



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

백화점 휴게공간의 개선에 관한 연구

-친환경요소 도입 제안에 관하여-

2011年



漢城大學校 大學院

미디어디자인學科

인테리어디자인專攻

金 孝 玲

碩士學位論文
指導教授 韓蕙蓮

백화점 휴게공간의 개선에 관한 연구

-친환경요소 도입 제안에 관하여-

A Study on the Improvement of Resting spaces in Department Stores
-On the suggestion of introducing Eco-friendly Elements-

2010年 12月 日

漢城大學校 大學院

미디어디자인學科

인테리어디자인專攻

金 孝 玲

碩士學位論文
指導教授 韓蕙蓮

백화점 휴게공간의 개선에 관한 연구

-친환경요소 도입 제안에 관하여-

A Study on the Improvement of Resting spaces in Department Stores
-On the suggestion of introducing Eco-friendly Elements-

위 論文을 美術學 碩士學位 論文으로 提出함

2010年 12月 日

漢城大學校 大學院

미디어디자인學科

인테리어디자인專攻

金 孝 玲

金孝玲의 美術學 碩士學位論文을 認准함

2010年 12月 日

審査委員長 _____ 印

審査委員 _____ 印

審査委員 _____ 印

국 문 초 록

현대 사회 환경의 급격한 변화로 소비자들이 상점에 대한 제품 구매 뿐 아니라 여가를 즐기고 휴식을 취하고자 하는 점차 다양한 기능 변화를 보이고 있다. 이는 복합 문화 기능 공간으로써 소비자들이 상점에 대한 요구가 점차 다양해지고 있는 것이다. 사회구조의 변화는 각자 개별적이고 다양한 형태의 욕구 성향을 갖게 하였으며 환경에 대한 변화를 요구하여 보다 풍부한 생활 형태를 추구하게 되었다.

대형 상점인 백화점에서도 이렇게 다양화되는 요소를 포함한 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 복합적 공간구성의 필요성이 날로 필요하게 되었다. 특히, 백화점의 편의 시설인 휴게 공간은 고객이 물질적인 부담 없이 편하게 이용할 수 있기에 백화점의 판매증대로 이어질 수 있고 그곳을 인식하는데 미치는 영향이 매우 크다고 볼 수 있다.

또한, 균일화되는 상품의 질과 가격의 동일화 등으로 인해 더 이상의 상품 구별이 힘들어지게 되면서 상품판매 기능만을 담당하던 백화점은 판매경쟁에서 점차 밀려나게 되었다. 이에 따라 백화점은 상점이 상품을 판매하고 소비자들의 소비하는 단순 중간 역할에서 벗어나 좀 더 많은 고객을 유입하여 상품을 판매하는 전략적인 면이 필요하게 되었다. 이로 인해 상품 판매의 매장 시설만이 아닌 각종서비스 시설 및 편의 및 휴게시설이 필요하게 됨으로써 백화점 휴게공간의 구성은 점차 면적비가 늘고 있다.

20세기 후반에 들어오면서 백화점의 규모가 커지며 휴게시설과 다양한 문화 공간을 갖추어 새롭고 신선한 변화로 소비자의 요구에 적극적으로 대응하고 있다.

백화점 출입 시 고객이 상품을 구매하고 다음 쇼핑을 위한 편안한 휴식이 될 수 있도록 휴게 시설들을 좀 더 확충하여 백화점 판매 목적을 비롯해 다기능 공간으로써 발돋움 해나가야 한다.

따라서 본 연구는, 닫힌 공간 내의 휴식처에 고객에게 보다 쾌적한 공간을 제공하고 쇼핑하는데 더욱 편리할 수 있도록 친환경공간을 연구해 보고자 한다.

또한, 백화점의 휴게 공간 내 친환경요소를 분석하고 도입하여 더욱 자연적이고 쾌적한 편의 공간을 위해 개선해야 될 방안을 제시하고자 한다.

본 연구의 조사대상은 국내 백화점 중 유동인구가 가장 많아 유통기능이 활발하여 사람들이 많이 참여할 수 있는 백화점 휴게공간으로 제공되어야 한다는 의도에서 출발한다.

참고문헌과 선행 연구 등의 이론 고찰을 통하여 국내 백화점의 기능 및 휴게공간의 개념과 현 실태에 대하여 기초조사를 하였다.

사례대상지는 유동인구가 많은 서울시 내 백화점 중, 가장 많이 위치한 세 브랜드 내에 매출 1,2위를 선정하여 2개관씩 총 백화점 총 여섯 곳을 대상으로 선정하였다.

연구방법으로는 백화점 내 휴게공간 내부의 사진 촬영과 고객 이용의 현황을 파악하고, 공간의 문제점, 현재 휴게공간에 친환경요소가 적용된 환경을 비교 분석하였다. 분석을 통해 백화점 내 휴게공간의 현황 및 특징을 파악하여 이를 바탕으로 설문조사를 실시하였다.

설문조사는 백화점을 이용하는 일반인을 대상으로 하였으며 백화점 휴게공간 내에 적용된 친환경요소에 대한 인지정도, 친환경요소 도입 희망도, 친환경요소 도입 만족도 등을 조사하였다. 설문지는 백화점별 각 30부씩 6곳을 설문하고 분석 가능한 총 180부 전량을 회수하여 분석 자료로 사용하였다.

위와 같은 연구를 통해 단순한 휴식 기능만을 담당하는 휴게공간의 환경을 개선하고 보완하기 위해 친환경요소의 도입의 다양한 활용방안과 발전 방향을 제시하여 더 나은 백화점 내 휴게공간으로써 계획되어야 할 것이라 판단된다.

위와 같은 연구 방법을 통해 결론을 종합해 보면 다음과 같다.

첫째, 흙과 돌의 요소는 단순히 식물의 성장을 돕기 위한 요소일 뿐만이 아니라, 고객의 육체적, 신체적 건강에도 도움을 주는 다양한 쓰임으로 거듭날 수 있도록 해야 한다.

둘째, 식당가나 위층에 자리한 문화센터라든지 등에 넓고 큰 창을 통하여 자연채광을 보다 많이 유입될 수 있도록 해야 할 것이고, 옥외공간을 따로 두지 않고 실내와 실외가 통하는 동선을 이용해 창으로 연결되게 하여 자연스럽게 실내에도 자연채광 효과를 느낄 수 있도록 해야 할 것이다.

셋째, 실제로 살아 움직이는 생물을 옆에서 보고 느끼게 함으로써 신체 여러 감

각을 통해 자연과 함께 할 수 있는 기회를 제공할 수 있다. 자연의 소리 및 음향의 청각적 요소와 풀냄새, 흙냄새, 꽃 향 등 자연의 향의 후각적 요소를 적용해서 현재 환경을 개선하고, 기능적인 면에서도 고려되어야 하는 환경개선의 필요성이 있다.

넷째, 자연의 디지털영상 이미지를 도입하는 것이다.

영상 이미지를 통하여 간접적으로나마 가장 자연적인 모습을 표현하는데 도움을 줄 수 있다. 이는 빔을 통한 자연의 영상 이미지를 이용하여 보여주기 어려운 부분까지 표현을 할 수 있다.

다섯째, 휴게공간에 환경을 고려한 식물을 도입하는 것이다.

실내에 스스로 공기를 정화시키고 해충발생물을 저하시키는 친환경요소 식물을 이용한다. 식물의 도입은 휴게공간의 상대적 습도를 높게 해주며 백화점 내 신상제품의 강한 화학적 요소들로 인한 고객들의 인체에 대한 해로움과 부작용 등을 저하시켜 줄 수 있다.

여섯째, 사례연구에서 가장 부족한 요소로 분석되었던 수공간요소를 계단 옆의 할애가 가능한 공간이나 지하로 연결되는 공간의 긴 통로에 벽천과 수로 같은 요소를 적용하여 현재로써 많이 부족한 수공간 요소를 조성해 주는 것도 좋은 방법이다.

본 논문을 통해 살펴본 바와 같이 백화점 내 휴게공간은 단순히 앉아서 쉬는 역할만을 하는 기능과는 달리, 고객의 문화생활 수준이 높아짐에 따라 쇼핑에 따른 문화생활이 함께 적용되는 공간으로 요구되고 있다. 이러한 사회적 요구를 반영할 수 있는 휴게공간 내에 친환경요소가 적용된 환경을 조성함으로써 고객들이 더욱 다양할 경험과 느낌을 접할 수 있도록 하여 좀 더 폭넓은 역할의 휴게공간으로 발전할 수 있기를 기대한다.

목 차

I. 서 론	1
1. 연구의 배경 및 목적	1
2. 연구의 범위 및 방법	2
2.1. 연구의 범위	2
2.2. 연구의 방법	2
3. 연구의 흐름도	4
II. 이론적 고찰	5
1. 백화점 휴게공간의 개념고찰	5
1.1. 백화점 휴게공간의 개념 및 기능	5
1.1.1. 백화점 휴게공간의 개념	5
1.1.2. 백화점 휴게공간의 기능	6
1.2. 백화점 휴게공간의 선행연구	8
2. 친환경요소의 고찰	9
2.1. 친환경요소의 개념 및 배경	9
2.2. 친환경요소의 분석	10
2.2.1. 물	11
(1) 분수	12
(2) 연못	12
(3) 벽천	12
2.2.2. 흙과 돌	13
(1) 흙	13
(2) 돌	15
2.2.3. 식물	16

2.2.4. 빛	18
2.3. 친환경요소의 기능 및 도입	20
2.3.1. 친환경요소의 기능	20
2.3.2. 친환경요소의 도입	21
III. 기존 사례연구	23
1. 사례연구대상 일반적 개요 및 선정과정	23
2. 연구방법 및 일정	24
3. 국내 사례연구	24
3.1. 사례연구 대상지 일반적 사항	24
3.2. 사례연구 대상지 분석	25
(1) 롯데백화점 본점	25
(2) 신세계백화점 강남점	27
(3) 롯데백화점 잠실점	29
(4) 현대백화점 무역센터점	31
(5) 신세계백화점 본점	33
(6) 현대백화점 본점	35
3.3. 사례 종합 분석	37
IV. 설문조사	39
1. 설문조사	39
1.1. 설문조사 방법	39
1.2. 설문조사 내용	39
2. 설문조사 결과 및 분석	41
2.1. 응답자 일반적 사항	41
2.2. 친환경요소에 관한 인식분석	42
2.3. 기타 서술형 문항 분석	58
3. 소결	60

V. 개선안 제안 및 종합고찰	62
1. 개선안 제안	62
(1) S백화점 강남점 개선안	62
(2) H백화점 무역센터점 개선안	64
(3) H백화점 본점 개선안	65
2. 종합고찰	66
VI. 결론	68
【참고문헌】	72
【부 록】	75
설문지	75
ABSTRACT	80



【 표 목 차 】

[표 1-1] 국내 백화점 점포별 매출순위	3
[표 2-1] 백화점 휴게공간의 선행연구	8
[표 2-2] 친환경요소를 다루고 있는 선행연구	10
[표 2-3] 실내구성요소 선행연구	10
[표 2-4] 물의 표현 형태 및 특성	13
[표 2-5] 흙의 종류와 특성	14
[표 2-6] 실내식물의 친환경 식물로써의 쓰임	17
[표 2-7] 친환경요소의 특징	19
[표 2-8] 친환경요소가 인간에게 미치는 기능	20
[표 2-9] 친환경요소의 특성에 따른 연출 도입	22
[표 3-1] 조사대상 백화점 일반적 사항	24
[표 3-2] 친환경요소가 적용된 휴게공간 분석Ⅰ	25
[표 3-3] L백화점 본점 공간 사진사례Ⅰ	26
[표 3-4] 친환경요소가 적용된 휴게공간 분석Ⅱ	27
[표 3-5] S백화점 강남점 공간 사진사례Ⅱ	28
[표 3-6] 친환경요소가 적용된 휴게공간 분석Ⅲ	29
[표 3-7] L백화점 잠실점 공간 사진사례Ⅲ	30
[표 3-8] 친환경요소가 적용된 휴게공간 분석Ⅳ	31
[표 3-9] H백화점 무역센터점 공간 사진사례Ⅳ	32
[표 3-10] 친환경요소가 적용된 휴게공간 분석Ⅴ	33
[표 3-11] S백화점 본점 공간 사진사례Ⅴ	34
[표 3-12] 친환경요소가 적용된 휴게공간 분석Ⅵ	35
[표 3-13] H백화점 본점 공간 사진사례Ⅵ	36
[표 3-14] 친환경요소가 적용된 여섯 곳 사례 전체분석 결과	37
[표 4-1] 설문조사 구성내용	40
[표 4-2] 응답자 일반적 사항	41
[표 4-3] 환경문제 혹은 친환경분야에 대한 관심정도	42

[표 4-4] 실내공간에 적용된 친환경요소에 대한 인지정도	43
[표 4-5] 백화점 휴게공간에 대한 친환경요소 도입 희망도	44
[표 4-6] 현재 백화점 내 휴게공간 환경에 대한 만족도	44
[표 4-7] 현재 백화점 내 휴게공간에 도입된 친환경요소 적절도	45
[표 4-8] 친환경요소 도입된 휴게공간에서의 휴식 희망도	46
[표 4-9] 성별-환경문제 혹은 친환경분야에 대한 관심정도	47
[표 4-10] 성별-실내공간에 적용된 친환경요소에 대한 인지정도	47
[표 4-11] 성별-백화점 휴게공간에 대한 친환경요소 도입 희망도	48
[표 4-12] 성별-현재 백화점 내 휴게공간 환경에 대한 만족도	49
[표 4-13] 성별-현재 백화점 내 휴게공간에 도입된 친환경요소 적절도	50
[표 4-14] 성별-친환경요소 도입된 휴게공간에서의 휴식 희망도	51
[표 4-15] 연령-환경문제 혹은 친환경분야에 대한 관심정도	52
[표 4-16] 연령-실내공간에 적용된 친환경요소에 대한 인지정도	52
[표 4-17] 연령-백화점 휴게공간에 대한 친환경요소 도입 희망도	53
[표 4-18] 연령-현재 백화점 휴게공간 환경에 대한 만족도	54
[표 4-19] 연령-현재 백화점 내 휴게공간에 도입된 친환경요소 적절도	54
[표 4-20] 연령-친환경요소가 도입된 백화점 휴게공간 휴식 희망도 ...	55
[표 4-21] 친환경요소가 도입된 휴게공간에 고객이 머무르는 이유	56
[표 4-22] 친환경요소가 도입됨으로 인한 장점	56
[표 4-23] 친환경요소가 도입됨으로 인한 단점	57
[표 4-24] 친환경요소 도입에 관한 기타 의견	58
[표 5-1] S백화점 강남점 개선안	62
[표 5-2] H백화점 무역센터점 개선안	64
[표 5-3] H백화점 본점 개선안	65

【 그림 목 차 】

[그림 1-1] 서울시 백화점 분포도	3
[그림 1-2] 연구 흐름도	4
[그림 4-1] 환경문제 혹은 친환경분야에 대한 관심정도	42
[그림 4-2] 실내공간에 적용된 친환경요소에 대한 인지정도	43
[그림 4-3] 백화점 휴게공간에 대한 친환경요소 도입 희망도	44
[그림 4-4] 현재 백화점 내 휴게공간 환경에 대한 만족도	45
[그림 4-5] 현재 백화점 내 휴게공간에 도입된 친환경요소 적절도 ...	45
[그림 4-6] 친환경요소가 도입된 휴게공간에서의 휴식 희망도	46
[그림 4-7] 성별-환경문제 혹은 친환경분야에 대한 관심정도 간 교차분석 ...	47
[그림 4-8] 성별-실내공간에 적용된 친환경요소에 대한 인지정도 간 교차분석 ...	48
[그림 4-9] 성별-백화점 휴게공간에 대한 친환경요소 도입 희망도 간 교차분석	48
[그림 4-10] 성별-현재 백화점 내 휴게공간 환경에 대한 만족도 간 교차분석 ...	49
[그림 4-11] 성별-현재 백화점 내 휴게공간에 도입된 친환경요소 적절도 간 교차분석	50
[그림 4-12] 성별-친환경요소가 도입된 백화점 휴게공간 휴식 희망도 간 교차분석 ...	51

I. 서 론

1. 연구의 배경 및 목적

현대 사회 환경의 급격한 변화로 소비자들이 상점에 대한 제품 구매 뿐 아니라 여가를 즐기고 휴식을 취하고자 하는 점차 다양한 기능 변화를 보이고 있다. 이는 복합 문화 기능 공간으로써 소비자들이 상점에 대한 요구가 점차 다양해지고 있는 것이다. 사회구조의 변화는 각자 개별적이고 다양한 형태의 욕구 성향을 갖게 하였으며 환경에 대한 변화를 요구하여 보다 풍부한 생활 형태를 추구하게 되었다.

대형 상점인 백화점에서도 이렇게 다양화되는 요소를 포함한 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 복합적 공간구성의 필요성이 날로 필요하게 되었다. 특히, 백화점의 편의 시설인 휴게 공간은 고객이 물질적인 부담 없이 편하게 이용할 수 있기에 백화점의 판매증대로 이어질 수 있고 그곳을 인식하는데 미치는 영향이 매우 크다고 볼 수 있다.

또한, 균일화되는 상품의 질과 가격의 동일화 등으로 인해 더 이상의 상품 구별이 힘들어지게 되면서 상품판매 기능만을 담당하던 백화점은 판매경쟁에서 점차 밀려나게 되었다. 이에 따라 백화점은 상점이 상품을 판매하고 소비자들의 소비하는 단순 중간 역할에서 벗어나 좀 더 많은 고객을 유입하여 상품을 판매하는 전략적인 면이 필요하게 되었다. 이로 인해 상품 판매의 매장 시설만이 아닌 각종서비스 시설 및 편의 및 휴게시설이 필요하게 됨으로써 백화점 휴게공간의 구성은 점차 면적비가 늘고 있다.

20세기 후반에 들어오면서 백화점의 규모가 커지며 휴게시설과 다양한 문화 공간을 갖추어 새롭고 신선한 변화로 소비자의 요구에 적극적으로 대응하고 있다.

백화점 출입 시 고객이 상품을 구매하고 다음 쇼핑을 위한 편안한 휴식이 될 수 있도록 휴게 시설들을 좀 더 확충하여 백화점 판매 목적을 비롯해 다기능 공간으로써 발돋움 해나가야 한다.

따라서 본 연구는, 닫힌 공간 내의 휴식처에 고객에게 보다 쾌적한 공간을 제공하고 쇼핑하는데 더욱 편리할 수 있도록 친환경공간을 연구해 보고자 한다.

또한, 백화점의 휴게 공간 내 친환경요소를 분석하고 도입하여 더욱 자연적이고 쾌적한 편의 공간을 위해 개선해야 될 방안을 제시하고자 한다.

2. 연구의 범위 및 방법

2.1. 연구의 범위

본 연구의 사례연구 대상은 국내 백화점 중 유동인구가 가장 많아 유통기능이 활발하여 사람들이 많이 참여할 수 있는 백화점 휴게공간으로 제공되어야 한다는 의도에서 출발한다. 이는 많은 사람들의 이동으로 여가활동 뿐 아니라, 여가를 위한 휴게공간이 더욱 세심히 제공될 수 있다는 점이며, 서울시 내에 있는 주요 백화점 중, 많은 점포수를 가진 세 개의 브랜드를 선정하였으며, 세 개의 브랜드 내에 2개관씩 매출이 가장 많은 총 여섯 곳을 선정하여 백화점 총 6개관(롯데 본점, 신세계 강남점, 롯데 잠실점, 현대 무역센터점, 현대 본점, 신세계 본점)을 조사 대상으로 선정하였다. 사례연구에서는 총 6곳에 대하여 이니셜로 표기하였다.

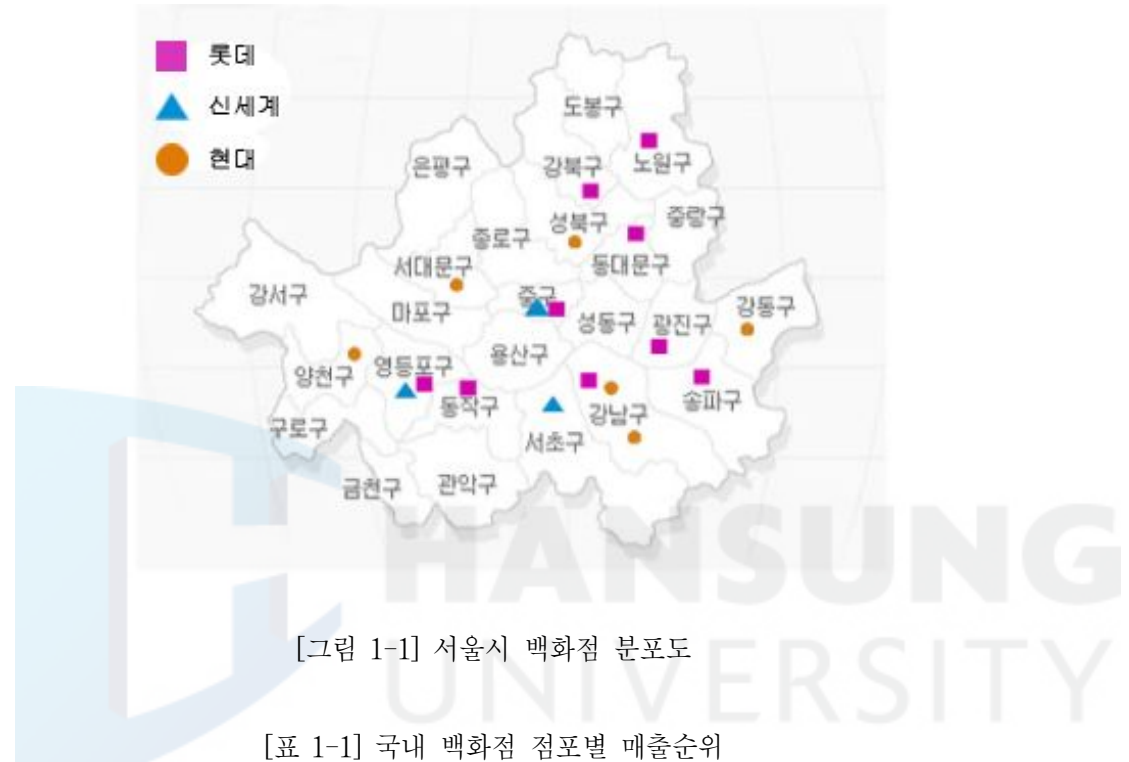
2.2. 연구의 방법

본 연구의 구체적인 연구방법은 다음과 같다.
첫째, 참고문헌과 선행 연구 등의 이론 고찰을 통하여 국내 백화점의 기능 및 휴게공간의 개념과 현 실태에 대하여 기초조사를 하였다. 백화점 내의 휴게공간 환경을 파악하여 그 공간 안에서 친환경요소 도입의 의미와 필요성, 중요성에 대해 고찰하였다.

둘째, 2010년 8월~9월까지 선정된 여섯 곳의 사례 대상지를 직접 방문하여 사진촬영과 백화점 내 휴게공간의 환경을 조사한 후, 비교 분석하여 그 곳의 환경 및 문제점에 대해 알아보았다.

셋째, 분석을 통해 백화점 내 휴게공간이 가진 환경의 문제점을 파악하였고, 이를

바탕으로 2010년 8월~9월까지 백화점 방문을 하여 현장조사를 하였다. 일반인을 대상으로 1회에 걸친 설문조사를 통해 환경문제와 친환경 분야에 대한 관심도와 인식정도, 그리고 현재 백화점 내 휴게공간의 환경에 대한 만족도, 친환경요소 도입의 적절성 등에 관한 내용으로 구성되었다. 설문지는 총 180부를 회수하여 분석 자료로 사용하였다. 분석 방법은 통계프로그램인 SPSS 12.0을 이용하여 빈도분석, 교차분석, 다중응답분석을 통해 실시하였다.



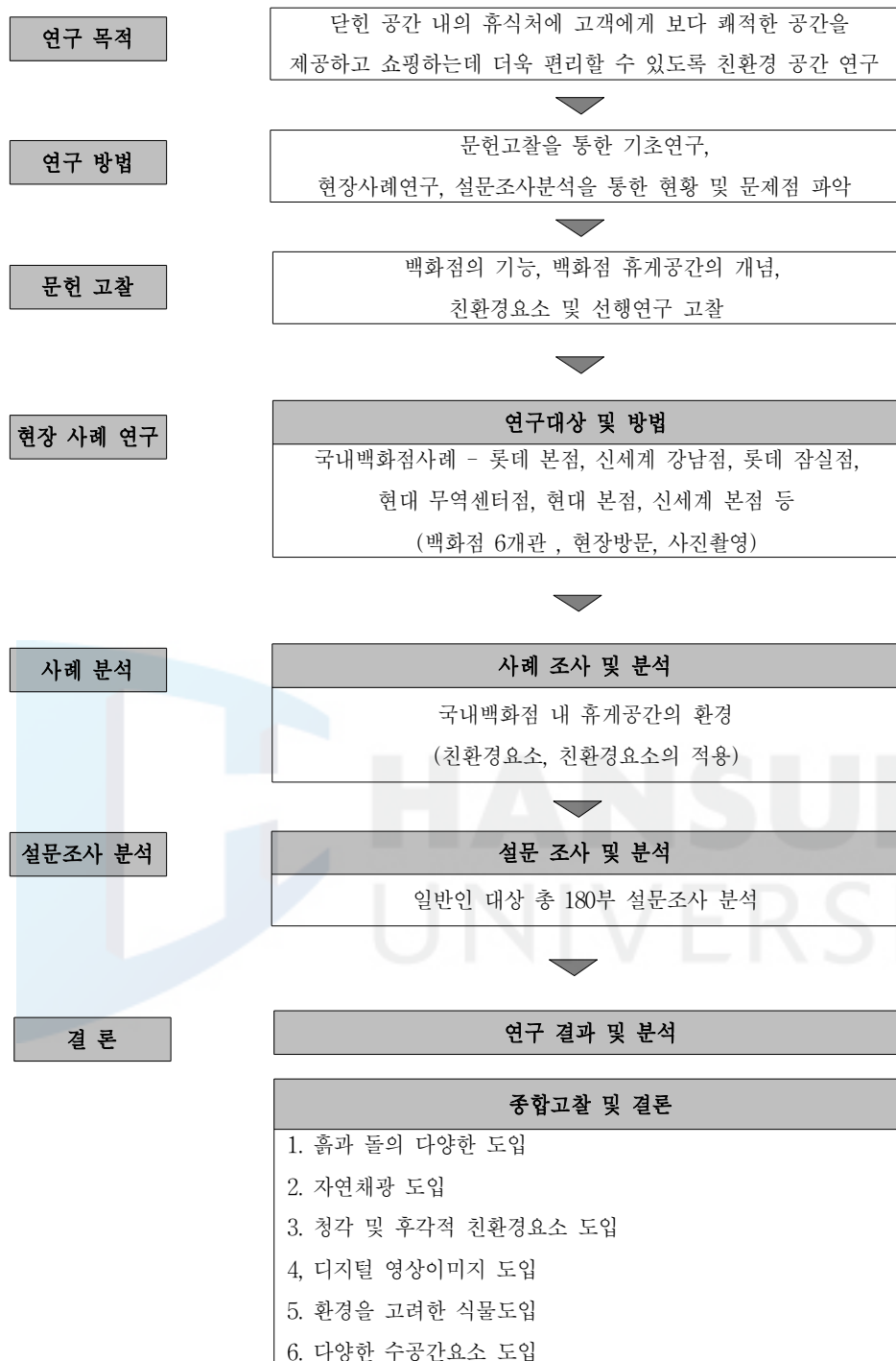
[그림 1-1] 서울시 백화점 분포도

[표 1-1] 국내 백화점 점포별 매출순위

순위	점포명	매출액(억원)	신장률	순위증감
1	롯데 본점	13,740	10.0%	-
2	신세계 강남점	8,194	7.4%	-
3	롯데 잠실점	7,720	9.2%	-
4	롯데 부산점	7,210	3.6%	-
5	현대 무역센터점	6,503	7.0%	-
6	신세계 본점	6,062	13.7%	△1
7	현대 본점	5,930	5.5%	▽1
8	현대 목동점	5,905	11.0%	△1
9	신세계 인천점	5,377	1.8%	▽1
10	AK플라자 분당점	4,900	15.7%	-

출처 : 서울연합뉴스 (기간 : 2009년 1월~11월)

3. 연구의 흐름도



[그림 1-2] 연구 흐름도

Ⅱ. 이론적 고찰

1. 백화점 휴게공간의 개념고찰

1.1. 백화점 휴게공간의 개념 및 기능

휴게공간이란 판매부분 공간과 관리부분 공간을 제외한 곳으로 고객부분 공간 내에서 휴식을 취할 수 있는 시설물이 구성된 장소이며 고객 서비스 차원에서 운영되는 비영리적인 공간을 의미한다. 특히 90년대 이후 백화점 공간의 고급화와 더불어 각종 편의 공간이 급격하게 확대 되었다.

백화점 공간은 단순한 상품 구매의 소비 공간이 아니라 쇼핑을 하면서 여가를 즐기고 각종 문화생활을 즐기는 공간으로 변하고 있다.

더욱이, 백화점 내에 구성된 휴게공간은 소비자를 유인할 수 있는 중요한 원인 요소가 될 수 있는데 이는 고객이 부수적인 서비스 시설까지도 백화점을 평가하기 때문이다.

백화점은 기본적인 상품 제공 뿐 만 아니라 부대서비스시설 중 휴게공간을 통해 더욱 좋은 서비스를 제공함으로써 소비자에게 매우 큰 만족감을 줄 수 있다. 현재의 휴게공간은 휴식의 장소로 많이 이용되어 휴게공간의 고급화와 차별화를 더욱 강화시켜야 할 것이다.

다음의 내용에서 백화점 휴게공간의 개념과 기능을 자세히 연구하고자 한다.

1.1.1. 백화점 휴게공간의 개념

백화점 실내공간 구성에서 고객을 위한 휴게공간의 개념은 고객이 단순히 휴식을 취하는 공간이 아니라 휴게공간을 이용함으로써 인해 쇼핑 만족도를 높여 줄 수 있으며 상품 판매를 증진 시켜줄 수 있는 중간 역할이 될 수 있다.

백화점은 고객의 편리를 위한 휴식공간의 개념이 강조되어 고객이 즐겁게 쇼핑을 하고 정서적으로도 즐거움을 제공받을 수 있는 서비스 공간이다. 또한 이곳은 자

유롭게 이용 가능한 커뮤니케이션의 역할을 하는 공공 휴식공간과 엔터테인먼트의 공간의 공공 문화 시설의 역할로써 더욱 중요시 되고 있는 것이다.

국내의 백화점이 매장 내에 휴식과 여유를 갖고 판매의 역할 뿐 아니라 고객을 위한 백화점으로 변화하고 있는 것이 특징으로 나타나고 있다. 이는 고객이 심리적으로 즐겁게 쇼핑을 할 수 있게 해주고, 고객의 구매행동을 유도해 주는 등 백화점의 마케팅 기능의 중요한 요소가 될 수 있다. 이 휴게공간은 위의 두 가지 요소를 내재함으로써 휴게공간을 구성하여 고객에게 보다 편리하고 즐거운 쇼핑을 할 수 있도록 하는 개념의 공간 확충이 요구된다.

본 연구에서는 백화점 휴게공간의 기능을 자세히 살펴보고자 한다.

1.1.2. 백화점 휴게공간의 기능

백화점 내의 휴게공간은 고객에게 편안한 쉼터를 제공하고 도시민에게 상품의 정보를 제공해주며 다양한 고객을 유치할 수 있게 돕고 백화점 성장을 꾀할 수 있게끔 한다.¹⁾

백화점의 일반적인 기능은 생산과 소비를 연결하는 유통기능의 대표적인 역할을 수행한다. 2차적 기능으로는 새로운 생활 정보의 제공과 각종 문화 행사 기획 및 문화 공간 홍보를 통하여 소비자들에게 새로운 소비문화를 전달하는 시민 문화 센터의 역할을 수행 한다는 것이며, 부차적 기능으로는 새로운 상업의 중심지를 형성하여 새로운 상권의 발전을 촉진하고, 도심 재개발을 통하여 도심 미관을 향상 시킴으로써 도시 기능을 향상시키고 관련 산업에 대한 연관 효과와 대규모 고용효과를 유발함으로써 지역 경제의 발전에도 기여한다는 것이다.²⁾

도심지에 있는 백화점은 비싼 대지가격으로 인하여 만족할 만한 휴게공간을 마련하기에는 어려운 점이 많겠지만 휴식시설을 갖추음으로서 백화점의 이미지 상승과 함께 고객을 집중 시킬 수 있어 판매유통을 활성화 할 수 있다. 백화점이라는 소비 공간은 단순한 판매의 기능을 하는 상점이 아니라 많은 물건을 하나의 공간에

1) 조지영, 백화점 휴게공간 이용경험 및 만족도가 쇼핑만족도에 미치는 영향에 관한 연구, 홍익대 광고홍보대학원 세일즈프로모션이벤트전공 석사논문, 2006, p21

2) 이동기, 백화점 이용자 그룹에 따른 인테리어 특성 연구, 건국대학교 산업대학원 산업디자인과 석사논문, 2001, p16

전시 진열하여 상품구매를 즐기게 하고, 사람들을 만나는 공적인 장소로 기능한다. 사람들은 백화점에서 단순히 물건만을 사고 나오는 것이 아니라 상품을 구경하고 쇼핑을 즐기며 레스토랑이나 휴게공간에서 친구를 만나기도 한다. 여자 고객들은 함께 쇼핑을 하면서 의견을 교환하기도 하고 공연을 보기도 한다. 이렇게 백화점은 상품구매의 공간을 넘어서 사회 문화 공간으로 기능한다.³⁾ 또한 고객 편의 시설은 자유롭게 이용할 수 있는 공공휴식 공간과 공연장, 전시갤러리 등 문화시설의 역할을 포함하는 공간으로써 고객영역의 휴게공간 종류를 자세히 살펴보면 엘리베이터 옆, 에스컬레이터 옆, 화장실, 식당가, 홀, 문화센터 라운지 등 여러 공간이 있다.

백화점은 고객이 매장 안에서 쇼핑을 하다가도 휴식을 취하기 위해 쉽게 찾아 설 수 있는 곳이다. 그 곳에 고객이 휴식할 수 있는 쉼터를 제공함으로써 쇼핑에 지친 고객들이 잠시 쉬어 갈 수 있도록 하며 쉬는 동안에도 매장을 둘러보면서 상품을 볼 수 있게 하고 매장 내의 상품의 정보를 제공 하면서 자연스럽게 구매로 연결되도록 하는 공간이다.

다음 내용에서 백화점 휴게공간의 기능을 더 자세히 살펴볼 수 있다.

1. 휴식 및 대화기능 : 의자 및 소파 등에 앉아 휴식할 수 있는 시설은 가장 기본적인 휴식시설로 고객의 편의 제공과 함께 매장에 머무는 시간의 지속성을 증가시킬 수 있다.
2. 만남 및 기다림의 기능 : 백화점 개점시간을 위한 기다림, 지인과의 약속을 위한 기다림의 공간의 역할을 할 수 있다.
3. 정보교환기능 : 휴게공간에 비치되어 있는 책자, 전단지 등은 고객과 매장 내 브랜드간의 의사소통을 통한 브랜드의 정보를 제공하는 단순한 기능을 한다.
4. 행사 및 놀이의 기능 : 각종 작은 행사 등 개최공간을 조성해줌으로써 고객을 자연스럽게 유도할 수 있다.
5. 식음의 기능 : 고객이 음료와 식사를 간단하게 해결할 수 있는 공간을 제공한다.

3) 이기은, 여성과 관련한 백화점 내 공간변화에 관한 연구, 서울시립대학교 대학원 건축공학과 건축계획전공 석사논문, 2004, p16

휴게공간은 불특정 다수인이 이용하므로 견고성과 함께 색채, 재료, 장식, 조경 등의 디자인요소로 미적 시각적인 즐거움을 주어야 한다. 또한 고객 편의 시설로서의 휴게공간 구성은 이용자의 물질적 부담 없이 자유롭게 이용할 수 있다는 점에서 백화점 이미지에 미치는 영향이 크며 판매증대로 통하는 일이라고 볼 수 있겠다.

1.2. 백화점 휴게공간의 선행연구

백화점 휴게공간과 관련한 선행 연구의 조사에 관한 논문을 중심으로 살펴보면 다음과 같은 내용을 분석 할 수 있다.

본 연구와 관련된 논문별로 연구내용을 자세히 살펴보면 아래와 같다.

[표 2-1] 백화점 휴게공간의 선행연구

저자	연도	제목	연구내용
조지영	2006	백화점 휴게공간 이용경험 및 만족도가 쇼핑만족도에 미치는 영향에 관한 연구	휴게공간 이용 만족도는 쇼핑만족도와 쇼핑경험, 쇼핑태도는 쇼핑 만족도와 유의한 긍정적 상관관계를 가지는 것으로 나타났다. 즉, 휴게공간의 이용만족도가 높을수록 쇼핑경험, 쇼핑태도 및 쇼핑 만족도가 높아지는 것으로 나타났다고 설명한다.
이기은	2004	여성과 관련한 백화점 내 공간변화에 관한 연구	초기 백화점 공간의 편의 공간은 옥상공원과 대형 식당 등 근대를 경험하는 공간으로 사용되었고, 이후 백화점의 성장에 따라 백화점 주요고객인 여성을 위한 여성 전용 휴게공간이 생기며 대부분 여성을 대상으로 편의 공간이 형성되었다. 그리고 백화점의 편의 공간과 복합화는 그들로 하여금 더 많은 시간을 백화점에 머물게 하기위한 전략의 일환으로 진행되고 있다.
이동기	2002	백화점 이용자 그룹에 따른 인테리어 특성 연구	백화점 선택 시 실내 인테리어가 크게 영향을 미치고 있고, 백화점을 이용하는 고객이 인테리어의 구성 요소 중 가장 중요시 여기는 것으로 내·외부 디스플레이를 선택하였다. 즉, 디스플레이는 고객의 욕구 변화에 적극적으로 대응하여 항상 고객에게 즐거움을 주어 백화점의 인테리어 이미지 부각을 위한 가장 중요한 요소라고 말한다.

본 연구에서는 위 선행연구의 연구내용을 바탕으로 하여 백화점 휴게공간의 중요성이 커짐에 따라 더욱 쾌적하고 윤택한 휴게공간의 환경을 조성하고자, 친환경요소를 도입한 백화점 휴게공간에 대하여 깊이 연구해 보고자 한다.

2. 친환경요소의 고찰

2.1. 친환경요소의 개념 및 배경

점차 도시화, 기계화로 인하여 자연환경과 접촉할 수 있는 거리가 멀어지고 관계가 단절된 인간의 삶과 예부터 자연에 깊은 친숙함을 가지고 있던 우리 인간의 본성을 되살리고자 한다. 인간과 자연환경의 유대관계 회복을 위해 표현, 활용되는 것이다. 점차 자연환경과의 관계가 단절된 인간의 삶의 방식과 사고체계를 자연에 깊은 애정과 익숙함을 가지고 있던 인간 본연의 심성을 되살리고 또한 자연에 대한 이해를 넓히며 서로 공생하는 관계로 회복시키는 입장이다. 이로 인한, 친환경요소를 이용한 디자인 개념의 의미는 인간과 자연환경의 유대관계의 회복을 위해 표현하고 활용되는 것이다. 자연의 순환적인 원리를 디자인에 적용하여 인간으로 하여금 자연의 과정에 함께하며 인간에 이롭고 쾌적한 환경을 제공한다.

친환경 디자인이란 그린디자인(Green design), 생태디자인(Eco-design)등의 개념과 같은 맥락으로써 자연과 인간의 관계에 부합하는 자연친화적이며 인간친화적인 디자인을 추구한다. 친환경 디자인으로 인간은 자연과의 조화를 통하여 건강한 삶을 유지하고 쾌적한 생활을 지켜 나가야 한다.

자연을 도입함으로써 인위적이고, 인공적인 실내 환경의 긴장과 경직성을 풀어주며 새로운 디자인으로 더욱 신선하게 의미를 가져다준다. 실내 환경에서의 친환경요소의 적용은 도시 속 인간의 정신과 육체를 건강하고 활력 있는 모습으로 회복할 수 있도록 돕는다.

본 연구에서는 친환경요소를 다루고 있는 선행연구 [표 2-2]를 바탕으로 하여 추출한 흙과 돌, 물, 식물, 빛 등의 친환경요소의 종류와 특성을 살펴보고자 한다.

[표 2-2] 친환경요소를 다루고 있는 선행연구

선행연구			다루고 있는 친환경요소				
연도	이름	제목	물	흙	돌	식물	빛
2008	한혜련	보육시설 계획에서 친환경요소의 적용 실태 및 개선방안에 관한 연구	O	O	O	O	O
2007	김지혜	서울시 지하철 역사 내 문화공간의 그 린인테리어 도입방안에 관한 연구	O	O	O	O	O
2006	원천석	환경친화적 요소를 적용한 주택문화관 계획안	O	O		O	O
2005	정진영	다양한 실내공간의 효과적인 식재 및 식물디자인에 관한 연구	O	O		O	O
2002	신현주	환경친화적 건축재료에 대한 연구		O		O	

본 연구에서는 위 선행연구를 바탕으로 하여 친환경 요소로써 물, 흙과 돌, 식물, 빛의 요소를 다루고자 한다.

[표 2-3] 실내구성요소 선행연구

선행연구			다루고 있는 실내구성요소				
연도	이름	제목	가 구	색 채	마 감 재	조 명	기 타
2003	최문정	입지별 특성에 따른 휴양콘도미니엄의 객실공간 실내계획 방향에 관한 연구	O	O	O	O	실내 이미지
2003	하혜옥	실내구성요소의 중첩을 통한 빛의 표현효과를 적용한 Bar Design	O		O	O	
2000	홍진영	호텔로비공간에서의 전통성 표현에 관한 연구	O	O	O	O	장식품

[표 2-3]은 실내를 구성하는 요소들에 대한 선행연구이다.

실내를 구성하는 요소들은 가구, 색채, 마감재, 조명 등이 있으며 선행연구에서는 다음에 해당하는 구성요소를 연구 분석 하였다. 본 연구는, 위 선행연구를 바탕으로 하여 실내 구성 요소와 친환경요소의 관계를 분석하였다.

2.2. 친환경요소의 분석

점점 인공화 되어가는 환경 속에 자연요소를 실내에 도입하려는 노력은 자연과 인간의 접촉을 되살려 인간의 본원적 욕구를 만족시키기 위한 방법으로 자리 잡고

있다. 그러나 자연 요소는 우리 주변에 넓고 광범위하게 자리 잡고 있기 때문에 신체의 감각을 통하여 느낄 수 있는 자연요소 중에서 인간과 가장 밀접한 관계로 실내에 도입될 수 있는 빛, 물, 식물, 흙 등의 자연친화적 요소들이 일반적으로 여러 가지의 형태로 많이 도입 되고 있다.⁴⁾

이러한 친환경 요소들의 표현으로 자연과의 접촉을 통해 인간의 감각을 자극하여 감수성을 되살릴 수 있는 이미지로서의 문화적 창조 공간은 실내 공간에 풍부한 어휘를 제공할 것이다.⁵⁾

본 연구에서 다루고자 하는 친환경요소인 물, 흙과 돌, 식물, 빛 요소 등 각각의 요소에 대한 분석을 다음 내용에서 자세히 살펴볼 수 있다.

2.2.1. 물

실내 친환경디자인 공간에서는 기존 식물만의 단조로움을 피하기 위해 분수와 벽천, 연못 등과 같은 수경시설을 도입하여 식물과 같이 조화를 이루도록 한다. 이는 수경시설이 실내의 자동 습도조절 능력으로 인해 쾌적한 환경을 유지하며 시각적, 청각적으로도 디자인의 요소가 된다.

물을 도입하는 방법은 대부분이 인공적인 것으로 아주 작은 분수의 물에서부터 넓어지는 형태까지 이른다.

물을 이용한 친수공간은 친환경적인 공간을 위한 실내도입과 함께 친환경 디자인의 전문적인 방법으로 발전했다. 친수공간은 흐르는 물로 인해 생기는 시각적 움직임과 발생하는 소리를 제공하며 낙수처럼 중력을 나타내기도 하며 분수처럼 강조와 감탄을 나타내기도 한다. 또한, 실내공간에 활력을 불어넣어주고 자연을 느끼게 해준다. 친수공간을 표현하기 위한 방법으로는 분수나 연못, 벽천, 수로 등의 형태로 대부분 적용된다.⁶⁾ 사람들은 고여 있는 물과 잔잔하게 흐르는 물이 소리에

4) 김용수, 환경친화적 용소를 적용한 오피스 실내계획에 관한 연구, 상명대 디자인대학원 석사논문, 2003, p11

5) 정지향, 울산광역시 공공시설 실내디자인의 환경 친화적인 표현특성에 관한 연구, 울산대학교 대학원 산업디자인학과

6) 김지혜, 서울시 지하철 역사 내 문화공간의 그린인테리어 도입방안에 관한 연구, 한성대학교 일반대학원 인테리어디자인전공 석사논문, 2007, p15

서 조용하고 사색적인 정적인 느낌을 받고, 벽면의 표현을 통해 흐르는 물의 모습과 힘찬 소리으로써 동적이고 생동감 있는 느낌을 받는다.

이로써 친수공간은 물의 고임, 흐름, 떨어짐 등과 같은 여러 가지 방법으로 연출이 가능하다. 또한 흐르거나 고인 물로 빛을 반사시키거나 굴절시켜 간접적인 새로운 조명효과를 나타낼 수 있다. 물이 가지고 있는 특징과 다양한 표현방법으로 인간의 감각 즉, 시각, 청각, 촉각에 자극을 주어 인간에게 자연의 친숙함을 다시 느낄 수 있게 한다.

물을 이용한 친수공간을 표현할 수 있는 자세한 방법으로는 아래와 같은 종류를 들 수 있다.

(1) 분수

분수는 물을 여러 형태로 치오르게 하며 그로인한 시각적 효과가 높고 가습효과가 뛰어나다. 위로 솟아오르는 물줄기의 모양과 움직임은 화려한 느낌을 주고 뿜어 나오는 물줄기의 소리는 시원함을 느끼게 한다.

(2) 연못

연못은 실내공간에 인공적으로 형성한 작은 규모의 물을 의미하며 잔잔하고 조용한 수면의 형태를 유지한다. 내부적으로 순화, 여과장치를 설치하여 부패를 방지하고 항상 청결하게 유지하여야 한다. 잔잔한 수면으로 정적인 분위기의 명상과 휴식의 느낌을 내준다.

(3) 벽천

벽천은 물의 흐름을 이용한 친수공간 표현의 방법으로 위에서 아래로 떨어지는 효과이다. 벽 전체를 흐르게 하거나 장식적으로 부분적으로 표현할 수 있다. 벽천의 장점은 가습효과가 있고 흐르는 물에 따른 소리효과가 주변의 잡음, 소음을 흡수한다.

위에서 살펴본 물의 종류를 이용한 공간이 주는 연출느낌 및 효과를 살펴보면 다음 [표 2-4]와 같다.

[표 2-4] 물의 표현 형태 및 특성

	분수	연못	벽천
연출특성	인공적	자연적+인공적	자연적+인공적
연출느낌	화려함, 동적	평화로움, 정적	생동감, 활기
이미지			
표현효과	잔잔하거나 화려한 형상으로 인한 시각적 효과가 높고, 주변공기로 유입되어 높은 가습효과가 있으며, 주변경관이 투명하게 반사되는 효과가 있다.		

2.2.2. 흙과 돌

돌이나 흙은 친환경요소로서 실내에서는 구조재 및 마감재로서 많이 사용되는데 특히 표면에서 느껴지는 텍스처(Texture)는 자연적 분위기를 나타낸다. 또한 재료에 의한 자연의 정서적 감흥을 느낄 수 있으며, 내부의 확장과 공간의 연속성을 표현할 수 있다.⁷⁾

(1) 흙

흙이란 암석이 모재(母材)가 되어 기후, 생물, 지형, 시간이라는 5가지 토양 생성 인자의 상호작용에 의하여 지표면에 생성되는 자연체로서 육지에 서식하는 모든 생물들이 살아가는데 필요한 장소와 영양을 제공하는 자연물을 말한다.⁸⁾

흙은 주변에서 구하기 쉬운 생태적인 재료로 재료의 단조로움을 흙벽돌, 황토 인

7) 김지혜, 서울시 지하철 역사 내 문화공간의 그린인테리어 도입방안에 관한 연구, 한성대학교 일반대학원 인테리어디자인전공 석사논문, 2007, p18

8) 신현주, 환경친화적 건축재료에 대한 연구, 동의대학교 산업기술대학원 건축공학과 석사논문, 2002, p8

트로킹, 황토 블록, 황토 타일 등 다양한 형태와 무늬로 개발하고 있다. 구조재 및 마감재로 많이 사용되어 표면에서 느껴지는 질감은 자연의 분위기를 나타낸다.

특히, 현대에 들어 황토는 그 효능을 인정받고 있으며 천연습도 조절기능인 조습 기능을 갖고 있으며 실내를 항상 쾌적한 습도로 유지한다.⁹⁾

황토의 특성을 자세히 살펴보면 자동 습도 조절력이 뛰어나고, 공기를 순환시키는 환풍기 역할은 물론 공기 정화기 역할을 한다. 또한, 음식냄새, 담배냄새 등 기타 유해한 냄새를 신속히 흡수하고 정화시키는 능력이 있다. 인간의 건강에도 영향을 미치는데 노화방지, 혈액순환 촉진, 스트레스 해소, 피부미용, 신경통, 요통, 만성피로회복 등에 아주 좋다. 또한 향균, 탈취, 습기 조절력으로 건물 내부를 쾌적하게 하여 숙면을 유도하는 기능이 있다.

다음 [표 2-5]과 같이 물리적이고 생물학적인 흙의 종류와 성질을 살펴볼 수 있다.

[표 2-5] 흙의 종류와 특성

종류	특성
갈색 산립토	표층은 부식의 축적에 의해 암갈색이 된 입자모양의 구조가 발달하고, 아래층에서는 산화철에 의하여 황갈색 또는 적갈색을 띠고 있다.
갈색토	얇은 부식층 바로 밑에 탄산석회분이 집적되어 생성된 토양이다.
부식토	흙 속의 미생물 작용에 의하여 부식이 형성된다. 일반적으로 부식이 풍부한 흙은 유기성분이 많고 비옥하며 흑색 또는 흑갈색을 띤다. 이탄은 부식토의 일종이며, 석탄은 부식토가 변질한 것이다.
사력질토	대부분은 모래와 자갈이 혼합되어 있는 경우가 많다.
사양토	모래참흙이라고도 한다. 토양을 입자가 세밀한 점토, 중간입자인 실트, 거친 입자인 모래로 나눌 때, 이들이 거의 같은 양 섞여 있는 토양에 비해서 약간 모래가 많은 토양을 사양토라고 한다.
사토	모래에는 석영사처럼 반영구적으로 풍화, 분해하지 않는 것과 장석이 나운모처럼 분해되면 점토분이 되는 것이 있다. 사토는 응집력 점성이 적어 경작이 쉽다. 투수성이 좋고 보수성이 좋지 않는 성질을 가지고 있다.
중점토	국제법의 입도 구분에 의한 점토가 흙덩어리 중에서 무게의 반 이상을 차지하는 토양을 말하며 수분을 함유하면 강한 점성을 나타낸다.

9) 김지혜, 서울시 지하철 역사 내 문화공간의 그린인테리어 도입방안에 관한 연구, 한성대학교 일반대학원 인테리어디자인전공 석사논문, 2007, p18

(2) 돌

돌은 자연요소로서 구조재 및 마감재로써 많이 사용 되는데 특히 표면에서 느껴지는 질감과 조직은 자연적인 분위기를 나타낸다.

특히, 다른 재료에 비해 풍화나 마멸에 잘 견디며 내화, 내구성이 있고 특히 공예 재료로서 연마하면 광택이 나고 아름다운 무늬가 나온다. 반면, 비중이 크고 가공이 어려운 점이 있다. 그래서 현재는 돌 특유의 재질감과 미학적 관점으로 분수대, 벽면장식, 조각품, 건축재, 외장재로 이용되고 있다.

또한 돌은 자연과 잘 어울려 소비가 증가하는 추세이며 구하기 쉬운 자연요소로서 공간구성에 적절히 도입하거나 재구성하여 현대 환경 내에 자연성을 표현할 수 있다. 돌은 그 지역에 따라 그 특성을 달리하므로 이는 건축의 형태에도 영향을 준다. 석재는 특성에 따라 디자인의 차이를 가져오며, 실내공간의 구성요소 혹은 구성재로서, 그 자체로 자연성을 의미할 수 있다.¹⁰⁾

최근 자연석 중 친환경, 친건강 자재로 주목받고 있는 석재로는 맥반석과 게르마늄이 있다.

첫째로, 맥반석의 산화제이철, 칼슘, 망간, 마그네슘 등 45여종의 무기질 원소와 표면의 다공질에서 나오는 다양한 물질은 생체의 성장에 중요한 작용을 한다. 다량의 원적외선은 신진대사촉진, 성장발육, 숙면, 피로회복 등에 탁월한 효능이 있고, 공기를 음이온 화하여 냄새의 주원인인 양음이온을 중화시켜 냄새를 제거하는 탈취효능이 뛰어나다. 또한 우수한 항균작용으로 곰팡이, 세균의 번식을 억제하고 바퀴벌레나 거미와 같은 곤충의 서식을 억제한다.

둘째로, 게르마늄은 인체에 유용한 산소공급과 원적외선 방출로 신진대사를 촉진시킨다. 나쁜 세균과 곰팡이의 서식을 억제하고 냄새를 제거하는 공기 정화능력이 우수하다. 금속과 비금속의 중간적 성질을 갖고 있는 반도체라는 게르마늄의 성질이 체내 세포의 전류 흐름을 조절하여 질병 치료를 도와준다.¹¹⁾

10) 김지혜, 서울시 지하철 역사 내 문화공간의 그린인테리어 도입방안에 관한 연구, 한성대학교 일반대학원 인테리어디자인전공 석사논문, 2007, p18

11) 김혜진, 아토피성 피부염에 효과적인 주거공간의 개선 방향에 관한 연구, 경희대 교육대학원 석사논문, 2007, p41

2.2.3. 식물

식물은 녹색 고유의 자연의 색채로 부드러운 효과를 낸다.

이는 싱그럽고, 평온하며 안정되는 느낌을 줄 수 있는 식물만이 가진 특성이라 할 수 있는데 이것이 식물이 인간에게 주는 심리적인 효과라고 할 수 있다. 최근에는 현대화, 기술화에 따른 과업무화 스트레스를 완화시켜주고, 피로를 줄여주는 기능 등으로 인간이 자연에게 받는 심리적 영향은 더욱 커지고 있다.

식물을 실내에 기르는 가장 큰 이유로는 장식의 기능도 있으나 더욱 효과적인 장식을 위해서 실내에 맞는 식물들을 알맞게 배치하는 것이 더욱 좋다. 필요이상의 식물을 장식 하였을 시는 사람들로 하여금 공간에 대한 답답함을 느끼게 할 수 있다. 이는 분위기 조성의 중요한 시각적요소가 되며 실내공간장식의 효과가 있다.

따라서 식물은 그 자체로서 그들의 아름다움과 부드러움 그리고 다양한 치료의 기능을 갖는다. 또한 나무는 자연적인 아름다운 목질의 색과 무늬를 지니고 있으며 천연적인 질감과 문양에서 나오는 자연적 안정감 또한 실내 환경 조성에 있어 중요한 요소이다. 나무가 있는 실내는 습기를 흡수하는 자연기능을 가지고 있기 때문에 공간은 실내의 습도를 자연적으로 쾌적하게 유지 할 수 있다.

일반적으로 건축에 사용되는 재료로서도 시멘트, 벽돌, 플라스틱 등의 인체에 유해한 인공재료에 반해 나무는 인간과 가장 오래 함께 공생한 무공해 재료라고 할 수 있다.

본 연구에서는 월버튼의 <사람을 살리는 실내공기정화식물 50>에서 실내 식물 중 아레카야자, 관음죽, 대나무야자, 인도고무나무, 아이비, 벤자민 고무나무, 스파티필럼, 드라세나맛상게아나(행운목), 네프롤레피스오블리테라타, 산세베리아, 드라세나마지나타, 필로덴드론셀름 등 12종의 식물 중에서 기능적, 관상적, 실내적응력 등 장점을 분석하여 실내식물로써 유용하게 쓰일 수 있는 우수한 식물 6종을 추출하여 재정리하였다. 식물을 실내공간에 도입하여 인간의 생활에 이로움을 주는 식물의 종류와 특성을 [표 2-6]을 통해 알아보려고 한다.

[표 2-6] 실내식물의 친환경 식물로써의 쓰임

식물			친환경 식물로써의 쓰임		
식물명	이미지	특징	기능적	관상적	실내 적응력
관음죽		장점 자라는 속도가 느려서 관리가 편함. 해충이나 병에 거의 걸리지 않고 잘 자라기 때문에 가정에서 기르기 쉬움.	O	X	O
		특성 실내공기의 질을 개선하는 효과가 아주 뛰어나.			
네프롤레피스 오블리테라타		장점 수분이 부족해도 잘 견디기 때문에 실내 환경에 적합.	O	X	O
		특성 실내 유해물질 제거능력이 있으며 증산율이 높아서 '천연가습기'로서의 역할을 함.			
대나무야자		장점 증산율이 매우 높으며, 특히 실내의 습도를 높이는 데 매우 효과적.	O	X	△
		특성 벤젠, 트리클로로에틸렌, 포름알데히드의 제거율 좋음.			
드라세나 마지나타		장점 실내환경에 잘 견디고 강건해서 건물로비나 현관, 공공건물의 아트트리움 등의 장식에 자주 이용.	O	O	O
		특성 크실렌과 트리클로로에틸렌의 제거 능력이 매우 우수하여 공기청정기로서의 역할.			
드라세나 맛상게아나 (행운목)		장점 햇빛을 좋아하기는 하지만 실내의 어두운 빛에서도 잘 자라고 현대적인 인테리어와 아주 잘 어울림. 노화된 나무의 경우에는 원기회복에 도움이 된다.	O	O	O
		특성 포름알데히드와 같은 유독물질 제거능력 뛰어나. 때때로 가느다란 가지에 향기로운 백색 꽃들이 피기도 함.			
벤자민 고무나무		장점 가정, 쇼핑몰, 공공건물의 로비나 아트트리움 등 다양한 곳에서 자주 볼 수 있는 아주 인기 좋음.	O	O	△
		특성 포름알데히드 제거능력 매우 뛰어나. 화분지면에 에피프레넘이나 아이비류 심어주면 훨씬 더 보기 좋고 공기 정화 효과 큼.			

실내식물의 종류 및 특성을 바탕으로 친환경 식물로써의 쓰임을 자세히 살펴보면, 공기의 정화와 청정함을 유지시키기 위해서는 기계설치 등의 시설적인 부분도 있으나, 친환경요소 중 식물요소를 실내에 조성함으로써 스스로 공기를 정화시키고 해충발생률을 저하시키는 등의 여러 장점을 얻을 수 있다.

먼저 아레카야자는 다양한 실내 환경에 적응력이 좋으며 화학적인 독소를 제거해주는 장점과 가지며 관상용으로 아름다운 식물이다.

인도고무나무는 빛이 부족하거나 온도가 낮은 실내 환경에서도 잘 자라며 독소를 제거해 주고 외관의 관상가치가 높다.

드라세나 맛상게아나(행운목)은 현대적 인테리어와 아주 잘 어울리는 미적장점이 있고, 어두운 실내에서도 잘 견디며 유해독소를 제거하는 기능을 한다.

관리를 하지 않아도 잘 자라며 해충에도 강해 기르기 쉬운 산세베리아와 실내 환경에 잘 견디고 강건하며, 공기청정기 역할을 하는 드라세나마지나타 식물 등을 실내에 놓으면 현 휴게공간의 환경을 개선하는데 도움이 될 것이다.

2.2.4. 빛

빛은 만물이 살아 움직이게 하는 가장 큰 의미의 요소이다. 자연채광은 사람들에게 시각적인 피로를 덜어주고 조명에너지를 절약할 수 있는 효과적인 방안이며 기후조건, 자연조건, 시간의 변화에 따라 받을 수 있는 느낌이 바뀌어 인간의 심리에 큰 영향을 끼친다고 볼 수 있는 매우 중요한 요소이다. 자연채광은 내부에 도입되어 실내에 필요한 상당한 조명 에너지량을 대체할 수 있으며 인간에게 있어 사물을 형태와 색을 인지 할 수 있도록 하며 심리적으로 안정과 만족감을 주고 실내공간을 변화시키고 활기를 준다. 또한 빛의 분포되는 양에 따라 공간을 명확하게 할 수도 있으며 왜곡될 수 있게도 한다. 이러한 장점으로 인하여 사람들은 자연채광을 선호한다는 심리적 반응이 Manning(1965)밝혀졌지만 지하공간에 유입되는 태양광의 양에는 한계가 있기 때문에 인공조명이 반드시 필요하며 지하공간에서의 실제 연출이 어려운 빛의 요소는 조명 등의 장식요소로 전환하여 연출 할 수 있다.¹²⁾ 현재 빛이 들어오지 않는 지하공간까지 자연 빛을 도입하는 기술은 광섬유

12) 김지혜, 서울시 지하철 역사 내 문화공간의 그린인테리어 도입방안에 관한 연구, 한성대학교 일

를 사용하는 것이다. 이론적으로 광섬유는 빛의 손실이 거의 없이 먼 곳까지 전달할 수 있는 장점이 있는데 현재 개발한 것은 지하 50M가 한계다. 먼저 집광기를 사용해서 태양빛을 모은 후 필터를 사용해서 적외선이나 자외선 등의 열을 제거한다. 이렇게 한 후 ‘빛’만 광섬유를 통해 지하에 설치된 전구로 전달하면 70~150룩스 정도 빛을 낼 수 있다. 이 빛은 백열등 기준 40와트 정도의 밝기에 해당된다. 과학자들은 광섬유로 전달된 빛으로 식물이 정상적으로 광합성을 한다는 보고를 한 바 있다. 자연채광 기술이 완성되면 지하 도시에서 농산물을 키울 수도 있을 것이다.¹³⁾

지금까지 정리한 친환경 요소의 특징을 살펴보면 다음 [표 2-7]을 보고 알 수 있겠다.

[표 2-7] 친환경 요소의 특징

친환경 요소	이미지	실내공간에서 친환경요소의 특징
물		- 분수, 연못, 벽천 등 다양한 형태로 연출 - 인간의 감각, 즉 시각, 청각, 촉각에 작용하여 자연환경에 대한 기억을 되살림 - 다양한 연출방법으로 실내공간에 여러 분위기를 표현할 수 있음
흙과 돌		- 표면에서 느껴지는 질감이 자연적 분위기 연출 - 황토, 맥반석 등 다양하게 실내공간에 적용 - 자연석과 같이 매우 불규칙한 형태부터 정확하게 다듬은 형태까지 다양한 형태로 사용
식물		- 고유의 색과 형태로 부드러운 효과 - 신선함으로 피로 경감 및 심리적 스트레스 완화 - 공기정화, 쾌적한 실내습도 유지 효과
빛		- 자연조건, 시간의 변화에 따라 분위기나 느낌이 바뀌어 인간의 심리에 많은 영향을 끼치는 요소 - 사물의 형태와 색을 인지할 수 있도록 함 - 창문, 천창, 등의 위치, 크기, 형태에 따라 실내공간에 다양하게 연출

반대학원 인테리어디자인전공 석사논문, 2007, p19

13) 서현교, 과학칼럼니스트, 2006.8

2.3. 친환경요소의 기능 및 도입

2.3.1. 친환경요소의 기능

현대에 발달된 문명으로 인해 건축 환경이 더욱 도시화되고 고층화됨에 따라 자연과 인간의 관계는 더욱 단절되고 있다. 때문에 실내공간에 보다 생명력 있는 친환경요소를 도입함으로써 삭막하고 건조해질 수 있는 실내 공간에 활기와 생명력을 불어넣어 준다. 친환경 요소의 도입은 인공적 환경과 자연적 환경의 조화를 통하여 인간으로 하여금 심리적, 정서적 안정을 느낄 수 있도록 하고 자연과 함께 할 수 있는 기회를 통하여 인간이 건강하고 쾌적한 생활을 할 수 있도록 만족시켜 준다.

[표 2-8]을 참고로 친환경요소가 인간에게 미치는 심리·생리적 기능을 알아 볼 수 있다. 그리고 친환경요소의 도입은 정신적인 피로와 스트레스를 경감시켜주는 치료의 의미를 갖으며 인간의 정신과 건강에 약이 되는 역할을 한다.

[표 2-8] 친환경요소가 인간에게 미치는 기능

	자연요소의 기능
심리·생리적 기능	눈의 피로를 줄여준다.
	자연으로의 회귀 심리를 충족할 수 있다.
	정서적 안정 및 활력소를 얻을 수 있다.
	집중력이 증가하고 작업효율성 증진된다.
	스트레스 감소 및 질병으로부터의 회복력이 높아진다.

2.3.2. 친환경요소의 도입

현대에 발달된 문명의 이기(利器)는 우리의 건축 환경을 고층화 고밀도와, 가속화 시킴으로써 자연과 인간의 관계는 더욱 소원해지고 있다. 따라서 실내에 보다 자연적이고 생명력 있는 요소의 식물요소를 도입함으로써 삭막하고 건조해지기 쉬운 실내 공간에 활력소로 작용하여 준다. 실내 공간에 식물 요소의 도입은 경직된 실내 분위기를 조성하는데 도움을 준다.

특히, 백화점 휴게공간에서 실내 조경 요소의 도입은 쾌적하고 편안한 휴게 분위기를 구성하고 디자인의 아이덴티(Identity)를 더해주는 역할을 한다.¹⁴⁾

실내공간에 있어서 친환경적인 표현은 실내공간에 친환경 요소를 직접 도입하는 방안과 인간의 주변에서 흔히 볼 수 있는 재료를 통해 자연물의 인위적 형태로 간접적 자연을 표현할 수 있는 도입 방안으로 나눌 수 있다. 친환경 요소의 도입은 단조롭고 경직된 실내 분위기를 아름답게 조성하는데 의미가 있다. 자연의 가장 기본적인 친환경 요소인 흙과 돌, 물, 식물, 빛 등의 요소를 실내공간에 적극적으로 도입함으로써 사용자가 자연의 쾌적함과 생명력을 느낄 수 있다. 친환경 요소로 인하여 인간이 느낄 수 있는 장점에서 특히, 인간은 녹색이 풍부한 분위기에서 보다 피로회복의 속도가 빨라질 것이며 한정된 실내 공간 내에서 미적으로 유용한 재료일 뿐만이 아니라 물과 돌 등의 자연 재료들이 어우러져 연출되는 정적 또는 동적인 요소는 의외성을 유발하여 심리적 자극을 일으킨다.¹⁵⁾

이러한 도입 방안으로써 인간과 자연과의 만남을 통해 인간의 감성을 자극하여 도시화 속에 그리워했던 자연을 느낄 수 있는 공간을 제공 할 수 있다.

친환경요소를 이용하여 [표 2-9]와 같이 다양하게 연출할 수 있는 방법을 살펴볼 수 있다.

14) 이동기, 백화점 이용자 그룹에 따른 인테리어 특성 연구, 건국대학교 산업대학원 산업디자인과 석사논문, 2001, p42

15) 김지혜, 서울시 지하철 역사 내 문화공간의 그린인테리어 도입방안에 관한 연구, 한성대학교 일반대학원 인테리어디자인전공 석사논문, 2007, p34

[표 2-9] 친환경요소의 특성에 따른 연출 도입

	특 징
물	실내공간에 시원한 물줄기의 모양과 소리로 활력을 줌.
	다양한 연출방법으로 실내공간에 여러 분위기를 표현할 수 있음.
	인간의 감각, 즉 시각 청각 촉각에 작용하여 자연환경에 대한 기억을 되살림.
	구성하고자 하는 공간의 크기를 고려하여 적당한 물의 연출 표현방법을 적용.
흙과 돌	표면에서 느껴지는 질감과 조직은 자유로운 자연적 느낌을 줌.
	다양한 형태로 사용되고 가공이 어려운 점이 있으나 어떤 모양이나 형태로 조각 할 수 있음.
식 물	녹색의 신선한 생동감은 인공적인 실내공간과 대조를 이루면서 자연적이고 친근한 실내 분위기를 형성.
	외진 공간이나 구석진 곳에 부분적으로 연출해도 따뜻한 느낌을 받을 수 있음.
	실내에 식물을 두고자 할 때 그 공간의 목적에 맞는 디자인을 고려하고 식물을 선택하며, 식물이 아닌 색채도 함께 생각해야 함.
빛	실외공간을 제외한 창이 없는 백화점 실내에 유입되는 자연광을 도입하는 데에는 어려움이 있으며 조명 등의 다른 장식요소로 대체 가능.



Ⅲ. 기존 사례연구

1. 사례연구대상 일반적 개요 및 선정과정

현대 사회 환경의 급격한 변화로 소비자들이 상점에 대한 제품 구매 뿐 아니라 여가를 즐기고 휴식을 취하고자 하는 점차 다양한 기능 변화를 보이고 있다. 이는 복합 문화 기능 공간으로써 소비자들이 상점에 대한 요구가 점차 다양해지고 있다. 특히, 상점의 편의 시설인 휴식 공간은 고객이 물질적인 부담 없이 편하게 이용할 수 있기에 백화점의 판매증대로 이어질 수 있고 그 곳을 인식하는데 미치는 영향이 매우 크다고 볼 수 있다. 따라서 상점 내 휴게공간이 생활 속의 문화서비스공간으로 거듭나고 있으므로 현 휴게공간 중에서 백화점 내 휴게공간에 대한 부분을 연구 대상으로 선정하였다.

본 연구의 대상 선정방법은 다음과 같다.

첫째, 서울 연합뉴스에서 2009년 1월부터 11월까지 11개월간 조사한 국내 백화점 점포별 매출순위를 통해 많은 점포수를 가진 세 브랜드를 순서대로 정리하였다. 그 중에 높은 인구밀집도로 인하여 매출이 가장 많은 백화점을 선별한 후, 고객에게 복합적 문화 서비스를 제공한다는 점에서 큰 의미가 있는 휴게공간에 초점을 두었다. 이러한 백화점 내 휴게공간에 친환경요소를 도입한 환경적인 서비스문화를 도입하고자 하였다.

둘째, 위 내용을 바탕으로 하여 백화점 내 휴게공간 총 6개관을 선별하여 롯데 본점, 신세계 강남점, 롯데 잠실점, 현대 무역센터점, 현대 본점, 신세계 본점을 사례연구 대상으로 선정하였다.

2. 연구방법 및 일정

연구방법으로는 백화점의 기능, 백화점 휴게공간의 개념, 친환경요소 및 그에 관련된 문헌과 선행연구논문의 이론적 고찰을 바탕으로 기초조사를 실시하였다. 이를 바탕으로 2010년 8월 5일부터 9월 27일까지 사례연구대상지로 선정된 총 6곳의 현장을 직접 방문하여 조사하였다. 백화점 내 휴게공간 내부의 사진 촬영과 고객 이용의 현황을 파악하고 공간의 문제점, 현재 휴게공간에 친환경요소가 적용된 환경을 비교 분석하였다. 수집된 자료를 기초로 친환경요소 도입공간의 특징을 분석 정리하여 결과를 도출하였다.

3. 국내 사례연구

3.1. 사례연구대상지 일반적 사항

본 연구에서 선정한 백화점 내 휴게공간 총 6개관은 세 브랜드 내에 매출 1,2위를 선정하여 2개관씩 총 백화점 총 여섯 곳을 대상으로 하였으며, 롯데 본점, 신세계 강남점, 롯데 잠실점, 현대 무역센터점, 현대 본점, 신세계 본점으로 일반적 사항은 다음 [표 3-1]과 같다.

[표 3-1] 조사대상 백화점 일반적 사항

순위	백화점명	지점명	소재지	규모	매출액(억원)
1	롯데	본점	서울특별시 중구 소공동 1 (지하철 2호선 을지로입구역)	지하 3층~ 지상12층	13,740
2	신세계	강남점	서울특별시 서초구 반포동 19-3번지 (지하철 3호선 고속터미널역)	지하1층~ 지상 10층	8,194
3	롯데	잠실점	서울특별시 송파구 잠실동 40-1 (지하철 2호선 잠실역)	지하 3층~ 지상 11층	7,720
4	현대	무역센터점	서울특별시 강남구 삼성동 159-7번지 (지하철 2호선 삼성역)	지하 4층~ 지상 10층	6,503
5	신세계	본점	서울특별시 중구 충무로1가 52-5 (4호선 명동역)	지하1층~ 지상 14층	6,062
6	현대	본점	서울특별시 강남구 압구정동 429번지 (지하철 3호선 압구정역)	지하 4층~ 지상 6층	5,930

3.2. 사례연구대상지 분석

(1) L백화점 본점

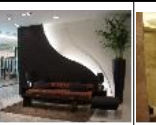
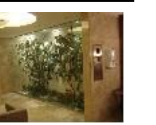
[표 3-2] 친환경요소가 적용된 휴게공간 분석 I

	요 소	상세 요소	매 장 내 공 간		화 장 실 안		엘 리 베 이 터 앞		에 스 켄 터 앞		문 화 센 터 라 운 지		식 당 가		전 체 비 교
			가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	
친 환 경 요 소	물	벽천													
		연못									1				1
		분수													
		수로													
		수족													
	흙														
	돌	바위				1				1				1	3
		자갈				1				1		1		4	7
		모래													
	식 물	나 무	실 제 나 무	가 공	T2										T2
				C2				C1		F1					C3
			자 연												F1
		화 초	모 형 나 무												
			화 분	생 화		5				1		1			7
				조 화			1		20		4			12	37
			화 단	생 화				1							1
				조 화			1		1		2			5	9
	빛	실 내 조 명				2		2		2		2		1	
		옥 외 채 광												0	

* 테이블(Table), 의자(Chair), 울타리(Fence)는 각각 T, C, F로 표기.

L백화점 본점은 연못을 이용한 수공간이 한 곳 있었으며 돌과 흙 요소는 바위 3 곳, 자갈 7곳으로 자갈이 가장 많이 사용되었다. 또한, 실제나무를 변형·가공한 두 종류의 테이블과 세 종류의 의자, 한 종류의 울타리가 있었다. 식물 요소에서는 조화화분과 조화화단의 수가 생화화분과 생화화단 수 보다 월등히 많음을 알 수 있다. 빛 요소는 실내조명 총 5종류가 사용되었으며 실내 휴게공간 내에 가장 위층에 있는 식당가에만 창을 통한 자연채광의 효과가 있었다.

[표 3-3] L백화점 본점 공간사진사례 I

	엘리베이터 앞	에스컬레이터 옆	문화센터라운지	식당가	매장내	화장실안
공간 사진						

엘리베이터 앞 휴게공간은 실제나무재료의 가공된 의자가 한 종류 있었고, 20개의 조화화분이 놓여 있었다. 또한 생화화단과 조화화단이 각각 한 곳씩 있었다.

에스컬레이터 옆 휴게공간은 바위와 자갈이 한 곳씩 있었으며, 실제나무가 가공된 Fence가 한 종류 설치되어 있었다. 그리고 의자 중간에 실제잔디가 심어져 있었으며, 조화화분 4개와 조화화단이 에스컬레이터 옆에 작은 화원으로 구성되어 있었다. 문화센터라운지 휴게공간은 수공간인 연못 한 곳이 있었고, 조명아래 흰 자갈이 한 곳 있었다. 식당가를 살펴보면 자갈이 4곳에 있었으며, 12개의 조화화분과 5곳의 조화화단으로 조화사용이 가장 많았다. 기타 휴게공간으로 매장 내 휴게공간은 생화화분이 5개 있고, 화장실 안 휴게공간은 화단 내에 바위와 자갈의 쓰임이 많았다. 백화점 내 휴게공간에는 모두 실내조명이며 자연채광의 효과는 없었다.

(2) S백화점 강남점

[표 3-4] 친환경요소가 적용된 휴게공간 분석Ⅱ

	요 소	상세 요소	화 장 실 앞		엘 리 베 이 터 앞		에 스 레 이 터 옆		문 화 센 터 라 운 지		식 당 가		전체 비교		
			가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소			
친 환	물	벽천													
		연못													
		분수													
		수로													
		수족													
	돌	흙													
		바위													
		자갈													
		모래													
	벽돌														
경 요 소	식	나 무	실재 나무	가공 자연	C1		C1		C4		C2		C2		C10
			모형 나무												
		물	화 분	생 화		3				7		4		3	
	조 화								2		3				5
	생 화														
	조 화														
	빛	실내 조명		2		2		3		2		3			
		옥외 채광										0			

* 테이블(Table), 의자(Chair), 울타리(Fence)는 각각 T, C, F로 표기.

S백화점 강남점은 수공간과 돌과 흙이 도입된 공간은 한 곳도 없었으며, 실제 나무를 변형·가공한 열 종류의 의자가 있었다. 식물 요소에서는 생화 화분이 조화화분보다 많이 놓여져 있었다. 빛 요소는 실내조명 총 6종류가 사용되었으며, 가장 위층에 있는 식당가를 통한 창에 의한 자연채광의 효과가 있었다.

[표 3-5] S백화점 강남점 공간사진사례Ⅱ

	엘리베이터 앞	에스컬레이터 옆	문화센터라운지	식당가	화장실 앞
공간 사진					

엘리베이터 앞 휴게공간은 실제 나무재료의 가공된 의자가 한 종류 있었고, 식물 화분이나 화단은 한 곳도 놓여있지 않았다. 에스컬레이터 옆 휴게공간은 실제 나무가 가공된 의자가 4종류 놓여 있었으며, 의자 옆에는 실제 생화 화분이 7곳, 조화 화분이 2곳 놓여 있었다. 화장실 앞에는 입구에 생화화분이 3곳 놓여있었고, 가공된 나무의자가 한 종류 있었다. 식당가에는 나무가 가공된 의자 두 종류, 생화화분이 3곳 놓여있었다. 또한 창을 통한 자연채광의 효과가 있었다.



(3) L백화점 잠실점

[표 3-6] 친환경요소가 적용된 휴게공간 분석III

	요 소	상세 요소	화 장 실 앞		엘 리 베 이 터 앞		에 스 킴 레 이 터 옆		문 화 센 터 라 운 지		식 당 가		전 체 비 교
			가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	
친 환 경 요 소	물	벽천											
		연못											
		분수											
		수로											
		수족										1	1
	흙												
	돌	바위										1	1
		자갈										1	1
		모래											
		벽돌											
경 요 소	식	나 무	실 제 나 무	가 공 자 연	T1		C4		C2			C1	T1 C7
					C1								C1
		모 형 나 무											
	물	화 분	생 화 조 화							5			5
			조 화		8					3		8	19
		화 단	생 화 조 화									3	3
			조 화										
	빛	실 내 조 명			2		2		2		2	2	
		옥 외 채 광											

* 테이블(Table), 의자(Chair), 울타리(Fence)는 각각 T, C, F로 표기.

L백화점 잠실점은 수족을 활용한 수공간이 한 곳 있었으며 수족 안에 바위와 자갈들이 깔려있었다. 또한 실제 나무를 가공하여 만든 의자가 7종류, 테이블이 한 종류가 놓여 있었으며, 화장실 앞에는 실제 나무가 그대로 사용된 나무의자가 한 종류 있었다. 식물 요소로 생화화분이 5곳, 조화화분이 19곳, 생화화단이 3곳 있었다. 대체로 조화로 이루어진 식물

이 많이 놓여 있었으며, 실내 휴게공간으로써 옥외채광의 효과는 없었다.

[표 3-7] 롯데백화점 잠실점 공간사진사례Ⅲ

	엘리베이터앞	에스컬레이터 옆	문화센터라운지	식당가	화장실 앞
공 간 사 진					

엘리베이터 앞 휴게공간은 실제 나무가 가공된 원형의자가 4종류 놓여 있었으며, 에스컬레이터 옆 휴게공간은 나무가 가공된 의자가 2종류 있었다. 문화센터라운지 휴게공간에는 생화화분이 5개, 조화화분이 3개 놓여있었다. 식당가에는 특별히 친환경요소가 많이 도입되어 있었는데, 수족이 놓여 있었으며, 수족 안에 바위와 자갈이 있었다. 또한, 조화화분이 8곳, 생화화단이 3곳이 있었다. 화장실 앞에는 실제 나무가 가공된 의자와 테이블이 각각 한 종류씩 놓여 져 있었고, 조화화분이 8곳 놓여있었다. 또한, 맨 위층까지 모두 실내 공간이라 자연채광의 효과는 없었다.

(4) H백화점 무역센터점

[표 3-8] 친환경요소가 적용된 휴게공간 분석Ⅳ

	요 소	상세 요소	화 장 실 앞		엘 리 배 앞		에 스 클 러		문 화 센		식당가		옥 외 간		전 체 비 교	
			가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소		
친 환	물	벽천														
		연못														
		분수														
		수로														
		수족														
	돌	흙														
		바위									1	1			2	
		자갈						1			2				3	
		모래														
	벽돌															
경 요 소	식 물	나 무	실제 나무	가공		T1		C1		T2				T1		T4
				자연		C1			C1				C2		C5	
		모형 나무														
									5							5
		화 초	화분	생화							3					3
				조화		2									2	
			화단	생화											8	8
				조화								1				1
		빛	실내 조명			2		2		2		2			1	
			옥외 채광												0	

* 테이블(Table), 의자(Chair), 울타리(Fence)는 각각 T, C, F로 표기.

H백화점 무역센터점은 물 요소를 이용한 수공간이 없었다. 흙과 돌 요소에서는 바위와 자갈이 쓰였으며, 식물 요소는 나무의 변형·가공한 테이블 4종류, 의자 5종류가 있었고, 모형 나무가 5그루가 놓여 있었다. 화초·화분에서는 조화보다 생화화초가 더 많았으며, 빛 요소는 실내조명이 총 3종류가 사용되었으며 옥외 공간

만이 자연채광의 효과가 있었다.

[표 3-9] H백화점 무역센터점 공간사진사례Ⅳ

	엘리베이터 앞	에스컬레이터 옆	문화센터라운지	식당가	화장실 앞	옥외공간
공간사진						

엘리베이터 앞 휴게공간은 실제나무재료의 가공된 의자와 테이블이 각각 한 종류씩 놓여져 있다. 에스컬레이터 옆 휴게공간은 가공된 나무의자가 한 종류 있으며, 모형나무 5그루가 세워져 있다. 모형나무 바로 아래는 작고 흰 자갈들이 있다. 문화센터 라운지 휴게공간은 가공된 나무의자 한 종류, 테이블이 두 종류 있었고 작은 생화화분들이 있었다. 식당가 휴게공간에는 작은 바위 한곳, 그리고 자갈들이 두 곳 있으며, 또한 조화화단이 있었다. 특이한 점으로는 옥상에 위치한 장점으로 천창을 통해 자연채광의 효과가 있다. 기타공간으로 화장실 앞 휴게공간이 있으며, 옥외 휴게공간은 큰 바위와 가공된 나무테이블, 가공된 나무의자, 생화화단이 8군데 있었다. 실내 휴게공간들의 공통점은 모두 자연채광의 효과를 볼 수 없었고, 두 종류씩의 실내조명이 설치되었다.

(5) S백화점 본점

[표 3-10] 친환경요소가 적용된 휴게공간 분석V

	요소	상세 요소	화 장 실 안		엘 이 리 배 앞		에 레 스 이 옆		문 터 화 센 라 지		식당가		옥 외 공 간		전체 비교
			가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	
경 요 소	물	벽천												2	2
		연못												2	2
		분수												1	1
		수로										1			1
		수족													
	친 환	흙				4						1			5
		바위													
		자갈													
	돌	모래				4									4
	식 물	나 무	실 제 나 무	가 공	T1							C3	T1		T2
					C4								C1		C8
		화 분	자 연									C6			C6
			모 형 나 무												
	화 초	생 화	화 분			5		2		2		1			10
			조 화			1		2		3					6
		화 단	생 화										11		11
			조 화												
요 소	빛	실내 조명			2		2		2		3		3		1
		옥외 채광										0		0	

* 테이블(Table), 의자(Chair), 울타리(Fence)는 각각 T, C, F로 표기.

S백화점 본점은 벽천, 연못, 분수, 수로 등의 물 요소를 이용한 수공간이 총 6곳으로 가장 많았다. 흙과 돌 요소에서는 흙과 모래가 많이 사용되었으며, 식물 요소에서는 실체나무를 변형·가공한 두 종류의 테이블과 여덟 종류의 의자로 의자의 종류가 훨씬 많았다. 또한, 실체나무를 있는 자연 그대로 사용한 여섯 종류의 의자로 실체나무를 사용한 가구가 많았다. 또한, 생화화분과 생화화단 수가 조화 식물

들 보다 많음을 알 수 있다. 빛 요소는 실내조명이 총 4종류가 사용 되었으며, 백화점 내 휴게공간에는 자연채광이 없으며 옥외 휴게공간과 연결된 식당가와 옥외 휴게공간에서만 자연채광의 효과를 볼 수 있었다.

[표 3-11] S백화점 본점 공간사진사례 V

	엘리베이터 앞	에스컬레이터 옆	문화센터라운지	식당가	화장실 안	옥외공간
공간 사진						

엘리베이터 앞 휴게공간은 생화와 흙, 모래사용이 많았다. 에스컬레이터 옆 휴게공간과 문화센터라운지 휴게공간은 생화와 조화의 식물이 고루 사용되었다. 식당가 휴게공간은 수로가 조성된 수공간이 있으며 실제나무재료를 가공한 의자 3종류, 자연그대로의 형태 나무의자가 6종류 있었다. 또한 맨 위 층에 위치한 식당가는 특이한 점으로 내부공간과 외부공간이 연결되어 유리문을 통해 자연채광의 효과가 있었다. 기타 공간으로 화장실 안 휴게공간이 있었으며, 옥외공간은 벽천 2곳, 연못 2곳, 분수 1곳으로 수공간이 가장 많았던 휴게공간이며, 외부공간이므로 1곳의 생화화단이 있었다. 식당가를 제외한 다른 실내공간은 모두 실내조명이며 자연채광의 효과는 볼 수 없었다.

(6) H백화점 본점

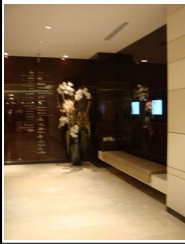
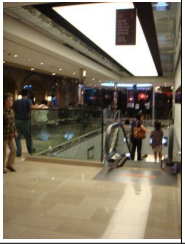
[표 3-12] 친환경요소가 적용된 휴게공간 분석VI

	요소	상세 요소	화 장 실 앞		엘 리 베 이 터 앞		에 스 켄 레 이 터 옆		식 당 가		옥 외 공 간		전체 비교
			가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	가구 재료	장식 요소	
친 환	물	벽천											
		연못											
		분수											
		수로											
		수족											
	돌	흙											
		바위							1				
		자갈							1				
		모래											
		벽돌											
경 요 소	식 물	나 무	실 제 나 무	가 공					C1		T1		T1
			자 연								C1		C1
		화 초	모 형 나 무										
			생 화 화 분			4			12		15		27
			조 화 화 분										4
	빛	실 내 조 명	생 화 화 단								2		2
			조 화 화 단										
			화 단										
	빛	옥 외 채 광	실 내 조 명		2	1		2	2		3		
			옥 외 채 광								0		

* 테이블(Table), 의자(Chair), 울타리(Fence)는 각각 T, C, F로 표기.

H백화점 본점은 바위와 자갈이 각각 한 곳씩 휴게공간에 마련되어 있었다. 또한 실제 나무를 가공하여 만든 의자와 테이블이 각각 한 종류씩 있었으며, 옥외공간에는 특별히 자연 그대로의 나무 형태의자가 한 종류 있었다. 식물요소로 생화화분이 27곳, 조화화분이 4곳, 생화화단이 2곳으로, 대체로 조화식물보다 생화식물이 휴게공간에 많이 있음을 알 수 있었다.

[표 3-13] H백화점 본점 공간사진사례Ⅵ

	엘리베이터 앞	에스컬레이터 앞	식당가	화장실 안	옥외공간
공간 사진					

엘리베이터 앞 휴게공간은 조화화분이 4곳 놓여있으며, 에스컬레이터 앞 공간에는 휴게공간으로써의 의자나 식물요소 등의 친환경요소가 없었다. 화장실 앞에도 휴게공간만 있었을 뿐, 어떠한 친환경 요소도 놓여있지 않았다. 식당가에는 휴게공간에 큰 바위와 자갈이 각각 한 군데씩 있었으며, 실제 나무를 가공하여 만든 의자가 한 종류 있었고, 생화화분이 일정한 간격으로 12군데 있었다. 규모가 큰 옥외공간에는 실제 나무를 가공하여 만든 의자와 테이블이 각 한 종류씩 놓여져 있었다. 주변에는 생화화분이 15곳, 생화화단 2곳이 있었다.

3.3. 사례 종합 분석

[표 3-14] 친환경요소가 적용된 여섯 곳 사례 전체 분석결과

	요 소	상세 요소	H 백화점				L 백화점				S 백화점			
			본점		무역센터점		본점		잠실점		강남점		본점	
			가구	장식	가구	장식	가구	장식	가구	장식	가구	장식	가구	장식
친 환 경 요 소	물	벽천												2
		연못						1						2
		분수												1
		수로												1
		수족								1				
	흙													5
	돌	바위		1	1	1		3		1				
		자갈		1		3		7		1				4
		모래												
	식 물	나 무	실 제 나 무	가 공	T1 C1	T4 C5		T2 C3 F1		T1 C1		C10		T2 C8
				자 연	C1					C1				C6
				모 형			5							
		화 초	화 분	생 화	27		3		7		5		17	10
				조 화	4		2		37		19		5	6
				생 화	2		8		1		3			11
				조 화			1		9					
	빛	실내 조명												
		옥외 채광												

* 테이블(Table), 의자(Chair), 울타리(Fence)는 각각 T, C, F로 표기.

국내 백화점 여섯 개 편의 휴게 공간 친환경요소 적용실태를 분석한 결과를 알아보았다.

대부분 수공간이 많이 제공되어 있지 않았으나, S백화점 본점에서 벽천, 연못, 분수,수로 등 다양한 종류의 물 장식요소가 다른 곳에 비해 여러 곳 설치되어 있었다.

흙 요소 또한 마찬가지로 거의 보기 힘들었으며, S백화점 본점에만 흙 장식을 볼 수 있었다. 돌 요소는 대부분 백화점에서 고루 사용되었고, S백화점 강남점에서는 돌 요소를 볼 수 없었다.

식물 요소는 생화와 조화가 고루 제공되었고, 특히 S백화점은 강남점과 본점 이 조화의 화분과 화단보다 생화의 식물이 많이 놓여 있는 게 특징이다. 반면, L백화점 본점과, L백화점 잠실점에서는 생화보다 조화가 보다 많이 놓여있다는 것을 볼 수 있다.

빛 요소는 모든 백화점 내부에서는 전무한 것으로 분석된다.

분석을 바탕으로 하여, 전반적으로 물, 흙과 돌, 식물요소 등이 백화점 여섯 곳에 고루 적용되어 있었으며 S백화점 본점이 다른 곳에 비교해서 수공간요소와 흙과 돌, 생화 식물 등이 많이 적용되어 있다는 것을 알 수 있다.



IV. 설문조사

1. 설문조사

1.1. 설문조사 방법

본 연구를 위한 설문조사는 사례대상지의 이전 현장조사를 기본으로 하였다.

본 연구는 일반인을 대상으로 하여 1회에 걸친 설문조사를 실시하였고, 기간은 2010년 7월 20일부터 8월 25일까지 조사되었으며, 설문지는 백화점별 각 30부씩 6 곳을 설문하고 분석 가능한 총 180부 전량을 회수하여 분석 자료로 사용하였다.

분석방법은 통계프로그램인 SPSS 12.0을 이용하여 빈도분석, 교차분석, 다중응답 분석을 통하여 분석결과를 추출하였다.

설문조사 분석 시 구분하여 결과를 얻은 부분의 종류는 응답자 일반적 사항분석, 친환경요소에 관한 인식 분석, 기타 서술형 문항 분석 등으로 나누어 분석하였다.

1.2. 설문조사 내용

설문조사의 내용은 응답자의 일반사항, 친환경요소에 관한 인식정도, 백화점 내 휴게공간의 환경현황과 개선의 필요성에 대한 사항, 백화점 내 휴게공간 환경에 대한 만족도, 추후 요구사항에 대한 항목으로 구분되었다.

설문 문항은 다음 [표 4-1]과 같다.

[표 4-1] 설문조사 구성내용

구분	분류	내용	문항
일반 사항	성별	- 남자 / 여자	5문항
	연령	- 20대 미만/ 20대/ 30대/ 40대/ 50대 이상	
	직업	- 직장인 및 자영업/ 전업주부/ 학생/ 미취업 또는 기타	
	최종학력	- 중졸이하/ 고졸/ 대졸(대학교재학 중 포함)/ 대졸이상	
	월 소득	-100만원 이상 200만원 미만 / 200만원 이상 300만원 미만/ 300만원 이상 400만원 미만/ 400만원 이상 500만원 미만/ 500만원 이상	
친환경 요소	친환경 요소에 관한 인식	친환경분야에 대한 관심정도 -전혀 관심없다/ 관심없다/ 보통이다/ 관심많다/ 매우 관심많다	6문항
		친환경요소에 대해 어느정도 인식 -전혀 모른다/ 모른다/ 보통이다/ 알고있다/ 많이 알고있다	
		친환경요소 도입에 관한 사항 -전혀 그렇지않다/ 그렇지않다/ 보통이다/ 그렇다/ 매우 그렇다	
		현 백화점 휴게공간의 환경에 대한 만족도 -매우불만족/ 불만족/ 보통이다/ 만족/ 매우만족	
		현 백화점 휴게공간에 도입된 친환경요소의 적절성 -그렇다/ 그렇지 않다	
		친환경요소가 도입된 공간에서의 휴식 희망여부 -전혀 그렇지않다/ 그렇지않다/ 보통이다/ 그렇다/ 매우 그렇다	
	친환경 요소 사진 예시를 통한 도입여부	친환경요소 예시를 통한 백화점 휴게공간의 도입 희망 여부 -매우불만족/불만족/보통이다/만족/매우만족	4문항
		친환경요소를 도입으로 인한 장점 -시각적,관상적으로 즐거울 것 같다/ 정신적,심리적으로 편안할 것 같다/건강에 도움을 줄 것 같다/ 기분이 좋아질 것 같다/ 기타	
		친환경요소를 도입으로 인한 단점 -요소의 특성 등으로 인해 상품의 품질에 영향을 줄 것 같다/ 관리 소홀로 인한 문제의 해충, 먼지 등으로 지저분할 것 같다/ 설치비용 등으로 번거로울 것 같다/ 부족한 공간으로 인하여 통행에 불편이 있을 것 같다/ 기타	
		친환경요소가 도입된 휴게공간에 고객이 머무르는 이유 -도시 속에 자연과 함께 할 시간이 부족하므로/ 정신적으로 맑아지는 기분이므로/ 친환경 요소를 보려고/ 휴게공간이 마련되어 있어서/ 기타	
		희망 공간 자유 선택 -벽천/ 연못/ 분수/ 천창/ 돌담/ 흙/ 나무/ 꽃	3문항
		희망 공간 선택 및 이유 -단순함이 좋아서/ 화려함이 좋아서/ 거주장스러움이 싫어서/ 조화로움이 좋아서/ 기타	
		추가 도입희망 친환경요소 (서술형)	

2. 설문조사 결과 및 분석

2.1. 응답자 일반적 사항 분석

설문조사 문항 중 응답자에 대한 일반적인 사항에 대한 통계는 빈도분석을 실시하였으며 그 결과는 다음 [표 4-2] 과 같다.

[표 4-2] 응답자 일반적 사항

항목		빈도	퍼센트(%)
성별	남자	70	38.9
	여자	110	61.1
	합계	180	100
연령	20대 미만	0	0
	20대	25	13.9
	30대	57	31.7
	40대	53	29.4
	50대 이상	45	25.0
	합계	180	100
직업	직장인 및 자영업	72	40.0
	전업주부	52	28.9
	학생	33	18.3
	미취업 또는 기타	23	12.8
	합계	180	100
학력	중졸이하	11	6.1
	고졸	50	27.8
	대졸(대학교 재학 중 포함)	81	45.0
	대졸이상	38	21.0
	합계	180	100
월소득	100만원 이상 200만원 미만	55	30.6
	200만원 이상 300만원 미만	57	31.7
	300만원 이상 400만원 미만	27	15.0
	400만원 이상 500만원 미만	21	11.7
	500만원 이상	20	11.1
	합계	180	100

성별분류는 응답자 180명 중 여자가 61.1%로 38.9%의 남자보다 높게 나타났다.

연령별로는 30대가 31.7%로 가장 많이 분포되었고, 40대 29.4%, 50대 이상이 25.0% 20대가 13.9%의 순으로 조사되었다.

직업별로는 직장인 및 자영업 40.0%, 전업주부 28.9%, 학생 18.3%, 미취업 또는 기타 12.8% 순으로 조사되었다.

학력별로는 대졸(대학교 재학 중 포함)이 45%로 가장 높게 나타났으며, 고졸 27.8%, 대졸이상 21.0%, 중졸이하 6.1%로 조사되었다.

월 소득별로는 200만원 이상 300만원 미만 31.7%로 가장 높았고, 100만원 이상 200만원 미만 30.6%, 그 다음 300만원 이상 400만원 미만 15.0%, 400만원 이상 500만원 미만 11.7%, 500만원 이상 11.1% 순으로 각각 조사 되었다.

2.2. 친환경요소에 관한 인식 분석

[표 4-3] 환경문제 혹은 친환경분야에 대한 관심정도

	빈도	퍼센트(%)
전혀 관심없다	13	7.2
관심없다	29	16.1
보통이다	57	31.7
관심많다	57	31.7
매우 관심많다	24	13.3
전체	180	100

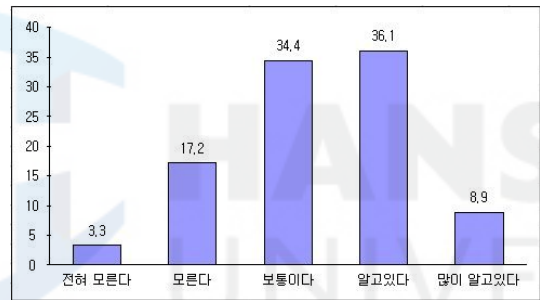


[그림 4-1] 환경문제 혹은 친환경분야에 대한 관심정도

평소 환경문제 혹은 친환경 분야에 어느 정도의 관심을 갖는지에 대한 질문에 대해 분석 결과, 관심 많다 31.7%와 보통이다 31.7%,가 같은 비율로 조사되었고, 관심 없다 16.1%, 매우 관심 많다 13.3% 전혀 관심 없다 7.2%의 순으로 조사되었다. 이에 환경문제와 친환경 분야에 관심을 갖는다는 대답이 다수의 의견으로 나타났음을 알 수 있다.

[표 4-4] 실내공간에 적용된 친환경요소에 대한 인지정도

	빈도	퍼센트(%)
전혀 모른다	6	3.3
모른다	31	17.2
보통이다	62	34.4
알고있다	65	36.1
많이 알고있다	16	8.9
전체	180	100

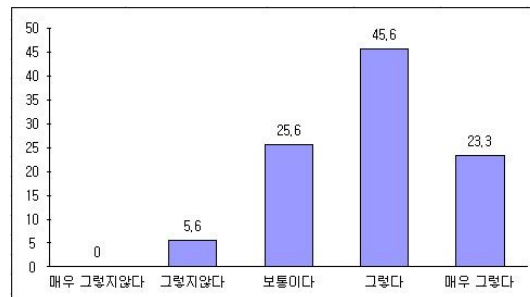


[그림 4-2] 실내공간에 적용된 친환경요소에 대한 인지정도

평소 실내의 공간에 적용된 친환경 요소에 대해 어느 정도 알고 있는지에 대한 분석 결과, 알고 있다 36.1%, 보통이다 34.4%, 모른다 17.2%, 많이 알고 있다 8.9%, 전혀 모른다 3.3% 순으로 각각 조사되었다.

[표 4-5] 백화점 휴게공간에 대한 친환경요소 도입 희망도

	빈도	퍼센트(%)
매우 그렇지않다	0	0
그렇지않다	10	5.6
보통이다	46	25.6
그렇다	82	45.6
매우 그렇다	42	23.3
전체	180	100



[그림 4-3] 백화점 휴게공간에 대한 친환경요소 도입 희망도

백화점 내 휴게공간에 친환경요소가 도입되기를 희망하는지에 대한 분석 결과, 그렇다 45.6%, 보통이다 25.6%, 매우 그렇다 23.3%, 그렇지 않다 5.6%순으로 분석 결과가 나타났다. 이에 백화점 휴게공간에 친환경요소가 도입되기를 희망하는 응답이 높은 것을 알 수 있다.

[표 4-6] 현재 백화점 내 휴게공간 환경에 대한 만족도

	빈도	퍼센트(%)
매우 불만족	23	12.8
불만족	49	27.2
보통이다	74	41.1
만족	34	18.9
매우 만족	0	0
전체	180	100

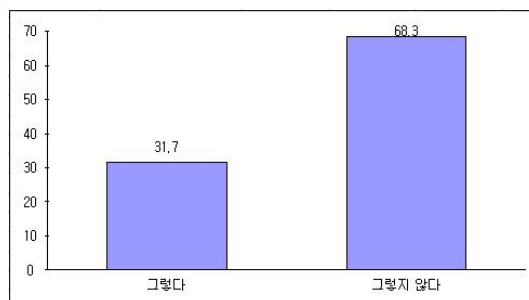


[그림 4-4] 현재 백화점 내 휴게공간 환경에 대한 만족도

평소 백화점 휴게공간의 환경에 대해 어느 정도 만족하는가에 대한 질문의 분석 결과, 보통이다 41.1%, 불만족 27.2%, 만족 18.9%, 매우 불만족 12.8%로 나타났다. 전체적으로 고객들이 백화점 휴게공간의 환경에 대해 만족하지 못하다는 응답을 많이 나타냈으며, 이는 백화점 휴게공간의 환경을 개선해야 한다는 의미를 보여준다.

[표 4-7] 현재 백화점 내 휴게공간에 도입된 친환경요소 적절도

	빈도	퍼센트(%)
그렇다	57	31.7
그렇지 않다	123	68.3
전체	180	100

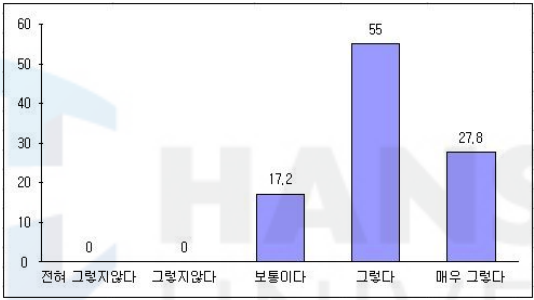


[그림 4-5] 현재 백화점 내 휴게공간에 도입된 친환경요소 적절도

현재 백화점 휴게공간에 도입된 친환경요소가 적절하다고 생각되는지에 대한 분석 결과, 그렇지 않다 68.3%, 그렇다 31.7%로 현재 백화점 휴게공간에 도입된 친환경 요소가 적절하지 않다고 생각하는 대답이 높았다. 이는 백화점 휴게공간에서 친환경 요소를 도입한 환경으로 개선해야 할 필요가 있다는 것을 보여준다.

[표 4-8] 친환경요소가 도입된 휴게공간에서의 휴식 희망도

	빈도	퍼센트(%)
전혀 그렇지않다	0	0
그렇지않다	0	0
보통이다	31	17.2
그렇다	99	55.0
매우 그렇다	50	27.8
전체	180	100

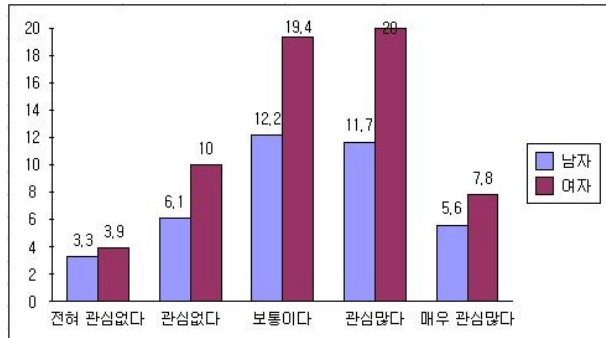


[그림 4-6] 친환경요소가 도입된 휴게공간에서의 휴식 희망도

친환경 요소가 도입된 백화점 휴게공간에서 휴식하기를 원하는지에 대한 질문의 분석 결과, 그렇다 55%로 가장 높았고, 매우 그렇다 27.8%, 보통이다 17.2%로 각각 조사되었다. 이는 친환경 요소가 도입된 백화점 휴게공간에서 휴식하기를 원한다는 응답이 높음으로써, 친환경 요소를 도입한 휴게공간의 개선방향이 필요하다는 것을 보여준다.

[표 4-9] 성별-환경문제 혹은 친환경분야에 대한 관심정도 간 교차분석

		전혀 관심없다	관심없다	보통이다	관심많다	매우 관심많다	전체
남자	빈도	6	11	22	21	10	70
	퍼센트(%)	3.3	6.1	12.2	11.7	5.6	38.9
여자	빈도	7	18	35	36	14	110
	퍼센트(%)	3.9	10.0	19.4	20.0	7.8	61.1
전체	빈도	13	29	57	57	24	180
	퍼센트(%)	7.2	16.1	31.7	31.7	13.3	100

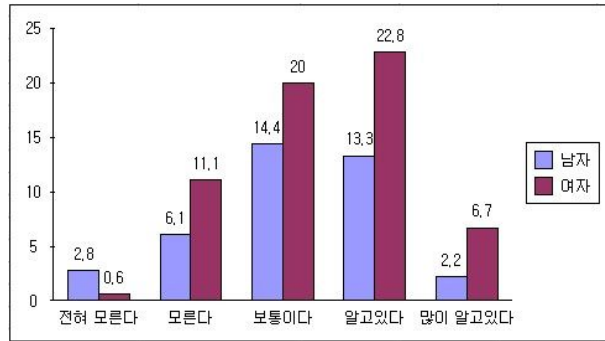


[그림 4-7] 성별-환경문제 혹은 친환경분야에 대한 관심정도 간 교차분석

성별과 환경문제 혹은 친환경 분야에 대한 관심정도 간의 교차분석의 결과는 [표 4-9]과 같다. 이 표에서 보듯이 성별과 환경문제 혹은 친환경 분야에 대한 관심정도 간에는 남자의 경우 보통이다 12.2%로 보통이다 응답이 높게 나왔으며, 여자의 경우 20.0%가 관심이 많다는 응답이 높게 나온 것으로 조사되었다.

[표 4-10] 성별-실내공간에 적용된 친환경요소에 대한 인지정도 간 교차분석

		전혀 모른다	모른다	보통이다	알고있다	많이 알고있다	전체
남자	빈도	5	11	26	24	4	70
	퍼센트(%)	2.8	6.1	14.4	13.3	2.2	39.9
여자	빈도	1	2	36	41	12	110
	퍼센트(%)	0.6	11.1	20.0	22.8	6.7	61.1
전체	빈도	6	31	62	65	16	180
	퍼센트(%)	3.3	17.2	34.4	36.1	8.9	100

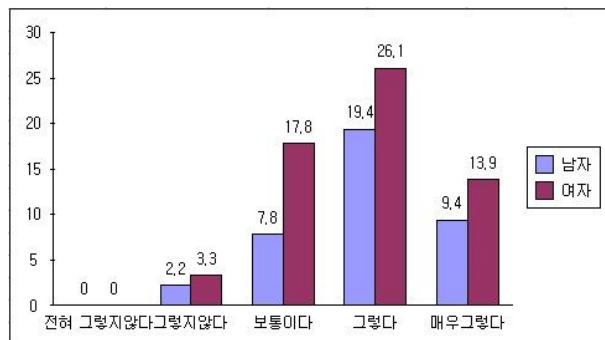


[그림 4-8] 성별-실내공간에 적용된 친환경요소에 대한 인지정도 간 교차분석

성별과 평소 실내의 공간에 적용된 친환경 요소에 대해 어느 정도 알고 있는지의 교차분석의 결과는 [표 4-10]과 같다. 이 표에서 보듯이 남자의 경우, 14.4%가 보통이다 라고 응답하였으며, 여성의 경우 22.8%가 알고 있다고 응답했다. 이는 실내의 공간에 적용된 친환경 요소에 대해 여성이 남성보다 인식하고 있다는 것을 알 수 있다.

[표 4-11] 성별-백화점 휴게공간에 대한 친환경요소 도입 희망도 간 교차분석

		전혀 그렇지않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	전체
남자	빈도	0	4	14	35	17	70
	퍼센트(%)	0	2.2	7.8	19.4	9.4	38.9
여자	빈도	0	6	32	47	25	110
	퍼센트(%)	0	3.3	17.8	26.1	13.9	61.1
전체	빈도	0	10	46	82	42	180
	퍼센트(%)	0	5.6	25.6	45.6	23.3	100

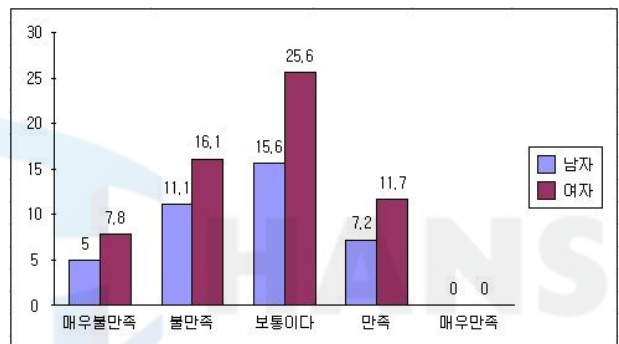


[그림 4-9] 성별-백화점 휴게공간에 대한 친환경요소 도입 희망도 간 교차분석

성별과 친환경요소 도입 희망도 간의 교차분석의 결과는 [표 4-11]과 같다. 이 표에서 보듯이 남자의 경우, 19.4%가 그렇다 라고 응답하였으며, 여성의 경우 26.1%가 그렇다 라고 응답했다. 이는 실내의 공간에 적용된 친환경 요소에 대해 여성이 남성보다 친환경요소 도입공간을 더욱 희망하고 있다는 것을 알 수 있다.

[표 4-12] 성별-현재 백화점 내 휴게공간 환경에 대한 만족도 간 교차분석

		매우불만족	불만족	보통이다	만족	매우만족	전체
남자	빈도	9	20	28	13	0	70
	퍼센트(%)	5.0	11.1	15.6	7.2	0	38.9
여자	빈도	14	29	46	21	0	110
	퍼센트(%)	7.8	16.1	25.6	11.7	0	61.1
전체	빈도	23	49	74	34	0	180
	퍼센트(%)	12.8	27.2	41.1	18.9	0	100

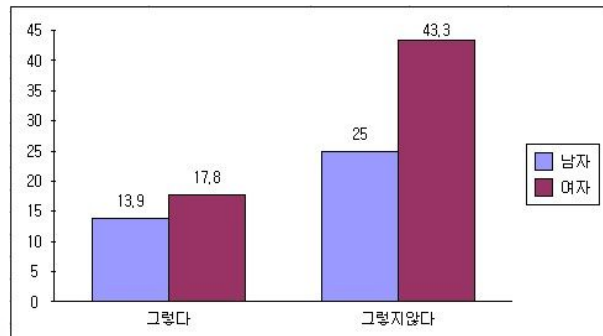


[그림 4-10] 성별-현재 백화점 내 휴게공간 환경에 대한 만족도 간 교차분석

성별과 백화점 내 휴게공간이 환경에 대한 만족도 간의 교차분석의 결과는 [표 4-12]과 같다. 이 표에서 보듯이 남자의 경우, 15.6%가 보통이다 라고 응답하였으며, 여성의 경우 25.6%가 보통이다 라고 응답했다. 특히, 매우만족 문항에는 응답수가 0%였으며 백화점 내 휴게공간의 환경에 대하여 만족한다는 응답보다 만족하지 못한 응답이 많은 것으로 보아, 이는 현 공간에 대하여 만족하지 못하다는 의미를 지닌다고 분석된다.

[표 4-13] 성별-현재 백화점 내 휴게공간에 도입된 친환경요소 적절도 간
교차분석

		그렇다	그렇지 않다	전체
남자	빈도	25	45	70
	퍼센트(%)	13.9	25.0	38.9
여자	빈도	32	78	110
	퍼센트(%)	17.8	43.3	61.1
전체	빈도	57	123	780
	퍼센트(%)	31.7	68.3	100

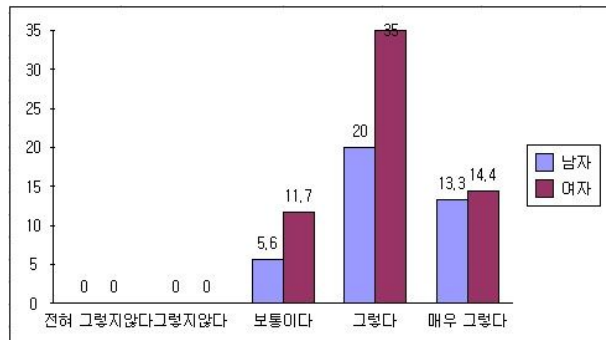


[그림 4-11] 성별-현재 백화점 내 휴게공간에 도입된 친환경요소 적절도 간
교차분석

성별과 백화점 휴게공간에 도입된 친환경요소 적절도 간의 교차분석의 결과는 [표 4-13]과 같다. 분석결과, 남자의 경우 절절치 않다 25.0%, 여자의 경우 43.3%가 적절치 않다고 응답하였다. 이것으로 보아 현 백화점 휴게공간에 도입된 친환경요소가 고객을 만족시키지 못하고 있으며 친환경 휴게공간으로써의 역할이 부족하다는 것을 알 수 있다.

[표 4-14] 성별-친환경요소가 도입된 백화점 휴게공간 휴식 희망도 간 교차분석

		전혀 그렇지않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	전체
남자	빈도	0	0	10	36	24	70
	퍼센트(%)	0	0	5.6	20.0	13.3	38.9
여자	빈도	0	0	21	63	26	110
	퍼센트(%)	0	0	11.7	35.0	14.4	61.1
전체	빈도	0	0	31	99	50	180
	퍼센트(%)	0	0	17.2	55.0	27.8	100



[그림 4-12] 성별-친환경요소가 도입된 백화점 휴게공간 휴식 희망도 간 교차분석

성별과 친환경요소가 도입된 백화점 휴게공간 휴식 희망도 간의 교차분석의 결과는 [표 4-14]과 같다. 남자의 경우 20.0%가 그렇다, 여자의 경우 35.0% 그렇다 라고 응답하였다. 남자, 여자 모두 그렇다 라는 응답이 제일 높게 나왔으며, 이는 친환경요소가 도입된 백화점 휴게공간에서 휴식하기를 희망한다는 것을 보여준다.

[표 4-15] 연령-환경문제 혹은 친환경분야에 대한 관심정도 간 교차분석

		전혀 관심없다	관심없다	보통이다	관심많다	매우 관심많다	전체
20대 미만	빈도	0	0	0	0	0	0
	퍼센트(%)	0	0	0	0	0	0
20대	빈도	0	0	9	12	4	25
	퍼센트(%)	0	0	5.0	6.7	2.2	13.9
30대	빈도	5	11	20	12	9	57
	퍼센트(%)	2.8	6.1	11.1	6.7	5.0	31.7
40대	빈도	5	9	11	16	6	45
	퍼센트(%)	2.8	5.0	9.4	9.4	2.8	29.4
50대 이상	빈도	3	9	11	16	6	45
	퍼센트(%)	1.7	5.0	6.1	8.9	3.3	25.0
전체	빈도	13	29	57	57	24	45
	퍼센트(%)	7.2	16.1	31.7	31.7	13.3	100

연령과 친환경요소에 대한 관심도 간의 교차분석의 결과는 [표 4-15]과 같다.
20대는 관심많다 6.7%, 30대 보통이다 11.1%, 40대 보통이다 와 관심많다 9.4%로 같은 비율의 응답이 나왔고, 50대 이상은 8.9% 관심많다 라는 응답이 많이 나왔다. 결과적으로 보통이다 와 관심많다 라는 응답이 각각 31.7%로 같은 비율로 조사되었다.

[표 4-16] 연령-실내공간에 적용된 친환경요소에 대한 인지정도 간 교차분석

		전혀 모른다	모른다	보통이다	알고있다	많이 알고있다	전체
20대 미만	빈도	0	0	0	0	0	0
	퍼센트(%)	0	0	0	0	0	0
20대	빈도	0	0	12	11	2	25
	퍼센트(%)	0	0	6.7	6.1	1.1	13.9
30대	빈도	3	11	17	18	8	57
	퍼센트(%)	1.7	6.1	9.4	10.0	4.4	31.7
40대	빈도	1	10	19	19	4	53
	퍼센트(%)	0.6	5.6	10.6	10.6	2.2	29.4
50대 이상	빈도	2	10	14	17	2	45
	퍼센트(%)	1.1	5.6	7.8	9.4	1.1	25.0
전체	빈도	6	31	62	65	16	180
	퍼센트(%)	3.3	17.2	34.4	36.1	8.9	100

연령과 실내 공간 적용된 친환경요소 인지정도 간 교차분석의 결과는 [표 4-16]과 같다. 20대는 실내 공간에 적용된 친환경요소에 대해 6.7% 보통이다 라는 응답이 가장 많이 나왔으며, 30대는 알고 있다 10.0%, 40대는 보통이다 와 알고 있다 각각 같은 비율로 10.6% 응답하였으며, 50대 이상은 9.4%가 알고 있다 라고 응답하였다.

[표 4-17] 연령-백화점 휴게공간에 대한 친환경요소 도입 희망도 간 교차분석

		매우 그렇지않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	전체
20대 미만	빈도	0	0	0	0	0	0
	퍼센트(%)	0	0	0	0	0	0
20대	빈도	0	0	1	11	13	25
	퍼센트(%)	0	0	0.6	6.1	7.2	13.9
30대	빈도	0	2	18	26	11	57
	퍼센트(%)	0	1.1	10.0	14.4	6.1	31.7
40대	빈도	0	3	14	25	11	53
	퍼센트(%)	0	1.7	7.8	13.9	6.1	29.4
50대 이상	빈도	0	5	13	20	7	45
	퍼센트(%)	0	2.8	7.2	11.1	3.9	25.0
전체	빈도	0	10	46	82	42	180
	퍼센트(%)	0	5.6	25.6	45.6	23.3	100

연령과 백화점 휴게공간에 대한 친환경요소 도입 희망도 간 교차분석 결과는 [표 4-17]과 같다. 20대는 7.2%가 매우 그렇다는 대답을 하였고, 30대는 14.4%가 그렇다, 40대는 13.9%, 50대는 11.1%가 그렇다고 응답하였으며, 전체적으로 친환경요소가 도입된 백화점 휴게공간을 희망한다는 응답이 45.6%, 매우 희망한다는 응답이 23.3%로 조사된 것으로 보아, 대부분이 희망하는 것으로 분석되었다.

[표 4-18] 연령-현재 백화점 내 휴게공간 환경에 대한 만족도 간 교차분석

		매우 불만족	불만족	보통이다	만족	매우 만족	전체
20대 미만	빈도	0	0	0	0	0	0
	퍼센트(%)	0	0	0	0	0	0
20대	빈도	3	7	11	4	0	25
	퍼센트(%)	1.7	3.9	6.1	2.2	0	13.9
30대	빈도	5	18	21	13	0	57
	퍼센트(%)	2.8	10.0	11.7	7.2	0	31.7
40대	빈도	7	12	29	5	0	53
	퍼센트(%)	3.9	6.7	16.1	2.8	0	29.4
50대 이상	빈도	8	12	13	12	0	45
	퍼센트(%)	4.4	6.7	7.2	6.7	0	25.0
전체	빈도	23	49	74	34	0	180
	퍼센트(%)	12.8	27.2	41.1	18.9	0	100

연령과 현재 백화점 내 휴게공간 환경에 대한 만족도 간 교차분석 결과는 [표 4-18]과 같다. 대부분이 매우 만족 문항에는 응답을 하지 않았으며, 보통이다 라는 응답이 20대는 6.1%, 30대는 11.7%, 40대는 16.1%, 50대는 7.2%로 조사되었고, 다음 불만족이 전체의 27.2%를 차지하는 것으로 보아, 현재 백화점 내 휴게공간 환경에 대해 대부분이 만족하지 못하는 것으로 보여진다.

[표 4-19] 연령-현재 백화점 휴게공간에 도입된 친환경요소 적절도 간 교차분석

		그렇다	그렇지 않다	전체
20대 미만	빈도	0	0	0
	퍼센트(%)	0	0	0
20대	빈도	9	16	25
	퍼센트(%)	5.0	8.9	13.9
30대	빈도	18	39	57
	퍼센트(%)	10.0	21.7	31.7
40대	빈도	13	40	53
	퍼센트(%)	7.2	22.2	29.4
50대 이상	빈도	17	28	45
	퍼센트(%)	9.4	15.6	25.0
전체	빈도	57	123	180
	퍼센트(%)	31.7	68.3	100

연령과 현재 백화점 휴게공간에 도입된 친환경요소 적절도 교차분석의 결과는 [표 4-19]과 같다. 40대가 22.2%로 현재 백화점 휴게공간에 도입된 친환경요소가 적절하지 않다고 가장 높은 비율로 응답하였으며, 30대 21.7%, 50대 15.6%, 20대 8.9% 순으로 적절하지 못하다고 응답하였다.

[표 4-20] 연령-친환경요소가 도입된 백화점 휴게공간 휴식 희망도 간 교차분석

		전혀 그렇지않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	전체
20대 미만	빈도	0	0	0	0	0	0
	퍼센트(%)	0	0	0	0	0	0
20대	빈도	0	0	2	15	8	25
	퍼센트(%)	0	0	1.1	8.3	4.4	13.9
30대	빈도	0	0	14	32	11	57
	퍼센트(%)	0	0	7.8	17.8	6.1	31.7
40대	빈도	0	0	11	26	16	53
	퍼센트(%)	0	0	6.1	14.4	8.9	29.4
50대 이상	빈도	0	0	4	26	15	45
	퍼센트(%)	0	0	2.2	14.4	8.3	25.0
전체	빈도	0	0	31	99	50	180
	퍼센트(%)	0	0	17.2	55.0	27.8	100

연령과 친환경요소가 도입된 백화점 휴게공간 휴식 희망도 간 교차분석 결과는 [표 4-20]과 같다. 대부분 응답이 그렇다 문항이 많았는데 이에 20대는 8.3%, 30대는 17.8%, 40대는 14.4%, 50대 이상 14.4%로 절반 이상이 친환경요소가 도입된 백화점 휴게공간 휴식하기를 희망한다는 응답을 하였다. 매우 그렇다 라는 응답이 전체의 27.8%를 차지하는 것으로 보아 대부분이 희망하는 것으로 분석된다.

[표 4-21] 친환경요소가 도입된 휴게공간에 고객이 머무르는 이유-다중응답분석

		선택	비선택	전체
도시속에 자연과 함께 할 시간이 부족하므로	빈도	87	93	180
	퍼센트(%)	51.7	48.3	100
정신적으로 맑아지는 기분이므로	빈도	69	111	180
	퍼센트(%)	38.3	61.7	100
친환경요소를 보려고	빈도	24	156	180
	퍼센트(%)	13.3	86.7	100
휴게공간이 마련되어 있어서	빈도	87	93	180
	퍼센트(%)	48.3	51.7	100
기타	빈도	0	180	180
	퍼센트(%)	0	100	100

친환경요소가 도입된 휴게공간에 고객이 머무르는 이유는 다중응답분석으로써 빈도분석을 통해 조사되었다. 백화점 내 친환경요소가 도입된 휴게공간에 고객이 머무는 이유 중 도시 속에 자연과 함께 할 시간이 부족하므로 라는 응답이 51.7%로 가장 많았으며, 정신적으로 맑아지는 기분이므로 라는 응답이 38.3%, 휴게공간이 마련되어 있어서 48.3%, 친환경요소를 보려고 13.3% 순으로 조사되었다. 백화점 고객들이 친환경요소를 보려고 친환경요소가 도입된 휴게공간에 머무는 이유는 적지만 도시 속에 자연과 함께 할 시간이 부족하므로 라는 문항에 응답률이 높은 것으로 보아 친환경요소가 도입되어져야 한다는 필요성이 있다는 것을 알 수 있다.

[표 4-22] 친환경요소 도입으로 인한 장점-다중응답분석

		선택	비선택	전체
시각적, 관상적으로 즐거울 것 같다	빈도	65	115	180
	퍼센트(%)	36.1	63.9	100
정신적, 심리적으로 편안할 것 같다	빈도	87	93	180
	퍼센트(%)	48.3	51.7	100
건강에 도움을 줄 것 같다	빈도	70	110	180
	퍼센트(%)	38.9	61.1	100
기분이 좋아질 것 같다	빈도	70	110	180
	퍼센트(%)	38.9	61.1	100
기타	빈도	0	180	180
	퍼센트(%)	0	100	100

친환경 요소가 백화점 휴게공간에 도입됨으로 이해 어떠한 장점이 있는지에 관하여 다중응답분석으로써 빈도분석을 통해 조사되었다. 분석결과, 정신적, 심리적으로 편안할 것 같다 48.3%, 건강에 도움을 줄 것 같다 와 기분이 좋아질 것 같다 응답이 각 38.9%로 동일한 응답률을 보였고, 시각적, 관상적으로 즐거울 것 같다 36.1% 순으로 조사되었다.

[표 4-23] 친환경요소 도입으로 인한 단점-다중응답분석

		선택	비선택	전체
요소의 특성 등으로 인해 상품의 품질에 영향을 줄 것 같다	빈도	62	118	180
	퍼센트(%)	34.4	65.5	100
관리 소홀로 인한 문제의 해충, 먼지 등으로 지저분할 것 같다	빈도	115	65	180
	퍼센트(%)	63.9	36.1	100
설치비용 등으로 번거로울 것 같다	빈도	60	120	180
	퍼센트(%)	33.3	66.7	100
부족한 공간으로 인하여 통행에 불편이 있을 것 같다	빈도	67	113	180
	퍼센트(%)	37.2	62.8	100
기타	빈도	0	180	180
	퍼센트(%)	0	100	100

친환경 요소가 백화점 휴게공간에 도입됨으로 이해 어떠한 장점이 있는지에 관하여 다중응답분석으로써 빈도분석을 통해 조사되었다. 분석결과, 가장 높은 응답률로 관리 소홀로 인한 문제의 해충, 먼지 등으로 지저분할 것 같다는 응답이 63.9%, 그 다음, 부족한 공간으로 인하여 통행에 불편이 있을 것 같다 37.2%, 요소의 특성 등으로 인해 상품의 품질에 영향을 줄 것 같다 34.3%, 설치비용 등으로 번거로울 것 같다 33.3% 순으로 조사되었다. 이는 소비자가 직접 친환경요소를 도입하길 바란다는 요구를 하고 있지는 않지만 친환경요소의 필요성에 대해 인지하고 있다는 것을 알 수 있다.

2.3. 기타 서술형 문항 분석

[표 4-24] 친환경요소 도입에 관한 기타 의견

			내용	퍼센트(%)	퍼센트(%)
친 환 경 요 소	흙과 돌		황토길, 발지압도로, 황토, 숯, 자연석, 맨발로 흙 밟기	39.2	97.8
	빛		썬큰 등 빛을 받아들일 수 있는 공간, 자연광을 받을 수 있는 돔	6.8	
	기 타	향	천연향 도입 (풀냄새, 흙냄새, 꽃 향)	9.8	
		생물	물고기, 곤충, 동물 (조류)	12.6	
		소리	자연의 소리 (물소리, 새소리, 바람에 잎이 흔들리는 소리, 바람소리)	24.4	
		공기	공기정화시설	5	
시설 요소	식수대, 오락기, 자연관련 프로그램 TV설치			1.2	2.2
기타	재활용으로 만들어진 친환경적인 요소			1	

서술형 답으로 추가 기존환경시설 외 백화점 휴게 공간에 도입되어지기 희망하는 친환경요소를 알아본 결과, [표 4-24]와 같이 친환경요소와 시설요소로 크게 나뉘어 볼 수 있었다. 친환경요소를 도입한다면 흙과 돌, 소리, 생물, 향, 빛, 공기 순으로 선호하였다.

흙과 돌 요소는 39.2%의 높은 비율로 황토길, 발지압도로, 숯, 자연석, 맨발로 흙 밟기 체험을 할 수 있기를 희망했다. 소리 요소는 24.4%로 자연의 소리가 도입되기를 희망했다. 소리는 물소리, 새소리, 바람소리, 바람에 잎이 흔들리는 소리 등 자연의 소리를 직접듣기를 희망하는 응답이 있었으며, 생물 요소는 12.6%로 실제로 살아있는 물고기, 곤충, 동물(조류)등의 생물과 가까이 하길 희망하였다. 향 요소는 9.8%의 응답이 천연향의 도입이 필요하다고 답하였고, 천연향으로는 풀냄새, 흙냄새, 꽃 향의 도입을 희망하였다. 빛 요소로는 썬큰 등 빛을 받아들일 수 있는 공간, 자연광을 받을 수 있는 돔을 도입 희망하는 응답이 6.8%였고, 공기 요소로 공기정화시설로 맑은 공기가 유지되기를 원하는 응답이 5.0%였다.

기타요소로는 식수대, 오락기, 자연관련 프로그램 TV설치가 2.6%, 기타 재활용으로 만들어진 친환경요소를 도입하길 희망하는 응답이 1%로 나타났다.

전체적인 응답을 알아본 결과, 기타 친환경요소를 도입 희망하는 응답이 97.8%, 기타시설요소 도입희망 응답이 2.2%이었다. 이를 바탕으로 휴게공간 이용하는 많은 고객 대부분이 친환경요소를 도입하기를 원하는 것을 알 수 있다.



3. 소결

백화점을 이용하는 고객을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

설문지를 통하여 백화점 휴게공간 내에 적용된 친환경요소에 대한 인지정도, 친환경요소 도입 희망도, 친환경요소 도입 만족도 등을 알 수 있었다.

설문지의 내용을 분석한 결과를 종합해 보면 다음과 같다.

첫째, 백화점을 이용하는 고객들이 환경문제 혹은 친환경분야에 대하여 76.7%이상 관심을 갖고 있다고 응답했다. 이는 고객들이 백화점 휴게공간의 친환경요소에 대하여 필요성에 대해 직접 논하지는 않으나 많은 관심을 가지고 있다는 것으로 보아, 친환경요소가 고객에 가까이 있을 필요성을 보여주는 것으로 여겨진다.

둘째, 고객들이 평소 실내의 공간에 적용된 친환경요소(물, 흙과 돌, 식물, 빛 요소 등)에 대해 대부분 알고 있다고 응답했다. 이는 고객들이 백화점 휴게공간을 이용하면서 그 공간의 환경에 대해 느끼고, 생각하고, 만족과 불만족을 판단하고 있다는 것으로 보여 진다. 특히, 성별과의 교차분석을 통한 결과를 보면 여자의 경우 남자보다 알고 있다는 응답이 많았던 것으로 보아, 여성이 공간 환경에 대해 알고 있음을 알 수 있다. 또한, 연령과의 교차분석을 통한 결과를 보면 30대~50대 이상 까지 알고 있음을 보여준다. 백화점을 많이 이용하는 고객일수록 더 많이 느끼고 있다는 것을 알 수 있다.

셋째, 평소 백화점 내 휴게공간의 환경에 대하여 만족도를 알아본 결과, 81.1%이상 만족하지 않다는 응답률이 높은 것으로 나타났다. 이는 현재 휴게공간의 환경이 고객들의 만족수준에 크게 미치지 못하고 있는 상황이며 빠른 시일에 고객을 위한 환경을 제공해야 한다는 것을 보여준다.

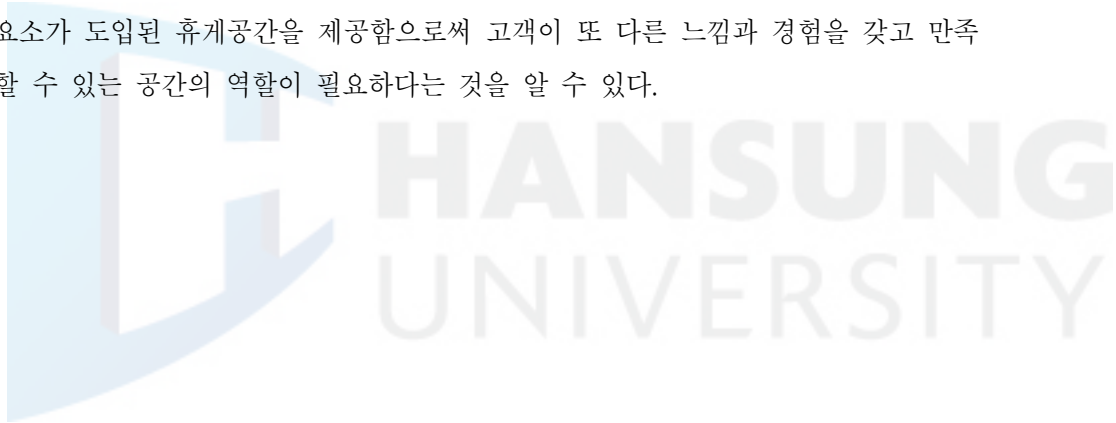
넷째, 고객들을 상대로 현재 백화점 휴게공간에 도입된 친환경요소가 적절한가에 대해 분석한 결과, 그렇지 않다는 응답률이 과반수를 넘는 것으로 나타났다.

남자와 여자 성별에 관계없이 모두 현재 백화점 휴게공간 환경이 적절치 못하다고

응답하였고, 20대 부터 50대 이상 까지 연령이 가장 많이 적절치 못하다고 응답하였다. 이는 휴게공간 환경에 친환경요소를 도입하여 개선된 공간으로써 제공되어야 할 필요가 있다는 것을 보여준다.

다섯째, 백화점 휴게공간에 친환경요소가 도입되기를 희망한다는 것을 고객들의 응답이 높음을 통해 알 수 있다. 이는 성별에 상관없이 남자와 여자 모두 친환경요소가 도입되기를 원했다. 이와 비슷한 맥락의 질문에서의 친환경요소가 도입된 백화점 휴게공간에서 휴식하기를 원한다는 응답이 과반수를 넘어 백화점 휴게공간에 친환경 요소가 도입된 공간에서 휴식하기를 많은 고객이 희망하였고, 남자 여자 모두 이와 같은 응답을 하는 것으로 나타났다.

이러한 결과한 의하면 현재 백화점을 이용하는 고객들의 문화 환경 수준이 점차 높아지고 있는데 반해 휴게공간 부분에 있어서는 고객을 만족시키지 못하는 상황이라는 것을 알 수 있다. 일차원적인 대기형태의 휴게공간의 기능을 넘어 친환경요소가 도입된 휴게공간을 제공함으로써 고객이 또 다른 느낌과 경험을 갖고 만족할 수 있는 공간의 역할이 필요하다는 것을 알 수 있다.



V. 개선안 제안 및 종합고찰

1. 개선안 제안

본 개선안 제안은 사례연구를 통한 백화점 총 6관 중, 휴게공간에 친환경 요소가 요소별로 적어도 한 가지 반드시 포함을 하는 경우를 잘되었다고 분류하였고, 한 가지라도 포함을 하지 않는 경우를 부족하다고 분류하였다. 이에 따른 부족한 백화점 휴게공간의 개선을 위한 제안을 해보고자 한다.

(1) S백화점 강남점 개선안

이곳의 휴게공간은 수공간요소와 흙과 돌 요소의 두 요소가 한 곳도 적용되지 못한 것에서 부족하다고 분류되어 개선안에 포함되었다.

[표 5-1] S백화점 강남점 개선안

	휴게공간	현재	개선안	개선제안사례
수공간요소	엘리베이터 앞	액자나 화분하나 놓여있지 않아 삭막한 분위기가 연출되었는데 이런 공간에야말로 친환경 요소가 절실히 필요	의자뒤쪽 벽을 이용한 수공간요소의 벽천이나 바닥의 변두리부분에 수로를 만들고 강화유리로 마감하여 수공간을 제공	
흙과돌요소	문화센터 라운지	흙과 돌요소의 경우, 작은 입자들로 인하여 관상적으로나 기능적으로 이용하기에 어려운 이유로 제한이 있어서 다양하게 쓰이지 못함	원형의자 뒤편의 둥근 형태 벽에 다양한 모양의 자갈을 섞어 고객들이 앉아서 등을 받치며 지압의 효과를 낼 수 있으며, 바닥에도 전체 분위기에 맞게 밝은 색의 흰 돌을 깔아 지압 등 다양한 효과 기대	

식 물 요 소	화 장 실 앞	화장실 진입로 조화화분 한 곳이 설치되어 삭막한 분위기	화장실로 진입하는 공간 이 좁아 관리문제와 기능 적으로 좁고 어두운 빛에 서도 잘 자라나는 드라세 나맛상게아나(행운목) 또 는, 네프롤레피스오블리테 라타 등의 규모가 작은 식물을 선반에 놓아 ·공 간을 넓게 활용할 수 있 는 개선안이 필요	
	에 스 컬 레 이 터 옆	단순히 유리막 뒤 에 놓인 의자로 답	공간에 원형의자들과 유 리막 사이 바닥부분에 실 제 화단을 놓아 고객들의 휴게공간의 환경을 더욱 쾌적하게 조성	



HANSUNG
UNIVERSITY

(2) H백화점 무역센터점 개선안

이곳의 휴게공간은 수공간요소의 친환경요소가 적용되지 못하였고, 휴과 돌 요소, 그리고 식물요소에서 실재나무의 쓰임이 부족하여 개선안에 포함되었다.

[표 5-2] H백화점 무역센터점 개선안

	휴게공간	현재	개선안	개선제안사례
수공간요소	에스컬레이터 옆	같은 형태와 크기의 의자들만 놓여 있는 공간	획일적으로 길게 늘어선 의자들과 기둥사이 벽에 얇은 수족이 제공될 수 있다. 또는 실내에 공간적인 부담 없이 설치 할 수 있는 기능의 벽천요소를 놓아 부족한 수공간요소 보완	
휴과돌요소	엘리베이터 앞	조화화분만 한 두 곳 놓여 진 전형적인 휴게공간	테이블과 의자를 놓는 위치의 밑에 휴을 놓고 강화유리로 마감을 하여 작은 자연의 공간을 제공 할 수 있으며, 다양한 모양의 작은 바위들을 연결해 시각적으로 재미있고 신선한 휴게공간을 조성	
식물요소	화장실 앞	좁은 공간에 큰 조화화분을 놓아 공간부족의 문제를 야기시킴	작은 화단들을 붙여놓아 시각적으로 유쾌하고 공간기능이 원활할 수 있도록 하는 개선안 필요	
	엘리베이터 앞	층마다 놓여 진 테이블과 의자가 모두 통일되지 않고 각각 어울리지 않는 재료로 가공되어진 가구가 놓여 짐	실재나무의 원통의자나 테이블을 놓아두어 휴게공간을 이용하는 고객을 심리적으로 편안하고 안정될 수 있도록 조성	

(3) H백화점 본점 개선안

이곳의 휴게공간은 수공간요소의 친환경요소가 적용되지 못하였고, 휴과 돌 요소의 쓰임이 부족하여 개선안에 포함되었다.

[표 5-3] H백화점 본점 개선안

	휴게공간	현재	개선안	개선제안사례
수공간요소	에스컬레이터 옆	다른 백화점과 다르게 의자와 테이블이 거의 놓여있지 않았으며 친환경요소 또한 제공되지 않음	엘리베이터를 타고 올라오며 위를 볼 수 있는 유리막 부분에 작은 벽천이나 연못이 놓여진다면 부족한 수공간요소가 보완될 수 있는 개선안	
휴과돌요소	엘리베이터 앞	식물요소인 화분 하나만 놓인 상태	두 가지 이상의 요소가 조화를 이루는 것이 효과적일 것이며 나무가 놓여져 있는 위치와 함께 부채꼴 모양으로 자갈 및 모래를 섞어 휴위에 같이 연출하면 더욱 쾌적한 공간 조성	
식물요소	화장실 안	다른 백화점 화장실 휴게공간과 달리 식물요소가 하나도 놓여있지 않음	플라스틱 의자를 없애고, 그 자리에 미니화단을 만드는 방법	

2. 종합고찰

본 연구는 국내 백화점의 휴게공간 환경의 현황을 제대로 파악하고 보다 발전적인 환경을 구축하기 위한 학술적 접근을 이루고자 하였다. 백화점은 상업시설이지만 공공의 이익에 영향을 받으며 개인적 부의 창출만을 위한 수단은 될 수 없기에 다양한 대상들의 사회적 참여가 보다 올바르게 이루어질 수 있도록 해야 하는 사회적 의무가 수반되어야 한다. 무엇보다 국내 백화점의 휴게공간 환경에 대한 선행연구가 미비한 점과 친환경 휴게공간에 대한 전문자료가 부족하다는 점에서 근본적 기초 자료를 제시하는데 목적을 두었다.

또한 이러한 초기의 연구에는 전반적인 사회의 의식을 파악하여 본 연구의 배경이나 문제제기, 현황에 대한 의식도 역시 중요한데 그러한 의식들 역시 연구의 진행에 반영시켰다.

우선 휴게공간에 대한 객관적, 포괄적인 큰 틀과, 세부적으로 친환경요소 적용 가능한 내용들로 친환경요소와 휴게공간, 친환경요소 및 휴게공간에 관한 선행연구 및 전문자료들을 하위개념으로 평가 기준표를 도출하였다. 도출된 평가 기준표로 국내 백화점 중 대표적으로 꼽히는 대상지를 방문하여, 항목별로 조사·연구 하였으며, 평가 기준표의 내용을 바탕으로 백화점을 방문한 고객들을 대상으로 방문 중인 백화점 휴게공간 환경에 관한 일반적 사항 및 만족도 등에 대하여 설문조사를 하였다. 수공간 요소, 흙과 돌 요소, 식물 요소, 빛 요소, 기타 요소 등 각 항목별로 조사한 결과, 설문 응답에서 추가 요구사항으로 흙과 돌의 다양한 쓰임을 위한 도입, 자연채광의 도입, 청각 및 후각요소 도입, 디지털 영상이미지 요소들을 도입 희망하는 요구사항으로 나타났다. 각 환경 현황과 설문 결과 내용을 종합 해 보면 다음과 같다.

첫째, 대부분의 고객들이 기타 서술형 문항에서 흙과 돌 요소에서 황토길, 발지압, 자연석 등이 도입되기를 39.2%의 비율로 가장 높게 희망했다. 이는 실제 백화점 사례 연구 시 에도 흙과 돌 요소가 가장 적었으며, 설문결과로도 보아 고객들도 흙과 돌 요소의 도입이 부족함을 느끼고 있었다. 이러한 환경을 개선시키기 위해 흙과 돌의 다양한 도입과 활용이 제시되어야 한다.

둘째, 기존 사례연구를 통해 백화점 실내에 빛의 효과가 전무한 것으로 보아, 고

객들이 다른 친환경 요소보다 빛 요소를 느낄 수 있는 기회를 갖기가 어려움을 알 수 있다. 설문조사에서도 고객들이 빛에 대하여 자연광을 느낄 수 있도록 희망한다는 답변이 6.8%로 나타나 실내에도 빛을 도입하여 환경을 개선될 수 있도록 방안이 요구된다.

셋째, 고객들이 청각과 후각의 감각을 통해 자연을 느낄 수 있도록 희망하는 답변이 각각 24.4%, 9.8%로 나타났다. 도시 속에 실제 자연을 느낄 수 없는 상황에서 풀냄새, 흙냄새, 물소리, 새소리, 바람소리 등 작은 부분에서 자연을 느끼며 함께하기를 희망했다. 이를 보완하기 위한 노력이 필요하다.

넷째, 다른 친환경 요소보다 넓은 공간이 요구되는 수공간은 기존 사례연구 분석시, 많이 부족하게 설치되어 있다는 것을 알 수 있다. 설치되어있는 공간이라고 해도 대부분 옥외공간을 이용한 수공간을 접할 수 있었는데 실내 작은 공간이라도 할애하여 다양한 연출법으로 고객의 편의를 위해 제공될 방안이 요구된다.



VI. 결론

백화점 실내공간 구성에서 고객을 위한 휴게공간은 고객이 단순히 휴식을 취하는 기능 뿐 만이 아니라 휴게공간을 이용함으로써 인해 쇼핑 만족도를 높여 줄 수 있으며 상품 판매를 증진 시켜줄 수 있는 중간 역할을 하고 있다. 또한 고객의 편의를 위한 휴식공간의 개념이 강조되어 고객이 즐겁게 쇼핑을 하고 정서적으로도 즐거움을 제공받을 수 있는 서비스 공간의 기능을 지닌다. 삶의 질과 문화수준이 높아짐에 따라 백화점 내 휴게공간의 필요성과 이용도도 높아지고 있다. 이에 비해 환경적인 면에서 휴게공간의 환경은 고객의 수준과 희망정도에 미치지 못하고 있는 실정이다.

이에 본 연구는 백화점 내 휴게공간의 현황과 특성을 파악하고, 공간의 문제점에 대해 알아보고, 설문조사를 통해 고객들에 대해 현 백화점 내 휴게공간 환경의 만족도와 적절도, 휴식 희망도 등을 분석하여 백화점 내에서 휴게공간으로의 보다 나은 환경을 위한 방안을 제시하고자 하였다.

위와 같은 연구 방법을 통해 결론을 종합해 보면 다음과 같다.

첫째, 흙과 돌의 다양한 도입이다.

현재 백화점 내 휴게공간에 있는 흙과 돌의 요소를 분석한 결과, 화단이나 화분 내 소량으로 제공되어 있는 것으로 부족한 요소라는 것을 알 수 있었다. 고객들 또한 흙과 돌의 요소에서 더욱 도입이 되기를 희망한다는 응답을 하였다. 흙과 돌의 요소를 단순히 식물의 성장을 돕기 위한 요소일 뿐만이 아니라, 화장실로 연결되는 바닥 공간이나, 화장실 내 휴게공간의 바닥에 돌을 이용한 발지압을 위한 공간을 조성하고, 벽에 손지압 공간을 만들어 고객들의 건강에도 도움을 주는 요소로 제공되어야 할 것이다.

둘째, 자연채광의 도입이다.

창문이 없는 백화점의 특성상 백화점 실내공간에 자연채광을 기대하기는 어렵다. 이 때문에 빛의 효과를 얻기는 어렵지만 실외와 연결되어 있는 공간이나 가장 위층에 자리한 식당가 같은 경우 높은 천장을 통한 자연채광의 효과를 볼 수 있었

다. 이러한 이유로 식당가나 위층에 자리한 문화센터라운지 등에 넓고 큰 창을 통한 자연채광을 보다 많이 유입될 수 있도록 해야 할 것이고, 옥외공간을 따로 두지 않고 실내와 실외가 통하는 동선을 이용해 창으로 연결되게 하여 자연스럽게 실내에도 자연채광 효과를 느낄 수 있도록 해야 할 것이다.

셋째, 청각 및 후각적 친환경요소를 도입하여 오감을 충족시킬 수 있는 방법을 도입하는 것이다.

기타 설문 분석 결과를 통해, 후각으로 느낄 수 있는 천연 자연 향을 도입하고 물소리, 새소리, 바람소리 등 자연의 소리로서 휴게공간의 환경을 개선시킬 수 있다. 또한, 실제로 살아 움직이는 생물을 옆에서 보고 느끼게 함으로써 신체 여러 감각을 통해 자연과 함께 할 수 있는 기회를 제공할 수 있다. 많은 응답자들이 청각적이나 후각적으로 느낄 수 있는 친환경요소가 부족하다고 서술한 것으로 보아 현재 우리나라 백화점 내 휴게공간은 아직 많이 부족한 것으로 판단되며, 자연의 소리 및 음향의 청각적 요소와 풀냄새, 흙냄새, 꽃 향 등 자연의 향의 후각적 요소를 적용해서 현재 환경을 개선하고, 이는 단순히 미적인 측면 뿐 아니라, 기능적인 면에서도 고려되어야 하는 환경개선의 필요성이 있다.

넷째, 자연의 디지털영상 이미지를 도입하는 것이다.

영상 이미지를 통하여 간접적으로나마 가장 자연적인 모습을 표현하는데 도움을 줄 수 있다.

친환경요소가 도입된 공간이라 할지라도 실내 환경이라는 조건이다 보면, 자연스러운 친환경요소의 움직임이나 흐름을 고객들에게 제공하기 어려운 면이 있다. 예를 들어, 물이 바람에 의해 흐르고 움직이는 모습이나 나무의 나뭇잎과 가지가 흔들리는 모습 등의 가장 자연적인 부분을 표현하기가 어렵다. 이는 자연의 빔을 통한 영상 이미지를 이용하여 보여주기 어려운 부분까지 표현을 할 수 있다. 이 방법을 통하여 또 다른 모습을 고객들이 느낄 수 있도록 하는 방안도 좋은 방법이 될 수 있다.

다섯째, 휴게공간에 환경을 고려한 식물을 도입하는 것이다.

실내에 스스로 공기를 정화시키고 해충발생물을 저하시키는 친환경요소 식물을 이용한다. 드라세나 마지나타, 드라세나 맛상게아나(행운목), 인도고무나무, 아레카야자, 아이비 등의 식물을 실내에 배치하는 것이 좋은 방법이다. 위의 식물들은 포름알데히드, 크실렌과 트리클로로에틸렌 등과 같은 화학적 요소나 유해물질 제거능력이 매우 우수하며, 많은 양의 수분을 공기 속에 내뿜어 공기청정기로서의 역할을 한다. 백화점의 실내 환경 같은 경우, 공기가 매우 탁하고 식물관리를 자주하기 힘들기 때문이다. 위와 같은 식물의 경우 많은 관리가 필요하지 않으며, 공기환경의 개선을 위해 적절한 방법이 될 수 있다. 식물의 도입은 휴게공간의 상대적 습도를 높게 해주며 백화점 내 신상 제품의 강한 화학적 요소들로 인한 고객들의 인체에 대한 해로움과 부작용 등을 저하시켜 줄 수 있다.

여섯째, 수공간을 도입하는 것이다.

공간적인 면에서의 백화점은 판매의 목적을 가진 상점이라는 것에 제약이 있어 친환경요소의 큰 규모도입은 어렵지만 부분적으로 친환경요소를 도입하여 휴게공간을 만드는 것은 가능하다. 사례연구에서 가장 부족한 요소로 분석되었던 수공간요소를 계단 옆의 할애가 가능한 공간이나 지하로 연결되는 공간의 긴 통로에 벽천과 수로 같은 요소를 적용하여 현재로써 많이 부족한 수공간 요소를 조성해 주는 것도 좋은 방법이다. 또한, 에스컬레이터 옆 공간의 경우 옆에 매장과의 틈새가 있는데 그 틈새에 얇은 수족을 만들어 물이 흐르고 그 안에서 실제 생물인 물고기들이 살아 움직이는 공간을 만들어 에스컬레이터 바로 옆에 휴게공간에서 휴식하는 고객들을 위해 친환경적인 공간을 제공할 수 있다.

본 논문을 통해 살펴본 바와 같이 백화점 내 휴게공간은 단순히 앉아서 쉬는 역할만을 하는 기능과는 달리, 고객의 문화생활 수준이 높아짐에 따라 쇼핑에 따른 문화생활이 함께 적용되는 공간으로 요구되고 있다. 이러한 사회적 요구를 반영할 수 있는 휴게공간 내에 친환경요소가 적용된 환경을 조성함으로써 고객들이 더욱 다양한 경험과 느낌을 접할 수 있도록 하여 좀 더 폭넓은 역할의 휴게공간으로 발전할 수 있기를 기대한다.

위와 같은 연구의 결론으로 백화점 내 휴게공간에 관한 현황을 파악해 보았으며, 더 나은 방안을 제시하기 위해서는 친환경요소가 도입된 백화점 휴게공간계획과 환경 개선을 위한 연구가 이루어져야 할 것이다.



【참고문헌】

1. 단행본

1. 김자경 저, 「자연과 함께하는 건축 환경친화적 건축개념에서 기법까지」, 시공문화사, 2004
2. 박시환, 장경수 저, 「실내건축재료학」, 기문당, 2003
3. 손기철 저, 「식내식물이 사람을 살린다」, 중앙생활사, 2009
4. 윤상욱 외, 「생활과 조경」, 문음사, 2002
5. 월버튼 저, 「사람을 살리는 실내공기정화식물 50」, 서울 중앙생활사, 2009

2. 학위논문 및 학술보고서

1. 권경실, 전통건축의 환경적 요소활용 방안 연구, 밀양대 산업대학원 석사논문, 2006
2. 김도현, 백화점 매출에 영향을 미치는 입지요인, 고려대 경영학과 석사논문, 2007
3. 김기목, 백화점 물리적 환경이 고객만족에 미치는 영향, 영남대 경영대학원 석사논문, 2004
4. 김지혜, 서울시 지하철 역사 내 문화공간의 그린인테리어 도입방안에 관한 연구, 한성대학교 일반대학원 인테리어디자인전공 석사논문, 2007
5. 김용수, 환경친화적 용소를 적용한 오피스 실내계획에 관한 연구, 상명대 디자인대학원 석사논문, 2003
6. 김혜진, 아토피성 피부염에 효과적인 주거공간의 개선 방향에 관한 연구, 경희대 교육대학원 석사논문, 2007
7. 박봉수, 흡을 이용한 한의원의 실내계획에 관한 연구, 건국대 산업대학원 석사논문, 2003
8. 박현배, 친환경적 요소를 도입한 교회건축의 리모델링 계획, 연세대 공학대학원

건축공학 전공 석사논문, 2005

9. 신현주, 환경친화적 건축재료에 대한 연구, 동의대학교 산업기술대학원 건축공학과 석사논문, 2002
10. 옥세인, 자연환경요소를 적용한 신개념 베이커리 레스토랑 디자인 연구, 중앙대학교 건설대학원, 석사학위논문, 2004
11. 원천석, 환경친화적 요소를 적용한 주택문화관 계획안, 국민대학교 디자인대학원 실내설계전공 석사논문, 2006
12. 이기은, 여성과 관련한 백화점 내 공간변화에 관한 연구, 서울시립대학교 대학원 건축공학과 건축계획전공 석사논문, 2004
13. 이동기, 백화점 이용자 그룹에 따른 인테리어 특성 연구, 건국대학교 산업대학원 산업디자인과 석사논문, 2001
14. 정진영, 다양한 실내공간의 효과적인 식재 및 식물디자인에 관한 연구, 대구가톨릭대학교 디자인 대학원 플로랄디자인학과 석사논문, 2005
15. 조지영, 백화점 휴게공간 이용경험 및 만족도가 쇼핑만족도에 미치는 영향에 관한 연구, 홍익대 광고홍보대학원 세일즈프로모션이벤트전공 석사논문, 2006
16. 최문정, 입지별 특성에 따른 휴양콘도미니엄의 객실공간 실내계획 방향에 관한 연구, 건국대 산업대학원 석사논문, 2003
17. 하혜옥, 실내구성요소의 중첩을 통한 빛의 표현효과를 적용한 Bar Design, 홍익대 건축도시대학원 석사논문, 2003
18. 한혜련, 보육시설 계획에서 친환경요소 적용실태 및 개선방안에 관한 연구, 연세대학원 건축공학과 박사논문, 2008
19. 홍진영, 호텔로비공간에서의 전통성 표현에 관한 연구, 중앙대 건설대학원 석사논문, 2000

3. 일간지/정기간행물/웹사이트

1. 상점건축, 상점건축사, 2008
2. 구글, <http://www.google.com/>

3. 국회도서관 <http://www.nanet.go.kr/>
4. 롯데백화점 <http://www.lotteshopping.com/>
5. 신세계백화점 <http://www.shinsegae.com/>
6. 현대백화점 <http://www.ehyundai.com/>



【부 록】

설 문 지

안녕하십니까?

본 설문지는 한성대학교 일반대학원 인테리어디자인 전공 석사학위 논문을 위한 기초 자료 수집을 위해 작성되었습니다.

본 설문조사의 목적은 백화점 휴게공간을 조사하여 친환경 요소 도입 개선방안을 제시하는 것입니다.

각 설문 문항에 대해서는 귀하께서 평소 생각하고 계시는 의견이나 생각을 솔직하게 응답해 주시면 됩니다.

본 설문지에 응답하신 사항은 본 연구에서 매우 중요한 자료로 사용될 것이며, 설문지에 관한 결과는 연구목적 이외에는 절대 사용되지 않을 것입니다.

바쁘시더라도 한 문항도 빠뜨리지 마시고 응답해 주시기를 부탁드립니다.

본 연구에 귀중한 시간을 할애하여 주셔서 대단히 감사드리며, 항상 발전이 있으시길 바랍니다.

2010 년 8 월

지도교수 : 한 혜 린 교수님

연구자 : 한성대학교 일반대학원 인테리어디자인전공 석사과정 김 효 령

연락처 : 010 - 5761 - 2599

I. 일반적 사항

1. 귀하의 성별은? ① 남자 ② 여자
2. 귀하의 연령은? ① 20대미만 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 이상
3. 귀하의 직업은? ① 직장인 및 자영업 ② 전업주부 ③ 학생 ④ 미취업 또는 기타

4. 귀하의 최종학력은? ① 중졸이하 ② 고졸 ③ 대졸(대학교 재학 중 포함) ④ 대졸이상

5. 귀하의 월 소득 수준은?

- ① 100만원 이상 200만원 미만 ② 200만원 이상 300만원 미만
③ 300만원 이상 400만원 미만 ④ 400만원 이상 500만원 미만 ⑤ 500만원 이상

II. 친환경요소에 관한 인식

1. 귀하는 평소에 환경문제 혹은 친환경분야에 어느 정도 관심을 갖고 있으십니까?

- ① 전혀 관심없다 ② 관심없다 ③ 보통이다 ④ 관심많다 ⑤ 매우 관심많다

2. 귀하는 평소 실내의 공간에 적용된 친환경요소에 대해 어느 정도 알고 있다고 생각하십니까? (물, 흙과 돌, 식물, 빛 요소 등이 활용된 공간)

- ① 전혀 모른다 ② 모른다 ③ 보통이다 ④ 알고있다 ⑤ 많이 알고 있다

3. 국내 백화점 휴게공간에 친환경요소가 도입되기를 원하십니까?

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

4. 평소 백화점 내 휴게공간의 환경에 대해 어느 정도 만족하고 계십니까?

- ① 매우 불만족 ② 불만족 ③ 보통이다 ④ 만족 ⑤ 매우 만족

5. 현재 백화점 휴게공간에 도입된 친환경요소가 적절하다고 생각되십니까?

- ① 그렇다 ② 그렇지 않다

6. 귀하께서는 친환경요소가 도입된 백화점 휴게공간에서 휴식하기를 원하십니까?

3. 위의 친환경 요소가 백화점에 도입됨으로 인해 어떠한 단점이 있겠습니까?
(복수응답가능)

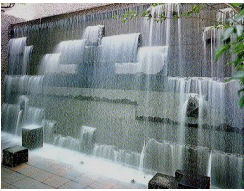
- ① 요소의 특성 등으로 인해 상품의 품질에 영향을 줄 것 같다.
- ② 관리 소홀로 인한 문제의 해충, 먼지 등으로 지저분할 것 같다.
- ③ 설치비용 등으로 번거로울 것 같다.
- ④ 부족한 공간으로 인하여 통행에 불편이 있을 것 같다.
- ⑤ 기타 ()

4. 위의 친환경 요소가 도입된 휴게공간에 고객이 머무르는 이유는 무엇입니까?
(복수응답가능)

- ① 도시 속에 자연과 함께 할 시간이 부족하므로
- ② 정신적으로 맑아지는 기분이므로
- ③ 친환경 요소를 보려고
- ④ 휴게공간이 마련되어 있어서
- ⑤ 기타 ()

◆ 다음 사진은 친환경요소(물, 흙과 돌, 식물, 빛)가 실내공간에 적용된 사례입니다.
아래 사진을 보시고 다음 질문에 응답해 주시기 바랍니다.

1. 위의 공간들 중 마음에 드는 공간을 세 가지만 선택하세요. (복수응답가능)

<물>		<빛>	
			
① 벽천	② 연못	③ 분수	④ 천창

<흙과 돌>



⑤ 돌담



⑥ 흙



⑦ 나무



⑧ 꽃

2. 위 공간들을 선택한 이유는 무엇입니까? (복수응답 가능)

- ① 단순함이 좋아서
- ② 화려함이 좋아서
- ③ 거주장스러움이 싫어서
- ④ 조화로우미 좋아서
- ⑤ 기타()

3. 추가로 기존 환경시설 외 백화점 휴게공간에 어떠한 친환경요소가 도입되어지기를 원하십니까?

()

설문에 응해주셔서 감사드립니다.

귀하의 설문은 “백화점 휴게공간의 개선에 관한 연구”에
소중한 자료로 사용될 것입니다.

ABSTRACT

A Study on the Improvement of Resting spaces in Department Stores

-On the suggestion of introducing Eco-friendly Elements-

Kim Hyo Ryung

Major in Interior Design

Dept. of Media Design

Graduate School, Hansung University

Due to the dramatic change in modern society's environment, various gradual functional changes are being shown as the customers not just purchase products from the shops, but also enjoy their leisure time and take a rest. This is a complex cultural functional area, and the customer's demands on the shops are diversified. The change in the social structure created desiring tendency on individuality and various forms, and by demanding the change in the environment, abundant life style became in pursuit.

Even in department stores which are a type of big stores, the necessity of complex spatial compositions, that can satisfy the customers' desires including the diversifying factors, is increasing by day. Especially, resting spaces which are the convenience facilities in department stores can be used by customers easily without any pressure, which leads to the increase in sale in department stores, and is seen to have a great effect on the recognition of the place.

Also, due to the unifying quality and the equalizing price of the products, the distinction of products became harder, and the

department stores with only a function of product sales were pushed out in the sales competition gradually. Therefore, department stores needed a strategy to escape from being a simple middle part between the selling products and the consuming consumers, and sell products by allowing more customers. Due to this, various service facilities, comfort and resting spaces became in need which are not from just product sales store facilities, and the composition of resting space in department stores increased in area ratio gradually.

Entering the late 20th century, the size of the department stores increased, and with the new change of resting spaces and various cultural spaces, the desires of customers are being taken care of actively.

Resting spaces are to be expanded in order to become the multifunctional area including the selling purposes, so that when entering the department store, customers can have comfortable rest between the shopping.

Therefore, the following study aims to study the eco-friendly elements to provide more pleasant resting area to the customers and to allow greater comfort while shopping in the closed space.

Also, by analyzing and introducing eco-friendly elements into the resting areas of department stores, it aims to suggest the method to be improved in order to provide more natural and pleasant resting spaces.

The subject of study in the research starts with the aim of being provided with a resting space of department store with the greatest floating population out of all the domestic department stores so that a lot of people are able to participate with the active distributing function.

Through considering the theories such as references, previous researches and so on, a basic study was done on the function of the domestic department stores, and the concept and reality of resting spaces.

For the case study area, out of the department stores in Seoul with high floating population, the 1st and 2nd highest sales volume were chosen out of the three brands located the most, so with 2 survey seach, total of 6 department stores were chosen.

For the research method, the resting spaces inside the department stores were photographed, the condition of use of the customers was determined, and the problems of the area and the environment of the current resting space with the eco-friendly elements applied were compared and analyzed. Through analyzing, the present condition and characteristics of the resting space in the department stores were determined, and the survey was conducted based on this.

The survey targeted the general public who used the department stores, and investigated on the degree of recognition of eco-friendly elements, the level of desired introduction of eco-friendly elements and the satisfactory level of the introduction of eco-friendly elements applied in the resting space of the department stores. Survey was conducted at 6 different locations of the department stores with 30 questionnaires for each store, and total of 180 questionnaires which could be analyzed were collected and used as the analysis data.

Through the above study, it has been decided that in order to improve and supplement the environment of the resting space which only has a basic resting function, the various application and development direction of the introduction of the eco-friendly elements are suggested, to be planned as better resting spaces of the department stores.

Combining the results from the above study method is as follows.

Firstly, the factors of soil and rocks are not just factors that are used to help the growth of plants, but should be reformed to have a variety of uses of giving help to the customer's physical and mental health.

Secondly, by using wide and large windows in restaurants or culture

center lounge located upstairs, there should be more flow of natural light, and by using a flow which connects indoor and outdoor, without using a separate outdoor space, the indoor space should feel the natural light effects naturally through the windows.

Thirdly, opportunities of being with nature using different senses of the body can be provided by allowing real living creatures to be seen and felt next to them. By applying the sense of hearing, the nature's voice and sound, and by applying the sense of smell, the nature's scent such as the smell of grass, soil and flower, the current environment is improved, and the environmental improvement considered in the functioning purposes also is in need.

Fourthly, the digital images of nature are to be introduced.

Through the images, it could indirectly help to express the most natural figure. By using the images of nature using beams, parts that are hard to be seen can be expressed.

Fifthly, plants considering the nature are to be introduced in the resting space.

Plants that can purify the air by itself and lower the harmful insect outbreaks are to be used indoors. The introduction of plants raises the relative humidity of the resting space, and can lower the harmfulness and side effects from the strong chemical elements from new products in the department stores.

Sixthly, the water space factor, which was analyzed as the most insufficient factor in the case study, can be applied with factors such as wall fountains and water ways in a long passage in an area that can be shared next to the stairs, or an area that is connected to the basement, as a good method of developing the water space which is currently insufficient.

As from the research, resting spaces in department stores are required as a space with the application of cultural life following the shopping depending on the increase in the customer's cultural life standard, not just as a space with only a function of simply sitting and resting. By creating environments, with eco-friendly elements applied, in the resting spaces that can reflect the social requirements, it is expected that the resting places are developed to have wider roles by allowing the customers to encounter more variety of experiences and feelings.

