

패션비즈니스 제27권 3호

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

J. fash. bus. Vol. 27,  
No. 3:75-95, July, 2023  
[https://doi.org/  
10.12940/jfb.2023.27.3.75](https://doi.org/10.12940/jfb.2023.27.3.75)

## 아메카지 남성복 패션 브랜드의 색채 특성 연구

김지형<sup>†</sup>

<sup>†</sup>영산대학교, 패션디자인학과, 조교수

Corresponding author

Gihyung Kim  
Tel : +82-51-540-7760  
Fax : +82-51-540-7334  
E-mail : [clairegkim@ysu.ac.kr](mailto:clairegkim@ysu.ac.kr)

## A Study on the Color Characteristics of Amekaji Menswear Fashion Brands

Gihyung Kim<sup>†</sup>

<sup>†</sup>Assistant Professor, Dept. of Fashion Design, Youngsan University, Korea

### Keywords

amekaji fashion, menswear,  
casual wear,  
color characteristics  
아메카지 패션, 남성복,  
캐주얼 웨어, 색채 특성

### Abstract

This study aims to investigate the color characteristics and utilization of Amekaji fashion in the domestic casual market, with a focus on menswear. A total of 1,882 color data were extracted from 11 representative brands of Amekaji. This results of the study showed that PB, Bk, YR, and Y colors were highly utilized in the overall color, and dkg, g, Itg, and p tones were highly utilized. In particular, R color was highly utilized in the point color, as it was developed into six tones, including v, with high saturation. The analysis by the brand showed that the highest number of colors were extracted from 'Kapital', which is famous for its vintage-style patchwork and dyeing, and that 'PB' and 'Bk' were heavily utilized. By the item, PB colors were mainly utilized for denim, and shirts were diversified with 9 tones. W, a neutral color, was mainly used on clothing tops such as shirts, knits, and T-shirts. This study provides valuable insights into the color sensitivity of Amekaji fashion, which can be used as a useful resource for design development and product planning in the industry. As a future study, we suggest analysis of the utilization of Amekaji colors in the Korean men's casual market along with American and Japanese brands.

이 논문은 2022학년도 영산대학교 교내 연구비의 지원에 의하여 이루어진 것임.

## I. 서론

과거 여성에게 명품을 선물하던 남성들은 이제 백화점의 주요 고객이 되어 남성복 매출 상승을 주도하고 있다. 패션과 뷰티에 시간과 돈을 아낌없이 투자하는 남성이 늘어나면서, 외모를 가꾸는 남성인 '그루밍족', 젊고 세련된 패션과 라이프 스타일을 추구하는 '영포터', '액티브 시니어', 럭셔리 제품을 즐겨 소비하는 '럭비남'까지 다양한 신조어가 출현하였다.

의복을 통한 남성의 자기표현 욕구가 강해지면서 이들을 모시기 위한 패션 업계의 노력이 치열하다. 2020년 12조 4,148억 원이던 남성복 시장은 2022년 13조 633억 원으로 성장하였고, 2024년 전망치는 15조 원에 육박할 것으로 예상된다(Nam, 2022). 이 중 캐주얼 시장은 남성복에서 가장 큰 규모를 차지하는 복종이며, 일상복으로 착용하는 10대, 20대부터 캐주얼 출근이 늘어난 30대, 40대까지 광범위한 소비자층을 가진 시장이다. 특히 무신사를 필두로 온라인 플랫폼을 기반으로 활동하는 캐주얼 브랜드의 런칭과 성장세가 이어지고 있으며(Jeong, 2023), 이를 관통하는 스타일 트렌드 중 하나가 '아메카지'이다.

아메카지 패션은 미국의 올드 헤리티지인 워크웨어, 아웃도어, 밀리터리 등의 아메리칸 캐주얼을 일본식으로 재해석하여 발전시킨 캐주얼 패션이다(Jeong, 2020; Kim, 2022; Marx, 2015/2020). 셀비지 데님, 퍼티그 팬츠, 오버롤, 피셔맨 베스트, 워크 셔츠, 폴로 셔츠 등을 포함하는 일상 아이템을 활용하고 있어 편안하면서도 세련된 일상복/데일리룩/OOTD(Outfit Of The Day, 오늘의 패션) 코디네이션으로 주목받고 있다. 특히, 데님 생지, 러프한 코튼 등 원단 특유의 물성을 살린 구조적 디자인으로 차별화를 추구하고, 올리브, 카키, 카멜, 브라운, 네이비 등을 아메카지 특유의 색감을 믹스매치하여 활용하는 것이 특징이다.

패션 커뮤니티 고아캐드(GOAD, Go out casually dressed, [cafe.naver.com/casuallydressed](http://cafe.naver.com/casuallydressed))에는 아메카지 스타일링과 브랜드 추천, 리셀과 한정판에 대한 질문이 쇄도하였으나, 명확하게 스타일 특징이나 브랜드 범위를 규정하기 어려웠다. 아메카지 트렌드는 국내에 마이크로 트렌드로 도입되어 대중에 의해 느리고 서서히 확산한 사례로 이와 관련한 학술적 연구는 매우 부족한 실정이다. 따라서, 아메카지 특유의 감성을 전달하는 색채 경향에 대한 면밀한 분석을 통해 아메카지 패션의 특징을 규명할 필요가 있다. 패션 색채 연구는 소비자들의 선호도 측정을 기반으로 한 세대별 특성 및 감성 이미지 연계 중심으로 진행되었다(Kim, 2020;

Kim & Park, 2022; Lee & Koo, 2021). 또한, 남성복 패션의 색채 활용 연구는 아웃도어(Hong, 2022; Park, 2017), 젠더(Hong & Joo, 2020), 패션잡지(Lee & Shin, 2016) 등으로 한정되어 있다.

이에 본 연구는 남성 캐주얼 시장의 아메카지 패션 브랜드 의류의 실제 상품 이미지를 수집/분석하여 색채 특징과 활용을 규명하고자 한다. Kim(2022)의 선행연구에서 아메카지에 대한 언급이 웹에서 본격적으로 증가하기 시작한 2016년부터 2021년까지 출현 빈도가 높은 11개 브랜드를 제시하였다. 이를 본 연구의 대상으로 하여 브랜드별 상품 이미지에서 추출한 색을 Munsell 색체계 10색상과 무채색 3색을 포함한 13가지 색상 및 PCCS(Practical Color Coordinate System) 12색조를 기준으로 분석하고자 한다. 전체 색상과 색조의 특성, 주요색과 무채색의 특성, 브랜드별 특성, 아이템별 특성에 대한 면밀한 색채 분석을 통하여 아메카지 패션의 차별적 색채 특징을 규명하고, 이를 통해 남성 캐주얼 시장의 실무자들에게 디자인 개발 및 상품 기획의 기초 자료로 제공하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 아메카지 패션

아메카지(Amekaji, アメカジ)는 아메리칸 캐주얼(American Casual)의 합성어를 일본식으로 줄여 부르는 용어로(Kim, 2022) 두 용어를 동일한 개념으로 보기는 어렵다. 아메리칸 캐주얼은 미국에서 편하게 일상적으로 입는 캐주얼한 옷차림 모드를 지칭하고 있으며, 아메카지의 시작점이자 광의의 의미로 해석될 수 있다(Jeong, 2020). 아메카지는 아메리칸 캐주얼이란 헤리티지를 표방하면서 이에 워크웨어, 스포츠, 아웃도어 감성이 합쳐져 최고 품질의 기능적 디자인을 추구하는 일본식 캐주얼 옷차림으로 구분할 수 있다(Fashionbiz Reporting Team, 2012).

아메카지 패션은 1980년대 일본에서 시작되어 1990년대까지 크게 유행하였으며, 현재까지도 하나의 독자적인 패션 스타일로 선호되고 있다. 제2차 세계 대전에서 패전한 일본은 미국 문화에 대한 동경의 감정을 가지고 미국 패션을 단순 모방하면서 수동적으로 받아들였다. 1980년대에 이르러 미국의 올드 헤리티지를 일본식으로 재해석하여 독창성을 가진 캐주얼 패션으로 발전시킨 일본식 옷차림인 아메카지 룩을 완성하였다(Marx, 2015/2020). 대표 아이템으로는 주머니가 많이 달린 낚시 조끼, 워크 부츠, 카고 팬츠, 점프

수트와 같은 피셔맨룩, 헤비듀티룩부터 스타디움 점퍼, 청바지, 치노 팬츠, 폴로 셔츠, 스웨터, 싱글버튼 네이비 블레이저와 같은 스포티룩과 트레이셔널룩까지 아우르는 다양한 코디네이션을 표방하고 있다(Kim, 2022; Song, 2022). 또한 투박하면서도 편안하고 활동적인 스타일을 추구하고 있어 면과 캔버스, 셀비지 데님 등 실용적인 소재 사용이 특징이다(Jeong, 2020).

일본의 아메카지 패션은 2010년을 전후하여 국내 마니아층에 의해 수용되어 오랜 기간 마이너 트렌드로 명맥을 이어왔으나, 최근 레트로 유행과 함께 국내 환경에 맞추어 일부 변형되고 확산하였다. 아메카지 유행은 무신사 플랫폼에 입점한 스트리트 캐주얼 브랜드를 비롯해 컨템포러리, SPA, 럭셔리 제품에게까지 반영되고 있다(Ham, 2012; Kim, 2023). 합리적인 가격을 표방하는 글로벌 SPA 브랜드인 Uniqlo(유니클로)는 최근 아메카지 대표 브랜드 Engineered Garments(엔지니어드 가먼트)와 협업하여 ‘폴로 셔츠 컬렉션(Figure 1)’과 ‘후리스 콜라보레이션(Figure 2)’을 연이어 발표하였다. Engineered Garments의 밀리터리 감성에 블랙, 네이비, 올리브, 그레이 등 고유의 세련된 색채감을 적용한 ‘EG’한 ‘라이프웨어(Lifewear)’를 출시한 것이다(Jeong, 2019). 셀린느의 가죽 점프수트, 스텔라 매카트니의 데님 점프수트, 알렉산더왕의 새틴 카고팬츠 등 럭셔리 브랜드 또한 아메카지의 워크웨어 스타일을 고급 소재로 재해석한 상품을 출시했다(Min, 2019). 실제로 네이버 데이터랩에서 ‘아메카지’ 단어의 검색량은 2016년 1월 평균 10.33에서 7월 평균 11.68로 조금 증가했으나, 2017년 1월 평균 30.10으로 3배 가까이 폭발적으로 증가하였다. 아웃도어와 캐주얼의 믹스매치로 완성되는 ‘고프코어’ 트렌드(Park, 2022) 또한 워크웨어, 테크웨어, 피셔맨룩 등의 스타일을 공유하고 있어 아메카지에 대한 관심은 이어지고 있다.

국내 아메카지 패션의 인기와 더불어 일본의 아메리칸 캐주얼 역사와 발전을 정리한 책들이 번역본으로 소개되었다. Kobayashi(2013/2018)의 번역서에는 아메카지의 대표 수식어인 헤비듀티가 실용성에 기반한 튼튼하고 기능적인 ‘진짜’ 패션과 스타일을 의미하게 된 유래와 하이패션까지 확장되는 과정을 삽화와 함께 설명한다. 아메토라 번역서(Marx, 2015/2020)는 일본 아메리칸 캐주얼이 어떻게 본토 수준을 능가하는 독자적인 스타일로 자리 잡고 아메카지로 명명되는지 그 태동과 발전에 대한 상세한 역사를 소개하고 있다.

선행연구(Lee, 2008; Yum, 2004)에서 일본의 아메리칸 패션이 1980년대 중후반 단카이 주니어(團塊ジュニア) 세대에 이르러 단순 모방이 아닌 일본만의 독자적 패션으로 확립되었다는 것을 밝히고 있으나, 아메카지 패션에 대한 단독 연구는 최근 진행되고 있다. Jeong(2020)은 국내 20~30대로 대표되는 MZ세대의 아메카지 룩에 대한 선호 현상을 다차원적으로 고찰하였다. 이에, 한국인이 인식하는 아메카지 룩이 자연을 연상시키는 어스 컬러, 와이드/오버사이즈/루즈핏의 여유로운 실루엣, 워크웨어 기반의 남성적 이미지와 레이어드 방식의 코디네이션을 아메카지의 특징으로 규명하였다. 이들은 일본의 아메카지룩을 기준으로 삼으면서도 동시에 단순화된 한국 아메카지룩을 차별점으로 인식하고 있었다. Kim(2022)은 대중에 의해 주도되고 확산하여 명확하게 규정되지 않는 아메카지 유행의 특징을 파악하기 위하여 5년간 생성된 국내 웹페이지 빅데이터 정보를 텍스트 분석하는 귀납적 방법으로 내재한 키워드와 관계성을 규명하였다. 그 결과, 아메카지 패션은 디자이너보다 아이템과 브랜드

크웨어, 테크웨어, 피셔맨룩 등의 스타일을 공유하고 있어 아메카지에 대한 관심은 이어지고 있다.



Figure 1. Uniqlo X Engineered Garments 1<sup>st</sup> Collaboration: Polo Shirt (www.uniqlo.com)



Figure 2. Uniqlo X Engineered Garments 2<sup>nd</sup> Collaboration: EG Fleece (www.uniqlo.com)

드 중심의 스타일 트렌드로 발전되며, 일본 남성복 브랜드가 중요한 역할을 하고, 다양한 브랜드 간 믹스매치가 이루어지고 있음을 밝혔다. 또한 빈티지 상품에 가치를 두고 콜라보레이션에 기반한 한정판 아이템의 개인 간 상거래 활동이 적극적으로 이루어지는 특징을 제시하였다.

## 2. 아메카지 패션의 대표 브랜드

선행연구를 기반으로 아메카지 패션의 대표 브랜드를 Table 1에 정리하였다. 아메리칸 캐주얼의 헤리티지를 가진 미국 브랜드들과 이를 재해석하여 독자적 스타일로 구축한 일본 브랜드들이 지배적이었다. 빈번하게 언급된 브랜드로는 일본 브랜드인 Engineered Garments와 미국 브랜드 LVC(Levi's Vintage Clothing)와 RRL(Double RL, 더블알엘)을 들 수 있다.

아메카지의 대표적인 브랜드로 손꼽히는 Engineered Garments는 아메리칸 웨어를 소개하는 RedWood(레드우드) 매장의 총괄 디렉터였던 일본인 다이키 스즈키가 1998년 런칭한 브랜드로 능숙하고 의도적으로 설계된 구조적인 의복을 만드는 것을 목표로 한다. 미국의 1930~70년대를 상징하는 클래식 테일러링, 아이비룩, 스포츠룩, 밀리터리룩 등 옛 제품을 해체하고 재구성하여 브랜드 철학을 담아내는 작업을 통해 옷을 생산하고 있다(Lee, 2023). RRL(Double RL, 더블알엘)은 랄프 로렌의 콜로라도 목장에서 이름을 따 1993년에 론칭된 브랜드로 빈티지, 웨스턴, 워크웨어, 밀리터리에 뿌리를 둔 셀비지 데님, 빈티지 의류 등 실제 입을

옷에 대한 브랜드 철학이 담겨 있다(Ralph Lauren, n.d.). LVC(Levi's Vintage Clothing, 리바이스 빈티지 클로딩)는 Levi's의 역사적인 가치를 재현하여 아메리칸 워크웨어의 시대 정신과 헤리티지를 담아내기 위한 프리미엄 데님 컬렉션으로, 기본에 충실한 데님 초기 디자인과 과거 원단 및 디테일을 재현하여 아메리칸 오리지널리티를 제공하고 있다(Levi's, n.d.).

최근 대중적 유행 및 확산에 따라 한국식 아메카지 스타일을 표방하는 국내 브랜드가 추가되고 있으며, 아이비룩이나 트래디셔널룩과 같이 클래식 스타일로 제한되기 쉬운 아메리칸 캐주얼에 워크웨어나 밀리터리 등 아메카지 요소를 더한 디자인을 제시함으로써 세련된 일상복으로 대중적 유행을 이끌고 있다. Espionage, Beslow, UniformBridge, Covernat, Needlework, Outstanding 등 아메카지룩 컨셉을 표방하는 국내 브랜드들이 다수 발견되고 있으나 신생 브랜드가 대거 포함되어 영향력이 크지 않은 실정이다. Kim(2022)의 선행연구에서 가장 많이 언급된 브랜드는 Polo Ralph Lauren, Carhartt, BeamsBoy, Kapital, Levi's, Engineered Garments, Uniqlo, Orslow, Lacoste, Nanamica, Tommy Hilfiger의 11개로 이를 본 연구의 대상으로 선정하였다.

Carhartt(칼하트)는 강철, 증기, 기관차의 시대였던 1889년 철도 노동자들이 입을 워크웨어로 해밀턴 칼하트가 시작한 브랜드이다. 특히, 두 번의 세계 대전 동안 참전 군인, 지원 부대, 입대 여성을 위한 워크웨어와 태평양 해병대를 위한 정글 슈트를 생산하였으며, 오늘날까지 이러한 역사적

Table 1. Representative Brands in Amekaji Style

Author	Representative Brands
Ham(2012)	RRL, Levi's, BarBour, Engineered Garments, Junya Watanabe, Visvim, The Real McCoy's, etc.
Fashionbiz Reporting Team(2012)	RRL, Levi's, Engineered Garments, Woolrich Woolen Mills, The Real McCoy's, BarBour, Filson, Nigel Cabourn, Visvim, Brooks Brothers, Neighborhood, HOBO, Spectator, Covernat, etc.
Jeong(2020)	Universal Overall, Ralph Laren, Levi's, RedWing, Engineered Garments, Carhartt, etc.
Kim(2022)	BeamsBoy, Kapital, Uniqlo, Orslow, Nanamica, Needles, Beams, The Real McCoy's, Porter, PoloRalphLauren, Carhartt, Levi's, Engineered Garments, TommyHilfiger, RedWing, RRL, Beslow, UniformBridge, Eastlogue, Covernat, Needlework, Outstanding, FrizmWorks, etc.
Kim(2023)	Universal Overall, Carhartt, Espionage, FrizmWorks, Covernat, Uniqlo, Engineered Garments, etc.

인 뿌리를 갖고 제품 라인을 생산하고 있다(Carhartt, n.d.). BeamsBoy(빔즈보이)는 1976년 도쿄 하라주쿠에 아메리칸 라이프 숍(American Life Shop) 간판을 걸고 미국의 패션과 생활용품을 판매하기 시작하여 현재 PB 제품과 함께 일본에서 강력한 브랜드 파워를 가진 편집숍에서 출발했다. 1998년 남성복에 매력을 느끼는 여성을 대상으로 아메리칸 캐주얼 기반 중성적 매력의 남성복을 다운사이징한 아이템을 생산하는 여성 라인으로 시작했으며(Ha, 2022), 현재는 차별적인 브랜드 정체성을 갖고 남성복도 함께 생산하고 있다(Beamsboy, n.d.). Kapital(캐피탈)은 토시키요 히라타(Toshikiyo Hirata)가 일본 최초의 데님 발상지이자 데님의 수도라 불리는 오카야마현의 코지마(Kojima) 지구로 이사하여 자신의 감성을 담은 청바지를 만들면서 1984년에 시작된 데님 브랜드이다(Song, n.d.). 특히 빈티지 원단과 제품을 염색, 사시코(さしこ, Sashiko)자수, 보로(ボロ, boro)패치 워크 등 장인 정신에 기반한 제조방식을 통해 리메이크하는 작업에 탁월하며, 다양한 색과 패턴을 균형있고 조화롭게 도입하여 자유분방한 컬렉션을 선보이고 있다.

Polo Ralph Lauren은 미국을 대표하는 디자이너인 랄프 로렌이 1967년에 런칭한 아메리칸 캐주얼 브랜드이다. 국내 RRL 매장이 2022년에야 오픈하여 국내 소비자의 접근이 어려웠던 점, Polo Ralph Lauren이 국내 소비자에게 꾸준히 사랑받아온 아메리칸 캐주얼이라는 점, 두 브랜드 모두 랄프 로렌의 헤리티지를 공유한다는 점에서 국내 소비자의 관심이 높은 것으로 보인다. Levi's는 청바지의 역사를 만든 유래 깊은 브랜드로 1850년대 샌프란시스코 지역 광부들의 작업복으로 시작하여 현재에 이르는 미국 제품의 상징적 브랜드이다. 국내 LVC 상품을 온라인 스토어와 제한된 매장에서만 만나볼 수 있다는 점을 고려할 때 국내 소비자에게 활용도가 높은 것으로 보인다. Uniqlo는 Tadashi Yanai가 아메리칸 캐주얼의 컨셉으로 1984년에 시작한 브랜드이며, 유니크하고 유니버설한 합리적 가격의 패션 제품을 생산하는 패스트 패션 카테고리에 속한다. 문헌에서 아메카지 대표 브랜드로 언급되지는 않으나, 브랜드의 원산지가 일본이라는 점, 대중적 가격의 캐주얼 브랜드라는 점, 국내 소비자의 접근이 쉬운 점을 고려할 때, 아메카지 룩을 완성하기 위한 믹스매치와 레이어드의 기본 아이템으로 활용될 수 있다.

Orslow는 Ichiro Nakatsu가 2005년 런칭한 일본 데님 브랜드로 19세기와 20세기의 아메리칸 빈티지데님, 워크웨어와 밀리터리웨어를 자연스러운 팔레트와 편안한 핏으로 재해석한 제품을 선보이고 있다. 브랜드명에는 오리지널리티에 기반하여 천천히 제작하겠다는 철학이 담겨 있으며, 고품질

의 옷을 정성스럽게 만드는 것, 시대가 달라도 적용할 수 있는 옷을 만드는 것, 빠른 패션 산업의 정반대를 제시하고 속도를 늦추는 것을 표방하고 있다(Orslow, n.d.). Lacoste는 1920년대 테니스 스타였던 Jean Rene Lacoste에 의해 만들어진 브랜드로, 선수 시절 별명이었던 악어를 로고로 사용하고 있다. 프랑스 테니스 유니폼으로 시작했지만 고급 스포츠웨어로 미국 시장에 성공적으로 안착했고, 이후 르메르 등 여러 패션 디자이너의 손을 거치며 패션 감각을 가미하며 시대 변화에 적응했다. 현재는 폴로 셔츠를 필드로 테니스에 기반을 둔 고급 캐주얼 브랜드로 인식되고 있다(Kim, 2020). Nanamica는 직역하면 '7개 바다의 집'이란 뜻으로, 골드윈 회사에서 해양 스포츠 의류를 전담했던 Homma Eiichiro가 2003년에 시작한 라이프웨어 브랜드이다. 바다를 상징하는 네이비 계열을 메인 컬러로 사용하며, 최첨단 소재를 활용하여 도시 안팎에서 쾌적하게 착용할 수 있는 편안한 핏의 디자인을 전개한다. 스포츠를 기반으로 한 실용성과 세월이 지나도 변치 않는 클래식을 접목하여 일상복과 기능성 의류의 경계를 두지 않는 것이 브랜드의 지향점이다(Park, 2023). Tommy Hilfiger는 1985년 뉴욕 베이스의 디자이너 브랜드로 시작한 아메리칸 클래식 캐주얼 브랜드이다. 상류층 타겟의 소규모 브랜드로 시작하였으나 전통적인 미국 감성을 담아 클래식부터 캐주얼까지 다양한 스타일을 전개하며 글로벌 브랜드로 성장했다(Jang, 2013). 특히 로고에 미국 국기의 레드, 화이트, 블루 색상을 활용하는 등 미국 브랜드로서의 확고한 정체성을 내세우는 것이 특징이며, 국내에는 2003년 처음 소개되어 최근 레트로 경향과 Y2K 유행으로 2030세대까지 고객층을 확대하고 있다.

### III. 연구방법

#### 1. 연구 문제

아메카지 남성복 패션 브랜드 색채 특성을 파악하기 위한 본 연구의 연구 문제는 다음과 같다.

첫째, 아메카지 남성복 패션 브랜드 의류의 색상과 색조를 분석한다.

둘째, 아메카지 남성복 패션 브랜드 의류의 색채 특성을 분석한다.

셋째, 아메카지 남성복 의류의 브랜드별 색채 특성을 규명한다.

넷째, 아메카지 남성복 의류의 아이템별 색채 특성을 규명한다.

## 2. 연구 범위

본 연구에서는 아메카지 남성복 패션 트렌드를 빅데이터 텍스트 마이닝 분석을 수행한 Kim(2022)의 선행연구에 기반하여 연구의 대상을 선정하였다. Kim은 아메카지 키워드 검색량이 본격적으로 증가한 2016년 하반기인 7월 1일부터 5년 동안인 2021년 6월 30일까지 네이버 및 다음 채널의 비정형 데이터를 분석하였으며, 출현 빈도 2,000회가 넘는 87개의 핵심 키워드를 제시하였다. 이 중 브랜드명으로는 가장 검색량이 많았던 Polo Ralph Lauren(폴로 랄프 로렌)을 포함하여 총 13개 키워드가 포함되었으며, 신발 브랜드인 뉴발란스(Newbalance)와 컨버스(Converse)를 제외하고 Polo Ralph Lauren, Carhartt, BeamsBoy, Kapital, Levi's, Engineered Garments, Uniqlo, Orslow, Lacoste, Nanamica, Tommy Hilfiger의 최종 11개 브랜드를 본 연구의 대상으로 선정하였다. 또한, 87개의 핵심 키워드 중 아이템명으로는 팬츠(pants), 재킷(jacket), 셔츠(shirts), 데님(denim), 코트(coat), 니트(knitwear), 티셔츠(t-shirts), 가방(bag), 신발(shoes) 등의 순서로 출현하였으며, 이 중 가방과 신발을 제외한 7개의 아이템을 본 연구의 범위로 선정하였다.

## 3. 색채 표본 추출

2023년 3월 1일부터 20일까지 11개 아메카지 브랜드를 연

구 대상으로 선정하고 조사하였다. 해당 브랜드들의 공식 온라인 사이트와 국내외 쇼핑몰 플랫폼에서 팬츠, 재킷, 셔츠, 데님, 코트, 니트, 티셔츠 7개 아이템에 대한 고가 제품 상위 10개와 인기 제품 상위 10개를 합쳐 총 20개의 사진 이미지를 수집하는 것을 목표로 하였다. 이를 위해 각 브랜드 별로 140개, 총 1,540개 이미지를 확보하고자 하였다. 그러나 공식 사이트나 쇼핑몰의 부재, 또는 데님 아이템 수량 부족 등으로 인해 총 1,497개 사진만을 확보할 수 있었다.

사진의 배경색을 제거한 후 Figure 3과 같이 이미지 색채 인식 사이트인 labs.tineye.com을 사용하여 Hex값을 추출하였으며, 추출한 Hex값을 색상 코드 변환 사이트인 toolo.kr을 활용하여 RGB 값으로 변환하였다. 색상(Hue), 명도(Value), 채도(Chroma)값으로 변환하기 위해 Munsell Conversion Version 12.23.1을 이용하였고, 이를 통해 각 이미지 표본의 최종 색채 데이터를 얻을 수 있었다. 해당 이미지에서 색의 분포가 50% 이상을 차지할 때는 주요색(main color)으로 분류하였으며, 10% 이상 50% 미만을 차지할 때는 무늬색(point color)으로 분류하였다. 다양한 배색으로 인해 모든 색이 10% 이하로 추출된 이미지를 제외하여 최종 1,496개의 이미지를 분석하였다. 색상은 Munsell 색체계의 10색상과 무채색 3색을 포함한 13가지 색상을 기준으로, 색조는 PCCS의 12색조를 기준으로 분석하였으며, 무채색의 경우 W, ltGy, Gy, dkGy, Bk 5단계로 나누어 분석하였다. 분석에 활용된 브랜드별 상품 이미지 표본의 총 개수를 제시하면 다음 Table 2와 같다.

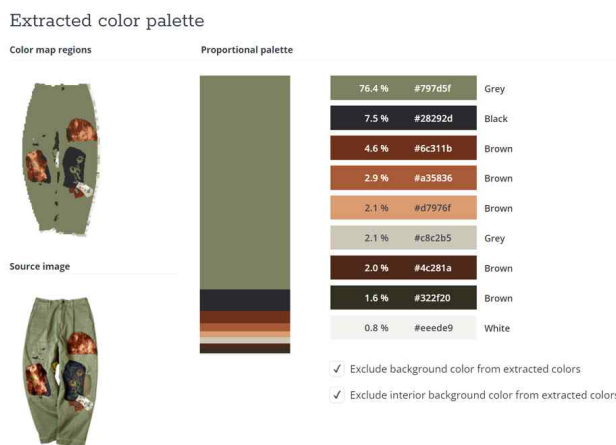


Figure 3. Color Recognition Process in Images (captured by author)

Table 2. Number of Product Images by Brand

Brand	Subtotal	Brand	Subtotal
Polo Ralph Lauren	139	Uniqlo	140
Carhartt	140	Orslow	140
BeamsBoy	140	Lacoste	126
Kapital	140	Nanamica	140
Levi's	140	Tommy Hilfiger	140
Engineered Garments	103		
Total		1,488	

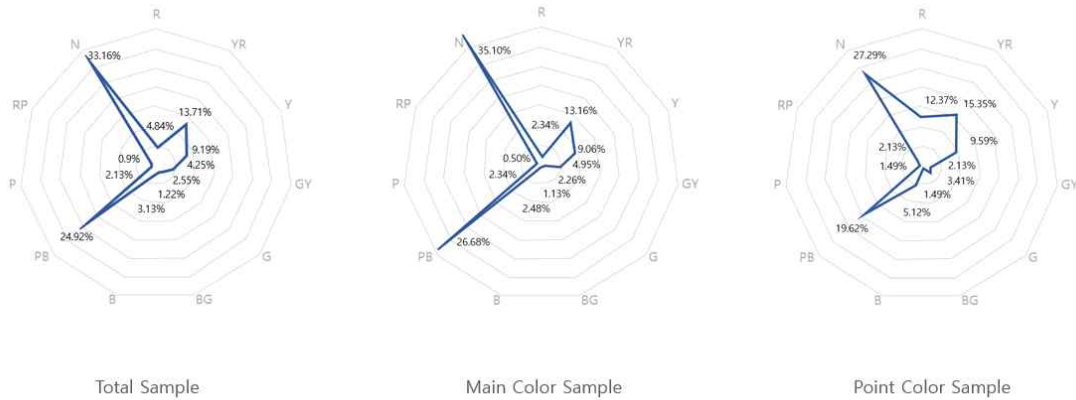


Figure 4. Hue Distribution Chart (drawn by author)

#### IV. 연구 결과

##### 1. 아메카지 남성복 패션 브랜드 의류의 색상 및 색조 분석

아메카지 남성복 패션 브랜드 의류의 색채 특성을 분석하기 위해 수집한 총 1,488개의 이미지에서 1,413개의 주요색과 469개의 무늬색을 추출하였다. 총 1,882개의 색채 표본을 분석한 결과, 유채색은 66.84%, 무채색은 33.16%로 유채색의 비중이 높게 나타났다. 유채색 중에서 PB가 24.92%의 비중을 차지하였고, 다음으로 YR(13.71%), Y(9.19%), R(4.84%) 순이었다. 무채색 중에서는 Bk(14.93%)가 가장 큰 비중을 차지하였고, ltGy(6.11%), W(4.52%) 순으로 나

타났다. 가장 낮은 분포를 보인 유채색은 RP(0.90%)였고, 무채색에서는 Gy(3.24%)였다.

주요색과 무늬색의 표본 분석 결과, 주요색에서 유채색은 64.90%, 무채색은 35.10%로 유채색이 약 2% 감소하였으며, 무늬색에서 유채색은 72.71%, 무채색은 27.29%로 무채색이 약 6% 증가하였다. 주요색의 유채색에서 PB의 비중이 28.59%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 YR(13.16%), 9.06%(Y)의 순이었다. RP(0.50%)와 BG(1.13%)는 주요색의 유채색 중 가장 낮은 비중을 차지하였다. 무채색 중 Bk(16.99%)는 가장 큰 비중을 차지하였고, ltGy(6.37%), W(5.45%) 순으로 나타났다. 무늬색의 유채색에서 PB가 19.62%로 비중이 가장 높았으나 주요색에 비하여 약 7% 정도 감소하였고, 다음으로 YR(15.35%), R(12.37%) 순으로

나타나 주요색에 비해 R 색상이 약 10% 증가한 것으로 나타났다. BG(1.49%)와 P(1.49%)는 무늬색의 유채색 중 가장 낮은 비중을 차지하였다. 무채색 중 Bk(8.74%)는 가장 높은 비중을 차지하였으나 주요색에 비해 약 8% 감소하였고, Gy(5.76%), dkGy(5.76%) 순으로 나타나 W 색상이 감소한 것을 확인하였다. 전체색, 주요색, 무늬색의 색상 분포는 Figure 4와 같다.

색조의 경우 무채색을 제외하고 저명도·저채도의 dkg가 13.60%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 중명도·저채도의 g가 11.05%, 고명도·저채도의 p가 7.33% 순으로 나타났다 (Figure 5). 가장 적게 나타난 색조는 고명도·고채도의 b가 0.69%, 고명도·중채도의 lt가 1.28%, 저명도·고채도의 dp가

1.49%의 순이었다. 이러한 결과는 Kim(2021)의 연구에서 MZ세대 여성이 실제 구매하는 패션 의류의 색이 저채도와 무채색에 분포되었던 점과 유사성이 있다. 그러나, 여성의 경우 저채도에서 고명도와 중명도인 p, lt, sf의 색조를 선호하고 구매한다는 점과 무채색 중에서도 W의 활용도가 높은 경향을 보인다는 점에서 차이가 있었다.

해의 프리미엄 아우터 브랜드의 남성 의류 색조 특성 (Hong, 2022)과 비교분석한 결과, 저명도·저채도의 dkg와 중명도·저채도의 g의 활용도가 높은 점은 본 연구 결과와 일치하였다. 그러나, Hong(2022)의 연구에서 dkg의 분포가 33.75%로 본 연구의 13.60%와 크게 차이가 나는 점, Bk의 분포가 9.56%로 본 연구의 14.93%로 차이 나는 점을 고려

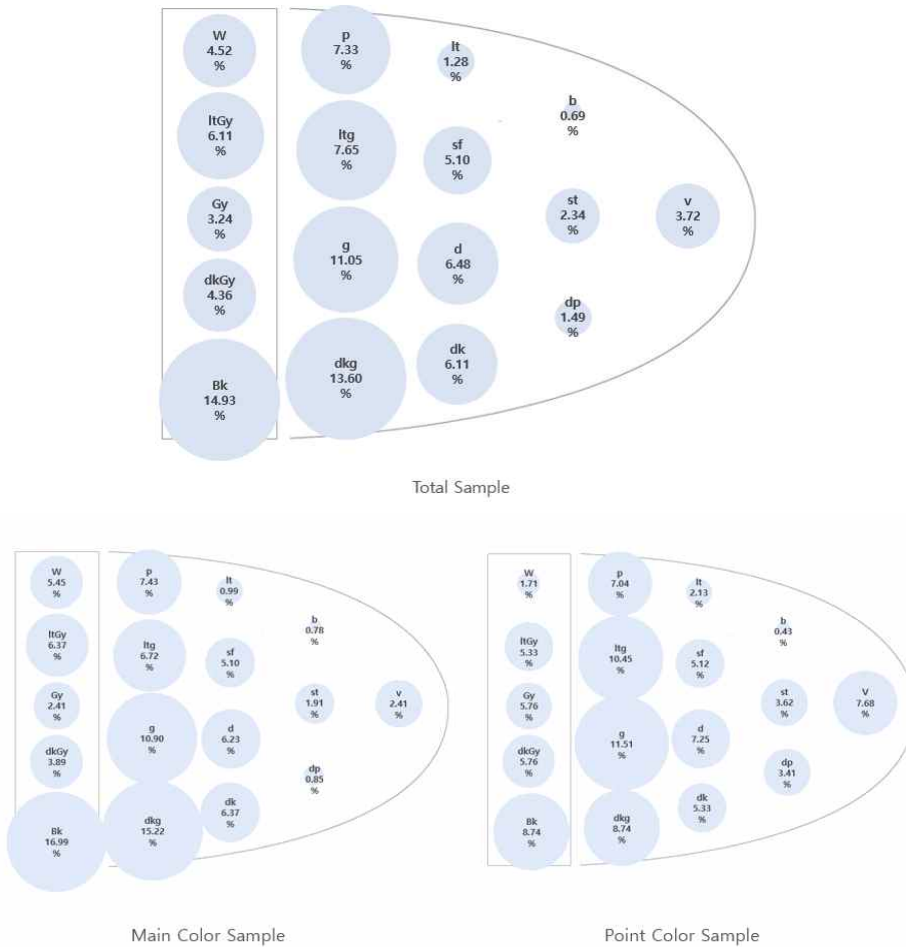


Figure 5. Tone Distribution Chart (drawn by author)



할 때 아메카지 남성복 패션 브랜드에서 무채색 사용 경향이 두드러진 것으로 확인되었다. 정도의 차이는 있겠으나 남성복의 색채 경향에서 저채도, PB계열, 그리고 무채색의 활용도가 높다는 점을 확인할 수 있었다.

**2. 아메카지 남성복 패션 브랜드 의류의 색채 특성**

아메카지 남성복 패션 브랜드 의류의 색조 분포는 Table 3과 같다. 전체 색상 대비 높은 비중을 차지하고 있는 색조와 색상은 저명도·저채도의 dkg 색조 PB 계열 색상이었으며, 저명도·중채도의 dk 색조 PB 계열 순으로 나타났다. PB 계열은 주요 색상으로 활용되고 있으며, 증명도, 저명도, 중채도, 저채도의 dkg, dk, d, g, d 색조로 탁하게 활용되거나 p, v와 같이 고명도로 밝고 강렬하게 활용되었다. 다음으로 큰 비중을 차지하는 YR 색상의 경우 p, dkg, g, ltg, sf, d 색조가, Y 색상에서는 p, dkg, g, ltg 색조가 활용되어 대체로 저채도의 색상이 선호되고 있음을 확인하였다. 한편, R 색상의 경우만 고명도·고채도의 v 색조로 강렬하게 사용되고 있는 특이점이 있었다. 무채색에서의 비중은 Bk 14.93%, ltGy 6.11%, W 4.52% 순이었으며, 무채색 활용의 비율이 전반적으로 높음을 확인하였다. 조사 시기가 F/W에서 S/S로 이전되기 시작한 3월 인 점 등을 고려하더라도, 아메카지 패션이 테일러룩과 OOTD의 스타일링을 강점으로 하고 있어 무채색, 특히 Bk

의 사용이 월등하게 높은 특징을 확인할 수 있었다.

Table 3의 분포도에서 1% 이상 비중을 차지한 색조를 분석하면, 증명도·저채도의 g색조에서 YR, Y, GY, PB 계열이, 저명도·저채도의 dkg색조에서 YR, Y, PB계열이, 고명도·저채도의 p색조에서 YR, Y, PB계열이 나타나, 저채도 색조의 활용 비중이 높았다. 다음으로 증명도·저채도 ltg의 YR, R계열, 증명도·중채도 soft와 dull의 YR, PB계열, 증명도·고채도 v의 R, PB계열, 저명도·중채도 d의 PB계열에서 1% 이상의 분포가 나타났다.

색상을 기준으로 분석하였을 때, PB계열에서 p, v, d, dkg, g, s, d 색조가 1% 이상이 활용되어 가장 다양한 색조 분포를 보였다. 다음으로 YR계열에서 p, dkg, g, ltg, sf, d 색조가 활용되었고, Y계열에서 p, dkg, g, ltg 색조가 활용되었다. 따라서, PB, YR, Y계열을 중심으로 명도와 관계없이 탁한 저채도의 색조로 활용됨을 알 수 있었다. 예외적으로 R계열에서는 증명도·고채도의 v가 활용되어 원색 그대로의 빨강이 비중 있게 활용되고 있음을 확인하였다. 이를 바탕으로 전체 색상별 색조 분포에서 1% 이상을 차지하는 색채의 대표색을 Figure 6에 제시하였다.

주요색과 무늬색의 색채 분포를 살펴보면 Table 4와 같다. 주요색에서만 1% 이상 비중을 차지하고 있는 색채는 총 4가지로 고명도·저채도 p 색조의 YR 색상, 증명도·저채도 dkg 색조의 YR 색상, 증명도·저채도 g 색조와 ltg 색조의 Y 색상이었으며, p, dkg, g, ltg 모두가 저채도인 점이

**Table 3. Tone Distribution by Hue in Total Color Sample (%)**

Hue W Tone	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	N
p	0.21	2.13	1.91	0.27	0.11	0.11	0.32	1.97	0.27	0.05	W 4.52
lt	0.05	0.11	0.16	0.00	0.05	0.05	0.00	0.74	0.00	0.11	ltGy 6.11
b	0.11	0.37	0.05	0.00	0.00	0.00	0.05	0.05	0.00	0.05	Gy 3.24
v	1.65	0.53	0.16	0.05	0.05	0.00	0.05	1.12	0.05	0.05	dkGy 4.36
st	0.43	0.53	0.21	0.05	0.32	0.00	0.05	0.69	0.00	0.05	Bk 14.93
dp	0.58	0.32	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.53	0.00	0.05	
dk	0.32	0.74	0.21	0.00	0.74	0.37	0.16	3.35	0.11	0.11	
dkg	0.16	1.12	1.12	0.48	0.48	0.43	0.58	8.34	0.64	0.27	
g	0.21	1.70	2.50	2.44	0.43	0.00	0.80	2.66	0.32	0.00	
ltg	0.43	2.18	1.81	0.90	0.11	0.05	0.69	0.96	0.43	0.11	
sf	0.43	1.75	0.64	0.05	0.00	0.11	0.16	1.70	0.21	0.05	
d	0.27	2.23	0.43	0.00	0.27	0.11	0.27	2.82	0.11	0.00	

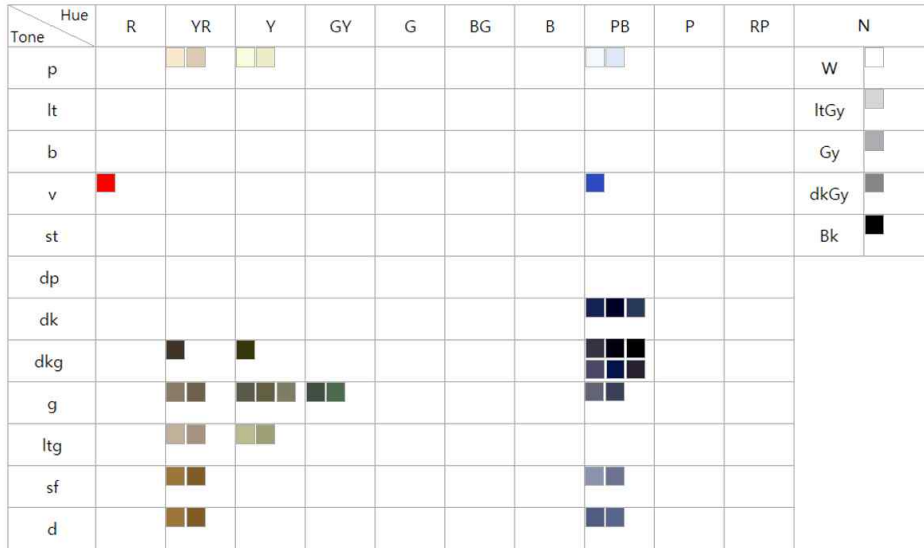


Figure 6. Representative Color Extraction Chart (drawn by author)

아메카지 남성복 패션 브랜드의 전체 색채 특성과 유사성을 갖는다.

한편, 무늬색에서 더욱 다채로운 색채가 활용되고 있음을 확인하였다. 무늬색에서만 1% 이상 비중을 차지하고 있는 색채는 총 14가지로 R 색상의 활용도가 돋보였다. 빨강은 주요색에서는 1% 이상의 비중을 차지한 색조가 없었으나, 무늬색에서는 증명도·고채도의 v, 증명도·고채도의 st, 저명도·고채도의 dp, 증명도·저채도의 ltg, 증명도·중채도의 sf와 d로 사용되어 고채도부터 저채도까지 다양하게 활용되었다. 그 외에도 YR 색상이 v, st, dp, dk, dkg 색조가, B 색상이 g, ltg 색조가 PB 색상이 v 색조가 무늬색에서만 1% 이상 비중을 차지하였다.

주요색과 무늬색의 비중이 차이가 가장 컸던 색채는 PB 색상의 dkg 색조였는데, 주요색의 경우 10.33%의 비중을 보였으나 무늬색에서는 2.35%로 감소하였다. 다음으로 차이가 컸던 색채는 R 색상의 v 색조였으며, 주요색에서는 0.71%의 비중이었다가 무늬색에서는 4.48%로 증가하였다.

무채색은 주요색과 무늬색에서 모두 1% 이상의 비중을 보여 아메카지 패션으로 대표되는 스타일에서 즐겨 사용하는 색임을 다시금 확인하였다. 주요색과 무늬색의 비중이 차이가 가장 컸던 무채색은 Bk 색상이며 주요색에서는 16.99% 비중을 보였으나 무늬색에서는 8.74%로 약 절반

정도로 감소하였다. 다음으로 차이가 컸던 색상은 W로 주요색에서는 5.45%의 비중을 차지하였으나 무늬색에서는 1.71%로 크게 감소하였다. 검정의 경우 주요 색상이어도 즐겨 사용되지만 동시에 무늬색으로도 다양하게 활용되고 있었으나, 흰색의 경우는 무늬색 활용도가 무채색 중 가장 낮음을 알 수 있다.

한국 아메카지룩의 특성에 관해 분석한 Jeong(2020)의 연구에서는 아메카지룩에서 색채가 가장 중요한 요소임을 강조하였고, 채도가 낮고 자연과 어우러지는 컬러가 특징이라 밝혔다. 특히, 대지, 흙, 바위, 모래, 풀과 같은 자연물에서 연상되는 베이지, 브라운, 카키, 올리브, 네이비와 같은 어스 컬러의 사용이 다른 패션 색채 활용과의 차이점이라 하였고, 본 연구의 결과 Y, YR, PB 색채 비중이 높은 점은 유사성을 찾을 수 있다. 한편, 본 연구에서 G(2.55%)와 GY(4.25%)의 비중이 상대적으로 낮은 점은 녹색 계열의 활용이 그리 높지 않다는 점을 확인할 수 있다.

연구 대상의 시기와 범위가 다르다는 한계는 있으나 패션 스타일에 따른 MZ세대 여성의 색채 선호 특성을 분석한 Kim(2021)의 연구에서 최근 캐주얼 의류 색채 특징의 유사점을 확인하였다. MZ세대 여성은 제시된 12가지 패션 스타일 중 캐주얼을 가장 선호하였고, Z세대는 M세대보다 캐주얼 선호 경향이 강화되었다. 좋아하는 색은 Y, YR, R, RP,

Table 4. Tone Distribution by Hue in Main and Point Colors (%)

Tone	Hue	W											
		R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	N	
p	Main	0.14	2.55	2.05	0.21	0.00	0.14	0.21	1.77	0.35	0.00	W	5.45
	Point	0.43	0.85	1.49	0.43	0.43	0.00	0.64	2.56	0.00	0.21		1.71
lt	Main	0.00	0.07	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.78	0.00	0.14	ltGy	6.37
	Point	0.21	0.21	0.64	0.00	0.21	0.21	0.00	0.64	0.00	0.00		5.33
b	Main	0.07	0.50	0.07	0.00	0.00	0.00	0.07	0.07	0.00	0.00	Gy	2.41
	Point	0.21	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.21		5.76
v	Main	0.71	0.35	0.14	0.07	0.00	0.00	0.07	0.99	0.07	0.00	dkG	3.89
	Point	4.48	1.07	0.21	0.00	0.21	0.00	0.00	1.49	0.00	0.21		y
st	Main	0.21	0.35	0.14	0.07	0.42	0.00	0.07	0.64	0.00	0.00	Bk	16.99
	Point	1.07	1.07	0.43	0.00	0.00	0.00	0.00	0.85	0.00	0.21		8.74
dp	Main	0.42	0.07	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.35	0.00	0.00		
	Point	1.07	1.07	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.07	0.00	0.21		
dk	Main	0.35	0.57	0.28	0.00	0.78	0.35	0.14	3.82	0.00	0.07		
	Point	0.21	1.28	0.00	0.00	0.64	0.43	0.21	1.92	0.43	0.21		
dkg	Main	0.00	0.92	1.20	0.42	0.42	0.42	0.50	10.33	0.85	0.14		
	Point	0.64	1.71	0.85	0.64	0.64	0.43	0.85	2.35	0.00	0.64		
g	Main	0.14	1.56	2.62	2.97	0.35	0.00	0.57	2.34	0.35	0.00		
	Point	0.43	2.13	2.13	0.85	0.64	0.00	1.49	3.62	0.21	0.00		
ltg	Main	0.21	2.12	1.27	1.20	0.07	0.00	0.50	0.85	0.35	0.14		
	Point	1.07	2.35	3.41	0.00	0.21	0.21	1.28	1.28	0.64	0.00		
sf	Main	0.07	1.98	0.85	0.00	0.00	0.14	0.14	1.63	0.28	0.00		
	Point	1.49	1.07	0.00	0.21	0.00	0.00	0.21	1.92	0.00	0.21		
d	Main	0.00	2.12	0.42	0.00	0.21	0.07	0.21	3.11	0.07	0.00		
	Point	1.07	2.56	0.43	0.00	0.43	0.21	0.43	1.92	0.21	0.00		

P, PB, B 계열과 무채색이며 이들이 실제 구매하는 패션 의류의 색은 PB계열과 무채색으로, P계열을 제외하고는 본 연구의 색채 경향과 유사한 결과를 보였다.

해외 남성 프리미엄 아우터 브랜드의 색채 특성을 분석한 Hong(2022)의 연구 결과와 비교하였을 때, 전체색에서 PB가 가장 높은 비중을 차지하는 점, 다음으로 무채색의 Bk 순이었다는 점이 본 연구의 결과와 동일하였다. 이에 Figure 4의 전체적 모양새가 유사하게 도출되어 남성복 색상 활용의 유사점을 확인할 수 있었다. 유채색에서는 PB 계열 다음으로 Y, R의 순서로 활용도가 높다는 점은 유사하였으나, 프리미엄 아우터의 경우 R과 P 계열의 활용도가 높고 YR의 활용이 상대적으로 적었던 점은 차이가 있었다. 또한, 유채색의 활용(79.64%)이 본 연구의 결과(66.84%)보다 월등

하게 높아 아웃도어의 다채롭고 스포티한 색채 특성이 반영된 것으로 보인다. 아메카지 패션 아이템이 워크웨어와 테크웨어의 스타일을 포함하고 있어 아웃도어와 중복되는 색채 특성을 갖지만, 데일리룩을 추구하는 캐주얼 의류로서 아웃도어에 비해 색채 활용이 제한적임을 확인할 수 있다.

### 3. 아메카지 남성복 패션 브랜드 의류의 브랜드별 색채 특성

아메카지 남성복 패션 브랜드 의류의 브랜드별 색채 특성을 파악하기 위해 11개 브랜드의 색상을 분석하여 Table 5에 정리하였다. Table 5에서 가장 많은 수의 색상을 사용하고 있던 브랜드는 Kapital로 총 232개의 색상이 추출되었으며,

Table 5. Color Analysis by Brand

(Unit: N (%))

Hue W Brand	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	N	Total
PRL	6 (0.32)	23 (1.22)	16 (0.85)	3 (0.16)	4 (0.21)	1 (0.05)	15 (0.80)	41 (2.18)	7 (0.37)	1 (0.05)	52 (2.76)	169 (8.98)
Car	7 (0.37)	30 (1.59)	13 (0.69)	6 (0.32)	4 (0.21)	3 (0.16)	7 (0.37)	29 (1.54)	5 (0.27)	3 (0.16)	53 (2.82)	160 (8.50)
BB	11 (0.58)	30 (1.59)	9 (0.48)	4 (0.21)	1 (0.05)		6 (0.32)	27 (1.43)	4 (0.21)	1 (0.05)	75 (3.99)	168 (8.93)
Kap	11 (0.58)	29 (1.54)	32 (1.70)	18 (0.96)	4 (0.21)	1 (0.05)	8 (0.43)	54 (2.87)	3 (0.16)	1 (0.05)	71 (3.77)	232 (12.33)
Lev	7 (0.37)	38 (2.02)	17 (0.90)	2 (0.11)	3 (0.16)	3 (0.16)	12 (0.64)	36 (1.91)	3 (0.16)	1 (0.05)	66 (3.51)	188 (9.99)
EG	12 (0.64)	18 (0.96)	23 (1.22)	13 (0.69)		1 (0.16)		20 (1.06)	6 (0.32)	3 (0.16)	44 (2.34)	140 (7.44)
Uni	12 (0.64)	17 (0.90)	17 (0.90)	6 (0.32)	6 (0.32)	2 (0.11)	4 (0.21)	62 (3.29)	2 (0.11)	5 (0.27)	38 (2.02)	171 (9.09)
Ors	9 (0.48)	11 (0.58)	19 (1.01)	14 (0.74)	4 (0.21)		2 (0.11)	57 (3.03)			42 (2.23)	158 (8.40)
Lac	6 (0.32)	29 (1.54)	12 (0.64)	2 (0.11)	15 (0.80)	5 (0.27)	2 (0.11)	26 (1.38)	2 (0.11)	1 (0.05)	58 (3.08)	158 (8.40)
Nan	2 (0.11)	20 (1.06)	10 (0.53)	6 (0.32)	2 (0.11)	1 (0.05)	1 (0.05)	52 (2.76)	5 (0.27)		50 (2.66)	149 (7.92)
TH	8 (0.43)	13 (0.69)	5 (0.27)	6 (0.32)	5 (0.27)	6 (0.32)	2 (0.11)	65 (3.45)	3 (0.16)	1 (0.05)	75 (3.99)	189 (10.04)
Total	91 (4.84)	258 (13.71)	173 (9.19)	80 (4.25)	48 (2.55)	23 (1.22)	59 (3.13)	469 (24.92)	40 (2.13)	17 (0.90)	624 (33.16)	1,882 (100)

\* PRL: PoloRalphLauren, Car: Carhartt, BB: BeamsBoy, Kap: Kapital, Lev: Levi's, EG: EngineeredGarments, Uni: Uniqlo, Ors: Orslo, Lac: Lacoste, Nan: Nanamica, TH: TommyHilfiger

다음으로 Tommy Hilfiger(189개), Levi's(188개), Uniqlo(171개)의 순서였다. Kapital 브랜드의 경우 빈티지 분위기를 살린 패치워크 디테일, 소재와 컬러를 자유롭게 믹스매치하는 컨셉으로 인하여 많은 색상이 사용되고 있었다. 상품 수 부족으로 상품 이미지 샘플 수의 차이가 컸던 Engineered Garments를 제외하고, 가장 적은 수의 색상을 사용하고 있던 브랜드는 Nanamica(149개)로 분석되었다. Nanamica 브랜드의 경우 미니멀리즘을 지향하며 극도로 절제된 색감을 활용하고 있는 점이 결과로 나타났다. 가장 높은 분포를 보인 브랜드와 색상은 BeamsBoy와 Tommy Hilfiger의 무채색(3.99%) 계열이었고, 다음으로 Kapital의 무채색(3.77%), Levi's의 무채색(3.51%), Tommy Hilfiger의 PB(3.45%), Uniqlo의 PB(3.29%) 순이었다.

각 브랜드의 차별화된 색상 분포를 살펴보기 위해 전체 0.5% 이상의 분포를 보인 색상을 브랜드별로 Figure 7에 정리하였다. 가장 다양한 색상 계열을 활용하고 있는 브랜드는

Kapital(6)로 무채색(3.77%), PB(2.87%), Y(1.70%), YR(1.59%), GY(0.96%), R(0.58%)의 순으로 나타났다. 빈티지 원단과 제품을 특유의 염색과 자수, 패치워크 등의 제조방식을 통해 탄생시키는 브랜드인 만큼 다양한 색상을 활용하고 있었다. 일본 브랜드인 BeamsBoy, Kapital, Engineered Garments, Uniqlo에서 R의 활용이 상대적으로 높았으며, 아메리칸 스포티 캐주얼 감성을 가진 Polo Ralph Lauren이나 미국 국기와 같은 색의 로고로 강조했던 Tommy Hilfiger의 경우 R의 사용이 높지 않았다. Polo Ralph Lauren과 Levi's의 경우 PB와 함께 B 색상 계열의 활용도 높아 액티브한 감성을 보여주었으며, Lacoste의 경우 G의 사용이 높아 로고인 악어의 색을 브랜드 색상으로 활용하고 있음을 확인하였다. 일본 브랜드인 Kapital, Engineered Garments, Orslo에서는 GY의 사용이 확인되었는데, 아메리카 전체에서 탁한 색조의 활용이 두드러졌기에 카키 색상의 활용을 짐작할 수 있겠다. 가장 적은 수의 색상 계

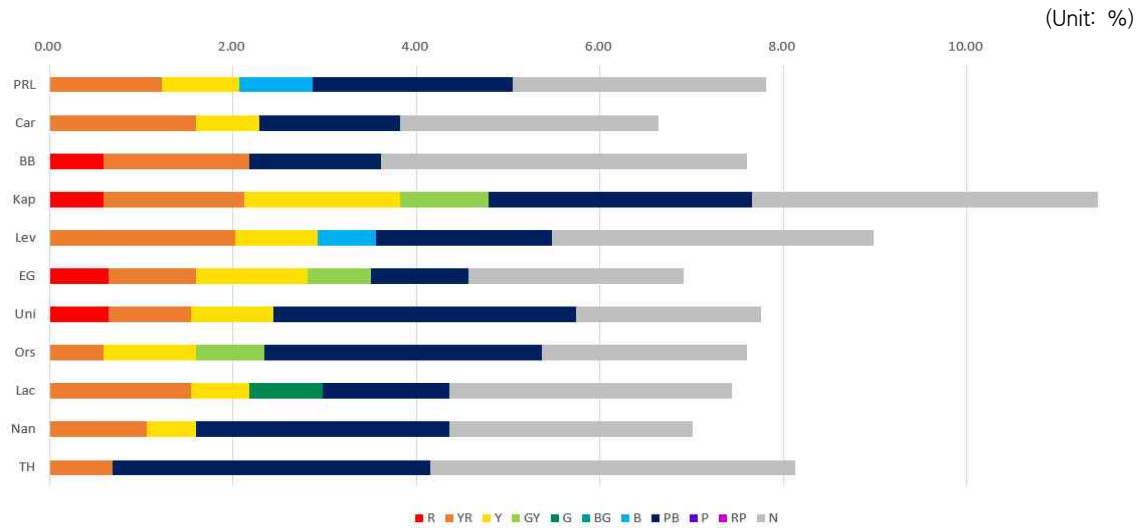


Figure 7. Representative Color Distribution by Brand (drawn by author)

열을 활용하고 있는 브랜드는 Tommy Hilfiger로 무채색과 PB, YR의 3가지 컬러를, 다음으로 Carhartt와 Nanamica가 무채색과 PB, YR, Y의 4가지 컬러를 활용하고 있었다. 이들 브랜드는 의류 색상을 보다 미니멀한 감성으로 전개하고 있음을 확인하였다.

아메카지 남성복 패션 브랜드 의류의 브랜드별 색채 특성을 파악하기 위해 11개 브랜드의 색조를 분석하여 Table 6에 정리하였다. 11개의 아메카지 브랜드 중에서 가장 높은 분포를 보인 브랜드와 색조는 유채색에서 Kapital의 g(2.02%)였고, Orslow와 Tommy Hilfiger의 dkg(1.75%), Levi's의 dkg(1.59%), Kapital의 ltg(1.54%) 순으로 나타났다. 브랜드 대부분에서 저명도·저채도 dkg, 중명도·저채도 g, 중명도·저채도 ltg의 활용도가 높아 저채도의 활용이 높은 점을 재확인하였다. 무채색에서는 Bk의 활용도가 전반적으로 높았는데, BeamsBoy의 Bk(2.07%)였고, 다음으로 Levi's(2.07%), Tommy Hilfiger(1.70%), Lacoste(1.65%), Carhartt(1.49%) 순으로 나타났다.

각 브랜드의 차별화된 색조 분포를 살펴보기 위해 전체 0.5% 이상의 분포를 보인 색조를 브랜드별로 Figure 8에 정리하였다. 가장 다양한 색조 계열을 활용하는 브랜드는 Kapital(10)이었고, 다음으로 Polo Ralph Lauren(8), Lacoste(8) 순이었다. Kapital의 경우, 중명도·저채도의 g(2.02%), 중명도·저채도의 ltg(1.54%), 저명도·저채도의 dkg

(1.22%), 무채색의 Bk(1.22%), 무채색의 dkGy(0.96%), 고명도·저채도의 p(0.80%), 중명도·중채도의 d(0.80%) 순으로 어둡고 탁한 색조의 활용이 두드러졌다. 염색, 자수, 패치워크 등의 제조방식을 고수하는 브랜드이니만큼 색상 활용과 마찬가지로 색조의 활용에서도 다양성을 보였다. 가장 적은 색조 계열을 활용하는 브랜드는 Engineered Garments(5)로 무채색의 Bk(1.43%), 중명도·저채도의g(1.06%), 저명도·저채도의dkg(0.90%), 고명도·저채도의 p(0.80%), 중명도·고채도의 v(0.58%)를 활용하였다. 화사한 색상으로 전개하는 몇몇 아이템들을 제외하고 Engineered Garments의 의류는 저채도로 한정적인 색조 안에서 전개되고 있음을 확인하였다.

고명도·저채도의 p는 Carhatt, BeamsBoy, Orslow를 제외한 모든 브랜드에서 0.5% 이상 분포를 보였으며, 특히 Uniqlo(1.01%)와 Nanamica(1.01%) 브랜드에서 1% 이상의 분포를 보였다. Uniqlo의 경우 p 색조와 함께 중명도·저채도의 ltg(1.01%)에서 1% 이상의 분포를 보였으며, 가벼운 일상복 컨셉을 추구하는 대중적인 브랜드 컨셉에 맞게 뉴트럴 색상의 활용도가 높음을 확인할 수 있다. 한편 Nanamica의 경우, p 색조와 함께 무채색 ltGy(1.12%), W(0.58%)의 고명도 활용 비중이 상대적으로 높은 특징을 보였다. 이는 뉴트럴한 색상과 어둡고 탁한 색상의 배색 효과를 통해 바다를 모티브로 하는 컨셉과 미니멀한 시티보이룩을 표방하는 Nanamica의 스타일을 더욱 명확하게 표현할 것으로 보인다.

Table 6. Tone Analysis by Brand

(Unit: N (%))

Tone W Brand	p	lt	b	v	st	dp	dk	dkg	g	ltg	sf	d	N					Total
													W	ltGy	Gy	dkGy	Bk	
PRL	15 (0.80)	1 (0.05)	1 (0.05)	7 (0.37)	1 (0.05)	2 (0.11)	12 (0.64)	26 (1.38)	21 (1.12)	16 (0.85)	5 (0.27)	10 (0.53)	6 (0.32)	6 (0.32)	4 (0.21)	11 (0.58)	25 (1.33)	169 (8.98)
Car	3 (0.16)	1 (0.05)	1 (0.05)	7 (0.37)	5 (0.27)	3 (0.16)	5 (0.27)	16 (0.85)	28 (1.49)	11 (0.58)	10 (0.53)	17 (0.59)	6 (0.32)	8 (0.43)	2 (0.11)	9 (0.48)	28 (1.49)	160 (8.50)
BB	8 (0.43)	3 (0.16)	2 (0.11)	3 (0.16)	3 (0.16)		4 (0.21)	27 (1.43)	20 (1.06)	10 (0.53)	5 (0.27)	8 (0.43)	17 (0.90)	3 (0.16)	6 (0.32)	10 (0.53)	39 (2.07)	168 (8.93)
Kap	15 (0.80)	1 (0.05)	1 (0.05)	4 (0.21)	4 (0.21)	5 (0.27)	14 (0.74)	23 (1.22)	38 (2.02)	29 (1.54)	12 (0.64)	15 (0.80)	8 (0.43)	9 (0.48)	13 (0.69)	18 (0.96)	23 (1.22)	232 (12.33)
Lev	13 (0.69)	1 (0.05)	7 (0.37)	5 (0.27)	7 (0.37)	3 (0.16)	8 (0.43)	30 (1.59)	12 (0.64)	17 (0.90)	10 (0.53)	9 (0.48)	2 (0.11)	14 (0.74)	7 (0.37)	6 (0.32)	37 (1.97)	188 (9.99)
EG	15 (0.80)	1 (0.05)		11 (0.58)	3 (0.16)	1 (0.05)	6 (0.32)	17 (0.59)	20 (1.06)	7 (0.37)	6 (0.32)	9 (0.48)	3 (0.16)	7 (0.37)	4 (0.21)	3 (0.16)	27 (1.43)	140 (7.44)
Uni	19 (1.01)	9 (0.48)	1 (0.05)	5 (0.27)	5 (0.27)	3 (0.16)	17 (0.90)	17 (0.59)	12 (0.64)	19 (1.01)	12 (0.64)	14 (0.74)	4 (0.21)	9 (0.48)	5 (0.27)	3 (0.16)	17 (0.59)	171 (9.09)
Ors	5 (0.27)			2 (0.11)	4 (0.21)	2 (0.11)	10 (0.53)	33 (1.75)	29 (1.54)	10 (0.53)	8 (0.43)	13 (0.69)	7 (0.37)	8 (0.43)	8 (0.43)	8 (0.43)	11 (0.58)	158 (8.40)
Lac	11 (0.58)	3 (0.16)		14 (0.74)	6 (0.32)	6 (0.32)	15 (0.80)	12 (0.64)	8 (0.43)	2 (0.11)	11 (0.58)	12 (0.64)	12 (0.64)	7 (0.37)	3 (0.16)	5 (0.27)	31 (1.65)	158 (8.40)
Nan	19 (1.01)			1 (0.05)	2 (0.11)		7 (0.37)	22 (1.17)	17 (0.90)	17 (0.90)	9 (0.48)	5 (0.27)	11 (0.58)	21 (1.12)	3 (0.16)	4 (0.21)	11 (0.58)	149 (7.92)
TH	15 (0.80)	4 (0.21)		11 (0.58)	4 (0.21)	3 (0.16)	17 (0.90)	33 (1.75)	3 (0.16)	6 (0.32)	8 (0.43)	10 (0.53)	9 (0.48)	23 (1.22)	6 (0.32)	5 (0.27)	32 (1.70)	189 (10.04)
Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

\* PRL: PoloRalphLauren, Car: Carhartt, BB: BeamsBoy, Kap: Kapital, Lev: Levi's, EG: EngineeredGarments, Uni: Uniqlo, Ors: Orslow, Lac: Lacoste, Nan: Nanamica, TH: TommyHilfiger

다. 중명도·고채도의 v 색조 활용도가 높은 브랜드는 Engineered Garments, Lacoste, Tommy Hilfiger로 고채도의 화사한 색채 감성을 반영시킨 아이템을 다수 제작하는 것으로 확인된다. 무채색의 W의 높은 활용도를 보이는 브랜드는 BeamsBoy, Lacoste, Nanamica였으며, 특히 남성복의 여성복 디자인에서 시작하여 다시 남성복 라인으로 확대한 BeamsBoy의 경우 W의 높은 활용도를 확인하였다.

#### 4. 아메카지 남성복 패션 브랜드 의류의 아이템별 색채 특성

아메카지 남성복 패션 브랜드 의류의 아이템별 수집 이미지와 추출 색상의 수를 Table 7에 정리하였다. 수집 이미지 대비 추출 색상의 증가가 가장 높은 아이템은 셔츠로 총 229개의 수집 이미지에서 101개가 증가한 총 330개의 색상이 추출되었다. 다음으로 니트웨어(176), 코트(174), 티셔

츠(146), 팬츠(138)의 순서로 나타났으며, 이는 하의보다 상의에 많은 색채가 활용되고 있음을 확인할 수 있었다.

아이템별 색채 활용 특징을 파악하기 위해 7가지 아이템의 색상을 분석하여 Table 8에 정리하였다. 유채색에서 가장 높은 분포를 보인 아이템과 색상은 데님의 PB(6.80%)였으며, 다음으로 셔츠의 PB(4.94%), 자켓의 PB(3.51%), 코트의 PB(3.08%), 코트의 YR(2.98%), 팬츠의 Y(2.92%) 순으로 PB계열의 높은 활용도를 확인하였다. 무채색에서는 니트웨어의 무채색(6.64%), 티셔츠의 무채색(5.90%), 코트의 무채색(4.84%), 셔츠의 무채색(4.78%), 순으로 나타났으며, 데님(2.44%)을 포함하여 모든 아이템의 무채색의 활용도가 높은 것을 확인하였다.

각 아이템의 차별화된 색상 분포를 살펴보기 위해, 전체 0.5% 이상의 분포를 보인 색상을 아이템별로 Figure 9에 정리하였다. 분포도에서 가장 다양한 색상 계열을 활용하고 있는 아이템은 셔츠(8)와 티셔츠(7)로 모두 상의의 이너웨어로 확인되었다. 셔츠의 경우 PB(4.94%), 무채색(4.78%), YR(2.23%), R(1.70%), Y(1.43%)의 순으로 나타났으며, 티셔츠의 경우 무채색(5.90%), PB(2.34%), YR(1.38%), Y(0.85%), G(0.80%)의 순으로 나타났다. 반면 가장 적은 수의 색상 계열을 활용하고 있는 아이템은 데님(3)으로 PB(6.80%), 무채색(2.44%), B(1.22%)에 한정되었다. 셔츠 아이템의 경우 R의 활용도가 상대적으로 높았으며, 유일하게 P와 RP의 높은 활용도를 보였다. 팬츠와 데님의 경우 R

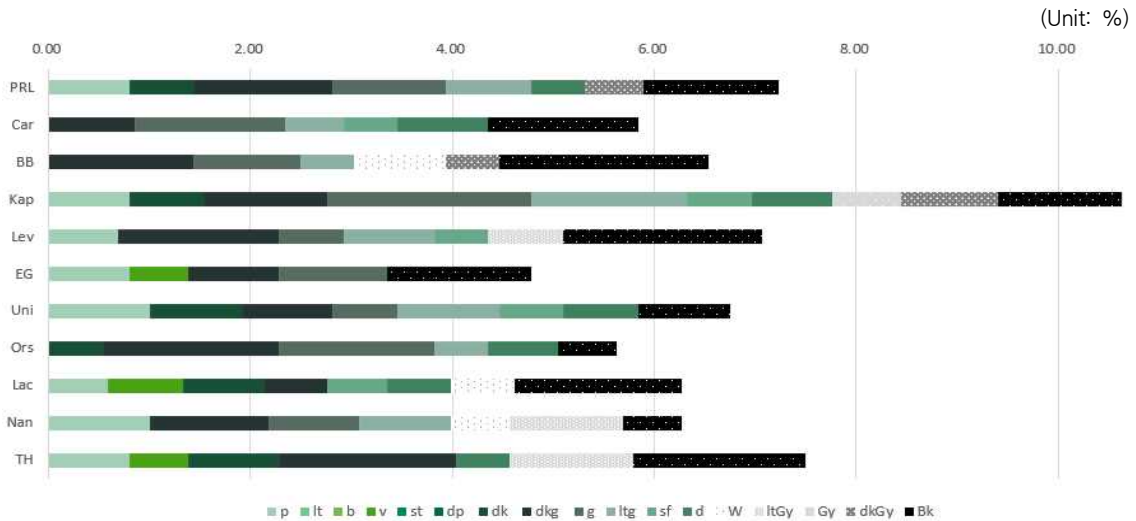


Figure 8. Representative Tone Distribution by Brand (drawn by author)

Table 7. Number of Product Images and Color Samples by Item

Brand	Number of Images	Number of Samples	Δ	Brand	Number of Images	Number of Samples	Δ
Pants	235	260	+25	Coat	210	284	+74
Jacket	214	252	+38	Knitwear	210	287	+76
Shirts	229	330	+101	T-shirts	210	256	+46
Denim	180	213	+33				
Total					1,488		

의 활용도가 상대적으로 낮아 분포도에서 발견되지 않았으며, 이는 일반적으로 하의에 붉은 계열 색상이 주요 색상으로 사용되지 않기 때문으로 보인다. G 계열의 색상은 니트웨어와 티셔츠에서 높은 활용도를 보였으며, 카키색을 포함하는 GY 계열의 색상은 팬츠, 재킷, 셔츠, 코트에서 높은 활용도를 보여 녹색 계열 색상의 활용에 차이가 있었다.

아이템별 색조 활용 특징을 파악하기 위해 7가지 아이템

의 색조를 분석하여 Table 9에 정리하였다. 유채색에서 가장 높은 분포를 보인 아이템과 색조는 데님의 저명도·저채도 dkg(2.60%), 코트의 dkg(2.28%), 재킷의 dkg(2.23%), 셔츠의 증명도·저채도 g(2.23%), 팬츠의 dkg(2.07%)와 g(2.02%) 순으로 나타나 저채도의 dkg와 g 색조의 활용도가 높았다. 무채색에서는 코트의 Bk(2.87%), 팬츠의 Bk(2.44%), 재킷과 니트의 Bk(2.39%), 티셔츠의 Bk(2.18%)로

Table 8. Color Analysis by Item

(Unit: N (%))

Hue W Item	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	N	Total
PT	4 (0.21)	48 (2.55)	55 (2.92)	24 (1.28)	3 (0.16)		4 (0.21)	37 (1.97)	4 (0.21)	1 (0.05)	80 (4.25)	260 (13.82)
JK	11 (0.58)	40 (2.13)	24 (1.28)	14 (0.74)	7 (0.37)	3 (0.16)	2 (0.11)	66 (3.51)	2 (0.11)	2 (0.11)	81 (4.30)	252 (13.39)
SH	32 (1.70)	42 (2.23)	27 (1.43)	11 (0.58)	2 (0.11)	3 (0.16)	8 (0.43)	93 (4.94)	12 (0.64)	10 (0.53)	90 (4.78)	230 (17.53)
DN	1 (0.05)	5 (0.27)	2 (0.11)	1 (0.05)		1 (0.05)	23 (1.22)	128 (6.80)	6 (0.32)		46 (2.44)	213 (11.32)
CT	11 (0.58)	56 (2.98)	29 (1.54)	13 (0.69)	6 (0.32)	8 (0.43)	9 (0.48)	58 (3.08)	2 (0.11)	1 (0.05)	91 (4.84)	284 (15.09)
NT	19 (1.01)	41 (2.18)	20 (1.06)	8 (0.43)	15 (0.80)	4 (0.21)	3 (0.16)	43 (2.28)	7 (0.37)	1 (0.05)	125 (6.64)	287 (15.25)
TS	13 (0.69)	26 (1.38)	16 (0.85)	9 (0.48)	15 (0.80)	4 (0.21)	10 (0.53)	44 (2.34)	7 (0.37)	1 (0.05)	111 (5.90)	256 (13.60)
Total	91 (4.84)	258 (13.71)	173 (9.19)	80 (4.25)	48 (2.55)	23 (1.22)	59 (3.13)	469 (24.92)	40 (2.13)	17 (0.90)	624 (33.16)	1,882 (100)

\* PT: pants, JK: jacket, SH: shirts, DN: denim, CT: coat, NT: knitwear, TS: t-shirts

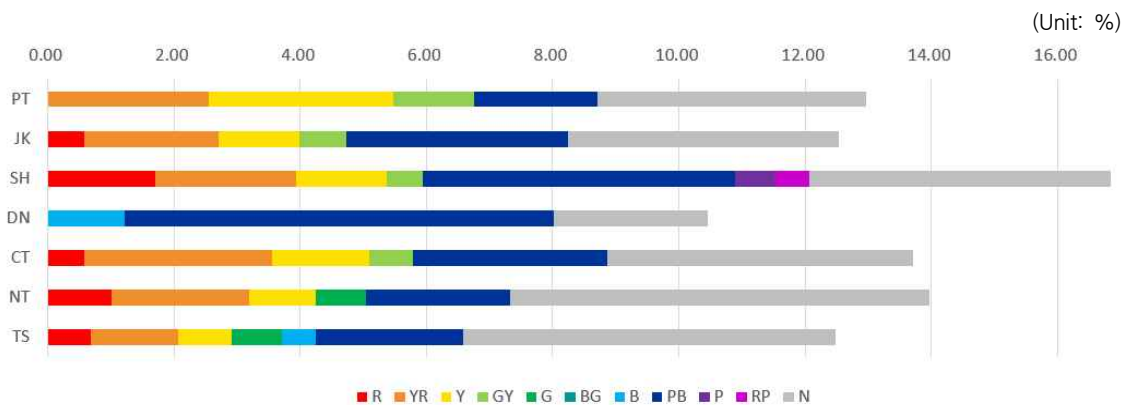


Figure 9. Representative Color Distribution by Item  
(drawn by author)



Table 9. Tone Analysis by Item

(Unit: N (%))

Tone W Item	p	lt	b	v	st	dp	dk	dkg	g	ltg	sf	d	N					Total
													W	ltGy	Gy	dkGy	Bk	
PT	23 (1.22)	1 (0.05)	2 (0.11)	5 (0.27)	3 (0.16)	2 (0.11)	9 (0.48)	39 (2.07)	38 (2.02)	24 (1.28)	20 (1.06)	14 (0.74)	8 (0.43)	12 (0.64)	6 (0.32)	8 (0.43)	46 (2.44)	260 (13.82)
JK	18 (0.96)	2 (0.11)	1 (0.05)	5 (0.27)	6 (0.32)	6 (0.32)	16 (0.85)	42 (2.23)	28 (1.49)	21 (1.12)	8 (0.43)	18 (0.96)	5 (0.27)	11 (0.58)	7 (0.37)	13 (0.69)	45 (2.39)	252 (13.39)
SH	33 (1.75)	15 (0.80)	4 (0.21)	15 (0.80)	14 (0.74)	3 (0.16)	13 (0.69)	26 (1.38)	42 (2.23)	30 (1.59)	23 (1.22)	22 (1.17)	19 (1.01)	20 (1.06)	9 (0.48)	13 (0.69)	29 (1.54)	230 (17.53)
DN	11 (0.58)				2 (0.11)		20 (1.06)	49 (2.60)	23 (1.22)	16 (0.85)	17 (0.90)	29 (1.54)	4 (0.21)	6 (0.32)	7 (0.37)	8 (0.43)	21 (1.12)	213 (11.32)
CT	12 (0.64)	2 (0.11)		14 (0.74)	7 (0.37)	7 (0.37)	23 (1.22)	43 (2.28)	30 (1.59)	25 (1.33)	10 (0.53)	20 (1.06)	3 (0.16)	9 (0.48)	7 (0.37)	18 (0.96)	54 (2.87)	284 (15.09)
NT	22 (1.17)	3 (0.16)	4 (0.21)	18 (0.96)	3 (0.16)	5 (0.27)	16 (0.85)	31 (1.65)	25 (1.33)	13 (0.69)	13 (0.69)	9 (0.48)	12 (0.64)	33 (1.75)	18 (0.96)	17 (0.90)	45 (2.39)	287 (15.25)
TS	19 (1.01)	1 (0.05)	2 (0.11)	13 (0.69)	9 (0.48)	5 (0.27)	18 (0.96)	26 (1.38)	22 (1.17)	15 (0.80)	5 (0.27)	10 (0.53)	34 (1.81)	24 (1.28)	7 (0.37)	5 (0.27)	41 (2.18)	256 (13.60)
Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,882 (100)

\* PT: pants, JK: jacket, SH: shirts, DN: denim, CT: coat, NT: knitwear, TS: t-shrts

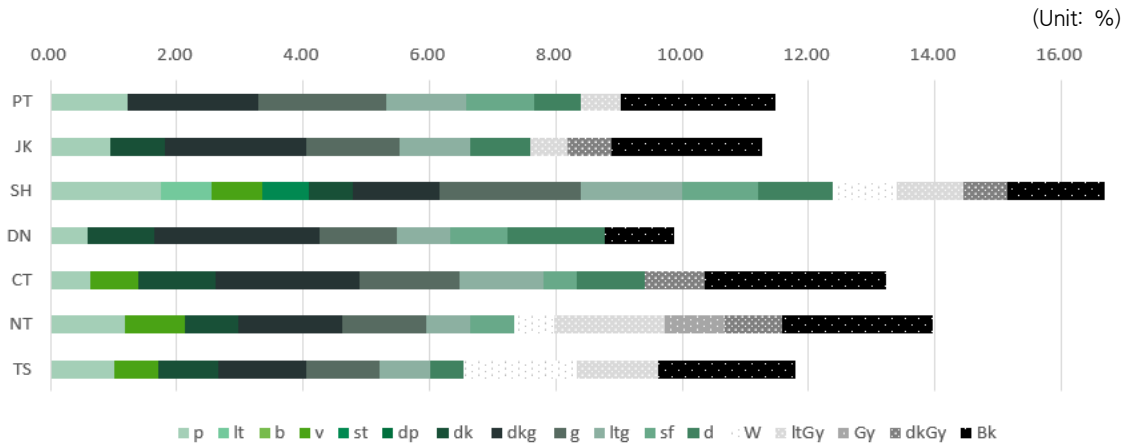


Figure 10. Representative Tone Distribution by Item  
(drawn by author)

모든 아이템에서 Bk의 높은 활용도를 확인하였다. 각 아이템의 차별화된 색조 분포를 살펴보기 위해, 전체 0.5% 이상의 분포를 보인 색조를 아이템별로 Figure 10에

정리하였다. 분포도에서 가장 다양한 색조 계열을 활용하는 아이템은 셔츠(14), 니트웨어(12), 티셔츠(10), 코트(10), 재킷(9), 팬츠(8), 데님(8)의 순으로 나타났다. 셔츠에서는 가장

다양한 색조가 활용되고 있었는데, 유채색에서 증명도·저채도의 g(2.23%), 고명도·저채도의 p(1.75%), 증명도·저채도의 ltg(1.59%), 저명도·저채도의 dkg(1.38%), 증명도·중채도의 sf(1.22%)와 d(1.17%) 순으로, 무채색에서는 Bk(1.54%), ltGy(1.06%), W(1.01%) 순으로 나타났다. 하의의 경우 색조의 활용도가 제한적이었으며, 팬츠에서는 무채색의 Bk(2.44%), 저명도·저채도의 dkg(2.07%), 증명도·저채도의 g(2.02%)와, ltg(1.28%) 순으로, 데님에서는 저명도·저채도의 dkg(2.60%), 증명도·중채도의 d(1.54%), 증명도·저채도의 g(1.22%), 무채색의 Bk(1.12%)의 순으로 나타났다. 모든 아이템에서 중저명도에 저채도의 dkg와 g, 무채색의 Bk의 분포가 높아 아메카지 남성복 패션 브랜드 의류에서 어둡고 탁한 색조의 활용도가 높음을 확인하였다.

분포도에서 고명도·저채도의 p 색조 활용도는 모든 아이템에서 확인되었으며, 특히 셔츠에서 가장 높은 p 활용도를 보였다. 화사한 고명도·고채도의 v 색조는 재킷을 제외한 모든 상의, 셔츠, 코트, 니트웨어, 티셔츠에서 활용되었으나, 하의의 경우 활용되지 않았다. 아메카지 남성복 패션 브랜드 의류의 색조에서 고명도·중채도의 lt, 고명도·고채도의 b, 증명도·고채도의 st, 저명도·고채도의 dp 색조의 활용도는 매우 낮게 나타났다. 무채색의 ltGy는 데님과 코트를 제외한 모든 아이템에서 활용도를 나타내었고, 특히 니트웨어에서 가장 많이 활용되고 있었다. 무채색의 W는 티셔츠(1.81%) 아이템에서 가장 높은 활용도를 보였고, 다음으로 셔츠(1.01%)와 니트웨어(0.64%)에서 나타나 상의 이너웨어에서 높은 활용도를 보였다. 상의 이너웨어의 경우 W, ltGy, p와 같이 명도가 높아 밝은 색조를 활용하여 하의, 아우터의 어둡고 탁한 색상과의 명도 차이를 두어 스타일링하는 아메카지 패션의 특징을 확인할 수 있다.

## V. 결론

본 연구는 패션 주도력을 갖고 스타일에 대한 투자를 아끼지 않는 남성 소비자의 증가와 함께 남성복 캐주얼 의류 시장에서 대중적 유행을 얻고 있는 아메카지 패션의 색채 활용의 특징을 분석함에 연구의 목적이 있다. 아메카지 남성복 패션 브랜드 의류 이미지에서 추출한 1,822개 색상을 먼셀 색체계와 PCCS 12색조를 기준으로 분석한 결과 아메카지의 색채 활용 특징은 다음과 같다.

첫째, 아메카지 패션의 색채 특성은 PB, YR, Y 색상을 중심으로 저채도의 p, ltg, g, dkg를 활용하는 것으로 분석하였다. 전체 색상에서 무채색의 비중이 33.16%로 높은 활

용도를 보였으며, 유채색에서는 PB의 활용도가 가장 높았고, 이어서 YR, Y의 순이었다. 상대적으로 RP, BG, P, G 색상은 비중이 매우 낮아 활용도가 낮음을 확인하였다. 전체 색조에서 무채색 중 Bk의 비중이 가장 높았으며, ltGy, W의 순으로 나타났다. 유채색에서는 저명도·저채도의 dkg 비중이 가장 높았으며, 다음으로 g, p, ltg의 순으로 나타났다. PB 색상 저채도의 경우 짙은 남색 계열, YR 색상 저채도의 경우 브라운 계열, Y 색상 저채도의 경우 카키 계열과 연계될 수 있으며, 이는 선행연구(Kim, 2022)에서 제시했던 아메카지의 주요 색상과 유사점을 갖는다. 한편, 아메카지 패션의 어스컬러 사용 선호(Jeong, 2020)에도 불구하고 본 연구를 통하여 녹색 계열과 관련되는 G, BG, GY 활용이 높지 않았던 것은 선행연구와의 차별점이며, 해당 색채들의 패션 의류 적용에는 한계가 있어 보인다.

둘째, 아메카지 패션의 주요색과 무늬색의 색채 분포를 살펴본 결과, 주요색에서는 무늬색과 비교하여 유채색은 감소하고 무채색이 증가하였다. 주요색의 유채색에서는 PB, YR, Y 색상이, 무채색에서는 Bk, W 색상의 활용이 두드러졌다. 주요색의 색조는 p, dkg, g, ltg의 고명도/증명도의 저채도 계열의 활용도가 높았다. 한편 무늬색에서는 더욱 다양한 색채가 포인트 색상 또는 프린트 색상으로 활용되고 있었다. 특히, R 색상의 비중은 주요색에 비해 약 10% 증가하는 특이점을 보였다. R은 주요색에서 1% 이상의 비중을 차지한 색조가 없었으나, 무늬색에서는 6가지(v, st, dp, ltg, sf, d)에 해당하여 무늬색으로써의 활용도가 돋보였다. 무채색은 주요색과 무늬색에서 모두 비중 있게 활용되었으나, W의 경우 무늬색에서 사용이 많이 감소하여 포인트 컬러로의 활용도가 낮음을 알 수 있다.

셋째, 아메카지 패션의 브랜드별 색채 특성을 분석한 결과, 브랜드 컨셉에 따라 색채 활용의 차이를 보였다. 가장 많은 수의 색상을 사용하고 있던 브랜드는 Kapital로 다양한 색상의 활용은 빈티지 분위기를 살려 패치워크 디테일과 염색 등 특유의 작업을 선호하는 브랜드 컨셉에 부합하였다. 가장 적은 수의 색상을 사용하고 있던 브랜드는 Nanamica로 절제된 색채 활용은 세월이 지나도 변치 않는 클래식을 지향하는 브랜드의 컨셉에 부합하였다. R 색상의 활용은 일본 브랜드인 BeamsBoy, Kapital, Engineered Garments, Uniqlo에서 상대적으로 높았으며, 아메리칸 스포티 캐주얼 감성의 Polo Ralph Lauren이나 미국 국기와의 같은 로고색을 강조했던 Tommy Hilfiger의 경우 R 색상 활용이 높지 않았다. Polo Ralph Lauren과 Levi's는 PB, B 색상의 활용도가 높아 액티브한 감성을 보여주었으며, Lacoste의 경우 G

의 비중이 높아 로고인 악어의 색을 브랜드 색상으로 의류에 적용하고 있었다. Kapital, Engineered Garments, Orslow에서는 GY의 사용이 확인되어 저채도와 함께 카키 색상의 활용을 짐작할 수 있다. 색조 분포에서 대부분의 브랜드에서 Bk, dkg, g의 어둡고 탁한 색조를 비중 있게 활용하고 있었으나, Bk의 비중이 높지 않은 3개의 브랜드는 Uniqlo, Orslow, Nanamica였다. Uniqlo는 가벼운 일상복 컨셉, Orslow는 미니멀한 빈티지룩, Nanamica는 미니멀한 시티보이룩을 표방하고 있어, 탁하지만 비교적 밝은 색상의 뉴트럴 컬러를 사용하고 있었다. 가장 다양한 색조를 활용하는 브랜드는 Kapital, Polo Ralph Lauren, Lacoste의 순이었으며, Engineered Garments로 가장 제한적인 색조를 활용하는 브랜드였다. 증명도·고채도의 v 색조는 Engineered Garments, Lacoste, Tommy Hilfiger에서 비중이 높아 고채도의 화사한 색채 감성을 반영한 의류를 제작하는 것으로 확인된다. 무채색 중 W는 BeamsBoy, Lacoste, Nanamica에서 높은 비중을 보여 가볍고 경쾌한 브랜드 컨셉에 부합하였다.

넷째, 아메카지 패션의 아이템별 색채 특성을 분석한 결과, 아이템의 용도에 따라 색채 활용의 차이를 보였다. 수집 이미지 대비 추출 색상의 증가가 가장 높았던 아이템은 셔츠, 니트웨어, 코트, 티셔츠의 순서로 하의보다 상의에서 많은 색채가 활용되고 있었다. 색상 분포에서는 데님의 PB가 가장 높은 비중을 차지하였으며, 다음으로 니트웨어의 무채색, 티셔츠의 무채색, 셔츠의 PB와 무채색, 코트의 무채색 순으로 나타나 PB 계열과 무채색의 활용도가 높았다. 가장 다양한 색상 계열을 활용하고 있는 아이템은 셔츠와 티셔츠로 모두 상의의 니트웨어였다. 반면, 데님의 색상은 PB, B, 무채색으로 한정되어 가장 적은 수의 색상 계열을 활용하고 있었다. 셔츠의 경우 R 색상의 활용도가 가장 높았으며, 유일하게 P와 RP의 비중 있는 활용도를 보여준 아이템이었다. 반면, 팬츠와 데님의 경우 R 색상 활용도가 매우 낮았으며, 이는 아메카지 패션의 특성이라기보다는 붉은 계열을 바지 색상으로 즐겨 사용하지 않는 일반적인 이유에서 기인한다. 니트웨어와 티셔츠는 G 색상 계열을 비중 있게 활용하였으며, 카키색을 포함하는 GY 색상 계열은 팬츠, 재킷, 셔츠, 코트에서 높은 활용도를 보여 녹색 계열의 색상 활용에 차이를 보였다. 색조 분포는 코트의 Bk, 데님의 dkg, 팬츠의 Bk, 재킷과 니트의 Bk, 코트의 dkg 순으로 나타나 어둡고 탁한 저명도 저채도의 활용도가 높았다. 색조 활용도를 분석한 결과, 셔츠 아이템에서 가장 다양한 색조를 활용하고 있었으며, 이어서 니트웨어, 티셔츠, 코트, 재킷, 팬츠, 데님 순

이었다. 고명도·고채도의 v 색조는 셔츠, 코트, 니트웨어, 티셔츠의 상의에서 비중 있게 활용되었으나, 하의의 경우는 활용되지 않았다. 무채색의 ltGY는 데님과 코트를 제외한 모든 아이템에서 비중 있게 활용되었으며, 니트웨어에서 가장 높은 활용도를 보였다. W는 티셔츠, 셔츠, 니트웨어의 순으로 활용도가 나타나 상의의 니트웨어에서의 활용도가 돋보였으며, 어둡고 탁한 색상의 하의, 아우터와 명도 차이를 두어 스타일링하는 특징을 확인하였다.

본 연구는 미국과 일본의 아메카지 브랜드의 홍수 속에서 국내 남성복 캐주얼 시장과 국내 아메카지 브랜드들의 성장에 필요한 현시점에서, 아메카지 남성복 패션 브랜드 의류의 색채 및 색조 특성을 분석하고 그 특징을 규명하였다는 점에 연구의 의의가 있다. 또한 소비자 대상의 설문 조사를 통한 색채 선호도 연구가 아닌, 실제 제품으로 만들어져 판매되는 상품 이미지에서 추출한 색채 데이터에 기반하여 색채 특징과 활용도를 제시했다는 점에서 패션 산업의 실무자들에게 디자인 개발 및 상품 기획의 자료로 사용될 수 있다. Kim(2022)의 선행연구에서 제시된 2016년 7월 1일부터 2021년 7월 1일까지의 아메카지 대표 브랜드를 본 연구의 대상으로 선정하였으나, 2023년 3월 상품 이미지 수집이 이루어져 시간 차이가 발생하였다는 점은 본 연구의 한계점이다. 또한, 키워드의 출현 빈도가 낮아 연구 대상으로 포함하지 못했던 국내 아메카지 브랜드의 색채 분석을 함께 진행하지 못했다는 점에도 연구의 한계가 있다. 따라서 향후 국내에서 태동하고 성장하는 아메카지 컨셉의 브랜드 디자인 특성과 색채 분석 연구가 수행되기를 바란다. 이를 통해, 더욱 다양하고 컨셉과 차별적인 색채 감성이 매력적인 디자인 개발과 상품 기획으로 이어져 남성 캐주얼 시장의 성장을 주도하기를 기대한다.

## References

- Beamsboy. (n.d.). *Beamsboy*. Retrieved March 3, 2023, from <https://www.beams.co.jp/?sex=M>
- Carhartt. (n.d.). *Carhartt*. Retrieved March 3, 2023, from <https://www.carhartt.com/about>
- Fashionbiz Reporting Team. (2012, March 1). V세대 겨냥 '비트 경제'로 진화[Evolving into a 'bit economy' targeting the V generation]. *Fashionbiz*. Retrieved March 26, 2023, from <http://fashionbiz.co.kr/article/view.asp?idx=126276&uidx=131263&>
- Ha, C. (2022, March 30). 편집숍의 전신(前身), 빔즈 A

- to Z[The predecessor of the select shop, Beams A to Z]. *Oncuration*. Retrieved February 12, 2023, from <https://oncuration.com/%ED%8E%B8%EC%A7%91%EC%88%8D%EC%9D%98-%EC%A0%84%EC%8B%A0%E5%89%8D%E8%BA%AB-%EB%B9%94%EC%A6%88-a-to-z/>
- Ham, M. (2012, March 8). 日 캐주얼 '아메카지'로 해답 찾다[Searching for answers with Japanese casual 'American casual']. *Fashionbiz*. Retrieved March 26, 2023, from [https://www.fashionbiz.co.kr/article/view.asp?cate=1&sub\\_num=22&idx=126364](https://www.fashionbiz.co.kr/article/view.asp?cate=1&sub_num=22&idx=126364)
- Hong, Y. (2022). Color characteristics of foreign men's premium outer brand. *Journal of Fashion Business*, 26(2), 48-66. doi: 10.12940/jfb.2022.26.2.48
- Hong, Y., & Joo, M. (2020). A study on characteristics of pink color and fashion images used in gender neutral men's fashion. *Journal of Fashion Business*, 24(5), 52-71. doi:10.12940/jfb.2020.24.5.52
- Jang, H. (2013, August 3). [장현미의 브랜드 스토리 .81] 타미 힐피거 (Tommy Hilfiger)[[Jang Hyun-mi's brand story .81] Tommy Hilfiger]. *Yeongnamilbo*. Retrieved July 17, 2023, from <https://www.yeongnam.com/web/view.php?key=20130803.010140726070001>
- Jeong, A. (2020). *A study on the characteristics of Amekaji-look in Korea* (Unpublished master's thesis). Seoul National University, Seoul, Korea.
- Jeong, J. (2019, October 8). 유니클로, '엔지니어드 가먼트'와 후리스 컬렉션 협업[Uniqlo collaborates with 'Engineered Garments' for a fleece collection]. *Korea Textile Newspaper*. Retrieved March 26, 2023, from <https://www.ktnews.com/news/articleView.html?idxno=112686>
- Jeong, M. (2023, February 27). 온라인 브랜드, 오프라인 확장 속도 낸다[Online brands accelerate offline expansion]. *Apparelnews*. Retrieved May 6, 2023, from [https://apparelnews.co.kr/news/news\\_view/?idx=204075&cat=CAT127](https://apparelnews.co.kr/news/news_view/?idx=204075&cat=CAT127)
- Kim, E. (2023, June 2). (신제품 트렌드)작업복도 패션이 된다?...아메카지 룩 인기[(New product trend) Work clothes also become fashion?... Popularity of 'American Casual Look']. *Newstomato*. Retrieved November 19, 2022, from <http://www.newstomato.com/readNews.aspx?no=898913>
- Kim, G. (2022). A study on the characteristics of Amekaji fashion trends using big data text mining analysis. *Journal of Fashion Business*, 26(3), 138-154. doi:10.12940/jfb.2022.26.3.138
- Kim, J. (2021). *A study on the color preference characteristics of MZ Generation women according to fashion style* (Unpublished master's thesis). Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Kim, M., & Park, Y. (2022). A study on color images based on emotional adjectives. *Journal of Korea Society of Color Studies*, 36(2), 51-60. doi:10.17289/jkscs.36.2.202205.51
- Kim, S. (2020, June 28). [세계의 스포츠 브랜드] ㉔ 악어의 품격을 즐겨라, 라코스테[[World sports brand] ㉔ Enjoy the elegance of crocodile, Lacoste]. *Opinionnews*. Retrieved July 12, 2023, from <https://www.opinionnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=35746>
- Kobayashi, Y. (2018). 해비 듀티[Heavy duty]. (R. Hwang, Trans.). Seoul: Workroom Press. (Original work published 2013).
- Lee, K. (2008). Change of Japanese street fashion after the Second World War. *Fashion & Textile Research Journal*, 10(1), 30-39.
- Lee, K. (2023, April 29). 엔지니어드 가먼트와 미국 그리고 다이키 스키즈[Engineered Garments and America, and Daiki Suzuki]. *Oncuration*. Retrieved May 6, 2023, from <https://oncuration.com/%EC%97%94%EC%A7%80%EB%8B%88%EC%96%B4%EB%93%9C-%EA%B0%80%EB%A8%BC%EC%B8%A0-%EB%AF%B8%EA%B5%AD-%EB%8B%A4%EC%9D%B4%ED%82%A4-%EC%8A%A4%EC%A6%88%ED%82%A4/>
- Lee, N., & Shin, H. (2016). A study on colors of men's fashion magazines' cover according to change of Korean masculinity: Centered on 『GQ Korea』. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 16(3), 83-97. doi:10.18652/2016.16.3.6
- Lee, S., & Koo, S. (2021). A study on fashion color preferences according to the fashion interest and lifestyle of the new silver generation. *Journal of Fashion Business*, 25(5), 38-56. doi:10.12940/jfb.

- 2021.25.5.38
- Levi's. (n.d.). *Levi's*. Retrieved March 3, 2023, from [https://www.levi.co.kr/lvc\\_top.html](https://www.levi.co.kr/lvc_top.html)
- Marx, W. D. (2020). *Ametora: How Japan saved American style*. (S. Park, Trans.). Seoul: Workroom Press. (Original work published 2015).
- Min, J. (2019, May 8). 컴백! 건빵바지...요즘 멋쟁이, 작업복 입는다[Come back! Cargo pants...fashionable these days, wear work clothes]. *Hankyung Economy*. Retrieved January 26, 2023, from <https://www.hankyung.com/economy/article/2019050842521>
- Nam, J. (2022, September 12). 주춤했던 남성복 '가지개'...삼성물산·코오롱 이어 신세계인터도 가세 ['Stretching' of men's clothing that has been hesitant... Following Samsung C&T and Kolon, Shinsegae Inter also joined]. *Etoday*. Retrieved March 26, 2023, from <https://www.etoday.co.kr/news/view/2170084>
- Orslow. (n.d.). *Orslow*. Retrieved July 12, 2023, from <http://orslow.jp/about/>
- Park, S. (2022, April 1). MZ세대들의 라이프스타일 코어[Lifestyle Gofcore of the MZ generation]. *Oncuration*. Retrieved February 12, 2023, from <https://oncuration.com/mz%EC%84%B8%EB%8C%80%EB%93%A4%EC%9D%98-%EB%9D%BC%EC%9D%B4%ED%94%84%EC%8A%A4%ED%83%80%EC%9D%BC-%EA%B3%A0%ED%94%84%EC%BD%94%EC%96%B4/>
- Park, S. (2023, June 14). 옷은 도구일 뿐 나나미카 이야기 [Clothes are just tools, the story of Nanamika]. *Oncuration*. Retrieved July 17, 2023, from <https://oncuration.com/%EC%8B%9C%ED%8B%B0%EB%B3%B4%EC%9D%B4%EB%A3%A9%EC%9D%98-%ED%91%9C%EB%B3%B8-%EB%82%98%EB%82%98%EB%AF%B8%EC%B9%B4/>
- Park, Y. (2017). A study on comparison of outdoor brand colors: Focused on 2015 F/W. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 17(1), 89-104. doi:10.18652/2017.17.1.6
- Ralph Laruen. (n.d.). *Ralph Laruen*. Retrieved January 3, 2022, from <https://www.ralphlauren.co.kr/content/about-us>
- Song, J. (n.d.). Kaptial: 장인 정신의 정점을 찍은 브랜드 [Kaptial: A brand at the pinnacle of craftsmanship]. *Jentestore*. Retrieved May 6, 2023, from [https://jentestore.com/promotion/event\\_view?no=485&event\\_category=Brand%20LAB](https://jentestore.com/promotion/event_view?no=485&event_category=Brand%20LAB)
- Song, S. (2022, December 28). [패션꿀팁]다시 '핫'한 아메리칸 캐주얼...어떻게 입을까[[Fashion tips] American casual again 'hot'... how to wear]. Retrieved February 12, 2023, from <https://www.asiae.co.kr/article/2022122808465756267>
- Uniqlo X Engineered Garments 1st Collaboration: Polo Shirt. (2019, May 21). [Photograph]. 유니클로, 남성용 폴로셔츠를 재해석한 '유니클로 앤드 엔지니어드 가먼트' 폴로셔츠 컬렉션 27일 출시[Uniqlo launches 'UNIQLO & Engineered Garments' Polo Shirt Collection, a reinterpretation of men's polo shirts, on the 27th]. Retrieved from [https://www.uniqlo.com/kr/corp/pressrelease/2019/05/\\_27.html](https://www.uniqlo.com/kr/corp/pressrelease/2019/05/_27.html)
- Uniqlo X Engineered Garments 2nd Collaboration: EG Fleece (2019, October 11). [Photograph]. 유니클로, 후리스 출시 25주년을 기념하는 '유니클로 앤드 엔지니어드 가먼트' 후리스 컬렉션 출시[Uniqlo launches 'UNIQLO & Engineered Garments' fleece collection to celebrate the 25th anniversary of the release of fleece]. Retrieved from [https://www.uniqlo.com/kr/corp/pressrelease/2019/10/\\_25.html](https://www.uniqlo.com/kr/corp/pressrelease/2019/10/_25.html)
- Yum, H. (2004). A study on the Japanese street fashion since the 1990's. *Journal of Fashion Business*, 8(2), 102-115.

Received (June 27, 2023)

Revised (July 19, 2023)

Accepted (July 24, 2023)