

오브제적 표현특성을 적용한 결혼예식공간 디자인에 관한 연구

A Study on the Space Design of Wedding Space with Objetic Expressive Characteristics

Author 김혜원 Kim, Hae-Won / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인전공, 석사과정
윤은경 Yun, Yean-Kyung / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인전공 교수, 건축학박사*

Abstract The wedding space in modern society has changed with the times. Korean wedding ceremonies have changed from one point to another, influenced by social and cultural influences, and commercialized the entire process of the wedding, making the wedding space more susceptible to trends at the time and less original. In order to improve such problems, this study conducted a study on wedding space in which users and designers interact with each other by aesthetic design, convey the meaning contained in the space, and combine objective expression characteristics with an effect to increase the value of the space. By doing so, they will feel the speciality that suits the meaning of the wedding ceremony, suggest an improvement plan to make it a memorable space, and hope that the wedding space will be improved into a design with its own unique identity, which will help develop the design of the wedding space as a whole.

Keywords 결혼예식공간, 웨딩홀, 예식장, 예식시설, 오브제 표현특성
Wedding space, Wedding hall, Expressional Characteristics of Objects

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

현대사회의 결혼예식공간은 시대적 흐름에 따라 다양하게 변화하였다. 전통적으로 신부집 앞마당에서 치러지던 결혼예식이 일제강점기 이후 결혼예식을 위한 전문적인 공간에서 치러지게 된다. 타의에 의해 수동적으로 형성된 우리나라의 결혼예식은 시간의 흐름에 따라 발전하면서 사회·문화적인 영향을 받아 결혼예식의 모든 과정이 지나치게 상업화되었고, 결혼예식공간은 당시대 트렌드에 쉽게 영향 받아 어디에서 봤던 듯 한 느낌을 주는 독창성이 부족한 공간이 되었다. 이와 같은 결혼예식공간 디자인의 한계점을 개선하기 위해서는, 결혼예식공간이 고유의 의미를 내포하여 독창적이고 독자적인 표현으로 나타나는 디자인적 개발이 필요한 시점이다.

본 연구에서는 이와 같은 디자인적 개발 방안으로 사용하기 적합한 오브제적 표현특성에 대해 연구하여 공간 디자인을 발전시키고자 한다. 오브제적 표현특성은 심미적인 디자인을 통해 사용자와 디자이너가 상호작용하여 공간이 내포하는 의미를 전달하고 공간의 가치를 드높이는 효과를 가진다. 이를

통해 결혼예식공간이 스쳐 지나가는 일회성의 공간이 아닌 사용자에게 심미적인 만족감을 주고, 시대흐름에 따라 급변하지 않으며 독창적인 디자인적 표현으로 기억에 남는 공간이 되는 디자인적 발전 방향을 제시하는데 그 목적이 있다.

1.2. 연구 범위 및 방법

본 연구는 웨딩홀, 예식장, 예식시설, 결혼식장 등으로 불리는 공간을 ‘결혼예식공간’이라 칭하여 최근 10년 이내 개관 및 리모델링된 국내의 사례를 비교, 분석하여 연구를 진행하고자 한다. 연구의 방법은 문헌고찰 및 선행연구를 통해 결혼예식공간의 이론고찰과 오브제의 이론적 배경을 기술하고, 오브제 표현특성을 도출한다. 사례분석을 통해 도출된 표현특성으로, 결혼예식공간에 적용된 오브제적 표현특성의 필요성을 제시하고자 한다.

2. 결혼예식공간의 이론적 고찰

2.1. 결혼예식문화의 개념 및 유형

(1) 결혼예식문화의 개념

결혼예식문화는 결혼에 대한 가치관과 의식, 결혼준비와 과정, 진행방식과 관련된 문화를 뜻한다.¹⁾ 우리나라의 결혼예식문

* 교신저자(Corresponding Author); khw1050@naver.com

화는 가족간의 결합에 중점을 두던 것에서 점차 개인과 개인의 결합을 중요시 하는 것으로 변화하는 추세이다.

(2) 결혼예식문화의 변화

우리나라의 결혼예식문화는 서구문화가 유입된 일제강점기 이후로 큰 변화가 일어나기 때문에 결혼예식문화의 변화 양상을 보여주는 시대적 기준은 일제강점기 이후를 기점으로 삼으며, 강정림(2001)²⁾, 김진영(2019)³⁾, 이정은(2019)⁴⁾의 선행연구 자료를 기반으로 다음의 <표 1>과 같이 정리 하였다.

<표 1> 결혼예식문화의 변화

년도	특징
1930년대 ~ 1960년대	서구화로 자유연애 풍조의 파급으로 결혼예식절차에서 신식과 구식의 방식이 혼재됨
1960년대 ~ 1970년대	급격한 산업화로 도시화 현상이 일어나 가족제도 및 결혼제도, 성윤리의 변화가 일어나고 상업화된 결혼예식의 시발점이 됨
1970년대 ~ 1980년대	'가정의례준칙'에 의해 국내결혼예식문화가 허례허식 없이 약소화되는 분위기로 크게 변화되지만 상류층의 호화스러운 결혼예식은 그대로 이뤄져 결혼예식의 양극화현상이 일어남
1980년대 ~ 1990년대	여성 교육수준 향상으로 여성의 사회참여가 활발해지고 '혼인법'의 등장으로 부부공동의 양상평등 적인 사회분위기가 형성됨. 결혼에 대한 인식이 개인의 필요와 선택에 의한 것으로 변화함
2000년대 ~ 2010년대	개인주의의 가치관에 의한 연애혼의 증가로 결혼생활을 연애생활의 연장으로 이해하는 양상으로 나타남
2010년대 ~ 2020년대	독창성을 강조하는 소비중심적인 특징을 가진 신세대가 결혼예식 유형 및 공간 디자인의 다양화에 큰 영향을 미침

(3) 결혼예식의 유형

결혼예식의 유형은 예식실의 수용인원에 따른 규모, 예식이 진행되는 시간대, 예식의 형태, 예식과 연회 진행순서에 따른 구분으로 분류하였고 세부내용은 아래와 같다.

<표 2> 결혼예식의 유형

구분	유형	특징
예식 규모	대형예식	예식실 수용인원 200명 이상
	소형예식	예식실 수용인원 30명이상 100명이하
예식 시간	시간제예식	2타입제, 3타입제등 시간제한 되어 진행되는 예식
	종일예식	시간제한 없이 하루 종일 진행되는 예식
	주중예식	월, 화, 수, 목요일에 진행되는 예식
	주말예식	금, 토, 일요일에 진행되는 예식
	주간예식	낮 시간에 진행되는 예식
	야간예식	밤 시간에 진행되는 예식
예식 형태	야외예식	공원등과 같은 야외에서 진행되는 예식
	전통예식	전통 복식을 갖추고 전통혼례형식으로 진행되는 예식
	일반예식	전문예식장에서 진행되는 일반적인 예식
	채플예식	기독교 결혼예식의 형식으로 진행되는 예식
연회 순서	분리예식	예식과 연회를 별도의 공간에서 따로 진행되는 예식
	동시예식	예식과 연회를 동시에 같은 공간에서 진행되는 예식

- 1) 네이버 국어사전, “결혼예식문화(結婚文化)”, 네이버 사이트, 2019. 12. 15 발췌, <https://ko.dict.naver.com>
- 2) 강정림, “한국사회변동과 혼례문화의 변화”, (석사학위, 이화여자대학교 대학원, 2001),P.8~24
- 3) 김진영, “결혼 문화 변화에 따른 웨딩 시설의 유형 및 소비자 의식·선호도 조사 분석에 관한 연구”, (석사학위, 홍익대학교 건축도시대학원, 2019), P.15~44
- 4) 이정은, “웨딩유형의 다양화에 따른 웨딩홀 실내디자인 특성에 관한 연구”,(석사학위, 건국대학교 예술디자인대학원, 2019), p.15

2.2. 결혼예식공간의 기능 및 공간구성

(1) 결혼예식공간의 개념

가정의례에 관한 법률 제3장 8조 1항에서는 결혼예식공간을 “결혼 당사자 어느 한 쪽의 가정 또는 결혼예식공간 그 밖에 건전한 결혼예식을 하기에 적합한 공간”으로 규정하고 있다.⁵⁾ 결혼예식공간은 다수의 인원을 수용하여 결혼예식이 행해지는 예식실 이외에 연회실 및 부대시설을 갖추고 예식의 원활한 진행을 위한 전문적인 서비스를 보조하는 직원이 체계적인 서비스를 제공하여 그에 대한 대가를 받는 공간이다.

(2) 결혼예식공간의 기능

결혼예식공간은 두 사람의 결합이 사회적으로 공인받는 공간이다. 과거의 전통예식에서 행하던 잔치의 기능 또한 포함한다. 이는 두 사람의 관계를 여러 친지들에게 공고하는 성스러운 공간, 두 사람의 정상적인 결혼관계를 인정받는 의식의 진행이 가능한 공간, 결혼예식의 서비스 및 공간을 제공하는 기능을 포함한다.

(3) 결혼예식공간의 유형

결혼예식공간의 유형은 김은하(2016)⁶⁾의 연구를 토대로 재정리하여 일반 예식공간, 호텔 예식공간, 무료실비 예식공간으로 분류하였고 세부내용은 아래와 같다.

<표 3> 결혼예식공간의 유형 재구성

구분	유형	특징	
예식 공간	일반 예식 공간	전문 예식 공간	대부분의 일반인이 이용하는 결혼예식공간 유형 예식업의 비율이 기타업종보다 높고 예식 진행에 대한 전문적인 부대시설을 갖춘
		부속 예식 공간	레스토랑 혹은 식당영업이 주이며 행사에 따라 결혼 예식영업이 부수적으로 진행됨
	호텔 예식 공간	결혼예식시설을 갖춘 예식업의 영업허가를 받은 호텔의 다목적홀을 예식공간으로 대여하여 사용	
	무료실비 예식 공간	공공단체, 종교기관 등에서 무료 또는 실비만을 지불하여 예식공간을 대여함	

(4) 결혼예식공간의 공간구성

본 연구에서는 결혼 예식장의 공간구성 분류를 예식공간, 연회공간, 공용공간으로 분류하여 모든 예식공간에서 공통적으로 나타나는 공간배치로 구성하였다. 예식공간은 예식의 진행에 필요한 주요공간, 연회공간에서는 연회의 진행에 필요한 주요공간, 공용공간은 다수가 이용하는 주요공간으로 분류하였으며, 그에 해당하는 실은 다음 <표 4>과 같다.

<표 4> 결혼예식공간의 공간구성

공간구성	공간특성	
예식공간	예식의 진행에 필요한 주요공간	예식실, 예식자대기실, 폐백실
연회공간	연회의 진행에 필요한 주요공간	식당, 뷔페존
공용공간	다수가 이용하는 주요공간	출입로비, 대기홀

- 5) 건전가정의례준칙 제3장 8조 1항(2019. 7. 2. 제29950호 타법개정).
- 6) 김은하, “예식시설 선호도 분석에 따른 실내디자인 방향설정에 관한 연구”, (석사학위, 한밭대학교 대학원, 2016)P.16

3. 오브제의 이론적배경과 표현특성

3.1. 오브제의 이해

(1) 오브제의 개념 및 정의

현대미술사 전반에서 즐겨 쓰이는 오브제(Object)는 철학에서부터 시작된 단어다. 라틴어의 오브젝툼(Objectum)이 어원으로 감각기관인 시각, 청각, 촉각을 통해 인지 가능한 물건 및 물체라는 의미다.⁷⁾ 이는 어떤 물체가 작품의 소재가 되었을 때 그 본래의 용도나 기능을 잃게 되고, 새로운 정체성을 가지고 예술 작품이 되는 미술적 의미로 사용된다. 좁은 의미로 표현되는 오브제는 시지각을 통하여 인식되는 사물을 뜻하는 반면, 넓은 의미로 표현되는 오브제는 감각과 의식으로 인식되는 ‘물질적인 것’ 뿐만 아니라 ‘비물질적인 것’인 모든 것을 포함한다.⁸⁾ 즉 오브제는 시각적으로 보여지는 것 뿐만 아니라 그 물체가 의도하는 상황전반 또한 작품에 포함된 것을 의미 하게 된다.

(2) 현대미술에서 나타난 오브제

현대 미술에서의 오브제는 큐비즘을 시발점으로 많은 미술 운동을 거쳐 개념과 행위를 넘나드는 확장된 개념의 오브제로 나타난다. 현대미술사의 흐름에서 나타나는 오브제의 전개양상과 그 특징은 선행연구자 배연준(2006)⁹⁾, 안주희(2008)¹⁰⁾, 김정(2010)¹¹⁾의 연구 자료를 기반으로 다음과 같이 정리하였다.

<표 5> 현대미술에서 나타난 오브제의 전개와 특징

년도	구분	내용	특징
1910 ~ 1960년대	큐비즘(Cubism)	오브제 개념의 첫 등장. 파피에콜레, 클라주기법을 사용하여 화면에 재구성	물체를 이용한 재현
	다다이즘(Dadaism)	레디메이드(기성품)을 이용한 다양한 표현의 오브제로 오브제아트가 활성화됨	레디메이드(기성품)을 통한 의미변형
1960년대	초현실주의(Surrealism)	인간의 내면세계를 나타내는 새로운 형식의 오브제로 출현 하여 환각의 표현, 환상적, 추상적인 것이 특징	내면세계를 통한 상징적 해석
	팝아트(Pop art)	대량생산되고 대중화된 상업적 이미지 사용으로 예술과 현실의 괴리를 줄임	대중적 이미지를 현실적으로 표현
1960년대	미니멀리즘(Minimalism)	개인적인 감정 및 표현의 절제로 순수한 아름다움 추구 사고의 과정을 예술작품화	기하학적 오브제

3.2. 실내공간에서의 오브제에 대한 이해

(1) 실내공간에서의 오브제의 역할

실내의 공간구성 요소는 ‘바닥, 벽, 천장, 기둥, 가구, 조명, 장식요소’ 등으로 구분되어 공간에서 시선분산이 이뤄지는데, 오브제적 특성은 첫째, 이와 같이 분산된 공간구성요소를 통

7) 배연준, “공간과 오브제의 상호작용성에 관한 연구”,(석사학위, 국민대학교 테크노디자인 전문대학원, 2006), P.8
 8) 박민찬, “현대 가구디자인의 오브제적 표현에 관한 연구”, (석사학위, 홍익대학교 대학원, 2004)P.4
 9) 배연준, Op.cit. P.9~16
 10) 안주희, “현대 식음공간에 나타난 오브제의 표현특성에 관한 연구”, (석사학위, 건국대학교 디자인대학원, 2008), P.9~19
 11) 김정, “공간연출에 있어 오브제의 감성적 접근에 관한 연구”, (석사학위, 국민대학교 디자인 대학원, 2010)P.12~19

합시키는 기능을 한다. 둘째, 공간 속에 새롭게 재창조된 오브제는 사용자에게 감정을 부여하며 인간과 공간, 공간과 공간의 상호작용을 만든다.¹²⁾



Jing he science lab, Waterform @Taiwan, 2019¹³⁾

<그림 1> 실내공간에서의 오브제 예시

(2) 실내공간에서의 오브제 표현요소

실내공간에서의 오브제는 물질적, 비물질적 표현요소로 나타나며 김수진(2013)¹⁴⁾의 연구를 참고하여 재구성 하였다.

(가) 물질적 오브제

오브제를 통한 시각적인 강조로 사용자의 개인적 경험을 이끌어내어 풍자, 은유 등의 감성적인 표현을 사용하여 나타내는 ‘상징적 오브제’와, 특정 목적으로 동선을 유도하고 공간을 분할 및 연결하는 기능을 가진 ‘기능적 오브제’로 나뉜다.

<표 6> 물질적 오브제

유형	구분	내용
물질적	상징적오브제	시각을 자극하여 공간의 목적을 전달
	기능적오브제	공간의 동선을 유도, 공간을 분할 또는 연결



물질적 오브제¹⁵⁾ Zhuyeqing Tea Flagship Store@Chengdu, 2019

<그림 2> 물질적 오브제예시

(나) 비물질적 오브제

물질성을 파악하기 힘든 빛은 공간의 영역이나 특징을 부여하고, 주변 환경에 따라 끊임없이 변화하는 유동적 이미지로 공간에 나타난다. 공간의 이미지를 시각적으로 전달하는데 매우 중요한 요소인 색채는 인간의 심리적인 정서와 감성에 큰 영향을 끼치는 디자인요소이다.

<표 7> 비물질적 오브제

유형	구분	내용
비물질적	빛과 그림자	유동성을 특징으로 공간의 가변성을 인식시킴
	색채	시각적 전달로 인간정서와 감성에 영향을 끼침

12) 신유정, “구라마타시로의 실내공간에 나타난 오브제적 공간표현 방법에 관한 연구”, (석사학위, 건국대학교 대학원, 2009)P.21
 13) “Jing he science lab, Waterform”, dezeen, 2020. 02. 10 발췌, <https://www.dezeen.com/2019/12/16/ideal-gas-lab-waterform-design/>
 14) 김수진, “마르셀 반더스의 실내공간에 나타난 오브제를 이용한 스토리텔링의 표현특성 연구”(석사학위, 건국대학교 건축전문대학원, 2013), P.19~21
 15) “Zhuyeqing Tea Flagship Store”, Arch Daily, 2020. 02. 10 발췌, <https://www.archdaily.com/927172/zhuyeqing-greentea-flagship-store-x-plus-living>



비물질적 오브제¹⁶⁾ Chromosaturation, Carlos Cruz-Diez, 196/2010

<그림 3> 비물질적 오브제 예시

3.3. 선행연구분석

선행연구자들은 오브제적 표현특성에 대해 다음과 같이 분류 하였다. 안주희(2008)¹⁷⁾는 조형적, 공간화된, 감성적 접근의 오브제로 분류하였고, 손나리(2011)¹⁸⁾는 기능적, 감성적 요소의 오브제로 분류하였으며, 김예슬(2011)¹⁹⁾은 구축적, 장치적 요소의 현상적 오브제로 분류하였고, 한아름(2013)²⁰⁾은 상징성, 구축성, 상호작용성 오브제로 분류하였다. 이들의 분류를 표로 정리한 것은 아래와 같다.

<표 8> 선행연구비교

구분	연구제목	유형	표현특성
안주희 (2008)	현대 식음공간에 나타난 오브제의 표현특성에 관한 연구	조형적 오브제	분해, 단순화, 과장, 왜곡, 데페이즈망
		공간화된 오브제	결함, 변형, 유기성, 기하학적
		감성적 접근의 오브제	공간체험성, 상징성, 탈스케일, 탈재현성
손나리 (2011)	데페이즈망의 오브제적 표현특성 및 감성에 미치는 영향	기능적 요소의 오브제	공간형성, 동선유도, 공간분할/연결, 인간행위유발, 공간성부여, 질감/색채표현
		감성적 요소의 오브제	장면성, 연속성, 상징성, 회화성, 유희성, 탈재현성
김예슬 (2011)	패션 리테일샵에 나타나는 현상적 오브제의 적용유형과 디자인방법에 관한 연구	구축적요소의 현상적 오브제	바닥, 벽, 천장, 기둥, 계단, 건축(파사드)
		장치적요소의 현상적 오브제	조명, 가구, 조형물
한아름 (2013)	플래그쉽스토어의 브랜드 아이덴티티와 공간표현을 위한오브제 특성과 적용방식에 관한 연구	상징성	주목성, 연상성, 지속성
		구축성	조화성, 구성적, 구조성
		상호작용성	행위 유발성, 다양성

3.4. 오브제적 표현특성

앞장에서의 선행연구 분석을 통한 본 연구에서의 오브제적 표현특성을 ‘감성성, 기능성’의 유형으로 분류 하였고 그에 따른 세부내용은 아래와 같다.

16) “Chromosaturation“, Carlos Cruz-Diez작가 사이트, 2020. 04. 24 발췌, <http://www.cruz-diez.com/work/chromosaturation/>

17) 안주희, Op.cit. P.28~55

18) 손나리, “데페이즈망의 오브제적 표현특성 및 감성에 미치는 영향”, (석사학위, 조선대학교 일반대학원, 2011)P.19~25

19) 김예슬, “패션 리테일샵에 나타나는 현상적 오브제의 적용유형과 디자인방법에 관한 연구”, (석사학위, 건국대학교 건축전문대학원, 2011)P.114~126

20) 한아름, “플래그쉽 스토어의 브랜드 아이덴티티와 공간표현을 위한 오브제 특성과 적용방식에 관한 연구”, (석사학위, 건국대학교 건축전문대학원, 2013)P.30~39

(1) 감성성

감성성의 오브제는 사용자와 디자이너간의 상호작용을 위한 디자인요소로 공간에 나타나고, 사용자의 감성을 자극하여 사용자로 하여금 기억에 남는 공간이 되게 하며 공간의 정체성을 효과적으로 전달하게 된다.

(가) 상징성

상징은 개념을 사물로 나타낸 것으로 사용자의 축적된 문화적, 관습적인 영향으로 공통적인 이미지를 연상하게 한다. 오브제적 상징성은 실제 존재하는 상징적인 형상을 디자이너가 새롭게 재구성하여 전달하고자 하는 의도나 목적을 오브제를 통해 인간의 시각을 자극시키는 표현으로 전달한다. 이는 사용자의 주관, 감각, 감성을 자극하여 디자인 목적을 유추하는 창조의 과정을 거쳐 디자이너의 의도를 파악하게 된다. 이 과정에서 문화적 은유, 풍자 등의 감성적인 표현기법을 통해 사용자의 개인적 경험에서 유발되는 심리적 기억 현상이 확대되어 기억에 남는 공간이 되는 효과를 가진다.²¹⁾

(나) 조화성

조화는 각기 다른 성질의 것들이 한데모여 동질감 있게 어우러지는 것을 의미한다. 오브제적 조화성은 오브제를 표현하기 위한 디자인 컨셉과 디자인적 표현기법이 공간을 이루는 제각기 다른 요소에 일관성 있게 나타나게 되면서 전체적인 공간을 하나의 오브제로 통일감 있게 느껴지게 한다. 이를 통해 공간은 디자인적 조화로움을 나타낸다. 이는 사용자로 하여금 공간의 정체성을 자연스럽게 느끼도록 하고, 공간이 나타내고자 하는 정체성을 사용자에게 효과적으로 전달하게 된다.

(2) 기능성

기능적인 오브제는 공간에서의 특정 목적을 갖는다. 기능성 오브제는 공간에서 사용자의 직·간접적인 체험으로 감각을 통해 공간을 인지하게 되는 기능적 요소로 작용되며, 시각적인 의미와 역할, 목적이 뚜렷해지며 심미적 감흥을 이끌어낸다.

(가) 연속성

연속성은 공간에서 흐름이 만들어지는 유동적인 표현을 가진다. 이는 공간의 흐름을 나타내는 방향성을 벽 또는 가구 등의 목적을 갖는 물체로 표현하여 공간을 분할되거나 연결하는 효과를 주고, 공간에 일정한 흐름을 생동감 있게 제시하여 시각적인 즐거움을 준다. 표현방법 으로는 분해, 과장, 왜곡, 탈 스케일 등이 있으며, 이와 같은 표현이 적용된 오브제는 일반적이지 않은 시각적인 즐거움과 흥미로움, 새로움, 특별함, 전율, 웅장함, 위압감 등을 공간에서 느끼게 한다. 이와 같은 오브제적 표현이 나타난 요소는 사용자의 시각을 차단 또는 확장시켜 공간 전체 또는 일부를 새로운 시점으로 재해석하게 하며, 공간에 생명력을 불어넣는다.

21) 한아름, Op.cit.P.34

(나) 공간체험성

공간체험성이 적용된 공간은 사용자에게 목적이나 정보를 전달하기 위해 의도된 오브제를 통해 교감하여 이해하는 과정에서 사용자의 상상력을 자극하고 참여를 유발하게 된다. 사용자는 공간을 체험하게 됨에 따라 체험적 요소가 주는 목적이나 정보를 개인의 성향에 따른 다양한 해석으로 받아들여 다양한 행동으로 참여하게 되면서 공간을 함께 즐기게 되고 흥미로운 경험을 하게 된다.

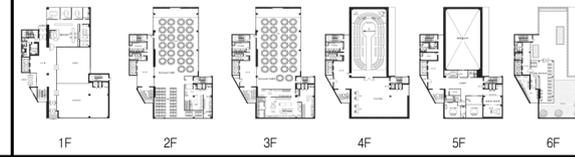
4. 오브제적 표현특성에 따른 사례 조사

4.1. 사례 조사 대상 범위

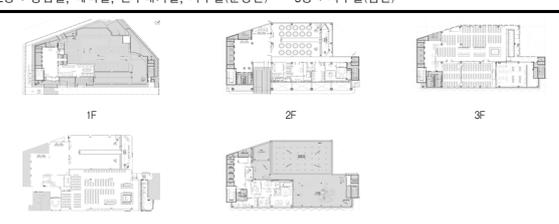
사례대상의 범위는 최근 10년 이내 국내에 개관 및 리모델링된 4곳을 선정하여 2장, 3장에서 고찰한 내용을 바탕으로 이들 공간의 구성 및 디자인을 분석하여 공간이미지와 나타나는 오브제적 표현특성에 대한 평가로 정리하였으며 평가의 기준은 '●잘함, ○보통, ○나타나지않음'으로 구분 하였다.

4.2. 사례 분석

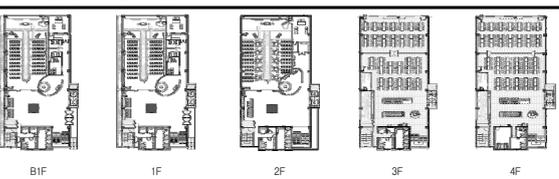
<표 9> 사례 분석(1)

구분	개요						
장소	드레스가든	위치	서울 강남구 영동대로 707				
년도	2014 개관	면적	6,437㎡				
층별 구성	1층 : 예약센터, 현금출납실 2층 : 연회장(1) 3층 : 연회장(2)	4층 : 예식홀 5층 : 신부대기실, 폐백실, 정산실, 가족대기실 6층 : 카페, 푸프탑					
							
공간디자인							
구성요소	예식공간			연회공간		공용공간	
공간 이미지	예식실	예식자대기실	폐백실	식당	뷔페존	출입로비	대기홀
	●	○	●	○	○	○	○
	아치 형태의 천장구조	플라워데코 포인트의 전면벽	전통미를 모던하게 재해석	사각프레임에 담긴 자연이미지	나타나지않음	나타나지않음	사각프레임의 중첩
	●	○	●	○	○	○	○
	등선과 좌석의 조화	데코레이션의 조화	절제된 표현의 조화	천장구조의 통일감	나타나지않음	절제된 표현의 조화	천장구조의 통일감
	●	○	○	○	○	○	○
	등선을 유도하는 좌석매달	나타나지않음	나타나지않음	나타나지않음	나타나지않음	천장구조 유유로 등선유도	나타나지않음
	●	○	○	○	○	○	○
	예식실 천장, 벽 영상매달	나타나지않음	나타나지않음	예식실 황중계 매달릴	나타나지않음	나타나지않음	벽면 모니터의 영상요소
분석	전체 공간에서 나타나는 일관적인 간결한 디자인 표현으로 높은 천장고를 통해 시각적으로 쾌적한 공간을 연출하고 있다. 미디어 요소를 공간에 활용하여 영상 이미지를 여러 공간에서 적극적으로 사용하는 방식이 돋보인다.						

<표 10> 사례 분석(2)

구분	개요						
장소	웨딩시그니처	위치	서울 마포구 서교동 378-7				
년도	2019 개관	면적	5,355㎡				
층별 구성	1층 : 대기공간, 안내데스크 2층 : 상담실, 예약실, 신부대기실, 사무실(운영진)	4층 : 예식실, 연회장 5층 : 사무실(임원)					
							
내부이미지							
구성요소	예식공간			연회공간		공용공간	
공간 이미지	예식실	예식자대기실	폐백실	식당	뷔페존	출입로비	대기홀
	○	○	●	○	○	○	○
	나타나지않음	나타나지않음	전통미를 모던하게 재해석	나타나지않음	나타나지않음	나타나지않음	나타나지않음
	○	○	○	○	○	○	○
	대칭되는 벽면패턴의 공간조화	과하지않은 차분한 디자인	동일패턴 파티션사용으로 공간조화	동일패턴 파티션사용으로 공간조화	나타나지않음	간결한 디자인의 조화	간결한 디자인의 조화
	○	○	○	○	○	○	○
	천장형인 대기홀의 등선유도	천장구조로 영역강조	파티션으로 영역강조	천장구조로 영역강조 및 등선유도	천장구조로 영역강조 및 등선유도	천장구조로 영역강조	벽면 포인트로 등선유도
	○	○	○	○	○	○	○
	나타나지않음	나타나지않음	나타나지않음	나타나지않음	나타나지않음	사인보드를 통해 정보안내	사인보드를 통해 정보안내
분석	전반적으로 과하지않은 차분한 디자인의 결혼예식공간으로 표현된다. 공간별 분위기와 컨셉은 다르게 느껴지지만 천장구조를 활용한 강조가 돋보인다.						

<표 11> 사례 분석(3)

구분	개요						
장소	광주P&A웨딩홀	위치	경기 용인시 처인구 백옥대로 1238				
년도	2012	면적	3,123㎡				
층별 구성	지하1층 : 사무실, 연회장 1층 : 예식실, 신부대기실, 상담실, 폐백실 2층 : 예식실, 신부대기실, 폐백실	3층 : 연회장 4층 : 연회장					
							
내부이미지							
구성요소	예식공간			연회공간		공용공간	
공간 이미지	예식실	예식자대기실	폐백실	식당	뷔페존	출입로비	대기홀
	●	○	○	○	○	○	○
	특정패턴의 강조	가든 데코레이션	전통문양이 차용된 벽면, 천장구조	나무형태의 패턴벽체	나타나지않음	나타나지않음	나타나지않음
	○	○	○	○	○	○	○
	천장, 벽 동일패턴의 조화	전반적으로 동일한 데코레이션	전통미의 조화	천장, 벽 동일패턴의 조화	나타나지않음	천장, 벽의 일관적인 표현	천장, 벽의 일관적인 표현
	○	○	○	○	○	○	○
	기둥의 연속배치로 등선유도	바닥, 천장 구조물로 영역성강조	나타나지않음	나타나지않음	나타나지않음	나타나지않음	나타나지않음
	○	○	○	○	○	○	○
	나타나지않음	나타나지않음	나타나지않음	나타나지않음	나타나지않음	모니터를 통해 정보안내	사인보드를 통해 정보안내
분석	강렬한 표현의 디자인이 각 실마다 나타나는 독특한 결혼예식공간으로 각 공간별 디자인 컨셉이 각기 다르기 때문에 공간의 전체의 일관된 컨셉이나 이미지가 나타나지 않아 다소 산만한 분위기를 연출하고 있다.						

참고문헌

1. “결혼예식문화(結婚文化)”, 네이버 국어사전.
2. 대통령령, 제29950호, 건전가정의례준칙.
3. 배연준, “공간과 오브제의 상호작용성에 관한 연구”, (석사학위, 국민대학교 테크노디자인 전문대학원, 2006).
4. 신유정, “구라마타시로의 실내공간에 나타난 오브제적 공간표현 방법에 관한 연구”, (석사학위, 건국대학교 대학원, 2009).
4. “Jing he science lab, Waterform”, dezeen_Site.
5. “Zhuyeqing Tea Flagship Store”, Arch Daily_Site.
6. “Chromosaturation”, Carlos Cruz-Diez_Site.
7. 김수진, “마르셀 반더스의 실내공간에 나타난 오브제를 이용한 스토리텔링의 표현특성 연구”(석사학위, 건국대학교 건축전문대학원, 2013).
8. 한아름 “플래그쉽 스토어의 브랜드 아이덴티티와 공간표현을 위한 오브제 특성과 적용방식에 관한 연구”, (석사학위, 건국대학교 건축전문대학원, 2013).

웰에이징(Well aging)의 요소를 적용한 건강증진센터의 공간디자인 계획에 관한 연구

Author 강영훈 Kang, Young-Hoon / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내설계전공 석사과정
윤은경 Yun, Yean-Kyung / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내설계전공 교수, 건축학 박사*

Abstract Modern people have become more interested in health as their living conditions have improved and science and technology and medicine have developed together. Anti-aging and well-aging phenomena have also been observed, extending from disease-centered treatment to concepts of preventive health care, such as physical, mental, and health maintenance. Health check-ups are also changing the concept of health promotion centers. After researching health examinations, health enhancement and well aging and deriving well aging elements through case studies, Learn about the relationship and importance between health promotion centers and well-aging and confirm how they are expressed in spatial design. We studied the importance of health promotion center design plans that reflect well-aging factors.

Keywords 건강증진센터, 건강증진, 공간디자인, 웰에이징, 웰에이징 요소
Health Promotion Center, Health promotion, Space Design, Wellaging, wellaging Element

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

현대인들은 생활 환경이 향상되고 과학기술과 의학이 발전하면서 삶의 질 또한 향상 되어 자연스럽게 건강에 대한 관심이 높아지게 되었다. 또한 노화를 늦추어 보려는 안티에이징과 같은 현상도 나타나게 되고 다른 측면에서는 질적으로 높은 삶을 추구하며 새로운 의미의 경험인 웰에이징이라는 현상도 나타나고 있다. 웰에이징이 나타나게 되면서 사람들은 질병 중심의 치료에서 신체적, 정신적, 건강의 유지와 같은 예방적 건강관리 치료의 개념으로 확대되었다. 이러한 웰에이징의 현상은 건강증진센터가 추구하는 목적과 의미가 거의 동일하다는 것을 알 수 있다. 따라서 건강검진센터들도 건강증진센터의 개념으로 변화하고 있다. 이러한 점들은 사람들의 웰에이징에 대한 관심과 노화 예방, 삶의 질을 향상 시키려는 방식과 유사하고 이같은 수요에 맞추어 건강증진센터들도 다양한 특화 검진(비만, 면역력, 미용시술, 모발, 산전산후 등)과 신체의 특정부위(치매, 뇌, 소화기, 심장)등의 정밀검진도 실시하고 있다. 이렇듯 건강증진센터들은

다양한 건강 증진프로그램을 개발해 나가며 새로운 사회적 변화에 맞추어 타 병원과의 차별화를 가진 건강증진센터만의 증진프로그램들과 함께 시대가 요구하는 웰에이징의 요소를 적용한 건강증진센터의 공간디자인 계획도 반영되어야 한다. 따라서 본연구의 목적은 건강증진센터의 공간 계획에 웰에이징의 요소들을 반영한 공간디자인 계획에 대해서 연구해 보고 건강증진센터 내에 웰에이징의 요소들의 필요성을 연구를 통해서 알아보고 선행연구를 통해서 도출된 웰에이징의 요소를 제시한다. 이후 제시된 웰에이징의 요소들이 기존의 건강증진센터와의 관계성 과 중요성을 연구하여 건강증진센터의 공간 계획에 웰에이징 요소를 반영한 공간디자인 계획의 중요성을 연구하는데 목적이 있다.

1.2. 연구 방법 및 범위

본 연구는 웰에이징에 대한 요소를 건강증진센터내의 공간 디자인 계획에 적용하는 것을 연구한 논문으로써 건강검진과 건강증진의 개념 및 공간 구성 건강증진센터의 공간유형에 대해 알아보고 웰에이징의 개념 및 정의 그리고 웰에이징의 발전 및 현황에 대해서 이해하고 선행연구를 통해서 웰에이징의 요소를 도출하고 건강증진센터의 사례들을 비교, 분석하여 웰에이징 요소를 반영

* 교신저자(Corresponding Author); design2p@naver.com

한 건강증진센터의 중요성을 제시하고자 한다.

2. 건강증진센터에 대한 이론적 고찰

2.1. 건강검진과 건강증진의 개념

건강검진은 몸의 건강 상태를 검사하는 의학적 진찰로 여러 상황에서 신체의 검진시점에서 알기위한 기초 항목을 검사하는 단편적인 신체검사 이지만 일반적으로 국민건강보험공단의 사회적 정기 건강검진을 의미한다. 우리나라의 건강검진은 1995년에는 국민건강증진법을 제정 실시하였으며, 이후로 암조기 검진체계(2004년)를 구축 및 생애전환기 건강진단(2007년) 과 2030청년건강검진(2019년)등 전 세대를 대상으로 하는 국가 차원의 국민의 건강한 삶을 향상시키는 선진국에서도 보기 힘든 건강검진 시스템을 구축하였다.¹⁾ 건강검진은 검진자의 건강상태를 알아보기 위한 검사로 질병 예방이나 건강 유지를 목적으로 하고 있다. 건강검진의 개념은 건강검진기본법 제3조에서 정리된 내용을 찾아 볼 수 있다.

제3조 1.“건강검진”이란 건강상태 확인과 질병의 예방 및 조기발견을 목적으로 제2호에 따른 건강검진기관을 통하여 진찰 및 상담, 이학적 검사, 진단검사, 병리검사, 영상의학검사 등 의학적 검사를 시행하는 것을 말한다. 라고 명시 되어 있다.²⁾ 그리고 건강증진의 개념은 국민건강증진법 2조에 법률적 개념을 찾아 볼 수 있다. 국민건강증진법 제2조에 “국민건강증진사업” 이라 함은 보건교육, 질병예방, 영양개선 및 건강생활의 실천 등을 통하여 국민의 건강을 증진시키는 사업을 말한다.³⁾라고 하였다. 현재의 건강검진 및 건강증진의 개념은 건강검진기본법과 국민건강증진법만 보아도 국내의 건강검진과 건강증진은 국가차원에서 관리 되고 발전되어 왔고 검진프로그램 역시 국가차원에서 세대별 직업별로 세분화 된 것을 알 수 있다. 현재 국가차원에서의 건강증진프로그램으로는 정부에서 2002년 제1차 국민건강증진종합계획 (HP2010, 2002~2005)을 수립하고 시행해 오고 있다. 현재는 제4차 국민건강증진 종합계획(HP2020,2010~2020)을 수립중이다.⁴⁾

2002년 처음 수립당시 2010년까지 75세 건강장수 실현이 가능한 사회가 목표였지만 최근의 2018년 기준 통계청에 의하면 우리나라의 남자의 기대수명은(79.7)년이고 여자의 기대수명(85.7년)이다. 이는 남자는 OECD 평균(78.1년)과 비교해서 1.7년 높고, 여자는 OECD 평균(83.4년)과 비교해서 2.4년 높다.⁵⁾ 하지만 기대수명은 79.7년

으로 높지만 통계청에서 2018년에 발표한 생명표 기대수명 및 건강수명 추이를 살펴보면 2005년부터 2017년까지의 국내의 기대 수명 및 건강수명 추이는 2012년 이후로 건강수명(유병기간제외 기대수명)은 내려 가고 있음은 아래의 <그림 1>을 통해서 알 수 있다.⁶⁾



<그림 1> 기대수명 및 건강수명 추이

2.2. 국내의 건강검진의 현황

국내의 건강검진사업과 검진 프로그램은 크게 국가 건강검진 과 제도 외 검진으로 나누어지고 국가 검진은 보건복지부, 교육과학기술부, 고용노동부, 국방부 등으로 담당 부서가 나누어 진다. 위 내용을 정리하면 다음<표 1>과 같다.

<표 1> 한국 건강검진 모식도⁷⁾

공급	상급,종합 병의원,보건기관,치과,한방 병의원,검진센터					제도 외 검진
	국가 건강 검진					
담당 부서	보건 복지부		교육과학 기술부	고용노동부	국방부	
검진 사업	임상부,신생아, 영유아	일반,생애전환, 암검진	노인차별 초기검진	학생 건강검진	근로자 건강검진	군장병 건강검진
재원	건강 보험		부처 예산기금		지자체 예산	국가 검진 외 항목 추가 기업, 단체, 개인

국가차원에서 다양한 건강검진프로그램을 제공함과 동시에 병원 자체내의 건강검진 프로그램 역시 시행하고 있다. 국가가 주관하지 않는 건강검진은 국가 건강검진을 진행하며 급여 외(비급여)항목을 함께 검사 실시하거나, 전문검진센터 또는 병원급 이상의 의료기관을 통해서 종합 패키지로 제공 되는 종합 건강검진이 이에 해당한다. 국내에서 제공되는 건강검진의 적용인구에 대해서는 국민건강보험공단에서 현황을 알 수 있으며 내용은 아래의 <표 2>와 같다.

1) 건강검진은 어떻게 “산업“이 되었나?, 시민건강증진연구소.2015
 2) 국가법령정보센터www.law.go.kr 건강검진기본법 제3조 1항
 3) 국민건강증진법[시행 204.7.29][법률 제12446호,2014.3.18.,일부개정] 제2조
 4) 한국건강증진개발원www.khealth.or.kr 국민건강증진종합계획,사업개요
 5) 통계청,2018년 생명표,보도 자료(사회통계국 인구동향과),2019,16p

6) 2018 건강검진 통계연보, 건강검진수검현황(2019.12)김용익,p48
 7) 건강검진은 어떻게 “산업“이 되었나?, 시민건강증진연구소.2015.p-14

<표 2> 건강보험 적용인구 현황(단위:천명)

분류	적용인구	비율
총계	52,888	100.0
건강보험	계	51,402
	직장	37,491
	지역	13,911
의료급여	1,486	2.8

그리고 국내의 건강검진기관에 대한 현황은 건강보험공단에서 제공 되는 건강검진 통계연보를 통해서 알 수 있는데 총 22,268개 이고 종합병원이 343개소, 병원 1,142개소, 의원 8,658개소, 보건기관 157개소, 치과병원 188 개소, 치과의원 11,780개소 이다.⁹⁾ 최근 5개년 간의 건강검진의 검진현황을 살펴보면 다음과 같다.

검진률(2018): 일반검진(76.9%), 영유아(74.5%), 암검진(53.9%)이고 2013년 대비 증가율을 보면 일반검진(4.8p ↑), 영유아(10.8p ↑), 암검진(10.4p ↑)로 증가한 것을 알 수 있다.¹⁰⁾ 2013-2018년간의 건강검진종별 검진률 현황은 다음의 <그림 2>와 같다.



<그림 2> 2013-2018년 건강검진 검진률 현황(%)

검진률 현황을 살펴보면 일반건강검진의 검진률은 꾸준히 늘어온 것을 알 수 있고 이러한 검진률 현황에 대한 지표는 건강에 대한 사회적 관심이 점점 늘어 나고 있다는 걸 보여주는 중요한 지표라고 할 수 있다. 다른 측면에서는 본 논문에서 다루게 될 웰에이징에 대한 중요성도 커져가고 있다고 보아도 무관 할 것이다.

2.3. 건강증진센터의 공간분류

(1) 건강증진센터의 공간분류

본 연구에서 다루게 되는 건강증진센터와 건강검진센터의 영역의 구분에 대해서는 선행 논문에서는 다음의 <표 3>와 같이 정의 하고 있다.

8) 국민건강보험공단 www.nhis.or.kr 제도소개>건강보험의이해>적용 대상 및 인구
 9) 2018 건강검진 통계연보, 국민건강보험, (2019.12)김용익, p696
 10) 2018 건강검진 통계연보, 국민건강보험, 건강검진 수검현황(2019.12) 김용익, p48
 11) 2018 건강검진 통계연보, 국민건강보험, 건강검진 수검현황(2019.12) 김용익, p48

<표 3> 건강진단기관의 영역구분¹²⁾

	건강검진센터	건강증진센터
역할	평소 뚜렷한 질병이 없는 사람이 건강상태를 알아보기 위해 의학적 기술을 바탕으로 한 질병 조기발견의 의료 서비스	개인이 건강한 상태를 관리하고 유지하기 위해 영양 운동, 의약, 심리 처방을 바탕으로 한 건강관리 의료서비스
영역	검진부분	검진부분 + 증진부분

건강증진센터는 세부적으로 건강검진, 건강증진, 정밀검진 목적의 동선으로 구분된다.¹³⁾ 하지만 각 검진센터마다 세부적으로 운영하는 프로그램에 따라서 VIP동선, 남성, 여성, 기업검진 등 대상에 따라서 나누어지기도 한다. 건강증진센터의 공간분류를 2019년 진행한 건강증진센터 내에 공간을 세분화 하여 표로 만들어 보았다. 내용은 아래의 <표 4>와 같다.

<표 4> 건강증진센터의 공간분류

공간 분류	공 간	
검진 및 증진 공간	건강검진공간	체노실, 체질실, 혈압측정, 신체계측실, 문진실, 청력검사실, 인과검사실, 안압, 안저실, 심전도검사실, 폐기능검사실, 치과, 골밀도검사실, 부인과검사실, 유방촬영실, 흉부촬영실, 내시경실, 뇌파검사, 뇌혈류검사실 등
	영상의학공간	MR, CT 촬영실, PET-CT, 위장조영촬영실, 심혈관조영진단, 투시조영실 등
	건강증진공간	스트레스처방실, 운동검사실, 운동처방실, 영양검사실, 상담실, 진료실, 샤워실, 스파, 필라티스 등
공용 공간	대기공간, 휴게실, 라운지, 접수공간, 복도, 식당, 직원식당, 예배실 등	
관리공간	안내 및 접수, 사무실, 직원 공간, 전산실, 주차관리실 등	
검사지원공간	판독실, 임상병리실, 암실, 검체수거실, 조정실, 내시경세척실, 회복실, 세탁건조실, 마약보관실 등	
기타 공간	VIP속박검진(종합실, 화장실, 탈의실, 약국 등	

표와 같이 건강증진센터는 다양하고 복잡한 기능을 수행하는 공간이므로 검진자가 안정감을 가질 수 있도록 공간계획과 색채 및 감성적인 공간디자인 계획이 필요하고 다양한 검사를 순차적으로 진행하기 때문에 검진자의 동선 역시 세심하게 배려 하여 평면을 계획하여야 한다.

3. 웰에이징(wellaging)에 관한 이론적 고찰

3.1. 웰에이징(wellaging)의 개념 및 정의

웰에이징은 직역하게 되면 ‘건강하고 멋지게 나이 드는 것’을 말한다.¹⁴⁾ 요즘은 항노화 화장품 및 항노화 제

12) 정지희, 환경심리형태를 고려한 종합병원 건강검진센터 실내 공간 계획연구, 한양대 석사논문 2011. p19
 13) 한승우, 종합병원 내 건강증진센터의 공간구성 및 이용자동선에 관한 연구, 한양대학교 석사학위논문, 2008
 14) 네이버 어학사전 영어사전 웰에이징(wellaging) 검색.

품들도 많이 양산되고 판매되며 의료계에서도 항노화 클리닉, 노화방지의학 등의 시술이 생겨났다. 하지만 한편으로는 웰에이징이라는 건강하고, 자연스러운 아름다움을 간직하고 유지하며 나이를 먹음에 따라 건강관리와 질병을 예방하면서 노후를 편안하게 보내는 현상이 나타나게 되었다. 이러한 웰에이징의 현상은 안티에이징과 항노화처럼 노화를 방지하기 보다는 노화를 자연스러운 현상으로 받아들이며 레저, 뷰티, 제품, 인테리어 등 광범위하게 산업 전역으로 확산되어 가고 있다. 그러므로 웰에이징은 건강증진만을 위한 개념이 아닌 모든 산업 분야에 적용되어야 할 개념으로 이해되어야 한다.

웰에이징의 정의를 사람답게 늙는 것(참늙기)라고 정의한다.¹⁵⁾ 또다른 선행연구에서는 노년기의 자아실현이 웰에이징의 핵심이자 정의라고 하였다.¹⁶⁾

3.2. 웰에이징(wellaging)의 발전 및 현황

건강에 대한 관심은 꾸준히 높아지고 있으며 2014년 제일기획에서 실시한 조사에 따르면 도시거주 12-59세 남녀 3,800명을 대상으로 실시한 ‘소비자 트렌드’에 대한 설문조사 결과에 따르면 ‘건강’, ‘웰빙’이 42%로 1991년 이후 계속 1위를 차지할 정도로 관심이 높고 유지되고 있다.¹⁷⁾ 이같은 결과를 보면 건강을 우선시 하는 사람들이 늘어나고 보다 나은 삶을 추구하려는 웰에이징의 발전과정의 하나로 보아도 무방할 것이다. 또한 건강은 의학적인 주제만이 아닌 모든 산업의 주제로 관심이 변해가고 있으며 이 내용은 사회의 인구구조를 통해서도 알 수 있으며 통계청에 따르면 우리나라의 100세 이상의 고령자 인구를 살펴보면 2015년 기준으로 100세 이상 고령자 인구는 3,159명으로 2010년 1,835명에 비해 1,324명이 증가하였다.¹⁸⁾ 이러한 사회의 인구구조와 경제구조의 변화를 통해 고령자에 따른 건강에 관한 연구를 해외를 비롯한 여러나라에서 시행하고 있으며, 국내에서도 웰에이징에 주목하고 있다. 국내의 산업현황을 통해서도 웰에이징의 현황을 알 수 있는데 웰에이징페어(wellaging Fair)라는 서울전람회 (주)한국웰에이징협회의 주최로 개최되는 전시관람 행사는 총 250개 업체(400부스)의 규모 시행되는 행사이다. 이러한 전시 행사를 통해서 웰에이징의 산업의 규모와 영역에 대해서 살펴 볼 수 있다. 또한 웰에이징의 산업 발전은 생활환경과 IT기술의 발전을 통해서 다양한 분야와 함께 우리의 삶을 향상시키고 변화시키고 있는데 대표적인 것이 고령자 UI설계지원솔루

션과 고령자 SNS서비스 등이 있다.¹⁹⁾ 이렇듯 웰에이징은 국내의 u-Health 서비스 분야에도 많은 영향을 주고 있고 독거노인 관리, 건강관리, 질병예방, 생활습관과 식습관관리개선 등 여러 분야에서도 다양한 기술 개발과 연구가 진행되고 있다. 여기서 주목해야 할 점은 IT업계에서도 웰에이징과 건강관리, 질병관리, 건강증진의 요소를 웰에이징으로 보고 IT기술과 융합하고 있다는 점이다. 이러한 점들은 본 연구의 건강증진센터의 공간디자인계획에 웰에이징을 반영하려는 것과 유사한 측면이 많다.

3.3. 선행연구

웰에이징의 개념 및 정의를 통해 이해한 웰에이징이 공간들에 어떻게 표현되어 있는지 비교, 분석하기 위해 선행연구를 조사하였다. 웰에이징의 개념으로 진행된 건강증진센터의 선행연구는 미미하기 때문에 웰에이징의 요소가 포함된 웰니스 호텔 및 리조트, 치유시설등의 분야에서 사용된 웰에이징을 조사하고 그 기준으로 요소를 추출하여 비교, 분석하는 틀로 삼고자 한다.

전현미(2016)은 웰니스 호텔의 프로그램 요소로 경관성, 전통성, 형태성, 재료성으로 분류하고

첫째, 전통과 현대의료서비스 연계에 대한 혼합성

둘째, 피트니스, 프라이빗 체험을 통한 활동성

셋째, 명상과 교육체험을 통한 심리적, 정신적요소는 크게 네가지 유형으로 각각의 키워드를 분류하였다.

강민지(2018)는 치유환경으로서 명상공간계획에 대해서 첫째, 볼륨 차와 배치에 의한 위계성

둘째, 수련·명상에 집중할 수 있는 환경 추상성

셋째, 자연적재료와 자연과의 소통을 통한 탈 경계성

넷째, 주변과의 조화를 이루며 자연스러운 유입동선에 위한 연결성 이라는 크게 네가지 유형으로 각각의 키워드를 분류하였다.

김서현(2018)은 치유환경 디자인 표현특성을 기반한 메디컬리조트 공간 계획에 대해서

첫째, 공간의 경계성과 환경의 안정성에 대한 공간성

둘째, 신체 감각을 통해서 느껴지는 감각성

셋째, 피난계획·안전장치등을 이용한 안정성

넷째, 출입구 위치·개방감 등을 통한 접근성

다섯째, 자연채광·일사량·환기·빛·조명을 통한 쾌적성

여섯째, 커뮤니케이션, 휴게 공간 등을 통한 사회성 이라는 여섯가지 유형으로 키워드를 분류하였다. 위 내용의 웰니스 와 치유환경 공간의 표현요소에서 본 연구에 필요한 요소들을 추출하였고, 다음 <표 5>과 같이 정리하였다.

19) 최행수, 웰니스 산업의 it융합 이용성과에 관한 연구, 2014, 한성대학교 학위논문

15) 박상철 (2009) 웰에이징 매뉴얼 1장 도입부. P.13

16) 김경호 (2012) 웰에이징:노년의 삶에 대한 여현 장현광의 성찰. 동양고전연구, 제49집 p109-136.

17) 오명두, 한국인의 개인관심사 1위는 ‘건강’, 2014

18) 2015 인구주택총조사 100세 이상 고령자조사 결과(보도자료), 통계청, p6

<표 5> 선행 연구 의 비교

연구자	연구 제목	표현 요소
전현미(2016)	웰니스 개념을 적용한 호텔 피트니스 공간 계획에 관한 연구	전통과 현대의 서비스 연계에 대한 통합성 ·피트니스 프라이빗 체질을 통한 활동성(액티비티) ·명상과 교육체질을 통한 심리적·정신적 요소
이주영(2017)	치유환경 조성을 위한 재활병원 로비 공간디자인 연구	자연조망, 정원, 실내조경 등에서 오는 자연 친화성 ·친근한 개도, 육지 기구 등을 통한 친근성 ·피난계획, 안전장치 등을 이용한 안전성 ·출입구 위치, 개방감 등을 통한 접근성 ·자연채광, 일사방황기 및 조명 등을 통한 사회적 커뮤니케이션, 휴게 공간 등을 통한 사회적
김서연(2018)	치유환경디자인 표현특성을 기원한 메디칼리조트 공간 계획에 관한 연구	공간의 경계성과 환경의 안정성에 대한 공간성 ·신체 감각을 통해서 느끼는 감각성 ·자연형태모양과 형태의 반복·비대칭적 불균형 속에서 오는 형태성 ·고유의 특성을 가진 지역성과 관계형성의 사회성에서 오는 장소성
강민지(2018)	다감각적 표현요소에 의한 치유환경으로서 영상 공간계획에 관한 연구	·물음 자에 배치에 의한 위계성 ·수련과 명상에 집중할 수 있는 환경 조성성 ·자연재료와 자연과의 소통을 통한 탈 경계성 ·주변과의 조화를 이루어 자연스러운 유입통선에 의한 연결성

3.4. 웰에이징(wellaging) 요소

선행연구가 많지 않아서 웰에이징이 가지고 있는 의미와 유사한 개념을 가지고 있거나 유사한 공간에 적용된 표현 요소들을 선행연구를 통해서 분류 하였다. 도출된 요소를 환경적특성과 공간적특성으로 나누어 4가지로 분류 하였다.

(1) 환경적특성

1) 활동성

활동성은 웰에이징의 목적을 가지고 실천하는 신체활동과 직접적으로 연관이 있기 때문에 활동성을 디자인 요소로 선정하였다. 공간에서 활동성은 건물의 배치와 실들의 배치 또는 동선을 통해서 잘 표현 될 수 있을 것이다.

2) 자연 친화성

공간에서의 자연요소는 웰에이징이 아니더라도 많이 나타나는 요소이지만 자연친화성은 치유환경을 조성하거나 심신의 안정감을 제공해주기 때문에 자연과 친화되며 교감을 통해서 신체적으로나 정신적인 회복 요소가 될 수 있기 때문에 웰에이징의 디자인 요소 중 하나이다. 실내에서의 자연요소는 빛, 물, 흙, 돌, 식물 등으로 다양한 실내의 마감재로서 공간에 표현 될 수 있을 것이다.

(2) 공간적특성

1) 장소성

관계형성에 사회성에서 오는 장소성은 타인과의 관계형성과 긍정적인 상호작용을 통해서 다른 사람들과의 교류를 할 수 있는 것이다. 웰에이징을 위해서는 행복한 사회적 관계도 중요하므로 장소성의 요소는 건강증진센터와 같은 병원의 경우 검진자와 직원 일반 내원 환자들이 함께 어울려 질 수 있는 공용공간의 공간 구성과 프로그램으로 표현 될 수 있을 것이다. 예로는 갤러리, 카페, 자연을 가미한 야외 테라스 등으로 표현 될 수 있을 것이다.

2) 위계성

웰에이징은 규칙적인 식습관과 운동습관, 마음습관을 가져야 하므로 위계성은 웰에이징의 요소로 볼 수 있다.

넓은 공간과 좁은 공간, 높은 공간과 낮은공간 들을 이용하여 검진자에게 정신적, 물리적 작용을 통한 공간의 위계를 줄 수 있고, 안락감도 주는 방법으로서 공간의 배치로도 표현 될수 있다. 또 프로그램별로 실들의 배치를 통해서 공간의 연속되는 선과 축(실 또는 사인물의 배치)으로서 위계성을 표현 할 수도 있을 것이다.

4. 국내외 건강증진센터의 사례조사 및 분석

4.1. 사례조사 대상범위

사례 대상범위는 국내외 건강증진센터를 대상으로 공간 사례를 대상으로 선정하였다. 적용성의 정도에 따라 잘되었음 ●, 보통임 ●, 안되었음 ○의 3단계로 표기하도록 설정하였다.

4.2. 국내외 사례분석

<표 6> 국내사례 (1)

구분	개요								
명칭	차음 의원	위치	서울 강남구 도산대로 442						
개업년도	2010	면적	건축면적: 3,144.84 m ² 2F, 3F, 5F, 6F, 7F						
층별 구성	2F:뷰티라이프센터, 외래, 프리미엄건진센터, 내시경, 영상의학과, 한방진료센터, 안내 3F: 에버셀스파, 신경근골격센터, 국제진료센터, 헬스라이프센터, 차인차, 레트로아								
공간 프로그램									
	웰에이징 요소	검진·증진공간	공용 공간	검사 지원	기타				
환경적 특성	활동성	●	●	●	○				
	자연친화성	●	●	●	○				
공간적 특성	장소성	●	●	○	○				
	위계성	●	●	○	○				
공간 이미지	활동성			자연친화성		장소성		위계성	
	분석	검진·증진 공간과 공용 공간에서 웰에이징요소가 높게 나타남.							

<표 7> 국내사례 (2)

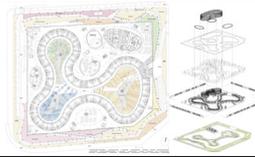
구분		개요			
명칭	꽃마음 종합검진센터	위치	서울 서초구 서초동 1656-4		
개업년도	2010	면적	건축면적: 2,154 m ² 3F, 4F		
층별 구성	3F:종합검진센터 4F 종합검진센터, 치과				
평면도					
공간 프로그램					
월레이징 요소		검진·증진공간	공용 공간	검사 지원	기타
환경적 특성	활동성	●	●	○	●
	자연친화성	●	●	○	○
공간적 특성	장소성	○	●	○	○
	위계성	●	○	○	●
공간 이미지					
분석		컨셉이 in out 인 만큼 검진·증진 공간과 공용공간에서 자연친화성과 위계성은 높게 나타지만 장소성과 검사지원 과 기타 공간에서의 잘 나타나지 않는다.			

<표 8> 국내사례 (3)

구분		개요			
명칭	필립메디컬센터(분당)	위치	경기 성남시 분당구 황새울로 311번길 10		
개업년도	2007(2015,2019년 리모델링)	면적	건축면적 : 약 9377 m ² 본관:1~8F 별관:1F,3F~8F		
층별 구성	본관:1층 접수/안내,상담실,주차관리실 2층 제1내시경센터,3층 영상의학센터 4층 종합건강검진 2센터 5층 종합건강검진3센터 6층 외래진료센터 7층 종합건강검진 1센터 8층 갤러리카페 VIP속박검진 별관:1층 필립카페,약국 3층 제2내시경센터 4층 행정실 5층 치과검진센터 및 판독실 초음파실 의국 6층 치과검진 및 기본검사실 VIP검진룸 7층 필립프라임케어 8층 직원식당 에메일 필립필라테스				
평면도					
공간 프로그램					
월레이징 요소		검진·증진공간	공용 공간	검사 지원	기타
환경적 특성	활동성	●	●	●	●
	자연친화성	●	●	○	●
공간 이미지					
분석		노인센터인 만큼 월레이징요소의 전체적으로 높게 나타남. 모든 입원실이 로비가 되어 개인의 프라이버시 및 방문자와의 교류와 소통을 배려한 평면이 돋보인다.			

구분		개요			
공간적 특성	장소성	●	●	○	○
	위계성	●	●	●	●
활동성		자연친화성	장소성	위계성	
공간 이미지					
분석		검진·증진공간 과 공용공간에서 월레이징 요소가 대체적으로 높게 표현되었다.			

<표 9> 해외 사례 (1)

구분		개요			
명칭	Santa Rita Geriatric Center	위치	Illes Balears, Spain		
개업년도	2009	면적	5,990 m ²		
층별 구성	단층 구조: 입원동(주거지역) 외 치료 증진 목적의 기능적인 공간들로 구성				
평면도					
공간 프로그램					
월레이징 요소		검진·증진공간	공용 공간	검사 지원	기타
환경적 특성	활동성	●	●	○	●
	자연친화성	●	●	●	●
공간적 특성	장소성	○	○	○	○
	위계성	●	○	○	●
공간 이미지					
분석		노인센터인 만큼 월레이징의 요소가 전체적으로 높게 나타남. 모든 입원실이 로비가 되어 개인의 프라이버시 및 방문자와의 교류와 소통을 배려한 평면이 돋보인다.			

4.3. 분석의 종합

사례 분석 결과 월레이징요소는 검진·증진 공간에서 높게 나타났다. 장소성에서는 공용공간은 카페, 갤러리, 하늘정원, 식당 등 으로 나타났고 특화공간은 필라테스,

운동처방실, 스파, 승마 신체적 활동의 건강증진의 요소를 가진 공간으로 나타났다. 위계성은 천정의 조형물 또는 단차로 표현 되거나 실들의 배치로 대부분 표현 되었다. 가장 큰 특징은 검진 및 증진공간에서 높게 나타나지만 대부분의 건강증진센터는 특화공간을 활용해 웰에이징의 대한 증진프로그램들을 시도 하고 있음을 알 수 있다.

5. 결론

본 연구에서 살펴본바와 같이 웰에이징은 건강증진센터에서 다양한 증진프로그램들과 함께 나타나고 있다는 것을 알 수 있다. 웰에이징의 요소의 활동성은 검진자의 효율적인 동선을 위한 요소로 자연친화성은 검진자에게 심리적 안정감을 주는 요소로 장소성은 직원 및 검진자의 소통과 증진센터만의 증진프로그램을 위한 요소로 위계성은 증진센터마다 천정의 형태와 실들의 배치등의 요소로 나타나고 있다. 이러한 웰에이징의 요소는 건강증진센터 공간에서 중요한 비중을 차지 하고 있기 때문에 웰에이징의 요소의 적용에 대한 연구는 앞으로 더욱 활성화 되어야 할 부분이고 IT업계를 비롯한 다양한 산업을 통해서 융합이 시도 되는 분야인 만큼 실내 디자인 분야에서도 다양한 접근 과 시도로 더 많은 연구가 이루어지길 기대한다.

참고문헌

1. 건강검진은 어떻게 “산업”이 되었나?, 시민건강증진연구소. 2015 p16.
2. 정지희, 환경심리형태를 고려한 종합병원 건강검진센터 실내 공간 계획연구. 한양대 석사논문 2011. p19.
3. 한승우, 종합병원 내 건강증진센터의 공간구성 및 이용자동선에 관한 연구, 한양대학교 석사학위논문, 2008.
4. 박상철 (2009) 웰에이징 매뉴얼 1장 도입부. p13.
5. 김경호 (2012) 웰에이징:노년의 삶에 대한 여헌 장현광의 성찰. 동양고전연구, 제49집 p109-136.
6. 최행수, 웰니스 산업의 it융합 이용성과에 관한 연구, 2014, 한성대학교 학위논문.

공유오피스의 편의시설 GIS 공간 정보 생성 자동화 프로세스**

- 부동산 플랫폼 '네모' 크롤링과 Google API 활용을 중심으로 -

Automatic Generation GIS(Geographic Information System) Spatial Information about Shared Office

- Focusing on Crawling Korean Real Estate Online Platform 'Nemo' and Using Google API -

Author 한두희 Han, Du-Hee / 정회원, 연세대학교 실내건축학과 석사과정
이현수 Lee, Hyunsoo / 정회원, 연세대학교 실내건축학과 교수, 건축학박사'

Abstract This paper describes process of generating basic level GIS(Geographic Information System) data about shared office. Shared office is one of representative example of sharing economy and the number of shared office in Korea, especially in Seoul, rapidly grows. But as we can see We-work crisis, for shared office's survival, intrinsic features of shared office, that differentiate itself from others, must be considered. Unlike other sharing economy examples, shared office is about producing space and real estate. In this perspective, spatial information must be considered while planning and maintaining shared office. This paper describes automatic generation of basic level GIS spatial information data which can be used for that consideration. In this process I use various Python libraries which can be used for Web Crawling and data pre-processing effectively. As a result of this process, CSV file which can be imported in GIS program would be automatically generated. In this paper, as an example, results of importing that file in QGIS, which is open-source GIS program, would be given.

Keywords 공유오피스, 공간정보, GIS, 웹 크롤링, 데이터 수집
Shared Office, Spatial Information, GIS, Web Crawling, Data acquisition

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

공유오피스는 세계경제의 주요 흐름 중 하나인 공유경제의 한 유형으로서 그 사례가 빠른 속도로 늘고 있다. 공유오피스는 기존의 업무 공간들보다 탄력적으로 공간의 활용 및 운용이 가능하다. 이러한 특성을 활용하여 기업들은 상황에 따라 작게는 1개월, 길게는 수년간 공유오피스를 임대하여 사용하기도 한다.¹⁾ 2013년경 테헤란로를 시작으로 공유오피스가 등장하기 시작했으며 미국의 대표적인 공유 오피스 회사로 꼽히는 위워크(WeWork)는 서울 뿐 아니라 부산까지 지점을 내었다. 국내에도 패스트파이브(2015년 설립), 스파크플러스(2016년 설립) 같은 공유오피스 회사들이 설립되어 점차 지점

수를 늘리고 있다.²⁾ 이 외에도 현대카드 스튜디오 블랙, 롯데 위크플렉스, 한화 드림플러스 등 대기업 역시 공유오피스 시장에 합류하여 경쟁을 벌이고 있다.

대형 건물의 입장에서는 공유오피스 형태로 공간을 임대함으로써 공실로 인한 손실을 줄일 수 있고, 이용자 역시 비교적 저렴한 가격에 역세권 및 좋은 환경이 갖춰진 업무 공간을 마련 할 수 있다. 특히 스타트업을 중심으로 공유오피스를 이용하는 사례가 늘고 있다. 이는 앞서 말한 탄력적인 운용이 가능하다는 공유오피스의 장점으로 인하여 시시각각 상황이 변하는 스타트업 기업들이, 상황에 맞게 업무공간의 규모를 키우거나 줄일 수 있기 때문이다.³⁾ 그러나 급격히 성장하고 있었던 공유오

1) Richard B. Bouncken, Andreas J. Reuschl (2018). Co-working Spaces: how a phenomenon of sharing economy builds a novel trend for the workplace and entrepreneurship. Review of Managerial Science, Springer, vol. 12(1), 317-334

2) 이혜수, 남경숙 (2018). 공유오피스 커뮤니티 중심 공간 특성. 한국실내디자인학회 논문집, 27(1), pages 3-11

* 교신저자(Corresponding Author); hyunsl@yonsei.ac.kr

** 이 논문은 2020년도 BK21 플러스사업의 지원을 받아 수행된 연구임.

피스 시장에, 세계 최대의 공유오피스 회사인 위워크가 2019년, 파산 직전에 이르렀던 사건이 발생하게 된다. 위워크의 위기와 함께 공유오피스에 대한 많은 부정적인 전망들이 나오게 된다. 위워크의 위기에는 여러 가지 원인들이 있지만, 다른 공유경제 사례들과는 구분되는 공유오피스만이 특징들이 그 원인으로 꼽히고 있다. 우버(Uber)나 링크드인(Linked In)과 같은 IT정보기술 활용도가 높은 다른 공유경제의 사례들과는 달리, 위워크를 비롯한 여러 공유오피스 회사들은 건물의 공실을 임대 후 이를 리모델링하여 재 임대 하는 방식을 택하여 부동산 임대업의 성격을 강하게 띠고 있다.⁴⁾ 이처럼 공유오피스 사업은 결국 공간을 제공하고 임대하는 일로서 지속적인 생존을 위해서 공간 요소들에 관한 고려가 필수적이다. 본 논문에서는 다른 공유경제의 사례들과는 구분되는 공유오피스 입지 특성을 바탕으로, 향후 공유오피스의 기획, 설계, 유지에 활용 가능한 GIS 공간정보 수집 프로세스를 제안하고자 한다.

1.2. 연구 방법 및 범위

본 논문에서 제안하는 GIS 공간정보 수집 프로세스는 프로그래밍 언어인 파이썬(Python)과 관련 라이브러리들 및 구글 API를 활용하여 진행하였다. 파이썬 및 관련 라이브러리를 활용하여 크롤링(Crawling)을 포함한 자동화된 프로세스를 통해 서울 소재 공유오피스에 대한 이름, 주소, 경위도 좌표, 내부 편의시설에 관한 정보를 수집하였다. 본 연구에서는 공유오피스의 임대료와 관련된 정보를 수집하지 않았으며, 이는 이후 진행될 연구에 포함될 예정이다. 웹 크롤링 진행에 앞서 '네모' 사이트의 크롤링 허가 여부가 표시된 해당 사이트의 robots.txt를 확인하였으며 주어진 범위 내에서 크롤링을 진행하였다. 또한 크롤링 진행으로 발생 할 수 있는 해당 사이트의 서버 부하를 방지하고자 적정 속도로 크롤링을 진행하였다. 최종적으로 형성된 CSV 파일을 오픈소스 GIS 분석 프로그램인 QGIS 상으로 불러들여 GIS를 기초적인 수준으로 공간 정보 분석을 진행하였다.

2. 크롤링(Crawling)과 정보 수집

2.1. 크롤링의 개념 및 고려 사항

크롤링이란 인터넷 웹이나 어플리케이션(Application) 상의 문자, 이미지 등의 정보를 자동으로 수집하는 방법을 의미한다. HTML(Hypertext Markup Language),

3) 이승아 (2019). 스타트업 생태계에서 코워킹 스페이스의 역할과 전망. 국토연구원 Planning And Policy, 2019.10, 32-38
 4) 박성우 (2019.11.22.). 공유경제 신화가 무너졌다. 위워크 전세계 2400명 해고. 중앙일보

CSS(Cascading Style Sheets) Javascript 등으로 구성된 페이지 정보 중, 프로그래밍 언어를 통하여 사전에 정의된 정보들을 수집하는 것이다. 특히 최근 인공지능에 대한 관심과 그 활용이 크게 늘어남과 함께, 인공지능을 학습시키기 위한 데이터를 수집하는 수단으로도 크롤링이 자주 사용되고 있다. 단 무분별한 데이터 수집으로 인한 저작권 침해, 사생활 침해 등을 방지하고자 주요 웹 사이트 및 어플리케이션에서는 크롤링 가능한 내용 및 범위를 명시 해 놓고 있으며 이러한 기준에 맞춰 크롤링을 진행 하여야 한다.⁵⁾

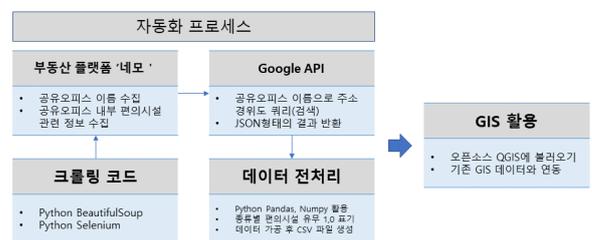
2.2. 크롤링을 활용한 정보 수집 사례

크롤링은 온라인상의 많은 정보를 효과적으로 수집 할 수 있는 만큼 다양한 연구 분야에서 활용되고 있다. 황정빈(2019)은 크롤링을 활용하여 건설 현장의 이미지 데이터를 수집하고 이를 딥러닝에 활용하는 연구를 진행하였다.⁶⁾ 김은택(2019)는 SNS 게시물에 표기된 위치 정보 데이터를 활용하여 읍지로 3:4가 지역 활성화에 관한 연구를 진행하였다. 또한 텍스트 마이닝(Text-Mining), 트렌드 분석 등 다양한 영역에서 크롤링이 활용되고 있다.⁷⁾

3. 공유 오피스에 관한 공간 정보 수집 프로세스

3.1. 공유 오피스 공간 정보 수집

본 논문에서 진행한 공간 정보 수집과 정보 활용은 <그림 1>과 같이 진행되었으며, 정보 수집에 관한 상세 진행 과정은 다음과 같다. (1) 부동산 플랫폼 '네모'에 게시된 서울지역 공유오피스에 관한 정보를 웹 크롤링(Crawling)방식을 활용하여 자동 수집하였다. 이 과정에



<그림 1> 본 논문에서 진행한 공유오피스 공간 정보 수집 과정

5) Ahuja, M. S, Singh, J. and Varnica. B (2014). "Web crawler: Extracting the web data." International Journal of Computer Trends and Technology, Vol. 13, No. 3, 132-137
 6) 황정빈, 김진우, 지석호, 서준오(2019). 건설현장 영상 분석을 위한 웹크롤링 기반 학습데이터베이스 구축 자동화. 대한토목학회논문집, 38(6), 887-892
 7) 이재일, 진영호, 하정훈 (2016). 영화 흥행과 관련된 영화별 특성에 대한 군집 분석: 웹 크롤링 활용. 한국산업경영시스템학회, 39(3), 90-99

서 공유오피스 이름과 공유오피스 내부 편의시설 종류에 관한 정보들이 수집되었다. '네모'는 사용자가 브라우저를 통하여 접근하면 요청한 정보를 일괄적으로 모두 표시 하지 않고, 페이지가 Javascript를 기반으로 하여 동적으로 작동하며 요청 정보를 순차적으로 보여준다. 이에 따라 '네모' 웹 사이트에 대한 구조를 분석 후, 파이썬 Library중 효과적인 크롤링 진행에 도움을 주는 BeautifulSoup 와 Selenium을 활용하여 진행하였다.

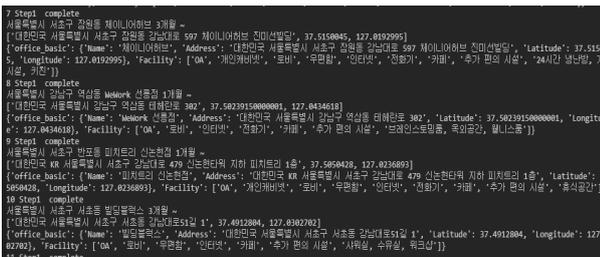


<그림 2> 부동산 플랫폼 '네모' 화면 구성



<그림 3> 크롤링을 위한 파이썬 코드 일부

(2)'네모'에서는 공유오피스의 상세 도로명 주소를 제공하지 않아 구글 API를 활용하여 상세 도로명 주소 및 경위도 좌표를 수집하였다. 수집된 공유오피스 이름을 자동적으로 구글 API에 보내어 JSON 형식의 응답 값을 받았다. 이를 별도의 형식으로 가공 후 저장하여 각 공유오피스의 공간 정보가 이름, 주소, 경위도 좌표, 내부 편의시설에 관한 사항을 포함 할 수 있게 하였다. 그 후 <그림 3> 과 같은 형태로 실시간 자동으로 수집되고 있는 정보의 내용들을 확인 할 수 있게 하였다.



<그림 4> 수집중인 정보를 실시간으로 확인

3.2. 수집 정보 전처리(Pre-Processing) 과정

수집된 정보들은 파이썬 라이브러리인 Pandas와 Numpy를 활용한 전처리(Pre-Processing)과정을 통하여 GIS에서 활용 가능한 CSV 파일 형태로 저장되었다. 이 과정에서 공유오피스 내 갖춰진 여러 편의시설 중 가장 많이 나타난 상위 8개를 선정하였다. 해당 시설들은 선정된 편의시설 유무에 따라 1 혹은 0으로 저장되는 데이터 더미(Dummy) 변수화 과정을 거쳐 차후 진행될 연구에 편의성을 더하였다. 또한 CSV파일은 GIS 뿐 아니라 엑셀(Excel)상으로도 불러오기가 가능하여 GIS 이외에도

효과적인 활용이 가능하다. 최종으로 정보들은 <그림 5>와 같은 계층적 구조를 가진 형태로 저장되게 되며 <그림 6>은 해당 정보를 엑셀 에서 불러들인 것이다.

기본 정보		공간 정보	
이름	주소	Latitude	Longitude
오피스 이름	상세 주소	위도	경도

편의 시설			
OA	로비	우편함	인터넷
카페	개인 캐비닛	하늘정원	파우더룸

해당 편의시설이 있으면 1 없으면 0으로 각각 표기

<그림 5> 저장된 정보의 계층 구조

<그림 6> 엑셀 에서 불러들인 저장 정보

4. 수집된 정보의 GIS 분석

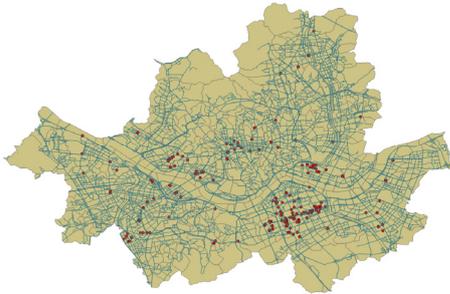
4.1. 공간정보와 GIS의 활용

공간정보는 현실에서 발생하는 다양한 현상들을 좌표 체계를 기준으로 정리하여, 공간간의 관계나 연결성 연속성 등 위상적인 분석을 하는데 활용된다. 특히 최근 화두로 떠오른 빅 데이터(Big-data)들중 상당수가 공간 정보 체계를 바탕으로 수집, 활용됨에 따라 공간정보의 중요성도 점차 증가하고 있다. GIS는 이러한 공간정보를 효율적으로 수집, 저장, 검색, 변환해주고 의사결정에 도움을 줄 수 있는 공간정보에 대한 시각화를 해 주는 도구이다.⁸⁾ 이처럼 효과적인 GIS를 활용한 연구가 국내에서도 활발히 진행되고 있다. 김선철(2016)은 GIS를 활용하여 은행점포의 입지선정과 관련된 연구를 진행하였으며⁹⁾ 이상일(2012)는 원자력 발전소와 같은 비 선호 시설의 인 구분포 관련 입지기준 평가에 관한 연구를 진행하였다.¹⁰⁾

8) Peter A. Burrough, Rachel A. McDonnell, Christopher D. Lloyd (2015) Geographical Information Systems and Society.Principles of Geographical Information Systems(Third edition ,1-20) Oxford University Press
 9) 김선철, 임병준(2016) GIS를 활용한 은행 점포의 입지선정과 시장 점유율 추정에 관한 연구. 부동산학보, 65(2016), 191-205

4.2. 공유오피스 GIS 공간정보 분석

본 논문에서는 앞서 설명된 과정을 통해 수집된 공간 정보를 오픈소스 GIS 프로그램인 QGIS상으로 불러들여 기초적인 수준의 GIS 분석을 진행하였다. 그 예시는 하단의 <그림 7>, <그림 8>과 같다.



<그림 7> 수집된 정보를 QGIS로 불러오기 한 결과



<그림 8> 새로 수집된 정보와 기존 서울 지하철역 GIS 정보를 결합하여 분석 진행 예시

<그림 8>은 본 논문에서 제시된 과정을 통하여 수집된 공유오피스 공간정보와 기존의 서울 지하철 위치에 관한 공간정보를 결합하여, 각 공유오피스 별 가장 가까운 지하철역은 어디인지 대하여 분석한 것이다. 이처럼 새로이 수집된 공유오피스의 공간정보는 유동인구, 주변 상권정보와 같은 기존의 다른 공간정보와 결합되었을 때 효과적으로 각종 분석에 활용 될 수 있다.

5. 결론

본 논문은 자동화된 프로세스를 통해 공유오피스에 관한 기초적인 수준의 공간정보를 수집하는 과정을 설명하였다. 또한 이렇게 수집된 정보와 기존의 공간정보를 활용하여 GIS 분석을 수행하는 예시를 제시하였다. 향후 이어지는 연구에서는 임대료를 포함한 보다 많은 정보를 자동화된 프로세스를 통해 수집하는 과정이 추가 될 것이며, 어떠한 요인들이 공유오피스의 생존에 영향을 미

치는지에 대한 연구가 이루어 질 것이다. 이를 위해 텍스트 마이닝, 감성 어휘 분석 등 다양한 방법들과 함께, 본 논문에서 사용된 Google API 뿐 아니라 카드사, 통신사, 공공기관 데이터 등 다양한 데이터들이 함께 활용 될 필요가 있다.

참고문헌

1. Richard B. Bouncken, Andreas J. Reuschl (2018). Co-working Spaces: how a phenomenon of sharing economy builds a novel trend for the workplace and entrepreneurship. *Review of Managerial Science*, Springer, vol. 12(1), 317-334.
2. 이혜수, 남경숙 (2018). 공유오피스 커뮤니티 중심 공간 특성. *한국실내디자인학회 논문집*, 27(1), pp3-11.
3. 이승아 (2019). 스타트업 생태계에서 코워킹 스페이스의 역할과 전망. *국토연구원 Planning And Policy*, 2019.10, 32-38.
4. 박성우 (2019.11.22.). 공유경제 신화가 무너졌다. 위워크 전세계 2400명 해고. *중앙일보*.
5. Ahuja, M. S, Singh, J. and Varnica. B (2014). "Web crawler: Extracting the web data." *International Journal of Computer Trends and Technology*, Vol. 13, No. 3, 132-137.
6. 황정빈, 김진우, 지석호, 서준오(2019). 건설현장 영상 분석을 위한 웹 크롤링 기반 학습데이터베이스 구축 자동화. *대한토목학회논문집*, 38(6), 887-892.
7. 이재일, 전영호, 하정훈 (2016). 영화 흥행과 관련된 영화별 특성에 대한 군집 분석: 웹 크롤링 활용. *한국산업경영시스템학회*, 39(3), 90-99.
8. Peter A. Burrough, Rachel A. McDonnell, Christopher D. Lloyd (2015) *Geographical Information Systems and Society. Principles of Geographical Information Systems*(Third edition, 1-20) Oxford University Press.
9. 김선철, 임병준(2016) GIS를 활용한 은행 점포의 입지선정과 시장점유율 추정에 관한 연구. *부동산학보*, 65(2016), 191-205.
10. 이상일, 조대현(2012) 비선호 시설의 인구분포 관련 입지기준 평가를 위한 GIS-기반 방법론 연구 -원자력 발전소의 경우-. *대한지리학회*, 47(5), 755-774.

10) 이상일, 조대현(2012) 비선호 시설의 인구분포 관련 입지기준 평가를 위한 GIS-기반 방법론 연구 -원자력 발전소의 경우-. *대한지리학회*, 47(5), 755-774

지역 커뮤니티 활성화를 위한 공공 스포츠센터 공간계획에 관한 연구

A Study on the Space Planning of Public Sports Centers for the Revitalization of the Local Community

Author 구강민 Koo, Kang-min / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인전공, 석사과정
윤은경 Yun, Yean-kyung / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인전공 교수, 건축학박사*

Abstract For modern people, Working hours have been shortened, perceptions of health have been changed, and sports activities have increased their share of leisure activities. In addition, as a measure to solve the disagreement of individualism and communication between generations caused by the change of population structure such as the increase of one-person household, low birthrate and aging, the government said, As for the physical education policy, we have also issued a "Lifestyle-based National Sports Center". However, In order to effectively utilize public sports centers and increase their satisfaction, the needs and space of local residents who are using public sports centers should be increased along with expansion of quantitative supply and understanding of regional characteristics. It is necessary to understand the ultimate cause of the conflict that occurs in the company. Through the analysis of whether the community formation has changed from the past, the activating factors of the local community and the inhibiting factors, we present the activating factors of the local community in modern society. The public sports center as a local community space can play a role in modern society by personalizing and eliminating generational differences by promoting interaction among local residents and expanding the scope of individual activities to the local community.

Keywords 공공 스포츠센터, 지역 커뮤니티, 상호작용, 소통, 공간계획
Public Sports Centers, Local community, Interaction, Communication, Space Planning

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

현대사회는 '주 52시간 근무제'의 도입으로 근로시간이 단축되고 의료기술의 발전으로 건강 개념에 대한 인식이 달라지면서 '삶의 질'에 대한 관심이 높아졌고, 현대인들은 건강 증진을 위한 스포츠 활동과 자기 관리에 더욱 많은 시간을 투자하며 여가를 보내고 있다. 또한, 최근 정부는 1인 가구 증가·저출산·고령화라는 인구구조의 변화로 발생된 개인주의·세대 간 소통 불화와 같은 사회적 문제를 '사람을 중심으로 하는 주거 생활환경에서 오는 관계'로 해결할 가능성이 있다고 판단하여 지역 커뮤니티를 성장을 위한 다양한 정책을 발표하고 있다.

이러한 추세에 발맞추어 문화체육관광부는 '생활밀착형 국민체육센터 조성 사업'을 통해 기존의 '거점형 국민체육센터'의 단점을 보완하여 지역 특성을 고려한 4가지 유형의 모델

제시하고 시설을 확충할 것을 발표하였다.¹⁾ 하지만, 공공 스포츠센터를 효과적으로 활용하고 이용의 만족도를 높이기 위해서는 양적인 공급 확대·지역 특성에 대한 이해와 함께 공공 스포츠센터를 사용하는 지역 주민들의 요구와 공간 내에서 발생하는 갈등의 궁극적인 요인을 파악할 필요가 있다.

따라서, 본 연구는 현대사회에 나타나는 지역 커뮤니티의 현상과 저해 요소를 바탕으로 공공 스포츠센터에 적합한 '지역 커뮤니티 활성화 요소'를 제시하고 공공 스포츠센터의 공간계획에 대한 방향을 제안하고자 한다. 이를 통해, 공공 스포츠센터가 운동을 위한 공간에서 더 나아가 지역 주민들 간 소통, 정보교류, 지역통합의 공간을 제공함으로써 지역 커뮤니티의 활성화를 목적으로 한다.

1.2. 연구 방법 및 범위

본 연구는 지역 커뮤니티 활성화를 위한 공공 스포츠센터

* 교신저자(Corresponding Author); home6085@naver.com

1) 국민체육진흥공단, 생활밀착형 국민체육센터 건립 운영 가이드라인 (문화체육관광부, 2018), 4

터 공간계획에 관한 방향을 제시하기 위해 관련된 선행연구, 참고문헌, 문화체육관광부의 정책자료를 참고한 이론적 고찰과 국내 사례분석의 방법으로 진행하였다.

연구의 공간적 범위는 체육시설·복합시설·부대시설로 정하고, 시간적 범위는 국내 공공 스포츠센터 중 2000년 이후에 준공된 시설로 한정하며, 내용적 범위는 현대사회에 나타나는 지역 커뮤니티 활성화 요소에 따른 교육적 차원·기능적 차원·교류적 차원으로 분류하여 분석하였다.

2. 공공 스포츠센터의 이론적 고찰

2.1. 공공 스포츠센터의 이해

(1) 공공 스포츠센터의 정의

공공 스포츠센터의 상위개념인 체육시설은 ‘체육활동에 지속적으로 이용되는 시설과 그 부대시설’²⁾로 설치·운영 주체에 따라 공공 체육시설과 민간 체육시설로 구분하며, 공공 체육시설은 전문·생활·직장 체육시설로 분류된다.

<표 1> 체육시설의 분류³⁾

구분	분류	내용
민간 체육 시설	비영리	단체 또는 개인이 영리 목적이 아닌 일반인의 체육활동 또는 그 기관의 고유목적에 위한 시설
	상업용	단체 또는 기업에서 영리 목적으로 운영하는 시설
공공 체육 시설	전문체육	국내·외 경기대회의 개최와 선수훈련 등에 필요한 운동장, 체육관 등의 시설
	생활체육	국민이 거주지와 가까운 곳에서 쉽게 이용할 수 있는 시설
	직장체육	직장인(500명 이상 대상)의 체육활동에 필요한 체육시설

본 연구에서는 국민이 거주지와 가까운 곳에서 쉽게 이용할 수 있는 ‘생활체육시설’을 공공 스포츠센터로 정의하고자 한다.

(2) 공공 스포츠센터의 역할 및 기능

공공 스포츠센터는 스포츠 복지 정책에 의해 국가나 지방자치단체 또는 공공법인에 의해 건설·운영되는 시설로 국민의 건전하고 적극적인 체육활동 공간을 제공하는 역할을 하며, 건강 증진·문화 활동·세대 교류·지역 공유 공간으로서 기능을 가진다.

<표 2> 공공 스포츠센터의 기능

기능	내용
건강 증진	다양한 운동기구와 프로그램을 제공해주고 전문 지도자에게 적절한 운동지도와 처방을 받을 수 있음
문화 활동	체육·취미·휴게 등 다양한 문화 활동 공간
세대 교류	아이에서부터 노인층에 이르기까지 이용자의 폭이 크기 때문에 전 세대가 어우러질 수 있음
지역 공유	스포츠센터를 이용하는 구성원 간의 유대를 도모

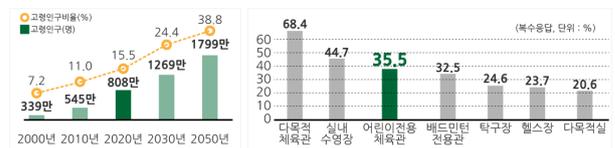
2) “체육시설법 [시행 2019. 9. 19.] [법률 제15767호, 2018. 9. 18., 일부개정],” 국가법령정보센터, 2019년 10월 30일 접속, <http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=204497&efYd=20190919#0000>.
 3) “체육시설 설치·운영,” 생활법령정보, 2020년 01월 29일 접속, <http://easylaw.go.kr/CSP/CnpClsMain.laf?popMenu=ov&ccsmSeq=92&ccfNo=1&ccciNo=1&ncnpClsNo=1>.

2.2. 공공 스포츠센터의 변화

(1) 다양한 세대별 공간 필요

현재 우리나라는 평균 수명의 급속한 증가로 인한 고령화 문제가 심각한데 2019년 기준 65세 이상 인구는 768만 5천명으로 전체 인구 중 14.9%를 차지하며 2050년 1,900만 7천명까지 지속적으로 증가할 전망이다.⁴⁾ 따라서, 향후 노인 인구의 증가와 노인들의 생활체육 참여 요구에 대비하여 스포츠 공간이 충분히 확보되어야 한다.

또한, 10세 미만 어린이들을 위한 스포츠 공간에 대한 요구가 증가하고 있는데 지자체 공무원을 대상으로 필요 체육시설을 조사한 결과 어린이 전용 체육관에 대한 응답이 35.5%로 조사되었다.⁵⁾ 기존의 국민체육센터에도 유아 놀이방·놀이 공간·스포츠클럽 등의 시설이 조성되어 있으나 유아들의 신체발달이나 놀이행태를 고려한 공간이 필요한 것으로 보인다.



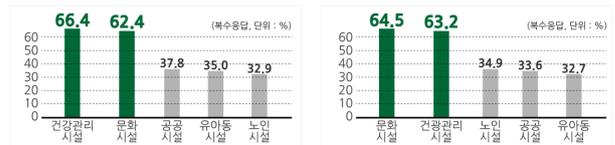
<그림 1> 인구 고령화 추이 및 전망(좌), 필요 체육시설 조사(지자체 공무원) (우)

(2) 복합적 공간 기능의 수요 증가

국민체육센터 이용자를 대상으로 필요 복합시설에 대한 조사에서 문화시설(64.5%)과 건강관리시설(63.2%)에 대한 요구가 높게 조사되었다.⁶⁾

현대인들의 워라벨(Work and Life Balance) 문화 확산과 여가의 증가는 체육활동과 더불어 문화·예술 활동의 관심에도 큰 영향을 끼쳤는데 스포츠센터도 다목적 기능을 가진 문화·체육시설로 변화하고 있다. 이에 따라, 취미 생활을 즐길 수 있는 무대·강의·강연·발표 연습공간 또는 VR체험 공간 등의 확보가 필요하다.

또한, 올바른 스포츠 활동을 위해 개인별 체계적인 관리와 운동을 처방받을 수 있는 건강관리시설에 대한 요구가 증가하고 있다. 이에 따라, 건강관리 프로그램인 물리치료·마사지 등의 프로그램을 수용할 수 있는 공간의 확보가 필요하다.



<그림 2> 필요 복합시설 조사(비이용자 대상) (좌), 필요 복합시설 조사(이용자 대상) (우)

4) 통계청, 2019 고령자 통계 (통계청, 2019), 3.
 5) 국민체육진흥공단, 생활밀착형 국민체육센터 모델개발 및 추진 방안 연구 (문화체육관광부, 2018), 93.
 6) ibid., 119.

2.3. 공공 스포츠센터의 공간구성

현대사회가 요구하는 공공 스포츠센터의 변화를 반영하여 기능에 따라 체육시설, 복합시설, 부대시설로 공간구성을 구분하였으며 그에 따른 세부 내용은 <표 3>과 같다.

<표 3> 공공 스포츠센터의 공간구성

구분	중분류	공간구성	
체육 시설	운동 부문	체력단련장	프리웨이트 존, 머신 존, G.X. 룸, P.T. 룸, 실버웨이트 존 등
		다목적체육관	농구장, 탁구장, 배드민턴장 등
		전문체육장	수영장, 골프 연습장, 게이트볼장, 스쿼시장 등 (개별 출입구 필요)
복합 시설	교육부문	문화 교실, 문화 강좌실, 다목적 강의실, 취미 교실, 정보 자료실 등	
		문화부문	공연장, 강당(대, 소), 전시실 등
	건강관리 부문	비활동 공간	상담실, 체력측정실, 의무실 등
		활동공간	메니컬룸 등
부대 시설	공용 부문	공용 공간	로비, 라운지, 안내데스크, 흡연실, 화장실, 복도, 계단실 등
		서비스 공간	카페, 식당, 스포츠용품 판매점 등
	휴게 부문	준비 공간	탈의실, 락커실, 파우더룸, 샤워룸, 사우나실 등
		휴게 공간	휴게실 등
	관리 부문	직원 공간	사무실, 강사 대기실, 직원 휴게실, 회의실, 직원식당 등
시설 공간	기계실, 비품관리실, 전산실, 세탁실 등		

3. 지역 커뮤니티의 이론적 고찰

3.1. 지역 커뮤니티의 이해

(1) 지역 커뮤니티의 정의

커뮤니티란 '사회적 관계에 의한 상호교류 관계 혹은 집단'으로 '인간의 사회성'에 기초하여 상호작용이 발생하는 교류를 말하며 가족·친족·민족·국가와 같이 운명적으로 결정된 것이 아닌 자신의 자유의지에 의해 선택한 '자발적 관계'로 한정할 수 있다.

본 연구에서는 지역 커뮤니티의 개념을 '지역을 매개 수단으로 자발적으로 발생하는 상호교류 관계 혹은 집단'으로 정의한다.

(2) 지역 커뮤니티의 구성 요소

커뮤니티는 시대의 변화와 사회적 상황에 따라 그 의미가 변화하였기 때문에 다양한 정의가 있는데 '지리적 영역·사회적 상호작용·공동의 연대'라는 구성 요소는 대부분의 정의에서 공통으로 언급되고 있었다. 커뮤니티의 구성 요소를 살펴보면 <표 4>와 같다.

<표 4> 지역 커뮤니티의 구성 요소

구성 요소	내 용
지리적 영역	일정 영역을 중심으로 상호작용이 가능하게 하는 공간적 단위
사회적 상호작용	개인과 개인 혹은 집단 간에 일어나는 소통과 행위를 주고받는 것
공동의 연대	일정한 지리적 영역과 사회적 상호작용을 통해 나타나는 공동의식

3.2. 현대사회에 나타나는 지역 커뮤니티의 현상과 저해 요소

(1) 지역 커뮤니티의 현상

최근 현대사회를 돌아보면 유튜브(YouTube)·아프리카 TV 등 1인 미디어 산업이 성장했고 소자본·1인 창업이 유행하였으며 거대기업들의 아웃소싱(Outsourcing) 경영형태가 증가했다. 이러한 현상은 비자발적인 1인 프리랜서, 임시직 일자리 등과 같은 노동의 개인화로 연결되면서 직업 환경으로부터 발생하는 사회적 관계는 축소됐다. 이에 따라 현대인들은 '직장'이나 '직업 환경' 보다 '주거 생활 환경'에서 발생하는 관계에 주목하기 시작했고 이러한 추세에 맞춰 최근 중앙정부나 지방 정부들은 지역밀착형 일자리·커뮤니티 기반의 생활 자치·커뮤니티 기반의 교육 등 주거 생활 중심의 지역 커뮤니티 조직화를 정책의 주요 방향으로 삼고 있다.⁷⁾

(2) 지역 커뮤니티의 저해 요소

2000년대 이후 한국사회는 급격한 근대화를 겪으며 발전하였으나, 그 부정적 결과로 1인 가구·저출산·고령화 시대를 맞이하게 됐다. 이러한 인구구조의 변화는 '현대인들의 개인화', '세대 차이'라는 사회적 문제를 만들었고 지역 커뮤니티를 저해시키는 요소로 작용하게 된다.

① 현대인들의 개인화

현대사회 치열한 경쟁 구도는 사회 구성원들이 '우리' 보다는 '나'로서 삶을 살아가게 하는 개인주의 성향을 만들었고, 최근에는 '혼자'의 삶을 즐기는 '나홀로' 문화가 하나의 사회적 트렌드로 자리 잡았다. 2018년 국민 여가 활동 조사에 따르면 여가 활동의 주된 목적이 개인의 즐거움(32.5%), 마음의 안정과 휴식(18.2%), 스트레스 해소(14.7%)인 것으로 조사되었다.⁸⁾ 이를 통해, 현대인들은 타인과의 교류보다는 개인의 행복에 중점을 두고 있다는 것을 알 수 있다.

② 세대 차이

가정 공간에서 3세대가 함께 생활하는 것을 보기 힘든 사회가 되면서, 서로 다른 세대에 대한 이해 부족과 그로 인한 부정적인 고정관념이 세대 간 유기적 연결을 약화시켰다. 2018년 집단 간 소통을 주제로 '가족·직장 구성원·이웃·세대 간' 4가지 집단을 비교하였을 때, 소통의 점수는 가족(3.3점), 직장 구성원(2.9점), 이웃(2.4점), 세대 간(2.3점)으로 '세대 간 소통' 점수가 가장 낮았으며, 2013~2018년 연도별 추이를 비교하였을 때 '세대 간 소통' 인식은 지속적인 하락세를 보였다.⁹⁾

7) 김병권, "거시적 관점에서 시민사회조직 발전전망," (일반논문, 참여연대 참여사회연구소, 2018), 69-98.

8) 문화체육관광부, "여가 인식 실태 및 변화," 2018 국민여가활동조사 11-1371000-000453-11 (2018): 60.

3.3. 공공 스포츠센터에서 나타나는 지역 커뮤니티 활성화 요소

(1) 선행연구 분석

앞서 지역 커뮤니티 구성 요소를 ‘지리적 영역 · 사회적 상호작용·공동의 연대’로 구분하였다. 또, 현대사회에 나타나는 지역 커뮤니티의 저해 요소를 ‘현대인들의 개인화·세대 갈등’으로 구분하여 설명하였다.

본 절에서는 지역 커뮤니티의 구성 요소를 충족시키기 위해 지역 커뮤니티 공간으로서 공공 스포츠센터의 ‘활성화’ 관점의 연구를 조사한다. 또한, 저해 요소를 완충시키기 위해 근본적인 문제점을 해결하거나 현대사회의 특성에 맞는 새로운 방안을 제시하는 것이 필요하다고 보고 지역 커뮤니티 ‘갈등’ 관점의 연구를 함께 비교·조사하여 공공 스포츠센터의 ‘지역 커뮤니티 활성화 요소’를 도출한다.

지역 커뮤니티 ‘활성화’ 관점과 ‘갈등’ 관점의 선행연구에서 나타난 각 요소를 정리하면 <표 5>와 같다.

본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 지역 커뮤니티 활성화 요소를 ‘교육적 차원·기능적 차원·교류적 차원’ 3가지로 도출하였다.

<표 5> 지역 커뮤니티 활성화 · 갈등 관점의 선행연구

접근	연구자	제 목	요 소
지역 커뮤니티 활성화 관점	강인철 (2008)	지역 문화 · 스포츠센터의 시설복합화에 관한 연구	복합성, 융통성, 가변성, 유희성
	오명록 (2018)	세대 간 교류를 위한 복합커뮤니티센터의 공간계획	전이적 성격 (매개 공간) 완결적 성격 (교류 목적)
	남은정 (2018)	공공체육시설 프로그램 참여행태에 관한 연구	편의성, 사회성, 다양성, 보편성, 교류성 정기적 소통, 협력적 네트워크
지역 커뮤니티 갈등 관점	윤진우 (2019)	공공스포츠센터에서 세대 간의 갈등연구	방문 목적의 이질성, 공공 공간의 개인 공간화, 생리현상으로 인한 거리감 형성, 운동공간의 비(非)운동공간화, 소통에 대한 욕구 차이
	배진후 (2019)	세대 융합을 위한 문화복합시설 계획	공간의 단절성, 과도한 공간 분리 소극적 교류 프로그램, 세대별 특성 미반영

(2) 지역 커뮤니티 활성화 요소

① 교육적 차원

지역 주민들이 공공 스포츠센터를 이용하면서 발생하는 갈등요인 중 주민들이 자체적으로 해결할 수 없는 부분에 대하여 ‘공공 스포츠센터 운영자 측에서 직접 개입하여 기획하는 프로그램과 그것을 수용하는 공간’을 교육적 차원으로 정의하고 ‘세대 이해형’과 ‘세대 융합형’으로 분류하였다.

‘세대 이해형’의 경우 간접적인 교류 방법으로, 언어적 정보 전달을 통해 타 세대를 이해시키는 교육 프로그램

9) 한국행정연구원, “소통과 신뢰,” 2018년 사회통합실태조사 ISSN 2288-7326 (2018): 54

과 그 공간을 말한다. 세대 간의 정보 부족으로 발생하는 잘못된 편견과 오해를 풀고, 타 세대에 대한 부정적인 인식을 감소시키는 것이 목적이다. ‘세대 융합형’의 경우 직접적인 교류 방법으로 접촉·활동 행위를 통하여 상호작용하는 프로그램과 그 공간을 말한다.

<표 6> 교육적 차원의 프로그램과 공간구성

활성화 요소	프로그램	공간구성
교육적 차원	세대 이해형 젊은 세대 이해 프로그램 중장년 세대 이해 프로그램	체육실, 시청각실, 자료실, 상담실 등
	세대 융합형 세대 융합 G.X. 프로그램 세대 융합 문화 프로그램	G.X.룸, 다목적 체육관 교육실, 체험실, 실습실, 강의실 등

② 기능적 차원

지역 주민들을 위한 ‘복지시설로서 역할 수행과 효율적 이용을 위해 지원되는 프로그램과 그것을 수용하는 공간’을 기능적 차원으로 정의하고 ‘세대별 맞춤형’, ‘적응형’, ‘지속형’으로 분류하였다.

‘세대별 맞춤형’의 경우 연령대에 따라 프로그램에 대한 이해력·습득력·선호도의 차이가 있으므로 생애주기별 특성을 고려하여 맞춤형 프로그램과 공간 그리고 부수장치가 제공되어야 하는 유형이다. ‘적응형’의 경우 지역 주민의 요구 또는 이용률에 따라 프로그램의 개설과 실의 사용 면적이 달라질 수 있는 점을 고려하여 실의 용도 변경에 대비할 수 있는 유형을 말한다. ‘지속형’의 경우 스포츠 참여 사각지대 해소를 위해 선호되는 프로그램이 아니라도 수요자의 요구가 있다면 지속적으로 보급되어야 하는 유형을 말한다.

<표 7> 기능적 차원의 프로그램과 공간구성

활성화 요소	프로그램	공간구성
기능적 차원	유 소 인 체육 돌봄 프로그램 (체육과 함께 보육복지의 역할) 가족형 프로그램 (부모와 자녀가 함께 참여)	수영장(낮은 풀장), 다목적 스튜디오, G.X.룸 등
	청 소 년 흥미 유발 프로그램 (청소년들의 지속적 참여 유도)	클라이밍실, VR체험실 등
	성 인 직장인 프로그램 (요가, 필라테스 등) 시간대에 따른 프로그램 (조기 교실, 저녁 교실) 여성 대상 프로그램 (주부, 학부모, 여성동호회 등)	수영장, 골프연습장, G.X.룸 등
	노 인 재활 · 예방 프로그램 (관절운동, 수치료, 물리치료) 생활 활력 프로그램 (노년기의 재사회화 활동 독려)	실버웨이트존, 조깅트랙, 수영장(워킹풀), 메디컬룸, 사우나실 등
	적응형	프로그램 변경 대비를 위한 다목적 공간
지속형	사회적 소외계층 프로그램 (다문화 가정, 저소득층, 장애인 등) 장년 세대 남성층 프로그램 청년 세대 여성층 프로그램	여성웨이트존, 교육실, 재활실 등

③ 교류적 차원

스스로 의지에 따라 소통의 여부를 선택할 수 있는 ‘선택적 교류’, 공간의 이동 과정에서 자연스럽게 마주치

는 '우연적 교류', 공간의 사용자로서 운영자 또는 이용자들에게 요구를 위한 '필수적 교류' 3가지 유형으로 분류하였다.

<표 8> 교류적 차원의 프로그램과 공간구성

활성화 요소	프로그램	공간구성	
교류적 차원	선택적 교류	커뮤니티 프로그램 개별적 프로그램	휴게실, 오픈존(Open zone), 프라이빗존(Private zone) 등
	우연적 교류	동선 이벤트형 프로그램	출입구, 로비, 복도 엘리베이터 홀, 계단실 등
	필수적 교류	정기적 프로그램	안내실, 회의실 등

4. 사례조사 및 분석

4.1. 범위 및 방법

본 연구는 2000년대 이후 준공된 연면적 5,000m²(1,500py) 이상의 것으로 생활체육 종목을 포함하는 각종 체육시설이 복합 설치된 공공 스포츠센터 중 4곳을 선정하였다. 온라인 해당 홈페이지와 책·잡지 자료를 참고하고, 실질적인 현황 파악을 위해 현장방문을 통해 조사하였다.

4.2. 사례분석

(1) 금천구민문화체육센터

<표 9> 금천구민문화체육센터 분석표

금천구민문화체육센터																															
시설 개요	위 치	서울특별시 금천구 독산4동 371-2	준 공	2000년	면 적	9,115																									
규모	지상 3층 / 지하 2층																														
층별 구성	3F	조깅코스,골프연습장,유아체육교실																													
	2F	힐링룸,창의학습관,G.X.룸,영어교실,행정관리실,스포츠중독상담																													
	1F	로비,전시공간,다목적체육관,사위실,소극장,다목적룸,커피숍																													
	B1F	수영장,라운지,스네이크코너,대기실,유아실																													
	B2F	라켓볼장,사위실,직원사무실																													
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>체육시설</th> <th colspan="2">복합시설</th> <th colspan="3">부대시설</th> </tr> <tr> <th>체력단련장</th> <th>다목적체육관</th> <th>전문체육관</th> <th>교육</th> <th>문화</th> <th>건강관리</th> <th>공용</th> <th>휴게</th> <th>관리</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> </tbody> </table>			체육시설	복합시설		부대시설			체력단련장	다목적체육관	전문체육관	교육	문화	건강관리	공용	휴게	관리	●	●	●	●	●	●	●	●	●				
	체육시설	복합시설		부대시설																											
체력단련장	다목적체육관	전문체육관	교육	문화	건강관리	공용	휴게	관리																							
●	●	●	●	●	●	●	●	●																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th>교육적 측면</th> <th colspan="2">기능적 측면</th> <th colspan="3">교류적 측면</th> </tr> <tr> <th>세대이해형</th> <th>세대융합형</th> <th>세대맞춤형</th> <th>적응형</th> <th>지속형</th> <th>선택적교류</th> <th>우연적교류</th> <th>필수적교류</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-</td> <td>라켓볼장 창의학습관</td> <td>수영장 골프장 유아교실</td> <td>다목적체육관 소극장</td> <td>-</td> <td>휴게공간 카페 GX룸</td> <td>조깅트랙</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>			교육적 측면	기능적 측면		교류적 측면			세대이해형	세대융합형	세대맞춤형	적응형	지속형	선택적교류	우연적교류	필수적교류	-	라켓볼장 창의학습관	수영장 골프장 유아교실	다목적체육관 소극장	-	휴게공간 카페 GX룸	조깅트랙	-							
교육적 측면	기능적 측면		교류적 측면																												
세대이해형	세대융합형	세대맞춤형	적응형	지속형	선택적교류	우연적교류	필수적교류																								
-	라켓볼장 창의학습관	수영장 골프장 유아교실	다목적체육관 소극장	-	휴게공간 카페 GX룸	조깅트랙	-																								
● : 있음, ○ : 일부 있음																															

(2) 송파구체육문화회관

<표 10> 송파구체육문화회관 분석표

송파구체육문화회관																															
시설 개요	위 치	서울특별시 송파구 거여1동 양산로 15	준 공	2004	면 적	2,637																									
규모	지상 3층 / 지하2층																														
층별 구성	3F	골프장,관람석,시청각실,문화교실																													
	2F	대체육관,소체육관,유아예체능단교실,생활체육협회,세미나실																													
	1F	로비,사무실,어린이전용관,다목적관																													
	B1F	다목적관,헬스클럽,필라테스실,점핑트램폴린장																													
	B2F	실내수영장,유아놀장,탈의실,사위실,라운지,체육실(유도장),스쿼시장																													
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>체육시설</th> <th colspan="2">복합시설</th> <th colspan="3">부대시설</th> </tr> <tr> <th>체력단련장</th> <th>다목적체육관</th> <th>전문체육관</th> <th>교육</th> <th>문화</th> <th>건강관리</th> <th>공용</th> <th>휴게</th> <th>관리</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>●</td> <td>●</td> <td>○</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>○</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> </tbody> </table>			체육시설	복합시설		부대시설			체력단련장	다목적체육관	전문체육관	교육	문화	건강관리	공용	휴게	관리	●	●	○	●	●	○	●	●	●				
	체육시설	복합시설		부대시설																											
체력단련장	다목적체육관	전문체육관	교육	문화	건강관리	공용	휴게	관리																							
●	●	○	●	●	○	●	●	●																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th>교육적 측면</th> <th colspan="2">기능적 측면</th> <th colspan="3">교류적 측면</th> </tr> <tr> <th>세대이해형</th> <th>세대융합형</th> <th>세대맞춤형</th> <th>적응형</th> <th>지속형</th> <th>선택적교류</th> <th>우연적교류</th> <th>필수적교류</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-</td> <td>체육관 골프장</td> <td>수영장 스쿼시장</td> <td>다목적실</td> <td>-</td> <td>중정</td> <td>로비</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>			교육적 측면	기능적 측면		교류적 측면			세대이해형	세대융합형	세대맞춤형	적응형	지속형	선택적교류	우연적교류	필수적교류	-	체육관 골프장	수영장 스쿼시장	다목적실	-	중정	로비	-							
교육적 측면	기능적 측면		교류적 측면																												
세대이해형	세대융합형	세대맞춤형	적응형	지속형	선택적교류	우연적교류	필수적교류																								
-	체육관 골프장	수영장 스쿼시장	다목적실	-	중정	로비	-																								
● : 있음, ○ : 일부 있음																															

(3) 종로문화체육센터

<표 11> 종로문화체육센터 분석표

종로문화체육센터																															
시설 개요	위 치	서울특별시 종로구 사직동 284-1	준 공	2007	면 적	6,756																									
규모	지상 3층 / 지하 2층																														
층별 구성	3F	관람석,음악교실																													
	2F	다목적체육관,기구실,대기실,준비실,홀,아외전시장,문화체험통로,공연장																													
	1F	공연장,휴게공간,취미실,문화강화실,사무실,상담실,관장실,다목적강의실,수공간,대기실,분장실,육외휴게정원																													
	B1F	수영장,헬스클럽,공연연습실,카페																													
	B2F	도구제작실,창고,주차장																													
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>체육시설</th> <th colspan="2">복합시설</th> <th colspan="3">부대시설</th> </tr> <tr> <th>체력단련장</th> <th>다목적체육관</th> <th>전문체육관</th> <th>교육</th> <th>문화</th> <th>건강관리</th> <th>공용</th> <th>휴게</th> <th>관리</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>●</td> <td>●</td> <td>○</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>○</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> </tbody> </table>			체육시설	복합시설		부대시설			체력단련장	다목적체육관	전문체육관	교육	문화	건강관리	공용	휴게	관리	●	●	○	●	●	○	●	●	●				
	체육시설	복합시설		부대시설																											
체력단련장	다목적체육관	전문체육관	교육	문화	건강관리	공용	휴게	관리																							
●	●	○	●	●	○	●	●	●																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th>교육적 측면</th> <th colspan="2">기능적 측면</th> <th colspan="3">교류적 측면</th> </tr> <tr> <th>세대이해형</th> <th>세대융합형</th> <th>세대맞춤형</th> <th>적응형</th> <th>지속형</th> <th>선택적교류</th> <th>우연적교류</th> <th>필수적교류</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-</td> <td>라켓볼장 창의학습관</td> <td>수영장 골프장 유아교실</td> <td>다목적체육관 문화교실</td> <td>수영장 클라 이밍</td> <td>헬스장</td> <td>피아노교실</td> <td>대기공간 로비 마당</td> </tr> </tbody> </table>			교육적 측면	기능적 측면		교류적 측면			세대이해형	세대융합형	세대맞춤형	적응형	지속형	선택적교류	우연적교류	필수적교류	-	라켓볼장 창의학습관	수영장 골프장 유아교실	다목적체육관 문화교실	수영장 클라 이밍	헬스장	피아노교실	대기공간 로비 마당							
교육적 측면	기능적 측면		교류적 측면																												
세대이해형	세대융합형	세대맞춤형	적응형	지속형	선택적교류	우연적교류	필수적교류																								
-	라켓볼장 창의학습관	수영장 골프장 유아교실	다목적체육관 문화교실	수영장 클라 이밍	헬스장	피아노교실	대기공간 로비 마당																								
● : 있음, ○ : 일부 있음																															

(4) 용산문화체육센터

<표 12> 용산문화체육센터 분석표

용산문화체육센터																										
시설 개요	위치	서울특별시 용산구 문배동 19-2	준공																							
	규모	지상 5층	면적																							
			59,19																							
층별 구성	5F	대체육관, 선수대기실, 방송실																								
	4F	라운지, 소체육관, 스퀘시장																								
	3F	라운지, 홀, 에어로빅실, 운동처방사무실, 사무실, 코치실, 창고																								
	2F	홀, 강당, 문화교실, 컴퓨터실, 도서 및 자료실, 문화-체육 연결복도																								
	1F	인포메이션, 아트라운지, 커피라운지, 유아방																								
	B1F	주차장, 중앙관리실, 전기실																								
	B2F	수영장, 보일러실																								
	공간 구성			<table border="1"> <tr> <th colspan="2">체육시설</th> <th colspan="3">복합시설</th> <th colspan="2">부대시설</th> </tr> <tr> <td>체력단련장</td> <td>다목적체육관</td> <td>전문체육장</td> <td>교육</td> <td>문화</td> <td>건강관리</td> <td>공용</td> </tr> <tr> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> </table>	체육시설		복합시설			부대시설		체력단련장	다목적체육관	전문체육장	교육	문화	건강관리	공용	●	●	●	●	●	●	●	
	체육시설			복합시설			부대시설																			
	체력단련장	다목적체육관		전문체육장	교육	문화	건강관리	공용																		
●	●	●	●	●	●	●																				
커뮤니티 형성 요소			<table border="1"> <tr> <th colspan="2">교육적 측면</th> <th colspan="2">기능적 측면</th> <th colspan="3">교류적 측면</th> </tr> <tr> <td>세대이해형</td> <td>세대융합형</td> <td>세대맞춤형</td> <td>적응형</td> <td>지속형</td> <td>선택적 교류</td> <td>우연적 교류</td> </tr> <tr> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> </table>	교육적 측면		기능적 측면		교류적 측면			세대이해형	세대융합형	세대맞춤형	적응형	지속형	선택적 교류	우연적 교류	●	●	●	●	●	●	●		
교육적 측면		기능적 측면		교류적 측면																						
세대이해형	세대융합형	세대맞춤형	적응형	지속형	선택적 교류	우연적 교류																				
●	●	●	●	●	●	●																				

4.3. 사례분석 종합

공간구성 분석결과 체육시설의 경우 체력단련장, 다목적체육관은 사례대상 모두 갖추고 있었다. 그러나 전문체육장 중 수영장은 모두 갖추고 있었으나 골프장은 없는 곳도 있고, 게이트볼장은 설치된 사례가 없었다. 반면, 라켓볼장, 스퀘시장, 클라이밍장 등이 설치된 사례가 있었다. 복합시설의 경우 교육공간과 문화공간은 사례대상 모두에서 갖추고 있었고 건강관리 시설 중 비활동 공간도 대부분의 사례에서 찾아볼 수 있었다. 반면, 건강관리 시설 중 활동 공간은 대부분이 갖추고 있지 않았다. 이를 통해, 공공 스포츠센터에서 체육시설과 기타 교육·문화시설과의 복합화는 잘 이루어져 있으나 고령 인구를 위한 공간이 다소 부족함을 알 수 있었다.

커뮤니티 활성화 요소의 분석결과 교육적 측면의 경우 세대 융합형 프로그램은 잘 갖추어져 있었으나 세대 이해형 프로그램이 진행되고 있는 사례는 찾아볼 수 없었다. 기능적 측면의 경우 수영장·스퀘시장과 같은 전문체육 프로그램에서 세대별 맞춤형 프로그램은 잘 수행되고 있음을 알 수 있었으나 그 외 프로그램에서는 미흡하였다. 교류적 측면의 경우 선택적 교류는 휴식을 목적으로

로 조성된 공간은 많았으나 커뮤니티 자체를 목적으로 실이 조성된 사례는 찾아볼 수 없었으며 특히 필수적 교류 공간이 미비함을 알 수 있었다.

5. 결론

본 연구에서는 공공 스포츠센터에 나타나는 ‘지역 커뮤니티 활성화 요소’를 제시하고 국내 사례분석을 진행하였다. 이를 바탕으로 공공 스포츠센터의 공간계획에 대한 방향을 다음과 같이 제안하고자 한다.

첫째, 특정 세대를 고려한 프로그램과 공간이 수영장, 골프장과 같이 특정 체육 종목에 국한되어 있었다. 세대에 대한 이해와 요구를 바탕으로 전문성 있는 다양한 프로그램과 공간의 제시가 필요하다. 둘째, 공공 스포츠센터에서 타 세대 또는 집단에 대한 거부감으로 같은 공간을 사용하면서도 상호교류가 활발히 이루어지지 않고 있다. 따라서 동선과 프로그램을 통해 세대 또는 집단에 대한 교류의 환경을 조성해야 한다. 셋째, 현대인들의 개인화 경향은 타인과의 필요 이상의 접촉 시 오히려 커뮤니티 형성을 방해할 수 있으므로 본인의 의지에 따라 선택적으로 교류할 수 있는 프로그램 및 환경조성이 필요하다.

지역 커뮤니티는 개인의 활동 범위를 지역사회로 확장함으로써 현대사회에 ‘개인화’, ‘세대 차이’ 등 교류와 소통의 부재로 발생하는 여러 갈등을 해소할 수 있다. 따라서, 본 연구를 통하여 공공 스포츠센터가 현대사회의 변화와 요구가 반영된 지역 커뮤니티 공간으로서 소통회복의 장, 세대 간 통합의 장, 다양한 욕구 수용의 장, 지역사회 문제를 해결하는 장이 되기를 기대한다.

참고문헌

1. 국민체육진흥공단, 생활밀착형 국민체육센터 건립 운영 가이드라인 (문화체육관광부, 2018).
2. “체육시설법 [시행 2019. 9. 19.] [법률 제15767호, 2018. 9. 18., 일부개정],” 국가법령정보센터, <http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=204497&efYd=20190919#0000>
3. “체육시설 설치·운영,” 생활법령정보, <http://easylaw.go.kr/CSP/CnpClsMain.laf?popMenu=ov&csmSeq=92&ccfNo=1&cciNo=1&cnpClsNo=1>
4. 통계청, 2019 고령자 통계 (통계청, 2019).
5. 국민체육진흥공단, 생활밀착형 국민체육센터 모델개발 및 추진방안 연구 (문화체육관광부, 2018).
6. 김병권, “거시적 관점에서 시민사회조직 발전전망,” (일반논문, 참여연대 참여사회연구소, 2018).
7. 문화체육관광부, “여가 인식 실태 및 변화,” 2018 국민여가활동조사 11-1371000-000453-11 (2018).
8. 한국행정연구원, “소통과 신뢰,” 2018년 사회통합실태조사 ISSN 2288-7326 (2018).
9. 박소현, “지역 커뮤니티 중심공간으로서 생활밀착형 공동체시설에 대한 연구,” (석사학위논문, 서울대학교 대학원, 2015).

소형아파트의 공간 효율성을 위한 다기능 가변형 가구제안

- 몽골 울란바토로 지역을 중심으로 -

Multifunctional Flexible Furniture Proposal for Space Efficiency of Small Apartment

- Focusing on the Mongolian Ulaanbaatar Region -

Author 테무렐 Khishigbaatar Temuulen / 한성대학교 미디어디자인학과 석사과정
한혜련 Han, HaeRyon / 감사 한성대학교 일반대학원 미디어디자인학과 교수, 공학박사*

Abstract According to the results of 2018 to the Mongolian Statistical Office in the last five years, Mongolia has a population of 3,278,290. As a result of urban concentration, it can be seen that 1,491,375 people live in Ulaanbaatar. However, according to the survey result of apartment and house area for 600 people, 43% answered that they want to purchase 50-60m² of 2 rooms. Therefore, a more efficient space structure is needed to improve people's living within a small area. In Korea, we are focusing on the development of multi-purpose and multi-functional built-in furniture with various functions and shapes to secure the space efficiency of small apartments. The purpose this study is analyze the preferences of residents of small apartments in Mongolia for the type composition of multi-functional variable furniture, and propose a multi-functional variable furniture configuration for space efficiency of small apartments in Mongolia. This study proposed a direction to develop furniture that can meet the behavior of residents of small apartments in the province of Ulaanbaatar, Mongolia by exploring the composition of multi-functional variable furniture for space efficiency in small apartments.

Keywords 소형 아파트, 다기능 가변형 가구, 아파트 유형,
Small apartment, Multifunctional flexible furniture, Apartment type

1. 서론

1.1. 연구의 배경 및 목적

최근 5년간 몽골 통계청 2018년의 결과에 의하면 몽골의 인구가 3,278,290명이다. 도시집중화 현상으로 울란바토로(Ulaanbaatar)에 1,491,375명 생활 하고 있는 것을 볼 수 있다. 600명 대상으로 아파트와 주택 면적에 대한 설문 조사 결과에 의하면 방 2개 50-60m²면적 구매하고 싶다는 대답이 43% 나왔다. 따라서 사람들에게 적은 면적에서 생활을 향상시켜주기 보다 효율적인 주거 공간 구조가 필요하다. 한국에서는 소형아파트의 공간 효율성 확보를 위해 다양한 기능과 형태를 갖는 다기능적 가구 개발에 주력하고 있다.

따라서 본 연구의 목적은 다기능 가변형 가구의 유형 구성에 대한 몽골 소형아파트 거주자의 선호를 분석하

여, 몽골 소형아파트의 공간 효율성을 위한 다기능 가변형 가구 구성을 제안하는 것이다. 이에 따른 세부내용이다.

첫째 몽골 소형 아파트 유형 및 주거 사용유형을 분석한다. 둘째 다기능 가변형 가구 특성 선호도 및 몽골 소형 아파트 거주자의 일반 가구 사용빈도를 분석한다. 셋째 설문 조사결과를 바탕으로 아파트유형 별 다기능 가변형 가구 구성을 제안한다.

1.2. 연구 방법 및 범위

본 연구의 방법은 다음과 같다. 자료조사 및 문헌을 통해 몽골 소형 아파트 유형과 사용실태를 고찰하고 문헌 및 선행연구를 통해 다기능 가변형 가구의 특성을 고찰한다. 고찰한 내용을 통해 조사 내용을 연구한다. 그 다음으로 몽골 울란바토로 지역 소형 아파트 거주자 대상으로 아파트 유형 및 아파트 내 일반 가구 사용빈도 및 다기능 가변형 가구 특성 선호도를 조사한다. 조사결과를 바탕으로 다기능 가변형 가구 구성을 제안한다.

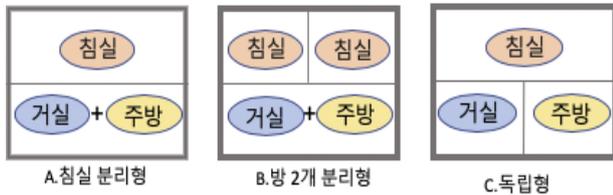
* 교신저자(Corresponding Author); helen@hansung.ac.kr

2. 소형 아파트와 다기능 가변형 가구

2.1. 몽골 소형 아파트 유형

인구구조가 다양하게 변화하고 있는 가운데 급격한 인구감소는 현재 도시화 양상 중 가장 극명한 요소이자 문제로 대두되고 있다. 몽골 울란바트로 주거시설 설문 조사 결과에 의하면 인구의 55%가 아파트에 살고 있고 그 중에 42%가 방 2개 (50m² - 60m²) 소형 아파트에 생활하고 있는 것을 볼 수 있다.¹⁾

이러한 몽골 소형 아파트의 유형이 다양하게 나타나고 있으며 초기의 소가족을 위하여 거실, 침실, 주방이 모두 분리된 유형이었으나 현재는 기존에 유형에서 벗어나 다양한 유형으로 확정되고 있다. <그림 1>²⁾은 몽골 소형 아파트 유형에 의하여 아파트 유형을 도식화 하여 나타낸 세부내용이다.



<그림 1> 몽골 소형 아파트 유형

아파트 유형은 기본적인 주거 개념인 침실 분리형, 방 2개 독립된 방 2개 분리형, 거실, 침실, 주방이 모두 분리된 독립형이 있다.

2.2. 다기능 가변형 가구의 특성

다기능 가구는 하나의 기능 외에 새로운 기능을 부여하는 것으로, 가구와 가구의 결합, 가구와 전자제품의 결합 등으로 가구 자체로서의 단일기능뿐만 아니라 현대 생활에서 요구되는 다양한 기능을 결합한 가구를 의미한다³⁾(박혜숙·김수경, 2010).

가변형 가구는 가구의 형태나 크기를 변형할 수 있는 가구로 사용자의 필요와 공간의 크기에 따라 다양하게 조절하여 사용 가능하다. 가변형 가구에서 형태의 변형이 의미하는 것은 가구의 배치와 사용목적에 따라 변형할 수 있는 것, 가구의 고정적인 형태를 상황에 따라 변형시키는 것, 부피를 줄이거나 늘리는 것, 이동에 용이한 것으로 다양한 목적으로 사용 가능하게 하는 것을 의미한다⁴⁾(송은정, 2001).

<표 1> 다기능 가변형 가구 특성

다기능 가구 특성	사진	내용
확장 가능		길이 또는 면적을 늘리고 사용자의 기준에 따라 조정
쌓을 수 있음		같은 가구들 수직으로 겹칠 수 있음
변형		여러 기능을 가진 가구
결합		하나나 이외의 기능을 결합한 가구
이동		필요한 경우 움직일 수 있는 가구
접이식		기능적은 모양에 조정 가능한 가구
수납		공간 효율성을 극대화한 가구

몽골 소형 아파트 거주자가 요구하는 확장 가능, 쌓을 수 있는, 변형, 이동, 결합, 수납, 접이식 등 다기능 가변형 가구의 7가지 특성<표 1>⁵⁾이다.

다기능 가구의 특성에 대해 연구한 김명태·김준희(2011)⁶⁾에 따르면, 소형주거공간을 구성하는 필수 가구인 침대, 테이블, 옷장, 서랍장, 주방가구, 신발장은 그 순서대로 주거 공간 내 큰 점유면적을 차지한다. 또한 소형주거공간에서는 거실, 침실, 주방 등의 공간기능이 복합적으로 이루어지므로 다양한 기능을 갖는 다기능 가구의 사용이 매우 효과적이라고 제시하였다.

3. 설문조사

3.1. 설문조사개요

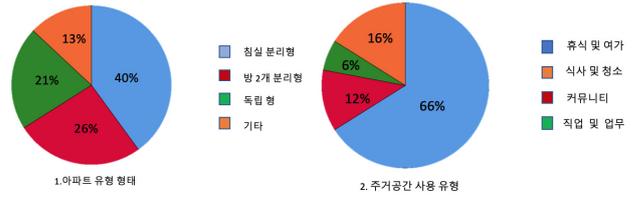
본 연구는 소형 아파트 주거 유형에 따른 일반 가구의 사용빈도를 알아보기 위해 몽골 50-60m² 소형 아파트 거주자 100명을 대상으로 2020년 4월 10일부터 4월 20일까지 온라인(google 설문지) 설문조사를 실시하였다. 본 조사에서 소형 아파트 거주자의 아파트 유형, 가구의 사용도 및 다기능 가변형 가구의 필요성 등을 알 수 있다. 일반 가구 사용빈도 및 다기능 가구 특성 선호도 문항은 5점 척도를 사용했다.

1) <https://www.barilga.mn/n/4703> 아파트 설문 조사
 2) <https://www.caak.mn/view/8252554>
 3) 박혜숙, 김수경(2010). 거실수납가구의 디자인 분석. 한국실내디자인학회 논문집, 19(1),94-99.
 4) 송은정(2001). 공간활용을 위한 가변가구디자인 연구. 석사학위논문.

5) 이은지, 박성준(2018) 연구를 참고하여 재정리함.
 6) 김명태, 김준희(2011). 원룸형 공간을 위한 가변적 Wall Storage System 가구디자인 연구.한국가구학회지, 22(1). 1-12.

<표 2> 설문조사 세부 내용

설문 조사 항목	Q	내용
아파트 유형	1	몽골의 아파트 유형
주거 공간 사용 유형	1	생활공간 사용 유형
가구 사용빈도	24	몽골 아파트 유형 별 일반 가구 사용빈도
다기능 가변형 가구 특성 선호도	7	다기능 가변형 가구 특성 선호도
조사대상자의 일반적 사항	4	나이, 성별, 직업, 수입
합계	37	



<그림 2> 아파트 유형

3.2. 설문조사 방법

설문조사 한 100부를 n으로 설정한 후 IBM SPSS을 이용하여 분석하였다. 본 연구의 분석방법은 조사 대상자의 아파트 유형과 일반 가구 사용빈도의 평균값을 분석하여 소형아파트 유형에 따른 다기능가구 선호도 및 일반 가구 사용빈도를 비교한다.

4. 분석 결과

4.1. 전체 조사 대상자의 일반 사항

조사대상자의 일반 사항은 <표 3>에서 볼 수 있다. 조사에 참여한 소형 아파트 거주자 100명 중 여성이 74명(74%)으로 26명(26%)인 남성보다 많았다. 연령은 20-29가 40명(40%)으로 가장 많았으며 직업은 대학생이 45명(45%)으로 가장 많았으며 소득은 100만원 미만인 47명(47%)으로 가장 높게 나왔다.

<표 3> 조사대상자의 일반 사항

성별	남	26
	여	74
연령	20-29	40
	30-39	25
	40-49	26
	50대 이상	9
직업	대학생	45
	회사원	26
	자영업	19
	기타	10
수입	100만원 미만	47
	100만원 - 200만원 미만	31
	200만원 - 300만원 미만	14
	300만원 이상	8
합계		100

4.2. 아파트 유형 및 공간사용 유형

<그림 2>는 조사대상자의 아파트 유형과 생활공간 사용유형을 나타낸다.

전체 조사대상자의 아파트 유형 경우 침실 분리형 (40%)이 가장 높았으며 방 2개 분리형(26%), 독립형 (21%), 기타 유형이(13%)로 가장 낮다.

4.3. 아파트 유형 별 일반 가구 사용빈도

<표 4>은 조사대상자의 성별 일반 가구사용빈도의 평균값을 나타낸다. 총 23개 일반 가구의 평균 사용빈도에서 소파(4.33), 식탁(4.25),싱크대(4.21), 식탁용 의자(4.21), 침대(4.19) 순으로 가장 높았다. 성별로 살펴보면 여자는 싱크대(4.57), 식탁(4.52), 식탁용 의자(4.34) 순이며 남자는 소파(4.20), 침대(4.08), 의자(3.60) 순으로 가장 높은 사용빈도를 보였다.

<표 4> 성별 일반 가구사용빈도

가구	남	여	평균
드레서	2.84	3.88	3.62
책장	2.88	2.80	2.82
의자	3.60	4.15	4.01
책상	2.64	2.75	2.72
선반	1.84	3.35	2.97
싱크대	3.12	4.57	4.21
식탁	3.44	4.52	4.25
식탁용 의자	3.56	4.43	4.21
안락 의자	3.40	3.84	3.73
테이블	3.56	3.76	3.71
소파	4.20	4.37	4.33
침대	4.08	4.23	4.19
신발장	3.08	3.61	3.48
옷장	3.28	4.04	3.85
옷걸이	3.04	3.89	3.68
화장대	2.72	3.24	3.11
벽장	2.92	2.79	2.82
거울	3.04	4.01	3.77
욕실 수납장	2.36	2.95	2.80
빨래 건조대	2.36	3.59	3.28
빨래 바구니	2.36	3.07	2.89
다리미판	2.04	2.27	2.21
조명	3.60	4.12	3.99

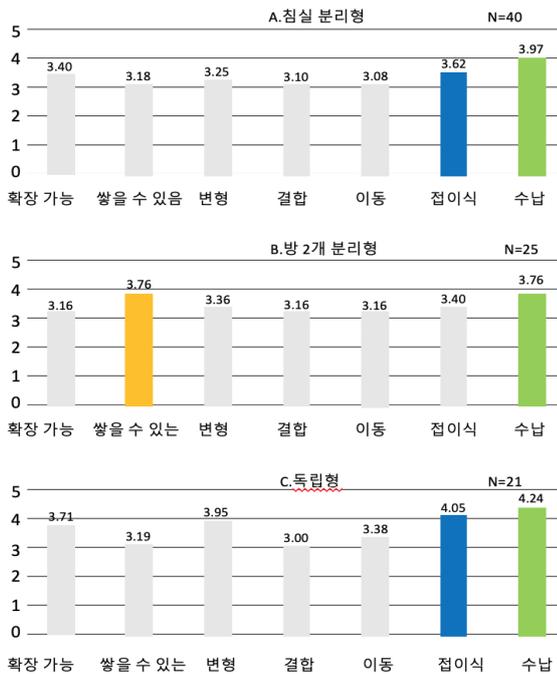
4.4. 아파트유형 별 다기능 가변형 가구 선호도

<표 5>은 조사대상자의 다기능 가변형 가구 특성 선호도를 나타낸다. 다기능 가변형 가구 특성 중 조사대상자가 선호하는 특성은 수납(3.86)이고 선호하지 않은 특성은 결합(3.24)이다.

<그림 3>은 아파트 유형 별 다기능 가변형 가구 특성에 대한 선호도를 나타낸다. 각 아파트 유형별로 가장 높이 선호한 특성은 침실 분리형 경우 수납(3.97), 방2개 분리형 경우 쌓을 수 있는(3.76) 가구와 수납(3.76), 독립형 경우 수납(4.24)이다. 가장 낮은 선호도는 결합이다.

<표 5> 다기능 가변형 가구 특성 선호도

특성	남	여	평균
확장 가능	3.44	3.35	3.37
쌓을 수 있음	3.36	3.25	3.28
변형	3.72	3.27	3.38
결합	3.24	2.88	2.97
이동	3.28	2.97	3.05
접이식	3.60	3.55	3.56
수납	4.16	3.76	3.86



<그림 3> 아파트 유형 별 다기능 가변형 가구 특성 선호도

5. 소형 아파트 거주자를 위한 다기능 가변형 가구 구성

본 연구는 소형 아파트 유형에 따른 아파트 내 일반 가구 사용빈도와 다기능 가변형 가구 특성에 대한 선호도를 조사한 분석결과를 통해 다기능 가변형 가구를 제안한다.<표 6>는 소형 아파트 거주자의 아파트 유형 별 일반 가구 사용빈도와 선호도를 고려한 다기능 가구를 보여준다.

침실 분리형이 가장 선호하는 다기능 가변형 가구 특성은 수납 및 접이식으로, 일반 가구 사용빈도를 고려하여 소파+침대, 싱크대+식탁+식탁용 의자 등의 가구들로 조합이 가능하며 방 2개 분리형은 수납 및 쌓을 수 있는 특성을 적용한 안락의자+침대, 식탁+식탁용 의자 등의 가구들로 조합이 가능하다. 마지막으로 독립형은 수납 및 접이식 특성을 적용한 식탁+식탁용 의자 등의 가구들로 조합이 구성이 가능하다. 따라서 조사대상자의 가장

<표 6> 일반 가구 사용빈도를 고려한 다기능 가변형 가구 구성

A. 침실 분리형	소파 + 침대		접이식
	싱크대 + 식탁 + 식탁용 의자		
B. 방 2개 분리형	안락의자 + 침대		수납
	식탁 + 식탁용 의자		쌓을 수 있는
C. 독립형	식탁 + 식탁용 의자		

많이 거주하고 있는 침실 분리형의 다기능 가변형 가구 구성 중 소파+침대의 경우 소파에서 접이식으로 펼쳐면 침대로 사용할 수 있으며 밑에 수납공간이 있다.

싱크대+식탁+식탁용 의자 구성이 경우 싱크대에서 접이식 판을 펼쳐면 식탁으로 사용할 수 있고 펼쳐진 공간에 수납장이 있고 식탁용 의자는 싱크대 밑에 있는 수납장 보관할 수 있다.

6. 결론

본 연구는 몽골 소형 아파트 유형 별 다기능 가변형 가구 구성을 위해 소형 아파트 거주자의 아파트유형 및 일반 가구 사용빈도, 다기능 가변형 가구 특성 선호도를 설문 조사 통해 분석하고 다기능 가변형 가구 구성을 제안하고 있다.

본연구의 결론은 다음과 같다. 첫째 아파트 내 거주자의 일반 가구 사용빈도 결과 총 24개 일반가구 중 높은 빈도를 나타낸 가구는 소파, 침대, 식탁, 싱크대, 식탁용 의자 등의 순서로 나타났고 다리미판, 책상, 벽장, 욕실 수납장, 책장 등이 가장 낮은 빈도를 나타냈다. 또한 조사대상자의 아파트 사용유형에서 '휴식 및 여가'가 66%로 가장 높게 나타났다. 그래서 소형 아파트 내 다기능 가변형 가구 개발에 휴식과 여가를 함께 고려한 소파, 침대, 식탁, 싱크대, 식탁용의자를 제안한다.

둘째 다기능 가변형 가구의 특성 선호도를 분석한 결과로 가장 선호하는 특성은 수납(3.86), 접이식(3.56), 변형(3.38) 순서로 나타냈으므로 소형 아파트 거주자를 위한 다기능 가변형 가구는 수납, 접이식, 변형의 특성을

적용해야 한다. 각 아파트 유형 별 높은 선호도를 보인 다기능가구 특성은 3개 유형 다 수납이 가장 높은 결과를 나타내었다. 아파트 유형에 따른 다기능 가변형 가구 구성 개발에 수납이 우선적으로 필요하다.

셋째 소형 아파트 거주자의 일반 가구 사용빈도를 고려한 다기능 가변형 가구 구성 시 가구들이 높은 사용빈도를 보이는 다음과 같은 가구 제안이 요구된다. 침실 분리형 경우 소파+침대, 식탁+싱크대+식탁용 의자, 방 2개 분리형 경우 안락의자+침대, 식탁+식탁용 의자, 독립형 경우 식탁+식탁용 의자 등 공간 효율을 높이기 위한 가구가 고려되어야 한다.

본 연구는 소형 아파트 공간 효율성을 위한 다기능 가변형 가구 구성을 모색함으로써 몽골 울란바토로 지역 소형 아파트 거주자를 충족시킬 수 있는 가구를 제안하였다.

참고문헌

1. 이은지, 박성준, 1인가구의 주거유형 별 다기능 가변형 가구 디자인 구성. 한국주거학회논문집, 29(2), 71-79, 2018.
2. 김명태, 김준희, 원룸형 공간을 위한 가변적 Wall Storage System 가구디자인 연구. 한국가구학회지, 22(1), 2011.
3. 박혜숙, 김수경, 거실수납가구의 디자인 분석. 한국실내디자인학회 논문집, 19(1), 94-99, 2010.
4. 송은정, 공간활용을 위한 가변가구디자인 연구. 석사학위논문 2001.
5. Hyun Jeong Kim, Kyung Ran Choi, Yun Jung Sung (2011). Multi-Functional Furniture Design in Small Living Space. 한국가구학회지, 22(3), 190-198.
6. <https://www.barilga.mn/n/4703>
7. <https://www.caak.mn/view/8252554>
8. <https://www.pinterest.co.kr/pin/755267799993318733/>
9. <https://www.pinterest.co.kr/pin/516014069805893816/>
10. <https://www.pinterest.co.kr/pin/395190936053577157/>
11. <https://www.pinterest.co.kr/pin/549650329497232682/>

스페이스 브랜딩 구현을 위한 SPA매장 디자인에 관한 연구

A Study on SPA Store Design for Space Branding

Author 배정아 Bae, Jung-Ah / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인전공 석사과정
 윤은경 Yun, Yean-Kyung / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인전공 교수, 건축학 박사*

Abstract Changes in consumption patterns have emerged as a result of changes in modern society, which have affected the fashion sector in general. Demand for SPA brand products has increased and they have achieved great growth. However, as offline sales centers have become centralized and the inflow of new brands has increased rapidly, the expansion of brand is urgently needed. A space branding is realized to give brand values and images to consumers through an internal space, and to create experiences to build a true relationship. In this study, expression characteristics of space branding are derived by pilot study and literature review, and the design direction of SPA stores is shown by case analysis. As a result, factors such as brand identity, logo, and color should show visual extensibility through spatial elements and a spatial program should be developed which is sufficiently provided with spatial structure and expression elements for interactive relationship and spatial symbolism and can provide consumers with a differentiated experience. To date, the implementation of space branding in SPA store is imperfect. In the future, we hope that the realization of space branding will be revitalized, and SPA store will provide a forum for close relationship building between consumers and brands, and will have positive effects on growth, such as increasing consumer stay time, improving and differentiating brand values, and increasing sales.

Keywords 스페이스 브랜딩, SPA, SPA매장, 패스트패션, 브랜딩
Space Branding, SPA, SPA Store, Fastfashion, Branding

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

현대사회는 급격하게 빠른 속도로 변화하여 경쟁이 심화되면서 그 경쟁구조상 사회적 성취와 부를 이루기가 점차 어려워졌다. 이에 현대인들은 불확실한 미래보다는 확실한 현재의 만족과 행복을 중시한다. 충분한 저축이 필요한 고가의 소비재보다는 만족이 확실한 저가의 소비재를 통한 현재의 행복을 추구한다. 이와 같은 소비패턴의 변화는 세대교체에 따라 심화되며 패션분야 전반에도 영향을 끼치고 있다. 하이엔드(High-end) 브랜드 제품 대비 SPA 브랜드는 매년 크게 성장하며 시장의 주류가 되었다. 그러나 대형 오프라인 매장 집중화에 따른 높은 고정비뿐만 아니라 신규 브랜드 유입 급증으로 과열경쟁이 심화되어 어려움을 겪고 있어 SPA 매장이라는 공간

을 통한 브랜드 확장이 절실하다. 브랜드 확장 및 차별화는 물리적인 내부 공간을 통해 소비자에게 브랜드의 가치와 이미지를 부여하고 경험을 창조하여 소비자와의 진실한 관계를 구축시키는 활동인 스페이스 브랜딩을 통해 이뤄질 수 있다. 따라서 본 연구는 SPA매장을 단순 판매 공간이 아닌 브랜드 확장을 위한 공간으로 스페이스 브랜딩을 구현하는데 그 목적이 있다.

1.2. 연구 방법 및 범위

본 연구는 선행연구 및 문헌고찰을 통해 SPA의 개념과 SPA매장의 공간 구성분석을 통해 공간구성을 재정리한다. 다음으로 스페이스 브랜딩의 이론적 고찰과 특성을 분석하여 SPA매장과의 상관성을 이해하고 이를 전제로 스페이스 브랜딩 구현을 위한 표현 특성을 도출한다. 도출된 특성들을 사례를 통해 어떻게 나타나는지 분석하고 이를 바탕으로 SPA매장의 스페이스 브랜딩 구현을 위한 디자인 방향을 제시하고자 한다.

* 교신저자(Corresponding Author); jungah0827@google.com

2. SPA 브랜드 매장의 고찰

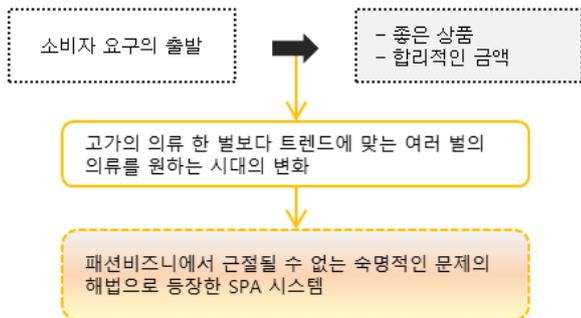
2.1. SPA 브랜드의 이해

(1) SPA 브랜드의 개념

SPA는 다품종 소량생산 자가상표부착제 유통방식 (SPA : speciality retailer of private label apparel)이다. 자사의 기획브랜드 상품을 직접 제조, 유통하는 전문 소매점을 의미한다. 대량생산 방식을 통해 효율성을 추구하여 제조원가를 낮추고 유통 단계를 축소시켜 상품 회전이 빠르고 직영매장을 중심으로 운영비용 또한 절감시키는 형태이다.¹⁾ 이러한 SPA브랜드는 브랜드의 제조에서 유통에 이르는 전반적인 모든 과정을 직접 운영하여 모든 결정의 주체가 되기 때문에 브랜드 가치나 제품의 품질 관리도 더욱 수월하며 고객과 유통을 효율적으로 연결한 시스템이다.

(2) SPA 브랜드의 발생

미국의 SPA 브랜드 갭(Gap)사의 2대 CEO 밀라드 드렉슬러(Millard Drexler 회장²⁾이 1987년에 발표한 'SPA 선언'에서 시작되었다. 1987년 미국 서부 해안지역에서 영 캐주얼 체인 전문점 갭(Gap)사를 운영하던 창업주인 도널드 피셔(Donarl d Pisher) 회장³⁾이 '우리는 새로운 소매 업체를 개발했다'고 발표한 1986년도 결산 보고서에서 유래되었다. SPA의 시작을 알린 갭(Gap)사는 글로벌 SPA 브랜드의 방향성을 제시한 선두주자이다.



<그림 1> SPA의 발생배경

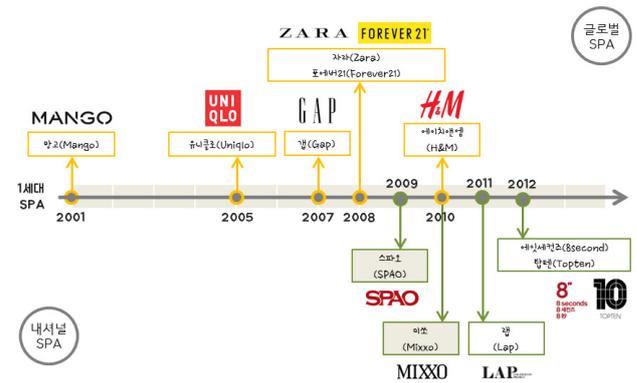
2.2. SPA 브랜드 매장의 이해

(1) SPA 브랜드 매장의 국내 도입과 발전

국내 SPA의 용어와 시작을 처음 알리게 된 것은 2001년 '망고(MANGO)'의 국내 진출이다. 이후 글로벌 SPA브랜드들은 국내시장에 SPA의 영역을 빠른 속도로 구축하며 유명 SPA 브랜드들이 잇달아 진출하였다. 의

류업계의 이러한 변화에 따라 국내 기업들도 SPA 브랜드를 런칭하였다. 아래 <그림2>의 도표는 도입초기부터 국내 SPA브랜드들이 생겨나는 시점까지 연도별로 정리하였다.

도표를 분석하면 이른바 빅3 SPA브랜드들이 국내에 모두 진출할 무렵 국내 SPA브랜드들이 생겨났다. 또한 국내 시장에서 좋은 성과를 거둔 글로벌 SPA브랜드들은 국내 SPA 브랜드들이 등장하자 자회사의 타 브랜드들을 국내시장에 추가로 진출시켰다. 점차 SPA브랜드들이 다양해지고 SPA의 업태가 국내 패션업계의 주류로 자리 잡았다.



<그림 2> SPA 브랜드 국내 도입

(2) SPA 브랜드 매장의 현황

변화된 소비자 요구의 출발로 시작되어 국내 시장에서 빠른 속도로 성장한 SPA브랜드들은 최근 몇 년간 성장이 정체되었다. 국내 시장의 철수, 매출 감소 등의 현상들이 나타난다. 글로벌 SPA브랜드 매장의 국내 현황을 <표 1>로 정리하였다.

<표 1> 글로벌 SPA브랜드의 국내 매장 수 현황

기업명	그룹내 브랜드	국내 매장 수	국가
인디텍스 (Inditex)	자라(Zara)	41	스페인
	마시모두띠(Massimo Dutti)	6	
	풀앤베어(Pull&Bear)	2	
	스트라디바리우스(Stradivarius)	철수(2018)	
에이치앤엠 그룹 (H&M Group)	버쉬카(Bershka)	철수(2019)	스웨덴
	에이치앤엠(H&M)	34	
	코스(Cos)	14	
패스트 리테일링 (Fast retailing)	앤아더스토리즈(&Other stories)	4	일본
	유니클로(Uniqlo)	187	
할란앤홀든 (Harlan+ Holden)	자유(GU)	3	미국
	포에버21(Forever21)	철수(2019)	
할란앤홀든 (Harlan+ Holden)	할란앤홀든 (Harlan+ Holden)	4	필리핀

국내시장의 어려운 상황 속에서 SPA의 업계 전체가 흔들리는 것이 아닌 다양한 SPA브랜드로 인해 경쟁이 심화되었다. 브랜드 간의 경쟁은 더욱 치열하여 이러한

1) 시사경제용어사전, "SPA", <https://terms.naver.com/list.nhn?cid=43665&categoryId=43665/2020.05.10>
 2) 밀라드 드렉슬러(Millard Drexler), 1944-, 기업인
 3) 도널드 피셔(Donarl d Pisher), 1928-2009, Gap 설립자

상황에서 흐름을 읽지 못하고 변화하지 못한 브랜드는 뒤쳐지는 현상이 나타난다. 매장수가 현저히 줄어들고 철수하는 브랜드가 있는 반면 매장이 증가하고 새롭게 진출하는 SPA브랜드들이 나타난다.

2.3. SPA 브랜드 매장의 공간구성

SPA브랜드 매장 공간구성은 외부에서 내부까지 브랜드를 느낄 수 있는 브랜드 이미지 공간, 상품을 둘러볼 수 있는 공간의 중심인 판매공간, 편의를 제공하는 편의 공간, 판매사원들의 관리공간으로 구분할 수 있다.

선행연구의 문헌고찰을 통해 SPA매장의 공간구성을 다음 <표2>과 같이 정리하였다.

<표 2> SPA 브랜드 매장의 공간 구성에 대한 선행연구

연구자	내용
김주영 (2010)	디지털미디어를 적용한 SPA브랜드 매장 계획 및 VMD에 관한 연구 외부적 특징(쇼윈도, 파사드), 내부적 특징(조닝구성, 집기배치, 진열형태)
백서영 (2014)	SPA매장 특성에 따른 서비스디자인 프로세스 적용에 관한 연구 출입구(브랜드 이미지 표현, 구조), 판매공간(동선, 진열, pop, 체험요소), 피팅공간(거울, 데스크, 카튼, pop), 계산공간(상품 디스플레이, pop), 휴게공간(광고, 감성적 경험, 그 외(음악, 조명))
김윤형 (2019)	SPA 패션 브랜드 플래그십 스토어의 체험적 VMD에 관한 연구 외부공간(구조적 요소, 장식적 요소), 이벤트 공간(정보전달 공간, 문화예술 공간), 판매공간(레이아웃, 동선계획), 브랜드 이미지 공간(시각적 연출 표현요소)

<표 2>의 선행연구에서 공통된 요소를 정리하고 분석하여 SPA매장 공간을 브랜드 이미지 공간, 판매 공간, 편의 공간, 관리 공간으로 구성 및 특성을 재정리하였다.

<표 3> SPA 브랜드 매장의 공간 구성 및 특성

공간 구성	공간 특성	
브랜드 이미지 공간	매장의 외부에서 매장 내부의 브랜드 이미지를 인지시켜주는 공간으로 고객이 처음 접하게 되는 공간	파사드 이벤트 공간
판매 공간	판매 공간으로 고객이 직접 상품을 접할 수 있는 공간	진열공간 전시공간
편의 공간	서비스의 부가기능 및 상품을 체험할 수 있는 공간으로 고객과의 관계구축에 중요한 공간	피팅공간 휴식공간
관리 공간	매장의 유지 및 판매활동에 있어 준비역할을 담당하는 공간(주로 직원 이용 공간)	계산공간 직원휴게공간 계단

3. 스페이스 브랜딩의 고찰

3.1. 브랜딩의 이해

(1) 브랜딩의 개념

번 슈미트(Bernd Schmitt)는 브랜드에 대해 “소비자에

게 주는 기업의 이미지, 상품, 서비스, 비즈니스 모델의 전체적인 문화를 의미한다.”고 하였다.⁴⁾ 브랜딩이란 이러한 브랜드를 인식하게 하고 고객들의 충성도를 높이기 위한 체계적인 과정이다. 이러한 과정을 통해 소비자는 브랜드에 대해 저마다 다른 감정을 느끼고 감정은 경험을 거쳐 개개인마다 다른 브랜드의 가치와 이미지를 부여하게 된다.

(2) 브랜딩의 구축

브랜드 아이덴티티는 고객을 마주하는 모든 접점에서 브랜드의 핵심가치와 특성을 드러내는 성질이다.

잘 만들어진 아이덴티티는 기업이 의도한 이미지를 전달함으로써 브랜드 가치를 증진시키고 브랜드 충성도를 가지고 브랜드 자산을 구축한다.⁵⁾

3.2. 스페이스 브랜딩의 이해

(1) 스페이스 브랜딩의 개념

스페이스 브랜딩(Space Branding)은 유사한 개념이 많아 혼동을 주기 때문에 먼저 그 차이를 정리하고자 한다. 스페이스와 플레이스의 개념에 대해 정리한 내용은 아래 <표 4>⁶⁾과 같다.

<표 4> 스페이스와 플레이스의 개념 비교

	스페이스 (Space)	플레이스 (Place)
사전적 의미	1. (비어 있는)이용할 수 있는 공간 [자리] (=room) 2. (비어 있는) 공간[장소] 3. (사물들 사이에 일정한) 간격을 두다	1. 장소 2. (특정한 도시건물 등을 가리키는) 곳 3. (조심스럽게) 놓대[두다], 놓대[두다], 설치[배치]하다
개념	→아무것도 없는 빈 공간 →형태와 공간의 '내부'에 주목	→물리적인 공간이 아닌 장소 →의미가 부여된 공간 →인간과 물리적 공간과의 관계

마케팅과 브랜딩의 개념에 대해서 마케팅(Marketing)은 상품이나 서비스를 유통하여 판매하는 이익창출의 관련된 체계적 경영활동을 뜻한다.

반면 브랜딩(branding)은 소비자의 머리에서 시작해 감정적으로 느끼는 것으로 특정 브랜드에 대한 충성도, 신뢰감, 편안함 등의 감정을 갖을 수 있도록 경험을 통해 브랜드의 가치와 이미지를 부여하게 하는 것이다.⁷⁾

마케팅(Marketing)은 가치가 교환되는 시장을 만들고 기업의 이익창출을 위한 전략적, 전술적 활동이고 브랜딩(branding)은 브랜드의 무형의 가치를 창출하고 경쟁보다는 소비자와의 진실한 관계를 구축해나가는 활동이다. 마케팅을 효율적으로 하기 위해선 기본적으로 브랜딩이 기반이 되어야한다. 점차 더욱 브랜딩의 중요성이 집중되어지는 이유라고 볼 수 있다.

4) 권민, 유니타스 브랜드 Vol.13, 바젤커뮤니케이션, 2010, p.25

5) 엘리나 휠러, 디자인 브랜드 아이덴티티, 비즈앤비즈, 2012, p.4-5

6) 네이버 영어사전, "Space", "Place", <https://en.dict.naver.com/>(2020.05.10.)

7) 김문기, 디자인 기획과 전략, 커뮤니케이션북스, 2014

스페이스 브랜딩(Space Branding)은 ‘스페이스(Space)’와 ‘브랜딩(Branding)’이 결합된 용어이다. 즉 스페이스 브랜딩이란 물리적인 내부 공간을 통해 소비자에게 브랜드의 가치와 이미지를 부여하고 경험을 창조하여 소비자와의 진실한 관계를 발전시켜 브랜드를 구축하는 활동이다.

(2) 스페이스 브랜딩의 발전

스페이스 브랜딩은 공간이 브랜드의 이미지와 추구하는 가치를 실체화 시켜놓은 공간이다. 브랜드의 ‘공간’에서 소비자가 체류하며 브랜드를 경험하고 느끼는 과정에서 일어난다.

소비자 경험에 대한 패러다임은 경험 디자인의 영역에서 나타났다. 제품 중심의 실용성 기반에서 점차 편의성 중심, 인간 중심의 가치 기반, 최근에는 경험과 감성 중심기반으로 발전했다. 최영현에 의하면 다음과 같다.⁸⁾

<표 5> 소비자의 경험적 요소의 패러다임의 변화

소비자의 경험적 요소의 패러다임 변화				
1950	1970	1990	2015	2020
제품을 중심으로 실용적 요소 기반	상호작용 중심의 편리성 기반	경험 중심의 감성 기반	인간 중심의 가치 기반	감성적 가치 중심의 체험 기반

과거에는 제품의 기능 중심이 되었다면 점차 편의성과 소비자 경험을 중점적으로 발전하여 소비자 경험을 넘어 감성을 자극하고 브랜드의 가치와 의미를 전달하는 디자인으로 발전하게 되는 것이다. 즉 경험에서 시작되어 사용자경험, 사용자경험 디자인으로 점차 의미가 확장된다.

(2) 스페이스 브랜딩의 역할과 효과

스페이스 브랜딩은 물리적 공간에 브랜드 아이덴티티를 실체화하는 것이다. 공간을 통해 소비자들이 직접 체험하고 느낀 경험들로 하여금 기업은 브랜드의 이미지를 심어 주고 나아가 타 브랜드와의 차별성을 부각시킨다. 브랜드와 소비자는 브랜드 공간에서 소통하며 특별한 관계를 맺음으로써 소비자에게 브랜드 공간은 단순히 물품을 구입하는 곳이 아닌 브랜드의 가치를 느끼고 자신의 취향과 개성을 표현하는 공간이 된다. 첫째, 공감각을 통하여 브랜드를 인식시킨다. 둘째, 트렌드나 문화, 정보 등을 제공하여 브랜드에 대한 기억을 지속시키는 역할을 한다. 셋째, 공간에서의 체험을 통해 브랜드의 감성까지도 전달한다. 넷째, 브랜드와 소비자가 소통하는 커뮤니케이션 수단이다. 다섯째, 소비자들의 다양하고 세분화된 취향을 만족시킬 수 있는 전문성을 제공하는 역할을 한다.

8) 최영현, “경험디자인 요소의 정서언어 측정에 관한 상관관계 연구”, (박사학위, 홍익대학교 대학원), pp.11

3.3. 스페이스 브랜딩의 표현 특성

앞서 고찰한 스페이스 브랜딩의 개념 및 기능 등을 통해 이해한 스페이스 브랜딩이 어떻게 공간에 표현되는지 비교, 분석하기 위해 여러 선행 연구를 비교 조사한 표는 다음과 같다.

<표 6> 스페이스 브랜딩에 관한 선행연구

연구자	내용		
김지영 (2013)	브랜드 확장에 따른 스페이스 브랜딩의 구현 특성		
	시각적 요소 형상화	컨텐츠 체험	상징적 표현
방정아 (2016)	기업의 스페이스 브랜딩이 브랜드 자산에 미치는 영향에 관한 연구		
	감각	감성	인지
문소인 (2018)	라이프스타일 변화에 따른 홈 퍼니싱 스토어 스페이스 브랜딩 표현 특성 연구		
	유기적 복합성	상호작용성	이미지 상징성
정영현 (2017)	스페이스 브랜딩을 적용한 뷔페 레스토랑 표현 특성		
	감각적 요소	감성적 요소	인지적 요소

선행연구에서는 위 표와 같이 정리하였다. 위의 표와 같이 스페이스 브랜딩 표현특성을 목적으로 하는 선행연구를 비교, 분석해 시각적 요소 형상화, 상호작용성, 이미지 상징성이라는 키워드를 추출하였다.

시각적 요소 형상화는 로고, 색상, 소재와 형태로 상호작용성은 차별화된 전문성, 감각적 체험, 기업의 서비스로 이미지 상징성은 스토리성, 브랜드의 가치, 감성적 공감성으로 분류하였다.

(1) 시각적 요소 형상화

Kevin L.Keller는 고객들의 기억 속에 남아 있는 브랜드에 관련된 상징적인 것들이 모여서 그 브랜드의 특징들이 연상되는 것을 브랜드 이미지라고 정의하였다.⁹⁾ 브랜드 이미지는 고객들이 브랜드에서 느끼는 전체적인 분위기와 그 브랜드에 관련된 여러 상징적인 것들이 결합된 형태이다. 실내공간에서 시각적으로 브랜드를 확장시켜 주는 구성요소로는 크게 로고, 색상, 소재와 형태가 있다.

(2) 상호작용성

소비자는 개인의 경험, 취향, 개성에 따라서 브랜드를 다양하고 또 다르게 인식하고 기억한다. 상업적인 공간의 기능이 과거와 달리 다양한 체험을 통하여 공감각적으로 브랜드와 소통하는 공간으로 변화함에 따라 공간을 통해 브랜드가 추구하는 브랜드 아이덴티티를 느낄 수 있고 소비자도 브랜드 활동에 참여하여 변화하는 소비자들의 라이프스타일, 원하는 욕구를 빠르게 파악하고 민감하게 대처할 수 있다.

(3) 이미지 상징성

랜드마크나 지역적 특성을 가진 곳에 위치함으로 브랜드

9) 케빈 레인 켈러, 브랜드 매니지먼트, 비즈니스북스, 2007, p.74-75

드를 상징적으로 드러내며 브랜드의 가치와 철학을 감성적으로 전달하여 공간의 이미지와 공간과의 연계된 하나의 브랜드 이미지가 나타난다.

<표 7> 스페이스 브랜딩 표현 특성 분석

연구자	내용		
시각적 요소 형상화	로고	색상	소재와 형태
상호작용성	차별화된 전문성	감각적 체험	기업의 서비스
이미지 상징성	스토리성	브랜드의 가치	감성적 공감성

4. 사례조사 및 분석

4.1. 사례분석 범위 및 대상

본 장의 사례조사 및 분석은 제 2, 3장에서 고찰한 이론에 통해 작품을 분석하고 그 결과를 파악하고자 한다. 사례대상의 범위는 2010년 이후 개관된 국내 도심부에 위치한 랜드마크 대형복합쇼핑몰에 입점된 매장을 중심으로 선정한다.

4.2. 사례분석

<표 8> 사례분석 (1)

에이치앤엠(H&M) 스타필드 코엑스점			
시설 개요	위치	서울 강남구 영동대로 513 스타필드 코엑스몰점 B1F	
	면적	약 1,058 m ² (약 320평)	년도 2017.09
브랜드 아이덴티티	최신 스타일과 영감을 제공, 지속가능성		
공간 개요			

		브랜드 이미지 공간		판매공간		편의 공간		관리 공간	
		파사드	이벤트	진열	전시	피팅	휴식	계산대	
공간유무		○	○	○	○	○	X	○	
스 페 이 스 브 랜 딩 표 현 특 성	시 각 적 요 소	로고	●	●	○	○	○	○	
		색상	○	○	○	○	○	○	
		소재와 형태	○	○	○	○	○	○	
	상 호	작 용 성	차별화된 전문성	○	○	○	○	○	○
			감각적 체험	○	○	○	○	○	○
이 미 지	상 징 성	스토리성	○	○	○	○	○	○	
		브랜드의 가치	○	○	○	○	○	○	
		감성적 공감성	○	○	○	○	○	○	

공간유무 : 있음(○) 없음(X) 표현특성 : 상● 중● 하○

<표 9> 사례분석 (2)

자라(Zara) IFC몰			
시설 개요	위치	서울 영등포구 국제금융로 10 IFC몰 L1	
	면적	1457.03 m ² (약 440평)	년도 2013.05
브랜드 아이덴티티	도시적이고 다양한 시즌의 컬렉션		
공간 개요			

		브랜드 이미지 공간		판매공간		편의 공간		관리 공간	
		파사드	이벤트	진열	전시	피팅	휴식	계산대	
공간유무		○	○	○	○	○	X	○	
스 페 이 스 브 랜 딩 표 현 특 성	시 각 적 요 소	로고	●	○	○	○	○	○	
		색상	○	○	○	○	○	○	
		소재와 형태	○	○	○	○	○	○	
	상 호	작 용 성	차별화된 전문성	○	○	○	○	○	○
			감각적 체험	○	○	○	○	○	○
이 미 지	상 징 성	스토리성	○	○	○	○	○	○	
		브랜드의 가치	○	○	○	○	○	○	
		감성적 공감성	○	○	○	○	○	○	

공간유무 : 있음(○) 없음(X) 표현특성 : 상● 중● 하○

<표 10> 사례분석 (3)

코스(cos) 월드타워점			
시설 개요	위치	서울 송파구 올림픽로 300 롯데 월드몰 1F	
	면적	약 510 m ² (약 155평)	년도 2014.10
브랜드 아이덴티티	타임리스(Timeless), 미니멀리즘(Minimalism) 지향		
공간 개요			

		브랜드 이미지 공간		판매공간		편의 공간		관리 공간	
		파사드	이벤트	진열	전시	피팅	휴식	계산대	
공간유무		○	○	○	○	○	X	○	
스 페 이 스 브 랜 딩 표 현 특 성	시 각 적 요 소	로고	●	●	○	○	○	○	
		색상	○	○	○	○	○	○	
		소재와 형태	○	○	○	○	○	○	
	상 호	작 용 성	차별화된 전문성	○	○	○	○	○	○
			감각적 체험	○	○	○	○	○	○

표현특성	이 상 징 성 미 지	기업의 서비스	○	●	●	○	●	○	●
		스토리성	●	●	○	○	○	○	○
		브랜드의 가치	●	○	○	○	○	○	○
		감성적 공간성	●	○	○	○	○	○	○
공간유무 : 있음(O) 없음(X)		표현특성 : 상● 중● 하○							

<표 11> 사례분석 (4)

할란앤홀든 (Harlan + Holden) 월드타워점								
시설 개요	위치	서울 송파구 올림픽로 300 롯데 월드몰 1F						
	면적	약 172 m ² (약 52평)	년도	2020.02				
브랜드 아이덴티티	옷에 들이는 시간과 노력을 줄여 일상에 집중할 수 있게하는 타임리스 디자인 (Timeless design)							
공간 개요								
	브랜드 이미지 공간		판매공간		편의 공간		관리 공간	
	파사드	이벤트	진열	전시	피팅	휴식	계산대	
공간유무	○	○	○	○	○	○	○	
스페이스 브랜딩	시각적 요소	로고	●	●	●	○	○	○
		색상	●	○	○	○	○	○
		소재와 형태	●	●	●	●	●	○
표현특성	이 상 징 성 미 지	차별화된 전문성	●	○	●	○	○	○
		작업성	○	○	○	○	○	○
		기업의 서비스	○	○	○	○	○	○
	스토리성	●	●	●	○	○	○	
	브랜드의 가치	○	○	○	○	○	○	
	감성적 공간성	○	○	○	○	○	○	
공간유무 : 있음(O) 없음(X)		표현특성 : 상● 중● 하○						

4.3. 분석의 종합

사례분석의 결과 국내 SPA 매장 대부분은 판매 공간, 편의 공간, 브랜드 이미지 공간, 관리 공간이라는 공간구성을 갖추고 있지만 대부분의 사례에서 편의 공간 내 휴식공간이 마련되지 않음을 알 수 있다.

스페이스 브랜딩의 표현특성으로 보면 시각적 요소 형상화는 특히 브랜드 이미지 공간에 잘 나타났다. 브랜드 특유의 아이덴티티와 제품으로 브랜드 이미지를 구축하고 있으며 파사드에도 재료의 물성이 강조되고 브랜드 로고, 색상들이 잘 나타나 복합쇼핑몰 내 타 매장에 비해 존재감이 확실하게 잘 드러났다. 상호작용성은 자연스레 이어지는 내, 외부 경계로 소비자 유입동선이 확보되어 이뤄져있는 듯 보이지만 공간이 지나치게 정형화되고 고정적으로 잘 적용되지 않았다. 그러나 브랜드 확

장을 위한 중요한 요소임을 알 수 있다. 이미지 상징성은 최근 개점한 할란앤홀든에서 적극적으로 시도하여 잘 나타나있지만 대부분의 사례에서는 미비하다.

5. 결론

소비패턴의 변화로 등장하게 된 SPA 브랜드는 단기간 큰 성장을 하고 있으나 과열경쟁이 심화되는 현 시점에서 새로운 경쟁력으로 스페이스 브랜딩을 활용하였다. 이에 본 연구는 SPA매장을 단순 판매 공간이 아닌 브랜드의 실체 물리적 공간으로써 디자인 방향을 제시하고자 공간구성을 분석, 재정립하고 스페이스 브랜딩 표현특성을 도출하여 분석하였다.

스페이스 브랜딩 구현을 위해 각 특성을 도출하여 연구하였으나 앞서 살펴보았듯 현재 SPA 매장에서 미비한 부분이 나타났다. 이를 위해 브랜드 아이덴티티, 로고, 색상 등의 요소들이 평면적인 요소에 그치지 않고 공간적 요소를 통해 시각적 요소 형상화를 보여야하며 나아가 상호작용성, 이미지 상징성에 대한 공간구성 및 표현 요소가 충분히 마련되어 소비자에게 차별화된 경험을 제공할 수 있는 공간 프로그램이 개발되어야 한다. 이를 통하여 스페이스 브랜딩 구현이 활성화된 SPA 매장은 소비자와 브랜드 간 긴밀한 관계구축의 장이 되고 소비자 체류시간 확대, 브랜드 가치제고 및 차별화, 매출향상 등 성장에 긍정적인 효과를 불러오기를 기대한다.

참고문헌

- 이호정, 정소향, SPA SUCCESS STRATEGY, 패션인사이트, 2010.
- 문소인, "라이프스타일 변화에 따른 홈 퍼니싱 스토어 스페이스 브랜딩 표현 특성 연구", (국민대학교 디자인 대학원), 2019.
- 김주영, "디지털미디어를 적용한 SPA브랜드 매장 계획 및 VMD에 관한 연구", (석사논문, 홍익대학교 건축도시대학원), 2014.
- 엘리나 윌러, 디자인 브랜드 아이덴티티, 비즈앤비즈, 2012.
- 김문기, 디자인 기획과 전략, 커뮤니케이션북스, 2014.
- 최영현, "경험디자인 요소의 정서언어 측정에 관한 상관관계 연구", (박사학위, 홍익대학교 대학원), 2014.
- 권민, 유니타스 브랜드 Vol.13, 바젤커뮤니케이션, 2010.