



## 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](#)

미용예술학박사 학위논문

# 퍼스널컬러 유형별 어울리는 색과 선호색 간의 상관성 연구

2025년 2월

서경대학교 대학원

미용예술학과 메이크업디자인전공

왕 아 정

미용예술학박사 학위논문

# 퍼스널컬러 유형별 어울리는 색과 선호색 간의 상관성 연구

A Study on the Correlation between  
Personal Color Types, Suitable Colors,  
and Preferred Colors

2024년 12월

서경대학교 대학원

미용예술학과 메이크업디자인전공

왕 아 정

미용예술학박사 학위논문

# 퍼스널컬러 유형별 어울리는 색과 선호색 간의 상관성 연구

지도교수 임 희 경

2024년 12월

서경대학교 대학원

미용예술학과 메이크업디자인전공

왕 아 정

# 퍼스널컬러 유형별 어울리는 색과 선호색 간의 상관성 연구

이 논문을 박사학위 논문으로 제출함

2024년 12월

서경대학교 대학원

미용예술학과 메이크업디자인전공

왕 아 정

왕아정의 박사학위 논문을 추천함

2025년 2월

지도교수 임 희 경

서경대학교 대학원

왕아정의 박사학위 논문을 인준함

위원장 : 이 선 주 (인)

위원 : 김 연 아 (인)

위원 : 박 은 준 (인)

위원 : 양 은 진 (인)

위원 : 임 희 경 (인)

2024년 12월

서경대학교 대학원

## 국문요약

### 퍼스널컬러 유형별 어울리는 색과 선호색 간의 상관성 연구

본 연구는 본 연구에서는 자신이 좋아하는 색이 자신에게 어울리는 색과 일치할 때 자기 만족도와 이미지 형성에 더 효과적이라는 보고(김현진, 2023)를 근거로 좋아하는 색과 어울리는 색의 상관성을 조사하여 좋아하는 색이 어울리는 색에 얼마나 연관성이 있는지를 추론하고자 하였다. 이를 통해 좋아하는 색이 퍼스널컬러의 어울리는 색을 진단할 수 있는 또 다른 변수가 될 수 있는지를 확인하여 퍼스널컬러 진단의 오류를 최소화하며 자신에게 어울리는 색을 찾아 개인 이미지를 더욱 돋보이게 하여 퍼스널컬러의 활성화와 발전에 활용하고자 설문 조사와 관찰 및 전문가 평가를 통해 분석한 결과 다음과 같은 결론이 도출되었다.

첫째, 외모에 가장 관심이 많은 20대 여성들에게 퍼스널컬러는 본인에게 어울리는 색을 알기 위한 매우 유용한 정보가 되고 있고, 이를 적극적으로 활용하고 있다는 것을 알 수 있었다. 또한, 퍼스널컬러를 진단하는 다양한 앱(APP)이나 뷰티 디바이스(beauty device)가 산재되어 있으나 여전히 전문가에게 진단을 받는 경우가 많다는 것을 감안할 때, 퍼스널컬러 분야의 지속적인 성장과 발전 가능성을 기대할 수 있을 것으로 사료된다.

둘째, 20대 여성들이 가장 좋아하는 색은 대체로 차가운 계열이며, 연한 색조를 가장 선호한다는 것을 알 수 있었다. 또한, 퍼스널컬러를 인식하고 수용하는 사람일수록 외모에 대한 투자비용이 그렇지 않은 사람들보다 상당히 높다는 점을 감안할 때, 선호색 정보와 퍼스널컬러를 감안하여 이를 활용할 수 있는 다양한 제품을 출시하면 화장품의 판매 촉진이나 마케팅에 효과적일 것으로 사료된다.



셋째, 20대 여성들이 특정 색을 좋아하는 이유가 본인이 좋아하거나 본인의 피부색과 어울린다고 생각하는 경우가 많아 본인이 선호하는 색을 어울리는 색으로 인지하는 경우가 많다는 것을 알 수 있었다. 이것은 퍼스널컬러를 적극적으로 활용하는 사람일수록 어울리는 색을 좋아하는 색으로 인지하고 수용하는 정도가 더 높다는 점을 감안할 때, 퍼스널컬러에 관한 인식에 상당한 오류가 있는 것으로 판단된다. 더불어 연구대상자의 퍼스널컬러 유형을 실제로 진단한 것과 본인이 인식하고 있는 결과와 비교하여 상당한 차이가 있었다는 것을 감안할 때, 선호색과 퍼스널컬러와의 개념을 명확히 하여 고객에게 선호색과 어울리는 색의 차이를 설명하고, 어울리는 색을 잘 수용할 수 있도록 정확한 정보를 제공하는 퍼스널컬러컨설턴트의 전문성과 책임감이 요구된다.

넷째, 퍼스널컬러와 좋아하는 색의 일치도를 조사한 결과 어울리는 색과 좋아하는 색은 이론적인 개념처럼 상호 다른 것임을 알 수 있었다. 그러나 인구통계학적인 개념에서 평균적인 분포를 감안할 때, 퍼스널컬러 유형이 차가운 사람의 경우 좋아하는 색과의 일치도가 상당히 높다는 것은 퍼스널컬러 유형 진단 시 고려할 만한 점이라고 사료된다.

이상을 통해 퍼스널컬러와 좋아하는 색은 일치하지 않는 경우가 더 많다는 것을 알 수 있었으며, 좋아하는 색이 퍼스널컬러 진단의 변수가 되기에는 한계가 있음을 확인하였다. 단, 퍼스널컬러가 차가운 유형인 경우에는 좋아하는 색과의 일치도가 매우 높아 퍼스널컬러 유형 중 차가운 유형에는 진단의 변수가 될 수 있으므로 인구통계학적인 분포도를 감안할 때, 유용한 정보가 될 수 있다고 사료된다.

# 목 차

국문 초록 .....	i
I. 서 론 .....	1
1. 연구 필요성 및 목적 .....	1
2. 연구문제 .....	4
II. 이론적 배경 .....	5
1. 좋아하는 색의 개념 .....	5
1) 좋아하는 색과 연상 .....	5
2) 좋아하는 색과 성향 .....	8
2. 어울리는 색의 개념 .....	11
1) 어울리는 색의 기원 .....	11
2) 어울리는 색의 유형 .....	13
3) 어울리는 색의 활용 .....	17
3. 선행연구 조사 .....	19
III. 연구방법 .....	24
1. 연구모형 .....	24
2. 연구방법 .....	25
1) 연구대상자 선정 .....	25
2) 연구내용 및 방법 .....	25
3) 통계방법 .....	29

IV. 연구 결과 .....	30
1. 좋아하는 색과 좋아하는 이유 및 퍼스널컬러 인지 여부 .....	30
2. 측정도구의 타당도와 신뢰도 분석 .....	34
1) 좋아하는 색과 어울리는 색 인식 .....	34
2) 퍼스널컬러 인식 .....	36
3. 좋아하는 색과 어울리는 색 및 퍼스널컬러 인식 .....	38
4. 퍼스널컬러와 좋아하는 색의 상관관계 .....	40
5. 일반적 특성에 따른 차이 .....	42
1) 연령에 따른 차이 .....	42
2) 월 평균 외모 투자비용에 따른 차이 .....	44
3) 퍼스널컬러 인지 여부에 따른 차이 .....	47
6. 퍼스널컬러와 좋아하는 색의 일치도 .....	49
 V. 결론 및 제언 .....	 53
 참고문헌 .....	 56
부    록 .....	67
 ABSTRACT .....	 73
 감사의 글 .....	 76

## LIST OF TABLES

<Table 1> Literature review of studies related to the personal color ·	21
<Table 2> Literature review of studies related to the favorite color ···	23
<Table 3> Composition of questionnaire ···········	27
<Table 4> Factors of change in diagnosis of personal color type ·	28
<Table 5> General characteristics ···········	32
<Table 6> Factor analysis of perception of favorite color and matching color ···········	35
<Table 7> Factor analysis of perception of personal color ·······	37
<Table 8> Descriptive statistics on perception of favorite color, matching color and personal color ···········	39
<Table 9> Correlation between personal color and favorite color ·	41
<Table 10> Acceptance of matching color by age ···········	43
<Table 11> Acceptance of matching color by average monthly appearance investment cost ···········	45
<Table 12> Perception, and conformity, of favorite color and matching color by personal color perception ···········	48
<Table 13> Conformity of favorite color with warm/cold types of personal color ···········	50
<Table 14> Conformity of favorite color with spring/fall types of personal color ···········	51
<Table 15> Conformity of favorite color with summer/winter types of personal color ···········	52

## LIST OF FIGURES

(Fig. 1) Research model .....	26
-------------------------------	----

# I. 서론

## 1. 연구 필요성 및 목적

과거에는 타고난 외모를 수동적으로 받아들이는 시대였다면 외모가 경쟁력이 된 현대사회에서는 타고난 외모를 가꾸고 관리하는 방향으로 적극적인 자신을 표현하는 외모 관리 시대라고 할 수 있다(문선희, 2022). 사람들은 특정한 인상을 보여주고 이상적인 이미지를 만들기 위해 돈과 시간을 투자한다. 특히, 이미지를 형성하는 요소 중 외모는 사람의 첫인상을 결정하고 개인의 개성을 돋보이게 하는 중요한 요소 중 하나이다(김지선, 2023). 이에 외모 관리는 필수 조건이 되었으며 관심과 노력은 앞으로도 지속될 전망이다.

많은 사람이 자신만의 개성과 이미지를 표현하기 위해 패션, 뷰티 등에서 어떤 색이 좋을지를 선택하여 소비한다(문선희, 2022). 외모의 시각적 이미지를 형성하는 데 도움을 주는 의상이나 메이크업은 자신의 피부색과 잘 조화되면 더욱 아름답게 보일 수 있다. 미의 추구는 색과 연관성이 높고, 색은 강력한 시각적인 언어이며 상당한 영향력을 가지고 있어 시각효과와 관련된 아름다움을 형성하는데 매우 큰 역할을 한다(한상윤, 2010).

패션 코디네이션과 헤어스타일링, 메이크업을 할 때 개인의 신체색과 조화가 되는 색을 적용하면 매력도를 높일 수 있고(박유선, 2018), 색의 다양한 효과 중에서 개인이 가진 신체의 고유색과 어울리는 색을 퍼스널컬러(personal color)라고 한다(최민령, 2014).

퍼스널컬러는 색채의 조화 및 부조화를 구분하고 개인별 신체 고유색과 조화색으로 연출하여 패션, 메이크업 등에 활용하여 매력적인 이미지를 부각하며 단점을 축소할 수 있다(백미혜, 홍수남, 2023; 윤세희, 2023; 윤은

재, 2022). 퍼스널컬러를 잘 인지하면 행동 변화를 통해 자기 만족도를 높일 수 있고 대인관계에서 행동의 중요한 동기가 되어 개인의 행복과 삶의 질을 향상하는 데 도움이 된다고 보고되었다(백미혜, 홍수남, 2023; 변지연, 이윤진, 2019). 소비자들은 유행을 따라 충동적으로 패션과 뷰티의 컬러를 선택하고 소비하기보다는 ‘나에게 어울리는 색’을 찾고 있다(조가영, 2023).

퍼스널컬러 진단을 통해 자신에게 어울리는 색을 화장품, 의류의 색과 결합하면 피부 톤과 조화를 이루어 매력적인 인상을 만들 수 있다(정운석, 2021). 자신에게 어울리는 색을 사용하면 얼굴의 혈색이 좋아 보이고 건강하며 피부의 잡티 등이 눈에 띄지 않을 수 있다(서혜정, 2023). 반면, 자신의 시각적인 느낌이나 선호 색에 따라 상품을 구매할 때 불만족스러운 때도 있는데, 이것은 상품의 색상과 피부색이 조화를 이루지 못하기 때문이다(송민정, 2019). 자신의 경험이나 선호 색으로 의상 혹은 색조화장품을 판단해서 구매하여 자신에게 어울리고 매력적인 이미지를 만들어 내지 못하기 때문이다(이지호, 2010).

퍼스널컬러의 활용을 통해 여러 가지 긍정적인 효과가 있음이 입증되었으나 환경적인 요인에 의해 오진을 하는 경우도 많다. 색은 빛에 반사되어 보이는 것으로 광원과 환경에 영향을 많이 받는 이유로 그때그때 다르게 진단되는 예도 있어 여러 연구자가 이를 한계로 지적하고 있다(김가현, 2022; 은광희, 2021; 최민령, 2021).

퍼스널컬러는 유행색이나 선호색이 아니라 자신의 신체색과 이미지에 맞는 색상을 선별하고 체계적으로 분석, 진단, 적용하기 위한 것이고, 본인이 선호하는 색을 어울리는 색으로 인지하는 경우가 많다(김현미, 2019)는 보고가 있으나 퍼스널컬러와 선호색 사이의 연관성이나 차이점에 관해 분석한 연구는 미비하다.

퍼스널컬러와 관련된 최근의 연구 동향을 살펴보면, 크게 퍼스널컬러 유형 분류에 관한 연구(김가현, 최민령, 2022; 최민령, 2021; 신향선, 2016), 퍼스널컬러의 인식과 뷰티 관리 행동에 관한 연구(김서은, 2024; 김지선, 2023; 주언후이; 2021), 퍼스널컬러와 구매 행동에 관한 연구(류순희, 한지수, 2024; 박민선, 임은진, 2024; 이정아, 김찬호, 2020), 퍼스널컬러의 활용에 관한 연구(박윤영, 2023; 공차숙, 2021; 구회영, 2020; 김형선 외, 2020)로 크게 분류할 수 있다.

본 연구에서는 자신이 좋아하는 색이 자신에게 어울리는 색과 일치할 때 자기 만족도와 이미지 형성에 더 효과적이라는 보고(김현진, 2023)를 근거로 좋아하는 색과 어울리는 색의 상관성을 조사하여 좋아하는 색이 어울리는 색에 얼마나 연관성이 있는지를 추론하고자 한다. 이를 통해 좋아하는 색이 퍼스널컬러의 어울리는 색을 진단할 수 있는 또 다른 변수가 될 수 있는지를 확인하고, 퍼스널컬러 진단의 오류를 최소화하며 자신에게 어울리는 색을 찾아 개인 이미지를 더욱 돋보이게 하여 퍼스널컬러의 활성화와 발전에 활용하는 데 목적이 있다.



## 2. 연구문제

본 연구는 자신이 좋아하는 색이 자신에게 어울리는 색과 일치할 때 자기 만족도와 이미지 형성에 더 효과적이라는 보고를 근거로 좋아하는 색과 어울리는 색의 상관성을 조사하여 좋아하는 색이 어울리는 색에 얼마나 연관성이 있는지를 추론하고자 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 좋아하는 색과 좋아하는 이유 및 퍼스널컬러 인지 여부에 대해 알아본다.

연구문제 2. 측정도구의 타당도와 신뢰도에 대해 알아본다.

연구문제 3. 좋아하는 색과 어울리는 색 및 퍼스널컬러 인식에 대해 알아본다.

연구문제 4. 어울리는 색과 좋아하는 색의 상관성 여부를 알아본다.

연구문제 5. 일반적 특성에 따른 어울리는 색의 수용도, 일치도, 좋아하는 색과 어울리는 색의 인식 및 퍼스널컬러 인식에 대해 알아본다.

연구문제 6. 퍼스널컬러와 좋아하는 색의 일치도에 대한 결과를 알아본다.

## Ⅱ. 이론적 배경

### 1. 좋아하는 색의 개념

#### 1) 좋아하는 색과 연상

구석기 시대부터 지금까지 색에 관한 관심과 연구가 이어져 오는 것은 그만큼 색의 역할과 중요성을 공감하고 있기 때문이다. 색은 여러 가지 상징과 은유를 담고 있어 하나의 내용을 전달하는 데도 다양한 의미와 내용을 생산해 낼 수 있는 열린 기능을 지니고 있다(박규리, 2016). 의(衣)생활에서의 패션 컬러, 식(食)생활에서의 인공착색 식품, 주(住)생활에서의 미적 감각 등 우리의 생활은 색으로 둘러싸여 있을 뿐 아니라 색채는 사람을 즐겁게, 슬프게도 하는 등 인간의 감정과 정서에도 중요한 작용을 한다(박시현, 2017).

색은 빛이 눈에 들어가 시신경을 자극하여 뇌의 시각중추에 전달되면서 생기는 감각이다. 물리학적으로는 색을 가시광선이라 하고 색은 빛의 소산이며, 빛은 색의 모체이다. 색은 눈으로 자각하는 인상 중 가장 빠르고 강하게 감정을 불러일으켜서 색을 통해 다양한 감정을 경험하고, 반대로 감정을 색으로 표현하기도 한다(양소영, 2010).

색과 색채는 같은 뜻이라고 생각하는 경우가 많지만 두 개의 서로 다른 개념이다. 표준국어대사전에서 ‘색’은 빛을 흡수하고 반사하는 결과로 나타나는 물체의 밝고 어두움을 대표하고 색상뿐만 아니라 명도와 채도도 포함할 수 있다. ‘색채’는 물체가 빛을 받을 때 파장에 따라 나타나는 특유의 빛을 의미한다. 색은 물체 자체에서 빛을 내는 것이 의미하고 색채는 반사광에 의해 눈에 인지되는 것이다. 따라서 색은 물리적 현상이라면 색채는 심

리적 현상이라고 할 수 있다(조동제 외, 2001; 박시현, 2017).

색은 색채를 느낄 수 있는 유채색과 색채를 느낄 수 없는 무채색 두 가지로 나뉜다. 무채색은 색감이 없는 계열의 흰색, 회색, 검은색 사이의 모든 색이고 유채색은 무채색을 제외한 색감을 가진 모든 인간이 볼 수 있는 빨강, 주황, 노랑, 초록, 파랑, 남색, 보라와 이 색들의 혼합에서 나오는 모든 색을 일컫는다(김용숙, 2008).

사람들은 어떤 특정한 색을 보았을 때 이 자극을 통해 떠오르는 것을 연상하게 되는데, 이런 연상 효과는 주관적인 해석에 따라 다르게 나타난다. 파란색, 녹색을 볼 때 차갑게 느끼고 빨간색, 주황색을 보면 따뜻함을 느낄 수 있다. 개인의 색에 대한 느낌과 선호를 통해 심리, 정서, 성격 등의 정보를 판단할 수 있다(안선희, 2015). 주변 환경, 성별, 나이, 문화, 지식수준, 직업 등 많은 조건에 의해 달라질 수 있고 감정적인 것을 포함하기 때문에 개인차가 크다고 볼 수 있다(최선희, 2016). 색의 연상은 즉각적인 ‘구체적 연상’과 심리를 반영할 수 있는 ‘추상적 연상’으로 나뉜다.

빨간색은 구체적인 불, 태양, 피, 사과 등을 연상할 수 있고, 추상적인 행복, 열정, 순정, 위험 등도 연상할 수 있다(최여령, 2021). 역동적인 색으로 몸의 활동력을 자극한다. 충격이 큰 색으로 따뜻함과 안전함을 주지만 대담하고 위험한 성질도 지니고 있다. 아주 정열적이고 주장이 강한 색으로 눈길을 끄는 성질이 있다(김용숙, 2008).

노란색은 병아리, 해바라기, 황금, 황제, 유채꽃 등을 연상할 수 있고, 책임, 신뢰, 강박, 불안 등도 연상할 수 있다(이은혜, 2020). 빛의 반사율이 가장 높은 색으로 가볍고 밝고 대담하고 외향적인 성질을 가지고 있다. 주목성이 높으면서 친근함도 주기 때문에 짧은 시간 내에 사람들의 관심을 끌거나 상대방의 도움을 유도할 때 효과적이고 그 자체로 마음을 낙관적으로 돌리게 하고 즐거운 기억을 끌어낸다(김용숙, 2008).

초록색은 자연의 세계에서 가장 지배적인 색이며 일반적으로 평화와 안전, 중립을 상징하며 눈에 가장 편안함을 주는 색이다. 심신을 편안하게 하고 완화하며 안정시킬 수 있고 혈압을 낮추며 교감 신경계에 최면제 작용도 한다(박연선, 2007).

파란색은 전 세계적으로 선호도가 가장 높은 색으로 바다와 하늘을 가리키는 말로 많이 사용되고 상쾌함, 신선함, 차가운 느낌을 상징하기도 한다. 침전의 효과가 있어서 심신의 회복력과 신경 계통의 색으로도 사용되며, 명료성, 창조성을 증가시켜 준다(余姍珊, 雷洁, 2020).

보라색은 우아함, 화려함, 풍부함 등 다양한 느낌이 상징하고 있다. 육체적·정신적으로 안정과 조화를 꾀하기에 좋은 색이고 심리학적으로 따뜻하게 격려하는 것을 의미하는 동시에 높은 자부심을 나타낸다(김용숙, 2008). 푸른 기운이 많은 보라는 장엄함, 위험 등 깊은 느낌을 주며, 붉은색 기운이 많은 보라는 여성적, 화려함 등을 나타낸다(박연선, 2007).

검은색은 색상, 채도가 없고 명도 차이만 있는 무채색이다. 신석기시대 동굴벽화에 사용된 최초의 색 중 하나였고 우아함, 신비, 존경을 나타내기도 하고 완벽의 에너지도 있다(두산백과, 2024). 심리적인 측면에서는 ‘방어’를 나타낸다(김용숙, 2008).

흰색은 모든 빛을 반사할 수 있는 무채색이다. 무채색 중에서 가장 밝은 색이며 숭고, 정의, 순결, 깨끗함 등의 느낌을 주고 청결, 위생, 공허, 고독 등의 의미도 내포하고 있다. 심리적으로는 감정이나 사고를 정화해 주는 역할을 하며, 해방감을 준다(박연선, 2007).

회색은 새로운 변화를 능동적으로 받아들여 마음이 의식의 밑바탕까지 도달하게 하는 성질이 있다. 재해나 사고의 여파, 먼지, 혼란과 고통을 상징하기도 한다(김용숙, 2008). 밝은 회색은 지성, 고급스러움 등을 상징하며 어두운 회색은 침울, 성숙, 진지함, 퇴색 등의 의미를 지닌다(네이버, 2024).

## 2) 좋아하는 색과 성향

색채는 형태보다 충동적인 감정에 영향을 미치며 색채 선호도는 이성보다 무의식적인 선택의 현상에 좌우된다. 이러한 이유로 색채 선호도는 성격의 단서가 되며 색채 선호도로 개인의 정신적, 정서적 특성이 도출할 수 있다. 성격특성은 색채 선호도로 현상되는 것으로 인과성을 갖는다고 할 수 있다(이은정, 2023). 색은 인간의 심리, 정서, 성격과 깊게 연결되어 있다. 일반적으로 인간이 인식할 수 있는 색상은 약 천만 가지가 있고 다양한 연구에서 사람들이 색의 영향을 받는다는 결과에서도 입증됐듯이 사람의 성격과 색은 연관성이 있다(김시현, 2023).

색은 온도감에 따라 따뜻한 색을 좋아하는 외향적인 사람과 차가운 색을 좋아하는 내향적인 사람으로 구분할 수 있다. 따뜻한 계열의 난색계는 자극과 흥분을 추구하므로 외향적이며 솔직한 성격을 가진 행동적인 사람이 좋아하고, 차가운 계열의 한색계는 침착함과 진정을 촉진하므로 내향적이며 보수적이고 조용한 사람들이 좋아하는 색채라고 하였다(杨玉娇, 2024; 파버비렌 외, 2003).

눈을 통해 뇌에 전달되어 정신과 감정에 영향을 주며, 색에 따른 여러 가지 감정이 감각으로 느껴지고 연상되어 다양한 방식으로 나타난다. 사람의 행동과 성향을 나타내기도 하고 유도할 수도 있는 효과가 있어서 사람의 감정을 표현하는데 가장 적합하다(임애득, 2020). 색채 선호도 분석에서 사람의 색채 선호가 따뜻한 색채 선호에서 차가운 색채 선호로 변화할 수도 있는데, 이것은 사람의 행동이 자유분방한 자기중심적에서 가족, 친구와 어울리는 통제된 행동으로 전환되는 것으로 해석할 수 있다(진영지, 2015).

색채에 따른 감성효과는 인종과 언어, 시대를 초월하는 전달수단으로, 삶의 다양한 영역에 큰 영향을 미치고 개인의 육체적·정신적 건강을 증진

하는 용도로 확정되고 있다(임애득, 2020). 이처럼 색채 감성과 인간의 성향이 심리적으로 반응하여 색채성향으로 나타날 수 있다.

빨간색을 좋아하는 사람은 행동하는 자유로운 성격으로 사회적 규범 같은 것은 크게 마음에 두지 않으며, 협동심이 있고 교우 관계가 원만하고, 계획적, 열정적, 외향적 성격이다(秦福順, 2017). 또한, 자신감과 자의식이 강하다고 알려져 있고 삶에 대한 의지도 강하고 성공에 대한 열망도 크다. 반면, 화를 쉽게 내거나 감정의 오르내림이 격한 사람들도 많으며 빨간색을 지나치게 좋아한다면 현실에서의 감각이 떨어져 있는 상태라고 할 수 있다(네이버, 2021).

노란색을 좋아하는 사람은 지적인 호기심이 굉장히 풍부하다. 항상 무언가에 대해 열중하려 하며 탐구욕이 있고 모험심도 가지고 있다. 새로운 관습이나 요구, 문화가 있을 때 열린 마음으로 받아들이며, 다양한 분야에 관심을 가지기 때문에 폭넓은 지식을 가진 경우가 많다(고운소리, 2023). 또한, 의존적 성향이 높으며 또래와의 유대관계가 좋고 인기가 많고 탐구정신이 강하기 때문에 도전적인 모습을 가지고 있다(秦闊 외, 2022).

초록색을 좋아하는 사람은 사회의식이 강하고 성실한 평화주의자이며 주변 사람들과 잘 어울리지만, 경계심이 강한 사람도 많다(The Universe, 2023). 내면에는 단단한 이념과 신념이 있어서 평온함과 강한 본성 둘 모두를 겸비하고 있는 사람이라고 할 수 있고, 호기심이 강하지만 스스로가 기획하기보다는 누군가 기획하는 것을 바라는 유형이다(闫明, 2014).

파란색을 좋아하는 사람은 긴장감 없는 온순한 생활을 추구하거나 조화를 이루며, 불화나 말다툼을 싫어하여 언행에 조심하고, 침착하고 절도 있다는 칭찬을 듣고 싶어 해서 일에 성실하게 임한다. 반면, 자기중심적인 경향이 있어서 타인의 생각이 자기와 다를 땐 참지 못하고, 면식이 없는 사람은 신뢰하지 않는 성격이다(朱靑, 2017).

보라색을 좋아하는 사람은 영적이며 창의적인 표현을 지향하는 경향이 있다. 미적인 것에 대한 관심이 많으며 독립적인 성격을 가진 경우가 많다(웰링, 2023). 자존심이 강하여 자신의 감정을 소중히 하고 독자적인 세계관을 가지고 있고, 직감력과 예리한 감각이 강점이라고 할 수 있다(네이버, 2022).

검은색을 좋아하는 사람은 세련된 생활을 보내고 있다. 남에게 고귀함과 위엄을 보이려는 성격이고, 여성이 검은색을 좋아하면 다른 사람을 끌고 갈 줄 아는 재능과 힘도 있지만, 자신의 개성을 감추기 위함도 있다. 명랑하지만 솔직함이 부족하며 자기만의 세계에서 혼자 즐기려는 마음이 강한 성격이다(네이버, 2022).

회색을 좋아하는 사람은 조심성이 많고 신중하며 겸손하다. 우유부단한 성향이 있어 무슨 일이든 쉽게 결정하지 못한다(성안당, 2021). 균형감각을 가진 사람, 젊은 사람보다는 나이든 사람, 상대를 배려하고 도움을 주고 싶은 경향을 가진 사람, 앞에 나서기보다는 지지해주고 상대를 돋보이게 해주는 것을 좋아하는 사람이 많다(네이버, 2020).

흰색을 좋아하는 사람은 높은 이상을 갖고 있고, 그것을 금욕적으로 실현해간다. 한마디로 노력가이고 완벽주의자라고 할 수 있다(성안당, 2021). 익숙함의 추구보다는 항상 완전함을 원하며, 보수적인 기풍과 이상을 좋아하여 늘 젊은 청춘으로 살고 싶어 하는 성격이다(네이버, 2022).

## 2. 어울리는 색의 개념

### 1) 어울리는 색의 기원

퍼스널 컬러의 어원은 라틴어의 페르소나(persona)과 그리스어의 프로소본(prosopon)에서 유래한다. 프로소본은 ‘얼굴’이라는 뜻으로 개별적인 표현을 의미하며 페르소나의 사전적 의미는 가면을 쓴 인격으로 외적 인격을 뜻한다(김지선, 2023).

퍼스널 컬러는 개인의 신체 고유색인 모발색, 피부색, 눈동자 색으로서 각자 타고난 색을 말하고, 그 사람의 개성이 빛나는 조화롭고 긍정적인 이미지를 연출하는 개인의 컬러이다(오주영, 2022). 즉, 퍼스널 컬러란 외적 이미지를 표현하는 도구로서 개인이 가지고 있는 신체의 색과 조화로운 색을 중심으로 생기가 있고 활기차 보이도록 하는 개개인의 컬러를 의미하는 것이다. 따라서 개인이 지닌 고유의 색을 찾아 이미지를 연출하면 이미지에 이킹에 있어 긍정적인 효과를 얻어낼 수 있다(박설아, 2024).

퍼스널컬러의 기원을 살펴보면 많은 학자들이 1810년 괴테(Johann Wolfgang von Goethe, 1749~1832)가 출간한 색채론을 언급한다. 색채론에 의해 빛의 노란색과 어둠의 파란색으로 분류하는 양극화 이론이 성립되었으며(장은경, 2022), 1928년 로버트 도어(Robert Dorr, 1905~1980)는 배색의 조화와 부조화의 원리를 발견하였다. 사람의 피부색은 차가운 색과 따뜻한 기초색을 명확하게 지니고 있다고 하였다(오주영, 2022).

1940년대 피버 비렌(Feber Birren, 1900~1988)은 색채학자로 유명했지만, 컬러 컨설팅 분야의 일인자이고 색채 역사와 심리의 다양한 분야의 집필 활동을 통해 색채를 적극적으로 도입하는 견인자 역할을 하였다(양유원, 2019).



요하네스 이텐(Johannes Itten, 1888~1967)은 봄, 여름, 가을, 겨울의 사계절 색상특성과 개인의 선호색상 및 피부, 모발, 눈동자 색 등을 연결하여 사계절 이미지를 따뜻한 유형과 차가운 유형으로 분류하여 사계절 이론을 정립하였다(김향미, 김금란, 2023). 퍼스널컬러는 이로 인해 대중들에게 알려지게 되었다.

1980년 캐롤 잭슨(Carole Jackson, 1942~현재)은 Color Me Beautiful를 출간하여 퍼스널컬러를 전 세계에 전파하였으며, 다양한 이미지 연출에 활용할 수 있도록 퍼스널컬러 팔레트를 제공하여 어울리는 의상, 메이크업 방법을 제안하였다(윤하나, 2014).

도리스 푸셀(Doris Pooser, 1943~현재)은 1985년에 명도, 채도, 색상에 따라 쿨(cool), 웜(warm), 뮤트(mute), 라이트(light), 브라이트(bright), 딥(deep)을 6가지 유형으로 구분하고, 이것을 다시 4가지의 유형으로 분류하여 전체 20가지의 유형으로 세분화하였다(김향미, 김금란, 2023).

도나 후지(Donna Fuji, 1943~현재)는 1991년에 피부색과 모발의 색을 인종별로 세분화하였다(홍수남 외, 2012).

한국에는 1990년 이후 퍼스널컬러의 필요성이 대두되고 의상, 미용계열의 교육과정에 도입되기 시작하였다. 1997년에는 사계절 유형, 색상별 특징 분석, 퍼스널컬러 유형 16타입을 개발하고, 퍼스널 컬러 진단 시스템을 바탕으로 피부 유형에 따른 40가지 패턴을 구분하여 사용하고 있다(김향미, 김금란, 2023).

퍼스널컬러 이론이 중국에서 대두되기 시작한 것은 1998년에 일본에서 거류하던 CMB(Color Me Beautiful)컬러 컨설팅 업자인 중국인 YU XIMAN(于西蔓) 여사가 서양의 색채 응용기술과 개념을 중국으로 도입하면서 중국 최초의 컬러 컨설팅 회사인 ‘시완 컬러 컨설팅 작업실’을 설립하였다(왕잉, 2022).

## 2) 어울리는 색의 유형

기조색은 사계절에 따라 퍼스널컬러 유형을 구분하는 중요한 개념이다. 기조색은 괴테의 색채 양극화 이론을 근간으로 하였고 로버트 도어(Robert Dorr)가 괴테의 이론을 이용하여 사람의 피부색을 따뜻한 색과 차가운 색으로 나눴다. 이 이론을 기초로 하여 캐롤 잭슨(Carole Jackson)은 사람의 이미지를 계절별로 4개의 유형으로 분류하고 사계절 유형 시스템을 체계화하였다(노주현, 2022).

기조 색은 색상을 기준으로 따뜻한 유형과 차가운 유형으로 구분한다. 따뜻한 유형은 옐로 베이스(yellow base)로 따뜻한 색감을 지니고, 차가운 유형은 블루 베이스(blue base)로 차가운 색감을 지니고 있다. 옐로 베이스의 신체 색은 주로 노란빛과 황금빛을 띠고, 블루 베이스의 신체 색은 창백한 푸른빛과 핑크빛을 띠고 있다(이자령, 2020).

피부색은 헤모글로빈, 케로틴, 멜라닌의 3가지 주요 색소에 의해 결정되며 피부의 내부와 외부에서 반사되는 빛의 영향을 통해 보이는 색을 형성한다. 얼굴 피부의 색을 관찰할 때, 붉은 기가 많으면 헤모글로빈 색소 양이 많아 차가운 유형일 확률이 높고 노란기가 감돌면 케로틴 색소의 양이 많아 따뜻한 유형일 확률이 높다(이은경, 2017).

퍼스널컬러는 사람의 신체 색과 조화하여 자연을 기준으로 사계절 유형인 봄, 여름, 가을, 겨울로 나눈다. 계절별로 느껴지는 온도감에 따라 따뜻한 색은 봄과 가을로 모든 색에 명도와 채도 상관없이 노란 빛을 지니며, 차가운 색은 여름과 겨울로 모든 색에 푸른빛과 흰색, 검은색을 지니고 있다(김가현, 2021).

퍼스널컬러 이론과 선행연구를 토대로 유형별 이미지 및 특징은 다음과 같다.

## (1) 봄 유형

봄 유형의 사람들은 일반적으로 옐로 베이스에 베이지, 아이보리의 피부색을 지니고 피치 빛의 혈색을 띠는 것이 대표적인 특징이다(신수범, 2021). 대표적인 이미지는 밝고 화사하며 생동감 있고 발랄하고 로맨틱, 프리티, 클리어를 지닌 귀엽고 활동적인 스타일이다. 꽃이 피기 시작하는 계절인 만큼 선명하고 밝고 생기 있는 색, 깨끗하고 가벼운 톤의 색, 투명하고 따뜻한 색이 봄 컬러의 특징이다(김보나, 2022). 모발 색은 밝은 황색을 띠고 회색과 검은색의 색조는 지니고 있지 않으며, 선명한 주황빛의 붉은 모발 색을 지니고 있고 가을 색에 비해서는 밝고 선명한 색이다. 피부색은 연한 베이지색으로 살갗빛이 감돌며 혈색이 좋은 피부로 볼 부분이 불그스름하다(김정임, 2017). 봄 유형의 특징은 대부분 연구결과에서高明도·고채도로 정의 내리고 있다(김현미, 2019; 김용현 외, 2018).

## (2) 여름 유형

여름 유형의 사람들은 봄 유형과 반대되는 블루 베이스의 붉은 혈색을 띠는 피부색을 지닌다. 손바닥, 팔 안쪽의 색소에 비해 얼굴에 혈색이 적은 예외적인 경우도 있지만, 일반적으로 붉은 기를 지닌 경우가 많다(신수범, 2021). 여름 유형의 대표적인 키워드는 라이트(light), 뮤트(mute)이고, 부드럽고 연하며 친근한 성격의 사람이 많고 산뜻하면서 엘레강스한 스타일과 지극히 화사하고 부드러운 여성스러운 스타일이 주를 이룬다(구회영, 2020). 피부색은 노란 기보다 푸른 기가 느낄 수 있고 복숭아빛이나 분홍색이 살짝 돌고 불투명해 보인다. 눈동자 색은 로즈 브라운 또는 회색빛이 띠는 블루가 많고, 머리카락 색은 윤기가 없고 검기는 하지만 부드러운 갈색에 가깝다(박

현숙, 2023). 여름 유형의 특징은 대부분 연구결과에서高明도・저채도로 정의 내리고 있다(김보나, 2022; 김현미, 2019).

### (3) 가을 유형

가을 유형의 사람들은 봄 유형과 같은 옐로 베이스의 피부색을 가지고 있고 대표적인 키워드는 딥(deep), 덜(dull)이며 명도와 채도가 비교적 낮고 차분한 색상과 잘 어울리는 것이 특징이다(신수범, 2021). 가을 유형의 사람들은 부드럽고 따뜻한 이미지를 갖고 있어 내추럴한 이미지와 고저스한 이미지, 클래식한 이미지를 주고 황색 빛이 주를 이루어 가라앉는 느낌이 있다(김보나, 2022). 가을 유형의 피부색은 노란빛을 띠고 건강한 톤의 피부색이고 혈색이 없어 보이며 잡티, 기미가 생기게 되면 짙은 편이다. 햇볕에 잘 타는 타입으로 쉽게 얼굴색이 어둡게 변하며 두피 및 눈동자, 머리카락에도 황갈색 빛을 띠는 특징을 가지고 있다(이진아, 2022). 가을 유형의 특징은 대부분 연구결과에서 저명도・저채도로 정의 내리고 있다(정혜민 외 2021; 이소영, 이윤진, 2018).

### (4) 겨울 유형

겨울 유형의 사람들은 여름 유형과 같은 블루 베이스의 피부색을 지니고 명도와 채도의 대비가 크다. 일반적으로 푸른빛의 피부색을 지니고 창백하고 피부가 얇다는 것이 특징이며 사계절 유형 중에 색의 대비가 가장 강한 유형이다(신수범, 2021). 겨울 유형의 대표적인 키워드는 화이티시(whitish), 다크(dark)이며 모던하고 도회적이며 차갑고 강렬한 이미지를 가지고 있다(윤하나, 2015). 검은색, 파란색 또는 흰색이 섞여 겨울의 하얀

눈과 차갑고 추운 느낌의 매우 밝은 색, 진한 색, 형광 색, 매우 어두운 색으로 구성된다(문선희, 2022). 겨울 유형의 피부색은 푸르스름한 빛을 지니고 있고 창백하거나 차가워 보이며 홍조를 띠지 않으며 피부 결이 얇고 혈관이 비칠 정도로 투명한 것이 특징이다(최민령 외, 2016). 머리카락 색은 윤기가 있고 푸른빛을 띠는 흑갈색이거나 선명한 검은색이 많은 편이고, 검은색 눈동자를 지니고 있어 하얀 피부색과 대조를 이룬다(이진아, 2022). 겨울 유형의 특징은 대부분 연구결과에서 파란색과 검은색을 기본으로 고채도·고명도로 정의 내리고 있다(최민령 외, 2016).

### 3) 어울리는 색의 활용

개인의 특성이 중요시되면서 패션 관련 분야에 퍼스널컬러 이미지 연출의 중요성이 날로 커지고 있고, 뷰티 산업 분야에서도 비중이 크게 자리 잡아가고 있다(이지영, 2023). 퍼스널컬러를 통해 개인에게 어울리는 컬러와 어울리지 않는 컬러를 찾을 수 있고 이를 활용하여 의상, 메이크업, 헤어, 네일아트 등에서 적절한 컬러 코디네이션을 연출할 수 있다.

#### (1) 봄 유형

봄 유형에 어울리는 뷰티와 패션 스타일은 캐주얼하고 로맨틱한 이미지로 비비드 톤의 오렌지와 베이지 컬러를 활용하고 다양한 컬러를 사용하여 톤온톤 배색 기법으로 연출하는 것이 특징이다. 아이보리 컬러의 드레스와 여성스러움을 강조하는 레이스, 투명한 쉬폰과 장식적인 비즈 소재를 선택하고, 메이크업은 대체로 밝은 명도를 사용하여 로맨틱하고 귀여운 이미지를 표현하며 헤어 컬러도 봄의 오렌지 레드 컬러로 연출한다(정혜민 외, 2021).

#### (2) 여름 유형

여름 유형에 어울리는 뷰티와 패션 스타일은 라이트 그레이시 톤의 아이보리와 쿨 블루를 활용하여 페미닌하고 엘레강스 이미지를 연출한다. 매끄러운 질감으로 광택감이 나는 부드러운 새틴 소재의 드레스로 표현하고, 메이크업은 차가운 베이스 컬러로 깨끗하며 우아한 이미지를 연출하며 헤어 컬러는 차가운 소프트 블랙으로 연출한다(김가현, 2021).

### (3) 가을 유형

가을 유형에 어울리는 뷰티와 패션 스타일은 딥 톤 브라운, 베이지와 오렌지 등의 색상을 사용하여 내추럴하고 클래식한 이미지를 연출한다. 다양한 레이스가 결합된 소재와 광택이 없으며 뽀뽀하게 보이는 툴소재와 레이스를 선택하고, 메이크업은 어두운 컬러를 사용하여 고혹적이면서 클래식한 이미지를 표현하며 헤어 컬러는 다크 레드 브라운으로 연출한다(이지영, 2023).

### (4) 겨울 유형

겨울 유형에 어울리는 뷰티와 패션 스타일은 비비드 톤의 블루와 다크 그레이 톤의 블루 등을 사용하여 모던하고 댄디한 이미지를 연출한다(이지영, 2023). 광택감이 은은하게 있는 미카도 실크 소재를 선택하고 메이크업은 블랙, 와인레드, 비비드 핑크 컬러로 선명하면서 모던한 이미지를 표현하며 헤어 컬러는 다크 블랙으로 연출한다(이자령, 이윤지, 2018).

이 밖에도 시대의 흐름에 따라 메이크업 분야뿐만 아니라 화장품, 마케팅 등 분야에서도 퍼스널컬러의 중요성과 필요성을 증명하고 있다(박현숙, 정윤석, 2023).

### 3. 선행연구 조사

퍼스널컬러에 관한 선행연구로 ‘퍼스널컬러 유형 분류’에 관한 것을 살펴보면, 김가현 외(2024)는 ‘얼굴형별 이미지와 퍼스널컬러 유형의 연관성 분석’에서 20대 여성 504명을 대상으로 조사하여 퍼스널컬러 유형과 얼굴형별 이미지 특징이 연관성이 있음을 밝혔다. 최민령(2021)은 ‘퍼스널컬러 유형 진단 알고리즘 생성을 위한 얼굴색도 분포에 관한 연구 -Z세대를 중심으로-’에서 퍼스널컬러 유형 진단의 프로그램 개발을 위해 500명에 육박하는 실측 대상자를 기준으로 유형 분류에 기준이 되는 정량화된 얼굴색의 분포와 유형 분류를 위한 추적 부위를 확인하였다.

퍼스널컬러의 인식과 뷰티관리 행동에 관한 선행연구를 살펴보면, 김서은(2024)은 ‘여성의 퍼스널컬러 인식이 뷰티 관리 행동 및 이미지메이킹에 미치는 영향’에서 뷰티 관리 행동, 퍼스널컬러 인식 및 이미지메이킹의 상관관계를 분석하였고 이미지와 퍼스널컬러 인식의 관계에서 뷰티 관리 행동의 매개효과를 연구하였다. 김지선(2023)은 ‘여고생의 퍼스널컬러 인식이 외모 관심도 및 뷰티관리행동에 미치는 영향’에서 전라남도에 거주하는 여고생을 대상으로 온라인과 오프라인 설문 조사를 실시하여 퍼스널컬러의 인식이 뷰티관리행동 및 외모 관심도에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 밝혔다.

퍼스널컬러와 구매 행동에 관한 선행연구를 살펴보면, 류순희 외(2024)는 ‘퍼스널컬러 유형에 따른 라이프스타일과 자기 이미지가 색조화장품 구매 행동에 미치는 영향’에서 20~59세 여성들을 대상으로 퍼스널컬러 유형에 따른 자기 이미지와 라이프스타일이 색조화장품 구매 행동에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 밝혔다. 박민선, 임은진(2024)은 ‘여대생의 퍼스널 컬러 인식과 메이크업 행동, 색조화장품 구매 행동과의 상관관계’에서 사회 진출을 앞둔 여자 대학생을 대상으로 메이크업 행동과 퍼스널컬러 인식, 색조화장품



구매 행동 간의 상관성이 있음을 밝혔다.

퍼스널컬러의 활용에 관한 선행연구를 살펴보면, 박윤영(2023)은 ‘퍼스널 컬러와 어울리는 DIY 핸드크림 향의 방향성 모색’에서 향 선호도와 퍼스널 컬러 유형의 관계를 연구하여 개인에게 어울리는 DIY 핸드크림 향을 제안하고 이론적 고찰과 실증적 연구를 병행하였다. 구회영(2020)은 ‘퍼스널 컬러를 활용한 반영구 화장 색소 제안에 관한 연구’에서 퍼스널컬러의 구성요소를 바탕으로 반영구 화장 컬러를 제안하고 자신에게 어울리는 컬러와 최상의 이미지를 제안하였으며 반영구 화장 색소의 웹 톤과 쿨 톤을 객관화할 기준을 설정하였다<Table 1>.

<Table 1> Literature review of studies related to the personal color

Category	Researcher	Title
Classifica- tion of personal color type	Ga-Hyun Kim et. (2024)	Analysis of the Association between Image by Face Shape and Personal Color Type
	CHOI, Min Lyoung (2021)	Study on the Face Color Distribution aimed at Creating Algorithms to Determine the Personal Color Type -focused on Z generation-
Perception of personal color and beauty management behavior	Kim, Seo Eun (2024)	The Influence of Women’s Personal Color Perception on Image Management Behavior and Image Making
	Kim, Ji Seon (2023)	The effect of high school girls' personal color recognition on appearance interest and beauty management behavior
Personal color and buying behavior	Soon-Hee Ryu et. (2024)	The Impact of Lifestyle and Self-Image on Color Cosmetics Purchasing Behavior based on Personal Color Type
	Min Sun Park1, Eun Jin Im(2024)	Correlation Between Female University Students’ Personal Color Perception, Makeup Behavior, Color Cosmetics Purchase Behavior
Use of personal color	Park, Yoon yeong (2023)	Searching for the direction of DIY hand cream fragrance that matches personal color
	Ku, Hoey- Young (2020)	Proposal of research and utilizing personal color and semi-permanent makeup pigmentation

좋아하는 색에 관한 것으로 이은정(2023)은 ‘성격특성과 색채 선호도의 인과관계’에서 색채 선호도에 대한 정신적·정서적 의미 구조 분석을 통해 성격특성을 설명할 가능성을 연구하였다. 김연숙(2022)은 ‘유아의 색채 선호와 유아 성격 5요인 관계 연구’에서 유아의 외형적인 모습과 내면에 숨겨져 있는 모습을 만다라 그림의 색채 선호를 통하여 유아의 심리를 연구하였다. 최영미(2021)는 ‘성인의 선호색과 의복 컬러와의 상관관계 연구: 20~30대 남녀를 중심으로’에서 20~30대 성인 남녀를 대상으로 색에 관한 관심도, 일반 선호색과 특정 색을 선호하는 이유, 의복 선호색, 의복 구매 시 색의 중요성에 대해 분석하였다. 송민정(2019)은 ‘퍼스널컬러 컨설팅 결과와 선호색의 불일치가 자아존중감에 따라 인지 부조화 대응 행동에 미치는 영향 연구’에서 퍼스널컬러 컨설팅 결과가 선호색과 일치하지 않는 경우 발생하는 인지 부조화 감소를 위한 대응 행동들에 대해 자아존중감이 높은 집단과 낮은 집단의 차이를 검증하였다. 정수신(2016)은 ‘아동의 라이프스타일에 따른 색채 선호도 연구’에서 아동에 성별에 따른 선호 색과 비 선호 색을 분석하여 아동의 라이프스타일 하위변인에 따라 색채 선호에 영향을 미치는 색의 속성에 따른 차이를 분석하였다<Table 2>.

<Table 2> Literature review of studies related to the favorite color

Researcher	Title
Lee, EunJeong(2023)	The causality between personality traits and color preference
Kim, Yeon-sook (2022)	A study on the relationship between color preference in five factors of infant personality
Choi, Young Mee(2021)	A Study on the Correlation of Preferred Colors to Clothing Colors in Adults : with priority given to those in their 20s and 30s
Song, Minjeong (2019)	A study on the effect of discrepancy of personal color consulting result and preferred color on cognitive dissonance behavior in accordance with self-esteem
JEONG, SU JIN (2016)	The Effect of Color Preference Depending on the Lifestyle of Children

### Ⅲ. 연구방법

#### 1. 연구모형

퍼스널컬러 유형별 어울리는 색과 선호색 간의 상관성 연구의 연구모형은 다음과 같다(Fig. 1).

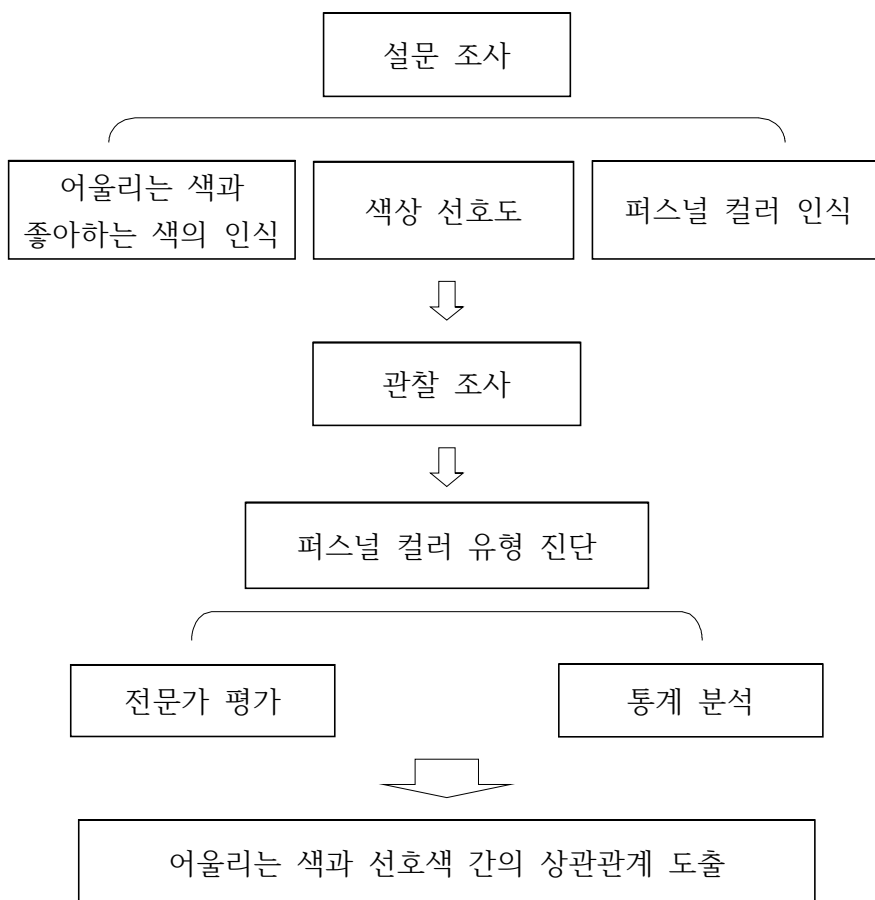


Fig. 1. Research model

## 2. 연구방법

### 1) 연구 대상자 선정

본 연구는 설문과 관찰로 구분하였으며, 연구수행 전 서경대학교 기관생명윤리위원회의 심의 승인(SKUIRB-2023-01-063)을 받은 후 진행하였다. 설문을 위한 대상자는 서울시에 거주하는 일상생활 또는 사회생활의 대인 관계를 위한 뷰티 행동이 활발한 20대의 성인 여성(20세 이상~30세 미만) 230명을 실시하였다. 관찰은 퍼스널컬러 유형 진단을 하였으며, 대상자는 설문 조사 응답자와 동일한 230명 전원을 대상으로 설명문 및 동의서와 초상권 이용 동의서에 서명을 받았다. 이 중 신체 내부적인 요인이나 흡연, 비타민제 복용 등으로 피부색이 급격히 변화되었다고 스스로 인지하고 있는 사람이거나 실험일 기준 1년 이내에 태닝(tanning)등의 인위적인 처치를 한 사람은 관찰에서 제외하여(위키백과, 2024) 213명을 최종 분석에 사용하였다.

### 2) 연구 내용 및 방법

설문 조사는 설문 항목을 구성하여 자기 기입식 대면 방식으로 진행하였으며, 평가항목은 김현진(2022), 최영미(2021), 이지혜(2019), 김수예(2013)의 선행연구 설문항목에서 연구자가 본 논문에 적합하게 수정 작성하여 ‘인구 통계적 특성’, ‘좋아하는 색과 어울리는 색의 인식’, ‘색상 선호도’, ‘퍼스널컬러 인식’으로 구성하였다.

인구 통계적 특성은 ‘성별’, ‘나이’, ‘한 달 평균 외모 투자비용’, ‘자신의 퍼스널컬러 유형의 인지 여부’, ‘퍼스널컬러 유형을 알게 된 경로’의 총 5문

항으로 구성하였다(이지혜, 2019).

좋아하는 색과 어울리는 색의 인식에 관한 문항은 ‘평소에 색에 관한 관심이 있다’, ‘어울리지 않아도 유행하는 색상을 선호한다’, ‘어울리지 않아도 남들과 다른 개성 있는 색상을 선호한다’, ‘피부색과 맞는 색상을 선호한다’, ‘선호하는 색과 어울리는 색이 일치한다’, ‘주로 사용하는 색은 어울리는 색과 일치한다’, ‘주로 사용하는 색은 좋아하는 색과 일치한다’의 총 7 문항으로 구성하였다(김현진, 2023; 이지혜, 2019).

색상 선호도에 관한 문항은 ‘평소 가장 좋아하는 색’, ‘좋아하는 이유’, ‘평소 가장 좋아하는 색조(톤)’의 총 3문항으로 구성하였다(김현진, 2023; 최영미, 2021; 김수예, 2013).

퍼스널컬러 인식에 관한 문항은 ‘퍼스널컬러에 대해 들어본 적이 있다.’, ‘퍼스널컬러를 알기 위해 전문가의 조언이나 진단을 받아보고 싶다.’, ‘나의 피부색과 어울리는 컬러를 알고 있다.’, ‘나의 피부색과 어울리지 않는 컬러를 알고 있다.’, ‘퍼스널컬러는 메이크업을 하는 데 필요하다고 생각한다.’, ‘퍼스널컬러는 외모 연출에 있어서 중요하다.’의 총 6문항으로 구성하였다(김현진, 2023; 이지혜, 2019)<Table 3>.

일반적 특성과 색상 선호도는 명목 척도로, 어울리는 색과 좋아하는 색의 인식과 퍼스널컬러 인식은 5점 리커트(Likert) 척도를 사용하여 ‘매우 그렇다-5점’, ‘그렇다-4점’, ‘보통이다-3점’, ‘그렇지 않다-2점’, ‘전혀 그렇지 않다-1점’으로 평가 기준을 선정하였다.

<Table 3> Composition of questionnaire

Questions	Source	Number of Questions
General characteristics	Lee Ji Hye(2019), Researcher	5
Perception of favorite color and matching color	Kim, Hyun Jin(2023), Lee Ji Hye(2019), Researcher	7
Color preference	Kim, Hyun Jin(2023), Choi, Young Mee(2021), Soo-Yae, Kim(2013), Researcher	3
Perception of personal color	Kim, Hyun Jin(2023), Lee Ji Hye(2019)	6

퍼스널컬러 유형 진단을 위한 관찰 조사는 설문 조사와 같은 날 동시에 진행하였으며, 진단 도구는 퍼스널컬러 드레이핑 진단천(Quick stripe draping, Four Season Color Draping, KBSOFA, Nonhyeon, Korea)을 사용하였다. 진단 단계는 1차로 따뜻한 유형과 차가운 유형으로 분석한 후, 2차로 사계절 유형으로 분석하였다.

진단을 위해 자연광에 가장 근접한 6500K의 조명을 사용하여 진행하였으며 진단환경은 벽면이 무채색으로 유지된 상태에서 이루어졌다. 모든 액세서리 탈착과 화장을 지운 후, 머리카락과 의상 색이 얼굴색에 영향을 미치지 않도록 흰색 어깨 보를 착용하였다. 퍼스널컬러 드레이핑 진단 천을 목 부분의 턱선이 보이는 위치에 두고, 얼굴을 정면을 응시한 상태로 진단하였다.

관찰 항목은 퍼스널컬러 유형 분류의 평가 기준을 조사한 선행연구(이소



영, 이윤진, 2018; 신향선, 2016; 차호연 외, 2011)를 근거로 얼굴색과 형태의 조화와 부조화의 요인으로 분류하였다. 얼굴색의 변화는 피부 밝기, 투명도, 피부 톤의 균일감, 노란 기의 감소 또는 증가, 붉은 기의 감소 또는 증가로 선정하였다(이자령, 2020). 형태는 입체적 또는 평면적, 여드름, 잔주름, 모공 등의 변화, 눈동자 선명도, 이목구비와 윤곽의 변화로 선정하였다(문선희, 2022).

퍼스널컬러 분야에서 10년 이상 종사한 전문가 5인의 관능 평가로 3명의 동일한 조건에서 독립적으로 진단을 수행하였으며 결과의 일치율은 85%로 나타났다. 퍼스널컬러 조화와 부조화의 요인은 다음과 같다<Table 4>.

<Table 4> Factors of change in diagnosis of personal color type

Change factor	Harmony factor	Disharmony factor
Face color	Face color looks brighter	Face color looks darker
	Face color appears transparent	Face color looks dull
	Reducing redness in complexion	Increasing redness in complexion
	Reducing yellowness in complexion	Increasing yellowness in complexion
Face shape	Looks three-dimensional	Looks flat
	The angles of the face looks softer	The angles of the face looks prominent
	Wrinkles and shade become lighter	Wrinkles and shade become darker
	Blemishes, freckles, and acne fade	Blemishes, freckles, and acne darken
	The pupils are clear	The eyes are blurry

### 3) 통계분석 방법

본 연구의 자료는 SPSS 25.0 프로그램을 사용하여 다음과 같은 통계분석을 실시하였다.

첫째, 연구대상의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였고, 연구 변인의 수준을 파악하기 위해 기술통계분석을 실시하였다.

둘째, 퍼스널컬러의 따뜻한 유형과 차가운 유형, 사계절 유형에 따라서 퍼스널컬러와 좋아하는 색의 일치도에 차이가 있는지 파악하기 위해 카이제곱검정(chi-squared test)을 실시하였다.

셋째, 측정 도구의 타당성 분석을 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였으며, 크론바하 알파(Cronbach's alpha) 계수를 이용하여 요인을 구성하는 항목들의 신뢰도를 분석하였다.

넷째, 연구 변인들 간의 상관관계를 알아보기 위하여 상관분석(Pearson's correlation)을 실시하였다.

다섯째, 연구대상의 일반적 특성에 따라 연구 변인에 차이가 있는지 파악하기 위해 독립표본 t검정(independent sample t-test)과 일원배치 분산분석(one-way ANOVA) 및 Scheffe의 사후검정을 실시하였다.

상기 통계분석은 유의수준 5%를 기준으로 통계적 유의성 여부를 판단하였다.

## IV. 연구결과

### 1. 좋아하는 색과 좋아하는 이유 및 퍼스널컬러 인지 여부

본 연구를 위해 여성 213명을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 연구 대상의 일반적 특성은 다음과 같다<Table 5>.

연령은 ‘24~26세’가 84명(39.4%)으로 가장 많았고, ‘20~23세’ 75명(35.2%), ‘27~29세’ 54명(25.4%) 순으로 나타났다. 월평균 외모 투자비용은 ‘10만원 이상~20만원 미만’이 60명(28.2%)으로 가장 많았고, ‘10만원 미만’ 57명(26.8%), ‘20만원 이상~30만원 미만’ 42명(19.7%), ‘30만원 이상~40만원 미만’ 27명(12.7%), ‘50만원 이상’ 27명(12.7%) 순으로 나타났다. 자신의 퍼스널컬러 인지 여부는 ‘예’가 162명(76.1%)으로 ‘아니오’ 51명(23.9%)보다 높게 나타났다.

퍼스널컬러 인식 경로는 ‘전문가에게 진단을 받았음’이 96명(50.8%)으로 가장 많았으며, 다음으로 ‘관련 앱(APP)을 이용해 자가진단을 하였음’ 24명(12.7%), ‘본인의 피부색을 보고 추측하였음’ 21명(11.1%), ‘평소 본인이 좋아하는 색을 보고 추측하였음’ 18명(9.5%), ‘평소 본인이 어울린다고 생각하는 색을 보고 추측하였음’ 18명(9.5%), ‘평소 본인이 입는 옷이나 화장 색을 본 주변 사람들의 반응을 보고 추측하였음’ 12명(6.3%) 순으로 나타났다.

좋아하는 색은 ‘흰색 계열’이 129명(18.8%)으로 가장 많았으며, 다음으로 ‘검은색 계열’ 111명(16.2%), ‘파란색 계열’ 90명(13.1%), ‘회색 계열’ 72명(10.5%), ‘초록색 계열’ 69명(10.0%), ‘노란색 계열’ 66명(9.6%), ‘붉은색 계열’ 51명(7.4%), ‘보라색 계열’ 51명(7.4%), ‘갈색 계열’ 48명(7.0%) 순으로 나타났다.

좋아하는 색 이유는 ‘내가 좋아하는 색이어서’가 150명(30.1%)으로 가장

많았으며, 다음으로 ‘내 피부색에 어울린다고 생각하는 색이어서’ 123명(24.7%), ‘심리적으로 그냥 끌리는 색이어서’ 93명(18.7%), ‘내 나이와 이미지에 어울린다고 생각하는 색이어서’ 75명(15.1%), ‘특별한 이유 없음’ 27명(5.4%), ‘내가 좋아하는 사람이 좋아하는 색이어서’ 21명(4.2%), ‘요즘 유행하는 색이어서’ 9명(1.8%) 순으로 나타났다.

좋아하는 색조는 ‘연한 톤’이 117명(22.0%)으로 가장 많았으며, 다음으로 ‘밝은 톤’ 102명(19.2%), ‘선명한 톤’ 78명(14.7%), ‘어두운 톤’ 54명(10.2%), ‘진한 톤’ 48명(9.0%), ‘흐린 톤’ 39명(7.3%), ‘흰기가 있는 톤’ 39명(7.3%), ‘회색기가 있는 톤’ 24명(4.5%), ‘검은기가 있는 톤’ 21명(4.0%), ‘탁한 톤’ 9명(1.7%) 순으로 나타났다.

이러한 결과는 류순희, 한지수(2021)의 연구에서 퍼스널컬러를 인식하는 20대 여성이 47.0%로 나타났으며, 이 연령대의 여성들이 퍼스널컬러에 대해 높은 관심을 보이고 있지만 자신의 퍼스널컬러 정확히 알고 있는 비율은 상대적으로 낮다는 결과와 차이가 있었다. 반면, 평소 가장 좋아하는 색이 ‘흰색 계열’과 ‘검은색 계열’, 평소 가장 좋아하는 색조가 ‘연한 톤’이 가장 높게 나타나는 것은 최영미(2021)의 20대 성인 여성들은 검은색 계열, 흰색 계열을 더 선호하다는 것과 성인들이 평소 좋아하는 색조가 연한 톤이며, 특히 여성은 남성보다 연한 톤을 더 선호하는 경향이라는 연구와 유사한 결과였다.

또한, 특정 색을 좋아하는 이유가 ‘본인이 좋아하는 색이어서’와 ‘내 피부색에 어울린다고 생각하는 색이어서’가 가장 높게 응답한 것은 본인이 선호하는 색을 어울리는 색으로 인지하는 경우가 많다는 김현미(2019)의 연구와 맥을 같이한 결과였다.

<Table 5> General characteristics

Item	Category	N	%
Age	20 to 23 years old	75	35.2
	24 to 26 years old	84	39.4
	27 to 29 years old	54	25.4
Average monthly appearance investment cost	below 100,000 won	57	26.8
	100,000 to below 200,000 won	60	28.2
	200,000 to below 300,000 won	42	19.7
	300,000 to below 400,000 won	27	12.7
	400,000 won or more	27	12.7
Whether or not I perceived my personal color	yes	162	76.1
	no	51	23.9
Beginning of personal color perception trajectory (N=189)	I was diagnosed by a specialist	96	50.8
	I did a self-diagnosis by using personal coloring app	24	12.7
	I guessed based on my skin color	21	11.1
	I guessed based on my favorite color	18	9.5
	I guessed based on color that I think suits me	18	9.5
	I guessed based on the responses of people looking at colors of clothes or makeup I usually wear.	12	6.3

<뒷면에 계속>

Favorite color (N=687)	red	51	7.4
	yellow	66	9.6
	green	69	10.0
	blue	90	13.1
	purple	51	7.4
	brown	48	7.0
	gray	72	10.5
	black	111	16.2
	white	129	18.8
Favorite color tone (N=351)	vivid tone	78	14.7
	deep tone	48	9.0
	dark tone	54	10.2
	dull tone	9	1.7
	bright tone	102	19.2
	cloudy tone	39	7.3
	light tone	117	22.0
	tone with white undertones	39	7.3
	grayish tone	24	4.5
	tone with black undertones	21	4.0
Total		213	100.0

## 2. 측정도구의 타당도와 신뢰도 분석

본 연구에서 활용한 측정 도구의 타당도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였다. 요인분석 방법 중 원래 변수들의 분산 중 가급적 많은 부분을 설명하는 요인을 추출하면서 정보손실을 최소화하는 주성분분석(principal component analysis)을 사용하였고, 요인의 독립성을 유지하면서 요인구조가 가장 뚜렷할 때까지 요인을 회전시키는 베리맥스 회전(varimax rotation)을 사용하여 분석하였다.

요인 분류는 고유값(eigen value)이 1 이상일 때 하나의 요인으로 구성하였으며, 공통성(communality)과 요인 적재량(factor loading)이 .40 이상이면 해당 요인으로 분류하였다(Song, 2016).

### 1) 좋아하는 색과 어울리는 색 인식

좋아하는 색과 어울리는 색 인식은 5개의 항목으로 요인분석을 실시한 결과는 다음과 같다<Table 6>.

요인분석 결과, KMO 측도는 .609로 나타났으며, Bartlett의 구형성 검증 결과 또한 유의하게 나타나( $p < .001$ ), 요인분석 모형은 적합한 것으로 판단되었다.

좋아하는 색과 어울리는 색 인식은 2개의 요인으로 분류되었으며, 2개의 요인은 71.157%의 요인 설명력을 보였다. 첫 번째 요인은 2개 항목의 ‘어울리는 색의 수용도’로 ‘나는 나에게 어울리지 않아도 유행하는 색상을 선호한다’, ‘나는 나에게 어울리지 않아도 남들과 다른 개성 있는 색상을 선호한다’의 요인이 적합하였다. 두 번째 요인은 3개 항목으로 ‘어울리는 색의 일치도’로 구성되었다. 또한, 크론바흐 알파(Cronbach's alpha) 계수가

좋아하는 색과 어울리는 색 인식 전체는 .577, 어울리는 색의 수용도는 .592, 어울리는 색의 일치도는 .788로 나타나 신뢰도가 양호한 것으로 판단되었다.

<Table 6> Factor analysis of perception of favorite color and matching color

Item	Factor	
	Acceptance of matching color	Conformity of matching color
I prefer colors that are trendy even if they don't suit me.	.832	.011
I prefer unique colors that are different from others, even if they don't suit me.	.847	.031
I like the colors that match my preferences.	.017	.867
The colors I usually use match the colors that suit me.	-.114	.839
The colors I usually use match my favorite colors	.165	.807
Eigenvalues	1.450	2.108
Common Variance(%)	28.994	42.163
Cumulative Variance(%)	28.994	71.157
Cronbach's $\alpha$	.592	.788
KMO=.609, Bartlett $\chi^2=247.221(p<.001)$		



## 2) 퍼스널컬러 인식

퍼스널컬러 인식은 6개의 항목으로 요인분석을 실시한 결과는 다음과 같다<Table 7>.

요인분석 결과, KMO 측도는 .748로 나타났으며, Bartlett의 구형성 검증 결과 또한 유의하게 나타나( $p < .001$ ), 요인분석 모형은 적합한 것으로 판단되었다.

퍼스널컬러 인식은 1개의 요인으로 분류되었으며, 1개의 요인은 52.271%의 요인 설명력을 보였다. 항목은 ‘나는 퍼스널컬러에 대해 들어본 적이 있다’, ‘나는 퍼스널컬러를 알기 위해 전문가의 조언이나 진단을 받아보고 싶다’, ‘나는 나의 피부색과 어울리는 컬러를 알고 있다’, ‘나는 나의 피부색과 어울리지 않는 컬러를 알고 있다’, ‘퍼스널컬러는 메이크업을 하는 데 필요하다고 생각한다’, ‘퍼스널컬러는 외모 연출에 있어서 중요하다’의 요인이 적합하였다.

또한 크론바흐 알파(Cronbach's alpha) 계수가 .788로 나타나 신뢰도가 양호한 것으로 판단되었다.

<Table 7> Factor analysis of perception of personal color

Item	Factor
	Perception of personal color
I've heard of personal color.	.799
I would like to receive advice or diagnosis from an expert to find out my personal color.	.781
I know the color that matches my skin tone.	.670
I know the color that does not make a good match for my skin tone.	.442
I think personal color is necessary for applying makeup.	.760
Personal color is important for enhancing my looks.	.815
Eigenvalues	3.136
Common Variance(%)	52.271
Cumulative Variance(%)	52.271
Cronbach's $\alpha$	.788
KMO=.748, Bartlett $\chi^2=452.541(p<.001)$	

### 3. 좋아하는 색과 어울리는 색 및 퍼스널컬러 인식

본 연구에서 측정한 연구변인의 수준을 파악하기 위해 평균과 표준편차를 산출하였다<Table 8>.

좋아하는 색과 어울리는 색 인식의 평균은 5점 만점에 3.68로 나타났고, 하위요인의 평균은 어울리는 색의 수용도 3.51, 어울리는 색의 일치도 3.79로 나타났다. 퍼스널컬러 인식의 평균은 5점 만점에 4.07로 나타났다. 또한, 변수들의 정규성 가정 충족 여부를 판단하기 위해 왜도(skewness)와 첨도(kurtosis)를 산출하였다. 왜도는 절댓값 3 미만, 첨도는 절댓값 10 미만이면 정규분포에 근사하는 것으로 판단하는데(Kline, 2016), 모든 변수가 정규성 가정을 충족하는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 좋아하는 색과 어울리는 색을 인지하는 것이 보통 이상으로 높았고, 어울리는 색이 본인이 좋아하는 색과 일치하여 어울리는 색을 수용하는 정도도 보통 이상으로 높다는 것을 알 수 있었다. 또한, 본인에게 어울리는 색을 퍼스널컬러로 인식하는 것도 보통 이상으로 높다는 것을 알 수 있었다.

<Table 8> Descriptive statistics on perception of favorite color, matching color and personal color

Variable		Mini- mum	Maxi- mum	Mean	SD	Skew- ness	Kurto- sis
Perception of favorite colors and matching colors	Acceptance of matching colors	1.00	5.00	3.51	0.89	-0.26	-0.19
	Conformity of matching colors	1.67	5.00	3.79	0.74	-0.19	-0.13
	Total	2.20	5.00	3.68	0.58	-0.37	0.39
Perception of personal color		2.00	5.00	4.07	0.63	-0.39	0.29

#### 4. 퍼스널컬러와 좋아하는 색의 상관관계

본 연구의 변인 간 상관관계를 파악하기 위해 Pearson의 상관분석을 실시하였다<Table 9>.

퍼스널컬러 인식은 좋아하는 색과 어울리는 색 인식과 통계적으로 유의한 정(+)적 상관관계를 보였고( $r=.395$ ,  $p<.001$ ), 좋아하는 색과 어울리는 색 인식의 하위요인인 어울리는 색의 일치도( $r=.552$ ,  $p<.001$ )와도 유의한 정(+)적 상관관계를 보였으며, 어울리는 색의 수용도와는 유의한 상관을 보이지 않았다( $p>.05$ ). 이러한 결과는 본인의 퍼스널컬러에 대한 인식도가 높을수록 좋아하는 색과 어울리는 색의 일치도가 높아진다는 것으로, 퍼스널컬러를 잘 알면 좋아하는 색도 퍼스널컬러와 일치하는 정도가 높다고 것을 알 수 있었다.

좋아하는 색은 주변 환경과 대상에 따라 달라질 수 있고, 각자의 의지와 감정을 표현하는 언어라고 할 수 있다(송민정, 1029). 따라서 좋아하는 색이 꼭 어울리는 색이 아니어도 좋아하는 색이 자신의 과거와 결합하여 긍정적인 경험과 환경에 영향을 주어 좋아하게 되는 것이라는 연구(김용숙, 2008)로 유추해 볼 때, 본인에게 어울리는 퍼스널컬러를 알고 이를 수용하여 외모 연출에 사용하면, 잦은 시각적 노출과 타인으로부터의 긍정적인 평가가 좋아하는 색에도 영향을 미칠 수 있다는 의미 있는 결과로 해석할 수 있다.

<Table 9> Correlation between personal color and favorite color

	Perception of favorite color and matching color	Acceptance of matching color	Conformity of matching color	Perception of personal color
Perception of favorite color and matching color	1			
Acceptance of matching color	.644***	1		
Conformity of matching color	.795***	.047	1	
Perception of personal color	.395***	-.046	.552***	1

\*\*\* p<.001

## 5. 일반적 특성에 따른 차이

연구대상자의 일반적 특성에 따라 연구변인에 차이가 있는지 파악하기 위해 독립표본 t검정(independent sample t-test)과 일원배치 분산분석(one-way ANOVA) 및 Scheffe의 사후검정을 실시하였다.

### 1) 연령에 따른 차이

연구대상자의 연령에 따른 어울리는 색의 수용도는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다<Table 10>.

‘27~29세’가 ‘20~23세’, ‘24~26세’보다 어울리는 색의 수용도가 더 높게 나타났다( $F=9.059$ ,  $p<.001$ ). 이러한 결과는 20대 중에서도 초반이나 중반보다는 후반 대 연령이 어울리는 색의 수용도가 가장 높다는 것을 알 수 있으며, 이것은 주혜진(2024), 강신(2011)의 선행연구에서 20대 후반 여성은 퍼스널컬러 필요성에 대한 인식과 수용도가 가장 높고 효율적인 미용 소비를 위해 퍼스널컬러에 대한 정보나 편리성을 인식하고 있다는 연구와 일치하는 결과였다.

<Table 10> Acceptance of matching color by age

Variable	Category	N	Mean	S.D	F	p (Scheffe)
Acceptance of matching color	20 to 23 years old	75	3.24	0.86	9.059***	<.001 (a,b<c)
	24 to 26 years old	84	3.52	1.00		
	27 to 29 years old	54	3.89	0.55		
Conformity of matching color	20 to 23 years	75	3.80	0.85	0.509	.602
	24 to 26 years old	84	3.83	0.58		
	27 to 29 years old	54	3.70	0.82		
Perception of favorite color and matching color	20 to 23 years old	75	3.58	0.67	2.062	.130
	24 to 26 years old	84	3.71	0.51		
	27 to 29 years old	54	3.78	0.56		
Perception of personal color	20 to 23 years old	75	4.04	0.66	2.369	.096
	24 to 26 years old	84	4.00	0.63		
	27 to 29 years old	54	4.23	0.59		

\*\*\* p<.001



## 2) 월 평균 외모 투자비용에 따른 차이

연구대상자의 월 평균 외모 투자비용에 따른 어울리는 색의 수용도와 일치도, 퍼스널컬러 인식은 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다 <Table 11>.

어울리는 색의 수용도는 ‘10만원 미만’이 ‘30만원~40만원 미만’보다 높게 나타났고( $F=2.828$ ,  $p<.05$ ), 어울리는 색의 일치도는 ‘30만원~40만원 미만’이 ‘10만원 미만’과 ‘50만원 이상’보다 높게 나타났다( $F=2.864$ ,  $p<.05$ ). 퍼스널컬러 인식은 ‘20만원~30만원 미만’이 ‘10만원 미만’보다 높게 나타났다( $F=4.661$ ,  $p<.01$ ).

이러한 결과는 퍼스널컬러를 인식하고 수용하는 사람들이 제품 등을 구매하는 한 달 평균 비용이 ‘10만원~30만원 미만’으로, 이민아(2020)의 연구에서 20대 여성들의 외모 관리 투자비용이 ‘15만~20만 미만’, 이지연(2018)의 연구에서 20대 여성들이 외모 관리 행동에 쓰는 월 평균 비용이 ‘6만~10만 미만’, 이지혜(2019)의 연구에서 20대 여성들이 월평균 외모 투자비용이 ‘10만~20만 미만’이라는 결과와 비교하여 높았다. 또한, 퍼스널컬러의 필요성에 대해 인식이 높을수록 어울리는 색의 수용도가 높고 어울리는 색을 활용하여 본인의 외모 관리를 하는 경우가 많다는 김서은(2024), 김지선(2023), 장은경(2022)의 연구결과와 유사하게, 어울리는 색이 좋아하는 색과 일치하는 사람일수록 한 달 평균 외모투자비용이 ‘30만원~40만원 미만’으로 더 높게 나타나 어울리는 색을 활용하는 사람이 외모를 위해 상당히 적극적인 투자를 한다는 것을 알 수 있었다.

<Table 11> Acceptance of matching color by average monthly appearance investment cost

Variable	Category	N	Mean	S.D	F	P (Scheffe)
Acceptance of matching color	below 100,000 won	57	3.68	0.81	2.828*	.026 (d<a)
	100,000 to below 200,000 won	60	3.63	0.83		
	200,000 to below 300,000 won	42	3.32	1.20		
	300,000 to below 400,000 won	27	3.11	0.63		
	400,000 won or more	27	3.61	0.67		
Conformity of matching color	below 100,000 won	57	3.60	0.71	2.864*	.024 (a,e<d)
	100,000 to below 200,000 won	60	3.85	0.68		
	200,000 to below 300,000 won	42	3.90	0.60		
	300,000 to below 400,000 won	27	4.07	0.80		
	400,000 won or more	27	3.59	0.96		
Perception of favorite color and matching color	below 100,000 won	57	3.63	0.53	0.506	.731
	100,000 to below 200,000 won	60	3.76	0.49		
	200,000 to below 300,000 won	42	3.67	0.69		
	300,000 to below 400,000 won	27	3.69	0.58		
	400,000 won or more	27	3.60	0.72		

<뒷면에 계속>

Perception of personal color	below 100,000 won	57	3.78	0.50		
	100,000 to below 200,000 won	60	4.15	0.76		
	200,000 to below 300,000 won	42	4.26	0.51	4.661**	.001 (a<c)
	300,000 to below 400,000 won	27	4.15	0.73		
	400,000 won or more	27	4.15	0.46		

\* p<.05 \*\* p<.01

### 3) 퍼스널컬러 인지 여부에 따른 차이

자신의 퍼스널컬러 인지 여부에 따른 좋아하는 색과 어울리는 색 인식과 어울리는 색의 일치도, 퍼스널컬러 인식은 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다<Table 12>.

좋아하는 색과 어울리는 색 인식( $t=3.653$ ,  $p<.001$ )과 어울리는 색의 일치도( $t=4.811$ ,  $p<.001$ ), 퍼스널컬러 인식( $t=9.289$ ,  $p<.001$ )은 퍼스널컬러를 ‘인지하고 있는 경우’가 ‘그렇지 않은 경우’보다 더 높게 나타났다.

이것은 퍼스널컬러를 인지하고 있는 사람들이 그렇지 않은 사람들보다 좋아하는 색과 어울리는 색을 인지하고 본인이 좋아하는 색이 어울리는 색과 일치한다고 생각하는 것으로, 본인이 좋아하는 색을 어울리는 색으로 인지하는 경우가 많다는 김현미(2019)의 연구를 입증하는 결과였다.

<Table 12> Perception, and conformity, of favorite color and matching color by personal color perception

Variable	Category	N	Mean	S.D	t	p
Acceptance of matching color	yes	162	3.49	0.94	-0.796	.427
	no	51	3.59	0.70		
Conformity of matching color	yes	162	3.92	0.74	4.811***	<.001
	no	51	3.37	0.58		
Perception of favorite color and matching color	yes	162	3.75	0.60	3.653***	<.001
	no	51	3.46	0.45		
Perception of personal color	yes	162	4.23	0.62	9.289***	<.001
	no	51	3.58	0.36		

\*\*\* p<.001

## 6. 퍼스널컬러와 좋아하는 색의 일치도

퍼스널컬러의 따뜻한 유형과 차가운 유형, 사계절 유형에 따라서 퍼스널컬러와 좋아하는 색의 일치도에 차이가 있는지 파악하기 위해 관찰 조사를 통한 퍼스널컬러 진단 결과와 좋아하는 색의 설문 문항에 대한 카이제곱검정(chi-squared test)을 실시한 결과는 다음과 같다.

퍼스널컬러가 차가운 색일 때 좋아하는 색과의 일치도가 '82.9%'로 퍼스널컬러가 따뜻한 색일 때 좋아하는 색과의 일치도 '38.9%'보다 높게 나타났다고, 이러한 차이는 통계적으로도 유의한 것으로 나타났다( $\chi^2=43.093$ ,  $p<.001$ ).

이것은 퍼스널컬러가 차가운 유형인 사람들이 따뜻한 유형의 사람보다 좋아하는 색과의 일치도가 더 높다는 것을 의미한다<Table 13>.

이러한 결과는 김가현(2020), 이자령(2020), 차호연(2011)의 퍼스널컬러 유형의 인구통계학적인 분포에서 차가운 유형이 따뜻한 유형보다 더 높은 비율을 차지하였고 절반 이상으로 나타났다는 연구처럼, 퍼스널컬러 유형 중에서 차가운 유형의 분포가 많은 만큼 좋아하는 색과의 일치도가 더 높은 것을 알 수 있었다.

<Table 13> Conformity of favorite color with warm/cold types of personal color

Item	Category	Personal color			$\chi^2$ (p)
		warm N(%)	cold N(%)	total N(%)	
Conformity of favorite color	conform	42(38.9)	87(82.9)	129(60.6)	43.093*** (<.001)
	not conform	66(61.1)	18(17.1)	84(39.4)	
Total		108(100.0)	105(100.0)	213(100.0)	

\*\*\* p<.001

따뜻한 색의 사계절 분류에 따라서 퍼스널컬러와 좋아하는 색의 일치도에 차이가 있는지 살펴보면, 퍼스널컬러가 ‘봄 유형’일 때 좋아하는 색과의 일치도가 35.0%로, 퍼스널컬러가 ‘가을 유형’일 때 좋아하는 색과의 일치도 25.0%보다 약간 높았으나 그 차이는 통계적으로 유의하지 않았으며 다음과 같다( $p > .05$ )<Table 14>.

<Table 14> Conformity of favorite color with spring/fall types of personal color

Item	Category	Personal color			$\chi^2$ (p)
		Spring N(%)	Fall N(%)	Total N(%)	
Conformity of favorite color	conform	21(35.0)	12(25.0)	33(30.6)	1.257 (.262)
	not conform	39(65.0)	36(75.0)	75(69.4)	
Total		60(100.0)	48(100.0)	108(100.0)	

\*\*\*  $p < .001$



차가운 색의 사계절 분류에 따라서 퍼스널컬러와 좋아하는 색의 일치도에 차이가 있는지 살펴보면, 퍼스널컬러가 ‘여름 유형’일 때 좋아하는 색과의 일치도가 39.1%로, 퍼스널컬러가 ‘겨울 유형’일 때 좋아하는 색과의 일치도 25.0%보다 약간 높았으나 그 차이는 통계적으로 유의하지 않았으며 다음과 같다( $p>.05$ )<Table 15>.

<Table 15> Conformity of favorite color with summer/winter types of personal color

Item	Category	Personal color			$\chi^2$ (p)
		Summer N(%)	Winter N(%)	Total N(%)	
Conformity of favorite color	conform	27(39.1)	9(25.0)	36(34.3)	2.097 (.148)
	not conform	42(60.9)	27(75.0)	69(65.7)	
Total		69(100.0)	36(100.0)	105(100.0)	

## V. 결론 및 제언

본 연구는 좋아하는 색과 퍼스널컬러의 인지에 대해 알아보고, 어울리는 색과 좋아하는 색의 상관성 여부를 조사하여 좋아하는 색이 퍼스널컬러의 어울리는 색을 진단할 수 있는 또 다른 변수가 될 수 있는지를 확인하고자 설문 조사와 관찰 및 전문가 평가를 통해 분석한 결과 다음과 같은 결론이 도출되었다.

첫째, 외모에 가장 관심이 많은 20대 여성들에게 퍼스널컬러는 본인에게 어울리는 색을 알기 위한 매우 유용한 정보가 되고 있고, 이를 적극적으로 활용하고 있다는 것을 알 수 있었다. 또한, 퍼스널컬러를 진단하는 다양한 앱(APP)이나 뷰티 디바이스(beauty device)가 산재되어 있으나 여전히 전문가에게 진단을 받는 경우가 많다는 것을 감안할 때, 퍼스널컬러 분야의 지속적인 성장과 발전 가능성을 기대할 수 있을 것으로 사료된다.

둘째, 20대 여성들이 가장 좋아하는 색은 대체로 차가운 계열이며, 연한 색조를 가장 선호한다는 것을 알 수 있었다. 또한, 퍼스널컬러를 인식하고 수용하는 사람일수록 외모에 대한 투자비용이 그렇지 않은 사람들보다 상당히 높다는 점을 감안할 때, 선호색 정보와 퍼스널컬러를 감안하여 이를 활용할 수 있는 다양한 제품을 출시하면 화장품의 판매 촉진이나 마케팅에 효과적일 것으로 사료된다.

셋째, 20대 여성들이 특정 색을 좋아하는 이유가 본인이 좋아하거나 본인의 피부색과 어울린다고 생각하는 경우가 많아 본인이 선호하는 색을 어울리는 색으로 인지하는 경우가 많다는 것을 알 수 있었다. 이것은 퍼스널컬러를 적극적으로 활용하는 사람일수록 어울리는 색을 좋아하는 색으로 인지하고 수용하는 정도가 더 높다는 점을 감안할 때, 퍼스널컬러에 관한

인식에 상당한 오류가 있는 것으로 판단된다. 더불어 연구대상자의 퍼스널 컬러 유형을 실제로 진단한 것과 본인이 인식하고 있는 결과와 비교하여 상당한 차이가 있었다는 것을 감안할 때, 선호색과 퍼스널컬러와의 개념을 명확히 하여 고객에게 선호색과 어울리는 색의 차이를 설명하고, 어울리는 색을 잘 수용할 수 있도록 정확한 정보를 제공하는 퍼스널컬러컨설턴트의 전문성과 책임감이 요구된다.

넷째, 퍼스널컬러와 좋아하는 색의 일치도를 조사한 결과 어울리는 색과 좋아하는 색은 이론적인 개념처럼 상호 다른 것임을 알 수 있었다. 그러나 인구통계학적인 개념에서 평균적인 분포를 감안할 때, 퍼스널컬러 유형이 차가운 사람의 경우 좋아하는 색과의 일치도가 상당히 높다는 것은 퍼스널 컬러 유형 진단 시 고려할 만한 점이라고 사료된다.

이상의 결론을 통해 퍼스널컬러와 좋아하는 색은 일치하지 않는 경우가 더 많다는 것을 알 수 있었으며, 좋아하는 색이 퍼스널컬러 진단의 변수가 되기에는 한계가 있음을 확인하였다. 단, 퍼스널컬러가 차가운 유형인 경우에는 좋아하는 색과의 일치도가 매우 높아 퍼스널컬러 유형 중 차가운 유형에는 진단의 변수가 될 수 있으므로 인구통계학적인 분포도를 감안할 때, 유용한 정보가 될 수 있다고 사료된다.

퍼스널컬러가 외모 연출에 유용한 정보가 될 수 있다는 것은 인정받고 있으나 여러 연구자가 퍼스널컬러가 육안을 통한 관능평가가 일반적이어서 그에 따른 오류가 생길 수 있다고 지적한 바와 같이 오류를 최소화 할 수 있는 다양한 방법을 간구해야 한다. 이러한 노력이 퍼스널컬러 분야의 지속적인 발전과 성장의 견인이 될 것으로 생각한다.

본 연구는 연구 대상자 집단을 213명, 나이를 20대로 한정하였기에 더 많은 집단과 나이를 대상으로 연구할 필요성이 있다. 현재 퍼스널컬러는 MZ 세대의 필수 정보로 인식되고 있고, 한류 관광 상품으로까지 인정받고

있다. 또한, 많은 사람이 퍼스널컬러 유형은 한 번이 아닌 여러 번 다른 컨설턴트에게 받아서 그 평균으로 자신의 유형을 판단하는 추세인 점을 감안할 때도 더 많은 집단을 조사하지 못했다는 한계가 있기에 후속 연구가 필요할 것으로 사료된다.

퍼스널컬러 유형을 크게 사계절 유형으로 분류하는 것이 일반적이기는 하지만, 전문 컨설팅 영역에서는 사계절 유형을 톤으로 세분화하는 경우도 많다. 본 연구에서의 결과가 사계절 유형으로 분류하였을 때 유일하게 여름 유형만 좋아하는 색과 어울리는 색과의 연관성이 있음을 확인하였지만, 계절별 톤에 따라 연관성이 있는지를 세분화하여 밝히는 것도 필요하다.

# 참 고 문 헌

## 1. 국내문헌

### <단행본>

- 김 영(2021). 「퍼스널컬러 프랙티컴 15」. 서울, 코코리.
- 김용숙(2008). 「컬러 심리 커뮤니케이션」. 서울, 일진사.
- 박연선(2007). 「색채용어사전」. 서울, 예림
- 양소영(2010). 「음악미술 개념사전」. 경기, 아울북.
- 조동제, 김주야, 신소영(2001). 「색의 이론과 실제」. 서울, 학문사.
- 최민령, 안미려, 방지애(2016). 「뷰티를 위한 컬러코디네이션」. 경기, 파워북.
- 파버 비렌, 김진한(2003). 「색채의 영향」. 서울, 시공사.

### <학위논문>

- 강 신(2012). 중국 여성의 퍼스널컬러 인식과 색조 화장품 색상 선호도에 관한 조사. 원광대학교 대학원 석사학위논문
- 구회영(2020). 퍼스널컬러를 활용한 반영구 화장 색소 제안에 관한 연구. 신라대학교 산업융합대학원 석사학위논문
- 김가현(2021). 얼굴형 이미지와 퍼스널컬러 유형 분류의 연관성 분석. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문
- 김보나(2022). 퍼스널컬러의 색채 특징: Jackson(1980)의 사계절 제안색을 중심으로. 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문

- 김서은(2024). 여성의 퍼스널컬러 인식이 뷰티관리행동 및 이미지메이킹에 미치는 영향. 남부대학교 대학원 석사학위논문
- 김수예(2013). 선호 색과 명화배색의 상관관계를 통한 20대 색채마케팅에 관한 연구: 인상주의 명화배색을 중심으로. 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문
- 김시현(2023). 색채 심리를 이용한 ADHD 아동의 행동 개선을 위한 사례 연구. 동아대학교 사회복지대학원 석사학위논문
- 김연숙(2022). 유아의 색채 선호와 유아 성격 5요인 관계 연구. 중부대학교 대학원 박사학위논문
- 김정임(2017). 헤어 직무 종사자들의 퍼스널컬러 헤어 적용에 대한 연구. 한남대학교 사회문화·행정복지대학원 석사학위논문
- 김지선(2023). 여고생의 퍼스널컬러 인식이 외모 관심도 및 뷰티 관리 행동에 미치는 영향. 남부대학교 교육대학원 석사학위논문
- 김현미(2019). 퍼스널컬러 자가진단 측정도구(PCSDI) 개발연구. 서울벤처대학원대학교 박사학위논문
- 김현진(2023). 퍼스널컬러 인식과 컬러 선호도가 립(LIP) 메이크업제품 구매심리 및 만족도에 미치는 영향: 온라인 구매를 중심으로. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문
- 노주현(2022). 퍼스널컬러 유형에 따른 포인트 컬러의 배색 특징: 여성 스카프를 중심으로. 홍익대학교 문화정보정책대학원 석사학위논문
- 문선희(2022). 퍼스널컬러의 네일 및 페디큐어 적용이 뷰티 스타일링에 미치는 영향. 건국대학교 대학원 박사학위논문
- 박규리(2016). 색(色)의 물리적·심리적 관점을 활용한 색채지도 방안 연구: 중학생 색채교육을 중심으로. 고려대학교 대학원 석사학위논문

- 박민정(2022). 퍼스널컬러 인식 차이에 따른 웨딩 메이크업 · 네일아트 선호도에 관한 연구. 한남대학교 사회문화 · 행정복지대학원 석사학위논문
- 박설아(2024). 퍼스널컬러 컨설턴트의 직무갈등 경험 연구: 경력 2~3년차 컨설턴트 대상으로. 명지대학교 교육대학원 석사학위논문
- 박시현(2017). 색의 심리적 관점을 활용한 색채 표현 방안 연구: 미취학 아동을 중심으로. 중앙대학교 교육대학원 석사학위논문
- 박유선(2018). 퍼스널컬러 컨설팅이 동기 및 의사 결정 요인, 외모관리 행동, 외모 만족도에 미치는 영향에 대한 질적 연구. 성균관대학교 디자인대학원 석사학위논문
- 박윤영(2023). 퍼스널컬러와 어울리는 DIY 핸드크림 향의 방향성 모색. 건국대학교 대학원 박사학위논문
- 박현숙(2023). 퍼스널컬러 시스템을 활용한 色調化粧品製造 實習 教育 學習指導案研究: 메이커 教育 TMSI 模型을 基盤으로. 제주대학교 산업대학원 석사학위논문
- 서혜경(2023). 퍼스널컬러 인식이 메이크업 행동, 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향: -20대 여대생을 중심으로-. 광주여자대학교 대학원 박사학위논문
- 송민정(2019). 퍼스널컬러 컨설팅 결과와 선호색의 불일치가 자아존중감에 따라 인지부조화 대응행동에 미치는 영향 연구. 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문
- 신수범(2021). 블랜드드형 시스템을 통한 퍼스널컬러 교육 연구. 홍익대학교 문화정보정책대학원 박사학위논문
- 신향선(2016). PCS(Personal Color System)유형별 피부색 변화요인 검증을 통한 피부색 가이드라인 연구. 홍익대학교 대학원 박사학위논문

- 안선희(2015). 색채 심리를 활용한 집단미술치료가 대학생의 자아정체감과 정서 지능에 미치는 효과. 명지대학교 사회교육대학원 석사학위논문
- 양유원(2019). 일반 헤어컬러 기술과 퍼스널컬러를 활용한 헤어컬러 기술이 고객 만족도에 미치는 영향. 동덕여자대학교 보건과학대학원 석사학위논문
- 오주영(2022). 퍼스널컬러를 활용한 헤어컬러 차트 개발에 관한 연구. 제주대학교 산업대학원 석사학위논문
- 왕 영(2022). 중국 여성의 퍼스널컬러 교육 프로그램 개발. 건국대학교 대학원 석사학위논문
- 윤하나(2015). 퍼스널컬러 시스템을 적용한 디자인 교육 개발 프로그램 연구: 장신구 디자인 교과과정 중심으로. 국민대학교 교육대학원 석사학위논문
- 임애득(2020). 자기애성향과 색채성향에 따른 외모관리행동에 관한 연구: 자아 존중감과 매개 효과. 건신대학원대학교 박사학위논문
- 이민아(2020). 20~30대 여성들의 외모인식과 화장품 실태에 관한 연구. 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사학위논문
- 이은경(2017). 퍼스널컬러 진단 분류에 따른 메이크업 디자인 형성요인 중 형태와의 관련성. 성결대학교 교육대학원 석사학위논문
- 이은정(2023). 성격특성과 색채 선호도의 인과 관계. 홍익대학교 대학원 박사학위논문. 홍익대학교 문화정보정책대학원 석사학위논문
- 이은혜(2020). 미술치료에서 차크라 색채상징의 치료적 관점과 적용 가능성 탐색. 차의과학대학교 대학원 박사학위논문
- 이자령(2020). 화이트 웨딩드레스 소재의 시각적 질감과 선호도에 따른 퍼스널컬러 유형별 적용 연구. 홍익대학교 문화정보정책대학원



석사학위논문

- 이지호(2010). 한국 남자 대학생들의 선호 색과 퍼스널컬러 진단에 관한 연구. 홍익대학교 산업대학원 박사학위논문
- 이지혜(2019). 퍼스널컬러 인식이 네일컬러 선정 및 네일컬러 만족도에 미치는 영향. 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사학위논문
- 이지연(2018). 20대 여성의 직업에 따른 미의식과 외모 관리 행동에 관한 연구: 헤어를 중심으로. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문
- 이진아(2022). 퍼스널컬러 메이크업을 활용한 개인의 사회·심리적 변인에 관한 연구. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문
- 장은경(2022). 퍼스널컬러 컨설팅 경험이 외모 인식과 외모 관리 행동에 미치는 영향. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문
- 정수신(2016). 아동의 라이프 스타일에 따른 색채 선호도 연구. 진주교육대학교 교육대학교원 석사학위논문
- 조가영(2023). 퍼스널컬러 컨설팅이 메이크업·네일아트 행동 및 색조화장품 구매 의도에 미치는 영향. 한남대학교 사회문화·행정복지대학원 석사학위논문
- 주언후이(2021). 중국 여성의 퍼스널컬러 인식에 따른 메이크업 행동연구. 건국대학교 대학원 석사학위논문
- 주혜진(2024). 퍼스널컬러 특성이 소비자의 이용 의도에 미치는 영향: 기술수용모델을 중심으로. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문
- 진영지(2015). 아동의 SSI 성격유형에 따른 색채 선호에 관한 연구: 초등학교 6학년을 대상으로. 제주대학교 교육대학원 석사학위논문
- 한상운(2010). 60세 이상 여성의 피부색과 퍼스널컬러에 대한 연구. 홍익대학교 산업대학원 석사학위논문

- 차호연(2011). 국내외 퍼스널컬러 진단시스템의 비교: 비색법을 이용한 정량분석을 중심으로. 원광대학교 대학원 박사학위논문
- 최민령(2014). 퍼스널컬러의 메이크업 적용 효과에 대한 일반인 집단과 뷰티 전문가 집단의 인식 조사. 원광대학교 대학원 박사학위논문
- 최선희(2016). 중국과 한국 여성의 형용사별 연상색 비교연구: 뷰티산업에서 사용되는 형용사를 기준으로. 홍익대학교 문화정보정책대학원 석사학위논문
- 최여령(2021). 색채심리를 활용한 자기표현 수업 지도안 연구: 중학생의 감정 캐릭터를 중심으로. 부산대학교 대학원 석사학위논문
- 최영미(2021). 성인의 선호색과 의복 컬러와의 상관관계 연구: 20~30대 남녀를 중심으로. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문

#### <학술지 및 정기간행물>

- 공차숙(2021). 퍼스널컬러 기반의 헤어컬러 디자인 개발에 따른 이미지 변화에 관한 연구. *한국인체미용예술학회*, 22(4), pp. 299-310
- 김가현, 최민령(2022). 얼굴형별 이미지와 퍼스널컬러 유형의 연관성 분석. *한국미용학회지*, 28(5), pp. 1084-1094
- 김수영, 최연성, 리순화(2024). 퍼스널컬러 몰입도와 퍼스널컬러 진단 만족도 사이 유형화 성향의 매개 효과 연구. *한국휴먼이미지디자인학회*, 6(1), pp. 59-70
- 김용현, 오유석, 이정훈(2018). 퍼스널컬러 스킨 톤 유형 분류의 정량적 평가 모델 구축에 대한 연구. *한국의류학회지*, 42(1), pp. 121-132
- 김향미, 김금란(2023). 퍼스널컬러 메이크업 컨설팅 만족도가 대인관계 향상에 미치는 영향. *한국의류산업학회지*, 25(4), pp. 490-496

- 김형선, 심현섭, 채정현(2020). 퍼스널컬러를 활용한 중학교 가정과 수업안의 개발과 평가: 2015 개정 중학교 실과(기술, 가정) 교육과정의 ‘옷차림과 의복 마련’ 단원 중심으로. *한국가정과교육학회*, 32(3), pp. 1-26
- 류순희, 한지수(2024). 퍼스널컬러 유형에 따른 라이프스타일과 자기 이미지가 색조 화장품 구매 행동에 미치는 영향. *한국화장품미용학회*, 14(1), pp. 37-53
- 류순희, 한지수(2024). 퍼스널컬러 인식이 아이섀도우와 립스틱 컬러 선정 및 메이크업 만족도에 미치는 영향. *한국화장품미용학회*, 11(3), pp. 343-360
- 박민선, 임은진(2024). 여대생의 퍼스널컬러 인식과 메이크업 행동, 색조 화장품 구매 행동과의 상관관계. *대한미용학회*, 20(2), pp. 193-200
- 박현숙, 정윤석(2023). 향장, 미용 관련 학과 퍼스널컬러 코스메틱 제조 교육과정 개발 연구. *한국휴먼이미지디자인학회지*, 5(2), pp. 62-78
- 백미혜, 홍수남(2023). 퍼스널컬러를 활용한 네일컬러 시술 만족도에 관한 영향 요인. *한국디자인문화학회*, 29(1), pp. 93-94
- 변지연, 이윤진(2019). 취업준비생을 대상으로 퍼스널컬러 진단 및 적용 후 인식변화에 관한 연구. *한국공간디자인학회*, 14(6), pp. 54
- 우수진, 김용숙(2011). 퍼스널컬러 인식에 따라 색조 화장품 구입 및 사용행동. *복식문화학회*, 19(5), pp. 889-902
- 윤세희(2023). <와이 우먼 킬 시즌1> 캐릭터 구현 요소에 따른 이미지 표현 특성 연구. *한국문화융합학회*, 45(7), pp. 247-259
- 윤은재(2022). 엘리자베스 1세 초상화에 나타난 퍼스널컬러에 관한 고찰. *한국문화융합학회*, 44(1), pp. 447-466

- 은광희, 최민령, 문윤경(2021). 퍼스널컬러 자기진단과 관능평가의 차이에 관한 연구. *한국인체미용예술학회*, 22(4), pp.42
- 이소영, 이윤진(2018). 퍼스널컬러 진단과 패션소재패턴의 관계. *한국색채학회*, 2018(5), pp. 62-66
- 이자령, 이윤진(2018). 웨딩드레스 소재의 시각적 질감에 대한 이미지와 선호도. *한국색채학회*, 2018(5), pp. 54-57
- 이정아, 김찬호(2020). 퍼스널컬러 인식이 색조제품 구매기준 및 구매행동 미치는 영향. *한국미용학회지*, 26(3), pp. 635-645
- 이지영(2023). 퍼스널컬러와 뷰티·패션의 배색에 관한 연구. *한국미용학회지*, 29(2), pp. 485-498
- 정운석(2021). 퍼스널컬러의 정략적 진단 모델 연구. *융합정보논문지*, 11(11), pp. 277-287
- 정혜민, 박성미, 김연아(2021). 퍼스널컬러를 적용한 웨딩 스타일 화보 촬영 제작 연구: 계절별 타입을 중심으로. *한국인체미용예술학회지*, 22(1), pp. 337-358
- 차호연, 김정희(2011). 퍼스널컬러 시스템의 사계절 유형별 피부색 특성 비교. *대한미용학회지*, 7(4), pp. 347
- 최민령(2021). 퍼스널컬러 유형 진단 알고리즘 생성을 위한 얼굴색도 분포에 관한 연구: Z세대를 중심으로. *한국미용학회*, 27(1), pp. 170-181
- 홍수남, 방효진, 이상은(2012). 퍼스널컬러 인식도에 따른 메이크업 행동 차이. *한국인체미용예술학회지*, 13(3), pp. 133-147

## <인터넷 검색>

- 고운소리(2023). '노란색을 좋아하는 사람들의 성격적 특성'. [기사일자: 2023.09.11][검색일자: 2024.08.16]<<https://plus2.tistory.com>>
- 네이버(2022). '보라색을 좋아하는 사람의 성향과 특징'. [기사일자: 2022.08.07][검색일자: 2024.11.18]<<https://blog.naver.com>>
- 네이버(2021). '빨간색 레드 좋아하는 사람 성향과 활용법'. [기사일자: 2021.11.03][검색일자: 2024.11.16]<<https://blog.naver.com>>
- 네이버(2020). '그레이(회색)를 좋아하는 사람의 기본 성격'. [기사일자: 2020.12.03][검색일자: 2024.08.18]<<https://blog.naver.com>>
- 네이버(2020). '검은색 색깔심리 성격테스트-검정색 좋아하는 사람'. [기사일자: 2020.04.15][검색일자: 2024.08.18]<<https://blog.naver.com>>
- 두산백과(2019). '검은색'. [기사일자: 2019.01.15.][검색일자: 2024.01.19]<<https://www.doopedia.co.kr>>
- 성안당(2020). '회색을 좋아하는 사람의 성격은?'. [기사일자: 2020.12.14][검색일자: 2024.11.14]<<https://post.naver.com>>
- 성안당(2020). '초록색을 좋아하는 사람의 성격은?'. [기사일자: 2020.09.01][검색일자: 2024.11.14]<<https://post.naver.com>>
- 성안당(2020). '흰색을 좋아하는 사람의 성격은?'. [기사일자: 2020.10.21][검색일자: 2024.11.14]<<https://post.naver.com>>
- 웰링(2023). '보라색의 상징과 보라색을 좋아하는 사람의 심리'. [기사일자: 2023.05.13][검색일자: 2024.11.18]<<https://irangorang.tistory.com>>
- 위키백과(2024). '퍼스널컬러'. [기사일자: 2024.06.25.][검색일자: 2024.11.23]<<https://ko.wikipedia.org/wiki/>>

지식백과(2007). ‘보라색’. [기사일자: 2007.08.23][검색일자: 2024.01.16]  
<<https://terms.naver.com>>

지식백과(2007). ‘빨간색’. [기사일자: 2007.08.23][검색일자: 2024.01.16]  
<<https://terms.naver.com>>

지식백과(2007). ‘회색’. [기사일자: 2007.08.23][검색일자: 2024.01.16]  
<<https://terms.naver.com>>

全南日报(2022). ‘파란색 좋아하는 사람은 내향적이고 감수성 예민’. [기사일자: 2022.06.28][검색일자: 2024.11.18]<<https://www.jnilbo.com>>

The Universe(2023). ‘녹색 좋아하는 사람 성격 색깔 심리 효과’. [기사일자: 2023.10.06][검색일자: 2024.11.14]<<https://star.828free.com>>

## 2. 국외문헌

### <학술지 및 정기간행물>

秦福顺(2017). 如何搞定红色性格的学生. 科学咨询. pp. 47

秦阔, 崔雪, 张乐佳, 张宜静(2022). 用户性格与颜色及图标特征偏好的关联.  
科学技术与工程. pp. 9997-10002

闫 明(2024). 色彩性格分析系列(三)慕岩的绿色人生. 新晋商. pp. 122

杨玉娇(2024). 飞机客舱照明设计的视觉与颜色心理学研究. 中国照明电器.  
pp. 17-18

余姗姗, 雷洁(2020). 汉英颜色词的联想意义对比分析. 魅力中国, pp. 162

朱 青(2017). 从性格色彩角度分析《琵琶记》蔡伯喈的性格矛盾. 许昌学院学  
报, pp. 96-98

## 부 록 <IRB 심의통지서>

### 서경대학교 기관생명윤리위원회 심의통지서

귀하께서 신청한 퍼스널컬러 유형 분석을 위한 어울리는 색과 좋아하는 색의 상관관계 건에 대하여 서경대학교 기관생명윤리위원회에서 심의하여 다음과 같이 결정하였음을 통지합니다.

승인번호	승인 후 부여					
연구과제명	퍼스널컬러 유형 분석을 위한 어울리는 색과 좋아하는 색의 상관관계					
연구책임자	성명	왕아정	소속	메이크업디자인학과	직위	박사과정생
연구유형	<input checked="" type="checkbox"/> 인간대상연구 <input type="checkbox"/> 인체유래물연구					
심의구분	<input checked="" type="checkbox"/> 연구계획서(신규) <input type="checkbox"/> 연구계획서(시정/보완) <input type="checkbox"/> 연구계획변경 <input type="checkbox"/> 지속심의/중간보고 <input type="checkbox"/> 중대한 이상반응 <input type="checkbox"/> 위반/이탈사례 <input type="checkbox"/> 연구(조기)종료/결과보고 <input type="checkbox"/> 기타( )					
접수일자 (최종제출기준)	2023-12-11		심의일자	2023-12-21		
심의결과	<input type="checkbox"/> 승인 <input checked="" type="checkbox"/> 수정후승인 <input type="checkbox"/> 시정승인 <input type="checkbox"/> 보완 <input type="checkbox"/> 반려 <input type="checkbox"/> 중지/보류 <input type="checkbox"/> 면제					
연구(예정)기간	IRB 승인일 ~ 승인 후 부여					
최종승인일자	승인 후 부여		승인 유효기간	승인 후 부여		
지속심의	<input type="checkbox"/> 필요 ( 주기 : <input type="checkbox"/> 6개월, <input type="checkbox"/> 1년, <input type="checkbox"/> 기타 ) <input checked="" type="checkbox"/> 해당없음					
심의의견	- (연구계획서) 계획서에 언급된 10년 이상 종사한 전문가 5인의 이력을 확인할 수 있는 서류 제출  위의 사항 수정·보완 완료 시 위원회 검토 후 승인 조치 예정					
제출자료목록	1. 연구계획심의신청서 2. 연구계획서 3. 연구대상자용 설명문 및 동의서 4. 설문지 5. 체크리스트 6. 기타서류 (교육이수증 등)					

2023년 12월 21일

서경대학교 기관생명윤리위원회 위원장



- ※ 본 통지서에 기재된 사항은 서경대학교 기관생명윤리위원회의 기록된 내용과 일치함을 증명합니다.  
 ※ 본 위원회는 생명윤리 및 안전에 관한 법률 등 관련법규를 준수합니다.  
 ※ 본 연구과 이해상충관계(Conflict of interest)가 있는 위원이 있을 경우 심의에서 배제하였습니다.  
 ※ 모든 연구자는 통보서와 함께 기재된 관련 준수사항을 숙지하시어 연구를 진행하시기 바랍니다.



## 부 록 <설문지>

---

### 안녕하십니까?

본 설문지 목적은 어울리는 색과 좋아하는 색의 상관관계를 분석하여 퍼스널컬러 유형을 분석하는 데 활용하기 위한 기초 자료로서 귀하의 의견을 조사하기 위하여 작성되었습니다.

귀하께서 응답하신 내용은 익명으로 통계처리 하여 학문적 목적만을 위하여 사용될 것이며, 개인정보 및 설문 응답에 대한 비밀은 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의거하여 엄격히 보장되며 이외에 어떠한 용도로도 사용하지 않을 것을 약속드립니다.

설문의 각 문항에는 정답이 없으며, 귀하의 답변이 연구 결과에 크게 영향을 미치게 되므로 솔직하게 응답해 주시기 부탁드립니다.

바쁘신 와중에 귀중한 시간을 내어 본 설문지 참여해 주셔서 진심으로 감사드리며, 귀하의 무궁한 건승과 행복을 기원합니다.

소 속 : 서경대학교 대학원 미용예술학과  
연구자 : 박사 왕아정  
지도교수 : 임희경 교수님

---

I. 다음은 귀하가 좋아하는 색과 어울리는 색에 관한 문항입니다. 해당하는 곳에 표시(✓)를 해주십시오.

질문 내용	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 나는 평소에 색에 관한 관심이 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 나에게 어울리지 않아도 유행하는 색상을 선호한다.	①	②	③	④	⑤
3. 나는 나에게 어울리지 않아도 남들과 다른 개성 있는 색상을 선호한다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 내 피부색과 맞는 색상을 선호한다.	①	②	③	④	⑤
5. 나는 내가 선호하는 색과 어울리는 색이 일치한다.	①	②	③	④	⑤
6. 내가 주로 사용하는 색은 나에게 어울리는 색과 일치한다.	①	②	③	④	⑤
7. 내가 주로 사용하는 색은 내가 좋아하는 색과 일치한다.	①	②	③	④	⑤

II. 다음은 귀하가 좋아하는 색상 선호도에 관한 문항입니다. 해당하는 곳에 표시(✓)를 해주십시오.

1. 귀하가 평소 가장 좋아하는 색은 무엇입니까?(중복 응답 가능)

- |          |          |          |
|----------|----------|----------|
| ① 붉은색 계열 | ② 노란색 계열 | ③ 초록색 계열 |
| ④ 파란색 계열 | ⑤ 보라색 계열 | ⑥ 갈색 계열  |
| ⑦ 회색계열   | ⑧ 검은색 계열 | ⑨ 흰색 계열  |

2. 귀하가 답변하신 색을 좋아하는 이유는 무엇입니까?(중복 응답 가능)

- ① 내 피부색에 어울린다고 생각하는 색이어서
- ② 내 나이와 이미지에 어울린다고 생각하는 색이어서
- ③ 내가 좋아하는 색이어서
- ④ 요즘 유행하는 색이어서
- ⑤ 심리적으로 그냥 끌리는 색이어서
- ⑥ 내가 좋아하는 사람이 좋아하는 색이어서
- ⑦ 특별한 이유 없음

3. 귀하가 평소 가장 좋아하는 색조(톤)은 무엇입니까?(중복 응답 가능)

- ① 선명한 톤                      ② 진한 톤                      ③ 어두운 톤                      ④ 탁한 톤
- ⑤ 밝은 톤                      ⑥ 흐린 톤                      ⑦ 연한 톤                      ⑧ 흰기가 있는 톤
- ⑨ 회색기가 있는 톤                      ⑩ 검은기가 있는 톤

Ⅲ. 다음은 퍼스널컬러 인식에 대한 문항입니다. 해당하는 곳에 표시(✓)를 해주십시오.

질문 내용	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 나는 퍼스널컬러에 대해 들어본 적이 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 퍼스널컬러를 알기 위해 전문가의 조언이나 진단을 받아보고 싶다.	①	②	③	④	⑤
3. 나는 나의 피부색과 어울리는 컬러를 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 나의 피부색과 어울리지 않는 컬러를 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
5. 퍼스널컬러는 메이크업을 하는 데 필요하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
6. 퍼스널컬러는 외모 연출에 있어서 중요하다.	①	②	③	④	⑤

Ⅳ. 다음은 인구 통계적 특성에 대한 문항입니다. 해당하는 곳에 표시(✓)를 해주십시오.

1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 여성                      ② 남성

2. 귀하의 나이는 어떻게 되십니까?

- ① 20~23세                  ② 24~26세                  ③ 27~29세

3. 귀하의 한 달 평균 외모 투자비용은 어떻게 되십니까?(메이크업, 헤어, 의상, 피부관리 등)

- ① 10만원 미만    ② 10만원 이상~20만원 미만    ③ 20만원 이상~30만원 미만  
④ 30만원 이상~40만원 미만    ⑤ 50만원 이상

4. 귀하는 자신의 퍼스널컬러 유형이 무엇인지 알고 있습니까?

- ① 예                      ② 아니오

☞ ‘예’라고 체크한 경우에만 응답해 주세요.

4-1. 귀하가 퍼스널컬러 유형을 알게 된 방법은 무엇입니까?

- ① 전문가에게 진단을 받았음  
② 관련 앱(APP)을 이용해 자가진단을 하였음  
③ 본인의 피부색을 보고 추측하였음  
④ 평소 본인이 좋아하는 색을 보고 추측하였음  
⑤ 평소 본인이 어울린다고 생각하는 색을 보고 추측하였음  
⑥ 평소 본인이 입는 옷이나 화장 색을 본 주변 사람들의 반응을 보고 추측하였음

**\* 설문에 응해주셔서 감사합니다 \***

# ABSTRACT

## A Study on the Correlation between Personal Color Types, Suitable Colors, and Preferred Colors

WANG, YATING

Dept. of Beauty Art

The Graduate school of Seokyeong University

This study explored a correlation between a favorite color and a matching color on the base of the research literature showing a favorite color, conforming with matching color, is more effective in self satisfaction and personal image making, in order to infer how a favorite color is related to a matching color. We aimed to minimize diagnostic errors in personal color and effectively enhance personal image for helping give the personal color market a new impetus by confirming whether or not a favorite color can be another variable in diagnosing matching colors. For this purpose, the survey was carried out along with analysis conducted through the observation and expert evaluation; several conclusions that could be drawn from the results are as follows.

First, the survey showed that personal color sees active use among women in their 20s, most attracted to appearance, giving guidance on which color suits them. And it revealed that many still receive a personal color diagnosis from specialists, despite a lot of apps and

beauty devices for personal color diagnosis in place, meaning personal color industry can enjoy continued growth and development potential.

Second, the most popular favorite color among women in their 20s turned out to be generally a cold and light shade of color. Higher perception and acceptance they had of personal color, relatively more significant investment they made in their own appearance. It suggests that launching a variety of makeup products, differentiated and diversified based on the information about favorite color and personal color could be effective for their sales promotion and marketing.

Third, it turned out that women in their 20s likes certain colors because many of them think that the colors is what they prefer or the colors suit their skin colors, meaning there is a general perception among them that favorite colors is matching colors. More active use they make of personal color, higher perception and higher acceptance they have of matching colors as favorite colors, suggesting that there are significant errors in perception of personal color among them. And this study showed that when it comes to personal color type, there was a significant difference between what were actually diagnosed results of the research subjects and what they personally perceived. So, taking into consideration the results described above, good explanation of the conceptual difference between favorite color and matching color by clarifying the concepts of favorite color and personal color is a necessity for good acceptance by the clients of matching colors. For this reason, the personal color consultant requires professionalism and responsibility.

Finally, research on conformity of personal color with favorite color showed that matching color and favorite color were different from each other like the theoretical concepts. However, in terms of demographic average distribution, as for personal color type of cold person, there was high conformity of personal color with favorite color, meaning the high conformity should be considered for personal color diagnosis.

In brief, the findings of this study showed that there were more discrepancies than conformities between personal colors and favorite color, confirming that as for favorite color, there are limits to being a variable in personal color diagnosis. However, regarding the cold type of personal color, the cold type had a very high conformity with favorite color, meaning the cold type might function as another variable in personal color diagnosis, with a useful information in terms of demographical average distribution.



## 감사의 글

한국에서 박사과정 3년의 시간이 마치고 박사논문을 마무리하며 이 논문의 완성될 수 있도록 아낌없는 지도와 격려를 보내주신 모든 분들께 진심으로 감사의 말씀을 드립니다.

먼저, 학문적 열정으로 연구를 이끌어주시고 언제나 섬세하고 꼼꼼하게 손길로 인도해주신 최민령 교수님께 진심으로 감사드립니다. 교수님의 전문성과 따뜻한 격려는 연구를 이어나갈 수 있는 큰 힘이 되었습니다.

그리고 지도교수님인 임희경 교수님께 깊은 감사를 드립니다. 언제나 따뜻한 조언과 끊임없는 지도 덕분에 논문을 마칠 수 있었습니다.

바쁘신 와중에도 저의 논문을 심사를 맡아주시고 제가 발견하지 못했던 부분까지 신경 쓰시고 많은 조언해주신 박은준 교수님, 양은진 교수님, 김연아 교수님, 이선주 교수님께 감사드립니다.

무엇보다도, 학업과 연구를 이어가는 동안 언제나 사랑과 응원을 보내주신 가족들에게 감사의 마음을 전합니다. 부모님 덕분에 어려운 순간을 극복할 수 있고 부모님의 사랑과 응원이 없었다면 이 자리에 설 수 없습니다.

마지막으로 학문의 길을 걷는 동안 만난 모든 분들께 감사드립니다. 이 여정은 힘든 시간이 있었지만 여러분의 도움과 응원 덕분에 한 걸음 더 나아갈 수 있었습니다.

이 논문은 제가 받은 모든 사랑과 격려에 대한 작은 결실이고, 앞으로 지속적인 노력하며 더 좋은 결과를 만들어나가겠다는 결심으로 이 논문을 마치겠습니다.

2024년 12월

왕아정 <WANG YATING>