

라이프스타일 샵의 공간구성 및 실내표현 계획에 관한 연구

A Study on the Space Composition and Interior Expression Plan of Lifestyle Shop

Author 강미지 Kang, Mi-Ji / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인 석사과정
강철희 Kang, Chul-Hee / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내설계전공 부교수, 박사과정 수료*

Abstract Due to the increase in the number of single households, value consumption, and single consumption, consumers are showing great interest in improving the quality of their lives. Lifestyle has changed and the desire and interest to express one's individuality tends to spread to household goods and living products. In accordance with the consumer propensity of society as a whole, domestic and foreign companies start to market lifestyle brands, compare the structure of store spaces with the differentiated concept, and present a space structure and a space expression method suitable for the lifestyle shop. A composite space constitution method of the lifestyle shop is analyzed from the expression characteristics of the indoor space. First of all, lifestyle shops need to have more special spaces differentiated from other brands, and they need to have symbolism that conveys the value of their brand to consumers. Secondly, the complexity and scale of the profit space and the non-profit space have increased significantly. Third, lifestyle shops are a two-way communication space between brands and consumers through their interaction characteristics. Through this research, we hope that more specific research will be presented on brand lifestyle shops collaborating with global brands in Europe, the U.S., and Japan.

Keywords 라이프스타일, 라이프스타일 샵, 공간구성, 표현방법, 공간디자인
Lifestyle, Lifestyle Shop, Space Composition, Expression, Space Design

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

최근 독신세대 증가와 가치 소비, 싱글 소비로 인해 소비자들은 자신의 개성을 표현하는 방식에 변화를 나타내며 삶의 질적 향상에 높은 관심을 보이고 있다. 또한 현재 자신의 행복한 삶을 추구하는 '올로(YOLO)'의 라이프스타일이 확산되면서 삶의 방식도 변화하여 자신의 개성을 표출하고자 하는 욕구와 관심이 생활용품과 리빙 상품으로 확산되는 추세이다. 이러한 사회 전반적인 소비자 소비성향에 맞춰 국내외 기업들이 라이프스타일 브랜드를 론칭하기 시작하였다. 라이프스타일 브랜드는 각각의 취향을 가진 소비자에게 기능 중심의 상품이 아닌 차별화된 콘셉트와 다양한 생활 영역의 카테고리로 상품을 판매한다.

라이프스타일 브랜드의 등장에는 국가 경제의 장기불

황과 국내외 정치적 불안, 미래에 대한 불확실성 등 사회 전반에 대한 불안심리가 원인이다.

이러한 사회적 배경으로 인해 나만의 휴식 공간인 '집'을 통해 지친 일상에 대한 안정과 정신적인 위안을 얻고자 하는 소비자 심리성향으로 '집'에 대한 현대인들의 사고의 변화는 홈퍼니싱과 리빙 제품에 대한 관심으로 표현되면서 관련 산업도 성장세를 보이고 있다. 통계청은 국내 생활용품 및 인테리어 시장이 2008년대비 70퍼센트 성장해서 2015년에는 약 12조 5천억 원, 향후 2023년에는 18조원을 넘을 것으로 예상하고 있다.¹⁾

라이프스타일 브랜드는 미국, 유럽, 일본 등 전 세계에서 나타나고 있으며 여러 국가에서 자국의 독특한 문화를 표현한 라이프스타일 브랜드를 론칭하고 있다.²⁾

국내에서도 소비자들의 변화된 라이프스타일에 맞게 다양한 콘셉트와 개인의 삶의 가치에 부합하는 라이프스

1) 패션넷코리아. '더 웰러리(The Wellery) 상품 간 경계를 허물다'. 2017

2) 고은별, 최경란, "체험마케팅을 적용한 라이프스타일 샵의 VMD에 관한 연구" 기초조형학회, 제 10권 제 6호(2009). p.29.

* 교신저자(Corresponding Author); chulhikang@hanmail.net

타일 브랜드가 론칭하고 있다. 의류뿐만 아니라 뷰티, 생활용품, 액세서리, 플랜팅, 홈 퍼니싱 등 다양한 상품군을 한 공간에 구성하여 차별화된 콘셉트의 매장 공간 구성과 표현방법을 비교하여 라이프스타일 샵의 적합한 공간구성과 표현방법을 제시하고자 한다.

1.2. 연구 방법 및 범위

본 연구는 라이프스타일 샵의 공간구성과 표현방법을 비교, 분석하여 라이프스타일 샵의 합리적인 공간구성원리를 연구한 논문으로써 선행연구와 문헌고찰을 통해 라이프스타일 샵의 개념, 라이프스타일 샵의 공간구성을 이해하고 라이프스타일 샵의 표현방법을 도출한다. 또한 라이프스타일 샵의 표현방법의 사례를 선정하고 비교, 분석을 통해 라이프스타일 샵의 공간구성원리를 제시하고자 한다.

2. 라이프스타일 샵의 이론적 고찰

2.1. 라이프스타일 이해

오늘날 삶의 수준과 질적 향상은 다양한 가치관을 반영하며 삶의 방식도 개인의 자기만족과 취향을 반영하는 라이프스타일(life style) 개념이 등장하였다. 라이프스타일은 개인, 가족, 단체의 가치관 때문에 나타나는 다양한 사고방식, 행동양식, 생활양식 등 생활의 모든 측면의 심리적과 문화적 차이를 전체적인 형태로 나타낸 말이다.³⁾ 제임스 엔겔 외(James F, Engel외)는 라이프스타일이 넓게는 사회 전체나 사회의 특정 부분을 말하며, 좁게는 개인에게 나타나는 생활양식, 가치관, 태도, 실제적 행동 등이 통합된 특징적이고 상징적인 행동양식으로, 이는 몇 개의 유형으로 분류 될 수 있다고 했다. 즉, 사회구성원의 가치관, 관심분야, 활동영역 등을 바탕으로 라이프스타일을 세분화하고 라이프스타일 집단 간의 소비행동, 매체이용 패턴, 기타 행태적 차이를 분석할 수 있다.⁴⁾

라이프스타일에 대한 개념을 이해하기 위한 근거를 마련하고자 선행연구를 바탕으로 <표 1>과 같이 정리하였다.

<표 1> 라이프스타일의 정의

연구자	정의
최유돈(2001)	라이프스타일을 소비자의 정신적 감성적 스타일 뿐 아니라 구체적 행위측면을 포함하며, 공통적으로 지니고 있는 그 사회의 구성원들의 독특한 생활양식을 의미
심성욱, 박종민(2004)	개인행동에 영향을 미치는 개인적 특성
김은주(2013)	개인과 문화, 집단의 영향으로 형성된 개성이 삶과 소비의 유형에 나타난다

3) 네이버 지식백과, 인용

4) Engel, J.F., Blackwell, R.D.& Miniard, P.W. 『Consumer behavior』, New York: Dreyden Press, 1933, p.511.

송영숙(2013)	개인이 가진 신념, 생활양식, 가치관, 가정환경, 사회적 위치 등에 따라 복합적으로 갖는 행동양식
홍현주(2015)	라이프스타일 샵 판매품에 대해 소비자의 행동은 지식이나 정보에 의해 결정되는 것보다 감성적인 요인과 외부의 영향으로 행해지는 경우가 많다고 함

2.2. 라이프스타일 샵의 이해

라이프스타일 샵이란 ‘라이프스타일(life style)’과 ‘샵(shop)’이 합쳐진 합성어로 편집 매장같이 하나의 콘셉트를 가지고 의, 식, 주에 관한 다양한 상품을 구성하여 소비자들에게 원스톱 쇼핑(One Stop Shopping)을 제공하는 매장이다. 의류, 액세서리, 퍼니처, 패브릭, 가정용품, 문구류 등에 걸쳐 일상생활에 필요한 모든 상품을 제공할 뿐만 아니라 소비자가 원하는 ‘라이프스타일을 제안’하는 형식의 매장을 말하며 소비자와 의사소통을 통해 브랜드 아이덴티티를 구축해 오고 있다.⁵⁾

SNS(Social Network Service)의 발달과 싱글족의 증가로 자신만의 개성과 취향을 주저 공간으로 확대, 전개하면서 타인에게 일상을 공유하고 어필하는 라이프스타일이 유행하고 있다. 이에 일관된 콘셉트의 의, 식, 주의 다양한 상품 구색과 원스톱 쇼핑이 가능한 라이프스타일 샵은 바쁜 현대인들에게 쇼핑의 편리함과 시즌별로 라이프스타일을 제안함으로써 다양한 라이프스타일 샵이 많이 생겨나고 있다. 이제 소비자들은 단순히 하나의 상품을 사기 위해 매장을 방문하기보다는 토틸 라이프스타일을 제안하는 복합 쇼핑공간을 찾고 있다. 라이프스타일 샵의 정의와 개념에 대한 선행연구를 정리해 보면 <표 2>와 같다.

<표 2> 라이프스타일 샵의 정의 선행연구

연구자	정의
엄경희, 표재연(2014)	다양한 경험을 통해 가치를 실현하고 만족감을 주기 위해 다양한 전시 공간과 상품 군을 갖추고 있어 새로운 토틸 라이프스타일로 구성된 매장
김영룡(2014)	일상생활에 필요한 제품을 판매하고 문화적 요소를 가미한 흥미로운 콘셉트를 보여줌으로써 소비자들에게 새로운 라이프스타일을 제안
이솔지(2015)	단순한 생활공간에 관한 제품들이 아닌, 보다 이상성을 지향하는 생활공간디자인의 가치를 재평가하는 감성 도구로써, 라이프스타일의 변화를 유도 시키는 곳
김승주(2016)	의, 식, 주와 관련하여 다양한 상품군을 구성하고 전반적인 라이프스타일을 제안하는 브랜드
유연(2017)	라이프스타일을 제안하는 공간으로 특정 브랜드만의 이미지로써 개인의 개성에 부합하는 삶의 가치를 제안하는 곳

2.3. 라이프스타일 샵의 발전

국내 브랜드 라이프스타일 샵은 1980년대 후부터 재래시장을 중심으로 가구 및 생활용품을 중심으로 발전하여 오늘날의 다양한 형태의 라이프스타일 샵으로 발전하였

5) 임점희, “라이프스타일의 Brand Concept 이해도가 VMD 및 구매의사결정에 미치는 영향”, 수원대학교 교육대학원 상담교육전공, 석사학위 논문, 2016, p.12.

다. 1990년대 후반에는 가구와 소품에 집중하여 다양한 취향의 인테리어 공간이 유행하면서 장식 소품이 중요하게 되어 라이프스타일 브랜드가 생겨나게 되었다.

2000년 이후 국내의 많은 브랜드의 라이프스타일 샵이 개점하면서 현대인의 소비성향에 맞는 저렴하게 구입해서 짧은 시간에 사용을 목적으로 하는 국내 리빙 시장의 패러다임이 바뀌었다. 즉, 삶의 질을 중시하는 소비 트렌드, 유통흐름의 변화, 싱글족의 증가 등으로 저렴한 가격으로 유행이나 계절마다 리빙 아이템을 바꾸는 ‘패스트 리빙’은 셀프 인테리어 인기와 함께 새로운 라이프스타일 샵의 콘셉트 제안 전략이 필요한 것이다.⁶⁾

김동훈, 김소연(2015)의 선행연구에 따르면 국내 라이프스타일 샵의 발전과정은 다음 <표 3>과 같다.

<표 3> 라이프스타일 샵의 발전과정기

년도	1980년~1990년대 초반	1990년대 중반~2000년대 중반	2000년대 후반~2013년	2014년~현재
산업 환경	-재래시장 중심 -생활용품과 가구 중심	-가정생활용품의 브랜드화, 복합 쇼핑물 등장 -대형마트, 아울렛 중심 생활용품 브랜드 론칭 -백화점 침구류, 소품에 주력한 PB 라이선스 브랜드 개발 -해외 라이프스타일 브랜드 진출	-라이프스타일 콘텐츠 등장 -기존라이프스타일 브랜드 리뉴얼, 다각도로 변화 -가구 업체 플래그쉽스토어 형태로 라이프스타일 진출 -다양한 디자인, 편집 샵 등장 -가두상권과 온라인 소규모 라이프스타일 샵 등장 -다양한 특징을 가진 한국형 라이프스타일 샵 등장	-편집샵과 셀렉트샵의 세분화 -대기업 자본의 라이프스타일 샵 진출 -국내 SPA브랜드 메가샵 오픈 및 라이프스타일 샵 확장 -라이프스타일 샵 가두상권 진출 본격화 -해외 라이프스타일 브랜드 국내 진출 본격화
주요 품목 및 브랜드	-가구, 침구류, 인테리어 소품시장 -단일 브랜드 사업에 집중	-국내 브랜드 모던하우스, 자연주의 론칭 -코즈니 론칭 -까사미아, 룸엔데코, 전망좋은방 론칭 -일본 브랜드 무인양품 론칭 -일본 브랜드 프랑프랑 론칭	-자주 리뉴얼 -1300K, 텐바이텐, 폼 등 오프라인 진출 -까사미아 ‘라까싸’호텔, 이브자리 코디센 론칭 -핀란드 브랜드 아리에코 론칭	-H&M 홈, 자라 홈 론칭 -이케아 론칭 -다이소, 플라잉 타이거 코펜하겐 론칭 -국내 브랜드 더 라이프, 버터 등 론칭
1인당 국민 총소득	4000~8000 달러	8000~2만 달러	2만~2만3000 달러	2만5000달러~3만달러

6) 안현성, '국내 라이프스타일 브랜드 매장의 VMD 표현 요소에 관한 연구: 모던하우스, 버터, 자주, 더 라이프를 중심으로', 한국패션디자인학회지 제 7권 1호, 2017, p.71-88.
7) 김동훈, 김소연 '뉴미디어 표현특성을 활용한 라이프스타일 샵 공간에 관한 연구: 패션샵을 중심으로', 한국실내디자인학회 학술대회논문집, 2015, 10. p.237-242.

2.4. 라이프스타일 샵의 유형 및 변천

국내의 라이프스타일 또한 여러 산업군에서 각각의 브랜드가 가진 독특하고 명확한 컨셉(Concept)을 바탕으로 라이프스타일과 관련한 다양한 제품 종류의 카테고리들을 선보이며 그 영역을 확장해 가고 있다. 라이프스타일 샵은 크게 6가지 유형으로 다음 <표 4>와 같이 분류 된다.

<표 4> 국내 라이프스타일 샵의 유형 (김영룡 2013)

공간구성	특징	
국내 라이프스타일 샵의 유형	키친,가구	일룸, 리바트 스타일샵, 한샘 플래그샵, 까사미아
	디자인	텐바이텐, 코즈니, 폼, 1300k
	문구	아트박스, 모닝글로리
	패션	제이로즈로코 뉴욕, 에이랜드, 분더슘, 매그앤매그
	홈텍스타일	키티버니포니, 이브자리 코디센
	생활용품	제이로즈로코 뉴욕, 에이랜드, 분더샵, 매그앤매그

한국의 라이프스타일 샵은 90년대 후반에 인테리어 분야가 주목을 받고 유행하면서 인테리어 소품에 대한 관심이 높아졌으며, 2000년대 중반에는 생활용품과 가구 등으로 집의 분위기를 변화시킬 수 있는 홈드레싱이 점점 인기를 얻었다. 2000년대 후반에는 아울렛과 대형마트, 백화점 등을 중심으로 생활용품을 판매하는 브랜드가 점차 늘었으며, 무인양품과 프랑 프랑과 같은 일본의 유명 라이프스타일 브랜드가 국내 진출하였다.⁸⁾ 여러 가지 디자인이 강조된 매장과 함께 다양한 형태의 브랜드 라이프스타일 매장이 등장하고 있다.

현대 라이프스타일 샵의 실내 구분은 판매공간 뿐만 아니라 전시공간, 체험공간, 브랜드 문화 소비공간 등으로 나뉘며, 브랜드 인식을 높여주는 여러 가지 공간이 증가하고 있다. 또한, 현대 브랜드 문화는 다원화되고 있으며 한 종류의 상품을 판매하는 곳은 거의 없다.

다수의 라이프스타일 샵에서 소비자의 휴식 공간에 대한 요구가 점점 증가하는 것은 휴식 공간의 디자인과 사용에 대해 더 많은 관심이 생기기 때문이다. 현대의 라이프스타일 샵은 상품만 판매하는 매장이 아니라 브랜드 문화를 연출하며, 마케팅 시장을 확대하며, 시장 요구와 마케팅 전략에 적응하는 복합적인 공간이다. 현대의 라이프스타일 샵은 사회 발전의 필연적인 결과이며 현대 도시 소비자의 필요한 복합문화공간으로 변화하고 있다.

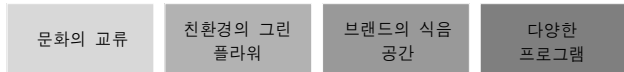
8) 이지수, 라이프스타일 샵의 개념을 적용한 문화 공간 디자인에 관한 연구, 홍익대학교 석사논문, 2017, p.24

3. 라이프스타일 샵의 공간구성 원리

3.1. 라이프스타일 샵의 공간 특징

브랜드 라이프스타일 샵은 브랜드가 소비자에게 보여주는 브랜드 가치와 제품 구성이 다양화된 복합적인 공간이다. 주요 소비군 설정과 브랜드 컨셉 재현은 브랜드 라이프스타일 샵의 가장 중요한 부분이다. 따라서 브랜드 라이프스타일 샵은 단순히 많은 상품을 판매하는 곳이 아니라 정확한 소비군이나 목표 고객을 설정하여 그들에 대해 분석하고 이해한 후 소비자들이 원하는 상품을 판매하는 샵이다. 브랜드 제품과 공간의 디자인, 진열 전시, 시각물 등의 요소들은 브랜드 컨셉을 통해 브랜드 이미지를 나타내야 한다.

일본 건축 잡지 Casa Brutus에서 발표한 주목받는 라이프스타일 샵의 특징을 설명하였으며 다음의 <그림 1>과 같이 정리하였다.



<그림 1> 라이프스타일 샵의 공간 특징

3.2. 라이프스타일 샵의 공간구성 및 구성요소

(1) 라이프스타일 샵의 공간구성

현대 도시의 상업공간은 대부분 복합적인 유형으로 나타난다. 상업 거리나 쇼핑몰이나 모두 복합적으로 디자인하는 경향이다. 현대 브랜드 라이프스타일 샵도 마찬가지로 복합 형식으로 발전하고 있다. 이에 따라 판매하는 상품의 종류가 많아질 뿐만 아니라 제공하는 서비스도 많이 증가하고 있다. 따라서 브랜드 라이프스타일 샵에서는 휴식공간, 실험공간, 체험공간, 이벤트 공간 등 수익을 내지 않는 공간들이 나타난다. 이익을 내는 공간과 이익을 내지 않는 공간, 브랜드 판매 욕구와 소비자 구입 욕구가 같이 서로 잘 융합하고 모두가 이익을 얻을 수 있도록 만들어진 공간은 전략으로서 브랜드 라이프스타일 샵의 공간구성을 이루게 되었다.

(2) 라이프스타일 샵의 구성요소

현재 소비자들의 욕구에 따라 단순히 제품의 품질과 가격이 아닌 다른 정신적 소비를 충족시키기 위해 이상적인 이미지를 제시해 줄 수 있는 브랜드 가치소비와 문화소비를 자연스럽게 유도해야 한다. 브랜드는 소비자에게 대체할 수 없는 독특한 인식을 강화시키기 위해서 단순히 상품만 중시하는 것이 아니라 소비자에게 심리적, 시각적, 감각적인 면에서 다각도의 서비스를 제공해야 한다. 브랜드 라이프스타일 샵은 브랜드마다 분야와 전략은 다르지만 브랜드와 소비자 간의 커뮤니케이션 고

려, 브랜드 특유한 컨셉으로 만든 상품, 소비자의 호기심과 관심을 이끌 수 있는 공간 디자인, 차별화된 다양한 프로그램 등의 여러 가지 공통된 구성요소들을 가진다. 라이프스타일 샵의 공간구성요소는 브랜드와 소비자간의 교류를 할 수 있는 커뮤니케이션, 브랜드의 컨셉을 담은 상품, 판매공간, 복합문화공간으로 확장할 수 있는 프로그램이 있다.

3.3. 라이프스타일 샵 선행연구 및 표현방법

(1) 선행연구

라이프스타일 샵의 특성에 대해 선행연구를 <표 5>로 정리하였다.

라이프스타일 샵은 사회환경 및 브랜드 문화 등에 따라 차이가 나기 때문에 국내의 라이프스타일 샵의 특성을 한마디로 정의하기는 어렵다. 특히 요즘과 같이 모든 것이 빠르게 변화하는 사회 속에서는 변화를 수용하는 태도가 기업마다 다르며, 라이프스타일 샵 또한 어느 때보다도 복잡해지고 다양해지고 있다. 그러므로 급변성, 다양성에 효과적으로 대응하기 위해서는 거시적인 접근이 필요하다. 거시적인 접근이란 새로운 추세나 변화에 대한 수용태도가 비슷한 세대 간 특성을 대변함으로써 근래 우리 현대 사회에 부각되고 있는 라이프스타일 특성을 추구함을 의미한다.⁹⁾

(2) 라이프스타일 샵의 실내표현 특성

<표 5> 라이프스타일 샵의 특성 선행연구

연구자	정의
이지수 (2017)	라이프스타일 샵의 개념을 적용한 문화 공간 디자인에 관한 연구 -소비자 맞춤형 서점 전략을 중심으로-
우아라 (2017)	라이프스타일 스토어의 환경적 경험 및 소비자 인지반응기제
김희연 (2016)	일본 라이프스타일 스토어의 실내디자인 표현 특성
김소연 (2016)	뉴미디어 표현특성을 활용한 패션 라이프스타일 샵 실내공간계획에 관한 연구

앞에서 같이 급변하는 라이프스타일 샵의 특성에 대해 선행연구를 살펴볼 때 세대별, 브랜드 영역, 소비대상 등에 있어 다양한 요인에서 오는 차이점은 있지만 전체적으로 고려하고 있다는 공통점이 있기 때문에 명확히 다르다고 보기는 어렵다. 따라서 상대적으로 차이가 나는 특성들은 제한적이며 선별적으로 받아들여야 할 것이다. 본 연구에서는 4편 이상의 연구 논문에서 언급한 라이프

10) 문태균, 라이프스타일 변화가 주상복합아파트 광고소구유형에 미치는 영향-신문광고를 중심으로-, 홍익대학교, 석사논문, 206, p.8

스타일 샵의 특성을 선정하였으며 특성은 상징성, 복잡성, 상호작용성으로 3가지의 특성으로 도출하였다

(가) 상징성

상징성은 추상적 개념인 브랜드에 특유한 콘셉트를 부여하는 것이라고 볼 수 있다. 소비자들에게 브랜드의 상징적 요소를 통해 브랜드의 역사와 문화, 핵심과 이념을 연상시키고 공간의 가치를 높여준다. 상징성 요소를 통해 소비자에게 브랜드에 관련된 연상을 유발할 수 있으며 궁극적으로 브랜드 이미지를 형성시켜준다.

(나) 복잡성

의식주가 복합된 공간이 주목받는 시대에 브랜드는 자신의 매장에 차별화된 특색 공간이나 다양한 프로그램 공간을 설치하여 복합적 공간으로 기능을 확장시킨다. 이러한 복합공간은 판매와 전시, 휴식과 체험, 가치와 문화 등의 공간 기능에 따라 조합되는 가변적인 특성이 있다. 소비자 추구에 따른 공간의 복합적 활용은 특정한 기능이 아닌 여유가 있는 기능의 복합성을 나타낸다.

(다) 상호작용성

브랜드와 소비자 간의 원활한 관계가 이루어져야 하는 상업공간에서 상호작용성은 빼놓을 수 없는 필수 요소이다. 소비자가 요구하는 점을 명확하게 반응하고 소비자에 맞는 상품을 배치할 수 있어야한다. 브랜드 라이프스타일 샵에서 공간 내의 상호작용성은 공간에서 소비자의 행동을 유발하는 배치를 통해 유도, 체험, 상호작용을 하게 하여 다양한 경험을 제공하므로 중요한 특성이며 다양한 각도로 발전시켜야 한다.

(3) 소결

라이프스타일 샵의 선행연구를 분석한 결과 다양한 문화와 다양한 제품을 소비자에게 전달하기 위해서는 브랜드 라이프스타일의 샵의 공간의 상징성과 소비자의 방문을 자극할 수 있는 프로그램의 복잡성 그리고 소비자화 라이프스타일 샵의 소통의 역할을 하는 상호작용성이 중요함을 알 수 있다.

4. 사례 분석

4.1. 사례 조사 대상범위

사례 대상 범위는 최근 소비자에게 많은 관심을 받고 있는 라이프스타일 샵으로 국내에 진출한 해외 브랜드와 국내 브랜드 중에서 브랜드 인지도 및 매장규모가 큰 매장으로 선정하였다. 공간디자인 또한 매장마다의 특성이 돋보이는 브랜드를 비교, 분석하여 라이프스타일 샵의

공간구성과 실내표현 요소를 비교 분석하고 선행연구에서 도출된 표현특성의 적용도를 확인하고자 한다.

<표 6> 사례 (1)

구분	개요			
명칭	로알라운지	위치	서울 강남구 논현로 709	
개점년도	2017.10.11(리뉴얼)	면적	4,839.18㎡	
층별 구성	지하1층(전시장,갤러리), 1층(카페), 2층(다이닝&바), 3~5층(사무실), 6층(렉처홀), 7층(가든)			
평면도/파사드				
공간구성	판매공간	휴식공간	이벤트공간	기타공간
	육실위생도기/육실용품	카페/다이닝&바	로알갤러리	렉처홀
상징성	●	●	○	●
복합성	●	●	●	●
상호작용성	●	○	○	●
분석	이의 물방울모양과 레드를 인테리어 포인트 컬러로 사용함, 다양한 문화, 체험공간을 마련하여 육실을 공간으로 느끼게 해줌. 70여개의 리빙 브랜드가 함께 한 11개의 육실 라이프스타일 패키지 제안.			

<표 7> 사례 (2)

구분	개요			
명칭	시그니처 키친 스위트	위치	서울 강남구 학동로 133	
개점년도	2017.08.17	면적	3,523.97㎡	
층별 구성	지하1층(빌트인키친관) 1층~2층(브랜드갤러리) 3층(스위트 키친관) 4층(쿠킹스튜디오) 5층(프리미엄관)			
평면도/파사드				
공간구성	판매공간	휴식공간	이벤트공간	기타공간
	가전, 주방가구	오픈라운지	쿠킹스튜디오	컨셉관
상징성	●	●	●	●
복합성	●	●	●	●
상호작용성	○	●	○	○
분석	툰메인이 디자인한 스템을 조형화한 쿠킹클라우드. 가전과 가구가 조화를 이루는 공간을 경험하고 패키지로 구입할 수 있도록 함으로써 빌트인 가전의 가치와 사용성을 높이는 주방 디자인을 제안			

<표 8> 사례 (3)

구분		개요		
명칭	더론샵코리아	위치	서울 강남구 도곡로 401	
개점년도	2019.11.14	면적	3305㎡	
층별 구성	1층(전시장, 카페) 2층(전시장)			
평면도/파사드				
공간구성	판매공간	휴식공간	이벤트공간	기타공간
				
	가구,소품,조명,침구,서적	ORBY 카페	VIP 상담실	화장실,벽화
표특	상징성	●	○	●
	복합성	○	○	○
	상호작용성	○	○	○
분석	1974년 영국 디자이너 테렌스 콘란경이 론칭한 브랜드로, 세계 유수 디자이너들과 협업 제작한 상품을 선보여 왔다. VVI폼은 위스키 80종과 시가 등이 구비 되어 디자이너의 취향을 간접 경험해볼 수 있는 공간.			

<표 9> 사례 (4)

구분		개요			
명칭	한샘넥서스	위치	서울 강남구 학동로 201		
개점년도	2019.11.19	면적	2990㎡		
층별 구성	지하1층,1층(전시장), 2층(컨셉관), 3~5층(전시장), 6층(문화공간)				
평면도/파사드					
공간구성	판매공간	휴식공간	이벤트공간	기타공간	
					
	주방,가구,건자재,패브릭	중정,옥상정원	글라스하우스	리얼하우스	
표특	상징성	○	○	○	●
	복합성	○	○	○	○
	상호작용성	○	○	○	○
분석	시간이 흐를수록 가치를 더하고, 아름다움이 쌓이는 '하나의 큰 집'이라는 테마로 큰 집에 두개의 작은집을 보여줌. 건축가 배대웅씨의 80평형의 리얼하우스로 공간을 제안함				

4.2. 분석의 종합

사례분석 결과 가장 큰 특징은 아직 국내의 라이프스타일 샵의 공간 구성은 초기 발전 단계로 보여진다. 비교, 분석된 샵은 형태와 구성에 큰차이를 보이고 있지 않다. 고급스러움을 강조하기 위한 마감재 구성은 확대되고 있지만 소비자에 직접 소통되는 상호작용성이 부족

하며 다양한 콘텐츠를 소화하지 못하고 있는 실정이다. 하지만 소비 트렌드에 변화에 따라 많은 소비자가 찾고 브랜드마다 투자와 발전을 위해 노력하는 모습을 확인할 수 있다.

5. 결론

본 연구는 선행연구 논문에서 언급한 라이프스타일 샵의 특성을 활용하였으며, 실내공간 표현특성을 통해 라이프스타일 샵의 복합적인 공간구성 방식을 분석해보면 다음과 같다.

첫째, 브랜드 라이프스타일 샵은 다른 브랜드와 차별화된 특수한 공간이 증가하여 소비자에게 자신의 브랜드의 가치를 인상적인 홍보를 통해 전달할 수 있는 상징성이 필요하다. 둘째, 라이프스타일 샵은 단순히 상품 판매 목적이 아닌 브랜드의 가치관과 이미지를 전달하거나 이해하기 위해 만든 공간이기 때문에 수익 공간과 비수익 공간의 복합성과 규모의 비중이 많이 증가하였다. 셋째, 라이프스타일 샵은 상호작용 특성을 통해 브랜드와 소비자 간의 쌍방향 커뮤니케이션 공간이라고 할 수 있다. 일반적인 매장보다 다양한 마케팅 전략에서 브랜드만이 있는 차별화된 장면이나 공간으로 연출하여 소비자와의 교감을 통해 공감대를 형성하는 상호작용성이 중요하다.

결과적으로 살펴보았을 때 한국의 브랜드 라이프스타일 샵은 발전 초기 단계이며, 미래에 많은 발전가능성을 가지고 있음을 알 수 있다. 본 연구를 통해 국내에서도 유럽, 미국과 일본의 글로벌 브랜드와 협업하는 브랜드 라이프스타일 샵에 대해 더 구체적인 연구들이 제시되기를 기대한다.

참고문헌

- 패션넷코리아. '더 웰러리(The Wellery) 상품 간 경계를 허물다'. 2017.
- 고은별, 최경란, "체험마케팅을 적용한 라이프스타일 샵의 VMD에 관한 연구" 기초조형학회, 제 10권 제 6호(2009). p.29.
- 네이버 지식백과, 인용.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D.& Miniard, P.W. 『Consumer behavior』, New York: Dreyden Press, 1933, p.511.
- 안현성, '국내 라이프스타일 브랜드 매장의 VMD 표현 요소에 관한 연구: 모던하우스, 버터, 자주, 더 라이프를 중심으로', 한국패션디자인학회지 제 7권 1호, 2017, p.71-88.
- 임접희, "라이프스타일의 Brand Concept 이해도가 VMD 및 구매 의사결정에 미치는 영향", 수원대학교 교육대학원 상담교육전공, 석사학위 논문, 2016, p.12.
- 김동훈, 김소연 '뉴미디어 표현특성을 활용한 라이프스타일 샵 공간에 관한 연구: 패션샵을 중심으로', 한국실내디자인학회 학술대회 논문집, 2015, 10. p.237-242.
- 김영룡, 소비경험 개선에 관한 연구-라이프스타일 샵을 중심으로, 홍익대학교 석사학위논문, 2013, p.19.
- 이지수, 라이프스타일 샵의 개편을 적용한 문화 공간 디자인에 관한 연구, 홍익대학교 석사논문, 2017, p.24.
- 문태균, 라이프스타일 변화가 주상복합아파트 광고소구유형에 미치는 영향-신문광고를 중심으로-, 홍익대학교, 석사논문, 206, p.8.

매장 디자인의 현지화를 위한 GIS기반 스토어 아이덴티티 분석**

A GIS-based Store Identity Analysis for Localized Store Design

Author 한유진 Han, Yoojin / 정회원, 연세대학교 실내건축학과 박사과정
이현수 Lee, Hyunsoo / 정회원, 연세대학교 실내건축학과 교수, 건축학 박사*

Abstract The global brands have been developing their signature store designs aligned with brand identities, as the branded store has been highlighted as a differentiator. In this circumstance, numerous brand stores were standardized, globally controlling the brand environments without any consideration of local differences. From the opposite side of this standardization, this paper aims to analyze the localized retail design, focusing on the case of Aesop - a brand creating different designs through weaving the brand identity into the locality. In order to explore the Aesop signature stores' localized store designs, this study adopted both qualitative and GIS-based approach. Firstly, the store identity of 5 Aesop signature stores in London was analyzed based on the literature review and case study. Also, GIS-based analysis was conducted from the sociocultural, historical, and environmental perspectives to explore the relationship between local factors and retail store design. The result of this study shows the diverse interpretations of the local identity in store design. In addition, this research suggests the application of GIS in retail store design for future study in terms of localization.

Keywords 매장 디자인, 스토어 아이덴티티, 현지화, 지리정보시스템
Store Design, Store Identity, Localization, GIS (Geographic Information System)

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

브랜드 매장은 단순히 상품을 진열 및 판매하는 공간에서 브랜드의 가치(Value)를 고객에게 전달하는 접점으로 진화해왔다. 소비자들은 브랜드가 제공하는 상품과 서비스뿐 아니라, 환경에 의해 브랜드를 인식하고 특정한 이미지를 형성한다. 그렇기에 기업들은 공간을 통해 고유한 브랜드 아이덴티티를 효과적으로 커뮤니케이션하기 위해 노력하고 있다. 특히, 글로벌 시장에서 초국적 브랜드들이 확장함에 따라 그들은 전 세계적으로 일관된 스토어 아이덴티티(Store Identity)를 구축하였다. 표준화된 매장 공간은 브랜드가 강력한 아이덴티티를 구축하고 확고히 포지셔닝 하는 데 효과적이다. 그러나 문화적 차이를 고려하지 않은 표준화로 인해 공간의 '맥도날드화'를 야기시켰다.¹⁾ 다른 국가, 도시, 지역의 브랜드 매장은 장소와 관계없이 마치 복제품처럼 똑같아 보인다.

본 연구는 브랜드의 매장 공간이 반드시 똑같은 필요가 없다는 점에 시작점이 있다. 브랜딩에서 지역에 대한 이해를 바탕으로한 현지화가 점차 중요해짐에 따라,²⁾ 공간디자인 또한 현지화의 측면에서 연구될 필요가 있다. 그동안 브랜드 매장과 관련하여 현지화는 전통적 요소를 디자인에 적용하는 데 주로 초점이 맞추어져 있었으며, 선행연구의 기준에 따라 연구자에 의해 분석이 이루어진 경향이 있다. 그러나 현지화는 전통적 요소 외에도 다양한 측면에서 분석될 필요가 있다. 또한, GIS는 각 지역에 대한 데이터를 바탕으로 정량적인 분석을 가능하게 한다. 따라서, 본 연구는 GIS를 활용하여 현지화된 브랜드 매장을 사회 및 문화, 역사적, 환경적 관점에서 분석하고, 지리정보 데이터를 공간디자인의 현지화에 활용할 가능성에 대해 다루고자 한다.

1.2. 연구의 방법 및 범위

브랜드 매장 디자인의 현지화를 분석하기 위한 본 연

* 교신저자(Corresponding Author); hyunsl@yonsei.ac.kr
** 이 논문은 2020년도 BK21 플러스사업의 지원을 받아 수행된 연구임.

1) Ritzer, G., The McDonaldisation of society, Pine Forge Press, 1992
2) John, H., A John Heskett Reader: Design, History, Economics, 2017

구의 방법 및 범위는 다음과 같다.

첫째, 이론적 고찰을 통해 스토어 아이덴티티의 구성 요소와 현지화의 개념, 지역성의 관점을 정의하여 분석의 기준을 도출한다.

둘째, 실질적인 사례 브랜드를 선정하고 분석을 위한 데이터를 수집한다. 본 연구에서는 매장 디자인에서 현지화가 가장 중요한 전략인 브랜드 Aesop의 런던 매장 5개소(Soho, Covent Garden, Duke of York Square, Golborne Road, Richmond)를 주요 분석 대상으로 설정하였다. 브랜드 Aesop은 1987년 호주 멜버른에서 시작한 스킨케어 브랜드로, 스토어 아이덴티티 매뉴얼을 천편일률적으로 적용하지 않는다. 그 대신 다양한 건축가와 디자이너, 아티스트와 협업하여 전 세계의 모든 매장을 지역성을 고려하여 새롭게 디자인한다.³⁾ 또한, 한 도시 내 다양한 지역에 매장을 전개하고 있어, 지역(Local)의 개념이 더욱 좁고 구체적인 사례이므로 본 연구의 대상으로 선정하였다. 스토어 아이덴티티 분석을 위한 자료는 브랜드에서 공식적으로 제공하는 Taxonomy of Design⁴⁾에 기반을 두었으며, 매장이 위치한 지역의 주변 정보는 런던 공식 데이터⁵⁾와 OpenStreetMap⁶⁾을 활용하여 수집하였다.

셋째, GIS를 활용하여 각 매장의 지역성을 사회문화적, 역사적, 환경적 관점에서 분석한다.

넷째, 스토어 아이덴티티의 공간 요소별 현지화 디자인을 종합적으로 분석한다. 최종적으로 브랜드의 스토어 아이덴티티 구성요소와 GIS 기반 지역 분석 결과를 매칭 및 비교하여 종합적으로 분석한다.

2. 이론적 고찰

2.1. 스토어 아이덴티티 (Store Identity)

(1) 브랜드 아이덴티티와 스토어 아이덴티티

브랜드 아이덴티티(Brand Identity)란 브랜드 스스로가 설정한 이상적인 모습으로, 소비자에게 어떻게 인식되기를 바라는가와 관련이 있다.⁷⁾ 이는 제품의 속성뿐 아니라 브랜드의 본질적 특성으로, 가치와 비전, 개성 등을 포괄하는 개념이다. 스토어 아이덴티티(Store Identity)란 브랜드 아이덴티티를 커뮤니케이션하는 수단으로써 매장 공간의 정체성을 의미한다.⁸⁾ 이를 통해 매장 공간은 단

순히 제품을 판매하는 것에서 벗어나, 브랜드 커뮤니케이션(Brand Communication)에서 일관된 메시지를 전달하고 강력한 브랜드를 구축할 수 있게 한다.⁹⁾

(2) 스토어 아이덴티티의 구성요소

스토어 아이덴티티를 구성하는 요소는 공간의 내/외부 및 표현적 특성 등에 따라 다양한 방법으로 분류할 수 있다.¹⁰⁾ 본 연구에서는 <표 1>과 같이 공간적 요소와 시각적 요소로 나누어 분류하였다. 실내 공간에서 공간적 요소는 구조적 요소(Structural Elements)와 객체 요소(Object Elements)를 포함하며, 각 요소는 그래픽 모티프 및 패턴, 재료, 색상 등을 통해 시각적으로 표현된다.¹¹⁾ 스토어 아이덴티티의 구성요소들은 공간에서 통합적으로 작용하여, 고객에게 브랜드를 인지시키고 특정한 이미지를 형성한다.¹²⁾

<표 1> 스토어 아이덴티티(S.I.)의 구성요소

Dimensions	Spatial		Visual
	Structural	Object	
Elements	Wall	Furnishing	Motif/Pattern
	Ceiling	Lighting	Material
	Floor	Decorative Object	Color
	Layout		Presentation

2.2. 현지화(Localization)

(1) Globalization, Localization, Glocalization

첫 번째 세계화의 패러다임은 전 세계적인 상호연관성이 증가하면서 나타난 세계적 표준화(Standardization)이다.¹³⁾ 이는 Ritzer(1992)의 Mcdonaldization, 즉 맥도날드와 같은 패스트푸드 브랜드의 원칙이 전 세계를 지배하게 되는 광범위한 사회문화적 과정을 의미하며, 문화적 균질화(Cultural Homogenization)를 전제로 한다.¹⁴⁾ 반면, 현지화(Localization)는 표준화에 대응하는 개념으로 문화적 특수성과 상호독립성을 강조한다.¹⁵⁾ 세방화(Glocalization)는 세계화를 하나의 문화에 의한 지배 현상이 아닌 다른 문화 간의 복잡한 상호작용으로 보며,

9) Floor, K., Branding a store: How to build successful retail brands in a changing marketplace, Kogan Page Publishers, 2006

10) 노창영(2007), 홍주현(2010), Jun Yesel(2019)

11) 다음의 논문에서 기술된 스토어 아이덴티티 구성요소의 분류 기준을 적용하였음. Jun, Y., Ma, Y., & Lee, H., Empirical Study of Space Localization Approach on Brand Attitude: The Case of Starbucks in South Korea, Archives of Design Research, 32(4), 27-36, 2019

12) 김경숙, 매장 인지 요소가 브랜드 아이덴티티 구축에 미치는 효과: 커피전문 브랜드의 실내환경 요소를 중심으로, 한국디자인문화학회지, 16(2), 74-81, 2010

13) Pieterse, J. N., Globalization and culture: Global mélange, 2nd ed., Rowman & Littlefield, 2004

14) Steger, M. B., Globalization: A very short introduction, Oxford University Press, 2003

15) Robertson, R., Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity, Featherstone, M., Lash, S., & Robertson, R. (eds.), Global Modernities, Sage, 1995, pp.25-44

3) <https://www.aesop.com/us/r/about>

4) <http://taxonomyofdesign.com>

5) <https://data.london.gov.uk>

6) <https://www.openstreetmap.org>

7) Aaker, D. A., Building strong brands, Simon and Schuster, 2012

8) 김지인, 강혜승, 스토어 아이덴티티 구축을 위한 서비스스케이프 모델 연구 및 전략 개발-화장품 브랜드숍을 중심으로, 한국디자인포럼, 35, 277-289, 2012

이로부터 발생하는 창조적인 충돌을 강조한다.¹⁶⁾ 즉, 다양한 문화가 혼합되어 새로운 정체성을 만들어 내는 문화적 혼성화(Cultural Hybridization)인 것이다.¹⁷⁾ 이처럼 세계화의 패러다임이 변함에 따라, 문화적 차이를 존중하고 유연하게 적응하는 것은 글로벌 시장에서 브랜드의 경쟁력을 높이는 방안이 되었다.¹⁸⁾ 현지에 대한 이해 부족은 곧 브랜드의 실패로 이어질 수 있다.¹⁹⁾ 따라서, 브랜드들은 Being Local을 강조하며 현지 시장의 문화와 사회적 특성에 부합하기 위해 노력하고 있다.

(2) 공간디자인의 현지화(Spatial Design Localization)

브랜드의 고유한 아이덴티티를 일관되게 유지하는 것은 브랜드의 핵심 전략 중 하나이다. 따라서, 브랜드들은 매뉴얼화된 디자인을 롤아웃(roll-out)하여, 고객들이 세계 어디를 가더라도 동일한 매장을 체험하게 한다.²⁰⁾ 초국적 브랜드들이 확장하면서 나타난 표준화된 브랜드 공간은 세계화의 보편성 측면에서 설명된다.²¹⁾ 이는 전 세계적으로 표준화된 이미지를 구축하는 데에는 성공하였으나, cookie-cutter와 같은 clone town이라는 비판을 받기도 하였다.²²⁾ 이에 따라 매장 디자인 측면에서도 현지화가 중요해지기 시작하였다. 브랜드 공간 디자인에서 현지화란 지역의 문화 및 역사, 커뮤니티, 라이프스타일에 대한 이해를 바탕으로, 지역의 특수성을 공간에 반영하는 것을 의미한다. 대표적인 예로 스타벅스와 같은 초국적 브랜드들은 현지화 전략을 취하기 시작했으며,²³⁾ 위치에 따라 특성화 매장을 개발하고 있다.²⁴⁾ 브랜드 매장 디자인의 현지화를 위한 지역성(locality)은 지역의 고유한 정체성으로,²⁵⁾ <표 2>와 같이 전통과 역사뿐 아니라 사회문화적, 환경적 관점에서 복합적으로 형성된다.²⁶⁾

16) Pieterse, J. N., op. cit.

17) Ritzer, G., op. cit.

18) John, H., op. cit.

19) Bhattacharya, A. K., & Michael, D. C., How local companies keep multinationals at bay, Harvard Business Review, 86(3), 20-33, 2008

20) Mesher, L., Basics Interior Design 01: Retail Design, Ava Publishing, 2010

21) Yakhlef, A., Global Brands as Embodied "Generic Spaces" The Example of Branded Chain Hotels, Space and Culture, 7(2), 237-248, 2004

22) Teufel, P., & Zimmermann, R., Holistic Retail Design: Reshaping Shopping for the Digital Era, Frame Publishers, 2015

23) Thompson, C. J., & Arsel, Z., The Starbucks brandscape and consumers'(anticorporate) experiences of glocalization, Journal of consumer research, 31(3), 631-642, 2004

24) 김수정, 신지연, 글로벌시대 초국가 기업의 장소마케팅이 지방도시의 로컬리티에 미치는 영향 연구: '스타벅스 코리아'의 로컬화 전략을 사례로, 로컬리티 인문학, 14, 257-292, 2015

25) 김상희, 김주현, 이정호, 상업가로 공간의 지역성 적용 방안 및 특성에 관한 연구: 문화체육관광부 공공디자인 시범도시 조성사업을 중심으로, 주거환경, 11(1), 1-18, 2003

26) 남경숙(2001), 나현실(2001), 홍성민(2018)

<표 2> 지역성의 관점 및 표현적 요소

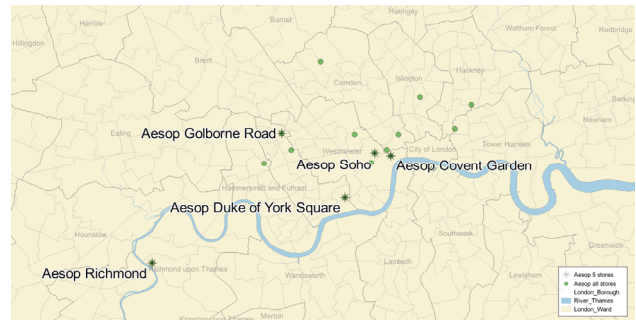
Perspectives	Elements
Sociocultural	Architecture, Culture, Material/Color
Historical	Historical Connections, Heritage
Environmental	Climate, Light, Nature

3. 현지화 디자인 분석

3.1. Aesop Signature Store의 지역성

(1) 지역적 분포 및 특성

Aesop은 한 도시에 매장이 집중적으로 위치하는 경우가 많다. 영국 런던의 경우 총 16개의 Aesop Signature Store가 있으며, <그림 1>과 같이 Central을 중심으로 비교적 가까운 거리에 위치한다. 그러나 매장들은 각기 다른 지역 단위에 속해있으며, 지역(wards) 및 거리(street)에 동화될 수 있도록 인근의 문화와 역사, 라이프스타일을 매장 디자인에 반영한 것이 특징이다.



<그림 30> Aesop Signature Stores in London

(2) 지역 분석을 위한 데이터

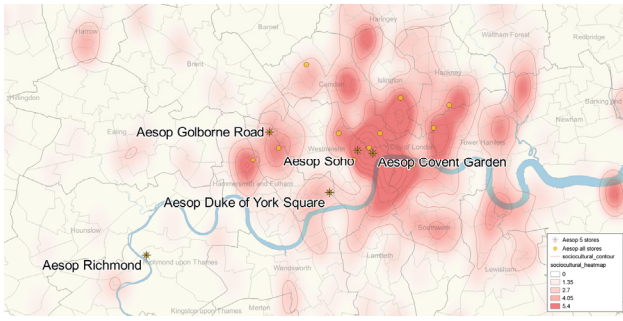
브랜드 매장 디자인의 현지화에 반영되는 지역성은 사회문화적, 역사적, 환경적 관점에서 접근할 수 있다. GIS를 활용하여 매장을 지역적 관점에서 분석하기 위해 사용한 데이터는 <표 3>과 같다.

<표 3> GIS 분석을 위한 데이터

perspective	data	source
Sociocultural	social facility/center, art center outdoor/indoor space for cultural use	London City Database OpenStreetMap
historical	heritage, historical destination	
environmental	nature, water, park/garden	

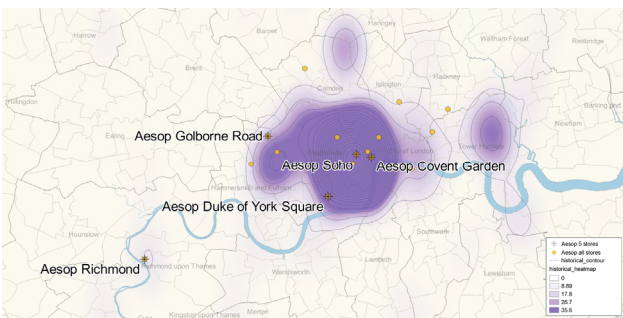
(3) Aesop Signature Store 지역 분석 결과

Aesop Signature Store 5개소가 위치한 지역을 GIS를 활용하여 사회문화적 관점, 역사적 관점, 환경적 관점에서 분석한 결과는 다음과 같다. 먼저, <그림 2>와 같이 사회문화적 측면은 특히 Soho와 Covent Garden에서 두드러진다. 또한, Duke of York Square와 Golborne Road에서도 비교적 사회문화적 측면이 강하게 나타나지만, Richmond에서는 거의 나타나지 않는다.



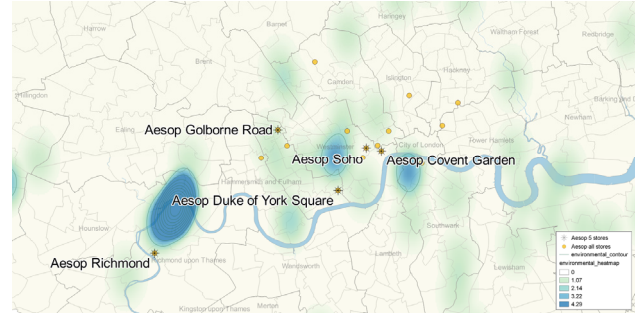
<그림 2> Sociocultural Analysis

역사적 측면의 밀집도를 살펴보면 <그림 3>과 같다. 역사성은 Soho를 중심으로 Central 지역에 강하게 집중되어 있으며, Richmond에서는 비교적 약하게 나타난다.



<그림 3> Historical Analysis

마지막으로, <그림 4>와 같이 환경적 측면은 넓은 면적에 걸쳐 비교적 분산되어 있다. 사회문화적, 역사적 측면이 Soho와 Covent Garden 등 Central 지역에서 강하게 나타난 것과 달리, 환경적 측면은 Richmond에서 가장 강하게 나타난다.



<그림 4> Environmental Analysis

종합하자면, Aesop Signature Store는 전반적으로 사회문화적 측면과 역사적 측면이 강하게 나타나는 지역에 위치하며, Richmond와 같이 사회문화적, 역사적 측면이 약한 경우 환경적 측면이 두드러진다.

3.2. Aesop의 현지화 디자인(Localized Design)

브랜드 Aesop 매장 5개소의 스토어 아이덴티티 구성 요소를 현지화 측면에서 분석한 결과는 <표 4>와 같다.

<표 4> Store Identity Analysis of 5 Aesop Signature Stores in London*

Stores	Soho	Covent Garden	Duke of York Square	Golborne Road	Richmond	
Exterior						
Interior						
Locations	Soho	Covent Garden	Chelsea	Notting Hill	East Twickenham	
Locality	sociocultural / historical	sociocultural / historical	historical	sociocultural	historical / environmental	
Concept	evolution of local environment, mediating dark and light	fresh, cheery space responding to multi-layered cultural cues of the surrounding neighborhood	classic and futuristic through an elegant, monumental aesthetic	bohemian mood through an expressive mélange of colors and textures befitting the cosmopolitan Notting Hill local	the congenial refined comfort in the home of François Halard - a celebrated photographic chronicler	
History & Neighborhood	<ul style="list-style-type: none"> a royal garden during Henry VIII's reign a red-light district for the early 20th century, entertainment hub & gathering place 	<ul style="list-style-type: none"> the first public square a historic open fresh market the neighbouring gardens of Saint Paul's Church 	<ul style="list-style-type: none"> the former headquarters of the Duke of York 	<ul style="list-style-type: none"> little Morocco Monday-to-Saturday market the Brutalist architect's iconic Trellick Tower 	<ul style="list-style-type: none"> a favorite leisure retreat of the royal court from Tudor times regal residents bestowing cherished parks and homes including the Kew Gardens 	
	Structural Elements	<ul style="list-style-type: none"> Wall: porcelain stone Floor: raw timber Ceiling: heritage poles/ceiling details 	<ul style="list-style-type: none"> white plaster Moroccan engraved green tile white plaster 	<ul style="list-style-type: none"> rose plaster-clad / arches smooth concrete rose plaster-clad 	<ul style="list-style-type: none"> blue polished wood white 	<ul style="list-style-type: none"> blue-grey cloaked raw wood white
Object Elements	Shelving	white enameled steel	white moulded resin	stainless steel	black walnut timber	bracketing
	Basin	porcelain	white resin	rounded steel/glass fibre/cement	black walnut timber	white porcelain antique
	Tapware	black steel	copper pipes	stainless steel	stainless steel	multi-directional antique
	Decorative Object	<ul style="list-style-type: none"> enamel strong metal bolts 	<ul style="list-style-type: none"> workstead lighting indoor plants 	<ul style="list-style-type: none"> table lamps modern chair 	<ul style="list-style-type: none"> vintage floor lamp slatted cupboards kilim rug & vintage bed 	<ul style="list-style-type: none"> vintage cabinet, sofa&arm chair fireplace & oversized urn old silk vintage carpets
Visual Presentation	dark tones of the Aesop packaging & linear arrangement					

* 컨셉 및 역사적 특성은 Taxonomy of Design에서 발췌하였음.

스토어 아이덴티티를 구성하는 요소들은 지역의 역사적 배경 및 사회문화적 특성을 재해석하여 표현한다. 따라서, 공간의 구조적 요소들은 지역적 특성에 기반을 둔 컨셉에 따라 매장별로 큰 차이를 보인다. 공통적으로 벽 선반과 세면대, 수도꼭지와 파이프 등이 사용되고 있으나, 다른 재료 및 색상, 형태로 표현되었다. 또한, 매장별로 찬장과 조명, 소파 등, 장식적 요소를 차별화하여 전혀 다른 디자인을 보여준다. 그러나, 강력한 시각적 아이덴티티를 구축한 제품의 패키지와 벽 선반을 활용한 통일된 디스플레이, 체험을 위해 매장 중앙에 배치한 세면대는 모든 매장에서 브랜드 Aesop만의 일관된 아이덴티티를 구축하고 있다.

4. 결론

브랜드 매장 공간은 시장 경쟁의 전략적 도구로써, 브랜드 커뮤니케이션에서 핵심적인 역할을 한다. 글로벌 브랜드의 지속 가능한 성장을 위해 현지화가 점차 중요해짐에 따라, 브랜드 공간 또한 유연한 변화가 필요해졌다. 획일화된 디자인에서 벗어나 각 지역의 고유한 특성을 매장 디자인에 적용하고 지역에 동화되는 것은 브랜드의 새로운 경쟁력이 되었다. 이러한 관점에서 본 연구는 디자인 현지화의 측면에서 GIS를 활용하여 스토어 아이덴티티를 분석하였다. 지역의 고유한 정체성을 강조하는 현지화(Localization) 전략을 취한 브랜드 Aesop의 매장 5개소를 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 현지화 디자인 전략을 취한 매장은 대부분 역사적, 사회문화적 측면이 강하게 나타났으며, 한 곳의 경우 환경적 관점에서 차별화된 스토어 아이덴티티를 구축하였다. 이러한 외부의 지역적 특성은 매장 내부의 디자인 컨셉과 일치한다.

둘째, Aesop은 스토어 아이덴티티의 구조 및 객체 요소 모두를 활용하여 외부의 지역성을 표현한다. 다만, 제품의 패키지와 디스플레이, 공간 구성을 통일하여 아이덴티티의 일관성을 유지하고 있다. 이로써 지역적 요소를 적용하여 획일화된 디자인에서 벗어났음에도 불구하고, 브랜드의 고유한 아이덴티티를 일관되게 구축하는 것으로 보인다.

본 연구는 실질적인 사례를 바탕으로 매장 디자인의 현지화를 요소별로 분석하였다. 또한, GIS에 기반하여 브랜드 매장의 아이덴티티를 구현할 수 있는 가능성을 모색하였다는 점에서 연구의 의의가 있다. 이는 추후 GIS를 직간접적으로 활용할 수 있는 디자인 방법론을 개발하거나, 지역 데이터를 기반으로 현지화 디자인을 평가하는 틀을 개발하는데 기초가 될 수 있을 것이라 예상된다.

참고문헌

1. 김경숙, 매장 인지 요소가 브랜드 아이덴티티 구축에 미치는 효과: 커피전문 브랜드의 실내환경 요소를 중심으로, 한국디자인문화학회지, 16(2), 74-81, 2010.
2. 김상희, 김주현, 이정호, 상업가로 공간의 지역성 적용 방안 및 특성에 관한 연구: 문화체육관광부 공공디자인 시범도시 조성 사업을 중심으로, 주거환경, 11(1), 1-18, 2003.
3. 김수정, 신지연, 글로벌시대 초국가 기업의 장소마케팅이 지방 도시의 로컬리티에 미치는 영향 연구: '스타벅스 코리아'의 로컬 전략 사례로, 로컬리티 인문학, 14, 257-292, 2015.
4. 김지인, 강혜승, 스토어 아이덴티티 구축을 위한 서비스스케이프 모델 연구 및 전략 개발-화장품 브랜드숍을 중심으로, 한국디자인포럼, 35, 277-289, 2012.
5. 남경숙, 한국현대실내디자인에서 지역성의 구축에 관한 연구, 한국실내디자인학회 논문집, 27, 96-103, 2001.
6. 나현실, 김문덕, 현대 호텔 실내공간에서 지역성 표현에 관한 연구, 한국실내디자인학회 학술대회논문집, 11(2), 131-136, 2009.
7. 노창영, 김진우, Store Identity Program (SIP)이 적용된 국내 가전매장 실내디자인에 관한 연구: 삼성전자 가전매장의 사례를 중심으로, 한국실내디자인학회 학술대회논문집, 9(1), 160-165, 2007.
8. 홍성민, AHP 분석을 통한 지역성 표현 요소에 대한 전문가 가치구조 연구, 한국공간디자인학회 논문집, 49, 219-228, 2018.
9. 홍주현, 이선화, 브랜드 매장에서 BI 와 SI 의 감성이미지 통합 방향, 한국디자인학회 국제학술대회 논문집, 244-247, 2010.
10. Aaker, D. A., Building strong brands, Simon and Schuster, 2012.
11. Bhattacharya, A. K., & Michael, D. C., How local companies keep multinationals at bay, Harvard Business Review, 86(3), 20-33, 2008.
12. Featherstone, M., Lash, S., & Robertson, R. (Eds.), Global modernities, Sage, 1995.
13. Floor, K., Branding a store: How to build successful retail brands in a changing marketplace, Kogan Page Publishers, 2006.
14. John, H., A John Heskett Reader: Design, History, Economics, 2017.
15. Jun, Y., Ma, Y., & Lee, H., Empirical Study of Space Localization Approach on Brand Attitude: The Case of Starbucks in South Korea, Archives of Design Research, 32(4), 27-36, 2019.
16. Mesher, L., Basics Interior Design 01: Retail Design, Ava Publishing, 2010.
17. Pieterse, J. N., Globalization and culture: Global mélange, 2nd ed., Rowman & Littlefield, 2004.
18. Ritzer, G., The McDonaldization of society, Pine Forge Press, 1992.
19. Steger, M. B., Globalization: A very short introduction, Oxford University Press, 2003.
20. Teufel, P., & Zimmermann, R., Holistic Retail Design: Reshaping Shopping for the Digital Era, Frame Publishers, 2015.
21. Thompson, C. J., & Arsel, Z., The Starbucks brandscape and consumers'(anticorporate) experiences of globalization, Journal of consumer research, 31(3), 631-642, 2004.
22. Yakhlef, A., Global Brands as Embodied "Generic Spaces" The Example of Branded Chain Hotels, Space and Culture, 7(2), 237-248, 2004.
23. <https://www.aesop.com/us/r/about>
24. <http://taxonomyofdesign.com>

공공도서관의 사회적 인프라기능을 위한 공간계획 요소 연구

- 국내외 주요 공공도서관 시설계획 가이드라인을 중심으로 -

Interior Design Elements of Public Library Space Planning for social infrastructure

- Focusing on Korean and International Major Design Guidelines of Public Library Building -

Author 반자연 Ban, Ja-Yuen / 정회원, 연세대학교 건축공학과, 건축학박사
이승혜 Lee, Seunghae / 정회원, Wentworth Institute of Technology, Interior Design Department Chair
Panarelli, Lynette / 정회원, Wentworth Institute of Technology, Interior Design Department Professor

Abstract The purpose of this study is to identify space design elements for public library's role as social infrastructure. The study compared and analyzed the planning criteria of four public library building design guidelines Korean, American, and International guidelines; 1) IFLA(2007) "Library Building Guideline: Development&Reflection", 2) ALA(2009) "Checklist of Library Building Design Consideration", 3) KLA(2013) "Standards for Korean libraries", and 4) MCST(2016) "A Manual on Construction and Management for Public Libraries". This resulted in the following conclusions. First, for the social infrastructure of the public library, space is needed for regional identity and local communities as well as applying new digital and eco-friendly technology. Second, the current guidelines include detailed spatial classification and planning guides for traditional library services, but the information about library as social infrastructure is scarce. Third, planning suggestions for space layout, circulation, space composition, and furniture are well developed while suggestions for finishes and air quality are still insufficient. The planning elements predominantly focused on efficiencies as cognition, accessibility, flexibility, and usability while community, aesthetic, and eco-friendly environment are not well defined. Therefore, there should be more future studies that examine library users' needs for social and community support in order to develop library planning guidelines that address public library's capacity as social infrastructure.

Keywords 공공도서관, 사회적 인프라, 공간, 계획요소, 계획 가이드라인
Public Library, Social Infrastructure, Space, Design element, Design Guidelines

1. 서론

연구의 목적이 있다.

1.1. 연구의 배경과 목적

2018년도 문화체육관광부가 조사한 문화향수 실태조사에 의하면 도서관은 이미 지역사회의 문화예술 활동공간으로 중요한 위치를 차지하고 있으나 전국 376개(34.4%) 공공도서관은 설립된 지 20년 이상 된 노후화된 시설로 2000년 이후에 변화된 사용자의 요구 및 발달된 기술의 적용이 미흡한 상황이다. 따라서 새롭게 요구되는 도서관의 사회적 기능을 수용할 수 있는 공간계획이 필요하며, 이를 통해 공공도서관이 지역 커뮤니티의 주된 거점이 되고 지역의 정체성을 나타낼 수 있도록 기여하는데

1.2. 연구 방법 및 범위

본 연구는 공공도서관의 사회적인프라 기능을 위한 공간 디자인 요소를 구체화 하기위해 국제 및 국내 도서관 기관에서 제시하고 있는 도서관 건물 계획기준을 면밀하게 비교분석하였으며, 연구 대상 도서관 기준은 다음과 같다. UN 산하의 세계도서관연맹의 도서관 시설 가이드라인 IFLA(2007) "Library Building Guideline: Development & Reflection", 미국 도서관 협회(2009)의 "Checklist of Library Building Design Consideration" 한국도서관협회(2013)의 "한국도서관기준" 문화체육관광부(2016)의 "공공도서관 건립 운영 매뉴얼"이며, 이를 바탕으로 공공도서관의 계획에 필요한 공간구성과 그에 요구되는 계획

* 교신저자(Corresponding Author); ees24@wit.edu

요소 및 기능 파악하였다.

2. 문헌고찰

2.1. 현대사회와 공공도서관

(1) 공공도서관 최근 트렌드

유네스코(UNESCO)와 국제도서관연맹(IFLA)는 1994년 공공도서관 선언문을 통해 “공공도서관은 모든 이용자가 다양한 종류의 지식과 정보를 간편하게 얻을 수 있게 하는 지역사회의 정보센터이며, 모든 사람들이 평등하게 서비스를 이용할 수 있다는 원칙에 의해 제공된다.”고 명시하며, 지역사회의 문화적 중심점 역할을 강조하였다. 또한 뉴욕 대학교의 사회학자인 에릭 클 리넨 베르크는 뉴욕 타임즈(2018)¹⁾을 통해 공공 도서관을 “사회 인프라”로 설명하며, 도서관은 서적 및 기타 문화 자료에 대한 무료 접근과 함께 노인친교, 육아지원, 언어교육, 빈민과 청소년을 위한 공공장소를 제공하는 역할을 해야 한다고 하였다. 이처럼 현대사회의 공공도서관은 정보와 지식의 제공뿐만 아니라 생활복지와 문화생활의 기회를 제공하는 사회적 거점 역할이 중요해지고 있다.

2.2. 공공도서관의 사회적 인프라로서 공간 특성

(1) 사회적 인프라로서 공공도서관 역할

사회기반시설은 광의로는 시민의 일상적인 삶에 중요한 인프라라는 맥락에서 각종 문화, 체육 복지시설과 함께 노후주택 개보수, 임대주택, 도로, 상하수도, 재해, 재난 방지시설까지 포괄될 수 있으나, 생활 SOC는 국민들의 생활에 실질적 도움을 주며 국민의 안전을 확보하는 등 보편적 복지차원에서 일차적 필요성이 있는 시설을 의미하며²⁾, 최근 정부에서 ‘10대 지역밀착형 생활 SOC 투자 확대 정책’을 발표하면서 부각되었다. 국토연구원은 생활밀착형 인프라가 갖추어야 할 요건으로 삶의 질 향상에 도움이 될 것, 접근성이 높을 것, 공공성을 갖출 것, 이용 빈도가 잦을 것 등 4가지 요건³⁾을 제시하였으며, 건설산업연구원에서는 삶의 질 향상, 시민안전 향상, 지역활력제고, 복지확충⁴⁾으로 제시하였다. 이러한 관점에서 공공도서관의 물리적 시설이 지원할 수 있는 사회적 기반시설로서 기능을 지역커뮤니티 활성화 지원, 지역정책성 확립 및 강조, 친환경 기능의 활용, 새로운 기술의 적용 및 교육을 들 수 있다.

1) Eric Klinenberg, The Restore Civil Society, Start with the Library, The New York Times, 2018.11
 2) 이승우, 생활밀착형 인프라 진단과 핵심프로젝트, 한국건설산업연구원, 2018.09, p.7
 3) 구형수, 생활SOC 정책의 주요 이슈와 전략적 추진방향, 국토연구원, 국토정책 Brief no.696, 2018.12, p.2
 4) 이승우, 상계서, pp.20-29

(2) 공공도서관의 사회적 인프라기능과 공간특성

공공도서관이 과거의 전통적인 정보전달의 기능에서 주민을 위한 프로그램 운영과 각급 학교교육으로의 지원 및 네트워크를 통한 디지털 정보제공을 하는 평생교육센터 기능, 주민의 여가생활 지원과 스포츠 및 레저정보를 제공하는 레저 여가선용 기능, 주민의 작품 전시 및 공연 및 행사정보제공과 문화프로그램을 운영하는 문화센터기능, 법률 세제정보 및 민원정보제공과 홍보, 편의제공, 취업, 진로, 복지 관련 정보를 제공하는 생활편의 기능, 영상매체자료실운영, 비도서 자료 수집제공, 정보화교육 및 디지털자료실, 문헌자료실 운영하는 문헌 디지털정보 제공 기능⁵⁾으로 확장되고 있다. 이를 위해 문화공간으로서의 전시장, 공연장, 세미나실, 다목적실, 행사실 등의 공간과 정보센터로서 지역정보를 데이터베이스화하기 위한 정보통신 기술 및 생활, 학습, 진학, 공공정보, 향토자료에 관한 접근과 사용에 대한 교육공간이 필요하다. 특히 향토자료에 대한 수집 및 사용은 한국도서관 기준에서 지역도서관 중요한 역할로 명시하고 있다. 또한 지역민들의 삶의 질을 향상시킬 수 있는 어메니티로서, 모임, 여가, 참여체육 활동을 지원하는 공간이 필요하며⁶⁾, 위의 내용을 바탕으로 공공도서관의 사회적 인프라 기능을 위한 필요공간을 표 1과 같이 정리하였다.

<표1 > 공공도서관의 사회적인프라 기능과 필요공간

구성공간	기능	필요공간
지역정책성확보	향토자료수집 및 제공 지역문화에 대한 교육	향토자료실 및 교육실 역사적 상징성 보존
지역커뮤니티 활성화	지역민 삶의 질 향상 문화 프로그램 운영 참여형 체육활동 지원	전시장, 공연장, 세미나실, 다목적실, 강당,
새로운 기술 적용	지역사회 정보센터 영상매체자료실 운영	문헌자료실,
친환경 공간 및 기술	시민의 안전과 건강 지원	에너지 절감 기법 친환경 운영 및 사용 교육

3. 공공도서관 계획요소 도출

3.1. 공공도서관 시설계획 가이드 라인

(1) IFLA Library Building Guideline

유네스코 산하기구인 IFLA에서는 공공도서관의 개발 및 건물 계획을 위한 가이드라인인 IFLA Public Library Building Guidelines을 2007년에 제시하였는데, 도서관건물 계획을 위한 건축가 선정단계부터 도서관 공간에 대한 요구사항, 내부공간 계획, 지속성을 위한 친환경 계획, 도서관 전문가를 위한 독서계획, 역사보존 리노베이션, 대지와 위치에 대해 안내하고 있다. 이 중 사회적 인

5) 박혜숙, 공공도서관의 특성화계획에 관한 연구, 울산산업대학원 석
 6) 정강훈, 사회적 기능과 역할 변화에 따른 공공 도서관의 공간구성,
 목포대학교 석논, 2006, p.57의 내용을 재구성

프라 기능을 위한 공간계획요소로 반영할 수 있는 내부 계획요소, 역사보존을 위한 요소, 친환경 건물 관리를 위한 요소에 대해 다음 표 2와 같이 정리하였다.

<표 2> IFLA Library Building Guidelines(2007)

항목분류	계획제안 요소	
개념설정	소통의 목적, 도서관 서비스 정의, 달성목표 설정, 성공적 도서관을 위한 요소, 도서관 계획 성공의 척도, 도서관 및 커뮤니티의 정체성, 경쟁상대와의 차별점, 기억되고 싶은 이미지, 도서관의 맥락, 트렌드, 도서관 설립주체, 이해관계자, 양적 질적으로 요구되는 결과물	
포괄적 협력과정	프로젝트 개요, 전문가 팀 임명, 디자인 과정 보고, 디자인 및 설계도서, 수행 전략, 절충, 계약 관리, 계약, 업무/ 점검/ 조정	
사용자 개요	연령, 문화 사회적 배경, 도서관 방문자 및 비방문자, 편하게 느낄 수 있는 분위기 정의, 행위 파악, 방문 목적 및 습관, 시장조사	
질적요구사항	운동성	건물 외피의 확장에 대한 고려 바닥 하중, 책장의 개수와 배치, 지지구조와 구조의 크기, 전기 서비스
	마감재 가구 운동성	이동 및 변경 인력, 해체 및 재건의 가능성, 모듈 크기, 조절 가능한 표면, 가구의 재조립성, 배선의 필요성
	활용설명, 관계, 디자인 특성, 천장, 바닥, 벽, 문, 창, 마감재, 가구 및 장비, 온도, 습도, 조도, 음향 등의 환경 기술 정보, 전기 서비스, 설비, 연력, 보안, 화재 등	공간 구성표
내부공간 배치와 사인	배치와 동선	형태와 흐름, 중요한 자산, 첫 인상, 입구의 감각 서비스 포인트의 주목성, 기능적 공간의 그룹화 건축적 환경적 자산, 형태, 지역적 규모
	인테리어 디자인	공간 정의, 다양성, 위계질서, 개인영역, 조명, 음향, 온도, 자원의 비용과 최대 효과, 공기질, 스타일
친환경 건축적 지속가능성	사인과 길찾기	브랜딩, 일관성, 임시 사인, 명료성, 분위기와 글자체, LED 화면, 명확성, 방향성
	대지	공기질 문제와 인테리어 오염가능성 고려 청수와 유지보수에 대한 고려, 흙 부식에 대한 조절 현장에서 발생하는 우수량의 감소
	물 사용 감소	고효율 관계 기술, 기존의 급수 대신 빗물 보관 용 없는 소변기, 모션 감지장치, 저 유량 수도꼭지 통풍 장치, 이중 세척 화장실, 공정 용수 회수 시스템
	에너지 관리	저렴한 에너지 구매 및 효율적 장비 운영과 설비
	재활용과 오염방지	통과 교육을 통한 고효율 재활용 프로그램 및 공간 도서관 직원의 습관, 재활용, 저공해 물질 상용에 의한 오염물질 양의 감소
	실내공기질	공사기간 뿐만 아니라 사용기간을 포함한 소스 조절 사공기간 동안 독소 발생금지 도서관과 운영 직원들은 실내 공기질 문제 발생금지
	입구시스템	내외부 바닥 매트, 그릴, 입구에서 먼지와 화학 물질의 유입 방지, 모래, 비료 화학물질 등에 대한 고려
	청소도구 관리	바닥 진공 캡처에 대한 LEED-EB 요구 사항 96 % 미립자 0.3 마이크론, 24 시간 미만 건조, 70 데시벨 미만의 소음, 인체 공학적 디자인
	해충관리	Integrated Pest Management(IPM) 해충 관리 활동에 대한 포괄적인 기록을 유지하고 독성 물질을 올바르게 취급, 보관 및 등록
	역사적 건물 보존 고려	정체성
하중		일반적으로 500kg/m ² 의 하중으로 고려하며, 고밀도 선반을 위한 공간은 하중은 더 큰 하중에 대한 고려 필요
단열		에어컨, 공간크기, 외관의 재료 및 지붕의 종류 선정 시 열을 위한 장비의 용량과 위치 계산

(2) ALA Public library Building Guideline

미국도서관 협회(American Library Association)에서는 공공도서관 관련 교육 및 연구를 활발하게 진행하고 있는데, 도서관 시설의 계획 및 관리를 위한 Check list of Library Building Design Considerations를 2009년도에 제시하였다. 이는 도서관 건물의 계획과 사이트 선정을 비롯하여 친환경디자인, 건물 외관 및 내부계획, ADA 접근 가이드라인, 전기 및 통신 기술, 내부 마감, 도서 저장, 설비, 보안 및 안전, 운영 및 소유정책에 대해 세부적인 요소를 제시하였으며, 도서관 시설에 대해 13개 공간으로 분류하여 각 공간의 배치, 기능, 공간특성, 가구설치, 동선, 집기, 전기배선, 마감재 등에 대해 필요사항을 상세하게

제시하였으며, 이를 다음 표 3과 같이 정리하였다.

<표 3> Checklist of Library Building Design Considerations(2009)

공간분류	계획제안 요소
출입구	배치: 안전보장된 한 개의 출입구, 대중교통에서 쉬운 접근과 인지도 및 전체 도로에서 접근 가능 기능: 눈 및 빗물배수, 이중도어 및 개방성, 안전유리 사용 가구: 입구에 쓰레기통 및 외부 의자 배치 공간: 로비의 좌석 및 계사관, 기중도서와 가깝게 집기: 사인, 조명, 색채, 가구의 정체성확보
대출데스크	배치: 출구와 근접하며 명시성 확보 기능: 대출 및 보안에 적절하고, 서비스 상세하게 명시 접근: 장애가 없는 동선과 체크아웃 줄을 위한 충분한 공간 동선: 대출시스템에 적합한 업무동선 및 직원의 오픈업 접근 용이, 책장과 이동 트럭으로의 쉬운 접근 공간: 반납자료 저장 공간, 자료의 출구에 대비한 확장성 가구: 반납 자료에 적합한 크기의 책장, 색선택 다양한 높이와 크기의 책상, 단단하고, 부드러운, 청결 유지가 용이한 상판 고객이 확인 가능한 체크아웃 화면 배치, 자료 보안 시스템 전기: 노출되지 않고, 접근이 편하며, 미래를 고려한 전기 배선 바닥재: 최소 소음 및 충격 흡수, 습식관리가 용이
참고자료실	배치: 명시성 확보 및 이용자들과 인사 가능 동선: 고객 확인이 가능한 시선과 상담고객을 위한 좌석배치 및 쉬운 이동, 가까운 위치에 직원 사무실 배치 집기: 전자업무, 오디오 장비, 사진복사기 및 도움 직원 공간: 직원의 공적 업무 및 참고자, 고객사용을 위한 적절한 공간 및 추가 기능을 위한 확장성 가구: 어린이 장애티어, 어를 위한 다양한 책상 전기: 전화연결을 위한 복합배선
안내데스크	기능: 학습과 연구 증진에 대한 지원, 하드웨어 싸이클 교체 공간: 컴퓨터를 포함한 작업대 및 개인작업과 그룹 작업의 혼합 다중매체 업무공간 허용, 컴퓨터가 있는 그룹 스타디움
멀티미디어실	기능: 시간 및 음향 자료를 통한 멀티미디어 서비스 공간: 독립적 냉난방이 가능한 분리된 룸, 공기질: 습도조절, 공기조절 전기필터, 상부 공조 시스템, 환기 가능 창호, 소음방지위한 음향 전기: 바닥 그리드 배선
회귀자료실	가구: 참석자 위한 책상, 큰 자료를 위한 책상, 지진 대비 책장 공간: 직원이 참석자 전체에게 시선이 닿도록, 독자 책상은 열린 배치, 귀한 자료 접근장치, 독서와 전시공간의 분리 전기: 랩탑을 위한 전원, 열기가 가능한 장비와 자료는 방에 배치 집기: 원고와 아카이브는 무산소 박스에 보관 공기질: 실내온도 70F와 습도50%, 먼지 제거를 위한 전기 필터, 벽상부 및 지붕에 공기 흡입 필터 설치
예약도서실	기능: 자료확인, 전자 예약 공간: 작업공간 집기: 복사 장비
청소년시설	배치: 출입구에서 쉽게 인지, 도서관의 다른 시설과 분리 공간: 직접 조절 가능한 개인공간, 프라이버시 보장, 분리된 그룹 스타디움, 청소년의 성취나 자부심을 알릴 수 있는 공간 집기: 문서작업 가능한 컴퓨터, 사물을 저장 공간 가구: 의자를 포함한 편히 앉을 수 있는 다양한 좌석
어린이시설	배치: 다른 도서관 기능을 방해하지 않는 어린이 공간, 성인 대출과 분리하지 않고 낮은 카운터만 설치 공간: 신체적, 정신적 기법제공, 어른들 사용 고려, 별도의 직원 오픈스, 프로그램과 접근의 유동성이 확보되는 층고와 분리된 공간, 조용한 학습공간, 컴퓨터 등의 특별한 기능을 위한 공간, 놀이 공간, 자료 대출과 반납 시 어린이의 접근이 쉬운 공간 가구: 어린이 신체에 적당한 책장과 가구, 시각적 즐거움을 위한 상상력 넘치는 가구, 청결유지 용이, 어른을 위한 독서가구, 모서리 둥근 처리 어린이들이 책을 꺼낼 수 있는 낮은 책상으로 둘러싸인 공간 집기: 신체 고려한 음수공간, 공예재료, 자료와 장비 저장공간 서비스시설: 가까운 곳에 신체에 적절한 화장실, 거꾸로 교환할 마감재: 신나는 색상, 흥미로운 기하학 형태, 그래픽, 음향고려
회의 및 세미나룸	배치: 도서관 주 출입구와 가깝게 배치 공간: 단체들의 출입 통제, 문이 설치된 분리된 공간, 폴딩도어를 통한 유동적 공간 분리, 음식 준비 가능한 간이주방 집기: 무대, 연단, 공중전화, 화이트 보드, 전시레일, 코트 걸이조명: 조도 조절 가능한 조명, 집중 제어 조명 전기: 전화선, 텔레카피런스, 통신을 위한 배선 마감재: 청소와 교체가 쉬운 바닥재 가구: 가볍고 이동이 편리한 접이식 책상과 의자
편의시설	화장실은 건물 주출입구와 가까운 곳에, 각층마다 남녀 화장실 어린이를 위한 화장실은 어린이 공간 주변에 배치 각층에 음수대 배치, 어린이를 위한 별도 음수대 도서관 주변의 소음감소를 위한 규정 쓰레기통과 재활용을 위한 규정, 공공의 접근 및 휴식 가능 명확하게 규정된 휴먼구역 분리된 직원 및 화물 엘리베이터
내부 사인	ADA 요구사항 충족 건물 및 가구 디자인과 통합을 통한 일관성, 명시성 변경 및 이동이 가능한 유동적 사인 시스템 과도한 사인 금지 부상 및 파손방지 위치 및 디자인 도서관의 위치와 기능을 명확하게 전달할 수 있는 외부 사인 도서관의 주요 이벤트 장소를 설명하는 임시 사인
업무공간	직원 및 봉사자를 위한 방해받지 않는 개인업무공간 아픈 직원을 위한 의무실, 분리된 매니저실, 접근장치가 설치된 다양한 타입의 지장을 위한 공간 반납자료를 위한 분리 책장 및 부트럭 직원의 생산성 향상을 위한 실배치 및 업무동선 조명, 공기질, 음향 조건, 충분한 콘센트

(3) 한국도서관기준

한국 도서관 협회에서는 도서관 전문직단체 또는 정부 당국이 설정한 목표의 양, 질, 범위, 수준을 달성하고 평가하기 위해 한국도서관기준을 제정하고, 이중 공공도서관 시설과 관련하여 기능과 역할에 대한 일반원칙과 공간별 필요 면적 및 배치, 색채, 하중에 대한 시설원칙을 제시하였다. 특히, 서비스 대상 인구 당 연면적, 열람석 면적과 각 공간별로 면적 배분 비율에 대한 안내와 공간의 점유 대상을 기준으로 자료공간과 이용자 공간으로 분류하여 세부면적, 또한 필요한 기본시설과 가구, 조명, 사인, 공기질의 요구 기준을 제시하였으며⁷⁾, 이를 표4와 같이 정리하였다.

<표 4> 한국도서관기준(2013)

공간분류	계획 제안 요소
건물면적	봉사대상자의 규모, 장서수, 직원수에 따라 지역대표도서관 건물의 연면적은 당해지역의 인구수, 도서관수, 장서수 및 미래 보유 장서수 추정하여 서고면적 산출 이를 바탕으로 기타 면적을 추계 지역대표도서관은 연면적 30%이상을 보존공간으로 확보 도서관 건물의 순사용면적은 전체의 75% 적절
내부공간	자료, 이용자, 직원, 공유공간으로 구분 업무처리 효율성, 자료접근 편의성 극대화한 동선 적절 면적 배분
자료공간	개가식 자료실 서가 1개당 3.92~5.4m ² , 1m ² 당 도서 111권, 연속간행물 5종 폐가식 서고는 서가 1개당 3.24~3.63m ² , 1m ² 당 170권 보존서고는 1m ² 당 400권 내외 전자자료 및 독서장애인용 대체자료를 포함한 시청각 자료는 1개당 3.92m ² ~5.3m ² , 100점을 기준으로 배분
이용자공간	이용자 공간을 위한 1좌석당 면적 성인 및 청소년 자료실은 2.3m ² 시청각자료이 시청용 및 PC용 테이블은 3.5m ² 독서실은 1.76m ² 어린이자료실은 1.89m ² 집회실와 시청각실은 1.2m ²
직원공간	원 1인당 면적 평균 10m ²
공유공간	복도, 계단, 현관홀, 로비, 엘리베이터, 화장실, 휴게실, 기계실 등 부대시설
기본시설	대출 및 반납 시설, 열람 및 학습 연구에 필요 시설 참고열람실, 자료수용 및 보존, 멀티미디어 자료운영 향토자료나 지역정보 보존 장애인서비스에 필요한 시설 전시 및 집회 시설, 시청각자료실 이동통신용 자료운반과 서비스 위한 작업실
가구	조명 흡수율이 30%인 중간명도 색상 점유면적의 적절성, 테이블 및 의자의 적당한 규격 의자 높낮이 조절 가능, 조명 적절성, 새로운 장비 수용 가능성, 미래확장성, 프라이버시 보장, 접근 및 이동의 편의성
조명	자료실 및 이용자 공간은 직접조명 업무수행 공간은 중간조명, 부분조명, 보광 방식 공유공간에는 간접조명
사인시스템	서체 표기, 픽토그래프, 번호배정, 인간공학적 공간표시
공기질	온도 20+3도, 습도 50+10% 유지 소음: 자료수장 및 이용자 공간 30-35dB, 사무공간 35-40dB 집회및 회의실 35dB이하 기타공간 40dB 내외 유지

(4) 공공도서관 건립매뉴얼

문화체육관광부에서는 공공도서관이 지역을 기반으로 이용자의 삶 속에서 융합할 수 있는 도서관으로 나아가는데 적합한 방향을 운영계획, 공간디자인계획, 시설계획으로 분류하여 매뉴얼을 제시하였다. 특히, 기능을 기준으로 자료이용, 문화 및 교육, 공용, 업무관리, 기타로 구

분하고 이를 다시 19개 세부공간으로 분류하고 각 실별로 공간계획과 가구계획에 적용해야 할 디자인 요소를 제시하였으며, 이를 표5와 같이 정리하였다.

<표 5> 도서관 건립 및 운영 매뉴얼(2016)

공간분류	계획 제안 요소
일반자료공간	공간 선택 및 대출 용이, 신속한 열람행위, 일관적 분위기, 개방감, 중앙부는 저서가, 벽면에 고서가 팝업 방식의 높은 층고
	가구 주변환경과 조화, 인체공학적, 창의적 디자인, 방문자의 특성 및 이용횟수 고려, 영역구분, 쉬운 인지
안내데스크	입구, 출구, 독서공간 최대한 통제, 활기찬 대기공간, 배후 작업실 배치 증발 통일성 부여
서가	공간 이용자 동선 최소화, 향후 증가 장서량에 대한 대비계획 개가식, 폐가식, 주동로, 부동로 계획
	가구 부정형 배치, 목재, 다양한 가구, 조명, 슬라이딩, 경사 선반
연속간행물	공간 학술적 간행물은 자료이용실과 가깝게, 비학술적 간행물은 도서관 로비, 일반자료 공간 입구 등 자연채광 활용 ²
	가구 서가, 신문이용대 테이블, 의자, 당월호 전면배치, 자유로운 서가배치, PC 배치, 다양한 모양과 재질, 색상의 소파
참고자료사인시스템	공간 사진, 목적, 초록 등의 서지류 법령집, 연대표, 통계자료 사서와 소통이 원활하도록
	가구 자료의 크기가 다양 2.5m ² /좌석 부분조명 충분히 배치
디지털자료	공간 슬라이드, 영화, VCR, 그룹스터디 공간 개념을 도입하여 학습, 연구, 교육 지역적 특성을 고려한 어학실습부스 설치
	가구 일반자료실과 통합형도 효과적이며 좌석배치, 배선유의
어린이자료	공간 성인과 차별화된 신체,심리, 사회문화 특징 고려 자료이용, 대출서비스, 자료검색, 디지털자료, 교육 및 놀이 속에서 독서 및 탐구 행위 지속, 유연한 공간, 창의적이고 공격적 자극 억제조형물 보호자 관찰 공간,소음 발생 고려, 안내데스크 설치 유아화장실, 수유실 및 수면실, 락커룸, 유모차 반입 및 보관
	가구 장방형 이외에 다각형, 원형, 반원형 제시, 1.5-1.9m ² /1인 높고, 기대고, 구르는 행위 지원 가능한 쿠션감 바닥재 4단 이하 서가, 책표지 서가, 개가식 자료실,교구, 집기 수용
다목적실	공간 대단위 프로그램 및 집회, 예술공연 등의 지역 문화공간 역할 로비 및 홀 등의 공공 공간 활용, 개방감 확보 및 소음고려
	가구 대면형, U 형, 테이블 배치, 이동형 가구로 다양한 레이아웃 콘서트 배치 고려 적응가구 사용하여 공간 효율성 높임
학습실	공간 독서 및 학습 형태 보장, 소음관리,개인 및 공동학습 고려
	가구 개방형, 캐럴형 병행, 국부조명으로 집중력 확보,내구성 확보 서가와 어우러진 1인형 의자, 테이블과 일체감 이루는 의자
전시실	공간 개방적, 지역특성 고려, 도시 재생의 중심지로 활용
입구 및 로비	공간 휠체어 이용자 포함한 노인, 시각장애인 출입용이 도로 진입 및 주차장 이용자 모두 사용 가능 하도록, 첫인상 전달, 가구와 시스템이 일체화하도록 설치 인터랙션방식 안내 시스템, 가볍게 읽는 자료, 반납기 설치
	공간 식음과 독서 및 연구활동, 지역민의 모임과 방문 유도 도서관 분위기 홍보, 자연과 연계하는 등 외부와의 접근 식음료 재료 반출입 동선, 도서관 운영 시간외에도 운영
복합카페	공간 휴식과 학습 포함한 다양한 독서형태 지원, 노트북용 배선
	가구 물품보관실 주출입구 가까운 곳에, 동선 방해 및 보안 낮은 공간 피한다
업무관리공간	공간 입구 가깝게 설치, 업무 수행 사무실,관장실 및 기타 부대시설 대출대는 통행지장 최소화, 통제력 강화 및 프라이버시 확보, 배후 작업실 배치, 기계/ 전기. 보존서고실, 작업원실, 전산실, 방재실 등 는 지하층이나 최상층, 이동통신관 지원실은 1층에 계획
	공간 장서보유량에 따른 하중 계산, 지하 배치가 기본, 폐가서고, 귀중 서보관실, 향토자료보관실, 자료 증가 고려하여 공간적 여유 확보 보밀책 1련 6단 양면크기는 수장량은 450권 정도 내화와 향온향습설비(온도15도, 습도 67% 이하) 유지
이동도서관서고실	공간 도서를 싣고 내리기 원만하도록, 작업실 위치는 정리실과 근접 다른 정리 작업실이나 사무실까지 냉기 온기 전달 최소화 사위실, 화장실, 기자재고, 창고 등을 부속실로 배치
자료정리실	사무공간에 근접, 회의실과 공용사용 가능, 보존서고 또는 자료반입 부분에 설치
기계실	건물 연면적의 6-8%정도, 액티브 시스템의 설치 공간을 고려
주차장	건축법적 요건, 이용자 접근성, 지역특성 고려하여 규모 산정 장애자 전용주차, 경차주차장의 경우 필요대수와 면적을 계산하여 이륜자동차, 자전거, 전기차 및 충전기 면적 고려

7) 남태우, 한국도서관기준, 한국도서관협회, 2013, pp.38-46

위와 같이 공공도서관 시설 가이드라인의 항목 분류기준과 공간별 필요 계획요소에 대해 살펴본 결과, 각 가이드라인은 다음과 같은 특성을 지닌다. IFLA Library Building Guideline은 의 도서관 계획에 있어서 도서관 정체성이나 개념에 대한 정립을 강조하고 있으며 친환경 및 역사적 건물 리노베이션에 대한 기준을 명시하였다. ALA의 Public library Building Guideline 공간별로 필요한 기능과 그에 따라 요구되는 배치, 공간특성, 가구디자인을 비롯한 전기배선에 이르는 세부적인 요소에 대한 기준을 제시하고 있으며, 1970년 이후 봉사인구 당 필요한 면적에 대한 기준은 제시하지 않고 있다. 한국도서관 기준은 도서관 시설에 대해서는 일반원칙과 시설 계획기준을 제시하고 있으나, 그 내용이 시설의 규모 및 세부면적 기준에 치우쳐 있다. 공공도서관 건립운영 매뉴얼은 도서관 공간에서 일어나는 행위 내용을 기준과 그에 따른 기능을 기준으로 공간을 세분화하고, 기능에 따라 요구되는 계획요소에 대해 상세하게 제시하였다.

3.2. 공공도서관 공간계획 기준 도출

앞 절에서 공공도서관 시설계획 가이드라인의 상세내용 파악 및 특성파악을 바탕으로 시설계획에 필요한 기준을 도출하였다. 도서관 공간에서 이루어지는 활동 및 기능을 기준으로 자료이용기능을 위한 10개 공간, 문화 및 교육기능을 위한 4개 공간, 공용기능의 4개 공간, 업무관리기능을 위한 6개 공간, 기타기능의 3개 공간으로 분류하였으며, 각 공간계획을 위해 배치, 동선, 공간구성, 가구, 집기, 마감재, 공기질을 고려요소로 선정하였으며, 각 고려요소의 의미는 다음과 같다. 배치는 도서관 전체에서 해당 공간의 위치선정에 대한 고려, 동선은 사용자와 관리자, 장서의 이동 및 기타 부자재의 이동의 흐름에 대한 고려, 공간구성은 적절한 크기 및 형태에 대한 고려, 가구는 재료, 색채, 크기, 질감을 포함한 형태 및 배치에 대한 고려, 집기는 공간의 기능에 요구되는 적절한 집기의 배치와 집기 사용에 대한 고려, 마감재는 공간의 분위기에 적절한 색채 및 질감 및 사용자의 건강을 해치지 않는 무독성 재료 사용에 대한 고려, 공기질은 공간의 온도, 습도 조도 및 채광상태, 이산화탄소 배출에 대한 고려를 의미한다. 또한 각 공간의 고려요소에서 요구되는 기능에 대해, 쉽게 알아보고 정보를 정확하게 전달해야 하는 인지성(I), 다르는데 물리적 장애가 없고 다른 이동 동선과 방해가 일어나는 것을 방지하는 접근성(A), 연령, 성별, 건강 상태에 관계없이 누구나 쉽게 사용법을 이해하고 신체적 어려움 없이 이용이 가능하도록 지원하는 사용성(U), 이용자에게 심신의 안정을 주고 때로는 호기심과 창의성을 유발하는 심미성(At), 주민들의 여가와 문화활동 및 교육을 지원하는 커뮤니티성(C), 지역의 고유한 역사를 보존하고 향토 자료를 수집,

홍보하는 역사성(H), 에너지 절감 기술의 적용 및 교육을 통한 친환경성(G), 미래 고객 요구변화 및 장서 증가에 대응이 가능한 융통성(F)을 추출하였다. 각 세부공간별 계획 고려요소에서 요구되는 기능을 표6과 같이 표시하였다.

<표 6> 공공도서관 공간계획 기준

구성분류 및 구성	배치	동선	공기질	가구	집기	마감재	공기질	
자료이용	일반자료	I,A	A	At,F	U	U	At,G	G
	안내데스크	I,A	A	U	-	-	-	-
	대출데스크	I,A	A	F	U,	F	G	G
	서가	A	A	F	At,F	-	-	-
	연속간행물공간	-	-	A	At	U	-	-
	참고자료공간	-	-	I	I	-	-	-
	디지털 자료공간	-	-	C,H	U	-	-	-
	청소년 자료공간	I	A	At,F	At	U	G	G
	어린이 자료공간	I	A	At,F	At	At,U	G	G
	향토자료 공간	-	-	I,F	G	U	-	G
국민교육	다목적 공간	F	A	F,C	F	-	-	-
	강당/시청각실	-	-	C,H	F	-	-	-
	학습공간	-	-	C,H	F	U	-	-
	전시공간	F	-	F,C	F	U	At	G
공용공간	입구 및 로비	I,A	A	F	C,At	I,U	At,G	G
	북카페	I,A	A	C,H	At,U	-	At	G
	휴게공간	I	A	F	C	C	-	-
	물품보관소	A	-	-	-	-	-	-
업무관리	업무관리공간	A	A	-	-	-	-	-
	보존서고	-	-	U	U	-	-	-
	사무실	A	A	-	-	-	-	-
	회의실 및 휴게실	A	-	F,U	F,U	U	-	-
	이동도서관 서고실	A	A	-	-	-	-	-
	자료정리실	A	A	U	-	-	-	-
기타	기계실, 전기실, 창고	-	-	-	-	-	-	-
	사인 시스템	I	I	I	At,I	At,U	-	-
	주차장	I,A	A	-	-	-	-	-

위와 같이 공공도서관 시설계획 가이드라인을 바탕으로 공공도서관 내부 공간의 기능과 계획요소를 분석한 결과, 공공도서관의 전통적 기능이라고 말할 수 있는 자료이용공간은 필요공간이 세분화되어 있고, 각 공간에 적용해야 하는 계획요소가 각 고려요소 별로 골고루 적용되어 있다. 그러나 공공도서관의 사회적 인프라 기능과 밀접한 관련이 있다고 볼 수 있는 문화 및 교육공간에 대해서는 다목적 공간에서 다양한 문화 프로그램 및 교육의 기능을 포함하는 방향으로 제시되어 있으며, 공간에 필요한 계획요소 또한 공간특성 및 가구, 집기에 대한 요구에 머물러 있고, 마감재나 공기질 관련해서는 자세한 제안이 없다. 공용공간에서는 로비와 휴게공간 및 북카페 공간을 통해 접근성과 커뮤니티를 유도하고 하고 있음을 알 수 있다. 업무관리공간은 도서관 운영 및 자료 관리 및 정리를 위한 공간으로 주로 효율적인 관리를 위한 배치와 동선 및 공간구성에 대한 고려를 제시하고, 마감재와 공기질에 대한 고려가 부족하다.

4. 결론

공공도서관의 증가하는 사회적 인프라 기능을 지원할 수 있는 공간계획요소를 파악하기 위해 국내외 주요 공공도서관 가이드라인의 분류기준과 필요조건을 분석하고 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 공공도서관의 역할로 새롭게 요구되고 있는 사회적 인프라 기능을 수행하기 위해서는 향토 자료 수집 및 지역문화에 대한 교육을 통한 지역정체성 확보, 지역민 삶의 질 향상과 문화 프로그램 및 체육활동 지원을 통한 지역커뮤니티 활성화, 지역사회 정보센터 역할과 영상 매체 자료실 운영을 통한 새로운 디지털 기술 적용과 시민의 안전과 건강 지원을 통한 친환경 기술 적용 및 교육을 위한 공간이 필요하다.

둘째, 현재까지 제시된 공공도서관 시설계획 가이드라인에는 공공도서관 설립의 목적 및 개념설정에 대한 중요성은 구체적으로 제시 되어 있으나 공간구성에 대한 분류측면에서는 자료의 수집, 보관, 이용과 같은 공공도서관의 고전적 기능을 수행하는 공간에 치중되어 있고 새롭게 요구되는 공공도서관의 사회적 기능 즉, 문화프로그램 운영 및 제공, 교육, 전시, 공연, 체육활동 등을 위한 공간의 분류 및 계획요소에 대한 제시는 상대적으로 부족하여 이에 대한 보완이 필요하다.

셋째, 각 공간별 특성에 필요한 계획요소에 있어서 공간의 배치, 동선, 공간구성, 가구에 대한 제안이 대부분이며 마감재와 공기질에 대한 제안은 아직까지 미흡한 상태이고, 계획 요소에 필요한 기능에 대한 제안은 인지성, 접근성, 융통성, 사용성 등의 효율적인 기능이 주를 이루며, 커뮤니티성, 심미성, 친환경성에 대한 제안은 상대적으로 적다.

이에 공공도서관에 요구되는 사회적 인프라 기능을 위한 공간분류 및 세부계획 지침에 대한 보완연구 및 도서관 적용 실태파악 연구가 지속적으로 필요하다.

참고문헌

1. 구형수, 생활SOC 정책의 주요 이슈와 전략적 추진방향, 국토연구원, 국토정책 Brief no.696, 2018.
2. 이승우, 생활밀착형 인프라 진단과 핵심프로젝트, 한국건설산업연구원, 2018.
3. 이철재, 공공도서관 건립운영 매뉴얼, 문화체육관광부, 2016.
4. 박해숙, 공공도서관의 특성화계획에 관한 연구, 울산산업대학원 석사논문, 2011.
5. 정강훈, 사회적 기능과 역할 변화에 따른 공공 도서관의 공간구성, 목포대학교 석사논문, 2006.
7. 남태우, 한국도서관기준, 한국도서관협회, 2013.
8. Eric Klinenberg, The Restore Civil Society, Start with the Library, The New York Times, 2018.

업사이클 디자인 표현특성이 적용된 아트플랫폼 공간 계획에 관한 연구

- 유휴산업시설 활용 방안을 중심으로 -

A Study on the Art Platform Space Planning with Up-Cycle Design Expressive Elements

- Focused on the use of idle industrial facilities -

Author 조명희 Cho, Myeong-Hee / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인전공 석사과정
김이홍 Kim, Leehong / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인전공 교수*

Abstract In the new era, existing industrial facilities were deteriorated. This is perceived as a factor that hinders the image and environment of the surrounding area within the city center and remains unmatched by the lives and places of the city people. As a result, a renewal policy was newly enacted in 2017, and more diverse and more renewable spaces began to be created. Among them, many cases of recycling idle industrial facilities into cultural spaces appeared. However, most cases were conducted by benchmarking overseas cases or were limited to structural and architectural aspects such as preservation, expansion, and transformation of buildings. Therefore, this study intends to propose a method of applying up-cycle design expression elements by analyzing the space plan of the art platform to recognize and reproduce these problems. In addition, it proposes a new space by giving insufficient design elements to the reproduction space through up-cycle design characteristics such as historicity, eco-friendliness, variability, scarcity, and publicity. In the end, the art platform through up-cycle design reflects the up-cycle design characteristics that were not seen in the existing art platform, and can unravel the design expression elements derived above into space, which can have a great effect on creativity and art promotion. Moreover, it combines elements that include the memories and traces of the place with the design characteristics, and results in being reborn as an art platform that can achieve regional revitalization.

Keywords 유휴산업시설, 아트플랫폼, 창작 스튜디오, 업사이클링, 도시재생
Idle Industrial Facilities, Art platform, Creation Studio, Upcycling, Urban Regeneration

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

새로운 시대를 맞이하면서 기존의 산업시설은 기능이 저하되었고, 도심 내에서 주변 지역의 이미지와 환경을 저해하는 요소로 인식되며 도시민들의 삶과 장소에 어우러지지 못한 채 남겨졌다. 이러한 시대적 상황 속에서 도시 재생적 관점으로 본 유휴시설의 재활용은 현재 그 가치를 인정받고 있다. 실질적으로 2013년도부터 특별법 제정으로 도시재생이 진행되기 시작했지만 지원이 부족하여 성과가 미약했다. 이에 2017년 ‘도시정책 뉴딜사업’

정책이 새로이 제정되며 더 다양하고 많은 재생 공간들이 생겨나기 시작했고, 점차 꾸준히 발전한 재생공간들은 점차 더 많은 사람들이 관심을 가지게 되며 활발하게 확산되고 있는 실정이다. 그 중에서도 유휴산업시설을 문화공간으로 재활용하는 사례가 급증하고 있다. 그러나 주로 해외 사례를 벤치마킹하여 진행되거나 건축물의 보존, 증축, 변형 등 구조적이고 건축적인 측면에 국한된 사례가 대다수였다.

이에 본 연구에서는 무분별한 유휴 공간 재생연구들의 문제점을 인지하고, 재생해내고자 하는 아트플랫폼 공간 계획에 대해 분석하여 업사이클 디자인 표현요소를 적용하는 방안을 제시하고자 한다. 이에 본 연구의 목적은 지역성과 역사성, 시간성을 간직한 유휴시설이 더 풍요

* 교신저자(Corresponding Author); 3225cmh@naver.com

로운 공간으로 재생될 수 있는 방향성을 제시하고자 하는데 의의를 둔다.

1.2. 연구 방법 및 범위

본 연구는 유휴산업시설이 아트플랫폼으로 재생한 공간에 업사이클 디자인 표현요소를 접목시켜 계획하는 연구이다. 업사이클 디자인 특성들이 어떻게 공간에 반영되었는지 유의하며 아트플랫폼 공간 구성계획을 비교 분석하려고 한다.

첫째, 유휴산업시설이 아트플랫폼으로 재생된 공간들로 연구 범위를 정하였고, 아트플랫폼의 개념이 정확하게 정의되지 않았으므로 본 연구에서는 창작공간을 수반한 문화공간을 기준으로 분석한다. 둘째, 업사이클링은 고유 명사로 사용되며, 업사이클은 형용사나 부사로 사용되기 때문에 본 연구에서는 이를 기준으로 상황에 맞게 바꾸어 사용한다. 셋째, 업사이클 디자인과 연관된 지속가능한 디자인, 재생디자인, 에코디자인, 그린디자인과 같은 디자인도 일부 연구 범위 안에 넣어 관련 참고문헌과 선행논문들을 고찰하여 분석한다. 넷째, 선행연구들의 분석을 토대로 아트플랫폼의 공간 구성과 업사이클 디자인 특성을 분석해 사례 분석의 틀을 선정하여 사례 검토를 진행한다.

2. 유휴산업시설과 아트플랫폼의 이론적 고찰

2.1. 유휴산업시설의 이해

(1) 유휴산업시설의 배경 및 개념

<표 1> 유휴산업시설의 정의

분류	과거	현재
시대적 배경	20세기 이후 산업의 쇠퇴와 자본주의의 위기를 맞아 공장들은 기능을 상실하고 버려졌다.	재활용 가능한 자원이라는 인식으로 시대적 흐름과 더불어 문화소비시설로 목적성이 점차 변화했다.
개념과 인식	부정적인 의미, 도심부의 활성화에 장애가 되는 공간	역사, 상징적 의미를 갖고 있는 공간

<표 1>에서도 볼 수 있듯이 유휴산업시설은 산업구조의 변화로 인하여 과거 근대화와 산업화, 국가 경제발전의 중심적인 원동력으로서의 역할을 수행했으나, 현재는 그 기능과 용도를 잃어 더 이상 가동되지 않는 산업시설물들이라 할 수 있다. 과거에는 방치되고 관리되지 않아 지역과 장소들을 슬럼화시켜 도심부의 활성화에 중대한 장애가 되는 공간으로 인식되었지만 현재는 '다른 용도로의 재활용'의 가능성이 있는, 미래에 재활용 가능한 '자원(resource)'이라는 인식으로 점차 변화하고 있다.

(2) 유휴산업시설의 유형

국토해양부에서 제시한 건축법 기준으로 산업 시설 군에 속하는 건축물의 종류와 세부용도는 <표 2>¹⁾처럼 분류할 수 있다.

<표 2> 산업시설군의 분류

시설군	용도군	세부용도
산업 시설 군	운수시설	여객자동차터미널, 철도·항만·공항시설
	창고시설	창고, 하역장, 유통터미널, 집배송시설
	공장	공장
	위험물 저장 및 처리시설	주유소 및 석유 판매소, 액화석유가스 및 고압가스 충전소·판매소·저장소, 액화가스 취급소·판매소, 유독물 보관·저장·판매시설, 도시가스 제조시설, 도료류 판매소, 위험물 제조소·저장소·취급소, 화학류 저장소
	자원순환 관련 시설	하수 등 처리시설, 고물상, 폐기를 재활용시설, 폐기물 처분시설, 폐기물 강량화 시설
	묘지관련시설	화장시설, 봉안당(종교시설에 해당하는 것은 제외), 묘지와 자연장지지에 부수되는 건축물
장례식장	장례식장	

2.2. 유휴산업시설의 재생

(1) 유휴산업시설 재생의 개념

최근 도시재생에 대한 관심의 증가와 함께 유휴산업시설을 지속가능한 도시재생의 자원으로 보는 관점이 나타나면서 그 가치를 재평가하고 재활용하려는 움직임이 적극적으로 늘어나고 있다. 유휴산업시설의 재생은 이처럼 방치된 시설을 보전과 새로운 용도로 전환 또는 재활용의 방법을 고려하는 것이며, 건축적인 변형이나 복원, 새로운 기능과 프로그램들의 수용을 통해서 제 가치를 발휘하고 긍정적인 효과를 나타내는 것을 뜻한다.²⁾

(2) 유휴산업시설 재생의 가치

유휴산업시설은 과거 산업화시대를 경험했던 사람들의 기억과 역사를 그대로 간직하고 있기 때문에 상징적, 문화적 의미가 축적되어 있다.³⁾

<표 3> 유휴산업시설의 재생의 가치

구분	의의	내용
문화적 측면	문화적 매개체 역할	지역 경제 발전의 중추적 역할을 하면서 지역의 생활, 문화, 생산 수조에 많은 영향을 끼쳤으며, 산업화시대 지역민의 삶의 기억이 담겨있어 과거와 현재를 이어주는 '문화적 매개체 역할'을 할 수 있다.
	지역 아이덴티티	또한 도시가 가진 기존의 이미지와 정체성을 유휴 산업시설이 가지고 있는 역사적 요소를 재활용하여 보전함으로써 지역 고유의 경관과 맥락을 유지하고 이를 통해 도시경관적 차원에서 지역 아이덴티티를 확보할 수 있다.
경제적 측면	저비용의 공간	유휴산업시설을 재생함으로써 저비용으로 유용하고 다양한 공간을 창출해낼 수 있고, 새로운 건물로 생겨나는 막대한 자원의 고갈과 건축비 낭비를 방지할 수 있다.
	지역 경제 활성화	산업시설의 입지적 특성상 도심에 위치한 시설들이 규모가 크며, 각종 인프라가 잘 완비되어 있어 새로운 기능을 부여하여 재활용한다면 접근성이 좋기에 지역사회의 랜드마크로 재탄생할 수 있다. 또한 다양한 프로그램으로 문화 관광을 유도한다.
환경적 측면	도시환경 개선	유휴산업시설과 함께 남은 산업폐기물들 처리와 오염물질을 야기하는 시설물의 재정비로 인해 주변 환경의 공해, 소음, 폐수, 쓰레기 등의 도시 환경 문제를 해결한다.
	지속가능한 건축	건축 폐자재를 재사용함으로써 자원의 낭비를 방지하고, 건축적 재료 또한 재사용함으로써 자원의 재활용 및 지속가능한 건축을 구현해낸다.

1) 국토해양부, 건축법 시행령 제1장 제14조 2016.05.17. 개정
 2) 유성현, 유휴산업시설 공간 활용에서 나타나는 랜즈스케이프 어바니즘의 표현특성에 관한 연구, 2018, 02, p.13
 3) 최진욱, 도시재생적 관점의 유휴공간 재생을 통한 지역 활성화 방안 연구, 2016, 08, p.19

이에 유희산업시설 재생을 통한 가치는 <표2>를 통해 볼 수 있듯이 크게 ‘문화적 측면’, ‘경제적 측면’, ‘환경적 측면’으로 고찰되어질 수 있다.

(3) 유희산업시설 재생을 통한 아트플랫폼

예술 공간은 더 이상 문화적 내용만을 담고 있지 않고, 사회문화의 한 부분으로 여겨지게 되었다. 이에 유희 산업 시설에 예술이라는 창조적 힘을 더한다면 새로운 공간으로 태어나게 된다.⁴⁾ 즉, 창작공간이 어떠한 유희산업시설을 통해 재생되었느냐에 따라서 역할이나 기능을 달리하게 될 수도 있으며, 그에 따른 체험과 창작도 일반적인 아트플랫폼과는 다른 가치를 가질 수 있을 것이다.

2.3. 아트플랫폼의 이론적 고찰

(1) 아트플랫폼의 개념

본론에 들어가기 전, 예술가들의 작업 공간 제공을 목적으로 하는 예술 창작 공간을 창작스튜디오, 아트플랫폼, 예술촌, 아뜰리에, 창작 공간 등 여러 명칭으로 혼재되어 사용되고 있다. 이에 본 논문에서는 ‘아트플랫폼’으로 통칭하여 사용하고자 한다. 아트플랫폼은 예술 작품을 포함하는 모든 것들을 생산해내는 장소로 표현할 수 있다.

초기 국내의 아트플랫폼이 예술가들의 창작 공간 마련에만 중점을 둔 형태였다면, 2009년 6월부터 서울시에서 ‘서울시 창작 공간’을 조성한 후인 근래에는 예술가와 시민들의 커뮤니티 공간으로 활성화하자는 방향으로 변화하고 있다. 이처럼, 아트플랫폼은 기존의 예술가 중심의 형태들이 이제는 시민과 예술가를 중심으로 장르별, 세대의 구분을 넘어 다양한 범주에서 창작행위들의 집합적인 발생지 역할과 공공적인 요소와 더불어 사회적인 요소까지 포함한 공간으로 변모하고 있다.⁵⁾

(2) 아트플랫폼의 기능

아트플랫폼의 성격은 설립주체와 목적에 따라 다르지만 기본적인 기능을 구분하면 아래<표 4>와 같다.

<표 4> 아트플랫폼의 기능에 따른 분류

기능	내용
작업 공간 제공	예술가들이 창작활동을 하면서 가장 필요로 하는 작업 공간을 제공하는 것은 기본적인 역할. 프로그램이 없이 작가들의 대화를 촉진시키며, 예술을 확장하고 실현시킬 수 있는 열린 공간의 기능
창의적 예술 증진	대화와 토론을 통해 예술적 진보를 도모할 수 있게 하고, 미술행정이나 문화정책가 등의 방문과 교류를 통해 정보를 얻을 수 있기 때문에 작가로서의 자기 역량을 강화할 수 있게 됨
지역문화 형성	지역의 예술가들은 방문하는 주민들에게 작업실을 개방하고 워크숍, 세미나, 토론회, 체험 프로그램 등을 통해 함께 문화 예술을 교류할 수 있도록 열린 환경을 제공
국제문화의 교류	다양한 장르와 국적의 개성 있는 작가들에게도 창작 공간을 제공하여 여러 예술 장르들이 복합적으로 융합하는 계기를 마련. 각 장르의 예술가들은 교류와 대화를 통해 시너지를 발휘하게 함

- 4) 박현구, 유희산업시설을 활용한 창작스튜디오 실내공간계획 - 컬처노믹스(Culturenomics)적 관점으로-, 2011, 06, p.30-31
 5) 황산나, 지역주민 참여 활성화를 위한 예술창작공간 연구 - 커뮤니티아트 요소를 적용하여-, 2011, 12, p.16-18

(3) 아트플랫폼의 프로그램 및 공간구성

프로그램에 따라 예술·창작 공간, 전시·공연 공간, 교육 공간, 휴게 공간, 관리·운영 공간 5가지로 구분할 수 있고 선행 연구들을 토대로 <표 5>⁶⁾로 재구성하였다.

<표 5> 프로그램과 기능에 의한 창작스튜디오의 공간구성

공간 프로그램	소요실	내용
예술·창작 공간	작업실, 스튜디오, 세미나실, 미디어 랩 등	예술가들을 위한 작업 공간 및 작품 발표를 위한 공간과 교류와 휴게를 위한 공간 구성
전시·공연 공간	전시장, 공연장, 야외 전시장, 음향 공간	주민들의 문화예술 향유를 위한 지역 연계 프로그램을 위한 공간, 또한 작가들의 작품을 전시하는 곳 마련
교육 공간	교육실, 중, 소규모의 다목적 홀, 주민 공동 작업장	주민들과 예술가들의 문화 예술 증진을 위한 공간이며, 교류와 소통의 장도 마련
휴게 공간	카페테리아, 아트 숍, 라운지, 테라스, 정원, 휴게실, 공용 공간	전시에 대한 이야기를 나누고 관련 서적도 접할 수 있고 작가들의 작품을 판매할 수 있는 공간, 또한 지속적인 참여와 접촉의 동기가 되는 공간
관리·운영 공간	사무 공간, 안내 및 응접 공간, 창고 기계실, 작품 보관실 등	예술 문화시설의 특수성에 맞는 운영 및 관리 공간, 예술창작공간의 특성상 대형작품들이 많을 수 있기 때문에 고려되어야함

3. 업사이클링의 이론적 고찰과 디자인 표현 요소

3.1. 업사이클링의 이론적 고찰

(1) 업사이클링의 정의

업사이클링은 UP과 Recycle의 합성어로 1994년 라이너 필츠(Reiner Pilz)가 ‘버려지고 오래된 제품에 새로운 가치를 생산하는 것’이라는 의미부여를 통해 공식적으로 기재되었다.⁷⁾ 리사이클이 자원을 사용할수록 그 가치를 상실해가는 가치하향 형태의 재활용을 의미한다면, 업사이클은 자원의 재활용을 통하여 제품의 가치 상승은 물론, 이전보다 가치와 활용도, 디자인 등을 더하여 기존과 다른 제품을 생산하여 사용하는 것을 의미한다. 이처럼 업사이클링이란 용어는 리사이클링을 포용하는 폭 넓은 개념으로 사용된다.

(2) 업사이클 디자인 발생 배경과 개념

20세기에 들어서며 급속한 기술의 발달과 산업화는 우리 삶을 더욱 편리하고 풍요롭게 만들었지만, 그로 인해 발생하는 쓰레기와 오염물질 등으로 인해 우리의 건강이 위협받고 있다. 이에 친환경디자인에 대한 관심 또한 높아지고 있는 실정이다.

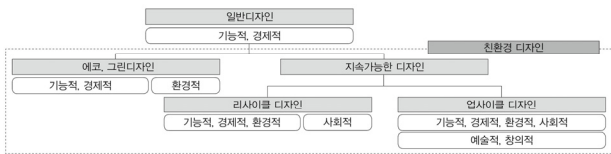
쓰레기를 줄이고자 시작하였던 리사이클은 버려진 것들을 재사용하는 환경적인 차원에 그쳤다. 이에 2000년대에 들어와 젊은 디자이너들이 재활용 가능한 소재들을 사용하면서 기존 폐소재의 이미지를 벗기고 스토리텔링을 부여하여 업사이클 디자인을 발전시키기 시작하였다. 즉, ‘업사이클 디자인’이란

- 6) 임지현, 지역 커뮤니티 활성화를 위한 예술창작공간 디자인 연구, 이화여자대학교 석사논문, 2013, p.15 재구성
 7) 김소연, 업사이클링 시장의 확장성을 위한 모바일 서비스 플랫폼 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 2016, p.14

버려지는 것에 디자인을 더하여 고부가가치 제품으로 재탄생시키는 것이라고 할 수 있으며, 친환경적이면서 독창적인 디자인이라고 정의할 수 있다. 따라서 환경오염을 막고자 노력하는 현 시대가 필요로 하는 디자인임에 틀림없다.

(3) 업사이클 디자인 변화 과정

이러한 개념의 시초인 ‘레디메이드’는 ‘기존의 사물에서 새로운 디자인 정체성을 발견 한다’는 뜻이다. 이 개념이 현대에 들어서 쓰레기를 활용해 사회에 경각심을 표출하고자한 미술작품인 정크아트로 등장하게 되며, 최근에는 업사이클 디자인으로 성장하였다.



<그림 1> 친환경 디자인의 패러다임과 특성

업사이클 디자인으로 변화하는 과정에서 친환경 디자인들의 패러다임과 추가된 특성들을 포함하여 <그림 1>을 통해 도식화하였다.

3.2. 업사이클링의 특성과 디자인 표현 요소

업사이클 디자인의 특성과 특성에 의한 디자인 표현요소를 도출하기 위해 <그림 2>와 같이 선행연구들을 조사하였으며, 이를 바탕으로 본 논문에서는 업사이클링의 특성을 역사성, 친환경성, 가변성, 회소성, 공공성으로 정의한다.



<그림 2> 선행연구를 통한 업사이클링의 특성

(1) 역사성

유희산업시설에서 보여 지는 역사성은 기억과 시간의 흔적으로 많이 보여 진다. 역사적 공간은 과거의 기억을 전해주며,⁸⁾ 역사적 흐름에 의한 과거의 기억이 재료, 형태, 오브제 등을 통해 시간의 흔적으로 남아있는 것을 뜻한다.⁹⁾

1) 스토리텔링

스토리텔링 기법이 적용된 공간은 역사성을 간직한 공간의

8) 박태우, 근대건축물의 공간 재활용에서 시간성 표현 방법에 관한 연구-국내 근대 건축문화유산의 중심으로, 건국대학교 건축전문대학원 석사논문
9) 문화재청, 『근대문화유산 보존 및 활용사례』, 2006, p.37.

내용 전달을 위해 공간에 이야기를 부여하는 것이다. 공간 구성에서 스토리텔링은 배치와 동선에 영향을 미치며, 시퀀스가 형성될 수도 있고, 공간에서 관람자를 이끌어가는 방식이 되기도 한다.

2) 시간의 중첩

이전 공간의 기능과 용도를 삭제하지 않고, 시간의 흐름에 따라 변화되어진 본래의 흔적들을 의도적으로 노출하여 기존 공간의 역사가 반영되도록 하는 것이다. 업사이클 디자인은 그것들이 사용되어진 역사와 함께 삶이 묻어난다.¹⁰⁾

(2) 친환경성

업사이클 디자인은 기본적으로 환경과 자원 보호의 목적을 토대로 폐기물에 대한 부정적인 인식을 환기시킨다. 버려지는 자재를 디자인과 결합해 새로운 공간 자원으로 순환시키는 방식을 통해 자원절약과 환경오염 확산 방지에도 기여를 한다.

1) 물질의 순환

기존 건물의 일부 자재 역시 그대로 또는 재활용해 현장에서 발생하는 폐기물을 최소화하는 효과를 기대할 수 있다.

2) 자연의 상호관입(에너지 효율화)

공간에서의 친환경성은 태양에너지를 이용하는 방법 (아트리움, 축열재로, 단열, 차양, 블라인드)과 자연에너지를 이용하는 방법 (자연채광과 통풍)이 있다. 이는 전기에너지의 절약과 여름철의 고온 다습한 실내기후를 완화시킨다.¹¹⁾

(3) 가변성

업사이클 디자인은 디자이너가 새롭게 디자인한 컨셉과 그 제작과정을 거쳐 기존의 공간이 새로운 기능의 공간으로 탈바꿈하게 되는 특성과 함께 외형적인 형태가 전환되는 성질을 가진다. 부분적으로든 전체적으로든 공간의 용도나 기능이 전환되고 그에 따라 가치가 상승되어 진다.

1) 형태의 변형(공간의 변형)

가변적이고 유연한 공간으로 다양한 사건과 미래를 위해 열린 공간이다. 프로그램 종류와 상황에 맞게 그 공간의 형태를 손상시키지 않고 변화에 적응하는 공간으로 사용될 수 있다.

2) 공간의 탈영역화

공간 사이의 경계를 모호하게 하고 빛 투과를 통한 색과 장면의 변화 같은 다양한 요소를 통해 공간에 변화를 담아낸다.

(4) 회소성

버려지고 놓고 있는 공간에서 새로운 창조물로서의 가능성을 찾아내는 행위는 회소가치가 높은 업사이클링을 만들어낸다. 유희산업시설이 재생된 공간들은 제한적인 생산에 의해 회소성을

10) 임은영, 업사이클링 디자인 특성에 따른 작품사례 분석, KCI등재, 2014.04.16, p485-493.
11) 김휘연, 컨테이너를 활용한 지속가능한 공간 디자인 연구, 2007.07, p13-14.

지니며, 폐자재나 환경적 소재들이 디자이너의 의도에 따라 재창조되면서 독창적인 상품이 된다.

1) 독특한 물성의 강조

자원을 재탄생, 결합시켜 새로운 물성을 만들어 낼 수 있으며, 독특한 물성을 강조할 경우 그보다 더 큰 기원적이고 본질적인 이야기의 가능성 가지게 된다.

2) 독특한 성질과 형태의 결합

기존에 있던 공간의 일부와 현대적인 요소 또는 현대적 기술이 결합하여 독특한 느낌의 공간성을 형성할 수 있다.

(5) 공공성

업사이클 디자인은 사회 친화적인 성격을 가지며, 일상과의 조화를 꾀한다. 또한 유희산업시설에 의해 형성된 과거의 집단적 기억들이 한데 모여 지역 커뮤니티를 형성할 수 있다.

1) 접근의 유연함(개방성)

도로에서 자연스럽게 본관으로 진입할 수 있는 구조, 바깥으로 공간이 열리도록 벽을 두지 않고 바닥 재료의 분리만하여 시야가 개방적이고 외부와 내부의 경계를 최소화하여 연출할 수 있다.

2) 비움의 공간

사라지는 도심의 광장 및 틈, 사이 공간들이 현대적인 시각과 상황에서 재해석되어 건물 내에 담아내는 공공의 비워진 공간으로 나타난다. 따라서 비워진 공간은 다양한 행위를 유발시키며 이전엔 경험하지 못한 사건들이 발생한다.

4. 사례조사 및 분석

4.1. 사례조사 대상 및 방법 선정

사례 대상은 본 논문에서 말하고자 하는 유희산업시설이 창작 공간으로 재생된 사례 중 해외사례는 최근 15년 이내 기준, 국내사례는 최근 5년 이내 기준으로 한정한다. 사례 분석 방법은 아트플랫폼의 프로그램과 공간구성과 업사이클 디자인에 따른 공간특성을 기준으로 개선방안을 도출한다.

4.2. 국내·국의 사례분석

<표 6> 국내 사례1

부천 아트빙커 B39					
시 설	기능	원기능 (기존 용도) 쓰레기 소각장	현기능 (현재 용도) 문화예술플랫폼		
	개 요	연도	2018		
		위치	경기 부천시 삼작로 53		
		면적	3,304㎡		
		규모	지상 2층		
공 간 구 성	평면도				

영역	예술·창작	전시·공연	교육	휴게	운영·관리
소요실	●	●	○	●	●
역사성	스토리텔링 시간의중첩	작품 배치들 통해 기존의 장소들을 견학할 수 있는	전시실, 재빙커, 에어갤러리, 홀	동선 유도, 유동, 체험, 공간으로 구성	●
친환경성	물질의순환 자연의 상호관입	자연 채광은 실내의 조도, 생산성, 심리를 향상시키고, 수직적 채광 및 통풍의 구조를 보임			●
가변성	형태의변형 공간의 탈영역화	색유리 벽을 통해 빛의 투과나 색의 변화에 따라 바뀌고, 다양한 프로그램을 수용하는 유연한 공간			●
회소성	물성강조 형태결합	기존에 있던 소각장의 일부를 그대로 활용하여 현대의 미디어 아트와 결합하여 독특한 느낌의 공간성 형성			●
공공성	접근의 유연함 비움의공간	공간이 열리도록 벽 없이 재료 분리만하여 외부, 내부의 경계를 최소화, 여러 시설들 사이의 영역을 배치해 상호작용			●

공간구성 : 있음●, 부족●, 없음○ 특성·표현요소 : 상●, 중●, 하○

<표 7> 국내 사례2

팔복예술공장						
시 설	기능	원기능 (기존 용도) 카세트테이프 공장	현기능 (현재 용도) 문화 예술 공장			
	개 요	연도	2018			
		위치	전북전주시 덕진구 구렛날1길46			
		면적	6,001㎡			
	규모	2개동/지상 3층				
공 간 구 성	평면도					
	영역	예술·창작	전시·공연	교육	휴게	운영·관리
	●	●	●	●	●	
	소요실	창작작업실, 랩실, 제작업실, 세미나실	전시장(실내, 야외), 영상실	교육실, 다목적실, 공동작업실, 컴퓨터	카페, 로비, 식당, 야외놀이터	자료보관소, 준비실, 사무실, 연구실
공 간 특 성	역사성	스토리텔링 시간의중첩	옛 공장에서 따온 이름으로 근로자와 시민들의 역사와 이야기가 담긴 공간으로 재탄생			●
	친환경성	물질의순환 자연의 상호관입	자연의 활용은 거의 볼 수 없었고, 기존 건물의 구조는 더블 스킨으로, 일부 자재도 재활용			●
	가변성	형태의변형 공간의 탈영역화	옛 공장 모습을 되살린 옥상 놀이터 모습, 다양한 프로그램을 수용하는 가변적인 공간			●
	회소성	물성강조 형태결합	내부공간의 테이블은 공장의 철문을 잘라 업사이클링			○
	공공성	접근의 유연함 비움의공간	1층의 거의 모든 공간이 문없이 미로처럼 연결되어 접근의 자유로움과 자연스럽게 비어진 광장과 같은 공간이 형성			●

공간구성 : 있음●, 부족●, 없음○ 특성·표현요소 : 상●, 중●, 하○

<표 8> 국외 사례1

트센 카트르 Le Cent Quarte(Le 104)						
시설	기능	원기능 (기존 용도)		현기능 (현재 용도)		
		장례식장		창작 스튜디오		
	개요	연도	2008			
		위치	프랑스 파리 19구 104번지			
		면적	39,000㎡			
규모		지하1층-지상 2층				
공간구성	평면도	1F		2F		
	영역	예술·창작	전시·공연	교육	휴게	운영·관리
	소요실	아틀리에	전시실, 공연장, 멀티 홀	교육실, 인큐베이 터	카페, 레스토랑, 정원, 아트서점, 부티크	사무실
	공간특성	역사성	스토리텔링 시간의중첩	기존공간의 형태를 그대로 두고 기능만 변경, 후백파노라마 사진기를 둔 케펄 공간		
		친환경성	물질의순환	메인 홀에서 보이는 천장과 외부와 연결된 통풍 구조 말고는 크게 두드러지는 부분은 없음		○
		가변성	형태의변형	작업실에 벽 대신 다른 소재를 사용해 유동적일 유입과 소통을 할 수 있게 함		
		회소성	물성강조	-		○
	공공성	접근의 유연함	문이 따로 없이 외부에서 자연스럽게 들어갈 수 있는 구조, 이어지는 넓은 홀이 열린 광장 역할을 함			
		비움의공간	-		●	
	공간구성 : 있음●, 부족○, 없음○ 특성·표현요소 : 상●, 중○, 하○					

<표 9> 국외 사례2

The Mills (홍콩 섬유 공장)						
시설	기능	원기능 (기존 용도)		현기능 (현재 용도)		
		섬유공장		창작 문화 공간		
	개요	연도	2014			
		위치	홍콩, Tsuen Wan			
		면적	2,787㎡			
규모		3개동, 지상 4층				
공간구성	평면도	1F	2F	3F	4F	
	영역	예술·창작	전시·공연	교육	휴게	운영·관리
	소요실	스튜디오, 랩실	갤러리, 멀티홀	교육실	카페, 서점, 카페, 아트샵, 레스토랑, 야외공원	오피스
	공간특성	역사성	스토리텔링 시간의중첩	방문객들이 공장 노동자의 경험을 반영하는 경험을 가질 수 있도록 계단실 보존		
		친환경성	물질의순환	기존공장 2개동을 이으면서 유리 외 절골만 추가하여 자연스럽게 채광 좋은 홀을 형성		
		가변성	형태의변형	위 사진의 멀티 홀에서 유기적으로 이뤄지는 다양한 프로그램의 변화를 수용		○
		회소성	공간특성	-		○
	공간구성 : 있음●, 부족○, 없음○ 특성·표현요소 : 상●, 중○, 하○					

회소성	물성강조	기존공장의 창틀이나 문 등을 보존해 새로운 오브제로 이כל링하여 사용	●	
	형태결합	개방성과 친근한 분위기를 조성하기 위해 도로와 건물을 연결하는 열린 보행자 통로 마련	●	
공공성	접근의 유연함	비움의공간	○	
공간구성 : 있음●, 부족○, 없음○ 특성·표현요소 : 상●, 중○, 하○				

4.3. 사례 분석 종합

<표 10> 사례 종합 분석표

구분	예술·창작	전시·공연	교육	휴게	운영·관리
공간구성	B39 ○, 팔복 ●, Le104 ○, Mills ●	B39 ○, 팔복 ○, Le104 ●, Mills ○	B39 ○, 팔복 ●, Le104 ○, Mills ○	B39 ○, 팔복 ●, Le104 ●, Mills ○	B39 ●, 팔복 ●, Le104 ○, Mills ○
공간특성	역사성	친환경성	가변성	회소성	공공성
	B39 ●, 팔복 ○, Le104 ○, Mills ●	B39 ○, 팔복 ○, Le104 ○, Mills ○	B39 ●, 팔복 ○, Le104 ○, Mills ○	B39 ○, 팔복 ○, Le104 ○, Mills ○	B39 ○, 팔복 ●, Le104 ●, Mills ●

사례분석결과 공간구성에서는 일부 사례 빼고는 운영·관리 공간과 교육 공간이 현저히 부족했고 공간구성이 전체적으로 균일하게 분배되어 있지 않았다. 또한 공간 특성에서는 역사성은 눈에 띄게 나타났고 공공성은 접근성의 용이함에 치우쳐있었다. 국내·외 사례모두 친환경성과 회소성은 부족하게 나타났다.

5. 결론

업사이클 디자인을 적용한 아트플랫폼의 실내공간 구성에 관한 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 국내는 운영·관리 공간이 원활하게 구성되어 체계적인 운영과 관리를 하고 있는 것을 볼 수 있었고, 국외는 휴게공간 영역의 비율이 높은 공간구성으로 자연스러운 소통과 교류를 이루고 있는 것을 볼 수 있었다. 국내·외 사례 모두 기본적으로 필요한 아트플랫폼의 공간 구성 및 업사이클 디자인 특성은 찾아볼 수 있지만 균일하게 분배되지 않고 한 쪽 영역에 치우쳐 있는 경우가 많다. 따라서 공간구성과 특성의 균일한 비율을 적용한 공간을 제시할 필요가 있다.

둘째, 업사이클 디자인을 통한 아트플랫폼은 기존의 아트플랫폼에서 볼 수 없었던 업사이클 디자인 특성을 반영하고, 앞서 도출한 디자인 표현 요소를 공간에 풀어냄으로써 창의성과 예술 증진에 큰 효과를 줄 수 있다.

셋째, 유흥산업시설의 근대화후유산으로서의 상징적 요소를 극대화시키고 장소의 기억과 흔적을 포함하는 요소를 디자인적 특성과 결합해내면서 지역 활성화를 이룰 수 있는 아트플랫폼으로 재탄생될 수 있다.

따라서 본 연구를 통해 업사이클 디자인을 적용한 아트플랫폼의 창작 고취와 예술 증진을 위한 실내 공간적

측면에 대한 체계적인 후속연구가 필요하다고 여겨진다.

참고문헌

1. 국토해양부, 건축법 시행령 제1장 제14조 2016.05.17. 개정.
2. 유성현, 유희산업시설 공간 활용에서 나타나는 랜드스케이프 어바니즘의 표현특성에 관한 연구, 2018, 02, p.13.
3. 최진욱, 도시재생적 관점의 유희공간 재생을 통한 지역 활성화 방안 연구, 2016, 08, p.19.
4. 박현구, 유희산업시설을 활용한 창작스튜디오 실내공간계획 - 컬처노믹스(Culturenomics)적 관점으로-, 2011, 06, p.30-31.
5. 황산나, 지역주민 참여 활성화를 위한 예술창작공간 연구 - 커뮤니티아트 요소를 적용하여-, 2011, 12, p.16-18.
6. 임지현, (2013), 『지역 커뮤니티 활성화를 위한 예술창작공간 디자인 연구』, 이화여자대학교 석사논문, p.15 재구성.
7. 김소연. (2016), 업사이클링 시장의 확장성을 위한 모바일 서비스 플랫폼 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문, p.14.
8. 박태우, 근대건축물의 공간 재활용에서 시간성 표현 방법에 관한 연구-국내 근대 건축문화유산을 중심으로, 건국대학교 건축전문대학원 석사논문.
9. 문화재청, 『근대문화유산 보존 및 활용사례』, 2006, p.37.
10. 임은영, 업사이클링 디자인 특성에 따른 작품사례 분석, KCI등재, 2014.04.16., p485-493.
11. 김휘연, 컨테이너를 활용한 지속가능한 공간 디자인 연구, 2007.07, p13-14.

노마디즘 특성에 의한 유형별 공유주방 공간계획에 관한 연구

A Study on the Space Planning of the Shared Kitchen by Type by the Characteristic of Nomadism

Author 강윤영 Kang, Yoon-Young / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인전공 석사과정
김이홍 Kim, Leehong / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내건축디자인전공 교수*

Abstract Neo-liberal economic policies under the leadership of Margaret Thatcher and Ronald Reagan in the late 1970s and early 1980s succeeded in increasing GDP by reducing tax cuts, deregulation, minimizing government intervention, privatizing public enterprises or public institutions, disintegrating labor unions, and reducing welfare. However, the policies resulted in problems such as; the gap between the rich and the poor, unemployment and depression, economic oligopoly, environmental destruction, lack of public goods, the corruption of ethics, which is an uneconomical ill that occurs in capitalist societies, lack of human rights, the weakening of the community, and the promotion of war and aggression. The meaning of “sharing” has attracted attention as an alternative to the diverse social problems of modern times, and the “shared economy” in various forms has become familiar with modern society. The “shared kitchen” discussed in this study has emerged strongly in the form of a shared economy. Therefore, this study includes not only the economic aspects of modern society’s problems but also the meaning of sharing about uneconomical ills that arise in capitalist societies that were alternatives to neoliberalism. This paper is proposing a new type of shared kitchen, including various types, through characteristics and expressive elements of the concept of nomadism that is frequently used to explain the phenomena occurring in modern society.

Keywords 신자유주의, 자본주의, 공유경제, 공유공간, 공유주방, 공간유형, 노마드, 노마디즘
Neoliberalism, Capitalism, Shared Economy, Shared space. Shared Kitchen, Space Nomad, Nomadism

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

1970년대 후반부터 1980년대 초반까지 마가렛 대처와 로널드 레이건의 주도하에 전개된 신자유주의 경제정책은 감세정책, 규제철폐, 정부개입 최소화, 공기업 혹은 공공기관의 민영화, 노조해체, 복지축소 등으로 하여 GDP를 신장시키는데 성공했지만 빈부격차, 실업과 불황, 독과점화, 환경파괴, 공공재의 부족 등과 자본주의 사회에서 발생하는 비경제적인 병폐인 윤리 타락과 인간성 황폐화, 인간소외, 공동체의 약화, 전쟁과 침략의 촉진 등과 같은 문제점들을 가지고 왔다. 오늘날에 와서는 이러한 문제점들이 전 세계적으로 더욱 심화되고 있다.

이러한 신자유주의적 성향의 대안으로 수년전부터 강력하게 부상하고 있는 중세시대의 개념이었던 공유와 공유공간의 의미가 오늘날 협력적 공유사회라는 새로운 패

러다임으로 국내·외 강력한 키워드로 떠오르고 있다.

현대의 자본주의적 개인의 문제점들을 해결하기 위해 인간이 기본 생활을 영위하는데 가장 필요한 의, 식, 주를 통하여 다양한 형태의 공유경제를 모델로 삼은 공유공간들이 급격한 성장을 이루면서 나타나기 시작하였다. 그에 따라 공유의 효과에 더욱 많은 관심이 집중 되었으며 그중 본 논문에서는 식의 한 부분인 주방이라는 개념과 합친 공유주방을 그 대안으로 제안한다. 현재 국내에 식품·유통업계 전반에서 공유주방은 블루오션으로 각광받으며 많은 기업들이 사업에 진출을 준비하는 추세이다. 이러한 배경에는 최근 ‘공유주방’의 식품위생법을 식품약품안전처가 ICT 규제샌드박스 심의위원회를 통하여 하나의 주방에서 여러 사업자가 함께 이용할 수 있도록 규정을 완화한데 있다. 하지만 공유주방이 급격하게 늘어나면서 하드웨어적인 주방 설비만 공유하는 특색이 없는 주방으로 전락하고 있는 문제점 또한 발생하고 있다.

이에 본 연구에서는 오늘날의 신자유주의 성향에 대안으로 떠오르고 있는 공유하며 자유롭게 살아가는 삶의

* 교신저자(Corresponding Author); leehong.kim@hongik.ac.kr

방식을 철학적인 개념인 노마디즘의 특성을 대입하여 현대사회에서 요구하고 있는 경제적 효과를 거두는 것은 물론 공동체의 의식에 대한 회복을 기대할 수 있는 소프트웨어적 측면인 다양한 공유주방의 유형과 그에 따른 다양한 프로그램으로 차별화 될 수 있는 앞으로의 공유주방의 형태를 제안하는 것을 목적으로 한다.

1.2. 연구 방법 및 범위

앞서 언급한 바와 같이 본 연구의 목적인 공유주방의 국내·외 사례를 비교 및 분석하였으며, 공유주방과 주방 공유에 참여한 경험이 있는 주체를 대상으로 한다. 공유주방은 커뮤니티 키친, 나눔 부엌, 공동주방, 공동식탁, 소셜 키친, 소셜 다이닝 등 다양한 형태로 불리고 있는데 본 연구에서는 일반적으로 가장 많이 사용되는 주방공간을 함께 나눈다는 의미인 ‘공유주방’을 사용한다.

연구는 다음과 같이 진행한다. 시간적 범위는 최근 2015년 이후 지어진 공유주방의 형태를 대상으로 하였으며, 내용적 범위는 공유와 공유주방의 정의 및 특성, 공유주방의 유형, 노마디즘의 정의 및 특성, 표현요소의 사례를 통해 분석하여 결론을 도출하는 것으로 한다. 연구의 방법은 선행사례의 분석 및 문헌 조사, 웹서치, 연감 등을 바탕으로 시설의 현황, 도면, 공간 구성, 면적 등을 분석 하였다.

2. 공유주방의 고찰

2.1. 공유주방의 이해

(1) 공유의 개념

공유공간의 기본 개념인 ‘공유(共有)’라는 단어는 제품이나 재화를 비롯하여 다수인이 하나의 소유권을 분량 분할하여 소유하는 형태라는 견해가 통설적이다. 오늘날 공유의 의미는 사전적 의미만이 아닌 법률적·경제 소비적·교환 및 분배·물질과 비물질적 재화 등 그 대상을 포괄해야 한다. 이를 정리하면 다음 <표 1>과 같다.

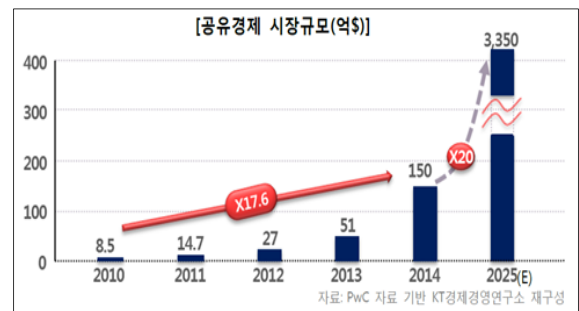
<표 1> ‘공유(共有)’의 정의

분야	정의
용어적 의미	공유(共有, share/sharing)
사전적 의미	<ul style="list-style-type: none"> • 공동(共同)으로 소유 • sharing‘할당·몫’ share ‘분배하다·나누어 쓰다’
법률적 의미	물건에 대한 공동소유
경제적 측면	인류사회에서 ‘교환’의 형태로 존재한 인간의 가장 기본적인 경제적 행동유형
소비적 측면	우리의 것을 타인이 사용하도록 분배하는 행위와 과정 사용하기 위해 타인으로부터 어떤 것을 받는 행위 및 과정

공유의 개념은 현대사회의 신자유주의 성향의 대안으로 강력하게 부상하였다. 그러나 2008년에 몰아닥친 전

세계적 경제위기인 경제‘대침체’로 인해 합리적 소비문화 확산과 자본주의 체제의 과잉생산, 낭비적 소비로 인한 유희·잉여재화의 활용은 자본주의 문제점의 대안으로 부각된 공유가 모호하게도 현재의 자본주의에서 하나의 경제적 원리의 대안으로 비춰지기 시작하였다.

이에 관련하여 제레미 리프킨(Jeremy Rifkin)은 21세기 후반은 ‘협력적 공유사회’(collaborative commons)‘라는 새로운 경제 시스템이 자본주의 시스템을 넘어 지배적인 경제 패러다임이 될 것임을 예언하기도 했다.¹⁾ 미국 닐슨의 조사 자료에 의하면 전 세계 온라인 소비자 중 68%는 자신의 물품 및 서비스로 공유 사이트를 통해 수익을 얻는 것에 대해 긍정적이고, 66%의 소비자들은 타인의 물건을 사용하는데 호의적인 것으로 나타났으며, 78%는 공유공간의 기반으로 나타나는 공유경제의 강력한 사회 커뮤니티가 구축되기를 원하는 것으로 조사되었다. 이러한 통계를 통하여 알 수 있는 세계 공유경제 시장의 규모 전망은 아래 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 공유경제 세계시장규모의 전망

(2) 공유주방의 개념



공유주방이란 국립국어원의 표준국어대사전에 의하면 ‘음식을 만들거나 차리는 방’을 뜻하는 주방이라는 단어 앞에 행위적 상태를 표현하여 물리적인 공간을 함께 사용하는 공간인 ‘공유’를 합친 합성어라고 할 수 있다.

공유주방은 그 개념이 점차 정립되고 있는 신조어로 여러 형태의 주방들이 포함된다. 예를 들어 주방만을 갖추고 임대하는 것도 공유주방으로 부르며, 거대 주방을 갖춰놓고 그 안에서 외식업 창업자들을 길러내는 시스템도 공유주방으로 부른다. 이 중에서도 가장 인기를 끌고 있는 형태는 마치 푸드 코트와 같이 작은 규모의 여러 개별 주방에 공동창고, 휴게실, 사무실 등 공용공간이 함께 구성된 형태이다. 이를 정리하면 <표 2>²⁾와 같다.

1) 제레미 리프킨(Jeremy Rifkin), 한계비용 제로사회, 민음사, 2014

2) 자료: 한국농수산식품유통공사, 메리츠증권증권 리서치센터 재구성

<표 2> 공유주방 개념 및 형태

구분		정리	
공유주방	개념	1980년대 미국에서 처음 나온 개념인 공유주방(Shared Kitchen)은 공유경제의 한 형태로서, 공유주방 사업자가 마련한 주방공간을 임대료와 인건비 등 고정비 절감을 원하는 로컬 F&B 스타트업이 이용시간 별로 임대하여 사용하는 개념	
	참여주체	배달 서비스, 온라인 판매, 자영업자 인큐베이팅, 사회적 문제 대안 등 다양한 부가 서비스와 접목되면서 개념이 확장	
주방형태		한 공간에 여러 개의 작업 테이블을 설치한 후 테이블 별로 임대하는 형태	전체 공간을 평균 4평 정도의 독립된 주방으로 구분해 운영하는 형태로 공간 구분
			

(3) 공유주방의 유형

공유주방의 유형 분류는 운영주체와 참여주체 두개의 주체를 잇는 목적을 고려하여 접근해야한다.

본 논문에서의 공유주방의 유형은 총 4가지 유형으로 구분되며 단순한 식사의 해결이 아닌 관계 맺기, 창업, 가치 및 취향 등 다양한 방식으로 그 목적이 나타나는 것을 볼 수 있다. 4가지 유형과 특성을 정리하면 다음 <표 3>³⁾과 같다.

<표 3> 공유주방 유형 및 비교

구분		마을형	거점형	창업형	1인 가구형
공유주방	운영주체	지원기관 파견 담당자	거점 공간 소유자	민간, 공공성 기관 및 단체	공유경제모델 기반 기업
	참여주체	마을주민	관심·취향·경험 공동체	외식업 관련 예비 창업자 및 취업자	1인 가구 구성원
목적		친목도모	공통된 관심사 공유하는 모임	경제적 효율	고립감,외로움 해소
발전		마을 공통 문제발견·논의	취향·경험 발전	창업·취업	사회문제 대안
내용		시간 및 장소 공유	시간 및 장소 공유	경험·시설	시간 및 장소 공유
특징		<ul style="list-style-type: none"> 도시재생 주민복지 관계성 	<ul style="list-style-type: none"> 결속감 유연성 	<ul style="list-style-type: none"> 경험·정보 경제적 효율 이동성 	<ul style="list-style-type: none"> 일회성 산발적

2.2. 공유주방의 프로그램 및 공간구성

공유주방의 프로그램 및 공간구성은 규모와 유형에 따라 구분할 수 있으며 공통적으로 주방을 공유하는 설비 부분과 각 유형의 목적에 따라 프로그램 및 공간구성으로 구분 할 수 있다. 이를 정리하면 <표 4>와 같다.

<표 4> 공유주방의 프로그램 및 공간구성

유형	프로그램 및 공간구성
마을형	다목적 공간, 카페, 문화공간, 휴게공간, 공유회관 등
	주민 커뮤니티 활동의 장, 지리적 인접도가 높은 사람들이 함께 이용하는 공간. 도시재생을 위한 대안이나 공동체 회복 또는 마을 만들기 사업의 일환
거점형	레시피 연구실, 비건 푸드, 파티 룸 등
	공통된 관심사나 가치 및 취향 등을 공유하는 하나의 '작은 사회' 실험적 장소, 목적의 달성을 위해 또는 욕구의 만족을 위한 공간
창업형	배달형, 창구형, 매장형, 휴게공간, 컨설팅 공간, 마케팅 공간 등
	공유경제적 차원의 스타트업을 목적 창업 초기 임차료와 인건비 등 고정지출 등을 지원 청년 창업을 독려
1인 가구형	1인 반찬, 식구 등
	신자유주의적 사회문제의 대안 상황에 따라 산발적인 공유모임

3. 노마디즘의 고찰

3.1. 노마디즘의 이해

(1) 노마디즘의 배경

노마디즘(Nomadism)은 살 곳을 찾아 끊임없이 이동하는 유목민(노마드, Nomad)의 모습에서 착안되어 나온 말이다. 유목주의라 해석하는 노마디즘은 규범적 삶의 방식을 따르거나 특정한 가치에 얽매이지 않고 끊임없이 새로운 자아를 찾는다. 프랑스의 철학자 질 들뢰즈(Gilles Deleuze)의 철학적 개념에서 유래하였다. 이 개념에서는 고정된 중심에서 벗어난 자유로운 이동이 강조되고 있으며 여기에서 말하는 이동이란 물리적인 위치의 이동만을 의미하는 것이 아니며 기존 영역을 넘어 새로운 가치를 창조하는 정신적 이동까지를 의미한다.⁴⁾

(2) 노마디즘의 변화

노마디즘의 철학적 개념은 유럽의 철학자, 사회학자들로부터 시작되어 현대사회의 문화, 심리 뿐 아니라, 경제와 정치계 까지, 현대 사회에서 일어나고 있는 현상들을 설명하는데 빈번하게 등장하며 처음에는 근대의 개인, 노동, 국가에 대한 고정관념에서 탈피하려는 일련의 탈근대론자들에 의해 발전되었던 것이 미래학, 인류학, 문학, 예술, 건축 등의 학문분야를 넘어 일반인들에게도 많은 관심을 불러일으키고 있다. 노마디즘은 현대에 와서 철학적인 의미보다 사회 문화 현상을 나타내는 용어로 더 많이 사용되고 있으며 첨단기기로 무장하고 자신들이 추구하는 가치와 부를 자유롭게 이동해 다니는 모습으로 나타나고 있다. 노마디즘에 대해 많은 학자들이 내린 정의를 정리하면 다음 <표 5>⁵⁾와 같다.

3) 장상은, 국내 공유주방 유형 및 특성 연구, 전남대학교 문화전문대학원, 박사논문, 2018, p.42 재구성.

4) 조윤경, 2006, “현대 문화에 있어서 노마디즘과 이동성의 의미 -Attali와 Maffesoli의 논의를 중심으로”, 불어불문학연구 p.326 재인용
5) 이선정, 노마디즘 관점에서의 장소 재해석 연구, 서울대학교 대학원 디자인학 박사논문, 2018, p.128

<표 5> 노마디즘의 대한 학자별 정의

학자	정의
사건적 의미	• 거주지를 정하지 않고 가족을 몰고 다니는 목적
질 들뢰즈 (Gilles Deleuze) 「차이와 반복」 「전개의 고원」	• 노마돌로지 (nomadology) : 유목적 사고, 생성의 운동 • 고정된 자아를 거부 / 규범과 고정관념 탈피 • 특정 가치관과 삶의 방식에 고착되지 않고 탈주의선을 그리며, 새로운 정체성을 찾아가는 자유로운 삶
자코 아탈리 (Jacques Attali) 「호모 노마드」	• 유목민은 21세기 인간의 전형적인 모습 • 미래는 정주하는 체제에서 유목하는 체제로 회귀함
미셸 마페졸리 (M. Maffesoli) 「노마디즘」	• 고정된 것을 거부하는 인간주체 • 다원성의 수용이 가능하며 스스로 다원적인 주체 • 방향을 통한 다양한 타자들과의 접촉과 다원성 체험
군둘라 앵리슈 (Gundula Englisch) 「잡노마드」	• 지난 역사속 정주생활에서 익힌 경제 사회 정신적 기준 • 고정된 규칙과 관계는 무너질 것 • 유목적 전략과 적응 법은 창조적인 자극제
최항섭 「노마디즘의 이해」	• 노마디즘은 디지털 모빌리티를 넘어 개인의 의식과 정체성, 타인과의 관계에 자유와 같은 철학적이며 사회학적 범위의 자유까지도 내포한다.
조윤경 「현대문화에 있어 노마디즘과 이동성의 의미」	• 노마디즘에서 이동성이란 물리적 이동뿐 아니라 기존 영역을 횡단해 새로운 가치를 창조하는 정신적 이동을 함께 지칭한다.

3.2. 노마디즘의 특성 및 표현요소

앞서 고찰한 노마디즘의 대한 선행연구를 기반으로 비교 분석을 하였으며 그 중 본 연구에서 논하고자 하는 공유주방과 대입시킬 특성 및 표현요소를 도출하였다. 도출된 노마디즘 특성은 공유주방의 유형과 공간구성으로 대입했으며, 표현요소는 공유주방의 디자인 요소와 공간의 특징으로 대입하였다.

<표 6> 노마디즘의 특성 및 표현요소 선행연구 및 도출

연구자	제목	특성	표현요소
이정민 (2009)	현대 공간디자인에 나타나는 노마드적 거주 현상적 특성과 전개 양상에 관한 연구	• 유연성 • 관계성 • 유연성	• 가변형 공간 • 이동형 공간 • 초공간 도시
윤주희 (2011)	노마드적 공간에서 나타나는 유연성에 관한 연구	• 탈영역성 • 불확정성 • 탈중심성	• 접힘과 펼침 • 순환적 동선 • 가변적 공간 • 네트워크 구조
이정현 (2012)	노마디즘을 적용한 스마트워크 공간에 관한 연구	• 유동성 • 일시성 • 비위계성	• 다른 형태 전이 • 연속적 표면 • 비위계적 형태 • 순간적 변화
이한재 (2017)	노마디즘을 적용한 코워킹 스페이스 디자인에 관한 연구	• 탈영역성 • 가변성 • 유연성	• 공간의 중첩 • 레고 건축 • 가구의 모듈 • 경계 허물기
이선정 (2018)	노마디즘 관점에서의 장소 재해석 연구	• 혼성성 • 탈영역성 • 일시성	• 제 3공간 • 기능적 공간 구획 변화 • 시간 변화에 따른 공간
정민재 (2019)	디지털 유목성에 기반한 코워킹 오피스의 공간프로그램 디자인에 관한 연구	• 유동성 • 일시성 • 가변성 • 상호관계성	• 독립된 공간 • 공간 선택의 자율성 • 공간 변화의 용이 • 다채로운 프로그램



구분	도출 특성	도출 표현요소
노마디즘	• 관계성 : 상호작용 및 관계 지향성 • 유연성 : 필요에 따른 적응성 및 목적성 • 이동성 : 테이크아웃, 배달, 스탠딩 • 탈영역성 : 공간의 기능과 영역 구성방식	• 리즘 구조 • 전이 공간 • 가변형 가구 • 유연한 공간

4. 사례조사 및 분석

4.1. 범위 및 방법

본 장의 사례조사 및 분석은 제 2, 3장에서 고찰한 정의와 선행연구를 기반으로 도출한 내용의 분석내용의 결과를 파악 하고자 한다.

구체적인 사례조사 대상범위는 국내·외 최근 10년 이내의 운영되었던 공유주방의 모든 유형을 대상으로 선정하였으며 사례분석의 대상은 다음 <표 7>과 같다.

<표 7> 선행연구 사례분석 대상

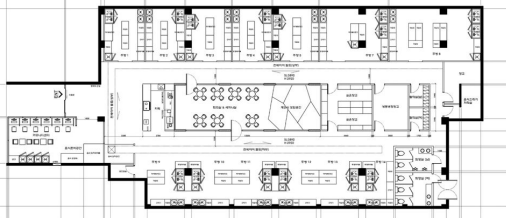

구분	명칭	개관년도	위치
1	위콧(WECOOK)	2019	대한민국, 서울
2	공유주방 1번가	2019	대한민국, 서울
3	La Cocina Municipal Marketplace	2020	미국, 샌프란시스코
4	Avanti Food & Beverage	2015	미국, 덴버
5	Kitchen Studio SUIBA	2019	일본, 도쿄

4.2. 사례분석

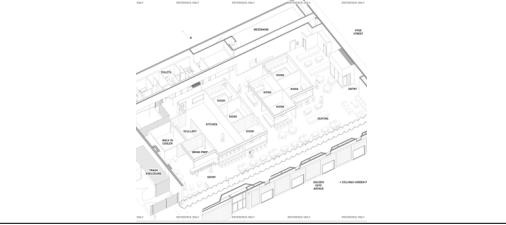

<표 8> 국내사례.1 : 위콧(WECOOK)

구분	위콧(WECOOK)			
개요	위치	서울특별시 종로구 인왕산로5	연도	2019
	규모	B1F - 6F(옥상 테라스 포함)	면적	1,487㎡
평면도	2F		3F	
주방유형	마을형	거점형	창업형	1인 가구형
	●	●	●	○
노마디즘 특성	관계성	유연성	이동성	탈영역성
	●	●	○	○
노마디즘 표현요소	리즘구조	전이공간	가변형 가구	유연의 공간
	●	●	○	●
공간특성 / 디자인표현요소 ●:높음(50%이상), ○:보통(50%미만), ○:없음				


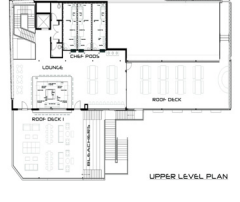

<표 9> 국내사례.2 : 공유주방 1번가

구분	공유주방 1번가			
개요	위치	경기도 성남시 수정구 산성대로269길 10	연도	2019
	규모	1F	면적	661.1㎡
평면도	2F		3F	
				
공유주방, 개별주방, 휴식공간, 탈의실, 교육공간				
주방유형	마을형	거점형	창업형	1인 가구형
	○	○	●	◐
노마디즘 특성	관계성	유연성	이동성	탈영역성
	◐	◐	●	○
노마디즘 표현요소	리즘구조	전이공간	가변형 가구	유연의 공간
	●	◐	○	◐
				
공간특성 / 디자인표현요소 ●:높음(50%이상), ◐:보통(50%미만), ○:없음				

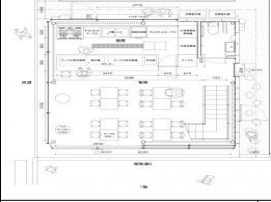
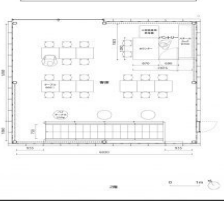
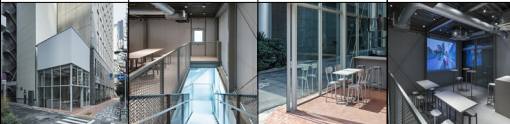
<표 10> 국외사례.1 : La Cocina Municipal Marketplace

구분	La Cocina Municipal Marketplace			
개요	위치	101 Hyde St, San Francisco	연도	2020
	규모	1F	면적	650.3㎡
평면도	1F			
				
공유주방, 개별주방, 푸드코트, 휴식공간, 탈의실, 창고				
주방유형	마을형	거점형	창업형	1인 가구형
	●	◐	●	◐
노마디즘 특성	관계성	유연성	이동성	탈영역성
	●	◐	●	◐
노마디즘 표현요소	리즘구조	전이공간	가변형 가구	유연의 공간
	○	◐	◐	●
				
공간특성 / 디자인표현요소 ●:높음(50%이상), ◐:보통(50%미만), ○:없음				

<표 11> 국외사례.2 : Avanti Food & Beverage

구분	Avanti Food & Beverage			
개요	위치	3200 Pecos Street, Denver Colorado	연도	2015
	규모	1F - 2F(옥상 테라스 포함)	면적	928.9㎡
평면도	1F		2F / ROOF	
				
BAR, DINING		ROOF, BLEACHERS		
주방유형	마을형	거점형	창업형	1인 가구형
	●	◐	●	◐
노마디즘 특성	관계성	유연성	이동성	탈영역성
	●	◐	●	●
노마디즘 표현요소	리즘구조	전이공간	가변형 가구	유연의 공간
	●	◐	◐	●
				
공간특성 / 디자인표현요소 ●:높음(50%이상), ◐:보통(50%미만), ○:없음				

<표 12> 국외사례.3 : Kitchen Studio SUIBA

구분	Kitchen Studio SUIBA			
개요	위치	1-12-7 Kyobashi, Chuo-ku, Tokyo	연도	2019
	규모	1F - 2F	면적	85.39㎡
평면도	1F		2F	
				
공유주방		커뮤니티		
주방유형	마을형	거점형	창업형	1인 가구형
	◐	●	○	◐
노마디즘 특성	관계성	유연성	이동성	탈영역성
	◐	●	○	○
노마디즘 표현요소	리즘구조	전이공간	가변형 가구	유연의 공간
	◐	○	○	●
				
공간특성 / 디자인표현요소 ●:높음(50%이상), ◐:보통(50%미만), ○:없음				

4.3. 분석의 종합

사례분석의 결과 국내·외 사례 대부분이 리좁구조, 전이공간, 가변형 가구, 유연의 공간을 갖추고 있었다. 그 중 전이공간의 모습이 가장 뚜렷하게 보여 지고 있었고, 그에 비해 가변형 가구의 사례가 부족하였다.

공유주방의 국외 사례의 경우 현재와 과거 대부분 각 유형이 조화를 이루었으며 노마디즘의 특성의 관점에서 관계성, 이동성, 유연성, 탈영역성 모두 띄고 있었다.

반면 국내의 사례는 과거 마을형, 1인 가구형 같은 공유주방 유형이 많았고, 최근에는 창업형, 거점형 위주의 유형이 많이 생겨나면서 노마디즘 특성 중 이동성과 관계성이 더욱 많이 띄고 있음을 알 수 있었다. 이를 정리하면 다음 <표 13>과 같다.

<표 13> 공유주방 국내·외 사례 종합 분석 정리

구분	공유주방 유형	노마디즘 특성	노마디즘 표현요소
국내	창업형, 거점형	이동성, 관계성	리좁구조, 전이공간, 가변형 가구, 유연의 공간
국외	마을형, 거점형, 창업형, 1인가구형	관계성, 이동성, 유연성, 탈영역성	리좁구조, 전이공간, 가변형 가구, 유연의 공간

5. 결론

공유의 의미가 현대의 다양한 사회문제의 대안으로 주목되면서 현대사회의 익숙한 모습으로 자리 잡았다. 그 중 본 논문에서 논하는 국내의 공유주방은 현재 식품의약품안전처가 ICT 규제샌드박스 통과를 시키면서 공유주방에 대한 관심을 강력하게 불러일으키고 있다.

하지만 국내의 현재 공유주방은 기존의 다양한 공유주방의 형태가 작은 단위로 있었던 반면 경제적인 측면의 효율이 좋은 창업형 위주의 특색 없는 공유주방만 우후죽순으로 생겨나고 있는 상황이다.

이에 본 연구는 현대사회의 문제 중 경제적인 측면뿐만 아니라 자본주의 사회에서 발생하는 비경제적인 병폐에 대한 공유의 의미 또한 포함시키려 한다. 현대 사회에서 일어나고 있는 현상들을 설명하는데 빈번하게 등장하고 있는 노마디즘 개념의 특성 및 표현요소를 통하여 여러 유형을 포함하고 있는 새로운 형태의 공유주방을 제안하려 한다. 이러한 제안은 다음과 같아야 한다.

첫째, 현대 사회의 비경제적인 병폐인 인간성 황폐화, 인간소외, 공동체의 약화의 대한 대안이 될 수 있도록 공유주방의 유형 중 마을형, 1인 가구형을 통하여 인간관계의 대한 유대감·친밀감·자신감 등을 충족시킬 수 있는 원활한 커뮤니케이션 공간으로써 제공되어야 한다.

둘째, 현대의 첨단기기로 무장하고 자신들이 추구하는

가치와 부를 자유롭게 이동해 다니는 노마디즘적 성향의 현대인들의 모습을 공유주방의 유형 중 특정 목적성을 가지고 있으며 첨단 주방 시설을 갖추고 있는 거점형을 통하여 현대인들의 요구를 충족시킬 수 있는 공간으로써 제공되어야 한다.

셋째, 공유주방의 유형중 자본주의에 대한 하나의 경제적 원리의 대안으로써 비춰지고 있는 창업형을 통하여 빈부격차, 실업과 불황, 독과점화 등의 사회적 문제 또한 해결할 수 있는 공간으로써 제공되어야 한다.

공유경제의 성장으로 인한 공유주방의 관심은 꾸준히 증가하고 있지만, 평가 체계를 다룰 공유주방의 대한 정량적 평가를 위한 지침은 현저히 부족한 실태이다. 본 연구에서는 노마디즘 특성 및 표현요소에 의한 유형별 실내 공간계획으로 한정하고 있기 때문에 모든 유형을 종합하기에는 그 범위에 있어서 한계가 있다. 공유주방은 사용자와 방문객을 구분하여 동선 및 편의시설 등을 고려하여 계획되어야 한다. 따라서 다음과 같은 제안을 기반으로 지속적으로 폭넓은 연구가 이루어지기를 기대하며 향후 후속 연구를 통해 공유주방의 건축 및 큰 범위의 계획 시 본 연구에서의 도출된 분석 및 정의를 활용하여 공유주방의 질적 개선 및 다양한 사용 목적을 만족시킬 수 있는 앞으로의 차별화된 복합형 공유주방의 계획을 기대한다.

참고문헌

1. 체레미 리프킨, 한계비용 제로사회, 민음사, 2014.
2. 자료: 한국농수산식품유통공사, 메리츠증권증권 리서치센터.
3. 장상은, 정경윤 국내 공유주방 유형 및 특성 연구, 전남대학교 문화전문대학원, 박사논문, 2018.
4. 이정민, 이한나 현대 공간디자인에 나타나는 노마드적 거주의 현상적 특성과 전개 양상에 관한 연구 2009.
5. 윤주희, 김개천 노마드적 공간에서 나타나는 유연성에 관한 연구 2011.
6. 이정현 노마디즘을 적용한 스마트워크 공간에 관한 연구 2012.
7. 이한재 노마디즘을 적용한 코워킹 스페이스 디자인에 관한 연구 2017.
8. 이선정, 노마디즘 관점에서의 장소 재해석 연구, 서울대학교 대학원 디자인학 박사논문, 2018.
9. 정민재 디지털 유목성에 기반한 코워킹 오피스의 공간프로그램 디자인에 관한 연구 2019.