

청년 복합문화공간의 표현특성에 관한 연구

- 20, 30대 청년 사용자 중심으로 -

A Study on the Expressional Characteristics of Youth Complex Culture Space

- Focused on Young Users in Their 20s and 30s -

Author 김선희 Jin, Xian-Ji / 정회원, 한양대학교 실내건축디자인학과 석·박통합과정
김혜자 Jin, Hui-Zi / 정회원, 한양대학교 실내건축디자인학과 석사과정
풍 용 Feng, Rong / 정회원, 한양대학교 실내건축디자인학과 석사과정
황연숙 Hwang, Yeonsook / 정회원, 한양대학교 실내건축디자인학과 교수*

Abstract A decline in the youth population affects society and industry, and support for the growth of young people is required to better lead the social environment in the future. Youth space, where youth programs are the most popular, needs to reflect the needs of young people more. The youth complex cultural space represents the characteristics of youth and the characteristics of the times as well as the landmark nature of the urban environment as a public architecture of the youth complex cultural space. Thus, the purpose of this study is to identify the direction of development of youth complex cultural spaces and to present the direction of improvement of user-centered youth complex cultural spaces by identifying the spatial composition characteristics of youth complex cultural spaces and general complex cultural spaces. The Zero-Gravity Zone is a space for young people in their 20s and 30s, and it selects young people aged 20 to 39 who are called those in their 20s and 30s as the subjects of the study. This study was largely approached in two aspects: 'Composition Characteristics of Complex Cultural Space' and 'Composition Characteristics of Complex Cultural Space for Young People,' and 3 weightless zones, which are complex cultural spaces for young people located in Seoul, were selected as the target spaces for this study and conducted a case study.

Keywords 청년, 사용자, 복합문화공간, 청년 복합문화공간, 공간구성
Youth, User, Multicultural Space, Youth Complex Culture Space, Spatial Composition

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

KOSIS 통계청의 장래 인구추계¹⁾ 자료에 따르면, 한국의 총인구는 2020년에 2017년보다 0.81%(418,668) 증가하고, 평균연령은 42.8세로 높아지며, 노령화지수는 2017년 105.1에서 2020년 129.0으로 증가 될 것이라고 하였다. 한국 사회가 고령화 사회로 촉진됨에 따라, 65세 이상 인구 구성비는 2017년 13.8%(7,066,060)에서 2020년 15.7%(8,125,432)로 증가 될 것이다.

그러나, 청년 인구를 살펴보면 한국 행정안전부 연령

별 인구 현황 자료²⁾에 나타난 것처럼 노인 인구의 증가와 반대로, 2019년은 2017년보다 20~29세의 청년 인구는 0.76%(51,928), 30~39세의 청년 인구는 6.14%(463,116)이 감소되었다. 청년 세대의 성장은 나라의 발전과 불가분(不可分)인 관계가 있으며, 청년 인구의 감소는 국가혁신의 활력에 영향을 미치고, 미래 발전의 예비역량 부족을 초래한다.

청년 인구의 감소는 사회와 산업에 영향을 미치며, 앞으로 사회환경을 더 잘 이끌어가기 위해 청년들의 성장을 위한 지원이 요구된다. 또한, 청년 프로그램이 가장 많이 진행되는 청년 공간은 청년들의 욕구와 수요를 더 반영해 줄 필요가 있다. 청년 복합문화공간은 이 시대 청년의 대

* 교신저자(Corresponding Author): ysh@hanyang.ac.kr

1) KOSIS 국가통계포털, 추계인구('20), 'Retrieved from' <http://kosis.kr/index/index.do>

2) 한국 행정안전부, 연령별 인구현황, 'Retrieved from' <http://27.101.213.4/#>

표적인 공간으로써 청년의 라이프스타일 특성과 시대적 특성을 나타내고 있으며, 청년 복합문화공간은 공공건축으로써 도시환경속에서 랜드마크 성격을 지니기도 한다.

이에 본 연구는 청년 복합문화공간과 일반 복합문화공간의 공간적 구성 특성 비교를 통해, 청년 복합문화공간의 발전 방향을 파악하고, 사용자 중심의 청년 복합문화공간의 개선 방향을 제시하는 데 목적이 있다.

1.2. 연구 방법 및 범위

청년의 연령 정의는 통일된 개념이 아니며, 시대에 따라 변화하며 각 기관의 규정에 따라 서로 다르다. 무중력지대는 20대, 30대 청년을 위한 공간으로써³⁾, 20대, 30대라고 부르는 20세~39세의 청년을 본연구의 연구대상으로 선정한다.

본 연구는 크게 ‘복합문화공간 구성 특성’과 ‘청년 복합문화공간의 구성 특성’ 두 측면에서 접근하고자 하며, 이에 따른 연구 방법 및 범위의 설정은 다음과 같다.

첫째, 시대 발전에 따른 복합문화공간의 공간구성 특성을 파악한다.

둘째, 청년 복합문화공간의 개념을 파악하고 국내외 청년 복합문화공간의 사례를 살펴본다. 이에 복합문화공간과 청년 복합문화공간의 공간구성 특성을 비교한다.

셋째, 서울에 위치한 청년 복합문화공간인 무중력지대 3곳을 본 연구의 조사대상 공간으로 선정하여 사례조사를 진행한다.

2. 이론적 고찰

2.1. 복합문화공간의 공간구성

도서관, 뮤지엄, 박물관 같은 일반적인 복합문화공간은 각 시설물이 갖는 하나의 기능에 충실하다면, 복합문화공간은 이와 다르게 ‘복합(复合)’이란 두 가지 이상이 하나로 합친다는 뜻으로, 다기능을 가지고 다양한 문화적 요구를 충족시키는 공간이다. 21세기의 복합문화공간은 ‘인간이 가지고 있는 다양한 문화적 행위들이 표현되는 장소’⁴⁾로 발전되고 있다.

윤재은 외 2명(2016)은 복합문화공간을 ‘공연, 전시, 문화교육, 문화 정보제공 시설 등 모든 것을 포함하는 개념으로 파악하여 문화라는 관념적이고 총체적인 형상이 예술가의 창조 활동이 일어나는 동시에 이용자의 감상 활동이 일어난 문화적 커뮤니티 장소’⁵⁾로 정의하였다.

누구나 여러 문화 활동을 한 공간에서 쉽게 즐기고 참여할 수 있어 기존의 단일적 문화 공간과는 차별된 새로운 공간으로서 현재의 다양한 문화적 요구를 충족시키는 공간으로 변모하고 있다.

교육, 휴식, 창작 공간; 김현진 외1명(2017)은 공연, 전시, 교육, 판매, 커뮤니티, 휴식공간; 김지현 외2명(2018)은 전시, 교육, 체험, 상업, 휴게공간; 김지수(2019)⁶⁾는 공연, 전시, 판매, 커뮤니티, 휴식공간으로 분류하였다. 이에, 본 연구는 일반 복합문화공간을 공연 공간, 전시 공간, 커뮤니티 공간, 교육 공간, 휴게공간으로 정리하였다.

2.2. 청년 복합문화공간의 공간

청년 복합문화공간은 청년 세대를 중심으로 한 열림 공간과 만나는 장으로써, 일반 복합문화공간의 기능을 겸하고 있지만, 청년들의 교류와 취·창업 사업의 촉진함에 목적이 있으므로, 청년들을 위한 활동과 이벤트 개최에 중심을 두고 있다.

청년 복합문화공간 사례를 통해 복합문화공간과 청년 복합문화공간의 구성을 비교하면 다음<표 2>과 같이 정리되었으며, 청년 복합문화공간의 공간구성은 커뮤니티라운지, 세미나실, 회의실, 공유주방, 미디어 작업실, 휴게공간으로 구분할 수 있다.

<표 1> 복합문화공간과 청년 복합문화공간의 비교

복합문화공간	
공연 공간	다양한 예술 공연을 위한 다목적 공간
전시 공간	갤러리 및 전시 등 복합적인 기능을 수용하는 공간
커뮤니티 공간	스튜디오 형식으로 다목적인 활동과 이벤트 지원하는 공간
교육 공간	학습과 정보를 제공하는 공간
휴식 공간	신체적·정신적 휴식과 서비스를 제공하는 공간

+

청년 복합문화공간 사례 공간 구성	
1 신촌 파랑고래	• 음악 연습실 • 웰컴 라운지 • 커뮤니티라운지 • 다목적 홀
2 청년플랫폼 창고마을	• 코워킹 스페이스 • 공유주방 • 회의실 • 휴게공간
3 청춘 너나들이	• 공유부엌 • 라이브러리 • 커뮤니티 공간 • 도서공간
4 청춘 두두두	• 카페테리아 • 배우 존 • 라이브 존 • 정보 존
5 청춘 나들목	• 세미나실 • 공유주방 • 커뮤니티라운지 • 회의실
6 청년공간 이음	• 커먼스페이스 • 공유부엌 • 세미나실

↓

청년 복합문화공간	
커뮤니티라운지	오픈식으로 된 열린 공간이며, 강연이나 공연, 소셜다이닝 등 행사 활동이 열리며, 평소에는 개인 작업공간으로 다양하게 쓰이는 공간
세미나실	스튜디오 형식으로 발표 혹은 토론 등의 다목적인 활동과 이벤트를 지원하는 공간
회의실	강연이나 소모임 회의를 지원하는 공간
공유주방	커피 등과 간단한 음식 조리가 가능하며, 소셜다이닝 활동이 진행되는 공간
미디어 작업실	영상촬영 및 편집, 팟캐스트 등 미디어 작업을 지원하는 공간
휴게공간	책을 읽거나 악기연주, 게임 등으로 자유롭게 정신적 휴식을 취할 수 있는 공간이며, 행사 활동이 가능한 공간

3) 엘레나 박은하, 무중력지대 도봉 2030을 위한 공간 서울 가볼만한 곳, 'Retrieved from' <http://elena.pe.kr/221569909657>

4) 윤재은, 이성재, 홍지나, 금융기업 복합문화공간 유형에 따른 공간 특성 연구, 한국공간디자인학회논문집, 제11권 4호, 2016, p.34

5) 정다인, 김승인, 라이프 스타일에 따른 복합문화공간의 브랜드 경험

연구 - 사운즈 한남을 중심으로, 디지털융복합연구논문집, 제18권 3호, 2020, pp.333-339

6) 김지수, 윤재은, 복합문화공간에 나타난 기호학적 특성 연구: 퍼스의 기호학을 중심으로, 기초조형학연구, 20권 1호, 2019, p.110

3. 사례 분석

본 연구는 2015년부터 2019년 사이 서울에 오픈된 청년 복합문화공간인 무중력지대 G밸리, 도봉, 강남 3곳을 조사대상 공간으로 선정하였다.

<표 2> 사례-A

		무중력지대 G밸리				
개요		개관 연도	2015년			
		연면적	293㎡			
		규모	1F			
		위치	금천구 가산디지털1로 168 6층			
프로그램 공간	휴게공간	커뮤니티 라운지	도서공간	세미나실	공유주방	
	휴식지대	창의지대	상상지대	협력지대	공유부엌	
	업무에 지친 청년을 위한 편안한 공간이다.	코워킹은 물론, 각종 행사가 가능한 다양한 공간이다.	다양한 책을 읽을 수 있고 무한 상상을 펼칠 수 있는 공간이다.	개인 업무 혹은 소규모 회의 등을 할 수 있는 공간이다.	직접 요리하고 음식을 나눠 즐기는 공간이다.	
	청년들이 반복되는 일상에서 일탈 할 수 있는 공간, 청년의 특성을 발현하고 활력을 찾고 다양한 삶의 모습을 발견할 수 있다.					
프로그램 특성	-공동체적 삶을 경험하도록 돕는 '지음' 프로젝트, 지역 내 청년들의 자유로운 활동과 도전, 휴식을 위한 공간을 발굴해 소개하는 안테나 프로젝트와 청년들의 구체적인 문제에 초점을 맞춰 효과적 문제해결의 주제로 실행하는 청년 혁신 프로젝트는 청년 커뮤니티를 촉진하고 청년 활동을 지원한다. -청년들이 크리에이터에 도전할 수 있는 기회를 제공하고, 일터를 벗어나 콘텐츠 제작을 통한 삶의 새로운 방향성 및 진로를 탐색하는 사이드러슬 프로젝트, 유튜브와 도서출판제작 도전을 할 수 있다.					

<표 3> 사례-B

		무중력지대 도봉				
개요		개관 연도	2018년			
		연면적	441㎡			
		규모	1-2F			
		위치	도봉구 마들로11길 75			
프로그램 공간	커뮤니티 라운지	세미나실	회의실	공유주방	락커룸	
	라운지	세미나실	회의실(1, 2)	공유부엌	락커룸	
	'사심가득' 소모임이나 '청년감담회' 프로그램이 진행된다.	강연, 교육 등 프로그램으로 사용되는 공간이다.	소규모의 모임, 회의 또는 멘토링, 상담을 위한 공간이다.	'청년 네트워크 파티' 소셜 다이닝 프로그램이 진행되는 공간이다.	개인 소지품 보관 서비스를 제공하는 공간이다.	
	쉐어오피스	코워킹 스페이스	스터디 룸	휴게공간	운영사무실	
	청년정거장	코워킹 스페이스	청신과 사의의 방	휴게공간	운영사무실	
	청년 입주 단체의 사무공간이다.	개인 업무나 서로 의견과 아이디어를 나누는 공간이다.	조금 더 물음이 필요한 청년 이용객들을 위한 집중 스테디룸이다.	연주, 콘서트, 게임, 테이블놀이 및 안마 등 자유롭게 할 수 있는 공간이다.	공간지기들의 업무 공간이다.	

	활동을 지원하고 청년의 자발적인 움직임을 보장함으로써, 청년정책의 목적을 달성할 수 있도록 조성된 공간이다.
프로그램	-도봉구는 '기본좋은 문화도시 버라이어티 도봉'이라는 구호에 맞게 다양한 문화 시설 등이 개관, 운영되고 있다. -현대사 인을 길 탐방 등 역사문화 관광 벨트를 구성하며 더 나아가 아래나 공연장 건립 등을 통해 문화도시 메카로써 변모해가고 있다.
특성	-무중력지대 도봉은 12개의 주황색 해상용 컨테이너를 연결해 이뤄진 지상 2층 규모의 도봉구 내·외 오로지 청년들을 위한 '공유공간'이다.

<표 4> 사례-C

		무중력지대 강남			
개요		개관 연도	2019년		
		연면적	300.9㎡		
		규모	1-2F		
		위치	강남구 개포동133		
프로그램 공간	커뮤니티 라운지	공유주방	세미나실	운영사무실	
	커먼스페이스	공유주방	미팅룸	운영사무실	
	강연, 네트워킹 파티 등 다양한 행사/프로그램이 진행되는 공간이다.	소셜다이닝 프로그램이 진행되는 공간이다.	소규모 세미나, 강연, 회의 등 모임이 진행되는 공간이다.	공간지기들의 업무 공간이다.	
	미디어 작업실	휴게공간			
	녹음실	편집실	휴식공간	테라스	
	녹음 작업이 가능한 소음이 작은 공간이다.	영상 및 디자인 작업을 할 수 있는 공간이다.	책을 읽으며 자신의 휴식을 취하는 공간이다.	도시 속 자연을 느끼면서 휴식을 취할 수 있는 야외 휴식공간이다.	
	청년들의 자기 주도적 활동과 혁신실험을 응원하며, 이용자의 다양한 목적에 개인 작업이나 모임, 휴식을 취할 수 있다.				
	프로그램	-개포디지털혁신파크에 연계한 프로그램에 중점을 두고 있으며, 트레바리 같은 새로운 형태의 모임을 추진한다. -IT분야 소셜벤처나 스타트업에 관심 있는 청년 대상으로 세미나, 콘텐츠 생산자를 발굴하여 육성 지원하는 사업, 청년들이 관심 있는 주제로 강연/원데이클래스이나 소셜다이닝 진행한다. -게스트와 참여자 간의 경계 없이 편하게 이야기 나누며 청년들의 새로운 라이프 스타일을 모색하는 자리인 '언바운드드 테이블' 프로그램을 진행한다.			

4. 결론

청년 복합문화공간은 청년 프로그램을 가장 많이 진행하고 시대 청년들의 욕구와 수요를 반영하는 대표적인 청년 공간이다. 이에 본 연구는 청년 복합문화공간과 일반 복합문화공간의 공간적 구성을 비교하여 사용자 중심의 청년 복합문화공간의 표현특성을 분석하였으며, 그 결과는 다음과 같이 나타났다.

첫째, 청년 복합문화공간에서 전체적으로 고유의 한 가지 용도뿐만 아닌 한 공간이 다양하게 사용되는 공간적 특성을 나타낸다. 커뮤니티 라운지는 다양한 이벤트 활동이 열리며, 평소에는 자유롭게 개인 작업이나 스터디 공간으로 사용된다. 세미나실, 회의실 등 공간에서는 강연뿐만 아니라 포럼, 워크숍, 취미 클래스 등 다양한 활

동이 펼쳐진다.

둘째, 청년 복합문화공간은 청년들의 도전과 창작, 탐색과 변화의 기회를 제공하는 공간으로써, 강연, 포럼, 소셜다이닝 등 다양한 이벤트와 행사를 통해 청년들 간에 편하게 이야기를 나누는 자리의 마련함에 중점을 두고 있다. 각 사례에는 프로그램 주제에 따라 주기적으로 이벤트를 진행하고 있다.

셋째, 청년 복합문화공간의 공간적 구성은 기본 공간 외에 미디어 작업실이 점점 보편화 되고 있으며, 청년 사용자를 위한 웨어오피스도 추가되고 있다. 이외에도 락커룸, 운영사무실 등 공간이 추가되고 있으며, 이러한 추세에 따라 청년 복합문화공간의 공간 기능은 점점 다양화되고 있다.

참고문헌

1. 김지수, 윤재은, 복합문화공간에 나타난 기호학적 특성 연구: 퍼스의 기호학을 중심으로, 기초조형학연구, 20권 1호, 2019.
2. 남외자, 한일간 라이프스타일에 따른 여가활동 유형의 선택에 대한 비교연구, 관광연구 제21권 제4호, 2007.
3. 신혜진, 이계규, 라이프스타일의 변화를 반영한 주거디자인 특성 연구 한국공간디자인학회논문집, 제13권 4호, 2018.
4. 윤재은, 이성재, 홍지나. 금융기업 복합문화공간 유형에 따른 공간 특성 연구, 한국공간디자인학회 논문집, 제11권 4호, 2016.
5. 정다인, 김승인, 라이프 스타일에 따른 복합문화공간의 브랜드 경험 연구 - 사운즈 한남을 중심으로, 디지털융복합연구, 제18권 제3호, 2020.
6. 조명환, 현대인의 라이프스타일과 여가활동 유형에 관한 연구, 관광레저연구, 제17권 제4호 통권33호, 2005.
7. 이강선, 라이프스타일에 대응하는 도시형 집합주거에 대한 연구, 한양대학교 석사논문, 2012.
8. 이창범, 도시 라이프스타일의 변화에 대응한 주거 계획, 홍익대학교 석사논문, 2003.
9. Zhao Xiaoling, A brief analysis of the characteristics and development trend of contemporary youth lifestyle, YOUTH & JUVENILE RESEARCH, 2007년2호 통권58권, 2007.
10. 엘레나 박은하, 무중력시대 도봉 2030을 위한 공간 서울 가볼만한곳, 'Retrieved from' <http://elena.pe.kr/221569909657>
11. 한국 행정안전부, 연령별 인구현황, 'Retrieved from' <http://27.101.213.4/#>
12. KOSIS 통계청, 장래 인구추계 2019, 'Retrieved from' http://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1BPA002&checkFlag=N

색채 변화에 따른 노인의 시각적 인지능력에 대한 연구

- 비상계단의 방향 유도 사인을 중심으로 -

A Study on the Visual Perception Capacity of the Elderly with Color Change

- Focused on the directional induction sign of emergency stairs -

Author 채성우 Chae, Sung-Woo / 정회원, 한양대학교 실내디자인학과 석사과정
황정식 Hwnag, Jung-Sik / 정회원, 한양대학교 실내디자인학과 석사과정
송인주 Song, In-Ju / 정회원, 한양대학교 실내디자인학과 석사과정
황연숙 Hwang, Yeon-Sook / 정회원, 한양대학교 실내디자인학과 정교수*

Abstract As entering an aging society, facilities for the elderly are rapidly increasing in response to the growing elderly population. In proportion to this, the frequency of accidents in elderly facilities is also increasing. Elderly's eyesight tends to be narrow and their ability to distinguish colors reduced due to xanthopsia. In addition, it has reported that the adaptability of elderly's eyesight to the surroundings is reduced and the elderly have difficulty to in recognizing the signs of action inducement or emergency stair, so they cannot evacuate from emergency situations such as fire and they could fall down from the emergency stair. Therefore, in this study, we conducted color studies to improve the color visibility of directional sign in emergency stair by performing a survey by from the age group on the color scheme of the emergency stair sign in order to extract optimum color coordinate. The survey experiment showed that the elderly's visual cognitive abilities were different from those of ordinary people. The sign was most visible to 80s when and when the background color was green and the color of the sign was white. Also, if the background color is white, they cannot distinguish the signs from the wall. These results can support the opinion that it is difficult for older people to recognize the deterioration of the color recognition of the yellow and blue systems and the same color system. Based on these experiments, we could identify that the visual cognitive abilities of the elderly were different from those of the general public, and that the study of color guidelines considering the views of the elderly should be carried out continuously.

Keywords 색채, 노인, 인지능력, 비상계단, 방향 유도 사인
Color, Senior, Cognitive ability, Emergency stairway, Directional induction sign

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

우리나라는 의학의 발달로 기대수명 향상 속도가 증감함에 따라 등으로 우리나라는 고령사회로 접어들었다. 2017 통계청의 장래인구추계에 따르면 2017년 65세 이상의 노인인구는 707만명, 2025년에는 총 인구의 20%가 넘는 1000만명이 될 것이라 예상하고 있다. 증가하는 노인인구에 대응하여 노인을 위한 시설이 급격하게 증가하고 있고 이런 시설들의 다양화와 고층화에 따라 화재나

침수 등의 재난에 쉽게 노출되어 있다.

노인의 시력은 보편적으로 60세 이후 시계가 좁아지고 색상구분 능력이 떨어짐으로 인해 안전표식이나 주변 환경에 대한 적응력이 낮아져 위험구역을 벗어나지 못하는 경향이 있다.¹⁾ 2010년 포항 인덕 노인요양병원 화재와 2014년 장성 효사랑 요양병원 화재사고의 사례로 알 수 있듯이 화재와 같은 응급상황에서는 다량의 연기가 발생하여 노인들의 시각적 인지 능력에 심각한 왜곡을 일으켜 낙상사고가 많이 발생한다. 이에 본 연구의 목적은 노인의 시각적인 특성을 고려하여 비상계단에서 이동방

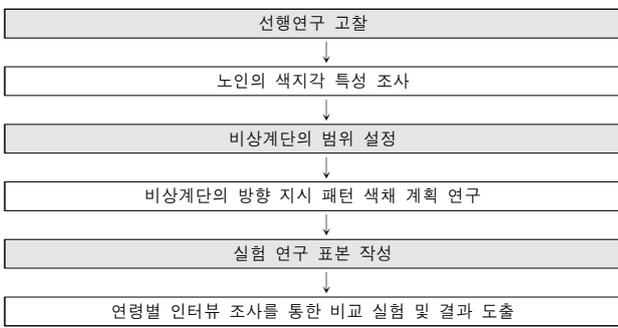
* 교신저자(Corresponding Author); ysh@hanyang.ac.kr

1) 오금호, 박소순, 유병태, 정소영, 권효순, 구도훈, 현보람, 안전약자 유형별 생활안전 콘텐츠 발굴, 국립재난안전연구원, p.33, 2013

향을 빠르게 인식하고 안전하게 이동할 수 있도록 방향 유도안내 사인의 시인성과 공간 인지력을 향상시키기 위해 연구하고 이를 정량화하여 추후 가이드라인으로 제공하고자 한다.

1.2. 연구 방법 및 범위

비상계단의 유도 안내 사인 색상 배색을 2D 이미지로 제시하여 연령 그룹별 실험과 비교연구를 통해 노인의 시각적 인지능력을 향상시킬 수 있는 유도 안내 사인에 대해 모색하고자 하였다. 이에 따른 연구의 범위는 다음과 같다. 첫째, 비상계단의 선정 범위는 관련법규의 비상계단 설치기준에 의거한다. 둘째, 한국산업규격(KS)의 안전색채와 국제표준(ISO)의 화살표를 기반으로 노인을 위한 비상계단의 유도사인 색채 배색을 계획한다. 셋째, 60대, 70대, 80대로 선정하였다. 연구방법은 아래와 같다.



2. 이론적 고찰

노인들의 안구 노화로 색조의 판별 능력이 쇠퇴함에 따라 그에 맞는 색채 배색의 계획이 필요하다.²⁾ 고령화로 노인관련시설이 증가로 실내 공간에서 노인의 색지각 특성에 맞는 유도 사인 색채 배색 연구의 필요성이 강조된다. 화재와 같은 응급 상황시 발생하는 심리적 공황은 피난 계단에서의 이동에 혼란을 주어 경로를 이탈하거나 위험 경로로 가는 결과를 초래한다. 따라서 이를 방지할 수 있는 노인을 위한 색채 사인 계획이 필요하다.³⁾

2.1. 노인의 색지각

노인의 노화에 따른 시각 변화에서 수정체의 황변화 현상은 단파장(400-450nm)을 투과시키지 못하기 때문에 파란색은 검은색으로, 파란색의 이차색인 자주색은 빨간색처럼 보이게 되어 색지각에 어려움을 가지게 된다.

노인의 경우 일반 성인과 동일한 시각각을 갖는데 조명이 2배나 밝아야 하며, 비슷한 색상은 구분이 더욱 어렵게 되며 질감이 같은 경우나 옅은 색상, 조명에 의해

2) 천진희, 노인의 삶의 질 향상을 위한 주거환경 디자인, 파주: 집문당, 2008
 3) 최정수, 비상계단 벽면의 색채 안전디자인에 관한 연구, 한국디자인문화학회지, 2017, 제23권 4호

생기는 그림자 등으로 인하여 시각적 착각을 일으키고 거리감에 혼란을 가져오게 된다. 또한 수정체가 백탁하면 빛이 수정체를 투과할 때 분산되어 안구 내에서 산란하게 된다. 수정체에서 산란된 빛이 망막 위에 상을 맺어 지금 보이는 물체의 상을 덮어 씌워 물체가 흐릿하게 보이거나 눈부심으로 인해 지각 능력이 저하되기도 한다.⁴⁾

2.2. 비상계단의 정의

공간에서 화재가 발생했을 때, 피난설비는 피난에 직접적으로 도움을 주어 인명을 구조하는 역할을 한다. 비상계단의 벽면의 경우도 공간의 관점에서 확인했을 때는 건축법의 영향을 받지만 기능이 있는 색채가 적용됐을 때는 소방법의 영향을 받을 수 있고 관련 법규는 <표 1>과 같다.

<표 1> 관련 법규

제15조 (계단의 설치기준)	
①	영 제48조의 규정에 의하여 건축물에 설치하는 계단은 다음 각호의 기준에 적합하여야 한다. <개정 2010. 4. 7., 2015. 4. 6.>
1.	높이가 3미터를 넘는 계단에는 높이 3미터이내마다 유효너비 120센티미터 이상의 계단참을 설치할 것
2.	높이가 1미터를 넘는 계단 및 계단참의 양옆에는 난간(벽 또는 이에 대체되는 것을 포함한다)을 설치할 것
3.	너비가 3미터를 넘는 계단에는 계단의 중간에 너비 3미터 이내마다 난간을 설치할 것. 다만, 계단의 단높이가B15센티미터 이하이고, 계단의 단너비가 30센티미터 이상인 경우에는 그러하지 아니하다.
4.	계단의 유효 높이(계단의 바닥 마감면부터 상부 구조체의 하부 마감면까지의 연직방향의 높이를 말한다)는 2.1미터 이상으로 할 것
③	공동주택(기숙사를 제외한다)·제1종 근린생활시설·제2종 근린생활시설·문화 및 집회시설·종교시설·판매시설·운수시설·의료시설·노유자시설·업무시설·숙박시설·위락시설 또는 관광휴게시설의 용도에 쓰이는 건축물의 주계단·피난계단 또는 특별피난계단에 설치하는 난간 및 바닥은 아동의 이용에 안전하고 노약자 및 신체장애인의 이용에 편리한 구조로 하여야 하며, 양쪽에 벽등이 있어 난간이 없는 경우에는 손잡이를 설치하여야 한다. <개정 2010. 4. 7.>

2.3. 유도 안내 사인의 색채

색채와 패턴은 피난자의 인지감각에 큰 영향을 미치는 시각요소 중 하나로 색채는 특정장소를 암시하는 기능을 가지고 있다.⁵⁾ 유도 안내 사인의 색채와 관련한 선행연구에서 사인디자인의 특성 중 공통적으로 색채성을 제안하고 있으며 사인의 색채 배색은 바탕색과 사인색의 명도차를 뚜렷이 할 경우 시인성이 높은 것으로 나타났다. 결과는 <표 2>와 같다.

<표 2> 유도 안내 사인의 색채관련 선행연구

저자 (연도)	구분	세부내용
노만성, 남호정 (2014)	제목	퍼스의 기호학적 분석을 통한 유니버설 사인 디자인 시각체계 제안
	내용	사인디자인의 조건으로 충족되기 위해서는 언어성, 상징성, 도형성, 색채성의 요소를 충족해야 한다.

4) 일본인테리어산업협회, 고령자를 위한 조명과 색채. 경기도: 도서출판국제, 2001
 5) 이영주, 이정교, 공간디자인에서 색채대비에 의한 시각적 연속성에 관한 연구, 한국공간디자인학회, 2010, 제5권 2호

노태진, 강소현 외2명 (2011)	제목	전시 컨벤션센터 유도 안내 사인 디자인에 관한 연구-유니버설 디자인 관점에서
	내용	사인의 시각요소는 레이아웃, 문자, 픽토그램, 색채를 이용하여 정보를 제공한다.
김경민, 이정교 (2014)	제목	아파트 외부 보행공간 사인디자인의 색채에 관한 연구-유니버설디자인 관점에서
	내용	사인 디자인의 시인성을 위해서는 바탕색과 글자색의 명도차를 뚜렷이 해야한다.
배용진, 이석현 (2015)	제목	공공공간 사인 색채 개선 방향
	내용	사인의 채도를 높이고 명도차를 크게 한 결과 주목성과 명시성이 높게 나타났다.
김주연 안수진 (2018)	제목	HMD(Head Mounted Display) 기반 가상현실에서 사용자의 적응시간에 따른 주의집중과 주의특성
	내용	명도와 채도에서 명확한 대비를 나타낼 경우 시약자의 사인색채의 주목성이 높은 것으로 나타났다.

3. 실험

3.1. 색채 계획

한국산업규격(KS)에서는 일상생활과 작업장에서 안전과 건강에 영향을 주는 대상과 환경에 대하여 빠른 주의를 끌고 특정한 메시지를 신속하게 이해시키기 위해 안전색채를 사용하도록 하고 있으며(KS S ISO3864-1:2011), 안전색채는 강렬한 고채도의 유채색인 빨강, 노랑, 파랑, 초록과 보조색인 흰색과 검정으로 구성된다.⁶⁾ 안전색채는 다음<표 3>과 같다.

<표 3> 안전색채

색채	색도기준/CMYK	용도	사용사례
빨강	7.5R 4/14 (20,72,77,3)	금지	정지신호, 소화설비 유해행위 금지
		경고	화학물질의 유해위험경고
노랑	5Y 8.5/12 (0,13,89,0)	경고	화학물질의 유해위험 경고 이외의 위험경고주의표시
파랑	2.5PB 4/10 (69,19,41,30)	지시	특정 행위의 사실 고지
초록	2.5G 4/10 (69,19,41,30)	안내	비상구, 피난소의 사람 차량의 통행표시
흰색	N9.5 (0,0,0,9.5)		파란색 또는 초록색에 대한 보조색
검정	N0.5 (0,0,0,0.5)		문자 및 빨간색 또는 노란색에 대한 보조색

* 허용 오차범위: 색상 ±2, 명도 ±0.3, 채도 ±1

3.2. 유도안내 화살표 계획

한국산업표준에서는 사람의 실제 또는 잠재적 이동을 표시할 때 화살표를 사용할 수 있다고 명기하고 있다.⁷⁾ 이에 사용할 수 있는 화살표의 그래픽 심볼의 기준을 국제표준화기구(ISO)의 ISO 7001을 기준으로 하고 있다. 따라서 본 연구의 실험에서는 유도등의 형식승인 및 제품검사의 기술기준 제 9조에 의거해 <표 4>의 화살표를 유도안내 도안으로 사용하였다.

6) 전은정, 고흥자를 배려한 유니버설디자인의 색채 가이드라인 구축, 한국색채학회논문집, 2015, 제29권 2호
7) 산업표준심의회, 그래픽심볼:안전색 및 안전 표지, 2017, 제3부

<표 4> 유도 안내 화살표 관련 피난유도표시 방법 관련 법규

화살표 도안	제 9조(피난유도표시 방법 등)	
	1	국제표준화기구(ISO)의 기준에 의한 그림문자를 준용하며, 이때 식별이 용이하도록 비상문·EXIT·FIRE EXIT, 화살표 등을 함께 표시할 수 있다.
	5	피난유도표시의 크기는 다음 각 목에 따른다.
KS S ISO 3864-3	나	인체 도안 및 화살표는 KS S ISO 3864-3을 적용할 것

3.3. 색채배색 계획

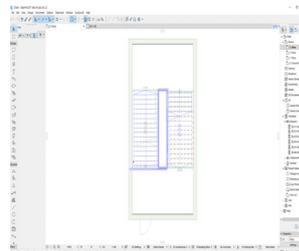
색은 문자, 픽토그램 등의 인식을 증가시키는 방법 중의 하나로 사용되는데, 먼저 읽기 쉬운 조건으로써 눈에 먼저 띄어야 하는 시인성이 중요한 요소이다. 시인성(Legibility)이란 대상물의 존재, 또는 모양이 원거리에서도 식별이 쉬운 성질로써 유목적 혹은 주목성과 구별되며, 명도 차가 클수록 시인성이 높게 된다. 사인환경에서 시인성에 해당하는 부분은 바탕색과 문자색, 픽토그램색, 도형색과의 관계가 해당되게 된다.⁸⁾ 앞의 <표 3>에 나타난 KS 안전색채를 기준으로, 선행연구를 고찰하여 도출된 <그림 1>에 나타나는 시인성이 높은 배색의 배색조합을 참고하여 실험을 설계한다.



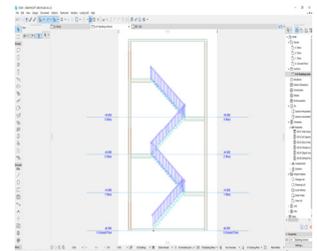
<그림 1> 대표적인 색의 평균 시인거리와 시인성이 높은 배색⁹⁾

3.4. 실험 설계

실험에 앞서 제작된 비상공간의 도면은 아래와 같다.



<그림 2> 비상공간 평면도

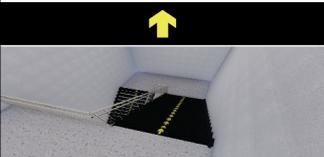


<그림 3> 비상공간 단면도

8) 노태진, 강소현, 손다정, 백진경. 전시컨벤션센터 유도안내 사인디자인에 관한 연구. 2011.
9) 윤혜림. 색채지각론과 색채체계론. 도서출판 국제. p68. 2008

3.5. 실험 분석 틀

<표 5> 실험 분석의 틀

구분	색채 배색	유도 사인의 색채 배색
Alt1	Black / Yellow	
Alt2	Yellow / Black	
Alt3	Black / White	
Alt4	Blue / White	
Alt5	Green / White	
Alt6	White / Black	

3.6. 인터뷰 조사

<표 5>의 비상계단의 유도안내 사인의 색상 배색에 대한 인터뷰 조사를 실시하였고, 조사대상은 60대부터 80대의 남녀 8명을 대상으로 하였다. 인터뷰 참여자는 60대 실험자A, B(2명), 70대 실험자C, D(2명), 80대 실험자E, F(2명)가 참여하였다.

4. 결론

본 연구의 인터뷰 실험을 통해 비상계단은 유도 안내 색채의 시각적 인지성에 대해 명도와 채도차이 색채의 보색에 따라 유도 사인의 시인성이 높아진다는 것과 바탕색이 어두울수록 행위에 대한 심리적 영향도 미친다는 것을 알 수 있었다. 따라서 노인시설의 유도 사인을 계획할 때, 색채 배색 계획과 함께 색채에 대한 심리적 작용이 동시에 고려되어야 한다는 것을 알 수 있었다. 본 연구의 인터뷰 실험 결과는 다음과 같다.

60대의 실험자 인터뷰 조사는 다음과 같다. 시인성인 낮은 색상으로 실험자 A와 B는 같은 의견인 반면, Alt6은 바탕색이 흰색이어서 계단이 구분이 되지 않아 넘어질 것 같다고 응

답 하였고 바탕색이 무채색이나 한색인 경우 시인성이 낮다고 답변하였다. 실험자A는 Alt2가 바탕색이 밝고 화살표 색이 어두워 시인성이 높다고 답하였고 실험자 B는 Alt1이 바탕색과 화살표 색이 서로 보색 관계라서 눈에 잘 띈다고 답변하였다.

둘째, 70대의 인터뷰에서는 Alt2이 가장 시인성이 높은 것으로 나타났다. 실험자C는 Alt2의 배색에 대해 가장 큰 면적을 차지하는 바탕의 색이 밝고 화살표의 색이 대비를 이루는 검은색이라 시인성이 높다고 하였다. Alt6에 대한 의견으로는 Alt2과 같은 밝은 색이지만 벽면의 색과 비슷해 구분이 어렵다고 응답했다. 실험자D 또한 실험자 C와 같은 의견이고 특히, Alt1과 Alt3에 대해 방향지시 화살표는 시인성이 좋으나 바탕색이 어두워 심리적 압박감이 느껴져 행동하기 꺼려진다고 응답하였고, Alt4에 대해서도 노안으로 Alt1, Alt3의 색상 차이는 크게 느껴지지 않는다고 응답하였다.

셋째, 80대 실험자 E, F는 인터뷰에서는 70대 실험자 C, D와 같은 Alt2가 가장 시인성이 높다고 응답하였다. 하지만, 70대 실험자들과는 달리 사인의 시인성과 함께 바탕색에 대한 심리적 안정감을 주요 선택의 이유로 응답하였다. Alt6에 대해 시인성이 가장 좋지 않으며 Alt1, Alt3과 함께 계단과 계단의 구분이 힘들어 신체적 핸디캡을 가지고 있는 노인의 경우 실족의 위험이 예상된다고 인터뷰에 응답하였다.

본 연구는 적은 연구대상자 수와 짧은 분석기간으로 진행된 인터뷰 실험이므로, 노인의 시지각 특성과 반응도의 효과를 충분히 알아보기에는 미흡하였지만, 추후 인지기능을 분명하게 측정하기 위한 색채배색 프로그램의 구체화, 계단과 벽의 형태 및 배색 등을 달리하여 디자인하는 것이 중요하다는 것을 보여준 연구라고 할 수 있다.

참고문헌

1. 오금호, 박소순, 유병태, 정소영, 권효순, 구도훈, 현보람, 안전약자 유형별 생활안전 콘텐츠 발굴, 국립재난안전연구원, p.33, 2013.
2. 천진희, 노인의 삶의 질 향상을 위한 주거환경 디자인, 파주: 집문당, 2008.
3. 최정수, 비상계단 벽면의 색채 안전디자인에 관한 연구, 한국디자인문화학회지, 2017, 제23권 4호.
4. 일본인테리어산업협회, 고령자를 위한 조명과 색채. 경기도: 도서출판국제, 2001.
5. 이영주, 이정교, 공간디자인에서 색채대비에 의한 시각적 연속성에 관한 연구, 한국공간디자인학회, 2010, 제5권 2호.
6. 전은정, 고령자를 배려한 유니버설디자인의 색채 가이드라인 구축, 한국색채학회논문집, 2015, 제29권 2호.
7. 산업표준심의회, 그래픽심볼:안전색 및 안전 표지, 2017, 제3부.
8. 노태진, 강소현, 손다정, 백진경. 전시컨벤션센터 유도안내 사인 디자인에 관한 연구. Journal of Integrated Design Reseach, 2011.
9. 윤해림. 색채지각론과 색채체계론. 도서출판 국제. p68. 2008.
10. 노만섭. 남호정. 퍼스의 기초학적 분석을 통한 유니버설 사인디자인 시각체계 제안. 브랜드디자인학연구. 2014.
11. 김경민. 이정교. 아파트 외부 보행공간 사인디자인의 색채에 관한 연구. 한국공간디자인학회. 2010.
12. 배용진. 이석현. 공공공간의 사인색채 개선방향. 한국색채학회. 2015.
13. 안수진. 김수연. HMD(Head Mounted Display) 기반 가상현실에서 사용자의 적응시간에 따른 주의집중과 주시특성. 한국실내디자인학회. 2018.

유기적 표현특성에 의한 의료관광호텔 디자인계획에 관한 연구

- 공용공간을 중심으로 -

A Study on Space Design Planning for Medical Tourism Hotels Applying Expression Characteristics of the Organic

Author 최범주 Choi, Beom-ju / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인전공, 석사과정
윤은경 Yun, Yean-kyung / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인전공 교수, 건축학박사*

Abstract According to the Ministry of Health and Welfare, the number of foreign patients visiting South Korea for medical purposes increased from about 60,000 in 2009 to more than 320,000 in 2018, and increased explosively in about 10 years. However, the reality is that South Korea does not have the service space inside the hotel that only has medical technology development and advanced medical systems. As a result, rather than designing a high-tech, cold medical space, an organic design that can recognize the physical and mental well-being of the patient and comfortable feelings will be needed. Therefore, the purpose of this study is to plan Public space design of medical tourism hotels to which organic expressive characteristics that can share emotional or using characteristics of materials and shapes are applied.

Keywords 의료관광호텔, 지역 커뮤니티, 상호작용, 소통, 디자인계획
Medical tourism, Local community, Interaction, Communication, Space design Planning

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

보건복지부에 따르면 한국 의료 목적 방문 외국인 환자 수가 2009년 약 6만 명에서 2018년 32만 명 이상으로 기록되며 근 10년 동안 폭발적으로 증가했다.¹⁾ 의료관광객들은 일반 관광객보다 소비의 양이 많고 체류 기간이 길어 메가트렌드(Mega trends)로 꼽힐 만큼 잠재력이 높는데 이러한 경향은 의료 서비스 산업에 잠재력이 높은 중요한 고객으로 인식되고 있다. 국내 의료관광의 강점은 상위권의 의료기술, 의료서비스, 관광자원 그리고 합리적인 가격이라 할 수 있다. 한국의 의료기술과 의료수준은 아시아에서 높은 수준이며 선진국의 80~90%에 해당 된다.²⁾ 하지만, 우리나라는 의료기술 발달 및 선진 의

료 시스템만큼의 호텔 내 서비스 공간이 따라오지 못하는 것이 현 실정이다. 이에 따라, 하이테크(High-tech)적이고 차가운 의료공간의 디자인보다는 환자의 심신과 안정과 편안한 감정을 인지할 수 있는 유기적 디자인에서의 감성적인 디자인이 필요할 것으로 본다.

따라서 본 연구에서는 재료와 형태의 특성을 통해 감정적 인지를 공유할 수 있는 유기적 표현특성이 적용된 의료관광호텔의 공용공간 디자인의 계획하는 것을 목적으로 한다.

1.2. 연구 방법 및 범위

본 연구는 의료관광객을 대상으로 운영하는 호텔 또는 병원 수준의 의료시설을 가지고 있고 호텔의 기능을 함께 하는 곳을 연구 범위로 한정한다. 연구 방법은 2장에서 선행연구·문헌 자료를 통해 의료관광호텔 공용공간에 대한 이론적 고찰을 진행한다. 3장에서 유기적 개념에 대한 이론적 고찰과 특성을 도출한다. 4장에서 도출된 키워드와 기준틀을 바탕으로 국내·외 사례를 분석한

* 교신저자(Corresponding Author): cbj7535@hanmail.net

1) 호텔뉴스, 호텔엔레스토랑, n.d. 수정, 2019.10.7. 접속, 고부가가치산업으로 주목받는 의료관광, 의료 관광객 관광업계 큰손 될까?, <https://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=22296507&memberNo=6606492>.

2) 김효재, 의료관광 마케팅 분석에 의한 국제병원 실내공간 계획에 관

한 연구, 석사, 홍익대학교 건축도시대학원, 2012. 8, p.32.

다. 5장에서 사례조사를 종합·정리하고 의료관광 호텔 공용공간의 디자인계획에 대한 방향을 제시한다.

2. 의료관광호텔 공용공간의 이론적 고찰

2.1. 의료관광의 이해

(1) 의료관광의 개념

‘의료관광’은 의료와 관광 서비스가 합쳐진 의미로 의료 관광(medical tourism), 건강관광(health tourism), 의료여행(medical travel), 웰빙관광(well-being/wellness tourism), 글로벌 헬스케어(Global healthcare) 등 다양한 용어가 혼용되어 사용된다.³⁾ 의료관광에 대한 정의를 살펴보면 <표 1>과 같다.

<표 1> 의료관광의 정의

주 체	정 의
OECD	한 국가의 국내 의료서비스 업체가 외국인 방문객을 대상으로 의료 시술행위를 하는 것
관광진흥법	국내 의료기관의 치료, 치료, 수술 등 의료서비스를 받는 환자와 그 동반자가 의료서비스와 병행하여 관광을 하는 것

(2) 의료관광의 유형

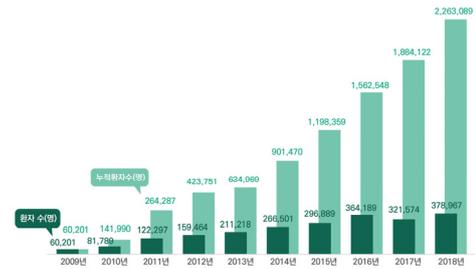
본 논문은 의료관광의 유형에 따른 공용공간을 제공하기 위하여 선택 치료형과 수술 치료형 2가지 유형으로 살펴보고자 한다.⁴⁾ 세부내용은 <표 2>와 같다.

<표 2> 의료관광의 유형

분 류	유 형	목 적
선택 치료형	미용 의료관광	성형이나 미용, 피부 및 바디마사지, 온천, 스파 등의 프로그램 제공
	휴양 의료관광	휴양을 할수 있는 자연환경과 건강을 위한 의료 서비스 제공
수술 치료형	질병 의료관광	생명과 직결되는 응급한 상황에서 타국의 의료기 술행위를 취함
	전통 의료관광	만성질환, 알레르기 등 비교적 가벼운 질병 치료 목적과 관광지의 고유 전통의학 체험
	장기 재활형	요양 및 재활을 위한 프로그램과 센터

(3) 의료관광의 동향

2009년부터 취합된 ‘외국인 환자 통계’를 살펴보면, 2009년 환자 수는 60,201명, 2018년 환자 수는 378,967명으로 총 누적 환자 수는 2,263,089명으로 집계되었다.⁵⁾ 이를 통해 우리나라를 찾는 외국인 환자 수가 빠른 성장세를 보임을 알 수 있다.



<그림 1> 연도별 방한 외국인 환자 수

2.2. 의료관광호텔의 이해

(1) 의료관광호텔의 개념

의료관광호텔이란 의료시설과 호텔시설을 합한 형태로 「관광진흥법」 시행령 제2조에서 “의료관광객의 숙박에 적합한 시설 및 취사도구를 갖추거나 숙박에 딸린 음식, 운동 또는 휴양에 적합한 시설을 함께 갖추어 주로 외국인 관광객에게 이용하게 하는 업”이라 정의하였다.⁷⁾ 메디텔(Meditel)이라는 단어와 혼용하여 사용하는데 메디텔은 ‘메디신(medicine)’과 ‘호텔(hotel)’이 합성어로 메디컬 서비스를 제공하는 시설을 갖춘 호텔을 뜻한다.⁸⁾

(2) 의료관광호텔의 유형

의료관광호텔은 위치에 따라 교외형·시내형으로 나누는데, 교외형의 경우 도시 외부에 위치하여 휴양 및 건강증진을 목적으로 하는 형태이다. 시내형의 경우 다시 복합형과 분리형으로 나눌 수 있는데, 복합형의 경우 시내의 교통이 원활한 지역에 위치하여 치료 및 건강진단을 받고 회복을 위한 휴식을 취하는 고층형태이고, 분리형의 경우 기존 운영하던 병원 부지 내 혹은 근처 부지에 설립하는 의료시설과 숙박시설을 별도의 건물로 계획한 중층형태의 호텔이다.

<표 3> 위치에 따른 의료관광호텔의 유형

분 류	설 명	
교외형	도시 외부에 위치하여 휴양 및 건강증진을 목적으로 하는 형태	
시내형	복합형	시내의 교통이 원활한 지역에 위치해 치료 및 건강진단을 받고, 회복을 위한 휴식을 취하는 고층형태
	분리형	기존 운영 중인 병원 부지 내 혹은 근처 부지에 설립하는 의료시설과 숙박시설을 별도의 건물로 계획한 중층 형태

(3) 의료관광호텔의 공간구성

의료관광호텔은 외국인 환자와 그 가족 및 동반자를 대상으로 하는 의료관광용 숙박업으로 숙박 부문·공용 부문·관리 부문으로 나눌 수 있으며 이는 다시 수익 공

3) 윤현경, 의료관광관계자의 전문성이 직무만족과 고객 지향성에 미치는 영향, 석사, 건양대학교, 의료관광마케팅학과, 2015, p.8.

4) 임태경, 의료관광호텔 실내공간계획에 관한 연구 : 바이오모픽(Biomorphic) 표현특성을 활용한, 석사, 홍익대학교 건축도시대학원, 2015, p.9.

5) 외국인 환자 10년 간 누적 226만명 달성..지난해 38만명 유치, 파이낸셜뉴스, n.d. 수정, 2019. 12. 20 접속,

6) 보건복지부, 2018년 외국인환자 38만 명, 10년 간 누적 226만 명 달성 n.p: 보건복지부, 2019, p.1.

7) 호텔업 등급결정사업, 한국관광공사, n.d. 수정, 2019. 10. 15 접속,

8) 임태경, 의료관광호텔 실내공간계획에 관한 연구 : 바이오모픽 표현특성을 활용한, 석사, 홍익대학교 건축도시대학원, 2015, p.9 재인용

간과 비수의 공간으로 구분할 수 있다. 일반호텔의 공간 구성과 큰 차이는 없으나 진료와 숙박을 한 곳에서 해결할 수 있으며 의료 목적에 맞는 맞춤형 서비스를 제공할 수 있다는 차이가 있다. 예를 들어 환자 진단 코디네이터가 상주해 있어 환자와의 의사소통 등의 불편함을 해소할 수 있다. 또한, 의료관광호텔 시설기준에 따라 객실별로 취사시설이 설치되어 있거나 층별로 공동취사장이 설치되어 있어야 한다.⁹⁾

<표 4> 의료관광호텔의 공간구성

분 류	수의 공간	비수의 공간
숙박 부문	객실 (취사시설 포함)	입구, 창고 등
공용 부문	연회장, 피트니스 클럽, 수영장, 실내 골프 연습장, 식음시설(카페, 바) 등	로비, 라운지, 엘리베이터 홀, 직원실, 계단실, 화장실 등
관리 부문	주차장, 세차장 등	수화물실, 기계실, 설비실 등

2.3. 의료관광호텔 공용공간의 이해

(1) 국내·국의 국제진료병원의 공용공간 비교

국내 의료관광호텔의 공용공간(공용 부문)을 로비, 라운지, 엘리베이터 홀, 복도 등을 포함하는 공간이라 했는데 의료 관광객들에게 보다 좋은 서비스와 의료에 특화된 서비스를 제공하기 위해서는 일반적인 호텔의 공용공간과는 차별화되는 공간구성이 필요하다. 이에 따라 비슷한 의료서비스 시설을 수용하고 있는 국제진료병원의 국내·외 사례와의 비교를 통해 국내 의료관광호텔 공용공간 구성의 개선점을 찾고자 한다.

국내 국제진료병원 공용공간의 경우 일반 대기실, 라운지 등의 공간 외에 통역사실, 휴게실 등을 두어 환자들을 위한 공간이 조성된 것을 볼 수 있었고, 해외 국제진료병원의 경우 병원·문화 관광·공항 안내실과 환자들이 외국인인 점을 감안한 종교별 기도실·환전실·문화별 휴게 공간 의료 분쟁 안내실이 구성되어 있었다. 즉, 국내보다 외국인 환자들에게 특화된 공간이 다양하게 존재하는 것을 알 수 있었다.

<표 5> 국내·국의 국제진료병원의 공용공간 구성

구 분	내 용
국내 국제진료병원	진료실, 대기실, 휴게실, 비자 신체 검사실, 4개국 통역실
해외 국제진료병원	진료상담실, 병원 안내실, 각국 통역사 대기실, 문화관광안내실, 종교별 기도실, 환전실, 문화별 휴게공간, 공항 안내실, 보험 관리실, 환자 가족 별관 숙소, 의료 분쟁 안내실 등

(2) 의료관광호텔 공용공간 구성

국제진료병원의 공용공간 구성 사례를 빌어 의료관광호텔의 공용공간 구성을 체험 부문·안내 부문·식음 부문

9) 문화체육관광부 [관광진흥법 시행령 제5조(등록기준)] [법률 의료법 제27조의2제3항], 한국관광공사, n.d. 수정, 2019년 10월 30일 접속, https://www.hotelrating.or.kr/appl_intro.do

문·헬스 부문 4가지로 구성해 보았다.

체험 부문은 직접적인 의료 서비스와는 별개로 환자들의 빠른 회복을 돕기 위해 심리적인 안정감을 느낄 수 있도록 만들어 주는 공간으로 각 나라별 문화체험 공간, 문화별 휴게실, 종교별 기도실, 환자 개별 서비스실 등이 있다. 안내 부문의 경우 호텔을 이용하는 ‘외국인’이라는 환자와 환자 가족들의 특성을 고려하여 병원 안내실, 문화관광 안내실, 공항 안내실, 의료 분쟁 안내실 등의 안내하는 프로그램을 갖추고 있어야 한다. 식음 부문의 경우 환자들의 적응을 돕기위하여 각 국가별 음식을 제공하거나 또는 한국의 전통음식을 제공할 수 있는 카페나 레스토랑과 같은 공간이다. 헬스부문의 경우 환자들의 빠른 회복을 돕기 위한 공간으로 피트니스실, 마사지실, 수영장 등의 공간을 포함한다.

<표 6> 의료관광호텔 공용공간 구성

구 분	내 용	
체험 부문	국내의 문화를 체험할 수 있도록 다양한 프로그램 제공 각 나라의 다양한 문화를 수용할 수 있는 프로그램을 갖추고 있어야 함	내 문화 체험 공간, 환자 개별 서비스실, 진료 상담실, 문화별 휴게 공간, 종교별 기도실 등
안내 부문	병원, 관광, 공항, 의료 분쟁 등 다양한 간접 서비스를 안내하는 프로그램 필요	환전실, 병원안내실, 문화 관광안내실, 공항안내실, 의료분쟁안내실 등
식음 부문	각 국가별 음식 또는 한국의 전통음식을 제공할 수 있어야 함	카페, 레스토랑 등
헬스 부문	환자들의 빠른 회복을 돕기 위한 공간	피트니스실, 수영장, 골프 연습장, 마사지실 등

3. 유기적 특성에 대한 이론적 고찰

3.1. 유기적 개념

(1) 유기적 개념의 정의

유기적 개념은 생물학·문학·미학·등 다양한 학문에서 등장하여 발전된다. 생물학에서는 생물이 지니는 성장과 변화의 원리·형태와 기능의 관계를 핵심적 개념으로 보았고, 문학에서는 인간이 자연이나 고전의 단순성으로 돌아간다는 것을 뜻하는 낭만주의의 특성이 유기적 개념으로 해석되었다. 또, 미학에서는 인간과 자연의 친밀한 조화로 이루어지는 환경을 유기적의 원리로 보고 발전되었다.¹⁰⁾ 이렇듯 이지만 자연 속 생물의 형상을 모방하여 다양한 학문에 적용되어 광범위한 형성을 이뤘었다.

(1) 유기적 개념의 의미 변화

유기적 개념은 본래 자연에 대한 성장 과정과 변화의 속성을 바탕으로 본질적인 해석이 이루어졌으나 근대에 이르러 응용적인 면에서 원리를 설명하는데 활용되거나 은유적인 면에서 어떤 과정을 묘사하는데 활용되면서 그

10) 이지나, 20C 공간의 유기적 자연형태 특성에 관한 연구, 석사, 홍익대학교 산업미술대학원, 2003, p.26.

의미가 변화하기 시작하였다. 1900년대를 기준으로 유기적 개념의 변화를 살펴보면 <표 7>와 같다.

<표 7> 유기적 개념의 의미 변화

근대(1900년대) 이전	근대(1900년대) 이후
<ul style="list-style-type: none"> 유기체나 자연에 대한 관계적 해석을 비례와 균형의 절대미의 근원으로 간주함 유기적 생명체가 갖는 여러 원리들을 단편적으로 디자인에 활용 자연과 유기적 대한 영상적 해석을 정적 과정으로 전개 자연이나 인간을 우주에 종속된 것으로 해석 	<ul style="list-style-type: none"> 인간과 자연에 대한 사고를 변화의 동적인 시각에서 규정 자연 지역, 전통 소재의 사용으로 자연계질서를 반영하고 기후적 특성에 순응 건축가 각자 특유한 방법으로 전개시켜 곡선적, 비대칭적, 개별적, 전체적 등으로 해석 보다 본질적이고 근본적인 해석을 통해 기능적인 미로 규명

3.2. 유기적 개념의 표현 방식

(1) 자연에서 나타나는 유기적 개념의 표현

자연은 보이지 않는 어떤 질서와 균형으로 이루어져 있으며 모든 생물은 유기적 구조를 가지고 자연의 법칙에 의해 생명을 지탱한다.¹¹⁾ 따라서, 유기적 개념과 밀접한 관계가 있는데 형태적·관계적·미적 표현으로 구분할 수 있다.

<표 8> 자연에서 나타나는 유기적 개념의 표현

분 류	표현 방법	내 용
형태적 표현	나선형	짧으나 우회적으로 점들을 연결함 통일성이 있음 완벽한 규칙적인 방법으로 그 자신을 둘러쌓음 이차원적인 공간을 모두 채울 수 있음 무한한 팽창이 가능하고 전체 길이가 매우 짧음
	우회형	무질서, 혼란, 통일성 없음, 간접적임 무한한 팽창이 가능하고 전체 길이가 매우 짧음
	방사형	일정한 각도를 가지며 통일성 있음 점과 점을 연결하는 선이 길 직접적인 연결이 좋음
관계적 표현	연계, 조화	독립적이지 않고 상호보완적 관계 주변과의 연계된 관계를 통해 조화를 이룸 지역의 문화와 종교, 전통의 특성과의 연계적 관계와 조화를 이루어야 함
미적 표현	비례, 대칭과 균형, 대비, 리듬, 스케일	

(2) 공간에서 나타나는 유기적 개념의 표현

공간에서 유기적 개념은 생명감을 직·간접적으로 표현함으로써 인간의 오감을 자극하고 본능적 심성을 끌어낼 수 있기 때문에 많이 사용되는데, 직접적인 표현 방법은 물성의 표현과 비 물성의 표현이 있고, 간접적인 표현 방법은 비선형 곡선, 자유 곡선과 곡면, 자연요소의 추상화, 기능과 형태의 유기적 통일성을 추구하는 것으로 분류할 수 있다. 세부내용은 <표 9>와 같다.

<표 9> 공간에서 나타나는 유기적 개념의 표현

분 류	표현 방법	내 용
간접적 표현	물성의 표현	경험으로 인해 쉽게 이해할 수 있는 것 다양한 물성을 감추거나 혼용하며 혼합적인 재료를 강조하고 여러 재료를 겹치는 방법을 사용하여 표현
	비물성의 표현	물, 불, 흙과 돌, 식물과 동물과 같은 자연물을 유기적으로 표현하는 것 인공적인 실내공간에 생명력과 활기를 불어넣어 쾌적한 환경을 조성하고 공간을 더욱 풍부하게 만들어 주는 효과
직접적 표현	비선형곡선의 표현	은유·유추를 통해 자연을 시각적으로 표방 자연물의 형태를 모방과 변형을 통해 재구성함으로써 유기체의 형태를 다의적으로 인식하고, 해석
	자유곡선과 곡면에 의한 표현	부드러운 곡선이나 생동감 있는 곡면 이러한 자유 곡선에도 규칙성이 적용
	자연요소와 추상화에 의한 표현	자연물의 형태를 모방하여 유기물의 형태를 추상적으로 공간에 표현
	기능과 형태의 유기적 통일성에 의한 표현	실내 공간의 전체와 각 부분의 관계를 결합체의 이미지로 추구하는 것

3.3. 유기적 특성 도출

(1) 유기적 특성 도출

<표 10> 선행연구에서 나타난 유기적 개념의 특성

분 류	특 성	도출특성
Frank L. Wright	비대칭성, 상호관계성	상호관계성
Walter Gropius	관계성	관계성
Norman Newton	연결성, 관계성, 역동성	관계성, 역동성
Ando Tadao	추상성, 본질성	본질성
이근택 (1994)	지속성, 연속성, 반복성	반복성
이연실 (2010)	물질성과 비물질성, 추상성, 역동성	역동성

6가지의 선행연구에서 나타난 유기적 특성을 바탕으로 본 논문에서는 유기적 특성을 역동성, 상호관계성, 반복성 세 가지로 도출하였다.

(2) 유기적 특성

① 역동성

수직선과 수평선의 단조로움에서 사선과 곡선을 통해 역동적인 선을 표현할 수 있으며, 단조로울 수 있는 면에 매스(Mass)와 볼륨(Volume)을 통해 보이드(Void)와 솔리드(Solid)를 나타내어 형태의 풍성함을 나타낼 수 있다. 직접 보고 느끼는 과정을 통해 역동적인 형태와 시각적인 재미를 함께 느낄 수 있다. 또한 왜곡과 변형, 스케일의 변형을 통해 주변 환경과의 이질성을 나타내어 강조하거나 단조로운 것에 과장된 표현을 통해 나타낼 수 있는 방법이 있으며, 삼차원적인 변형 뿐 만아니라 이차원적인 부분에서도 색채의 보색대비, 또는 반대되는 재료의 표현을 통해 역동성은 표현이 가능하다.

② 상호관계성

자연과 사람, 사람과 사람, 공간과 사람, 감각과 공간 등 무수히 많은 두 개 이상의 관계적 사이에서 시작될 수 있다. 이는 자연이 가지고 있는 특징과 건축이 함께

11) 진혜진, 자연의 유기적 요소가 적용된 공간표현 기법에 관한 연구, 석사, 국민대학교, 2006, p.10.

상생할 수 있는 접점, 공간이 가지고 있는 성질과 사용하는 사람의 요구를 충족시키기 위한 동선 유도 등 주변에서 흔히 볼 수 있는 사소한 마찰에 의해서도 일어날 수 있는 모습이라 할 수 있다.

③ 반복성

패턴(Pattern)과도 같은 의미로 해석할 수 있는데 기본적인 형태의 구성은 동일한 형태가 둘 이상 배열되는 상태를 말하며 점과 점 사이에는 점이, 선과 선 사이에는 선이, 형태와 형태 사이에는 공간이, 사건과 사건 사이에서는 사건이 동일한 패턴으로 연속되어 가는 것을 말한다.¹²⁾

4. 사례조사 및 분석

4.1. 범위 및 방법

사례조사의 대상 범위는 국내 사례의 경우 의료관광호텔이 활성화되어 있지 않았기 때문에 의료관광객을 대상으로 운영하는 호텔 중 2곳을 선정하였고, 해외 사례의 경우 1996년 이후 개원 한 병원 수준의 의료시설을 가지고 있고 호텔의 기능을 함께하는 사례 중 2곳을 선정하였다. 분석 방법은 홈페이지와 책·잡지 등의 문헌 자료를 참고하고, 현장답사를 통해 조사하였다.

4.2. 사례분석

(1) 그랜드 인터컨티넨탈 호텔

<표 11> 그랜드 인터컨티넨탈 호텔 분석표

그랜드 인터컨티넨탈					
공간 개요	위 치	서울시 강남구 봉은사로 524	연 도	1999년	
	규 모	지하1층~지상30층	면 적	-	
외관 및 평면					
	특 성	체험 부문	안내 부문	식음 부문	헬스 부문
표현 특성	역동성	-		-	
	상호관계성				-
	상호관계성	스파 공간을 야외에 배치하여 자연과 인접할 수 있는 공간 제공	마감재를 통해 공간을 모호하게 분리시켜 자연스러운 동선 유도	다양한 색상과 마감재를 통해 다양한 음식을 먹을 수 있는 공간 제공	-

12) 손지민, 프랙탈 기하학의 조형성을 응용한 주얼리 디자인 연구, 석사, 중앙대학교 대학원, 2018. 2, p.14.

반복성				
	독재를 반복적으로 사용하여 편안한 공간 연출	동근 형태 가구를 반복적으로 배치	화이트 도장과 독재의 반복으로 차분한 공간 연출	천장에 격자 패턴을 활용하여 진취적이고 밝은 분위기 연출

(2) WE호텔

<표 12> WE호텔 분석표

WE호텔					
공간 개요	위 치	제주특별자치도 서귀포시 1100로 453-95	연 도	2014년	
	규 모	지하1층~지상4층	면 적	161,670㎡	
외관 및 평면					
	특 성	체험 부문	안내 부문	식음 부문	헬스 부문
표현 특성	역동성	볼트 구조를 형상화하여 볼륨감 형성	큰 창과 곡선의 바리솔을 통해 시원한 공간으로 표현	채도 차이가 큰 재료를 사용하여 공간의 대비 형성	곡선의 형태 사용
	상호관계성	스파 수 구조를 통해 공간 구획 형성	색상 톤 차이를 통해 구획을 형성하고 동선 유도	-	큰 창을 활용하여 내부와 외부의 경계 모호
	반복성	천장의 패턴을 활용하여 방향성 제시	반원을 활용하여 천장과 계단을 통해 점진 효과를 표현	천장에 루버를 사용하여 안정적인 느낌 연출	-

(3) Chiva-som International Health Resort

<표 13> Chiva-som International Health Resort 분석표

Chiva-som International Health Resort					
공간 개요	위 치	73/4 PETCHKASEM ROAD, HUA HIN, THAILAND	연 도	1996년	
	규 모	지상3층	면 적	2만8000㎡	
외관 및 평면					
	특 성	체험 부문	안내 부문	식음 부문	헬스 부문
표현 특성	역동성		-		-
	상호관계성	원을 통한 구획과 색채 대비	-	채도가 높은 색상과 마감재를 활용하여 활발한 느낌 제공	-
	상호관계성	자연과 사람이 공존 할 수 있	-	지역적 특색이 나타날 수 있는	-

	는 공간 디자인		색상과 마감재 사용	
반복성	-		-	
	-	천장과 바닥의 같은 마감재를 사용하여 공간 구획	-	패턴을 활용하여 강조

(4) The Farm at San Benito

<표 14> The Farm at San Benito 분석표

The Farm at San Benito						
공간 개요	위치	LIPA CITYM BATANGAS, 4227			연도	2001년
	규모	지상1층~지상16층			면적	48만 1500 m ²
외관 및 평면	 					
표현 특성	특성	체험 부문	안내 부문	식음 부문	헬스 부문	
	역동성	 곡선을 활용하여 공간 구획	-	-	-	
	상호관계성	 자연과 함께 공존할 수 있는 공간 디자인	 지역에서 쉽게 접할 수 있는 마감재를 통해 편안한 공간 제공	 큰 창을 통해 자연 요소를 내부로 끌어들이기	 자연과 맞닿아 있지만 분리되는 공간을 형성	
	반복성	 실제 자연 요소인 돌을 반복적으로 사용하여 공간 형성	 전체적인 색의 조화와 마감재의 반복으로 편안한 공간 형성	-	-	

4.3. 사례분석 종합

<표 15> 사례 종합 분석결과

구분	국내사례				국외사례									
	그랜드 인터컨티넨탈 호텔				WE 호텔									
공용공간	체험	안내	식음	헬스	체험	안내	식음	헬스						
유기적 특성	역동성	-	●	-	●	●	●	-	●	-	●	-	-	-
	상호관계성	●	●	●	-	●	●	-	●	●	-	●	●	●
	반복성	●	●	●	●	●	●	-	-	●	-	●	●	-

유기적 개념을 적용하여 의료관광호텔 공용공간의 사례를 분석하기 위해 체험 부문, 안내 부문, 식음 부문, 헬스 부문 총 네 가지 공간에서 역동성, 상호관계성, 반복성이 어떻게 표현되어있는지 살펴보았다. 사례분석의 결과 공용공간의 구성과 유기적 특성 모두 국외 사례보다 국내 사례에서 더욱 잘 되어 있음을 알 수 있었다.

역동성은 시각적으로 이목을 집중시키는 활동적인 디자인 표현으로 사용자의 호기심을 자극하는 효과가 있어 체험 부문과 안내 부문에서 많이 나타났다. 상호관계성은 자연의 요소를 공간 내부로 끌어들이어 고객이 편안함을 느낄 수 있도록 표현되었는데 모든 공용공간 잘 나타나고 있었고 유기적 특성 중 가장 많이 사용되는 특성이었다. 반복성은 보다 편안하고 안정되며 간접적인 공간의 영역을 표현할 수 있는 효과를 주기 때문에 마감재와 색상 등 다양한 표현을 통해 공용공간에서 제한 없이 나타나고 있었다.

5. 결론

사례조사 대상인 호텔은 의료관광객이 편안하게 쉴 수 있는 공간이 마련되어 있었는데, 특히 국외사례의 경우 실내와 실외의 경계를 모호하게 함으로써 자연을 쉽게 접하여 휴식할 수 있는 공간을 제공하고 있었다. 그러나, 의료관광객들의 수요가 점차 증가하고 있고 그들의 다양한 요구에 부응하는 공용공간을 만들기 위해서 새로운 디자인에 대한 필요성을 인식하고 본 연구에서는 유기적 특성을 활용하였다. 매스(Mass), 볼륨(Volume), 보이드(Void) 등을 통하여 공간에 변화를 주는 역동성, 사람과 공간의 관계 사이 자연요소를 이용한 상호관계성, 형태와 재료의 반복적 사용을 통한 반복성을 적용한 공용공간을 디자인한다면 더욱 많은 의료관광객에게 의료에 대한 피곤함과 긴장감을 해소할 수 있는 공간이 제공될 것이다.

이에 따라, 본 연구를 통해 유기적 디자인이 가지고 있는 특성을 활용하여 역동성, 상호작용성, 반복성이 나타날 수 있는 의료관광호텔의 공용공간에 대하여 앞으로 많은 연구가 폭넓게 이루어지기를 기대한다.

참고문헌

1. 호텔뉴스, 호텔엔레스토랑, n.d. 수정, 2019.10.7. 접속, 고부가가치 산업으로 주목받는 의료관광, 의료 관광개 관광업계 큰손 될까?, <https://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=22296507&memberNo=6606492>.
2. 김효재, 의료관광 마케팅 분석에 의한 국제병원 실내공간 계획에 관한 연구, 석사, 홍익대학교 건축도시대학원, 2012. 8. p.32.
3. 윤현경, 의료관광관계자의 전문성이 직무만족과 고객 지향성에 미치는 영향, 석사, 건양대학교, 의료관광마케팅학과, 2015. p.8.
4. 임태경, 의료관광호텔 실내공간계획에 관한 연구 : 바이오모픽

- (Biomorphic)표현특성을 활용한, 석사, 홍익대학교 건축도시대학원, 2015, p.9.
5. 외국인 환자 10년 간 누적 226만명 달성..지난해 38만명 유치, 파이낸셜뉴스, n.d. 수정, 2019. 12. 20 접속.
 6. 보건복지부, 2018년 외국인환자 38만 명, 10년 간 누적 226만 명 달성 n.p.: 보건복지부, 2019, p.1.
 7. 호텔업 등급결정사업, 한국관광공사, n.d. 수정, 2019. 10. 15 접속.
 8. 임태경, 의료관광호텔 실내공간계획에 관한 연구 : 바이오모픽 (Biomorphic)표현특성을 활용한, 석사, 홍익대학교 건축도시대학원, 2015, p.9 재인용.
 9. 문화체육관광부 [관광진흥법 시행령 제5조(등록기준)] [법률 의 료법 제27조의2제3항], 한국관광공사, n.d. 수정, 2019년 10월 30일 접속, https://www.hotelrating.or.kr/appl_intro.do.
 10. 이지나, 20C 공간의 유기적 자연형태 특성에 관한 연구, 석사, 홍익대학교 산업미술대학원, 2003, p.26.
 11. 진혜진, 자연의 유기적 요소가 적용된 공간표현 기법에 관한 연구, 석사, 국민대학교, 2006, p.10.
 12. 손지민, 프랙탈 기하학의 조형성을 응용한 주얼리 디자인 연구, 석사, 중앙대학교 대학원, 2018. 2, p.14.

관계마케팅의 특성을 적용한 라이프스타일 호텔 실내공간계획에 관한 연구

A Study on Lifestyle Hotel Space Planning with Relationship Marketing Characteristics

Author 권윤환 Kwon, Yoon-Hwan / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인전공 석사과정
윤은경 Yun, Yean-Kyung / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인전공 교수, 건축학 박사*

Abstract Lifestyle hotels offer private experience more than other brand-name hotels. These days, lifestyle hotels have become cultural and artistic icons that reflect the lifestyles of consumers, and they are just a concept of accommodation, but also a destination. The relationship marketing space required for the relationship between lifestyle hotels and customers is advantageous for creating an efficient relationship and responding to changes in values. Changes in lifestyle and the millennium generation have emerged as the main consumers, and customer values and beliefs have changed as society rapidly develops and changes. In order to cope with such an early change, mutual influences and relationships are formed, and spaces and spaces are connected to each other in the relationship and used with flexibility. The interaction of spaces and the creation of synergy effects is not the size of a lifestyle hotel, but the variety of feelings and sensibilities that fit your experience and customers.

Keywords 라이프스타일 호텔, 관계, 호텔, 관계마케팅, 공간계획
Lifestyle Hotel, Relationship, Hotel, Relationship Marketing, Space Planning

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

라이프스타일의 변화와 더불어 현대인들에게 호텔은 편안한 숙박과 식음공간의 기능을 넘어 자신만의 라이프스타일을 찾는 공간으로 변화하고 있다. 이러한 방향에 맞춰 라이프스타일 호텔이 등장하였고 라이프스타일 호텔은 보다 개인적인 경험을 제공하며 다양한 감각적인 경험을 제공한다. 이로 인해 라이프스타일 호텔은 밀레니얼 세대들이 특별한 목적지로써 찾아가는 공간이 되고 있다. 관계마케팅은 관계와 커뮤니케이션 그리고 네트워크를 통해 보여지는 마케팅이며 특히 호텔분야에 있어서 관계 마케팅은 중요한 요소로 작용된다. 호텔에서의 관계마케팅은 이용고객과의 끊임없는 커뮤니케이션 및 신뢰등을 통하여 상호관계를 유지하는 마케팅으로써 호텔에 대한 고객의 선호도를 증대시키는 요소로 작용한다. 라이프스타일의 변화와 더불어 밀레니얼세대들이 선호하는 라이프 스타일 호텔의 공간에 호텔마케팅의 중요한

요소로 작용하는 관계마케팅 더 나아가 관계마케팅을 적용한 공간의 필요성을 제시한다. 이를 통해서 나타나는 라이프스타일 호텔에서의 관계마케팅의 특성을 살펴본 후 적용하여 공간을 계획하고 이를 연구하는 것에 목적을 두고 있다.

1.2. 연구 방법 및 범위

본 연구는 라이프스타일 호텔에서의 관계마케팅의 특성을 연구한 논문으로써 선행연구와 문헌고찰을 통해 2장에서 라이프스타일의 개념과 변화, 라이프스타일 호텔의 개념 및 정의, 공간구성을 이해하고 3장에서는 관계마케팅의 개념 및 배경, 관계마케팅을 적용한 공간의 개념 및 필요성과 유형을 이해하고 선행연구를 통해 관계마케팅의 특성을 도출하였다. 4장은 국내의 사례를 통해 라이프스타일 호텔에 관계마케팅의 특성을 적용하여 분석하였다.

* 교신저자(Corresponding Author); Yoonhwan1990@gmail.com

2. 라이프스타일 호텔의 이론적 고찰

2.1. 라이프스타일의 정의 및 변화

(1) 라이프스타일의 정의

라이프스타일은 기본적으로 '삶을 어떻게 살고 있는가'로 짧게 정리할 수 있다. 세부적으로는 돈과 시간을 사람들이 어떤 방식으로 소비하는지, 스스로와 주변의 환경에 관하여 어떤 것을 중요하게 여기는지로 설명할 수 있다.¹⁾ 즉, 개인의 인생관 그리고 생활태도를 포함하는 전반적인 생활양식을 의미하며 또한 사회 전체 혹은 그 구성원들이 공통적으로 갖게 되는 다른사람과는 구별되어지는 생활양식을 의미한다.

<표 1> 라이프스타일의 정의

학자	정의
이진희 (2005)	사람들이 어떠한 방식으로 시간을 소비하고 어떠한 것에 관심, 가치를 갖는지로 정의
서원석, 백주아 (2006)	일반적 인간의 행동본질의 중요한 사회적 지표로서 사람이 자신의 시간을 어떠한 방식으로 소비하고 어떠한 것을 중요하게 여기는지, 자신과 주변에 대해 어떻게 생각하는지에 관한 의미
양재연 (2007)	개인 혹은 집단의 생활방식으로써 어떤 활동 또는 무엇을 중요하게 여기는지, 자신과 주변 환경에 어떤 의견을 갖고 있는지에 대한 특징적 생활양식
김삼숙 (2009)	어떠한 특정 사회 혹은 개인의 독특한 생활양식으로써 사람이 사는 특징적 생활양식의 표현
김소연 (2010)	개인의 일상에서의 행동 또는 사고방식을 봤을 때 일정한 방향성을 띄게 하는 개념
김홍우 (2010)	사람이 생활이나 시간 또는 돈을 소비하는 유형으로 소비하는 행동에 영향을 주게 되는 인적특성
김인덕 (2013)	한명의 개인이 살아가는 방식 그리고 개인이 살아가며 사회적 상호작용으로 인하여 형성되는 그 한사람만의 내재적 특성
윤미숙 (2014)	개인 혹은 모든 사회 구성원들이 갖고 있는 가치, 태도 그리고 행동까지 모두 포괄하는 복합적 개념

선행연구를 바탕으로 재구성

(2) 라이프스타일의 변화

최근에 나타나는 현대인들의 라이프스타일의 변화는 먼저, 새로운 사회계층이 등장하게 되는데 과거와 달리 가족의 형태가 다양화되고 노인 인구가 증가, 독신자 수 증가 그리고 여성이 사회로 진출하게 되는 등의 요인으로 인해 변화되고 있다. 또한 가치관이 다양하게 변화하면서 사람들은 일 중심에서 여가를 즐기는 것을 더욱 선호하게 되고 휴식을 위해 할 수 있는 여행이나 캠핑 등 즐길 것이 많아지고 있으며 현대인들은 이를 누리는 것을 선호함이 나타난다. 일터에서도 일반화 되어야 했던 과거와는 달리 개성이 강조되고 있으며 일에 있어서 자아실현을 할 수 있는 직업을 찾고 개발해가는 사람들이 늘고 있다. 또한 각종 SNS가 발달하며 세계에 대한 정보를 쉽게 접할 수 있고 이는 합리적이고 다원적인 가치관을 촉진시킨다. 인터넷에서 쇼핑을 하고 해외직구등을 하기도 하며 개인 마케터와 같은 사람들도 계속 늘어나

1) 황규원. 소비자 라이프스타일에 따른 식공간 연출 요소에 관한 연구. 경기대 박사논문. 2008, p.8

고 있는 추세이다. 이러한 다양하고 넓은 시장에서 사람들은 가치있는 소비를 원하며 양적인 만족 보다는 질적인 만족을 추구한다.

<표 2> 라이프스타일의 변화²⁾

구분	가치관의 변화	라이프스타일의 변화
새로운 사회계층의 등장	물리적 만족에서 심리적 만족으로	가족형태의 다양화와 여성의 사회로의 진출, 독신자의 증가, 커뮤니티 활동의 확대, 실버세대의 증가
가치관의 다양화	물질의 이해에서 인간의 이해 일 중심에서 여가 중심으로 수동적인 것에서 능동적으로 관광에서 장기체험으로	여가활동의 다양화와 여행 및 캠핑이 증가하고 운동활동의 증가
도시가 변화되어짐	공간에 대한 인식의 변화 신, 구세대의 의식의 차이	복합공간개발, 활성화 입체적 공간의 활성화 지역 문화 활성화
노동구조의 변화	일반화에서 개성화로 자아실현 노동력 부족	개성있는 직업 선택과 개발 의식주의 개성화 여성의 사회진출 확대
정보화 사회	관습에서 합리성으로 세계 동향에 대한 현실적 감각 다원적인 가치관 유지	재택근무, 홈쇼핑, 해외상품 직접 구매, 개인 마케터의 증가
소비가치의 변화	양적 만족에서 질적인 만족으로 가치있는 소비를 찾음	소비의 필요, 욕구의 다양화 및 세분화, 가치있는 소비를 선호함
국제화	자국에서 세계로 다른 문화의 이해와 다원적 가치관의 유지	정보화 영역 확대로 국내 문화가 해외로 진출 그리고 외국 문화의 유입과 흡수가 확대됨

2.2. 라이프스타일 호텔의 개념 및 정의

호텔은 편안한 숙박과 식음공간의 기능을 넘어 자신만의 라이프스타일을 찾는 공간으로 변화하고 있다. 이러한 방향에 맞춰 라이프스타일 호텔이 등장하였고 특급호텔과는 다르게 고객에게 보다 더 개인적인 경험을 제공하고 있다. 또한 소비자의 라이프스타일을 반영하고 이를 적용하는 문화와 예술적인 공간으로 떠오르면서 단순한 숙박 개념 이상의 목적지가 되고 있다.³⁾ 방문하는 고객들로 하여금 감각과 호기심을 불러일으키는 공간과 그에 따른 디자인 그리고 사회적 커뮤니케이션의 장소를 제공함으로써 고객의 즐거움이나 낭만적인 감정을 충족하게 하고자 한다. 이러한 요소들을 키워드로 나타낸다면 개인적인, 현대적인, 건강 등으로 표현할 수 있는데 라이프스타일 호텔은 물리적 속성에 의해서만 정의되지 않고 크기가 아닌 경험이라고 Delphi panelist는 표현한다.⁴⁾ 고객의 니즈와 라이프스타일을 잘 읽고 표현하여 감각적인 경험을 제공하는 호텔이면서 또한 고유의 스토리가 담겨 있는 공간과 제품을 제공하기도 한다. 복합적이고도 다양한 기능과 서비스를 갖춘 공간으로 편리함을 제공하는 도심속 복합공간의 기능적인 면도 나타나고 있

2) 윤현주. 라이프스타일에 따른 디자인 호텔 로비 디자인의 연상기에 관한 연구. 2007. 건국대 석사논문. p.32

3) 이규홍. 국내 라이프스타일 호텔에 사용된 공간별 마감재 분석에 관한 연구. 한국공간디자인학회 논문집. 2017. p.37

4) Boutique and Lifestyle Hotels: Emerging Definitions. 2012. p.7

다. 호텔의 규모는 특급호텔과 같은 거대한 호텔은 아니지만 그 안에 고객의 라이프스타일에 맞게 다양한 감각과 감성들을 채워줄 요소의 내용들이 담겨있다. 고객들은 휴식, 힐링, 감정의 전환을 위한 라이프스타일 호텔을 찾는 목적이 뚜렷하게 나타난다.

2.3. 라이프스타일 호텔의 공간구성

라이프스타일 호텔의 공간구성은 크게 스포츠 공간과 서비스 공간, 식음공간 그리고 객실공간으로 나눌 수 있다.

(1) 스포츠 공간

① 체력단련공간

사용자의 체력과 체질에 맞는 체계적 운동프로그램 도입 및 운동기구를 도입하여 최적의 운동효과를 원하는 사용자에게 장소를 제공한다.

② 수영장

수영장은 위치와 사용자에 따라 구분 되는데 위치에 따라 야외수영장과 실내수영장으로 구분되고 사용자에 따라 유아용과 성인용으로 구분되어진다. 또한 수영 시설과 함께 썬베드, 풀사이드 스펙코너등 다양한 이벤트 시설을 보완하여 호텔의 특화공간이 되어 가고 있다.

(2) 서비스 공간

① 로비

로비는 호텔의 관문이자 광장으로 출입, 휴식과 대기, 서비스 등 다목적으로 사용되어지는 공간이다. 호텔의 다양한 기능들은 로비에서부터 시작되며 고객의 동선체계 또한 이곳에서 시작된다.

② 라운지

라운지는 이야기를 하거나 대기, 만남, 회의 등 긴장을 푸는 공간이고 동시에 간단히 식음료를 이용할 수 있는 공간이다.

③ 프런트

프런트는 고객이 호텔에 머무는 동안 필요한 다양한 정보들을 제공하며 이런 정보들을 통해 마케팅과 매출증진의 역할 또한 한다.

(3) 식음공간

① 레스토랑

라이프스타일 호텔의 주요고객인 밀레니엄 세대는 경험을 중요시하고 이러한 경향은 레스토랑에도 반영되어야 하는 요소로 작용한다. 밀레니엄 세대는 상호작용적이고 소통적인 소비와 경험을 중요시 한다. 레스토랑에

서 상호작용, 소통, 경험과 소비가 가장 많이 일어나게 되는 공간은 도입부영역과 객실 및 서비스영역이다.

② 카페테리아

카페테리아는 음료를 사고 이를 소비하는 곳으로 여러 업무나 작업이 가능하고 책이나 잡지를 읽을 수 있으며 최근에는 예술과 문화 또한 카페에서 즐길 수 있는 곳이 나타나고 있다.

③ 루프탑바

라이프스타일 호텔의 대표되는 공간 중 하나인 루프탑바는 야경을 감상하며 칵테일을 마실 수 있고 그와 함께 수영을 즐길 수 있는 수영부대시설을 갖추고 있다.

3. 관계마케팅의 이해와 특성

3.1. 관계마케팅의 개념 및 배경

(1) 관계마케팅의 개념

관계마케팅은 미국에서 처음 생성된 용어로 관계마케팅에서의 'Relationship'의 단어 정의는 필연적, 제휴, 연결, 연합이다. 관계마케팅은 고객과 같은 이해관계자와 유대관계를 형성하고 유지하며 발전시키는 활동으로서 고객만족을 극대화 하는 마케팅이다.

<표 3> 관계마케팅의 개념

연구자	관계마케팅의 개념
유영진 (2000)	고객과 상호작용으로 인한 관계구축과 관계유지, 강화로 인한 이윤창출을 하는 경영활동
김형준, 박성호 (2000)	고객과 관계를 형성하고 유지 및 발전 시키는 것으로써 고객 지향적인 서비스 참여자로 고객과 상호작용함으로써 경쟁우위를 확보하는 활동
선동규 (2001)	이해관계 당사자들의 상호작용마케팅, 외부마케팅, 내부마케팅 그리고 빈도마케팅의 혼합형 마케팅
이낙귀 (2002)	장기적인 호혜적 관계의 구축과 유지 그리고 더 높은 수준의 관계를 위한 상호노력
김영주 (2002)	기업이나 고객 서로에게 이익을 줄 수 있는 상호보완적 관계인 마케팅 활동
손용만 (2004)	구성원과 고객간의 관계유지와 증대를 위해 내부, 외부, 빈도 마케팅을 합한 마케팅 전략
박영호 정정일 (2006)	마케터가 고객창출의 단계부터 관계를 형성하고 유지하여 총성고객으로까지 구축 되는 것
함봉진 (2006)	고객시장에서의 보다 나은 호혜적 관계뿐 아니라 종업원, 공급자 등과 내부시장의 관계를 증진하는 마케팅 활동
이종환 (2009)	기업의 마케팅, 시스템의 각종 현상과 행동들을 연계하고 강화시키는 수단, 매출증대와 고객충성도를 창출하는 활동
김형일 (2009)	상호협력적인 커뮤니케이션을 통하여 지속적으로 관계를 형성하는 과정
설영미 (2013)	고객과 유대관계를 형성하고 유지 및 발전시키는 마케팅 활동

선행연구를 바탕으로 재구성

(2) 관계마케팅의 배경

관계 마케팅은 기존 마케팅활동의 한계,비판에서 비롯되었고 현재는 단순한 판매의 개념을 넘어 다양하고 다

새로운 고객의 욕구를 충족시키는 활동의 개념이 되었다.⁵⁾ 이러한 변화를 구체적으로 살펴보면 과거에서의 기업은 수요보다는 공급위주의 기업으로 적은 수의 기업들이 경쟁체제를 갖지 않고 소비자를 독점할 수 있는 방식을 갖고 있었다. 하지만 현대에는 정보의 발전과 기업간의 경쟁이 증가하고 소비자의 니즈가 다양해지고 있다. 이로 인해 기업이 신규고객을 확보하기 위한 비용이 커지고 대중매체의 효과가 감소되면서 기업들은 어려움에 처하고 있다. 이는 전통적인 일회성 시장(Spot Market)이 계속해서 관계적으로 대체되어가고 있으며 기업들은 새로운 고객을 창출하기보다는 기존 고객과의 장기적 관계를 형성하는 것이 훨씬 효과적이라는 사실을 절감하게 되었다.⁶⁾ 1회적 거래를 추구하는 마케팅에 대한 비판과 함께 점차 관계와 네트워크로 대체되며 이는 관계마케팅이 등장하게 되는 중요한 요소가 되었다.

3.2. 관계마케팅을 적용한 공간의 개념 및 필요성

(1) 관계마케팅을 적용한 공간의 개념

현대 사회는 수많은 연결과 집합으로 이루어져 있다. 독자적인 존재로 살 수 없는 현대사회는 가장 기본적인 사람 대 사람의 커뮤니케이션 그리고 사람과 사람이 연결되어 있는 관계 속에 있다. 더 나아가 관계마케팅은 고객과 기업의 관계에 초점이 맞춰져 있고 상호이익을 기본으로 한 자연적이고 장기적 관계를 갖고 있다. 이는 서로간의 교환 과정으로 인하여 교환에 참여하는 사람들의 욕구를 만족시키고 그와 더불어 가치를 키우는 과정으로 볼 수 있다.⁷⁾ 또한 교환을 유형적 그리고 실체적인 것을 대상으로 진행되어왔으며 고객과의 관계를 경제와 사회 그리고 기술적인 유대관계를 강화하고 다양한 사회조직과 연결시키고 있다. 이로 인하여 관계마케팅을 적용한 공간은 각 공간의 요소들이 유기체와 같이 연결되어 상호관계를 맺으며 관계적 구조를 이룰 수 있고 관계가 구성되어 있는 공간은 각각의 요소들의 효과와 기능이 향상될 수 있다.⁸⁾ 공통적인 부분을 공유하는 하나의 공간이 그 공간에 홀로 존재하는 것이 아닌 여러 공간이 서로 관계를 가지며 연결된다. 즉, 어떠한 공간들이 관계를 가지며 위치하고 그로 인하여 공통되는 부분을 함께 공유하며 상호작용으로 인하여 서로 연결되어 있는 것이다.

5) 정용현. 관계마케팅을 적용한 복합문화공간 디자인 표현에 관한 연구. 홍익대. 석사논문. 2017. p.23
 6) 정용현. 관계마케팅을 적용한 복합문화공간 디자인 표현에 관한 연구. 홍익대. 석사논문. 2017. p.24
 7) 윤성길. 호텔기업의 관계마케팅 활동이 관계의 질과 성과요인에 미치는 영향에 관한 연구. 경기대. 석사논문 2004. p.10
 8) 김자은. “공간, 커뮤니티 네트워크”를 이용한 우체국 유희공간 및 유희시설 활용방안에 관한 연구. 서울대. 석사논문. 2014. p.36

(2) 관계마케팅을 적용한 공간의 필요성

관계마케팅을 적용한 공간은 효과적인 공간의 활용방안으로 적합하게 사용될 수 있다. 각각의 공간 요소들이 효율적인 관계를 만들며 가치관 등의 변화에 유연하게 대응하기에 유리하다. 급속하게 발전하고 변화하는 사회의 변화에 따라 고객의 가치관과 신념이 변화하고 있고 가족 또는 그 외의 구성원의 형태와 기능이 달라지면서 이에 따른 생활 방식이 변화하고 있기 때문이다. 이러한 빠른 변화에 대응하기 위하여 관계 속의 연결 지점들은 서로의 영향 및 관계를 맺으며 유연하게 빠른 변화에 대응할 수 있다. 관계 안에서 공간과 공간들이 서로 연결되어 유연성 있게 사용될 수 있는 것이다. 또한 두 개 이상의 공간의 결합으로 인해 이들의 구성관계는 상승 효과를 가져올 수 있다. 두 개 이상의 공간들이 서로 상호작용하며 공간이 형성될 때 각 객체의 각 속성을 이루고 있는 기능이 향상 되는 것은 물론이고 시너지 효과가 나타나며 두 개의 공간을 합친 것 이상의 효과가 나타난다.

3.3. 관계마케팅을 적용한 공간의 사례

관계마케팅 공간의 개념이 잘 나타나있는 Google, TBWA, Toote, Cone& Belding 3개의 공간을 통해 관계마케팅 공간의 최근 현황을 알아볼 수 있다.



<그림 1> Google

[그림 01]은 구글 오피스로써 기업의 마케팅 효과와 직원들의 창의력을 높이는 놀이터와 같은 분위기의 공간을 구성하고 어디서든 작업이 가능한 공간을 조성하였다. 업무에 지치는 환경의 특성인 오피스를 사람과 사람간의 관계와 사람과 공간 간의 관계를 통해 Refresh 되고 그로 인하여 해결방안을 찾는 취지인 공간이다.



<그림 2> TBWA

[그림02]은 창고를 리모델링한 광고회사 TBWA로써 greenwich village를 모델로 기업의 공간이 도시의 이웃과 같은 느낌을 주게 하여 구성원들은 개인마다 공간이

따로 구성되어 있지만 서로간의 관계를 위한 공간은 작은 도시의 계획같이 공원,농구코트,카페 등의 공간이 조성되어져 있다. 공간에 숨이 있는 구역을 조성하고 자유로운 분위기의 공간을 연출해 기존의 공간에서의 해결방안을 찾고 업무 뿐만이 아닌 관계에도 초점을 두었다.



<그림 3> FOOTE, CONE & BELDING

[그림 03]은 FOOTE, CONE & BELDING은 기업공간이 사회적인 랜드마크로의 역할을 하여 다양한 용도로 변형이 가능한 공간의 사용과 다양한 마감소재의 사용으로 자유로운 공간을 조성하였다. Informal meeting room에는 전시와 휴식공간을 두어 창의적인 공간으로 변형시켰다. 색감을 풍부하게 사용하여 공간을 유동성 있게 연출하였고 휴식공간의 규모를 크게 하여 사람과 사람간의 관계를 보다 효과적으로 만들 수 있게 하였다.

3.4. 관계마케팅의 선행연구 및 특성

(1) 관계마케팅의 선행연구

앞서 고찰한 관계마케팅의 개념을 통해 이해한 관계마케팅의 특성을 도출하기 위하여 여러 선행연구들을 비교, 조사하였다. 관계마케팅이 도입된 선행논문들을 통해 관계마케팅의 특성을 추출한 후 그 기준으로 라이프스타일 호텔에 나타나 있는 관계마케팅 특성을 살펴보고 어떻게 적용되어 있는지 분석하고자 한다.

<표 4> 관계마케팅 선행연구 비교

연구자	연구제목	특성
최유진 (2008)	관계마케팅을 활용한 미술관 전시회의 활성화 방안	상호작용성,연속성,연결성,관계성
정용현 (2017)	관계마케팅을 적용한 복합문화공간 디자인 표현에 관한 연구	상호작용성,체험성,확장성,매개성,사색성
박가은 (2003)	관계마케팅에 의한 예술경영 활성화 방안	상호작용성,네트워크성,유동성,연속성

선행된 3개의 논문을 바탕으로 위의 <표4>와 같이 비교를 통해 여러 특성이 있음을 알 수 있다. 이들의 특성 중 상호작용성, 유동성, 확장성, 연속성 4가지 특성을 정리하여 도출하였다.

(2) 관계마케팅의 특성

① 상호작용성 (Interaction)

상호작용성은 관계를 통한 상호간의 변화를 의미한다. 상호작용성은 언어에서 표현된 것 그대로 상호작용을 기본으로 하며 사람과 공간 그리고 사람과 사람의 관계적

인 것이다. 상호작용성의 목적은 사람과 사람, 공간과 사람 그리고 공간과 공간의 상호작용을 만들며 커뮤니케이션이 일어나게 하는 것이다.

② 유동성 (Fluidity)

실내공간의 유동성은 하나의 강줄기가 흘러가며 어떠한 곳에 따라 좁아지거나 넓어짐 그리고 평온하거나 격렬하게 흐르듯 한 실내공간이 각각의 영역에 따라 다른 형태와 다른 크기로 흘러가는 듯이 보이는 것이라 할 수 있다. 유동적 공간의 구성은 하나의 공간을 한가지 목적으로만 이용하는 것이 아닌 여러 가지의 목적으로 사용될 수 있게 하여 공간을 사용하는 사람에게 다양한 만족을 줄 수 있게 한다.

③ 확장성 (Expandability)

확장은 다양한 방향으로 늘어나게 되는 무한성의 의미를 나타낸다. 확장성이 적용되는 공간은 무한한 성질을 가지고 있지만 그와 동시에 우리가 살고 있는 공간도 마찬가지로 경계를 가지고 있다. 공간은 출입구와 같은 개구부를 가지고 있으며 어떤 것에는 열리고 또한 어떤 것에는 닫히는 것이다. 이로 인하여 확장성은 둘러싸인 닫힌 공간을 열린 공간으로 바꾸는 것이다.

④ 연속성 (Continuity)

연속성이란 논리적, 시간적, 개념적 측면에서 하나의 현상 그 다음에 또 다른 현상이 연속적으로 나타나는 것을 말한다. 공간에서의 연속성은 내 외부 공간의 연속성과 공간배치, 지각과 체험 그리고 동선을 통한 공간의 연속성 등이 있다.

4. 공간사례

4.1. 사례의 대상선정 및 대상범위

사례대상은 2010년 이후 개관한 라이프스타일 호텔로써 앞서 살펴본 관계마케팅의 특성을 적용하여 분석하고자 한다.

4.2. 사례조사 및 분석

<표 5> 사례 (1)

구분	L7 명동 호텔		
	건립	2016	면적
위치	서울특별시 중구 퇴계로137	규모	객실 245개
평면도			
층별 공간구성	1F:플랫폼,갤러리	2F: 레스토랑	3F:IN&OUT Desk & 라운지

공간이미지					
특성	상호작용성	●	○	○	○
	유동성	○	●	○	○
	확장성	○	○	●	○
	연속성	○	○	○	●
스�포츠공간	체력 단련장	○	○	○	○
	수영장	○	○	○	○
	로비	○	○	○	○
	라운지	○	○	○	○
서비스공간	프린트	○	○	○	○
	레스토랑	○	○	○	○
	카페테리아	○	○	○	○
	루프탑	○	○	○	○
분석					
고객의 라이프스타일과 지역 문화가 어우러져 새로운 문화를 만들어내는 공간으로써 밀레니엄 세대에 적합한 요소로 구성되어 있다.					

<표 6> 사례 (2)

구분		인천 네스트 호텔	
건립	2014	면적	33,960㎡
위치	인천광역시 중구 영종해안남로 19-5	규모	객실 370개
평면도			
층별 공간구성	1F: 연회장, 레스토랑, 라운지 2F: 연회장, 레스토랑, 라운지 3F: 체력 단련장, 사우나		
공간이미지			
특성	상호작용성	●	○
	유동성	○	●
	확장성	○	○
	연속성	○	○
스�포츠공간	체력 단련장	○	○
	수영장	○	○
	로비	○	○
	라운지	○	○
서비스공간	프린트	○	○
	레스토랑	○	○
	카페테리아	○	○
	루프탑	○	○
분석			
호텔이 세워진 대지는 자연적으로 자라난 갈대들이 많았고 호텔을 지으면서 갈대밭을 없애지 않고 보존하며 지어졌으며 영종도에 동지를 마련했다는 뜻에서 네스트 호텔로 명칭지어졌다. 디자인, 예술에 관심이 많은 사람들에게 문화적인 장소를 제공하고 있으며 디자인에 자연적인 모티브가 담겨있는 호텔이다.			

<표 7> 사례 (3)

구분		홍대 라이즈 호텔	
건립	2018	면적	33,960㎡
위치	서울특별시 마포 양화로 130	규모	객실 274개
평면도			
층별 공간구성	1F: 로비, 라운지, 카페, 오피스 14F: 루프탑		

공간이미지					
특성	상호작용성	○	○	○	○
	유동성	○	○	○	○
	확장성	○	○	○	○
	연속성	○	○	○	○
스�포츠공간	체력 단련장	○	○	○	○
	수영장	○	○	○	○
	로비	○	○	○	○
	라운지	○	○	○	○
서비스공간	프린트	○	○	○	○
	레스토랑	○	○	○	○
	카페테리아	○	○	○	○
	루프탑	○	○	○	○
분석					
라이프스타일 호텔의 컨셉에 맞춰 누구나 편하게 머무를 수 있는 오픈된 공간부터 트렌드 세터의 프라이빗한 아지트 공간까지 하이 로우 문화의 공간을 나타내고 있다. 유럽의 개성있는 소호 하우스와 호텔 디자인의 클래식함과 흥대라는 위치적인 장점을 살려 그 지역과 문화가 나타나고 있다.					

<표 8> 사례 (4)

구분		호텔 카푸치노	
건립	2016	면적	5,870㎡
위치	서울특별시 강남구 봉은사로 155	규모	객실 141개
평면도			
층별 공간구성	1F: 로비, 라운지, 카페 2F: 연회장, 준비실 3F: 체력 단련장, 미팅룸		
공간이미지			
특성	상호작용성	○	○
	유동성	○	○
	확장성	○	○
	연속성	○	○
스�포츠공간	체력 단련장	○	○
	수영장	○	○
	로비	○	○
	라운지	○	○
서비스공간	프린트	○	○
	레스토랑	○	○
	카페테리아	○	○
	루프탑	○	○
분석			
Urban Lifestyle Hotel로써 호텔과 고객들이 공유가치를 즐길 수 있는 소셜라이징과 세어링 공간이 잘 나타나있다.			

4.3. 분석의 종합

라이프스타일 호텔의 사례를 통해 관계마케팅의 특성을 분석한 결과는 다음과 같다. L7명동 호텔은 각 공간마다 관계를 통한 상호작용성이 높게 나타났으며 유동성은 라운지에서 마감재를 통해 공간이 다른 형태로 나타났다. 확장성은 프린트 및 대부분의 공간에 닫혀있던 공간이 열린 공간으로 확장되어 나타났으며 연속성은 로비, 레스토랑, 카페, 루프탑에 나타났다. 인천 네스트 호

텔의 공간에는 상호작용성이 체력단련장, 로비, 레스토랑에 나타났고 유동성은 프런트와 루프탑을 제외한 공간에 모두 나타났다. 확장성은 체력단련장, 수영장, 프런트, 카페테리아, 루프탑에 나타났고 연속성은 로비와 카페테리아를 제외한 공간에 나타났다. 홍대 라이즈 호텔은 상호작용성이 라운지, 프런트, 루프탑에 나타났고 유동성은 로비, 라운지, 카페테리아에 나타났다. 확장성은 프런트와 레스토랑을 제외한 공간에 나타났으며 연속성은 라운지, 레스토랑, 루프탑에 나타났다. 호텔 카푸치노는 상호작용성이 프런트와 레스토랑을 제외한 공간에서 나타났으며 유동성은 라운지와 카페테리아에서 나타났다. 확장성은 프런트와 카페테리아,루프탑에서 나타났고 연속성은 로비, 레스토랑, 카페테리아에서 나타났다.

5. 결론

현대에는 라이프스타일의 변화와 함께 밀레니얼 세대가 소비의 주체로 떠오르며 급속하게 발전하는 사회의 변화와 그에 따른 고객의 가치관, 소비행동 또한 변화하고 있다. 이러한 변화에 대응하기 위하여 관계마케팅 더 나아가 관계마케팅의 특성을 적용한 라이프스타일 호텔의 공간으로써 상호작용성, 유동성, 확장성, 연속성이 스포츠 공간과 서비스 공간 그리고 식음공간에 적용되어 서로의 영향 및 활발한 상호관계를 맺으며 관계 안에서 공간과 공간, 공간과 고객이 서로 유기체와 같이 연결되어 유연성 있게 사용될 수 있다. 공간들이 서로 상호작용하며 시너지 효과가 나타나게 됨으로써 현대인들은 라이프스타일 호텔에서 다양한 경험을 갖게 되고 이로 인해 고객은 다양한 감각과 감성을 채울 수 있다. 또한 공통적인 부분을 공유함으로써 필요충족조건 외 공간들이 생겨나며 이로 인하여 흥미롭고 호텔 공간에서 즐거움과 감각적인 경험을 할 수 있도록 하여 휴식과 힐링과 같은 목적으로 찾는 고객에게 다양한 만족과 경험을 제공할 수 있도록 한다.

참고문헌

1. Boutique and Lifestyle Hotels: Emerging Definitions.
2. Lifestyle Hotels:The Emergence of a New Creative Class.
3. 심세진. 라이프스타일에 따른 여가동기와 만족도 분석. 2012.
4. 정용현. 관계마케팅을 적용한 복합문화공간 디자인 표현에 관한 연구. 2017.
5. 윤성길. 호텔기업의 관계마케팅 활동이 관계의 질과 성과요인에 미치는 영향에 관한 연구. 2004.
6. 윤현주. 라이프스타일에 따른 디자인 호텔 로비 디자인의 연상기계에 관한 연구. 2007.

상업공간의 파사드 색채 현황 분석**

- 경리단길을 중심으로 -

Analysis of Facade Color of Commercial Space

- Focused on Gyeongridan-gil -

Author 이소영 Lee, Soyoung / 정회원, 연세대학교 실내건축학과 석사과정
이현수 Lee, Hyunsoo / 정회원, 연세대학교 실내건축학과 교수, 건축학박사*

Abstract In this study, Gyeongridan-gil, which has recently declined due to gentrification, will be selected as the target site to investigate the current status of its full-scale colors. People want to live in a space with visual beauty and comfort. At this time, the visual beauty of environmental colors does not come from a mixture of various environmental colors, but from the system of order. Environmental color therefore is one of the important factors in determining the visual image of the city as well as having a great impact on human perception and sensibility. As such, the color of the environment can be seen as a very important factor in shaping the image of the city, our lives. Among them, Facade is the most direct and effective building in the formation of commercial districts, which has a great impact on the street landscape, but the lack of regulations is rapidly developing urban commercial districts that determine colors according to the personal tastes or tastes of designers or architects. Therefore, it is intended to investigate the current status of facade color in Gyeongridan-gil and provide it as data for future research.

Keywords 경리단길, 색채 디자인, 파사드 색채, 환경 색채, 상업 공간
Gyeongridan-gil, Color Design, Facade Color, Environmental Color, Commercial Space

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

사람들은 시각적인 아름다움과 쾌적함이 공존하는 곳에서 삶을 살아가길 원한다. 이때 환경색채에서의 시각적 아름다움이란 여러 가지 환경 색채가 혼재된 것이 아닌 질서에 대한 체계¹⁾에서 비롯된다. 또한 인간의 시각 및 감성에 큰 영향을 미칠 뿐 아니라 도시의 시각적 이미지를 좌우하는 요소 중 하나이다. 이처럼 환경색채는 도시의 이미지, 우리의 삶을 형성하는데 굉장히 중요한 요소이다.

그중 파사드는 상권 가로 형성에 있어 가장 직접적이

고 효과적이며 가로경관에 많은 영향을 준다. 하지만 도시 상권이 빠르게 발전하면서 파사드 색채에 대한 규정은 여전히 미흡한 실정이다²⁾. 이에 따라 주변 환경에 대한 특징과 성격을 고려하지 않고 디자이너나 건축주의 개인적인 선호 또는 취향에 따라 색채를 결정하는 경우가 많다.

이러한 문제에 착안하여 본 연구에서는 최근 프랜차이즈의 유입과 젠트리피케이션으로 쇠퇴하고 있는 경리단길을 연구 대상으로 선정하여 파사드 색채 현황을 다루려고 한다. 이를 통하여 경리단길의 지역적 특성을 파악하여 색채 배색을 제안할 수 있는 방법을 개발하고자 한다.

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

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

1) 송이수, 이석현, 가로의 색채 현황분석: 종로구 북촌로를 중심으로, 한국색채학회 학술대회, 79-82, 2019

2) 여화선, 김신원, 이유나, 도시환경개선을위한상업가로의색채계획에관한연구: 석촌역일대 건축물 외장색채를 중심으로, 대한건축학회논문집-계획계, 27(5), 187-194, 2011

1.2. 연구 방법 및 범위

파사드 색채 현황을 분석하기 위해 문헌조사를 통한 파사드와 환경색채에 대해 이론적으로 고찰하고, 본 연구 대상의 색채 현황을 분석하고자 한다. 연구의 범위와 방법은 다음과 같다.

연구의 범위로는 경리단길의 파사드 색채 현황을 조사하기 위한 범위로 녹사평역방향에서 경리단길 초입 부분인 일명 ‘츄러스 골목’이라고 불리는 녹사평대로 46길에 있는 상업공간 총 10개의 파사드로 선정하였다.



<그림 1> 녹사평대로 46길 조사대상 지역

연구의 방법은 다음과 같다. 첫째, 파사드에 관한 이론적 고찰을 통하여 파사드가 가진 구성 요소와 환경 색채에 대해 조사한다. 둘째, 경리단길의 파사드 색채 현황을 분석하기 위해 Adobe Photoshop CC2018과 NCS COLOUR SCAN 2.0 색채 측정 도구를 사용하여 측정한다. 측색기를 통한 색채 측정은 2020년 4월06-07일 양일간 오전 11시에서 오후 2시 청량한 날씨에 방문하여 색채를 측정한다. 셋째, 색채 형용사 이미지 추출을 위한 설문조사를 실시한다. 설문조사의 척도로는 X축 ‘정적인-동적인’, Y축 ‘딱딱한-부드러운’의 이미지로 -5부터 +5의 총 10단계의 척도로 평가하였다. 분석한 경리단길의 파사드 색채 배색띠에 대한 형용사 이미지 설문결과를 IRI 형용사 이미지 스케일을 활용하여 적용한다.

2. 이론적 고찰

2.1. 도시환경 색채 이론

파머 비렌(Faber Birren)은 ‘인간의 안전, 건강과 생존에 관계된 환경을 만드는 중요한 요소3)’로서 환경 색채를 설명하였다. 환경색채는 건축물 자체뿐 아니라 건축물 주변에 전개되는 모든 자연환경과 인공 환경의 종합에 의해 만들어지게 되며, 나아가 거리의 색채를 형성하고 도시 전체의 미관을 결정하는 중요한 요소이다4). 이처럼 환경 색채는 사

3) Birren Faber, Light, Color, and Environment. : Van Nostrand Reinhold Company, 1982

람들에게 시각적 쾌적함을 주는 미적 요소일 뿐 아니라 사람이 살아가는데 밀접한 영향을주는 디자인 요소이다.

2.2. 파사드의 구성요소

파사드(Facade)는 건물 출입구로 사용하는 정면 외벽 부분을 뜻하며 라틴어인 ‘Facies’에서 시작된 것으로 얼굴(face)와 겉모양(appearance)의 의미를 가지고 있다5). 파사드의 1차 구성요소(구조적 요소)로 건축물의 기본적인 조형 부분인 건물 자체는 한번 건축하면 쉽게 변하지 않는 부분이지만, 2차 구성요소(장식적 요소)들은 시대나 문화, 지역에 따라 매우 다르게 나타나며, 다양한 표현을 통하여 브랜드 이미지를 형성하게 된다6).

그중에서도 상업공간의 파사드는 소비자에게 먼저 공간에 대한 이미지를 보여주는 가장 직접적이고 결정적인 요소로 판매와 밀접하게 연결되어 있다.

파사드의 구성요소는 <표 1>과 같이 구조적 요소와 장식적 요소로 나눌 수 있다.

<표 1> 파사드의 구성체계7)

	유형	세부 항목
1차구성요소 (구조적 요소)	벽면	색채, 질감, 재료, 입면유형
	형태	전체적인 형태
	개구부	출입문, 정문
2차 구성요소 (장식적 요소)	사인	위치, 크기
	쇼 윈도우	상품의 디스플레이
	조형물 및 캐노피	디자인
	조명	색채, 밝기

3. 경리단길 색채 현황 분석

3.1. 경리단길의 색채 현황

경리단길 파사드의 색채 현황을 조사하기 위해 Adobe Photoshop CC2018과 NCS COLOUR SCAN 2.0 색채 측정 도구 활용하였고 이미지에 따른 배색띠를 추출하였다. 측정 결과는 <표 2>와 같다.

<표 2> 경리단길 색채 현황 분석

	이미지	NCS 기호	배색띠
1		벽	S5010-G 90Y S3055-B 50G
		창틀, 개구부	S9000-N

4) 김미경, 도시의 지역성을 고려한 환경색채계획의 필요성과 방법. 한국생활환경학회지, 10, 91-100.5, 2003

5) Rob Krier, Elements of Architecture: A.D Publication Ltd., p522, 1984

6) 이수진, 박연선, 브랜드이미지 형성을 위한 파사드 (facade) 색채디자인에 관한 연구, 한국색채디자인학연구, 2(3), 49-60, 2006

7) 이수진, 박연선, 브랜드이미지 형성을 위한 파사드 (facade) 색채디자인에 관한 연구, 한국색채디자인학연구, 2(3), 49-60, 2006
표<3-1>을 인용하였음

	이미지	NCS 기호		배색띠
2		벽	S1050-G30Y	
		창틀, 개구부	S0900-N	
3		벽	S6020-Y80R	
		창틀, 개구부	S7502-R	
		차양	S1505-Y20R	
4		벽	S0500-N	
		창틀, 개구부	S2030-R10	
5		벽	S5502-R	
		창틀, 개구부	S4500-N	
6		벽	S9000-N	
		사인	S0804-R30B	
7		벽	S1002-Y50R	
		창틀, 개구부	S2050-Y	
		사인	S3040-R50B	
8		벽, 창틀, 개구부	S0300-N	
9		벽	S0502-G90Y	
		창틀, 개구부	S9000-N	
		차양	S2020-Y70R	
10		벽	S1000-N S8502-B	
		창틀	S5005-Y20R S8502-B	

경리단길의 파사드 색채에서는 White, Black, Gray 등의 무채색의 빈도가 가장 높았으며 그중에서도 벽에서 무채색의 사용빈도가 가장 높았다. 또한 벽, 창틀, 개구부, 사인에서 Yellow, Blue, Red, Green 등의 유채색을 사용하고 있다.

이와 같은 색채의 사용빈도는 전체 거리의 분위기에 영향을 미치므로 이에 대한 적절한 구성을 어떻게 해야 할지에 대한 방향 설정을 하는 것은 중요하다.

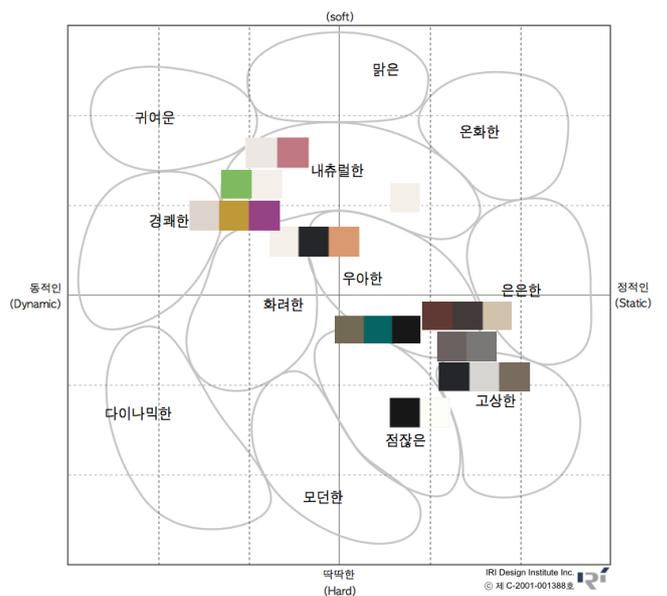
3.2. 경리단길의 형용사 이미지

경리단길의 장소적 분위기를 위해서는 형용사 이미지에 의한 감성을 적용할 필요가 있다. 이를 위해 경리단길의 파사드 색채 현황을 조사하고 배색띠를 추출했다. 이처럼 추출된 배색띠가 어떤 감성을 갖는지 알아야 IRI 이미지 스케일에 대입할 수 있기 때문에 본 논문에서는 설문조사를 실시했다. IRI 형용사 이미지 스케일의 '정적인-동적인' 과 '딱딱한-부드러운'의 축을 바탕으로 설문조사를 진행했다. 설문조사는 2020년 4월 16일-17일 2일간 20, 30대 20명을 대상으로 진행하였으며, 연령 분포를 살펴보면 20대 15명(75%), 30대 5명(25%)로 나타났으며 성별로는 여성 15명(75%), 남성 5명(25%)로 나타났다. 응답한 결과의 평균값은 <표 3>과 같다.

<표 3> 색채 형용사 이미지 설문 결과

번호	평가 기준	평균값	번호	평가 기준	평균값
1	동적인-정적인	1.6	6	동적인-정적인	1.5
	딱딱한-부드러운	-0.85		딱딱한-부드러운	-2.55
2	동적인-정적인	-1.65	7	동적인-정적인	-1.85
	딱딱한-부드러운	2		딱딱한-부드러운	1.45
3	동적인-정적인	2.2	8	동적인-정적인	1.2
	딱딱한-부드러운	0.5		딱딱한-부드러운	1.9
4	동적인-정적인	-0.95	9	동적인-정적인	-0.3
	딱딱한-부드러운	3.3		딱딱한-부드러운	1
5	동적인-정적인	2.45	10	동적인-정적인	2.05
	딱딱한-부드러운	-1.05		딱딱한-부드러운	-1.75

설문조사 결과를 바탕으로 IRI 색채 형용사 이미지에 적용시킨 경리단길의 파사드는 전반적으로 '내추럴한', '우아한', '고상한'의 영역에 많이 분포해 있었으며 그 중에서도 '내추럴한', '우아한'의 영역에 많이 치중되어 있다. 또한 '경쾌한', '화려한', '고상한', '점잖은'의 영역에도 분포해 있는 것을 볼 수 있다.



<그림 2> 경리단길 파사드 배색 이미지

<그림 2>에서 보는 것처럼, 동적인 면과 정적인 면이 균형을 이루고 있고, 딱딱한 면과 부드러운 면도 균형을 이루고 있다. 이러한 점에서 볼 때, 경리단길의 활성화를 위해서는 현재보다 동적인 면을 강화시키고, 부드러운 면을 강화시킬 필요가 있는지에 대한 후속 연구가 필요한 것으로 생각된다.

4. 결론

본 연구는 프랜차이즈의 유입과 젠트리피케이션으로 특색을 잃고 쇠퇴되어가고 있는 지역인 경리단길의 파사드 색채 현황을 조사한 연구이다. 경리단길의 상업공간 파사드 색채 현황의 결과는 다음과 같다.

첫째, 경리단길의 파사드 색채는 무채색의 사용빈도가 가장 높았으며 다음으로 Yellow, Blue, Red, Green 계열 순으로 나타났다.

둘째, 파사드 색채에서 추출한 배색띠를 설문조사를 통하여 IRI 형용사 이미지 스케일에 적용시킨 결과 ‘내추럴한’, ‘우아한’의 형용사에 가장 많이 분포해 있다. 무채색의 빈도가 높은 배색띠는 ‘정적인 - 딱딱한’의 축에 주로 분포되어 있으며 유채색의 빈도가 높은 배색띠는 ‘동적인-부드러운’의 축에 주로 분포되어 있다.

본 연구에서는 경리단길의 상업공간 파사드 색채의 현황을 조사하고 추출된 배색띠에 따른 색채 형용사 이미지를 분석하였다.

향후 연구에서는 경리단길의 지역적 특징을 파악하고 분석하여 이를 바탕으로 경리단길의 지역적 특성을 고려한 파사드 배색 코드를 제안하고자 한다.

참고문헌

1. 김미경, 도시의 지역성을 고려한 환경색채계획의 필요성과 방법. 한국생활환경학회지, 10, 91-100.5, 2003.
2. 송이수, 이석현, 가로의 색채 현황분석: 종로구 북촌로를 중심으로, 한국색채학회 학술대회, 79-82, 2019.
3. 여화선, 김신원, 이유나, 도시환경개선을위한상업가로의색채계획에관한연구: 석촌역일대 건축물 외장색채를 중심으로, 대한건축학회논문집-계획계, 27(5),187-194, 2011.
4. 이수진, 박연선, 브랜드이미지 형성을 위한 파사드 (facade) 색채디자인에 관한 연구, 한국색채디자인학연구, 2(3), 49-60, 2006.
5. Birren Faber, Light, Color, and Environment. : Van Nostrand Reinhold Company, 1982.
6. Rob Krier, Elements of Architecture: A.D Publicatious Ltd., p522, 1984.

지역문화 활성화를 위한 골프 클럽하우스 공간 디자인 계획

A Study on Space Planning of The Golf Clubhouse for The Vitalization of Local Culture

Author 유정은 You, Jung-Eun / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인전공 석사과정
윤은경 Yun, Eun-Kyung / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인전공 교수, 건축학 박사*

Abstract The focus of Korean society, which experienced rapid changes due to industrialization, a more qualitative “culture” rather than quantity is emerging as a focus for urban revitalization and regional revitalization. Local culture determines the identity of a community through lifestyle based on locational characteristics. Accordingly, despite the diversity of population structure, cultural characteristics, job categories, and income levels, the cultural space of modern society is becoming uniform. Besides, leisure time has increased but the scope of leisure activities except for some areas has been reduced. This is interpreted as an understanding of the facilities shortage and restricted environment caused by the regional imbalances in cultural supply policies, and we would like to propose the use of golf clubhouse as an alternative space for local cultural facilities. Until now, golf course have been facilities for special users. However by recognizing golf clubhouse it as an important cultural resource, it complements the existing restricted cultural facility environment and promote friendship, cultural and artistic needs. Therefore, this research is expected to actively utilize the golf course space as a family-oriented cultural and sports facility for the provision of insufficient cultural space in the region and the healthy leisure life of the local people by activating local culture through the golf clubhouse, which is properly applied with local cultural characteristics.

Keywords 지역문화, 지역문화 활성화, 지역문화시설, 골프 클럽하우스, 공간 활용
Local cultural, local culture facilities, Golf clubhouse, Space Utilization

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

산업화로 급격한 변화를 겪은 우리사회는 장기적인 경기침체와 인구감소의 사회적 변화로 축소된 사회화 과정에서 도시재생과 함께 양보다 질적 ‘문화’가 포커스로 대두되고 있다. 이에 정부에서도 꾸준히 문화공급정책을 펼쳐왔음에도 불구하고 수도권 위주의 분포는 지역 간의 양극화 현상을 초래하였고 지역발전을 좌우한다.

이에 부족한 지역문화시설 확충과 지역자생을 위한 문화생태계구축은 국가적 과제로 떠올랐다. 더불어 워라밸과 퇴근 후 제2의 삶을 중요시하는 밀레니얼 세대의 등장에 맞춰 여가시간은 늘어났지만 일부지역을 제외한 여가활동 가능범위는 오히려 축소되었다. 특히나 지역 내 건강한 야외활동 및 문화공간은 부족한 실정이다.

따라서 본 연구는 저평가된 골프클럽을 지역의 중요한

문화자원으로 인식함으로써 자연친화적인 골프장의 필드를 활용한 야외활동과 클럽하우스를 문화시설로 활용함에 따라 기존의 제약된 문화시설환경을 보완하고 다양한 프로그램 및 다목적 공간을 제시하고자 한다. 이를 통해 지역 간의 불균형에서 초래되는 문화적·경제적 환경을 개선시키고 정체된 골프산업에 클럽하우스의 공간 활용을 통한 지역문화 활성화를 목적으로 한다.

1.2. 연구 방법 및 범위

본 연구를 위해서 우선적으로 지역문화 활성화와 골프 클럽하우스를 이해하기 위한 이론적 고찰이 선행되어야 한다. 이에 본 연구의 도출과정은 문화체육관광부, 지역문화진흥원, 한국골프장경영협회 등의 실질적인 통계자료(2019년 기준)를 바탕으로 현황과 문제점을 파악하고 지역문화시설과 골프장이 상충되는 지역의 연결고리점을 찾아 활성화 방안을 제시한다. 그에 따라 국내 골프장을 중심으로 클럽하우스의 특화된 사례를 비교분석하여 지역문화시설로서의 활용방안과 디자인을 제시하고자한다.

* 교신저자(Corresponding Author); dbwjddms59@naver.com

2. 지역문화 활성화에 대한 이론적 고찰

2.1. 지역문화의 이해

(1) 지역문화의 개념

지역문화는 ‘지역’과 ‘문화’라는 각각의 용어개념이 혼합된 형태로 장소를 바탕으로 한 또 다른 문화적 방식을 나타낸다. 『지역문화진흥법』의 제2조 1호에서 정의하는 ‘지역문화’란 『지방자치법』에 따른 지방자치단체 행정구역 또는 공통의 역사적·문화적 정체성을 이루고 있는 지역을 기반으로 하는 문화유산, 문화예술, 생활문화, 문화산업 및 이와 관련된 유·무형의 문화적 활동을 말한다.¹⁾ 이는 지역의 고유한 문화를 바탕으로 형성되는 자원과 감성의 결과물로서 지역 활성화에 이바지하는 환경을 구축하게 된다. 더불어 해당지역을 기반으로 하는 시대적 공통경험과 문화적 동질감은 지역민들의 공동체적 의식을 형성하는 것으로 반드시 역사성이 개입된다.²⁾

따라서 ‘지역문화’는 행정단위 개념의 지표면적인 부동산성을 갖지만 그 문화는 고정불변의 것이 아니며 시대적 환경에 의해 끊임없이 변화하고 발전하면서 사회적·역사적 산물들을 둘러싼 복잡한 이해관계로 얽혀 지역사회에 재생산된다. 즉, 지역문화는 지역의 정체성을 갖는다.

(2) 지역문화의 특성

‘지역+문화’의 개념을 단순화하여 지역을 장소로 보고 문화를 생활양식으로 봤을 때, 각각의 나타나는 특성을 아래와 같이 총 6가지로 분류한다. 이는 문화·스포츠관련 국제기구(2009)³⁾에서 제시하는 문화적 특성과 이서우(2010)⁴⁾의 선행연구를 참고하여 세분화하였다.

<표 1> 지역문화 특성

특성		개념
지역 (장소)	역사성	지속성과 영속성을 가지고 발전적이다.
	부동성	지표면은 부동산적인 것으로 지역의 문화자원과 같은 대체 불가능한 고유성을 갖는다.
	통합성	문화의 각 요소들은 상호 유기적인 이해관계로 얽혀 조직적이고 통합적이다.
문화 (생활양식)	변동성	시간의 흐름에 따라 더해지고 상실되면서 변동되는 것으로 동적이고 가변적이다.
	학습성	문화는 후천적으로 학습되어지는 것이다.
	공유성	소속된 사회의 공통적으로 나타나는 행동양식 및 사고방식을 공유한다.

2.2. 지역문화 활성화의 이해

(1) 지역문화 활성화의 시대적 배경

문화를 통한 지역 활성화는 도시재생의 일환으로 산업

1) 문화체육관광부, 지역문화진흥법 제2조 1호, 2014, p.05
 2) 이정혜, 지역문화기반 시설을 이용한 어린이 문화예술 감수성개발방안, 석사학위논문, 2008, p.10
 3) 노영희&홍현진, 문화·스포츠관련 국제기구 지식정보원-문화의 특성, 2009.07, p.9
 4) 이서우, 지역문화 활성화를 위한 창작공간의 활용방안, 석사학위논문, 2010, p.7-9

시대가 증진되면서 시작된 거대하고 세계적인 흐름이며 우리에게도 당연한 과제이다. 짧은 근대화와 산업화·공업화의 쇠퇴로 낙후된 도심을 재생하는 것, 그로 인해 경제적으로 발전이 미약했던 지방의 정체성 확립과 차별화된 문화화를 통한 각 지역의 구조적인 변화는 중요한 쟁점이 되었다. 이에 따라 우리나라도 2003년 주택재개발사업 및 주택재건축사업, 도시환경정비 사업을 촉진시키며 2007년에는 도시재생사업단을 출범시켰다.⁵⁾ 하지만 우리나라의 도시재생방식은 주로 물리적인 환경정비 사업에 집중하여 의식주는 업그레이드되었지만 획일화된 모습으로 지역문화의 쇠퇴와 상실로 이어졌다.

지역이 자생하고 정체성이 흔들리지 않기 위해서는 기존 산업적 측면에서 진행되었던 도시재생보다는 인문학적 측면을 내세운 문화재생, 문화콘텐츠의 공감대 형성이 중요한 시점이다.⁶⁾

(2) 지역문화 활성화의 필요성과 기대효과

개인과 지역을 둘러싸고 있는 문화적 환경은 세대 간의 전통적 가치를 발전·계승시키고 지역사회의 경제적 가치를 창출하는 창조문화로 인식되어 소속된 지역구성원과 지역의 발전, 국가의 성장 동력으로 필요하다.

본 연구자는 구건서(2018)⁷⁾의 ‘일본의 지역문화정책’을 참고하여 크게 정서적, 경제적, 환경적 효과로 3분류하고 환경적 효과는 사회 환경과 교육환경에 따른 것으로 보고 정서적인 면에서는 공동체적 의식과 개인 정신함양의 효과로 분류하였다.

<표 2> 지역문화 활성화가 미치는 3가지 기대효과

구분	기대효과	
경제적 효과	• 관광증대, 고용창출, 지역경제 활성화, 구도심 재생 및 활성화효과, 긍정적 이미지개선	
환경적 효과	사회 환경	• 공간의 질 개선, 삶의 질 개선, 범죄율 하락
	교육 환경	• 예술적 접근성 강화, 각종 교육기회 확대
정서적 효과	공동체적 의식	• 공동체적 의식 강화, 지역주민 간의 유대감 형성
	개인정신 함양	• 소속감 부여, 문화정체성 확립, 개인과 청소년의 사회적 개발

(3) 정책에 따른 지역문화 활성화 현황

지역주민이 체감하는 문화 및 여가생활에 대한 만족도를 문화수요로 보고 지역문화시설을 문화공급으로 보아, 수요와 공급의 균형지수를 통해 지역문화 활성화 현황을 추정하고자 한다.

이를 위해 한국관광문화연구원(2019)에서 발표한 지역문화실태조사(2017년 기준)자료를 보면, 지역별로 크게 문화공급개선지역, 문화활력지역, 문화활력촉진지역, 문

5) <https://blog.naver.com/fbdusdlf22/221393984948> 우리나라 재생역사, 2018.11
 6) 이병민, 지역(도시)재생에 있어 콘텐츠의 중요성과 효과, 2018.03, (웹진 문화관광)
 7) 구건서, 신아사출판사, 일본의 지역문화 정책, 2018.08, p.246

화수요개선지역 4가지로 분류해 볼 수 있다. 그 결과 각 지역의 문화 활성화 현황은 관광특구인 제주도를 제외하면 수요&공급 모두 수도권에 편중되어있으며 부산, 울산, 대구 등은 대도시임에도 문화 활력촉진지역으로 시민수요와 문화공급의 전반적인 강화정책이 필요하다. 이 외 지역의 분석에 대한 결과는 아래와 같다.

<표 3> 문화균형지수 분석결과⁹⁾

구분	정의	광역자치단체	정책조치
문화 활력지역	높은 문화공급 높은 시민수요	서울특별시, 경기도, 제주특별자치도	지속적 활성화 정책
문화 활력 촉진지역	낮은 문화공급 낮은 시민수요	부산, 울산, 대구, 전라남도, 세종특별자치도	전반적인 정책 강화
문화 수요 개선지역	높은 문화공급 낮은 시민수요	경상도, 전라북도, 광주광역시,	생활밀착 문화정책
문화 공급 개선지역	낮은 문화공급 높은 시민수요	충청도, 강원도, 대전, 인천광역시	수요에 대응한 문화적 환경 조성

2.3. 지역문화시설의 이해

(1) 지역문화시설의 개념 및 역할

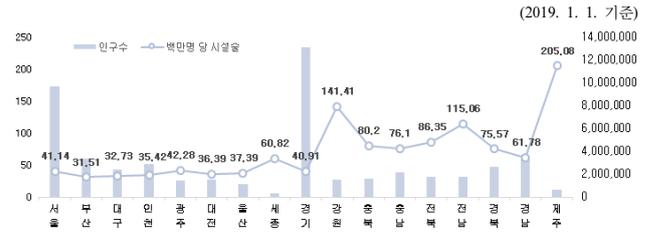
과거 지역문화시설에 대한 일반적 의미는 ‘회관’이라는 명칭아래 문화적 향수를 일으키는 마을단위의 소규모 문화시설이 주를 이루었지만, 현대에 들어서는 문화에 대한 국민들의 욕구가 높아지면서 시설의 다양화와 이를 활용한 상업기반시설 또한 함께 발전해왔다. 지역문화시설은 이러한 사회적 환경변화에 의해 다목적 기능을 합축한 복합문화시설로 이해할 수 있다.

따라서 지역문화시설은 소속된 지역구성원들과 공동체의 정서적·물리적 교류 및 유대감 형성을 위해 구심점으로 이용되는 시설로서 공연시설, 전시시설, 전시시설, 복지시설, 도서관 등 문화·예술관련 교육시설을 포함하며 지역민들의 일상생활이 되는 터전에 문화·예술적, 경제적 역할을 한다.

(2) 지역문화시설의 현황과 문제점

우리나라는 1990년대부터 본격적인 문화부 창설과 더불어 지역균형발전을 위한 문화정책을 주요 국정과제로 삼고 제도적 문화기반시설을 확립하여 전국의 문화시설은 꾸준히 증가하였지만 편중현상이 심해 지역 간의 불균형이 우려되는 상황이다.

이에 따라 문화체육관광부(2019)에서 집계한 단순 문화기반시설 수는 지방보다 수도권(서울, 경기도, 인천)에 집중되어있었지만 인구 백만 명 당 문화시설 수를 살펴보면, 아래 <그림 1>과 같이 경기도는 기반시설 수가 많은 만큼 인구수 또한 약 1,300만 명으로 가장 많았다.



<그림 1> 인구 백만명 당 문화시설 수 그래프⁹⁾

또한 세부적으로 각 지역의 문화시설 유형에 따른 분포현황을 보면, 강원도와 전남지역에 각각 박물관과 미술관이 많은 것으로 나타난 반면 부산에는 공공도서관이 가장 적었고 울산과 세종시는 미술관이 1관도 없었다. 이는 다음 아래 <표 4>와 같다.

<표 4> 인구 백만명 당 지역별 문화시설 수¹⁰⁾

지역	시설 계	공공 도서관	박물관	미술관	문예 회관	지방 문화원	문화의 집
서울	41.14	17.88	13.23	4.65	2.17	2.58	0.52
부산	31.51	12.66	8.84	2.36	3.24	4.42	-
대구	32.73	16.77	6.55	1.64	4.50	3.27	-
인천	35.42	17.03	9.54	1.70	3.41	3.41	0.34
광주	42.28	15.44	8.05	8.05	4.70	3.36	2.68
대전	36.39	15.88	9.26	3.31	2.62	3.31	1.99
울산	37.39	16.52	8.69	0	4.32	4.36	3.48
세종	60.82	32.01	22.41	0	3.20	3.20	-
경기	40.91	20.15	10.38	3.97	3.36	2.37	0.69
강원	141.41	37.49	62.48	11.84	13.81	11.84	3.95
충북	80.20	27.76	27.14	6.79	7.40	6.79	4.32
충남	76.10	28.42	25.21	4.13	8.25	7.33	2.75
전북	86.35	31.90	22.55	8.80	9.35	7.70	6.60
전남	115.06	38.54	32.40	17.87	11.73	12.29	2.23
경북	75.57	24.32	25.81	4.12	10.10	8.60	2.24
경남	61.78	21.19	20.89	2.69	6.57	5.97	4.48
제주	205.08	33.42	103.30	31.90	4.56	3.04	28.86
총계	54.68	21.23	17.06	5.0	4.94	4.47	1.96

이러한 현황조사를 통해서 전국의 문화기반시설수와 편중된 지역, 부족한 문화시설의 유형을 대략적이나마 알 수 있었는데 지역문화 활성화를 위한 문화공급은 아직도 부족하다고 본다. 문화체육관광부는 OECD 국가기준으로 우리나라의 박물관은 1관 당 인구수가 12.3만 명인데 비해 미국의 경우 6만 명, 프랑스 4.6만 명, 일본 3.7만 명 등으로 최소 2배 이상 부족하다고 보며 이는 지역 간의 문화적 균형발전을 위해 지역문화시설 확충 및 지원기준이 필요하다고 발표하였다.¹¹⁾

뿐만 아니라 지속되는 인구감소와 고령화는 질적 우위에 있는 젊은 인적자원들의 지역이탈 현상으로 이어져 늘어난 문화시설만큼 운영 가능한 전문 문화·예술 재원과 관리인력 또한 부족하다. 이는 결국 지역주민들의 문화혜택과 전문교육의 기회를 박탈당하는 것이며 나아가 지역 간의 문화적 격차를 발생시킨다.

9) 문화체육관광부, 2019전국 문화기반시설 총람, 2019.01, p.20-35
 10) 문화체육관광부, 2019전국 문화기반시설 총람, 2019.01, p.20-35
 11) 문화체육관광부, 문화로 삶을 풍요롭게 하는 박물관·미술관, 2019.06, p.15

8) 한국문화관광연구원, 2017년 기준 지역문화 실태조사2, 2019.02, p.65-68

3. 골프 클럽하우스의 고찰

3.1. 골프 클럽하우스의 이해

(1) 골프 클럽하우스의 개념

세계 최초의 골프클럽이 형성된 것은 1740년대에 에든버러 근교에 생긴 어너러블 컴퍼니 에든버러 골퍼스(Honorable Company of Endinbugh Golfers)이며 골프클럽이 본격화 된 것은 1754년이다.¹²⁾

이러한 골프모임 즉, 골프 클럽(Golf club)은 공통의 취미와 관심사, 상호간의 목적달성을 위한 문화·스포츠 교류로 친밀해진 클럽회원들의 친목도모 및 활동장소가 필요했고 그 본거지가 되는 건축물을 바로 클럽하우스(Clubhouse)라고 부른다.

(2) 골프 클럽하우스의 유형 및 역할

골프 클럽하우스는 골프장의 이용형태와 사용목적, 지형, 규모 등에 따라 나뉘는데 본 연구자는 선행연구 김해년(2014)의 자료를 토대로 아래와 같이 재구성한다.

<표 5> 골프장 사용목적에 따른 골프클럽 유형 재구성¹³⁾

골프장 유형		특징
골프 클럽	비즈니스형	주로 비즈니스 목적으로 우리나라의 90%가 해당
	리조트형	골프 + 숙박으로 골프 겸 여행 목적
컨트리클럽		미국과 유럽 등 외국에 많은 골프장의 형태 지역주민들의 여가활동과 클럽활동을 위한 골프장

골프 클럽하우스의 역할은 정의된 바가 없어, 선행연구 장현수(2012)¹⁴⁾에 의해 구분된 공간구성을 근간으로 하여 4가지 역할을 정리하였다.

① 골프장 이미지 역할

골프장에서 클럽하우스는 상징적이자 유일한 건축물로 첫 대면하는 공용공간에서 이미지가 좌우된다.

② 프라이빗 보호 역할

골퍼들을 위한 내장객공간은 개인 락커실과 샤워시설로 이루어져 있으며 이는 공용시설이지만 개인적이며 프라이빗한 공간으로서의 역할을 갖는다.

③ 공동체 및 사교모임 역할

운동전·후 식사하며 담소를 나누는 공간으로 레스토랑 및 카페는 회원들의 사교모임을 원활하게 해주며 목적에 따라 워크샵 및 단체행사의 공동체적 역할을 한다.

12) 리처드 카벤디쉬 외 2인, 죽기 전에 꼭 봐야 할 세계 역사 유적 1001, 2009.01

13) 김해년, 우리나라 골프산업현황과 활성화방안에 대한 연구, 석사학위논문, 2014, p12

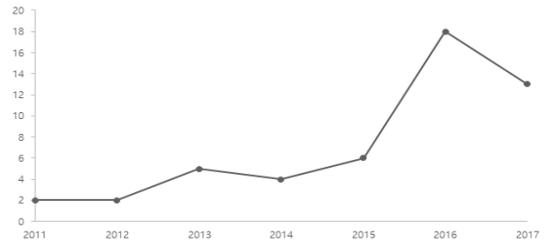
14) 장현수, 골프장 클럽하우스 건축공간계획에 관한 연구, 박사학위논문, 2012, p30-31

④ 운영 관리·지원 역할

경기 진행실과 캐디실, 직원실 등과 같이 드러나지 않지만 시스템적으로 가장 중추적인 역할을 하는 곳이다.

(3) 골프 클럽하우스의 현황

국내골프산업은 시작과 동시 꾸준히 증가하여 2004년 189개소에 불과했던 골프장수는 현재 500개소가 넘는다. 하지만 최근 골프산업 둔화와 경기침체에 따라 회원제를 고수하던 골프장은 대중제로 전환하고 있는 추세이다.



<그림 2> 연도별 회원제에서 대중제로의 전환¹⁵⁾

실질적으로 대중제로의 전환은 골프장 수 증가율 둔화 현상과 비슷한 시기를 나타내는데, 아래 <표 6>과 같이 2011년 이후 지속적으로 감소하여 2017년도에는 증가율이 0%로 나타나는 것을 확인 할 수 있다.

<표 6> 연도별 골프장 수와 전체 내장객수 변화표 ¹⁶⁾

년도	골프장수	증가율	내장객수	증가율	비고
2005	219	15.9%	17,553,464	11.4%	
2006	246	12.3%	19,427,648	10.7%	
2007	274	11.4%	22,123,286	13.9%	서브프라임 모지기
2008	310	13.1%	23,806,452	7.6%	
2009	339	9.4%	25,527,623	7.2%	신종플루 확산
2010	382	12.7%	25,341,142	-0.7%	천안함 폭침
2011	410	7.3%	26,904,953	6.2%	
2012	437	6.6%	28,605,167	6.3%	
2013	460	5.3%	31,057,645	8.6%	
2014	473	2.8%	33,143,528	6.7%	세월호 침몰사고
2015	483	2.1%	35,411,923	6.8%	
2016	486	0.6%	36,726,861	3.7%	김영란법 시행
2017	486	0%	37,983,451	3.4%	

이는 골프산업의 정체현상으로 골프장의 양적증가가 아닌 질적인 측면의 새로운 혁신이 필요하다는 의미이다. 따라서 신규로 골프장수를 늘리는 것보다 제대로 활용되고 있지 못하는 기존 지역의 골프 클럽하우스를 재편성한 공간적 기능을 확대하고자 한다.

3.2. 골프 클럽하우스 공간구성

(1) 기능별 공간분류

골프 클럽하우스의 기본적인 공간구성은 사용목적에 따른 기능별 분류로 앞서 역할에서 언급된 장현수(2012)의 4분류와 김미희주(2009)¹⁷⁾의 선행연구를 통해, 본 연

15) 한국골프장경영협회, KGBA협회지, 2019.08, p.24

16) 한국골프장경영협회, KGBA협회지, 2019.08, p.22-23

구자는 크게 2분류하여 이용객 공간과 관리·운영공간으로 재구성한다.

<표 7> 골프 클럽하우스 공간구성

이용객 공간	로비·공용 공간	로비, 프론트, 복도, 캐노피, 주차장
	내장객 공간	사우나실, 락커실, 화장실, 파우더룸
	식당·연회 공간	레스토랑, 주방, VIP실, 단체 및 연회실
관리·운영 공간	직원 및 캐디 공간	사무실, 회의실, 캐디실, 경기진행실
	시설관리 공간	기계실, 전기실, 관리실, 세탁실

(2) 프로그램별 공간분류

앞에서 살펴본 기능적인 공간구성을 토대로 지역주민들의 다목적 여가활동을 위한 장소로서 활용하고자 골프 및 이외의 목적을 갖는 프로그램으로 재분류한다.

① 문화·예술 프로그램

구분	내용
라이프 스타일 서비스	갤러리, 뮤직라운지, 서점, 라이프 스타일 샵 등
식음 서비스	레스토랑, 바, 웨딩, 연회장, 식품관, 라운지 등
교육 서비스	키즈 존, 취향클래스, 비즈니스센터, 세미나 등

② 스포츠·건강 프로그램

구분	내용
운동·체육시설 서비스	수영장, 피트니스센터, 탁구, 배드민턴, 테니스 등
체험 프로그램 서비스	캠핑, 트래킹, 산책코스, 연날리기, 물총놀이 등
건강·힐링 서비스	스파 & 사우나, 마사지사실, 찜질방, 노천탕 등

3.3. 지역문화 거점으로서의 골프 클럽하우스

최근 대중문화로 자리잡아가고 있는 골프는 지역관련 종사자와 주민들의 이해관계가 다각도로 얽혀있는 스포츠이자 문화산업이며 관광산업까지 확대되는 것으로 지역 활성화에 미치는 영향력이 큰 시설이다. 가족들의 여가활동을 위한 지역 내 어떤 문화·스포츠 시설보다도 좋은 경치와 넓은 부지를 보유하고 있음에도 불구하고, 국내 대부분의 골프 클럽하우스는 단순 골프 이용객만을 위한 보조시설 역할을 담당하고 있는 형태이다.

따라서 기존 활용도가 떨어지는 골프 클럽하우스의 재편성을 통해 둔화된 골프산업에 활기를 불어넣고 지역적 특성을 고려한 가족 중심적인 문화시설을 강화하여 지역문화거점으로 제안하고자 한다. 이는 지역민들에게 일상생활권 내 도서관, 미술관, 체육관처럼 미래 지역사회의 책임 있는 다목적 여가활동 공간으로서의 업그레이드 된 문화·스포츠 시설이 될 것이다.

4. 골프 클럽하우스의 활용 사례조사

4.1. 사례조사 대상 및 분석방법

우리나라의 골프문화와 외국의 골프문화가 다른 점을 감안

17) 김미희주, 국내골프장 클럽하우스의 실내건축디자인 경향에 관한 연구, 석사학위논문, 2009, p30-31

해 골프 클럽하우스의 분석대상은 기본적으로 국내사례로 한정하며 골프장은 2010년 이후에 개관하거나 리모델링된 사례로 선별하였다. 더불어 골프 목적 이외의 특화된 한 가지 이상의 콘텐츠를 포함하는 골프장에 한한다.

4.2. 사례분석(국내중심)

<표 9> 국내사례 (1)

아난티 클럽 서울						
개요	위치	경기도 가평군 설악면 유명로 961-34	연도	2010		
	규모	클럽하우스 외 테니스장, 펜트하우스	면적	4933.0㎡		
클럽 형태	비즈니스형 골프클럽	리조트형 골프클럽	컨트리 클럽			
	✓					
총별 구성	2,3F : 파티&연회장, 세미나 / 1F : 드롭인구 B1F : 락커실, 라운지, A마켓, 레스토랑, 야외수영장					
평면도·파사드						
	문화·예술 프로그램			스포츠·건강 프로그램		
공간 구성	라이프 스타일	식음	키즈·교육	운동·체육	체험	건강·힐링
	-	●	●	●	●	-
지역문화의 특성						
정서적		환경적			경제적	
역사성	공유성	통합성	학습성	변동성	부동성	
분석	키즈존과 함께 별도의 키즈 프로그램 및 클럽핑과 같은 야외활동을 운영하며 아이들에게 보다 특화된.					

<표 10> 국내사례 (2)

남해 사우스 케이프						
개요	위치	경상남도 남해군 장선면 흥선로 154	연도	2013		
	규모	클럽하우스 외 수영장, 트래킹	면적	14,437㎡		
클럽 형태	비즈니스형 골프클럽	리조트형 골프클럽	컨트리 클럽			
	✓					
총별 구성	2F : 레스토랑, 로비, 락커실, 사우나, 노천탕, 프로샵, 아트 전시 1F : 뮤직라운지, 북 카페, 스타트하우스, 스파&마사지					
평면도·파사드						
	문화·예술 콘텐츠			스포츠·건강 콘텐츠		
공간 구성	라이프 스타일	식음	키즈·교육	운동·체육	체험	건강·힐링
	●	●	-	●	●	●
지역문화의 특성						
정서적		환경적			경제적	
역사성	공유성	통합성	학습성	변동성	부동성	
분석	하이엔드 디자인적 힐링과 뮤직라운지, 아트서적 공간, 다양한 계층의 관광객 이용도가 높으며 남해 특산물을 이용한 레스토랑 운영.					

<표 11> 국내사례 (3)

남촌 컨트리 클럽						
개요	위치	경기도 광주시 곤지암읍 부항길135-38			연도	2016
	규모	클럽하우스 외 리조트			면적	6,493.1㎡
클럽 형태	비즈니스형 골프클럽	리조트형 골프클럽	컨트리 클럽			
총별 구성	2F : 로비, 라운지, 레스토랑 및 연회실, 단체실, 사우나, 락커실 1F : 스타트하우스, 카페, 프로샵, 사무실					
평면도 · 파사드						
	문화 · 예술 프로그램			스포츠 · 건강 프로그램		
공간 구성	라이프 스타일	식음	키즈 · 교육	운동 · 체육	체험	건강 · 힐링
	○	●	○	-	-	-
지역문화의 특성						
정서적			환경적		경제적	
역사성	공유성	통합성	학습성	변동성	부동성	
		-		-	-	
분석	클럽하우스 내에 아트 갤러리를 운영하여 회원들에게 작은 미술관이라는 문화적 공간을 제공한다.					

<표 12> 국내사례(4)

제니클라우스 골프클럽						
개요	위치	인천광역시 연수구 아카데미로 209			연도	2010
	규모	클럽하우스 외 드라이빙레인지, 수영장			면적	17,716㎡
클럽 형태	비즈니스형 골프클럽	리조트형 골프클럽	컨트리 클럽			
총별 구성	1F : 로비, 라운지, Presidents Cup 전시공간, 레스토랑, 와인룸 B1F : 스타트하우스, 프로샵, 남녀 락커실, 사우나					
평면도 · 파사드						
	문화 · 예술 프로그램			스포츠 · 건강 프로그램		
공간 구성	라이프 스타일	식음	키즈 · 교육	운동 · 체육	체험	건강 · 힐링
	○	●	○	●	-	-
지역문화의 특성						
정서적			환경적		경제적	
역사성	공유성	통합성	학습성	변동성	부동성	
				-		
분석	프레지던트컵 전시공간으로 소속된 자부심과 역사적인 기념품 샵을 운영하며 골퍼들의 흥미를 유발시키는 볼거리를 제공.					

4.3. 분석의 종합

사례대상에 공통적으로 나타난 특징은 친목도모 목적의 식음공간이었다. 하지만 규모의 다양성만 존재할 뿐

지역성이 특화된 곳은 사우스 케이프가 유일하였고 라이프 스타일 공간구성도 가장 다양했다. 아난티 서울은 키즈 프로그램을 내세워 이용대상을 확대시켰으며, 남촌CC는 작지만 미술관을 접목하여 차별화된 공간구성을 볼 수 있었다. 총체적으로 위의 국내사례에서 체험공간은 리조트형 골프클럽에서만 나타나는 한계성을 보였다.

5. 결론

지역문화는 장소적 특성을 기반으로 한 생활양식을 통해 지역의 정체성이 결정된다. 이에 각 지역마다 다양한 인구구조와 문화적 특성, 직업군, 소득수준 등이 다름에도 불구하고 현대사회의 문화공간은 지역성을 배제한 브랜드만을 내세운 획일화된 모습을 보이고 있다. 공간 또한 개인의 소극적인 문화체험의 한계를 지닌다.

이는 문화공급정책의 지역 불균형에서 초래된 시설부족과 제약된 환경에 대한 이해로 해석되며, 이에 지역문화시설의 대체공간으로 골프 클럽하우스의 활용을 제안하고자한다. 그동안 골프장은 특정이용객을 위한 시설이었지만 지역문화 특성이 적절히 적용된 골프 클럽하우스일수록 지역사회의 인지도를 높이고 지역민들의 가족중심적인 문화·스포츠시설로서 적극적인 야외활동과 사고 및 친목도모, 문화·예술적 욕구를 동시에 충족시킨다.

따라서 지역문화 활성화를 위한 부족한 문화공간제공과 지역민들의 건강한 여가생활을 위해 골프장의 공간을 적극 활용할 수 있기를 기대한다.

참고문헌

- 이정혜, 지역문화기반시설을 이용한 어린이 문화예술 감수성개발 방안, 석사학위논문, 2008.
- 장현수, 골프장 클럽하우스 건축공간계획에 관한 연구, 박사학위논문, 2012.
- 리처드 카벤디쉬 외 2인, 죽기 전에 꼭 봐야 할 세계 역사 유적 1001, 마로니에북스, 2009.01.
- 한국문화관광연구원, 지역문화실태조사1&2, 2019.02.
- 문화체육관광부, 문화로 삶을 풍요롭게 하는 박물관·미술관, 2019.06.
- 한국골프장경영협회, KGBA 협회지, 2019.08.
- 문화체육관광부, 2019 전국 문화기반시설 총람, 2019.01.
- 노영희 & 홍현진, 문화·스포츠관련 국제기구 지식정보원-문화의 특성, 2009.07.
- 이병민, 지역(도시)재생에 있어 콘텐츠의 중요성과 효과, 웹진 문화관광, 2018.03.
- 김해년, 우리나라 골프산업현황과 활성화방안에 대한 연구, 석사학위논문, 2014, p12.
- 구건서, 일본의 지역문화 정책, 신아사출판사, 2018.08.
- 이서우, 지역문화 활성화를 위한 창작공간의 활용방안, 석사학위논문, 2010.
- 김미희주, 국내골프장 클럽하우스의 실내건축디자인 경향에 관한 연구, 석사학위논문, 2009.