

# 브랜드 이미지에 적합한 메이크업 제품의 색상개발

충남대학교  
(주) 태평양

이진숙, 신은영  
송경석, 심민경, 신명순

## The color development of cosmetics, suitable to the brand image

Chungnam National Univ. Lee Jin-Sook, Shin Eun-Young  
Pacific Corporation Song Kyung-suk, Shim Min-Kyung,  
Shin Myung-Soon

### 요 약

본 연구는 메이크업 제품에 있어서 한국인의 정서에 맞는 심리적 분석과 이를 통한 과학적인 색상개발을 하는데 그 목적이 있다. 본 연구에서는 심리적인 평가실험을 통해 이미지를 추출하여 브랜드가 추구하는 이미지를 설정한 후, 설정이미지에 부합된 메이크업 특성을 정량적으로 분석하였다. 분석방법에는 다변량 해석방법이 적용되었으며, 분석결과에 따라 설정 이미지별 색채영역을 제시하였다.

### 1. 서 론

1995년 개발되어 지금까지 브랜드 파워를 올리고 있는 「헤라」 브랜드는 그동안 시장개방화에 직면하여 외국 브랜드들과 치열한 경쟁양상을 보이고 있으며, 최근에

는 실물경제가 위축됨에도 불구하고 40% 이상의 매년 높은 성장을 보이고 있는 브랜드이다. 국내는 통산 브랜드 라이프 사이클이 3년 정도였으나, 헤라는 보다 롱런할 수 있는 기반을 마련하기 위하여 대대적인 브랜드 리뉴얼 작업에 들어가고 있

다. 이에 헤라가 2000년을 준비하여 세계적으로 경쟁할 수 있는 브랜드로 육성하기 위해서는 브랜드의 이미지를 보다 체계적이고 과학적인 방법으로 설정하여 이에 근거한 색채특성 제품들을 개발할 수 있는 기술이 지원되어야 한다. 따라서, 본 연구에서는 메이크업 제품 즉, 아이섀도우와 립스틱을 중심으로 한국정서에 맞는 심리적 분석과 이를 통한 과학적인 색상개발을 통하여 브랜드의 이미지를 설정하고, 기존 색상에 대한 검증 및 색상의 재구성을 실시함과 동시에 한국여성에게 어울리며 헤라 브랜드의 이미지에 맞는 제품색상 개발을 하는데 그 목적이 있다. 본 연구의 진행순서는 그림 1과 같이 4단계로 구성된다.

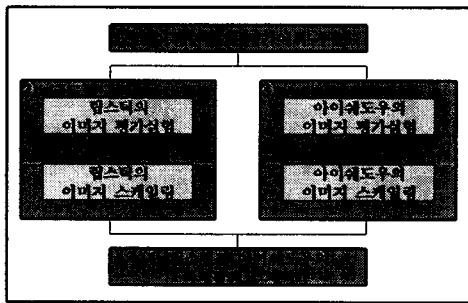


그림 1. 연구흐름도

표 1. 평가어휘

신선한	한은한	로맨틱	한인한	품위	위련	는련
은경	은한	진시	인운	새전	전적	인적
박상	은한	매열	인인	고매	컬발	은한
개부	한운	도야	인인	활발	활신	한인
귀은	운한	현화	인인	신형	여도	인인
강명	한한	화화	한한	여도	대성	운인
개수	한한	차성	한한	대기	회담	인인
자연	은한	고지	한인	두	중드	한인
위엄	는	귀족	인인			는적

## 2. 어휘수집 및 평가어휘 추출

평가에 사용될 어휘를 추출하기 위하여 어휘수집을 실시하였다. 어휘는 컬러이미지스케일 관련어휘 180가지, 메이크업 관련어휘 134가지 및 기타 화장품 업계에서 사용하는 용어 62가지로 총 378 어휘를 수집하였다. 이를 기초로 이미지의 어휘표현 능력에 충분히 훈련되었다고 판단되어는 충남대학교 시환경연구실 대학원생들을 패널로 구성하여 메이크업의 주요 색채요소인 립스틱과 아이섀도우를 평가하는데 적합하다고 판단되는 어휘 47가지를 최종적으로 선정하였다(표 1).

## 3. 립스틱의 평가실험 및 분석

### 3.1 실험개요

「헤라」 브랜드의 이미지를 설정·분석·예측을 위해 평가실험을 실시하여 브랜드 이미지에 적합한 립스틱의 색채특성을 정량적으로 분석하였다.

#### 3.1.1 평가대상 및 평가변인

평가대상은 컴퓨터 화상처리장치(Color Image Processor)를 이용하여 립스틱 색채를 변화시키며 제작하였다. 립스틱 색상은 기존색상 약 200가지 색상 중 색상계열과 명도·채도를 고려하여 총 75색을 선정하여 제작하였다(그림 2참조).

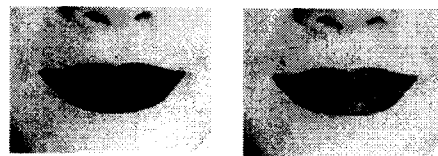


그림 2. 평가대상의 일례

평가변인은 립스틱의 색상·명도·채도이고, 립스틱의 영향만을 고려하도록 피부색을 중간톤으로 고정시켰다.

### 3.1.2 실험내용 및 방법

평가어휘는 표 1의 어휘수집에서 추출한 47가지의 어휘를 사용하였으며, 평가는 7단계 가치단계법을 통하여 평가하도록 하였다. 피험자는 안정된 평가를 위하여 색채에 대한 지식판단능력이 있다고 인정되는 관련분야 대학원생 8명과 화장품업계 종사자 24명의 총 32명으로 구성하였으며, 메이크업이라는 특성상 모두 여성으로 구성하였다. 평가방법은 동시에 평가대상을 비교하면서 평가하여야 하는 특성상 색채가 보정·재현된 컴퓨터 출력물을 사용하여 평가하였다.

## 3.2 실험결과 및 분석

### 3.2.1 분석방법

분석은 SPSS/PC+ 통계패키지를 이용하여 처리하였는데, 처리방법은 47개의 메이크업 색채이미지 표현어휘별로 7단계에 따라 1~7점의 득점을 주고 각 평가변인에 대해 각 항목마다 평균·표준편차를 구하였다. 그리고, 배리맥스(Varimax) 회전방식을 이용한 요인분석(Factor Analysis)을 실시하여 어휘를 분류한후, 브랜드 이미지 유형을 설정하였고, 인자득점도를 통하여 립스틱의 이미지 스케일링을 실시하였다. 또한, 중회귀분석을 통하여 립스틱의 정량적 색채특성을 분석하였다.

### 3.2.2 분석결과

요인분석을 실시한 결과, 표 2와 같이 4개의 요인이 추출되었다.

표 2. 립스틱의 요인분석 결과

평가어휘	1	2	3	4
젊은		-6.462E-02	-177	-158
산성화		-127	-238	3.968E-02
캐주얼한		-131	-264	.138
경제관		6.500E-02	-334	.193
발랄한		.124	-373	8.799E-02
깨끗한		-419	-6.148E-02	-3.046E-02
여성스러운		2.136E-02	5.737E-02	.366
젊은		-.382	-.212	9.723E-02
활동적인		.344	-.200	7.078E-02
명랑한		.255	-.314	.255
젊은		-.248	-.407	6.314E-02
화사한		.193	-.326	.288
로맨틱한		-9.096E-02	-.184	.301
상냥한		-.508	-.202	.201
귀여운		-.441	-.374	.109
강렬한	7.711E-03		2.558E-02	.121
도발적인	-1.903E-02		-5.479E-02	-.108
행복적인	.169		-4.155E-02	5.713E-02
순수한	.316		2.445E-02	-.144
아름다운	-.274		3.476E-03	-.132
얼얼한	.213		.172	.217
수줍은	.197		.303	4.005E-02
대담한	-4.010E-02		-.271	-.253
두드러진	-1.346E-02		-.352	-.221
은근한	.452		-3.277E-02	2.144E-02
부드러운	.471		-4.972E-02	-2.311E-02
화려한	.435		-.144	.179
자연스러운	.238		.437	7.670E-02
매혹적인	.437		.416	.213
진보적인	-.262		.494	-.470
세련된	-.140	-.107		-8.606E-02
귀족적인	-.284	-7.404E-02		7.384E-02
분위있는	-.313	-.179		4.102E-02
가볍고있는	-.294	-.185		5.041E-02
매력있는	.298	.182		8.064E-02
결속력	-.384	-.172		2.776E-02
고전적인	-.189	-1.901E-02		.339
지적인	-.359	-.303		2.193E-02
고상한	-.368	-.350		3.520E-02
행복적인	-.418	.133		4.499E-02
취향있는	-.545	.219		2.606E-02
도회적인	-.343	8.960E-02		-.554
차분한	-.384	-.619		-9.673E-02
상냥한	-.201	-9.257E-02	-.176	
시련된	-7.893E-02	.103	-9.617E-02	
다소	.320	8.012E-02	.171	
취미적인	-.248	5.314E-02	.634	
교류적	19.701	13.991	6.980	2.969
기대적	41.918	29.768	14.852	6.317
누락기어울	41.918	71.686	86.538	92.855

제1요인은 「젊은」 ~ 「귀여운」의 요인으로 구성된 【젊은·캐주얼한】 요인이 추출되었다. 제2요인은 「강렬한」 ~ 「진보적인」의 요인으로 구성된 【강렬한·도발적인】 요인이 추출되었다. 제3요인은 「세련된」 ~ 「차분한」의 요인으로 구성된

【귀족적인·품위있는】요인이 추출되었다. 제4요인은 「신비한」 등의 요인이 추출되었는데 그 영향은 미미했다.

### 3.2.3 이미지설정 및 이미지스케일링

3.2.2에서 추출된 요인분석 결과를 토대로 헤라의 관련종사자들과 협의하여 설정하였다. 헤라는 당당한 진보를 추구하는 브랜드 철학을 담고 있다. 따라서, 제2요인의 【강렬한·도발적인】 이미지와 제3요인의 【귀족적인·품위있는】 이미지가 적합하다고 판단되어 대표 이미지로 선정하였다. 이 2가지 대표이미지에 대하여 립스틱 색채를 이미지 스케일링하였다(그림 3).

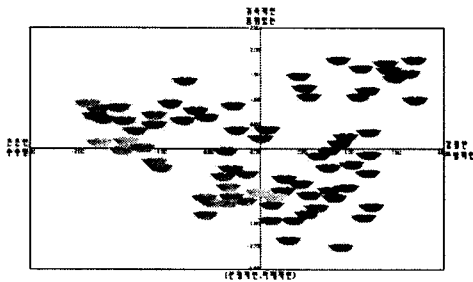


그림 3. 립스틱의 이미지스케일링

이미지스케일링 결과, 브랜드의 이미지인 강렬하고 도발적이면서 귀족적이고 품위있는 이미지는 그림 3의 우측상단부에 해당되는 곳으로, 명도가 낮고 채도가 중·저채도인 Red-Purple계열과 순색의 Red계열의 립스틱이 위치하고 있는 것을 알 수 있다.

### 3.2.4 립스틱의 색채특성분석

립스틱의 평가변인들이 브랜드이미지에 미치는 영향을 정량적으로 분석하기 위하여 중회귀분석을 실시하였다.

표 3. 립스틱의 이미지유형별 평가변인의 영향도

변인	항목	강렬한 도발적인	귀족적인 품위있는
색상	P	0.812	-1.497
	0-5RP	0.530	-0.393
	5.1-10RP	-0.078	0.061
	0-2.5R	0.180	-0.074
	2.6-5R	-0.465	0.377
	5.1-7.5R	0.577	0.415
	7.6-10R	-0.547	-0.349
	YR	-0.937	0.192
명도	1-3	0.916	0.537
	4-6	-0.371	-0.180
	7-9	0.555	-1.760
채도	1-4	-0.411	0.289
	5-8	0.340	-0.566
	9-14	0.775	-0.609

표 3의 이미지유형별 평가변인의 영향도를 보면, 【강렬한·도발적인】 이미지는 색상은 P계열, 순색의 R과 Purple이 섞인 RP와 P계열일 때 그 영향이 컸으며, 저명도이며 중·고채도일 때 그 영향이 크게 나타났다.

또한, 【귀족적인·품위있는】 이미지는 색상이 2.5R~7.5R의 범위에 있는 Red계열일 때 그 영향이 컸으며, 저명도·저채도일 때 그 영향이 크게 나타났다.

## 4. 아이췌도우의 평가실험 및 분석

### 4.1 실험개요

실험개요는 립스틱과 동일하다.

#### 4.1.1 평가대상 및 평가변인

평가대상은 기존 아이췌도우 제품 중 각 색상계열과 명도·채도를 고려하여 총 75색을 선정하여 제품 그대로를 평가대상으로 사용하였다. 평가변인은 아이췌도우의 색상·명도·채도이다.

#### 4.1.2 실험내용 및 방법

평가어휘는 표 1의 어휘를 사용하였고, 피험자 및 실험방법은 립스틱과 동일하다.

### 4.2 실험결과 및 분석

#### 4.2.1 분석방법

분석방법은 립스틱과 동일하다.

#### 4.2.2 분석결과

요인분석을 실시한 결과, 4개의 요인이 추출되었다. 제1요인은 「상냥한」~「활동적인」의 【상냥한·귀여운】 요인, 제2요인은 「열렬한」~「차분한」의 【강렬한·도발적인】 요인, 제3요인은 「더운」~「고전적인」의 【시원한·도회적인】 요인, 제4요인은 「품위있는」~「세련된」의 【귀족적인·품위있는】 요인이 추출되었다.

#### 4.2.3 이미지설정 및 이미지스케일링

브랜드이미지는 립스틱과 동일한 【강렬한·도발적인】 이미지와 【귀족적인·품위있는】 이미지에 제3요인인 【시원한·도회적인】 이미지를 추가하여 선정하여 이미지스케일링하였다(그림 4~그림 5).

그림 4의 강렬하고 도발적이면서 귀족적이고 품위있는 이미지에는 주로 명도와 채도가 낮은 Red-Purple계열이 위치하고 있었다.

그림 5의 시원하고 도회적이면서 귀족적이고 품위있는 이미지에는 채도가 굉장히 낮은 Blue-Green계열이나 Yellow-Red계열, 그리고 무채색이 위치하는 경향을 보였다.

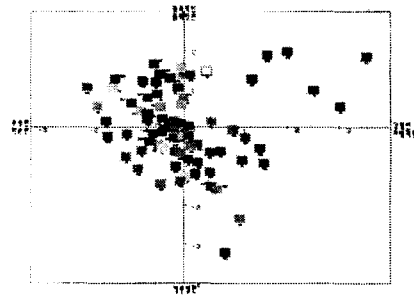


그림 4. 아이췌도우의 이미지스케일링(I)

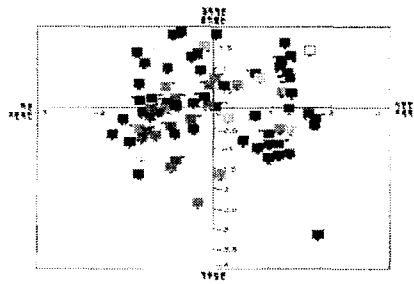


그림 5. 아이췌도우의 이미지스케일링(II)

#### 4.2.4 아이췌도우의 색채특성분석

아이췌도우의 평가변인들의 영향을 정량적으로 분석하기 위하여 중회귀분석을 실시하였다.

표 4는 이미지유형별 평가변인의 영향도를 나타내고 있다.

【강렬한·도발적인】 이미지는 Purple계열과 Red-Purple계열이고, 저명도·고채도일 때 영향이 크게 나타났다.

【시원한·도회적인】 이미지는 Blue와 Green계열이고, 저명도·저채도일 때 영향이 크게 나타났다.

【귀족적인·품위있는】 이미지는 Blue-Green계열이고 저명도·저채도일 때 영향이 크게 나타났다.

표 4. 아이췘도우의 이미지유형별 평가변인의 영향도

변인	항목	강렬한 도발적인	시원한 도회적인	귀족적인 품위있는
색상	0-5R	-0.154	-0.404	0.088
	5.1-10R	0.045	-0.769	-0.283
	0-5YR	-0.215	-1.020	0.191
	5.1-10YR	-0.080	-0.630	0.040
	0-5Y	-0.119	-0.160	0.189
	5.1-10Y	-1.148		0.242
	0-5GY	-0.131		-0.119
	5.1-10GY	-0.032	0.332	-0.521
	0-5G	-0.400		-0.028
	0-5BG	-0.690		
	5.1-10BG	-0.306		
	0-5B	-0.516		
	5.1-10B	-0.430		0.282
	0-5PB	-0.334		-0.267
	5.1-10PB	0.130	0.399	-0.356
	0-5RP		0.328	0.166
	0-5RP		0.124	0.254
	5.1-10RP		-0.537	0.212
	N			0.054
	명도	4미만		
4-6		0.069	-0.140	0.042
6이상		-0.146	0.089	-0.129
채도	1미만	0.189		
	1-5미만	-0.082	-0.018	-0.024
	5-9		0.033	-0.222

헤라브랜드가 추구하는 이미지를 설정하였다. 설정한 이미지는 【강렬한·도발적인】 이미지와 【귀족적인·품위있는】 이미지이고, 아이췘도우의 경우 【시원한·도회적인】 이미지가 추가되었다.

- (2) 립스틱의 이미지스케일링을 실시한 결과, 저명도이고, 저채도인 RP계열과 순색의 Red계열이 「헤라」 브랜드의 이미지에 해당되는 것을 알 수 있었다.
- (3) 아이췘도우의 경우, 저명도·저채도의 RP계열과 BG계열 및 무채색이 「헤라」 브랜드의 이미지에 해당되는 것을 알 수 있었다.

### 참고 문헌

### 5. 립스틱과 아이췘도우의 색채팔레트제작

이미지스케일링과 중회귀분석을 토대로 색채팔레트를 제작하였다(그림 6).

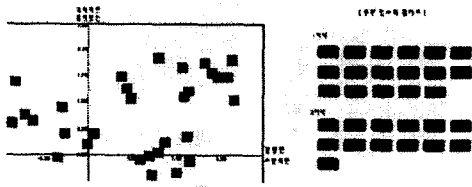


그림 6. 립스틱의 색채팔레트

1. Osgood, C. E. et al., The Measurement of Meaning, Illinois Univ. Press, 1957
2. 이진숙외, "실내색채의 이미지유형별 특성에 관한 연구", 대한건축학회 논문집, 11권 12호, 1995
3. 이진숙외, "오피스실내의 색채평가구조 분석을 위한 실험적연구", 대한건축학회 논문집, 15권 8호, 1999

### 6. 결론

본 연구는 「헤라」 브랜드의 이미지를 설정하고, 이미지에 적합한 립스틱과 아이췘도우의 색채를 개발하기 위해 진행되었다. 연구수행 결과 얻어진 결론을 정리하면 다음과 같다.

- (1) 심리평가실험을 통해 이미지를 추출하여