

3040 벤처 CEO 열전 잇컬러 이윤설 대표

국내 최초 퍼스널 컬러 제품 해외 수출 ‘라이징 스타트업’ 이끄는 컬러풀 감성



사람은 색을 볼 수 있게 되는 생후 50일 이후부터 색 속에서 평생을 살아가고 영향 받는다. 한국 실내디자인학회에 따르면 색채는 인간이 시각으로 사물을 인지하는 전체 범위에서 80%를 차지한다. 그만큼 색은 단순히 어떤 사물을 구성하는 요소일 뿐 아니라 시각 언어로서의 전달 기능도 겸한다. 색채 컨설턴트 기업 잇컬러(IT+COLOR)는 바로 ‘색’을 상품으로 하는 벤처기업이다.

이윤설(39) 잇컬러 대표는 “색은 우리 주변의 모든 것들에게 독립된 가치를 부여하는 하나의 아이덴티티”라고 설명했다.

2018년 잇컬러를 창업한 이윤설 대표는 짧은 기간에 괄목할 성과를 냈다. 창업을 한 해에 여성기업 인증, 신기술혁신 등 최단기 벤처기업 인증을 받았다. 이어 다음 해 여성발명왕엑스포 금상, G-FAIR(경기도경제과학진흥원장상수상 뷰티부문)을 수상했다.

**창업한 해 최단기 벤처기업 인증
아시아 국가 타깃 해외진출 준비
“컬러시장, 부가가치 무궁무진”**

BCC코리아 업무협약, 퍼스널 컬러 제품 최초 해외 수출, 경기도경제과학진흥원장 수상 등 잇컬러는 현재 이른바 ‘라이징 스타트업’이다. 지금은 아시아 국가를 주요한 타깃으로 해외진출을 준비 중이다.

화려한 성과지만 이 대표는 자신의 창업은 시장과 상품에 대한 확신보다는 그동안 그려온 삶의 궤적에서 등장한 하나의 작품에 가깝다고 설명한다. 그는 동국대학교 미술학부에서 한국화를 전공하고 석사까지 받은 후 홍익대학교에서 색채전공 박사과정을 밟고 있다. “강사로 활동하면서 어느 날 문득 나만의 것, 나만의 제품을 갖고 싶다는 생각이 들었어요. 저는 사업 또한 제 인생의 작품이라는 생각해요. 창업 결정 순간만큼은 즉흥적이었어요.”



잇컬러는 지난 10월 컬러 큐레이션 앱 ‘깔깔’을 출시했다. ‘색’을 주제로 한 상품과 즐길거리를 제공한다.



잇컬러 카드

‘색’이라는 상품 중 가장 유명한 것은 퍼스널 컬러다. 잇컬러에서 가장 유명한 상품이자 잇컬러를 있게 한 상품 또한 퍼스널 컬러 진단판이다. 잇컬러 페이스 컬러 진단판은 이 대표가 직접 선별한 41가지 한국의 색 체계를 담은 진단판이다. 봄·여름·가을·겨울 사계절과 7가지 명도에 맞춰 컬러를 구성했다. 퍼스널 컬러 진단판도 있다. 사람의 얼굴에 각 진단판을 대보면 또렷한 인상으로 살아나는 경우도 있고 반대로 기운을 잃는 듯 한 때도 있다.

이러한 차이와 개인이 좋아하는 색깔, 추구하는 이미지를 유기적으로 구성하는 게 바로 퍼스널 컬러 컨설팅이다. 단순히 잘 어울리는 색, 안 어울리는 색을 찾는다는 세간의 생각은 틀린 말이다.

그러나 잇컬러의 사업 영역은 퍼스널 컬러 컨설턴트에 머물지 않는다.

“컬러 시장은 무궁무진한 부가가치 사업입니다. 확장성이 압도적으로 넓지요. 산업이 메타버스와 같은 디지털 산업으로 중심을 옮겨가도 영향력을 잃지는 커녕 더욱 확장합니다.”

컬러 브랜딩을 포함한 컬러 시장은 국내에서는 아직 생소한 분야지만 해외에서는 진작 자리잡은 시장이다. 가장 유명한 기업이 바로 ‘올해의 컬러’로 유명한 팬톤(PANTONE LLC.)이다.

잇컬러 또한 컬러 시장을 공략한다. 브랜드와 상품의 매출과 이미지를 좌우하는 컬러 콘셉트를 컨설팅하고 솔루션을 제공한다. 색이 주는 힘은 한 기업을 살게도 하지만 죽게도 한다. 잇컬러는 체계적이고

전문적인 컬러 컨설팅을 제공한다. 아울러 전문적인 기업 교육 서비스를 제공해 해당 기업의 역량 발전을 돕는다. 주로 컬러와 예술분야에 관련한 교육을 제공하고 있다.

이 대표는 계속 사업영역을 확장하고 있다. 잇컬러는 최근 컬러큐레이션 쇼핑 앱 ‘깔깔(KKAL KKAL)’을 개발·출시했다. 다양한 ‘색’을 주제로 한 상품들을 모아 판매한다.

“밥손가락 들 힘이 없다! 자신감을 얻고 싶을 때, 추진력이 필요하다면? 가져! 오늘은 빨강이야!” 재기발랄한 이미지와 재미난 문구가 시선을 확 사로잡는다. 컬러 성향 테스트 등 제품 구입을 할 생각이 없는 사람도 즐길 거리가 많다.

**한국의 색 체계 담은 진단판 개발
컬러 콘셉트 컨설팅·솔루션 제공
“미래 잇컬러 ‘K-COLOR’를 세계로”**

잇컬러는 코로나 사태가 시작되기 직전 해외 진출을 준비했다. 모든 이들의 삶을 송두리째 바꾼 코로나19에 잇컬러도 해외 진출에 어려움을 겪었다. 워드코로나(단계적 일상회복) 시대를 맞은 이 대표는 최근 K-문화 열풍과 더불어 K-COLOR로 세계적 흥행을 꿈꾸고 있다.

“제가 꿈꾸는 미래의 잇컬러는 ‘K-COLOR’를 세계로’라는 슬로건으로 컬러 기업하면 잇컬러가 되는 바로 그것이에요. 세계의 많은 사람들이 잇컬러의 제품과 서비스를 이용할 수 있고 우리가 솔루션을 제시할 수 있게 되길 바랍니다.”

이 대표는 2022년의 컬러를 ‘레드(RE D)’로 꼽았다. “2022년은 코로나19로 힘들었던 모두가 ‘다시 시작한다’는 마음으로 열정적으로 한해를 보내게 될 거예요. 그런 열정이 담긴 색, 레드가 내년의 컬러가 되지 않을까 해요.”

레드는 열정으로 넘치는 이 대표에게도, 잇컬러에게도 어울리는 컬러다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr



퍼스널컬러 진단판



립페이스 색상진단판



퍼스널컬러 진단판

/잇컬러