 가지 특징적인 기본 색조를 가지고 있으며 이것은 개인의 피부색, 머리카락 색, 눈동자 색으로 결정된다.<sup>51)</sup> 즉, 개개인이 가지고 있는 신체의 색과 조화를 이루는 색, 개인에게 어울리는 색이 퍼스널 컬러라고 할 수 있으며 이러한 퍼스널 컬러를 알며 자신과 조화를 이루는 색채를 분석하여 자신에게 어울리는 색에 따라 메이크업, 헤어, 의상 등의 컬러 이미지를 연출할 수 있다.

50) 김단 (2009), 「자연색체계(NCS)를 활용한 감상교육에 관한 연구」, 한양대학교 교육대학원 석사학위논문, p18.

51) Doris Pooser, (1997), 『Always in Style』, New York: Crisp Publications, p35.

퍼스널 컬러를 통한 외모 변화는 개인의 심리적, 정서적 측면에서 긍정적인 변화를 가져올 수 있으며 보다 나은 자신의 이미지를 통해 사회적으로 긍정적 평가를 얻게 되면 그에 따른 자신감과 적극적인 성향으로 자신의 능력을 극대화 할 수 있다는 장점이 있다. 이러한 변화는 단순히 컬러 이미지를 통해 외적 이미지를 아름답게 하는 것이 아니라 자신의 장·단점을 파악하고 자신이 추구하는 이미지를 통해 자아정체성을 확립하는데 효과적이라는 데 의의가 있다.<sup>52)</sup>

## 2) 퍼스널 컬러 시스템의 특징

퍼스널 컬러 시스템(PCS: Personal Color System)<sup>53)</sup>은 개개인이 가지고 있는 고유의 색을 분석하여 어울리는 색을 진단하는 방법으로 신체의 고유색상인 피부색, 눈동자 색, 머리카락 색, 두피 색, 손목 안쪽 색의 신체 피부색과 자연의 색인 사계절 봄, 여름, 가을, 겨울의 사계절 유형의 색을 비교 분석하는 것으로 어울리는 계절 색과 어울리지 않는 색을 찾아주는 측정 과정을 ‘퍼스널 컬러 시스템’ 이라고 한다.

이 시스템은 내적인 아름다움(Inner Beauty)과 외적인 아름다움(Beauty)을 추구하는 뉴 에이지 뷰티 개념의 체계적이고 과학적인 시스템으로 계절색의 구조 안에서 자신에게 어울리는 색인 퍼스널 컬러를 찾는 것이라 할 수 있다.<sup>54)</sup>

---

52) 신향선, (2003)『color image making』, 서울: 도서출판 국제.

53) 진형여, (2011)『우리나라 20대 여성의 퍼스널 컬러 분석』, 원광대학교 일반대학원, 박사학위 논문.

54) 한국 케엠케 색채연구소(2005), 『PCS Personal Color System Work Book』, 서울, p. 3.

로버트 도르(Robet Dorr)<sup>55)</sup>는 인간의 색이란 개념을 처음 도입한 학자로 사람은 피부색에 두 가지 색의 기조(Tone)로 따뜻한 색과 차가운색을 지니고 있다고 하였다. 그는 많은 교육현장과 스텐포드, USC, UCLA 대학에서 그의 색 이론을 입증하였는데 배색의 조화와 부조화의 원리를 연구 발전시켜, Color Key I 과 Color Key II로 차가움(blue based)과 따뜻함(yellow based)을 기본으로 하여 각각의 색에 Yellow와 Blue를 첨가하여 배색하면 조화롭다는 것을 발견하고, 1941년 "Color Key Corporation of America"를 설립하여 컬러 하모니를 개발하여 의류, 화장품, 페인트, 직물 및 실내 디자인에 실용색채를 활용하였다.<sup>56)</sup>

그의 따뜻한 색과 찬색 이론을 기초로 독일의 요하네스 이텐(Johannes Itten)이 사람에 대한 주관적인 색의 구성을 계절의 4가지 타입으로 정립하였다.<sup>57)</sup> 요하네스 이텐은 학생들이 개인의 선호 색상에서 색조와 농도에 있어 그들의 피부색, 머리카락 색, 눈동자 색과 일치한다는 것을 주목하게 되었다.<sup>58)</sup> 이후 그는 독일에 바우하우스에서 1919-1923년 동안 색에 대한 이론을 교육하면서 인간의 얼굴과 일치하는 4가지의 계절색 이미지에 대한 구성과 얼굴색에 대한 분석을 연구하였다.

버니스 캔튼(Bernice Kentne)<sup>59)</sup>은 히포크라테스의 ‘성격이론’과 인간의 사이에 연결하여 “Color Me A Season”의 책을 발간하였는데 그의 연구에 의하면

55) 김민경. (2010), 『실용색채활용』, 서울: 예림, p.72.

56) 박연선.홍미숙 (2005). 「한국인의 퍼스널컬러에 관한 연구 : 20대 피부변화를 중심으로」, 한국색채디자인학회지, 1(1), pp. 88-90.

57) 파버비렌, 김진한 저 (2010), 『색채의 영향』, 서울:시공사, p.81.

58) Carole Jackson (1980), 『Color me Beautiful』, Canada: Acropolis Book, p, 38.

59) 김민경 (2010), 『실용색채 활용』, 서울: 예림, p73.

2400년 전에 히포크라테스는 사람들의 성격패턴(양식)에는 우울(겨울), 냉담(여름), 쾌활(봄), 그리고 성급(가을)으로 구분하기도 하였다. 다음 <표 3>은 퍼스널 컬러의 이론을 정리한 것이다.

<표 3> 퍼스널컬러 이론

연구자	분류기준 수	분류 및 특징
Robert Dorr	2	인간은 피부색에 두 가지 색의 기조(Tone)로 따뜻한 색(Warm Color)과 차가운 색(Cool Color)을 지님
Johannes Itten	4	사람에 대한 주관적인 색의 구성을 봄, 여름, 가을, 겨울의 4가지 타입으로 분류
Bernice Kentne	4	사람들의 성격패턴을 4가지로 분류 쾌활-봄, 냉담-여름, 성급-가을, 우울-겨울

### 3) 따뜻한 색(Warm Color)과 차가운 색(Cool Color) 구분

유채색은 빛의 스펙트럼에 나타난 7가지 색으로 구분되어 색의 온도감에 따라 따뜻한 색과 차가운 색으로 분류 할 수 있다.<sup>60)</sup> 예를 들어 <그림 13>과 같이 빨강, 주황, 노랑과 같은 파장이 긴 쪽은 따뜻하게 느껴지므로 따뜻한 색이고 파랑, 남색, 청록과 같이 파장이 짧은 쪽은 차갑게 느껴지므로 차가운 색으로 분류된다.<sup>61)</sup>

60) 김민경 (2010), 『실용색채 활용』, 서울: 예림, p78.

61) 김민경, 상계서, p78.



<그림 13> 따뜻한 색과 차가운 색 구분  
(출처; 김민경 (2010) 『실용색채 활용』 p78.)

### (1) 따뜻한 색(Warm Color)

따뜻한 색은 기본적으로 노란색과 황색을 지니고 있으며 모든 색에 노랑색이 혼합되어 조색을 이룬다.<sup>62)</sup> 따뜻한 색에서 느낄 수 있는 이미지는 풍요롭고 생동감이 넘치며 온화하면서도 동적인 느낌을 준다. 무채색과 은색은 포함하지 않지만 금색은 포함된다. 따뜻한 색의 대표적인 색상은 레드(red), 레드 핑크(red pink), 옐로우(yellow), 오렌지(orange), 그린(green), 올리브 그린(olive green), 카키(khaki), 카멜(camel) 등이다. <그림 14>는 따뜻한 색 이미지이며, 따뜻한 색의 특징은 <표 4><sup>63)</sup>와 같다.

62) 신향선, 전게서, p23.

63) 김민경, 전게서. p79.



<그림 14> 따뜻한 색 컬러 이미지

<표 4> 따뜻한 색의 특징

Red	원색의 레드는 따뜻한 색으로 레드계열에서 옐로우 계열이 혼합된 다홍 빛의 레드이다.
Orange	레드와 옐로우의 혼합색이며 오직 따뜻한 색에만 속한다.
Yellow	원색의 레드는 따뜻한 색의 대표색으로 옐로우 계열에서 골드 옐로우가 혼합되면 전형적인 가을의 깊이있는 따뜻한 색이다.
Green	그린에 옐로우를 혼합한 색으로 옐로우 계열이 혼합이 많을수록 따뜻한 색이다.
Blue	블루는 차가운 색에 속하나 옐로우가 혼합되면 따뜻한 계열의 블루로 분류된다.
Purple	레드와 블루의 혼합색인 퍼플에 옐로우가 혼합되면 따뜻한 계열이 봄과 가을색에 속한다.
Pink	따뜻한 레드와 화이트의 혼합색으로 옐로우가 가미된 피치 핑크 계열에 속한다.
Brown	옐로우 레드에 블랙이 혼합된 색으로 옐로우 골두계열이 주를 이룬다.
Beige	브라운 계열과 화이트의 혼합 색으로 옐로 골두가 가미된 따뜻한 계열이다.

(2) 차가운 색(Cool Color)

차가운 색은 기본적으로 푸른색과 흰색, 검정색을 지니고 있으며, 모든 색이 푸른색과 혼합되어 조색을 이룬다. 차가운 색의 대표적인 이미지는 이지적이고 정적인 느낌을 준다. 차가운 색의 대표적인 색상은 블루(blue), 마젠타(magenta), 라이트 옐로우(light yellow), 퍼플(purple), 와인(wine), 블루그린(blue green), 버건디(burgundy), 네이비(navy) 등이다. 오렌지와 골드는 차가운 색에 존재하지 않는다. <그림 15>는 따뜻한 색 이미지이며, 따뜻한 색의 특징은 <표 5><sup>64)</sup>와 같다.



<그림 15> 따뜻한 색 컬러 이미지

---

64) 김민경, 전계서. p80.

〈표 5〉 차가운 색의 특징

Red	원색의 레드에 블루나 블랙이 혼합되어 푸른 빛을 띤다.
Orange	따뜻한 색에만 속하므로 차가운 계열에는 없는 색이다.
Yellow	옐로우에 화이트와 블루가 혼합된 차가운 색이다.
Green	그린에 블루가 많이 혼합되면 블루그린이 되면서 차가운 빛을 띤다.
Blue	블루는 차가운 색의 대표색으로 블랙이 혼합되면 차가운 겨울 색에 속한다.
Purple	레드와 블루의 혼합색으로 블루가 혼합되면 차가운 빛을 띤다.
Pink	레드와 화이트의 혼합색으로 흰빛이 많은 핑크는 차가운 색이 된다.
Brown	차가운 레드와 블랙의 혼합색이다.
Beige	브라운 계열과 화이트의 혼합 색으로 블루가 혼합되면 차가운 색이다.
White	전형적인 차가운 색으로 옐로우가 혼합되지 않은 색이다.
Black	

### 3. 색조 화장품 정의 및 현황

#### 1) 색조 화장품 정의

색조 화장이란 화장품을 바르거나 문질러 얼굴을 빛깔의 조화로 곱게 꾸밈을 말한다.<sup>65)</sup> 오늘날 색조화장은 결점을 보완하고 피부를 아름답게 보이기 위

65) 정은애 (2012), 「국내 소비 트렌드 변화에 따른 색조화장품 시장 트렌드 변화 연구」, 이화여자대학교 디자인대학원, 석사학위논문, p35

한 미적 역할뿐 아니라 보호적 역할, 심리적 역할의 목적을 가지고 있다.<sup>66)</sup> 심리학자인 디케(E. Dicher)에 따르면 화장품 사용의 심리적 요인은 근본적으로 미의 추구에 있으나, 이는 단순히 미를 추구하는 수단으로 그치는 것이 아니라 개인의 생활 그 자체에 깊숙이 침투되어 있는 것이며, 심리학적으로 자기 만족감의 추구, 자기 개선의 실현 및 자신의 자아 감각을 높이는 이상적인 추구에 있다고 하였으며<sup>67)</sup> 이를 통해 '나'라는 존재를 외부 사회에 드러내거나 감추는 용도로 사용하기도 한다.

오늘날 색조 화장은 다른 어떤 제품보다 유행에 민감하고 패드(Fad)성향을 띄는데 따라서 색조화장품은 소비자의 욕구와 사회문화, 환경, 경제, 기술 등 전반적인 분야에 걸쳐 다양한 영향을 받는다.<sup>68)</sup> 색조 화장품은 베이스 제품과 포인트 제품으로 나뉘는데 일반적으로 베이스 제품은 피부의 색을 보정하고 외부 환경에서 오는 유해요인으로부터 피부를 보호하고 맑고 화사해 보이도록 도와주는 역할을 하며 포인트 제품은 강조하고 싶은 부위를 돋보이게끔 하는 역할을 한다.

색조 화장품의 사용 목적은 크게 세 가지로 나눌 수 있는데 첫째, 미적 역할로 색조 화장품을 이용하여 자신의 결점을 덮개하고 개성 있는 화장을 연출하므로 아름답게 보일 수 있다. 둘째는 보호적 역할로 화장은 자신의 본래 모습을 감추는 것이 아니고, 화장을 통하여 자외선, 바람, 기후 등으로부터 피부 보호를 한다. 마지막으로 심리적 역할로 화장 행위를 통하여 자신에 대한 만

---

66) 배은정, (2010), 「색채이미지와 색조화장의 상관관계연구」, 경남대학교 산업대학원 석사학위 논문, p55.

67) 편집부 저(1998), 『화장품 연감』, 서울: 화장품 신문사, p. 13.

68) 정은애, 전개서, p7.

족도가 커지고 자신감을 얻을 수 있다는 목적이 있다.<sup>69)</sup>

## 2) 국내 화장품 시장 현황

최근 국내 화장품 시장을 살펴보면 그동안 한국화장품 시장에서 독보적인 자리를 차지하고 있던 수입 화장품들이 주요 백화점에서 매출이 감소했고 국내 브랜드들이 급성장하고 있다.<sup>70)</sup> 또한 화장품 소비자층의 세분화로 성별, 연령대를 넘어 제품이 출시되고 매출에 호황을 누리고 있다. 2012년 기준 국내 화장품 시장의 규모는 약 16조 6,000억 원으로 국내 제품과 수입품의 구성 비율은 58:42정도이다.<sup>71)</sup> 2012년 화장품은 7조 1,226억 원으로 2011년 6조 3,850억 원보다 11.5%가 증가했다. 이 수치는 최근 5년 간 연평균 성장률인 10.8%를 크게 웃도는 것으로 우리 화장품이 국내외에서 모두 양호한 성적을 거둔 결과다.<sup>72)</sup>

최근 화장품 시장의 흐름을 분석하면 2011년에는 첨단 기술의 발달로 뱀독, 달팽이 점액, 거미 독 등 특이한 원료성분이 들어간 화장품들이 개발<sup>73)</sup>됐으며 매트한 제형이나 크랙 타입의 매니큐어 등이 개발되고 소비자들의 호기심을 자아내는 다양한 제품들이 출시되기 시작했다. 메이크업의 컬러의 경우도 자연의 색감을 따오거나 피부색을 자연스럽게 표현하는 에코 메이크업에 대한 관심이 높아졌으며 화장품 광고 모델은 시대가 추구하는 이상형을 나타내는데 2011년도에는 대체적으로 '깨끗한, 청순한, 어림, 자연스러움, 동안, 섹시, 귀여움, 발랄한, 젠틀한, 꾸밈없는'과 같은 이미지 형용사들과 부합하는 모델들이 광고의

69) 김연주 외(2009), 『화장품 과학』, 서울: 청구문화사, pp103-104.

70) 식품의약품안전청 통계 자료, 2012, 8, (2013. 07. 02), <http://www.mfds.go.kr/index.jsp>

71) 한국보건산업진흥원(2012), <http://www.khidi.or.kr>, 화장품 산업 분석 보고서, p13.

72) 식품의약품안전청 통계자료, 2012, 8, (2013. 07. 02),(<http://www.mfds.go.kr/index.jsp>)

73) 정은애, 전개서, p41

주인공이 되었다.<sup>74)</sup>

2012년에는 고가 화장품의 신랄한 비판과 원가 공개, 제품 품질 비교 등으로 더 이상 소비자들은 고가 화장품 브랜드의 이미지로만 제품을 구매 하지 않게 되면서 기초 화장품 뿐 아니라 색조 화장품까지 출시되었다. 특이한 원료나 천연의 날 것, '오가닉(organic)'에 대한 관심이 높아지면서 소비자의 유기농 화장품에 대한 열망은 인터넷을 통해 농가에서 직접 천연 원료를 구해 DIY를 하거나 화장품의 원료를 선택하고 맞춤 제작하기도 했다. 반면에 한가지로 세 가지 기능을 하는 멀티 제품을 선호 하거나 시간을 절약 할 수 있는 제품에 대한 니즈(Needs)가 있었다. 또한 메이크업 아티스트처럼 컬러를 섞어 자기만의 색을 만들어 쓸 수 있는 화장품도 출시 및 아티스트 콜라보레이션 제품이 많이 출시 되었는데 전문가가 만든 화장품, 전문가가 선택한 퀄리티의 제품이라는 인식은 제품의 희소성을 중시하는 소비자들의 소비충동을 일으키기 충분했다. 2012년도 색조화장품 모델의 이미지 공통 형용사는 청순, 어림, 순수함, 꾸밈없는, 상큼, 발랄, 개성, 섹시, 단아, 자연스러움, 최고, 럭셔리, 자연스러움 등 이었다.<sup>75)</sup>

2013년도에는 지속되는 경기 불황 속에 소비자들은 비교적 저렴한 가격으로 드라마틱한 효과를 이끌어낼 수 있는 립스틱과 네일을 많이 구매하였다. 2013년 4월 16일 금융감독원 전자공시 시스템이 발표한 자료에 따르면 작년 미샤, 더 페이스 샵, 에뛰드, 이니스프리, 스킨푸드, 토니모리, 네이처 리퍼블릭 등 7개 중저가 브랜드숍 화장품의 매출액은 1조 8,199억 원으로 전년(1조 3,734억

---

74) 한국보건산업진흥원(2012), <http://www.khidi.or.kr>, 화장품 산업 분석 보고서, p13.

75) 한국보건산업진흥원 (2013), <http://www.khidi.or.kr>, 화장품 산업 분석 보고서, p15

원)보다 32.5% 늘어난 것으로 조사됐다. 장기간 지속된 경기 불황으로 중저가 화장품의 인기는 상대적으로 높아진 반면 고가 화장품 브랜드의 성장 폭은 중저가 브랜드보다 낮은 것으로 밝혀졌다.<sup>76)</sup>

이 시기에는 남성용 색조화장품 시장도 확대 되어 남성용 메이크업 제품과 이를 지우기 위한 클렌징 제품의 판매는 각각 96%와 69% 늘었다. 제품별로 살펴보면 BB크림과 파우더 등 피부 메이크업 제품은 150%, 아이라이너와 아이브로 펜슬 등 눈 메이크업 제품은 70%, 립스틱과 립밤 등 입술 메이크업 제품은 50% 증가했다.<sup>77)</sup> 2013년도의 색조 화장품 이미지 공통 형용사는 청순, 어림, 순수함, 꾸밈없는, 상큼, 발랄, 개성, 섹시, 단아, 자연스러움, 최고, 럭셔리, 자연스러움 등을 추구 하였으며 2012년과 비슷한 특징을 보였다.<sup>78)</sup>

---

76) 금융감독위원회 전자공시 시스템, <http://dart.fss.or.kr>, 화장품 산업 분석 보고서.

77) 한국보건산업진흥원(2013), <http://www.khidi.or.kr>, 화장품 산업 분석 보고서 .

78) 한국보건산업진흥원(2013), <http://www.khidi.or.kr> 화장품 산업 분석 보고서 (2013. 07. 10.

### Ⅲ. 색채 분석

#### 1. 브랜드 아이덴티티 특징

##### 1) 샤넬의 컬러 아이덴티티 (Brand color of Chanel)

브랜드 가치가 가장 높은 럭셔리 브랜드 중 하나인 샤넬의 화장품을 떠올렸을 때 색채가 먼저 연상되기 보다는 여자들에게 로망인 ‘명품 샤넬’의 이미지와 함께 ‘고급스러운’의 형용사 일 것이다. 명품 샤넬이 만든 화장품 ‘샤넬’은 코코샤넬의 패션 철학과 마찬가지로 화장품 또한 매출보다도 이미지와 브랜드 가치를 중요시 하는 철칙과 함께 타 브랜드와 달리 매장에서 사은품 증정이나 프로모션을 하지 않은 것으로 유명하다. 샤넬은 최초 화장품인 넘버 5를 시작으로 1924년 루즈가 뒤를 이으며 본격적인 코스메틱 라인이 시작되었다.<sup>79)</sup> <그림 16>은 샤넬의 화보 광고에 노출된 이미지 들이다. 블랙과 화이트로 구성되는 C.I(Corporate Identity)를 내세우며 대체로 무난한 색채 경향을 보이고 있다. 샤넬 화장품의 패키지 디자인은 모두 무채색으로 나타나는데 이는 깨끗하고 심플한 고급스러운 이미지를 표현해 주며 메이크업 색채 역시 시즌별 트렌드 메이크업과 색조 파레트의 구성 또한 대부분이 성숙하고 럭셔리함을 느끼게 해 줄

---

79) 나윤채 (2012), 「스마트 미디어 기반 확장에 따른 브랜드 아이덴티티의 활용 방안 연구」, 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문, p42.

난색 계열과 중명도 중채도의 깊이감있고 안정적인 색조가 강세임을 보여 주었다.



<그림 16> 샤넬 화장품 광고

(출처: [http://www.chanel.com/ko\\_KR](http://www.chanel.com/ko_KR))

샤넬에서는 여러 가지 색상을 섞어 쓰지 않고 동일 색상에 포인트 컬러로 강렬함을 나타내 주는 원포인트 메이크업의 기법이 유독 많이 사용되는데 이는 샤넬 로고에서 보여지듯이 명도 대비를 강하게 표현하여 선명한 이미지를 부각시키는 브랜드 마케팅 기법의 하나로 보여진다.

## 2) 슈에무라의 컬러 아이덴티티 (Brand color of Shu uemura)

아트 오브 뷰티(art of beauty)라는 슈에무라의 철학은<sup>80)</sup> ‘컬러 창조의 모든 경계를 뛰어넘다’ 라는 목표를 가지고 50년 넘게 아름다움을 창조해 온 만큼 아시아의 색조 브랜드 중 단연 손에 꼽히는 브랜드로 다채로운 색상, 그리고 뷰티와 아트의 조합으로 이루어진 새로운 뷰티장르를 보여주면서 무한한 메이크업의

80) 슈에무라 공식 홈페이지, <http://www.shuueamura.co.kr>, (검색일:2013.10.30)

색채를 표현하는 대표적인 브랜드이다.<sup>81)</sup> <그림 17>과 같이 슈에무라를 떠올렸을 때 화사한 색채들이 연상되는 이유는 메이크업 뿐만 아니라, 패키지 디자인에서 보이는 일러스트라든지 또한 이종 업계의 아티스트들과의 꾸준한 콜라보레이션을 통한 화려한 색감의 화장품 용기들 또한 이런 컬러 아이덴티티에 영향을 끼치고 있다.

슈에무라는 메이크업에 색채를 활용할 때 다채로운 컬러들을 조화시켜 표현하는 것이 특징이다.



<그림 17> 슈에무라 화장품 광고

(출처: <http://www.shuueemura.co.kr>)

### 3) 에뛰드(Etude)의 컬러 아이덴티티 (Brand color of Etude)

에뛰드는 당차고 적극적인 젊은 여성, 즉 10대와 20대를 타겟으로 하여 달콤

81) 류화진 (2013), 「색조화장품의 메이크업 트렌드 연구」, 서경대학교 미용예술대학원 석사학위 논문, p32.

함과, 사랑스러움을 모티브로 하는 브랜드이다. 자유롭고 활기찬 이미지에 맞게 핑크와 오렌지가 메인 컬러로 나타난다. 또한 채도가 높은 색채들이 주를 이루어 차분하고 안정적인 느낌보다는 경쾌한 느낌을 많이 주는 것이 특징이다.

이러한 컬러 아이덴티티에 맞춰 에뛰드 모델의 이미지 또한 순수하고 편안 이미지의 탤런트나 아이돌을 내세워 브랜드 이미지와 컬러 이미지에 맞는 전략적 마케팅을 하고 있으며 소녀 감성이미지가 강한 브랜드인 만큼 과하지 않은 메이크업 표현을 위해 주로 내추럴한 색채를 활용한다. <그림18>은 에뛰드의 화보 광고에 노출된 이미지들로 에뛰드의 C.I에서도 보여지듯이 메인 컬러인 핑크 색상은 Etude girl을 상징하는 Sweet Heart, Sweet Star, Sweet Dream<sup>82)</sup>의 히스토리를 표현하기에 적절한 컬러로 사용되고 있다.



<그림18> 에뛰드 화장품 광고

(출처: <http://www.etude.co.kr>)

82) 에뛰드 공식 홈페이지, [http://www.etude.co.kr/brand/brand01\\_02.jsp](http://www.etude.co.kr/brand/brand01_02.jsp),

## 2. 브랜드 색채 분석

### 1) 색채 분석 및 이미지 분석

#### (1) 샤넬

<표 6>의 분석시트를 통해 샤넬의 5년간 SS시즌에 나타난 색상분석과 이미지 스케일의 중첩 위치를 알아본 결과는 다음과 같다.

2009년은 베이스(Base) 4Y 9/2, 아이샤도우(Eye shadow) 7O 4/4, 치크(Cheek) 6O 6/6, 립(Lip) 10R 4/13 로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황), Y(노랑)' 이 색조는 'ltgy(밝은 회), sf(흐린), dp(진한)'을 나타내고 있어 모두 워 계열의 색상이 분포를 이루며 중명도, 저명도의 색조 특징을 보이고 있다. 도출된 색채를 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보니, '동적인(Dynamic)'축과 '부드러운(Soft)' 축에 분포하고 있으며 선명하고 깊이감 있는 색조가 강세로 나타나는 이미지인 만큼 '동적인(Dynamic)' 축에서 더 많은 컬러들이 집중되어 있는 것을 볼 수 있다. 형용사 이미지 스케일의 위치와 중첩되는 언어로는 '감각적인', '매력적인', '선명한', '고급스러운' 등으로 나타났다.

2010년에는 베이스 0.5Y 7/3, 아이샤도우 9O 5/3, 치크 6O 6/4, 립 5R 4/8 로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황), Y(노랑)' 이 색조는 'ltgy(밝은 회), sf(흐린), dp(진한)'을 나타내고 있다. 색상환에서 모두 워 계열 분포를 보여주며 중명도, 중채도의 색조 특징을 보이고 있다. 색채를 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보니 '부드러운(Soft)' 과 '정적인(Static)' 축에 고루 분포되었으며 '고급스러운', '감미로운', '세련된', '우아한', '편안한' 등의 형용사 이미지로 나타났

다.

2011년은 베이스 6O 8/2, 아이샤도우 6O 8/2, 5R 4/5, 치크 8R 5/4, 립1R 5/9 로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황)', 색조는 'dp(진한), dl(탁한), ltgy(밝은 회), bk(검은)' 를 나타내고 있어 워 계열의 색상이 분포를 보이며 증명도, 중 채도의 특징을 보인다. 단색 이미지 스케일 상에서는 '부드러운(Soft)' 축에 집중 분포함을 보이고 있으며 여성스러운 컨셉의 이미지와 함께 '세련된', '품위 있는', '풍성한', '편안한' 등의 형용사 이미지로 나타났다.

2012년에는 베이스 8O 8/2, 아이샤도우 10O 4/4, 2Y 8/5, 치크 10R 7/5, 립 2R 6/7 로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황)', 'Y(노랑)', 색조는 'dp(진한), sf(흐린), lt(밝은), ltgy(밝은 회)' 를 나타내고 있어 워 계열의 색상이 분포를 보이고 있으며 고명도·중채도의 특징을 보이고 있다. 도출된 색채를 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보았을 때, '부드러운(Soft)' 축과 '정적인(Static)'에 고루 분포를 보였으며 우아하고 성숙한 여신 컨셉의 이미지와 함께 '감성적인', '매력적인', '성숙한', '감각적인', '화려한' 등의 형용사 이미지로 나타난다.

2013년에는 베이스 8O 7/4, 아이샤도우 5O 4/7, 치크 6O 4/7, 립 4R 3/12 로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황)', 색조는 'vv(선명한)', 'dp(진한)', 'dl(탁한)', 'pl(연한)' 을 나타내고 있어 워 계열의 색상 분포와 증명도·중채도의 색채 경향을 띄고 있으며 포인트를 준 립 컬러의 경우는 선명한 고채도의 특징을 보이고 있다. 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보았을 때, '부드러운(Soft)' 축과 '동적인(Dynamic)' 축에 위치하였으며 액티브한 컨셉의 이미지와 함께 '상쾌한', '투명한', '맑은', '매력적인', '시원한', '화려한', '색시한' 등의 형용사 이미지와 연결됨을 보여주고 있다.

<표 6> CHANEL 2009-2013 SS

분석연도 분석항목	CHANEL 2009 SS	CHANEL 2010 SS	CHANEL 2011 SS	CHANEL 2012 SS	CHANEL 2013 SS
Image					
Color Palette	<p>Base Eye Shadow Cheek Lip</p> <p>4Y 9/2 7O 4/4 6O 6/6 10R 4/13</p> <p>R: 243 125 207 201 G: 225 91 154 74 B: 205 71 120 43</p>	<p>Base Eye Shadow Cheek Lip</p> <p>0.5Y 7/3 9O 5/3 6O 6/4 5R 4/8</p> <p>R: 200 149 190 180 G: 175 123 151 91 B: 155 106 131 95</p>	<p>Base Eye Shadow Cheek Lip</p> <p>6O 8/2 5R 4/5 8R 5/4 1R 5/9</p> <p>R: 213 145 176 190 G: 188 94 128 94 B: 183 97 122 115</p>	<p>Base Eye Shadow Cheek Lip</p> <p>8O 8/2 2Y 8/5 10R 7/5 2R 6/7</p> <p>R: 217 217 213 214 G: 191 183 159 137 B: 180 140 152 148</p>	<p>Base Eye Shadow Cheek Lip</p> <p>8O 7/4 5O 4/7 6O 4/6 4R 3/12</p> <p>R: 197 141 155 166 G: 162 86 104 30 B: 137 52 67 68</p>
Hue & Tone	<p>색상-색조 분포도 Hue &amp; Tone</p>	<p>색상-색조 분포도 Hue &amp; Tone</p>	<p>색상-색조 분포도 Hue &amp; Tone</p>	<p>색상-색조 분포도 Hue &amp; Tone</p>	<p>색상-색조 분포도 Hue &amp; Tone</p>
Image scale	<p>형용사 이미지 스케일 단색 이미지 스케일</p>	<p>형용사 이미지 스케일 단색 이미지 스케일</p>	<p>형용사 이미지 스케일 단색 이미지 스케일</p>	<p>형용사 이미지 스케일 단색 이미지 스케일</p>	<p>형용사 이미지 스케일 단색 이미지 스케일</p>

<표 7>의 분석시트를 통해 샤넬의 5년간 FW시즌에 나타난 색상분석과 이미지 스케일의 중첩 위치를 알아본 결과는 다음과 같다.

2009년에는 베이스 3Y 8/2, 아이샤도우 0.4Y 7/2, 5O 5/4, 치크 8O 7/4, 립 2R 3/10 로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황), Y(노랑)' 이 색조는 'dk(어두운), dl(탁한), pl(연한), ltgy(밝은 회)' 를 나타내고 있어 모두 워 계열의 색상이 분포를 이루며 증명도, 중채도의 색조 특징을 보이고 있다. 도출된 색채를 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보니 '동적인(Dynamic)'축에 분포가 강세였으며 도시적이고 세련된 컨셉의 이미지로 '도시적인', '모던한', '선명한', '차가운' 등의 형용사 언어로 표현되었다.

2010년에는 베이스 0.9Y 7/2, 아이샤도우 6O 4/2, 치크 6O 5/3, 립 10rP 5/11 로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황), rP(자주)', 색조는 'dp(진한), lt(밝은), ltgy(밝은 회)' 를 나타내고 있어 난색과 한색계열의 색상이 함께 분포를 이루며 증명도, 중채도의 색조 특징을 보이고 있다. 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보니 '정적인(static)' 축에 집중 분포되었으며 '여성적인', '우아한', '고상한', '지적인', '고급스러운', '품위있는' 등의 형용사 이미지로 표현되었다.

2011년에는 베이스 5O 8/3, 아이샤도우 2O 6/1, 치크 3O 5/4, 립 4R 5/9로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황)', 색조는 'dp(진한), dl(탁한), wh(흰), gy(회)' 를 나타내고 있어 난색계열의 색상이 주로 분포를 이루면서 증명도, 중·고채도의 색조 특징을 보였다. 도출된 색채는 '부드러운(Soft)' 축과 '정적인(static)' 축, '딱딱한(Hard)'에 분포하였으며 '감각적인', '고급스러운', '세련된', '품위있는' 등의 형용사로 표현되었다.

2012년에는 베이스 10O 7/4, 아이샤도우 4GY 1/1, 8O 2/3, 치크 4O 6/2, 립 5R 4/8 로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황), YG(연두)', 색조는 'dk(어두운), sf(흐린), lt(밝은), Itgy(밝은 회)' 를 나타내고 있어 모두 워 계열의 색상이 분포를 이루며 중·저명도, 중채도의 색조 특징을 보이고 있다. 도출된 색채는 '정적인(Static)'축의 분포가 강세로 보이고 있으며 '클래식한', '지적인', '성숙한' 등의 형용사 이미지로 표현되었다.

2013년은 베이스 7O 8/4, 아이샤도우 8O 3/2, N, 치크 9R 7/6, 립 6R 6/9로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황)', 색조는 'dk(어두운), sf(흐린), lt(밝은), pl(연한)' 을 나타내고 있어 색상환 상의 위치에서 워 계열의 색상과 중·저명도, 중채도의 색조 특징을 보이고 있다. 도출된 색채를 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보니 '정적인(static)' 축에 집중 분포되었으며 '우아한', '고상한', '멋진', '그윽한', '고급스러운', '품위있는' 등의 형용사 이미지로 표현되었다.

<표 7> CHANEL 2009-2013 FW

분석연도 분석항목	CHANEL 2009 FW	CHANEL 2010 FW	CHANEL 2011 FW	CHANEL 2012 FW	CHANEL 2013 FW
Image					
Color Palette	<p>Base: 3Y 8/2 Eye Shadow: 50 4/7 Cheek: 80 7/4 Lip: 2R 3/10</p> <p>R: 211, G: 193, B: 175 R: 153, G: 112, B: 93 R: 217, G: 181, B: 156 R: 156, G: 51, B: 79</p>	<p>Base: 0.9Y 7/2 Eye Shadow: 60 4/2 Cheek: 60 5/3 Lip: 10R 5/11</p> <p>R: 211, G: 193, B: 175 R: 153, G: 112, B: 93 R: 217, G: 181, B: 156 R: 156, G: 51, B: 79</p>	<p>Base: 50 8/3 Eye Shadow: 20 6/1 Cheek: 30 5/4 Lip: 4R 5/9</p> <p>R: 234, G: 201, B: 193 R: 170, G: 153, B: 156 R: 168, G: 128, B: 117 R: 199, G: 108, B: 117</p>	<p>Base: 100 7/4 Eye Shadow: 80 2/3 Cheek: 40 6/2 Lip: 5R 4/8</p> <p>R: 234, G: 201, B: 193 R: 170, G: 153, B: 156 R: 168, G: 128, B: 117 R: 199, G: 108, B: 117</p>	<p>Base: 70 8/4 Eye Shadow: Bk Cheek: 9R 7/6 Lip: 6R 6/9</p> <p>R: 234, G: 201, B: 193 R: 170, G: 153, B: 156 R: 168, G: 128, B: 117 R: 199, G: 108, B: 117</p>
Hue & Tone	<p>색상-색조 분포도</p> <p>Hue &amp; Tone</p>	<p>색상-색조 분포도</p> <p>Hue &amp; Tone</p>	<p>색상-색조 분포도</p> <p>Hue &amp; Tone</p>	<p>색상-색조 분포도</p> <p>Hue &amp; Tone</p>	<p>색상-색조 분포도</p> <p>Hue &amp; Tone</p>
Image scale	<p>형용사 이미지 스케일</p> <p>단색 이미지 스케일</p>	<p>형용사 이미지 스케일</p> <p>단색 이미지 스케일</p>	<p>형용사 이미지 스케일</p> <p>단색 이미지 스케일</p>	<p>형용사 이미지 스케일</p> <p>단색 이미지 스케일</p>	<p>형용사 이미지 스케일</p> <p>단색 이미지 스케일</p>

## 2) 슈에무라

<표 8>의 분석시트를 통해 슈에무라의 5년간 SS시즌에 나타난 색상분석과 이미지 스케일의 중첩 위치를 알아본 결과는 다음과 같다.

2009년에는 베이스 8O 8/2, 아이샤도우 0.2rP 8/3, 1P 4/4, 치크 10R 7/2, 립 3rP 7/6 으로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황), P(보라), rP(자주)', 색조는 'dl(탁한), lt(밝은), pl(연한), ltgy(밝은 회)를 나타내고 있다. 색상환에서 R, O, P, rP는 윗과 쿨 계열의 색상이 동시 분포됨을 보여주고 있으며 고명도, 저채도의 색조 특징을 보여주고 있다. 도출된 색채를 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보았을 때, '부드러운(Soft)' 축에 분포가 강세였으며 '따뜻한', '여성스러운', '향기로운', '포근한' 등의 형용사 이미지로 표현되었다.

2010년에는 베이스 3Y 7/2, 아이샤도우 4Y 7/6, 치크 3Y 7/3, 립 10R 5/7 로 나타나 색상은 'R(빨강), Y(노랑)', 색조는 'dp(진한), dl(탁한), sf(흐린), ltgy(밝은 회)를 나타내고 있어 모두 윗 계열의 색상과 중명도, 중채도의 색조 특징을 보여주고 있다. 도출된 색채는 '부드러운(Soft)' 과 '정적인(static)' 축에 주로 분포되어있으며 '감성적인', '전원적인', '친근한', '편안한', '달콤한', '소박한' 등의 형용사 이미지 언어와 연결되었다.

2011년에는 베이스 0.8Y 8/2, 아이샤도우 6R 6/4, 5GY 7/2, 치크 5O 6/4, 립 1R 4/13 으로 나타났으며 색상은 'R(빨강), O(주황), Y(노랑), YG(연두)', 색조는 'vv(선명한), dl(탁한), sf(흐린), ltgy(밝은 회)를 나타나 모두 윗 계열의 색상과 고명도·고채도·중채도의 색조 특징을 나타냈다. 단색 이미지 스케일에 색채를 안착시켜 보니 '부드러운(Soft)' 축에서 '정적인(static)' 축으로 내려가며 고루 분포됨을 보여주고 있으며 맑은', '상쾌한', '깔끔한', '선명한', '여성

적인’, 등의 형용사 이미지와 연결되었다.

2012에는 베이스 10Y 8/2, 아이샤도우 3O 6/4, 치크 8O 7/3, 립 5R 5/9 으  
로 나타났으며 색상은 ‘R(빨강), O(주황), Y(노랑)’, 색조는 ‘dl(탁한), lt(밝은),  
gy(회)’를 나타내고 있어 모두 웹 계열의 색상과 고명도·저채도의 색조 특  
징을 보여준다. 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보았을 때, ‘부드러운(Soft)’  
축과 ‘동적인(Dynamic)’ 축에 위치하였으며 ‘향기로운’, ‘친근한’, ‘부드러운’,  
‘상쾌한’ 등의 형용사 이미지로 표현되었다.

2013년에는 베이스 6Y 9/2, 아이샤도우 0.2Y 8/3, 치크 9O 7/6, 립 8rP 7/7  
로 나타나 색상은 ‘O(주황), Y(노랑), rP(자주)’, 색조는 ‘lt(회), ltgy(밝은 회),  
wh(흰)’을 나타내고 있다. 색상환에서 O, Y, rP는 웹과 쿨 계열의 색상이 동  
시 분포됨을 보여주고 있으며 고명도, 저채도의 색조 특징을 보이고 있다. 도  
출된 색채는 단색 이미지 스케일 상에서 ‘부드러운(Soft)’ 축에 집중 분포하였  
으며 ‘밝은’, ‘쾌활한’, ‘명랑한’, ‘부드러운’, ‘향기로운’, ‘사랑스러운’ 등의 형용  
사 이미지로 표현되었다.

<표 8> SHUEMURA 2009-2013 SS

분석연도 분석항목	SHUEMURA 2009 SS	SHUEMURA 2010 SS	SHUEMURA 2011 SS	SHUEMURA 2012 SS	SHUEMURA 2013 SS
Image					
Color Palette	<p>Base: 80 8/2 (R: 215, G: 196, B: 192)</p> <p>Eye Shadow: 02P 8/3 (R: 223, G: 202, B: 222)</p> <p>Cheek: 1P 4/4 (R: 114, G: 106, B: 143)</p> <p>Lip: 10R 7/2 (R: 210, G: 181, B: 183)</p> <p>Lip: 3rP 7/6 (R: 226, G: 172, B: 204)</p>	<p>Base: 3Y 7/2 (R: 202, G: 185, B: 170)</p> <p>Eye Shadow: 4Y 7/6 (R: 149, G: 123, B: 106)</p> <p>Cheek: 3Y 7/3 (R: 206, G: 184, B: 159)</p> <p>Lip: 10R 5/7 (R: 180, G: 106, B: 91)</p>	<p>Base: 08Y 8/2 (R: 219, G: 201, B: 192)</p> <p>Eye Shadow: 6R 6/4 (R: 195, G: 149, B: 152)</p> <p>Cheek: 5Y 7/2 (R: 174, G: 175, B: 159)</p> <p>Lip: 5O 6/4 (R: 189, G: 152, B: 137)</p> <p>Lip: 1R 4/13 (R: 191, G: 56, B: 98)</p>	<p>Base: 10Y 8/2 (R: 221, G: 213, B: 198)</p> <p>Eye Shadow: 3O 6/4 (R: 195, G: 149, B: 135)</p> <p>Cheek: 8O 7/3 (R: 214, G: 181, B: 160)</p> <p>Lip: 5R 5/9 (R: 208, G: 116, B: 121)</p>	<p>Base: 6Y 9/2 (R: 247, G: 235, B: 223)</p> <p>Eye Shadow: 02Y 8/3 (R: 230, G: 205, B: 187)</p> <p>Cheek: 9O 7/6 (R: 222, G: 174, B: 125)</p> <p>Lip: 5O 5/12 (R: 224, G: 151, B: 176)</p>
Hue & Tone	<p>색상-색조 분포도</p> <p>Hue &amp; Tone</p>	<p>색상-색조 분포도</p> <p>Hue &amp; Tone</p>	<p>색상-색조 분포도</p> <p>Hue &amp; Tone</p>	<p>색상-색조 분포도</p> <p>Hue &amp; Tone</p>	<p>색상-색조 분포도</p> <p>Hue &amp; Tone</p>
Image scale	<p>행용사 이미지 스케일</p> <p>단색 이미지 스케일</p>	<p>행용사 이미지 스케일</p> <p>단색 이미지 스케일</p>	<p>행용사 이미지 스케일</p> <p>단색 이미지 스케일</p>	<p>행용사 이미지 스케일</p> <p>단색 이미지 스케일</p>	<p>행용사 이미지 스케일</p> <p>단색 이미지 스케일</p>

<표 9>의 분석시트를 통해 슈에무라의 5년간 FW시즌에 나타난 색상분석과 이미지 스케일의 중첩 위치를 알아본 결과는 다음과 같다.

2009년에는 베이스 0.9Y 7/3, 아이샤도우 5B 7/6, 9O 5/6, 치크 6O 6/5, 립 8O 5/9 로 나타나 색상은 'O(주황), Y(노랑), B(파랑)', 색조는 'vv(선명한), dp(진한), dk(어두운), ltgy(밝은 회)' 를 나타내고 있다. 워 계열의 O, Y와 쿨 계열의 B 색상이 분포를 이루며 고명도, 중채도의 색조 특징을 보이고 있다. 도출된 색채는 단색 이미지 스케일 상에서 '정적인(Static)' 축에 분포가 강세로 나타났으며 '감각적인', '동양적인', '고급스러운', '클래식한', '세련된', '이성적인' 등의 형용사 이미지로 나타났다.

2010년에는 베이스 0.7 8/2, 아이샤도우 6rP 6/5, 2GY 5/5, 6Y 8/5, 치크 4O 7/7, 립 4O 7/5 로 나타나 색상은 'O(주황), Y(노랑), YG(연두), rP(자주)', 색조는 'dl(탁한), sf(흐린), lt(밝은), wh(흰)' 를 나타내고 있다. 워 계열의 O, Y, YG와 쿨 계열의 rP색상이 분포를 이루며 고명도·저채도·중채도의 색조 특징을 보이고 있다. 단색 이미지 스케일에 색채를 안착시켜 보았을 때 '부드러운(soft)'와 '정적인(Static)' 축에 분포함을 보였으며 '정다운', '감각적인', '자연적인', '간편한', '세련된', '전원적인' 등의 형용사 이미지로 표현되었다.

2011년에는 베이스 0.8Y 7/3, 아이샤도우 6O6/4, 치크 4YR 7/4, 립 8R 5/9 로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황), Y(노랑)', 색조는 'dl(탁한), sf(흐린), lt(밝은), ltgy(밝은 회)' 를 나타내고 있다. 모두 워 계열의 R, O, Y가 분포를 이루며 고명도·중채도의 색조 특징을 보이고 있다. 색채를 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보았을 때, '정적인(Static)' 축에 분포가 강세로 나타났으며 '품위있는', '동양적인', '감각적인', '단정한', '심플한' 등의 형용사 이미지와 연결되

었다.

2012년에는 베이스 0.2Y 7/2, 아이샤도우 10R 3/4, 치크 0.2O 6/4, 립 4R 5/7 로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황), Y(노랑)', 색조는 'dl(탁한)', ltgy(밝은 회), dkgly(어두운 회)' 를 나타내고 있어 워 계열의 색상 분포와 저명도·중채도의 색채 경향을 띄고 있다. 단색 이미지 스케일에서 '동적인(Dynamic)' 축에 분포가 강세로 나타났으며 '돋보이는', '성숙한', '화려한', '고급스러운', '이성적인', '세련된' 등의 형용사 이미지로 표현되었다.

2013년은 베이스 9O 9/2, 아이샤도우 6O 7/4, 치크 5O 7/4, 립 7R 4/12 로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황)' 색조는 'vv(선명한)', pl(연한), wh(흰)' 를 나타내고 있어 워 계열의 색상 분포와 증명도·고채도의 색채 경향을 띄고 있다. 도출된 색채는 '동적인(Dynamic)' 축에 분포가 강세로 나타났으며 '동적인', '매력적인', '성숙한', '개성적인', '인공적인', '돋보이는' 등의 형용사 이미지로 나타났다.

<표 9> SHUEMURA 2009-2013 FW

분석항목	SHUEMURA 2009 FW	SHUEMURA 2010 FW	SHUEMURA 2011 FW	SHUEMURA 2012 FW	SHUEMURA 2013 FW
Image					
Color Palette	<p>Base: 0.9Y 7/3 Eye Shadow: 5B 7/6 Cheek: 9O 5/6 Lip: 6O 6/5, 8O 5/9</p> <p>R: 208, G: 184, B: 164 R: 109, G: 182, B: 206 R: 161, G: 118, B: 76 R: 201, G: 154, B: 129 R: 179, G: 115, B: 36</p>	<p>Base: 0.7Y 8/2 Eye Shadow: 6P 6/5, 2YG 5/5, 6Y 8/5 Cheek: 4O 7/7 Lip: 4O 7/5</p> <p>R: 236, G: 213, B: 196 R: 181, G: 137, B: 157 R: 138, G: 139, B: 82 R: 211, G: 193, B: 142 R: 227, G: 163, B: 132 R: 235, G: 180, B: 158</p>	<p>Base: 0.8Y 7/3 Eye Shadow: 6O 6/4 Cheek: 4O 7/4 Lip: 8R 5/9</p> <p>R: 195, G: 170, B: 148 R: 201, G: 158, B: 134 R: 212, G: 166, B: 148 R: 199, G: 110, B: 102</p>	<p>Base: 0.2Y 7/2 Eye Shadow: 10R 3/4 Cheek: 0.2O 6/4 Lip: 4R 5/7</p> <p>R: 205, G: 187, B: 179 R: 105, G: 64, B: 61 R: 188, G: 145, B: 140 R: 176, G: 98, B: 107</p>	<p>Base: 9O 9/2 Eye Shadow: 6O 7/4 Cheek: 5O 7/4 Lip: 7R 4/12</p> <p>R: 240, G: 216, B: 205 R: 215, G: 175, B: 157 R: 201, G: 161, B: 143 R: 173, G: 40, B: 54</p>
Hue & Tone					
Image scale	<p>형용사 이미지 스케일: 내추럴한, 화려한, 세련된, 과감한, 절제된, 우아한, 귀족스러운, 세련된, 화려한, 과감한, 절제된</p> <p>단색 이미지 스케일: (Color scale chart)</p>	<p>형용사 이미지 스케일: 부드러운, 맑은, 내추럴한, 화려한, 세련된, 과감한, 절제된, 우아한, 귀족스러운, 세련된, 화려한, 과감한, 절제된</p> <p>단색 이미지 스케일: (Color scale chart)</p>	<p>형용사 이미지 스케일: 내추럴한, 화려한, 세련된, 과감한, 절제된, 우아한, 귀족스러운, 세련된, 화려한, 과감한, 절제된</p> <p>단색 이미지 스케일: (Color scale chart)</p>	<p>형용사 이미지 스케일: 내추럴한, 화려한, 세련된, 과감한, 절제된, 우아한, 귀족스러운, 세련된, 화려한, 과감한, 절제된</p> <p>단색 이미지 스케일: (Color scale chart)</p>	<p>형용사 이미지 스케일: 내추럴한, 화려한, 세련된, 과감한, 절제된, 우아한, 귀족스러운, 세련된, 화려한, 과감한, 절제된</p> <p>단색 이미지 스케일: (Color scale chart)</p>

### (3) 에뛰드

<표 10>의 분석시트를 통해 에뛰드의 5년간 SS시즌에 나타난 색상분석과 이미지 스케일의 중첩 위치를 알아본 결과는 다음과 같다.

2009년에는 베이스 7O 8/2, 아이샤도우 0.6R 6/5, 치크 9R 6/5, 립 7rP 5/11로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황), rP(자주)', 색조는 'vv(선면향), lt(밝은), ltgy(밝은 회)'를 나타내고 있다. 색상환에서볼 때 워 계열의 R, O와 쿨 계열의 rP 색상으로 분포를 이루고 있으며 고명도·고채도·저채도 경향을 띄고 있다. 도출된 색채를 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보았을 때 '동적인(Dynamic)' 과 '부드러운(soft)' 축에 위치하였으며

'밝은', '매력적인', '감미로운', '성숙한', '돋보이는', '장식적인' 등의 형용사 이미지로 표현되었다.

2010년에는 베이스 2Y 8/2, 아이샤도우 5B 5/6, N, 치크 6O 6/4, 립 4rP 5/10로 나타나 색상은 'O(주황), Y(노랑), B(파랑), rP(자주)', 색조는 'vv(선면향), dl(탁한), ltgy(밝은 회), bk(검은)'를 나타내고 있다. 색상환에서의 보면 워 계열의 O Y와 쿨 계열의 B, rP 색상dl 분포를 이루고 있으며 중명도·고채도·저채도 경향을 함께 띄고 있다. 단색 이미지 스케일에 색채를 안착시켜 보았을 때, '동적인(Dynamic)' 축안에 분포가 강세임을 볼 수 있으며 '스포티한', '장식적인', '개성적인', '다이나믹한', '강인한' 등의 형용사 이미지와 연결되었다.

2011년에는 베이스 4O 8/4, 아이샤도우 6O 7/9, 치크 2O 7/7, 립 0.1O 6/14로 나타나 색상은 'O(주황)', 색조는 'vv(선면향), lt(밝은), wh(흰)' 를 나타내고 있으며 색상환에서 워 계열의 'O' 가 단일색상으로 분포 하고 있으며 고명도·저채도 경향을 띄고 있다. 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보았을 때, '동적

인(Dynamic)' 축에 집중 분포 되었으며 '쾌활한', '스포티한', '경쾌한', '돋보이는', '귀여운', '장식적인' 등의 형용사 이미지와 연결되었다.

2012년에는 베이스 9O 8/2, 아이샤도우 9R 6/5, 치크 0.3O 8/3, 립 9rP 5/14로 나타나 색상은 'R(빨강)', 'O(주황)', 'rP(자주)', 색조는 'dl(탁한), sf(흐린), lt(밝은), ltgy(밝은 회)' 를 나타내고 있다. 색상환에서는 R, O, rP 가 분포 하여 웹과 쿨 계열의 색상이 동시 활용됨을 나타내주며 고명도·저채도·중채도 경향을 띄고 있다. 도출된 색채를 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보니 '동적인(Dynamic)' 축에 집중 분포됨을 볼 수 있으며 '스포티한', '선명한', '돋보이는', '화려한', '밝은', '성숙한' 등의 형용사 이미지와 연결되었다.

2013에는 베이스 4O 8/3, 아이샤도우 6R 7/6, 치크 8R 7/6, 립 8rP 5/13로 나타나 색상은 'R(빨강)', 'O(주황)', 'rP(자주)', 색조는 'dl(탁한), sf(흐린), lt(밝은), ltgy(밝은 회)' 를 나타내고 있다. 색상환에서는 R, O, 의 웹계열과 쿨 계열의 rP가 분포 하고 있으며 고명도·저채도·중채도 경향을 함께 띄고 있다. 색채를 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보았을 때 '부드러운(Soft)' 축에 분포가 강세를 보였으며 '사랑스러운', '밝은', '맑은', '깔끔한', '향기로운', '순수한' 등의 형용사 이미지와 연결되었다.

<표 10> ETUDE 2009-2013 SS

분석연도 분석항목	ETUDE 2009 SS	ETUDE 2010 SS	ETUDE 2011 SS	ETUDE 2012 SS	ETUDE 2013 SS
Image					
Color Palette	<p>Base: 7O 8/2 Eye Shadow: 0.6R 6/5 Cheek: 9R 6/5 Lip: 7P 5/11</p> <p>R: 227, G: 201, B: 194 R: 198, G: 141, B: 154 R: 204, G: 147, B: 141 R: 200, G: 90, B: 143</p>	<p>Base: 2Y 8/2 Eye Shadow: 5B 5/6 Cheek: Bk Lip: 4P 5/10</p> <p>R: 219, G: 200, B: 186 R: 82, G: 146, B: 172 No.5 R: 184, G: 142, B: 120 R: 195, G: 106, B: 153</p>	<p>Base: 4O 8/4 Eye Shadow: 6O 7/9 Cheek: 2O 7/7 Lip: 0.1O 6/14</p> <p>R: 246, G: 197, B: 181a R: 239, G: 166, B: 110 R: 234, G: 158, B: 134 R: 241, G: 108, B: 59</p>	<p>Base: 9O 8/2 Eye Shadow: 9R 6/5 Cheek: 0.3O 8/3 Lip: 9P 5/14</p> <p>R: 227, G: 206, B: 197 R: 202, G: 146, B: 140 R: 225, G: 184, B: 181 R: 211, G: 72, B: 126</p>	<p>Base: 4O 8/3 Eye Shadow: 6R 7/6 Cheek: 8R 7/6 Lip: 8P 5/13</p> <p>R: 241, G: 203, B: 192 R: 227, G: 156, B: 156 R: 229, G: 165, B: 160 R: 223, G: 97, B: 143</p>
Hue & Tone	<p>색상-색조 분포도</p> <p>Hue &amp; Tone</p>	<p>색상-색조 분포도</p> <p>Hue &amp; Tone</p>	<p>색상-색조 분포도</p> <p>Hue &amp; Tone</p>	<p>색상-색조 분포도</p> <p>Hue &amp; Tone</p>	<p>색상-색조 분포도</p> <p>Hue &amp; Tone</p>
Image scale	<p>형용사 이미지 스케일</p> <p>단색 이미지 스케일</p>	<p>형용사 이미지 스케일</p> <p>단색 이미지 스케일</p>	<p>형용사 이미지 스케일</p> <p>단색 이미지 스케일</p>	<p>형용사 이미지 스케일</p> <p>단색 이미지 스케일</p>	<p>형용사 이미지 스케일</p> <p>단색 이미지 스케일</p>

<표 11>의 분석시트를 통해 에뛰드의 5년간 FW시즌에 나타난 색상분석과 이미지 스케일의 중첩 위치를 알아본 결과는 다음과 같다.

분석 결과 2009년에는 베이스 6O 8/3, 아이샤도우 5O 7/5, 치크 5O 8/5, 립 3R 6/8 로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황)', 색조는 'dl(탁한)', sf(흐린), pl(연한), ltgy(밝은 회)' 를 나타내고 있으며 고명도·저채도의 특징을 보여주고 있다. 도출된 색채를 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보았을 때, '부드러운(Soft)' 축과 '정적인(Static)' 축에 분포함을 보였으며 '사랑스러운', '맑은', '상쾌한', '가벼운' 등의 형용사 이미지와 연결되었다.

2010년에는 베이스 8O 8/3, 아이샤도우 6O 5/5, 치크 3O 6/5, 립 10R 7/7 로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황)', 색조는 'dp(진한), dl(탁한), lt(밝은), ltgy(밝은 회)' 를 나타내고 있으며 증명도·중채도의 특징을 보여주고 있다. 단색 이미지 스케일에 색채를 안착시켜 보았을 때, '정적인(Static)' 축에 분포가 강세를 보였으며 '성숙한', '고급스러운', '세련된', '품위있는', '지적인', '도시적인' 등의 형용사 이미지로 나타났다.

2011년은 베이스 8O 5/3, 아이샤도우 7O 7/4, 치크 6O 8/4, 립 1R 5/13 으로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황)', 색조는 'vv(선명한), lt(밝은), pl(흐린), wh(흰)' 를 나타내고 있으며 고명도·고채도·중채도의 특징을 보여주고 있다. 도출된 색채를 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보니 '동적인(Dynamic)'축에 분포가 강세를 보였으며 '가벼운', '선명한', '스포티한', '매력적인', '성숙한', '돋보이는' 등의 형용사 이미지 위치와 중첩되었다.

2012년에는 베이스 7O 8/2, 아이샤도우 7R 7/5, 치크 2R 7/14, 립 7rP 6/10 으로 나타나 색상은 'R(빨강), O(주황), rP(자주)' 색조는 'sf(흐린), lt(밝은),

ltgy(밝은 회)를 나타내고 있으며 증명도·중채도의 특징을 보여주고 있다. 색채를 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보니 ‘부드러운(Soft)’축에 분포가 강세를 보였으며 ‘가벼운’, ‘맑은’, ‘쾌활한’, ‘정겨운’ 등의 형용사 이미지 언어 위치와 중첩됨을 보여주고 있다.

2013년에는 베이스 10O 8/2, 아이샤도우 9R 7/3, 치크 3O 7/3, 립 9R 3/11으로 나타나 색상은 ‘R(빨강), O(주황)’, 색조는 ‘dk(어두운), dl(탁한), sf(흐린), ltgy(밝은 회)’를 나타내고 있으며 고명도·중채도·저채도의 특징을 보여주고 있다. 2013 FW 메이크업에서 도출된 색채를 단색 이미지 스케일에 안착시켜 보았을 때, ‘동적인(Dynamic)’축에 분포가 강세를 보였으며 ‘고급스러운’, ‘편안한’, ‘클래식한’, ‘매력적인’, ‘성숙한’ 등의 형용사 이미지 언어 위치와 중첩되었다.

## 2) RGB값 비교 분석

### (1) 샤넬

<표 12>의 분석시트를 통해서 샤넬의 RGB 값을 분석해 본 결과 SS시즌에서 2009년의 경우만 모든 항목의 Green값이 수치가 높게 나타났으며 2010년에서 2013년까지는 립 컬러가 모두 Blue값이 높은 수치를 나타내고 있다. 또한 2011년에는 미비한 차이로 아이샤도우의 베이스 컬러도 Green값보다 Blue값이 높아 워와 쿨 컬러가 두드러지게 동시 활용됨을 나타낸다. FW시즌 역시 2009년에서 2013년의 그래프 분석결과 립 컬러의 Blue값이 높음을 나타냈으며 특히 2009년과 2010년에는 립 컬러의 Green값과 Blue값의 차이가 크게 나타났다.

<표 11> ETUDE 2009-2013 FW

분석연도 분석항목	ETUDE 2009 FW	ETUDE 2010 FW	ETUDE 2011 FW	ETUDE 2012 FW	ETUDE 2013 FW
Image					
Color Palette	<p>Base Eye Shadow Cheek Lip</p> <p>60 8/3 50 7/5 50 8/5 3R 6/8</p> <p>R: 243 211 234 222 G: 208 160 185 136 B: 193 135 164 147</p>	<p>Base Eye Shadow Cheek Lip</p> <p>80 8/3 60 5/5 30 6/5 10R 7/7</p> <p>R: 232 164 200 229 G: 202 121 146 152 B: 188 95 127 137</p>	<p>Base Eye Shadow Cheek Lip</p> <p>80 5/3 70 7/4 60 8/4 1R 5/13</p> <p>R: 243 221 231 210 G: 213 183 190 71 B: 196 163 170 110</p>	<p>Base Eye Shadow Cheek Lip</p> <p>70 8/2 10R 3/4 2R 7/14 7P 6/10</p> <p>R: 222 201 219 215 G: 201 146 173 124 B: 197 145 183 157</p>	<p>Base Eye Shadow Cheek Lip</p> <p>100 8/2 9R 7/3 30 7/3 9R 3/11</p> <p>R: 224 204 199 148 G: 206 171 166 20 B: 200 172 161 31</p>
Hue & Tone	<p>색상·색조 분포도 Hue &amp; Tone</p>	<p>색상·색조 분포도 Hue &amp; Tone</p>	<p>색상·색조 분포도 Hue &amp; Tone</p>	<p>색상·색조 분포도 Hue &amp; Tone</p>	<p>색상·색조 분포도 Hue &amp; Tone</p>
Image scale	<p>형용사 이미지 스케일 단색 이미지 스케일</p>	<p>형용사 이미지 스케일 단색 이미지 스케일</p>	<p>형용사 이미지 스케일 단색 이미지 스케일</p>	<p>형용사 이미지 스케일 단색 이미지 스케일</p>	<p>형용사 이미지 스케일 단색 이미지 스케일</p>

### (2) 슈에무라

<표 13>의 슈에무라 RGB 분석 결과 SS시즌에서는 2009년에 아이샤도우와 립 컬러가 Blue값이 높았으며 베이스와 치크는 Green값이 높아 워프와 쿨 컬러가 다양하게 나타났다. 또한 2010년을 제외하고 모두 립 컬러에서 Green값보다 Blue값의 수치가 높게 나타났다. FW시즌에서는 2009년과 2011년은 모두 Green값이 높아 워프 계열의 색상 기미를 뚜렷하게 나타냈으며 2010, 2012, 2013년에는 워프와 쿨 컬러가 동시 활용됨으로 나타났다. 아이샤도우의 색상이 다채롭게 나타났던 2009, 2010, 2011년도에서 2009년 SS시즌의 아이메이크업은 모두 워프컬러만 나타났으나 2010년과 2011년도의 아이메이크업에서는 다채로운 색상에 워프와 쿨 컬러도 같이 사용되었음을 나타내고 있다.

### (3) 에뛰드

<표 14>는 에뛰드의 RGB분석 결과로 2011년을 제외하고 립 컬러에서 Blue값이 모두 높게 나타나 워프와 쿨 컬러가 동시 활용됨을 나타내고 있으며 2011년에는 베이스에서 Green과 Blue의 수치 차이가 크게 나타났다. FW시즌에서는 베이스와 아이샤도우 치크가 대체적으로 Green값이 높았으나 립 컬러의 경우 Blue값이 높아 워프와 쿨 컬러의 동시 활용으로 나타나고 있다.

<표 12> 샤넬 RGB분석 그래프



<표 13> 슈에무라 RGB분석 그래프



<표 14> 에뛰드 RGB분석 그래프



### 3. 종합 결과

#### 1) 색채분석

베이스는 SS와 FW시즌 모두 색상은 O-Y, 색조는 ltgy > wh > pl 순으로 나타났으며 고명도, 중채도의 특징을 보였다.

아이샤도우는 SS의 경우 색상 Y > R, O 순으로 많이 나타났으며 FW에서는 색상 O > R > Y > 순으로 나타났다. 색조는 SS의 경우 dl > sf 순으로 나타났으며 FW에는 sf > dl > dk 순으로 나타났다. 두 시즌에서 색상은 큰 차이 없이 고루 쓰였으나, 계절감에 따라 색조는 밝고 어두움의 차이를 나타내고 있어 SS의 시즌에는 중명도, 중채도가 많은 반면 FW는 SS시즌에 비해 저명도의 톤들이 많이 나타났다.

치크에서는 SS와 FW시즌 모두 색상은 O > R, 색조는 dl , sf , lt 가 동일하게 집중 분포되었으며 립의 경우 SS와 FW시즌 모두 색상은 R이 가장 많이 나타났고 O, Y 뒤를 이어 강세로 나타났다. 색조는 vv > dp > pl 순으로 나타났다.

3개의 브랜드에서 나타난 색채는 모두 비슷하였으나 시즌에 따라 명도차이가 약간 있었고, 각 브랜드가 가지는 아이덴티티에 따라 브랜드별 색채 변화가 조금 있었다.

<표 15>는 3개 브랜드의 SS와 FW에 나타난 색채분석을 요약한 표이다.



2) RGB 종합 분석

총 30개 이미지 중 워밍 컬러끼리의 조화를 보인 것은 샤넬의 2009SS, 슈에무라의 2009FW, 2010SS, 에뛰드의 2010FW로 나타났으며 이외의 다른 이미지들은 모두 워밍과 쿨 컬러가 같이 사용된 것으로 나타났다. 워밍 컬러끼리 사용된 메이크업은 내추럴 이미지와 화려한 이미지가 같이 나타났으며 워밍과 쿨컬러를 같이 사용한 나머지 이미지에서도 메이크업 패턴은 다양하게 나타났다.

<표 16> 은 RGB 종합 분석에 대한 결과이다.

<표 16> RGB 분석 결과표

	Chanel		Shuemura		Etude	
	SS	FW	SS	FW	SS	FW
2009	warm	warm, cool	warm, cool	warm	warm, cool	warm, cool
2010	warm, cool	warm, cool	warm	warm, cool	warm, cool	warm
2011	warm, cool	warm, cool	warm, cool	warm, cool	warm, cool	warm, cool
2012	warm, cool	warm, cool	warm, cool	warm, cool	warm, cool	warm, cool
2013	warm, cool	warm, cool	warm, cool	warm, cool	warm, cool	warm, cool

## V. 결론

메이크업 디자인의 형태나 색채 이미지 등의 시각적인 요소는 소비자에게 브랜드마다 차별적인 요소로 감성적인 소구를 하며 메이크업 디자인에 있어 효과적인 색채의 사용은 메이크업의 이미지를 더욱 감각있게 만들어주는 매개체로 아주 중요한 역할을 한다.

본 연구는 퍼스널 컬러가 이론이 되는 윌과 쿨 컬러 개념에 주안점을 두고 브랜드에 나타난 색조화장품 색상분석을 통해 최근 변화된 색채 추이와 활용된 색채의 RGB값 분석을 통해 윌과 쿨 컬러가 어떻게 적용되고있는지를 알아보기 위한 목적으로 수행되었다.

연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 브랜드에 나타난 메이크업 색채분석 결과 색상은 R-O-Y 계열을 주축으로 나타났으며 색조는 dp-dl-sf-lt-pl-ltgy가 고르게 나타났다. 아트나 쇼 메이크업이 아닌 일반적인 뷰티 메이크업의 특성상 대부분 무난한 색채 경향을 띠고 있었으며 헤어스타일이나 소품을 제외한 메이크업의 색채 구성만 놓고 보았을 때 브랜드가 가지는 아이덴티티의 영향은 크게 받지 않아 3개의 브랜드는 비슷한 색채활용의 결과를 나타냈다. 활용한 색상은 거의 동일하였고, 다만 SS와 FW의 시즌 분류에 따라 미묘하게 명도와 채도 차이가 있었다. SS시즌에는 부드럽고 화사한 이미지로 나타나는 sf톤이 강세인 반면, SW시즌에서는 깊이있고 차가운 이미지를 나타내는 dp-dk 톤이 강세로 나타났다.

둘째, 화장품의 특성 상 Red값이 많이 섞일 수 밖에 없는 것을 감안하여 Red값을 제외한 Blue과 Green만을 놓고 수치 비교 한 결과, 총 30개의 이미

지에서 26개의 이미지가 모두 웹과 쿨 컬러가 섞여 사용된 것으로 나타났다. 립 컬러의 경우 3개의 이미지를 제외하고 모두 Blue값이 높은 수치를 보였으며, 베이스의 경우 2개의 이미지를 제외하고 모두 Green값이 높게 나타났다. 치크는 1개의 이미지를 제외하고 모두 Green값이 높았으며 비교적 색상 선택이 자유로운 아이샤도우의 경우 2색 이상을 사용한 경우는 보색 배색이나 원 포인트 기법의 패턴이 나타났다.

본 연구에 있어 한계점은 연구방법으로 지면광고를 활용함에 있어 잡지마다 인쇄된 이미지의 컬러 차이가 있을 수 있고 연구자가 스캔하여 추출한 컬러의 값은 오차범위가 있을 수 있다는 것이다. 또한 지면잡지에 노출된 이미지를 SS와 FW시즌분류라는 큰 범위 안에서 무작위로 선별하였기 때문에 연구에 활용된 메이크업 이미지가 SS시즌 중 한계절로만 치증될 수 있고 FW역시 가을이나 겨울로 치우친 연도가 있어 사계절의 다양한 색채로 분석하지 못했다는 점이다.

메이크업 색채 활용에 있어 정답은 없다. 하지만 효과적인 색채표현을 위해서 화장품을 전문적으로 다루는 전문가에게는 색채학의 기본 이론을 바탕으로 색을 다양하게 실용할 줄 알아야 할 것이며, 퍼스널 컬러가 대두되고 사람들의 관심은 증가하지만 이에 비해 메이크업 실용색채에 대한 새로운 시도와 다양한 제품의 개발은 아직 더딘 것이 현실이다. 향 후 좀 더 획기적인 색조 화장품의 출시와 다양한 이미지를 보여주어 소비자들에게 다양한 컬러 향연을 보여줄 것을 기대한다.

## 참 고 논 문

### 학위 논문

- 김미란(2006) 『실용한국섬유표준색을 이용한 퍼스널 컬러 진단도구 연구개발』, 용인대학교 경영대학원 미용산업경영학과 석사학위논문.
- 김혜라(1998) 『의복소비자의 자기이미지 특성에 따른 제품속성 중요도와 추구혜택』, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 박정은(1998) 『환경색조화장 및 색채계획방법에 관한 모형연구 사례연구』, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 서지영(2005) 『네일 아트 일러스트레이션에 관한 연구』, 숙명여자대학교 원격향장산업대학원 석사학위논문.
- 신향선(2002) 『퍼스널 컬러 시스템에 따른 유형의 분포도와 색채진단 변인에 관한연구 :메이크업, 헤어, 의상 색채중심으로』, 건국대 디자인대학원 석사학위논문.
- 우윤정(1999) 『한국여성의 피부색, 얼굴색, 화장색에 관한 연구』, 건국대학교 석사학위논문.
- 이보영(1996) 『시각 정보 체계로서의 도시 환경 색채 기능과 자연 색채계(NC S)적 접근 방법에 의한 경관의 질적 수준 제고 방안에 관한 연구』, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.

- 이승옥(1986) 『유행색과 사회 현상 간에 관계성 연구』, 건국대 대학교 대학원 석사 학위 논문.
- 박정은(1998) 『환경색조화장 및 색채계획방법에 관한 모형연구 사례연구』, 이화여자대학교 대학원, 석사학위 논문,
- 김단 (2009) 「자연색채계(NCS)를 활용한 감상교육에 관한 연구」, 한양대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 진형여 (2011) 「우리나라 20대 여성의 퍼스널 컬러 분석」, 원광대학교 일반대학원, 박사학위논문.
- 이정미 (2002), 「한국여성의 메이크업 색채이미지에 관한 연구」, 동덕여자대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 류화진 (2013), 「색조화장품의 메이크업 트렌드 연구」, 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.

## 해외 문헌

- Carla Mason Mathis & Helen Villa Connor (1994), 『The Triumph of Individual Style』, New York: Fairchild Publication.
- Carole Jackson(1980), 『Color me Beautiful』, Canada: Acropolis Book.
- Doris Pooser(1997) 『Always in Style』, New York: Crisp Publications.

## 학술지

- 김구자(2006) 『한국 여성의 얼굴 피부색 유형에 어울리는 색채에 관한 연구』, 한국의류학회지, 30(6), p.57.
- 김구자(2005) 『한국 여성의 얼굴 피부색 판별을 위한 색채 변수에 관한 연구』, 한국의류학회지, 29(7), pp.978-986.
- 이연희(2005) 『메이크업 색채활용시스템 개발을 위한 화장색 이미지 지각 및 선호도 연구 :20대 여성 모델을 중심으로』. 복식문화연구. 제13권 제5호 통권58호, pp.712-728.
- 이정원, 조광수, 황상민(1998) 『색채감성으로 구분된 립스틱 색의 선호도』, 한국색채학회, 6(1), pp.37-41.
- 박연선, 홍미숙(2005) 『한국인의 퍼스널컬러에 관한 연구 : 20대 피부변화를 중심으로』, 한국색채디자인학회지, 1(1), pp. 88-90.

#### 정기간행물

식품의약품안전청 통계 자료 <http://www.mfds.go.kr/index.jsp>

한국보건산업진흥원 <http://www.khidi.or.kr>, 화장품 산업 분석 보고서. p13.

금융감독위원회 전자공시 시스템, <http://dart.fss.or.kr>, 화장품 산업 분석 보고서.

#### 단행본

데이비드A.라우어, 이대일 저 (2002), 「조형의 원리」, 서울: 예경.

김민경(1999) 『튀는 색깔이 뜨는 인생을 만든다』, 서울: 명진출판.

- 김병우(1993) 『피부과학, 향장품학』, 서울: 유신문화사.
- 김영인(2004) 『한국여성의 색조화장』, 서울: 도서출판 국제.
- 신향선(2003) 『color image making』, 서울: 도서출판 국제.
- 이진용(2011) 『MAKEUP ART DESIGN』, 서울: 청구문화사.
- 한국색채학회(2003) 『컬러리스트』, 서울: 국제.
- 한국 케엠케 색채연구소(2005) 『PCS Personal Color System Work Book』
- 편집부 저(1998) 『화장품 연감』, 서울: 화장품 신문사.
- 박현일 (2004), 「컬러리스트 필기」, 서울: 영진닷컴.
- I.R.I 색채연구소 (2007), 「색채와 배색」, 서울: 국제,
- 이정순, 신인호 (2012), 「색채 이론과 실기」, 대전: 충남대학교출판문화원.
- 허수복 (2006), 「뷰티디자인을 위한 색채」, 서울: 태학원.
- 한국 케엠케 색채연구소(2005), 『PCS Personal Color System Work Book』,  
서울: 예림
- 파버비렌, 김진한 저 (2010), 「색채의 영향」, 서울:시공사.
- 김연주 외(2009), 『화장품 과학』, 서울: 청구문화사.
- 김훈철, 장영렬 (2002), 「컬러마케팅」, 서울: 커뮤니케이션북스

## 인터넷 및 기타

(주)한국색채디자인개발원, <http://www.cndmall.com>

IRI 홈페이지, <http://www.iricolor.com>

샤넬 공식 홈페이지, [http://www.chanel.com/ko\\_KR/](http://www.chanel.com/ko_KR/),

슈에무라 공식 홈페이지, <http://www.shuemura.co.kr>, (검색일:2013.10.30.)

에뛰드 공식 홈페이지, <http://www.etude.co.kr>

「국산 화장품의 반격, 한국형 마케팅 통했다!」, (검색일 2012. 7. 2), 아시아 투데이, <http://www.asiatoday.co.kr/news/view.asp?seq=662561>

「남자들이 화려해졌다 남성용 색조화장품 판매 ↑」, (검색일 2013. 5. 12), 연합뉴스 <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=001&aid=000625445548>

「화장의 정의」, (검색일 2013. 7.23), <http://krdic.naver.com/detail.nhn?docid=43050900>

「불황 속 비비드 메이크업이 뜬다 그 이유는?」, (검색일 2013. 5. 29), 매경닷컴 <http://fashion.mk.co.kr/view.php?no=417226&year=2013>

「이제, 대세는 색조화장품!」, (검색일 2011. 2. 28), 장업신문 <http://www.jangup.com/news/articleView.html?idxno=53045>

「2012년 화장품 생산 7조1천 억 원...전년보다 11.5% 증가」, (검색일 2013. 5. 10), 약업신문, <http://www.yakup.com/news/index.html?mode=view&cat=15&nid=163419>

## ABSTRACT

Analysis of colors used in brochures of cosmetics brands'  
makeup products

Eun, Kwang Hee

Department of The Convergence Design and art

Major in Make-up & Special Make-up

The Graduate School of Sungshin university

The 21<sup>st</sup> century is dubbed as the century of images and emotional sensibility. Images refer to shapes and shapes are in turn, related to design. Of the three factors that make up design, namely, color, shape, and material, color is a visual factor and serves as the highest value-added substance that sparks emotion. It is also closely related to our everyday life and environment. The concept of color can be approached in many ways and one such example is how colors are represented in makeup.

Unlike skin care products that focus on the protection of skin, makeup products serve more of an ornamental function. It is also

taking on increasing importance as a means to express various images, depending on the combination of one's skin tone and the product's color, or how different colors are mixed. As the establishment of personal identity takes on bigger significance in today's world, the field of so-called personality colors has been garnering wide attention.

Against this backdrop, this study focuses on warm and cool colors that forms the theoretical basis of personal colors, analyzes the colors used in brochures and visual images of cosmetics brands and seeks ways in which warm and cool colors can be used.

Specifically, the colors that have appeared in the four product categories of makeup base, eye shadow, cheek color and lip color presented each season by three brands over the past five years have been analyzed, with each color's RGB value compared, and looked at how warm and cool colors are mixed or combined in makeup by drawing on the difference between the Blue and Green values.

The analysis shows the following:

First, while eye shadow colors have widely varied in the past five years, the colors for makeup base, cheek, or lip items have seen an overlap during the same period. Even after excluding the overlapping colors, the colors were similar and stayed within a small range. A comparison of spring-summer season colors with those for the

fall-winter season showed that the colors were almost the same except for the difference in brightness and chroma. Overall, colors that appeared the most frequently were R(red), O(orange) and Y(yellow) while in terms of color tone, ltgy(light grey), light, dl(dull), dp(deep) were the most common. Placing the colors on a single color image scale to see overlapping locations between the colors and the adjective scale showed an almost complete overlap. For the spring-summer season colors, 'natural', 'clear', 'cute', 'mild', 'elegant' were among the most frequently used adjectives, while for the fall-winter season colors, the adjectives clustered around words such as 'elegant', 'proper', 'modern', 'dynamic'. As there was a difference in brightness between the spring-summer and fall-winter colors, the location on the image scale also showed similar results reflecting this difference in brightness.

Secondly, the RGB value analysis shows that out of 30 images analyzed, 26 images had the values for Blue and Green mixed, indicating that both warm and cool colors were used in one makeup image. Lip colors, often used as an accentuating point color showed a high value for Blue, while for base makeup, 29 images out of 30 recorded a very high Green value. Overall, a high Blue value translated into a color among the warm color family with high brightness and medium to high chroma, while a high Green value

would signify that the color is of medium brightness and medium chroma.