

석사학위논문

# 외국인을 위한 사인시스템 개선방안에 관한 연구

- 복합쇼핑몰 방문객을 중심으로 -

2018년

한 성 대 학 교   일 반 대 학 원

미 디 어 디 자 인 학 과

시 각 커 뮤 니 케 이 션 디 자 인 전 공

강        혜        인

석사학위논문

지도교수 김지현

# 외국인을 위한 사인시스템 개선방안에 관한 연구

- 복합쇼핑몰 방문객을 중심으로 -

A Study on Improving the Sign System for Foreigners  
: Focused on the Sign System at Multiplex Shopping Malls

2017년 12월

한성대학교 일반대학원

미디어디자인학과

시각커뮤니케이션디자인전공

강 혜 인

석사학위논문  
지도교수 김지현

# 외국인을 위한 사인시스템 개선방안에 관한 연구

- 복합쇼핑몰 방문객을 중심으로 -

A Study on Improving the Sign System for Foreigners  
: Focused on the Sign System at Multiplex Shopping Malls

위 논문을 미술학 석사학위 논문으로 제출함

2017년 12월

한 성 대 학 교 일 반 대 학 원

미 디 어 디 자 인 학 과

시 각 커뮤니케이션디자인전공

강 혜 인

강혜인의 미술학 석사학위 논문을 인준함

2017년 12월

심사위원장 \_\_\_\_\_(인)

심 사 위 원 \_\_\_\_\_(인)

심 사 위 원 \_\_\_\_\_(인)

# 국 문 초 록

외국인을 위한 사인시스템 개선방안에 관한 연구

-복합쇼핑몰 방문객을 중심으로-

한 성 대 학 교 일 반 대 학 원  
미 디 어 디 자 인 학 과  
시 각 커뮤니케이션디자인전공  
강 혜 인

현대의 관광산업은 오늘날 다양한 분야의 경제, 사회, 문화 등에서 높은 부가가치를 창출할 수 있을 뿐만 아니라 국가 이미지 제고 등 높은 성장 잠재력을 보유하고 있는 매력적인 산업이다. 오늘날 경제, 사회, 문화 등 다양한 분야에서 높은 부가가치를 창출할 수 있다는 기대감, 고용과 소득을 늘리는 경제 수단으로써의 세계화 시대에서 무한한 성장 산업으로 각광 받고 있다. 이러한 세계적인 추세에 따라 2013년은 1,217만 명, 2014년의 경우 1,420만 명으로 최고 정점을 찍었으며 우리나라 2015년 방한 관광객 수는 전년 대비 6.8% 감소했음에도 1,323만 명이었다. 이와 같이 매년 국내를 방문하는 외국인 관광객의 수가 증가함에 따라 관광객의 소비 패턴이 다양하게 변화되고 있으며, 외국인 관광객 또한 하루에 한 공간, 즉 멀티플렉스의 기능을 갖춘 복합쇼핑몰에서 쇼핑, 음식, 엔터테인먼트 등의 일정을 모두 소비할 수 있는 원 데이 쇼핑(One day shopping)

을 선호하게 되었다. 이러한 복합쇼핑몰은 소비자에게 다양한 볼거리를 제공하지만 대규모적인 복합 공간이라는 점에서 복잡한 동선체계로 인해 경로 탐색 및 목적지를 찾아가는데 어려움이 따르게 되었다. 이에 따라 복합쇼핑몰을 이용하는 외국인 관광객에게 방향 및 목적지에 대한 보다 정확하고 효율적인 인지가 필요하며, 이러한 시각적 및 기능적 역할을 위한 사인시스템의 중요성은 높다고 볼 수 있다.

본 연구에서는 외국인 관광객에게 설문조사를 통해 사인시스템의 인식과 현황을 파악하여 현재 복합쇼핑몰의 사인시스템 요소와 조건에 대한 개선 방향을 제시함으로써, 향후 사인시스템이 효율적인 시각적 속성과 정보적 속성을 잘 전달 할 수 있는 방향을 모색하는데 그 목적이 있다.

본 연구의 연구 대상은 국내를 방문하는 외국인 관광객을 중심으로 코엑스 및 타임스퀘어에서 설문이 진행되었으며, 객관적 검증이 가능한 설문 문항을 바탕으로 사인시스템의 정보적 속성과 시각적 속성에 대한 차이를 검증하여 결과를 도출하였다.

첫째, 성별의 차이 분석 결과로 정보적 속성에 대해서는 장소의 구체적 설명, 이동시간, 알기 쉬운 시스템에 대해서는 여성보다 남성이 높게 나타났으며, 휴게실 및 화장실 정보에 대해서는 남성보다 여성이 높게 나타난 것을 알 수 있다. 사인시스템의 시각적 속성에서는 형태, 설명정보, 픽토그램에서 남성보다 여성이 높게 나타났으며, 색, 문자정보에 대해서는 여성보다 남성이 높게 나타났다.

둘째, 연령의 차이분석 결과로는 정보적 속성에 대해서는 장소의 구체적 설명, 이동시간, 이동거리, 알기 쉬운 시스템에 대해서는 30대가 가장 높게 나타났으며, 휴게실 및 화장실 정보에서는 50대 이상, 음성 또는 동영상 안내 시스템에서는 40대가 가장 높게 나타난 것을 알 수 있다. 연령별 시각적 속성에서는 색, 픽토그램에서 30대가 가장 높게 나타났으며, 형태에서는 50대, 설명정보에서는 40대, 문자정보에 대해서는 20대가 가장 높게 나타났다.

셋째, 방문 횟수의 차이 분석 결과로는 정보적 속성에 대해서는 전체적인 위치파악, 이동 시간, 이동 거리, 알기 쉬운 사인시스템에 대해서는 10회 이상-15회 미만이 가장 높게 나타났으며, 장소의 구체적 설명에 대해서는 1회

가, 휴게실 및 화장실 정보에서는 5회 이상-10회 미만이, 음성 또는 동영상 안내시스템에 대해서는 2회 이상-5회 미만이 가장 높게 나타났다. 시각적 속성에서는 색, 형태에서 10회 이상-15회 미만이 가장 높게 나타났으며, 설명 정보, 픽토그램에서는 1회가, 문자정보에서는 2회 이상-5회 미만이 가장 높게 나타났다.

넷째, 방문 시간의 차이 분석 결과로는 전체적인 위치파악, 알기 쉬운 시스템에 대해서는 30분 이상-1시간미만이 가장 높게 나타났으며, 장소의 구체적 설명, 이동 거리, 음성 또는 동영상 안내시스템에서는 2시간 이상이, 이동 시간에서는 30분 이내, 휴게실 및 화장실 정보에 대해서는 1시간 이상-1시간 30분미만이 가장 높게 나타났다. 시각적 속성에서는 색, 설명정보에서 30분 이내가 가장 높게 나타났으며, 형태에 대해서는 30분 이상-1시간미만이, 픽토그램에 대해서는 2시간 이상이, 문자정보에서는 1시간 30분 이상-2시간미만이 가장 높게 나타났다.

위에서 살펴 본 바와 같이 외국인들에게 사인시스템에 있어 공간에 대한 접근성을 높이기 위해서는 일관된 디자인의 사인시스템이 요구된다. 문자보다 픽토그램의 활용이 효율적인 정보전달에 우선시 고려해야 할 부분으로 나타났다. 픽토그램은 세계의 공통 언어이며 누구나 쉽게 인지가 가능하다는 점에서 중요한 디자인 요소로 적극적인 활용 방안이 요구되는 지점이다.

본 연구는 설문을 통해 국내 복합쇼핑몰을 방문하는 외국인들에게 있어 사인시스템에 대한 인식 결과를 알 수 있었으며, 이에 따라 앞으로 사인시스템이 나아가야 할 방향에 대해 끊임없는 연구가 필요하다.

【주요어】 사인시스템, 사인, 외국인관광객, 복합쇼핑몰, 픽토그램, 웨이 파인딩

## 목 차

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| 제 1 장 서 론 .....                          | 1  |
| 제 1 절 연구의 배경과 목적 .....                   | 1  |
| 제 2 절 연구의 범위와 방법 .....                   | 2  |
| 제 2 장 이론적 배경 .....                       | 5  |
| 제 1 절 사인시스템 .....                        | 5  |
| 1) 사인시스템의 개념 및 특징 .....                  | 5  |
| 2) 사인시스템의 종류 .....                       | 9  |
| 제 2 절 복합쇼핑몰의 개념과 특성 .....                | 10 |
| 1) 복합쇼핑몰의 개념 및 특징 .....                  | 10 |
| 2) 복합쇼핑몰의 유형에 따른 분류 .....                | 14 |
| 3) 복합쇼핑몰의 환경적 특성 .....                   | 14 |
| 4) 복합쇼핑몰 사인시스템의 필요성 .....                | 16 |
| 제 3 장 설문조사 .....                         | 17 |
| 제 1 절 연구 문제 .....                        | 17 |
| 제 2 절 설문지의 구성 및 측정방법 .....               | 17 |
| 제 3 절 분석 방법 .....                        | 19 |
| 제 4 장 결과 및 분석 .....                      | 20 |
| 제 1 절 조사대상자의 특성 .....                    | 20 |
| 제 2 절 외국인의 복합쇼핑몰 사인시스템에 대한 인식조사 결과 ..... | 23 |
| 1) 복합쇼핑몰 방문 시, 편의를 돕는 요인 .....           | 23 |
| 2) 복합쇼핑몰 방문에 대한 만족도 .....                | 24 |

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| 3) 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템의 개선 사항 .....                         | 25 |
| 4) 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템의 필요한 정보 .....                        | 26 |
| 5) 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템의 필요한 시각적 그래픽 .....                   | 27 |
| 6) 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템 개발 시, 고려해야 할 사항 .....                | 28 |
| 제 3 절 사회학적 요인에 따른 사인시스템의 정보적 속성과 시각적 속성에 대한 차이 검증 ..... | 29 |
| 제 4 절 사인시스템의 정보적 속성과 시각적 속성의 결과 구분 .....                | 44 |
| 1) 사인시스템의 정보적 속성 결과 구분 .....                            | 44 |
| 2) 사인시스템의 시각적 속성 결과 구분 .....                            | 53 |
| 제 5 장 결 론 .....                                         | 61 |
| 참 고 문 헌 .....                                           | 64 |
| 부 록(설문지) .....                                          | 67 |
| ABSTRACT .....                                          | 77 |

## 표 목 차

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| [표 2-1] 사인의 정보전달 기능 .....                             | 6  |
| [표 2-2] 사인의 환경적 기능 .....                              | 8  |
| [표 2-3] 사인시스템의 종류와 역할 및 기능 .....                      | 9  |
| [표 2-4] 복합쇼핑몰의 기준 .....                               | 11 |
| [표 2-5] 복합 상업시설의 특징 .....                             | 12 |
| [표 3-1] 설문지 문항 설계 .....                               | 18 |
| [표 4-1] 조사대상자의 일반적인 특성 .....                          | 20 |
| [표 4-2] 조사대상자의 복합쇼핑몰 방문 경험 .....                      | 22 |
| [표 4-3] 복합쇼핑몰 방문 시, 편의를 돕는 요인 .....                   | 23 |
| [표 4-4] 복합쇼핑몰 방문에 대한 만족도 .....                        | 24 |
| [표 4-5] 복합쇼핑몰 방문에 만족도가 낮은 이유 .....                    | 25 |
| [표 4-6] 복합쇼핑몰 안내 사인시스템의 개선 필요 여부 .....                | 25 |
| [표 4-7] 복합쇼핑몰 안내 사인시스템의 개선해야할 부분 .....                | 26 |
| [표 4-8] 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템의 필요한 정보 .....                 | 27 |
| [표 4-9] 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템의 필요한 시각적 그래픽 .....            | 28 |
| [표 4-10] 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템 개발 시, 고려해야 할 사항 .....        | 29 |
| [표 4-11] 성별에 따른 사인시스템 정보적 속성의 차이검증 .....              | 29 |
| [표 4-12] 연령에 따른 사인시스템 정보적 속성의 차이검증 .....              | 31 |
| [표 4-13] 방문횟수에 따른 사인시스템 정보적 속성의 차이검증 .....            | 33 |
| [표 4-14] 방문시간에 따른 사인시스템 정보적 속성의 차이검증 .....            | 35 |
| [표 4-15] 성별에 따른 사인시스템 시각적 속성의 차이검증 .....              | 38 |
| [표 4-16] 연령에 따른 사인시스템 시각적 속성의 차이검증 .....              | 39 |
| [표 4-17] 방문횟수에 따른 사인시스템 시각적 속성의 차이검증 .....            | 41 |
| [표 4-18] 방문시간에 따른 사인시스템 시각적 속성의 차이검증 .....            | 43 |
| [표 4-19] 성별에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템 정보적 속성 .....     | 45 |
| [표 4-20] 성별에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 사인시스템 정보적 속성 ..... | 45 |
| [표 4-21] 연령에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템 정보적 속성 .....     | 46 |

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| [표 4-22] 연령에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 사인시스템 정보적 속성 ...     | 47 |
| [표 4-23] 방문 횟수에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템 정보적 속성 ...      | 48 |
| [표 4-24] 방문 횟수에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 사인시스템 정보적 속성 .... | 50 |
| [표 4-25] 방문시간에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템 정보적 속성 ....      | 51 |
| [표 4-26] 방문시간에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 사인시스템 정보적 속성 ....  | 53 |
| [표 4-27] 성별에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템 시각적 속성 ....        | 54 |
| [표 4-28] 성별에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 사인시스템 시각적 속성 ...     | 54 |
| [표 4-29] 연령에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템 시각적 속성 .....       | 55 |
| [표 4-30] 연령에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 사인시스템 시각적 속성 ...     | 56 |
| [표 4-31] 방문횟수에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템 시각적 속성 .....     | 57 |
| [표 4-32] 방문시간에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템 시각적 속성 .....     | 59 |
| [표 4-33] 방문시간에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 사인시스템 시각적 속성 ....  | 60 |

## 그림 목 차

|                           |   |
|---------------------------|---|
| [그림 2-1] 사인의 광고적 기능 ..... | 7 |
|---------------------------|---|

# 제 1 장 서 론

## 제 1 절 연구의 배경과 목적

세계 각국은 관광산업을 신 성장 동력 산업으로 인식하고 있으며 이를 성장시키기 위해 보다 효과적인 정책을 수립 개발하고 그 추진 전략을 마련하는데 적극적이다. 관광산업은 2020년 15.6억 명으로 성장할 것으로 전망하고 있을 만큼 시장 규모가 거대해지고 고용 창출효과 뿐만 아니라 국가이미지 제고 등 높은 성장 잠재력을 보유하고 있는 매력적인 산업이기 때문에 오늘날 경제, 사회, 문화 등 다양한 분야에서 높은 부가가치를 창출할 수 있다는 기대감, 고용과 소득을 늘리는 경제 수단으로서의 세계화 시대에서 무한한 성장 산업으로 각광 받고 있다.<sup>1)</sup> 이러한 세계적인 추세에 따라 우리나라 2015년 방한 관광객 수는 1,323만 명으로 전년 대비 6.8% 감소하였으나, 2014년 방한 관광객 수는 1,420만 명으로 최고 정점을 찍었으며, 2013년은 1,217만 명을 기록하였다(여행정보신문, 2016).

이와 같이 매년 국내를 방문하는 외국인 관광객의 수가 증가함에 따라서 관광객의 소비 패턴이 다양하게 변화되고 있으며, 외국인 관광객 또한 하루에 한 공간, 즉 멀티플렉스의 기능을 갖춘 복합쇼핑몰에서 쇼핑, 음식, 엔터테인먼트 등의 일정을 모두 소비할 수 있는 원 데이 쇼핑(One day shopping)을 선호하게 되었다.<sup>2)</sup> 이러한 현대 소비자들의 소비 욕구를 충족시켜줄 수 있는 공간인 복합쇼핑몰은 과거의 소비 성향과는 다르게 공간 자체를 소비하는 특징을 갖추고 있으며, 현대적 흐름에 따라 복합쇼핑몰은 다방면으로 점점 더 규모가 커지는 것과 동시에 기존의 백화점과는 다른 차별적인 엔터테인먼트의 요소를 큰 특징으로 내세워 많은 관광객들을 많이 유입하고 있음을 알 수 있다. 하지만 이와 같은 대규모 복합공간 내에서 이용객들은 사인을 찾지

1) 임화순, 남윤섭, (2017) 외국인 관광객의 관광지 이미지가 만족도와 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구, 『한국콘텐츠학회』, 17(2), p.299.

2) 김복희, (2012), 「효과적인 정보전달을 위한 복합쇼핑몰 사인시스템의 관한 연구」, 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문, p.1.

못하거나 잘못 이해해서 목적지를 찾아가는데 어려웠던 경험이 있다.

이러한 복합쇼핑몰의 거대화와 개방화는 국내를 찾는 외국인 관광객들의 혼란을 가중시키는 복잡한 동선 체계로 되어 있어 목적지를 찾아 가는데 필요한 정보인지와 위치, 방향 탐색이 어려워졌다. 이러한 이유로 무분별한 사인이 관광객들에게 시간적, 경제적인 손실을 가져다주어 복합쇼핑몰을 방문하는 이용객들은 가고자하는 목적지의 방향(이동 경로), 위치 파악 등에 대해 착오를 일으키게 된다. 이처럼 공간의 연계가 제대로 이루어지지 않은 복합쇼핑몰의 사인시스템은 이용자들에게 많은 시간을 빼앗고 있다.

기존 선행연구는 외국인 관광객들을 대상으로 한 복합쇼핑몰의 사인시스템에 관련된 내용이 많지 않다. 따라서 앞서 언급된 내용을 바탕으로 본 연구에서는 복합쇼핑몰의 사인시스템의 연구를 보다 정확하고 효과적으로 정보를 전달하기 위해 기존 선행연구에서 많은 비중을 차지하고 있는 사례 연구보다는 실증적 분석을 바탕으로 하는 실험조사연구를 중심으로 진행하였다. 또한 다양한 형태의 국내 복합쇼핑몰을 방문하는 외국인 관광객을 대상으로 쇼핑몰 내부 사인시스템에 대한 설문을 통해 외국인 관광객에게 사인시스템의 인식과 현황을 파악하여 현재 복합쇼핑몰의 사인시스템 요소와 조건에 대한 개선 방향을 제시함으로써, 향후 한국을 방문하는 외국인 관광객들에게 복합쇼핑몰에서 나타내어지는 사인시스템의 정보적 속성을 전달 할 수 있도록 향후 사인시스템이 나아가야할 방향을 제시함에 그 목적이 있다.

## 제 2 절 연구의 범위와 방법

본 연구는 복합쇼핑몰을 방문하는 외국인 관광객을 대상으로 진행하였다. 이에 따라 외국인 관광객이 인식하는 국내 복합쇼핑몰의 사인시스템 현황과 앞으로 나아가야할 방향에 대해 설문지를 토대로 연구를 진행하였다.

연구 범위는 국내를 방문하여 최소 3일 이상 한국에서의 관광을 모두 마치고 본국으로 돌아가는 외국인 관광객을 대상으로 하였다. 한국관광공사

(2016)<sup>3)</sup>의 자료를 바탕으로 외국인 관광객 방문율이 높은 국내 복합쇼핑몰인 영등포의 타임스퀘어, 삼성역의 코엑스의 방문 경험자를 대상으로 편의표본추출을 하였으며, 직접 현장에서 설문조사를 실시하였다. 조사기간은 2017년 7월 12일부터 7월 27일까지 실시하였고, 조사대상은 만 20세 이상인 성인 남녀를 대상으로 진행하였다.

본 연구에서 복합쇼핑몰의 설문 대상지로 코엑스몰과 타임스퀘어를 선정하여 실시되었다. 선정 이유로는 국내를 찾는 외국인 관광객들은 백화점보다 로드샵 등 입점이 많이 되어있는 복합쇼핑몰을 더 선호함에 있어<sup>4)</sup> 관광객 방문율이 높아짐에 따라 안내 사인에 대한 접근성 또한 크기 때문이다. 이러한 내용을 바탕으로 국내에서 규모가 크고 관광객들의 방문율이 높은 두 쇼핑몰을 선정하게 되었다. 코엑스몰은 서울시 삼성동에 위치한 복합 쇼핑몰로서, 2000년 5월에 개장하여 길이가 600m 이상 되는 도심의 대규모 지하 쇼핑몰로 현재까지 국내의 가장 성공적인 복합쇼핑몰 중 하나로 손꼽힌다. 2013년 리모델링 공사를 진행하여 2015년 12월에 재개장하였다. 지속적으로 리노베이션을 통해 변화를 주도하는 이 시설은 리모델링을 통하여 MD 및 노후된 환경뿐만 아니라 공간구조와 동선 체계를 전체적으로 재구성하였다. 리모델링의 주요 개요는 중심공간으로의 아트리움을 계획하여 지하공간으로 자연광 유입을 극대화하고 보행공간, 중심공간을 확장하여 상환경을 개선하는 것이다. 또한 기존보다 가시성과 통로, 수직동선과의 연결성을 높여 인지와 접근이 쉽게 개선되도록 하였다. 이에 반해 코엑스몰보다 역사가 비교적 짧은 타임스퀘어는 2006년부터 3년여의 공사 끝에 2009년 9월 영등포동에 오픈한 복합쇼핑몰이다. 타임스퀘어 또한 오픈 5주년을 맞아 2014년 하반기 리뉴얼 공사를 거치면서 기존 쇼핑몰보다 더욱 다양하고 개성 넘치는 브랜드의 입점과 쇼핑환경의 개선으로 대한민국 No.1 쇼핑몰 중 하나로 그 명맥을 이어가고 있다. 코엑스 몰의 리뉴얼 목적이 동선 체계 및 다양한 시설군의 연결성을 개선하여 공간을 활성화하는 것이었다면 타임스퀘어는 몰에 입점 되어있는 브랜드 매장을 바꾸거나 확장했다.

3) 한국관광공사. (2016). 「외래관광객 실태조사」, 문화체육관광부.

4) 서울경제. (2016). 「서울을 찾는 외래관광객들이 가장 많이 방문하고 쇼핑하는 곳은 어디일까?」, 서울연구원.

본 연구의 내용은 다음과 같이 기술하였다.

제1장, 서론에서는 연구의 배경과 목적, 범위, 방법을 설명하였다.

제2장, 선행연구를 통한 사인시스템의 개념 및 기능에 대해 설명하고 복합쇼핑몰의 개념 및 특징을 통해 사인시스템의 필요성을 기술하였다.

제3장, 설문조사 부분에서는 연구 문제에 대해 설명하고 이에 따른 자료수집과 설문지의 구성 및 측정방법, 자료분석 방법에 대해 기술하였다.

제4장, 결과 및 분석에서는 조사 대상자인 외국인 관광객에게 있어 사인시스템에 대한 인식조사 및 개선방안의 결과를 분석을 통해 사회학적 요인에 따른 사인시스템의 정보적 속성과 시각적 속성에 대한 차이를 검증하였다.

제5장, 결론에서는 앞서 검증된 분석을 바탕으로 외국인을 위한 사인시스템 개선방안의 결과 및 향후 연구에 대해 제언하였다.

## 제 2 장 이론적 배경

### 제 1 절 사인시스템

#### 1) 사인시스템의 개념 및 특징

이명은(2005)<sup>5)</sup>의 연구에서 사인(sign)은 커뮤니케이션의 기본적 단위로서 어떠한 정보에 대하여 누군가에게 뜻을 전달하는 표지라는 뜻으로 쓰이며, 문자나 기호, 신호를 전달 매체로 인간 간의 커뮤니케이션을 가능하게 한다고 정의하였다. 사인의 개념은 넓은 의미에서 보면 건물, 나무나 출구 등을 표시하기 위한 랜드마크(landmark)로서의 표식이나 터널의 빛 등도 사인에 해당된다. 이와 같이 사인은 인간과의 관계 속에서 눈에 보이는 실체가 기호화 되어 정보로 작용하는 것을 의미한다. 또한 눈에 보이는 것뿐만 아니라 소리, 향기, 촉각에 대한 것도 사인으로 인지할 수 있다. 김준희(2008)<sup>6)</sup>의 연구에서 즉, 사인의 체계를 의미하는 사인시스템은 사인의 환경적 조건에서 목적성에 맞게 질서의 의미보다는 유지의 기능을 위한 것이라고 기술하였다. 그러므로 사인시스템은 사인의 환경에 꼭 맞추어서 디자인되는 것이라기보다는 환경과 표시, 신호의 조화라고 할 수 있다. 사인시스템은 본래의 기능을 잃지 않고, 환경과 어우러져 또 하나의 기능적이고 효율적인 환경을 만들어 내는 하나의 정보 디자인이다.

장행천(1999)<sup>7)</sup>의 연구에서는 사인의 기능을 세 가지로 분류했다. 첫째는 정보전달의 기능과 둘째는 광고적 기능, 마지막으로 환경적 기능으로 나눌 수 있다.

---

5) 이명은. (2005). 「서울시 버스교통정보시스템에서의 유니버설 사인시스템 연구」, 연세대학교 대학원 석사학위논문, p.16.

6) 김준희. (2008). 「지하상가의 사인시스템에 관한연구: 강남고속터미널 지하도상가를 중심으로」, 성균관대학교 디자인대학원 석사학위논문, p.4-5.

7) 장행천. (1999). 「도시환경과 구청 Sign의 인지도 및 개선에 관한 연구」, 서울산업대학교 산업대학원 석사학위논문, p.17.

## 가) 정보 전달의 기능

시각적인 정보전달의 기능은 인간에게 건물의 구조와 정보를 알아보기 쉽게 전달하여 이용자의 행동을 유도 또는 제어함으로써, 일정한 기점으로부터 목적지까지 안전하게 이동할 수 있도록 정보를 제공하는데 있으며,<sup>8)</sup> 형태 · 색채 · 배치 때로는 장식적인 내용을 이용하여 단순 또는 명쾌하게 능률을 높여주는 데 있다.<sup>9)</sup>

김학성(1998) 연구에서 사인의 정보전달의 기능은 크게 네 가지로 분류할 수 있으며 다음과 같이 정의하였다.

[표 2-1] 사인의 정보전달 기능<sup>10)</sup>

| 기능        | 내용                         |
|-----------|----------------------------|
| 신속성       | 보다 빨리 사인의 정보를 신속히 전달하는 기능  |
| 유독성 · 식별성 | 보다 빨리 사인을 인식 시키는 기능        |
| 가독성       | 보다 빨리 사인이 읽혀지는 기능          |
| 정확성       | 보다 정확히 사인의 정확한 정보를 전달하는 기능 |
| 연상성       | 보다 쉽게 사인의 정보를 기억하게 하는 기능   |

## 나) 광고적 기능

박지연(2007) 연구에서 광고는 소비자의 구매행동에 영향을 주어 특정상품을 구매하도록 설득하는 것으로, 소비자가 능동적으로 광고를 접촉하여 구매의사 결정을 할 수 있도록 상품에 대한 정보를 제공하여 생산자에게는 광고상품의 판매증대를, 소비자에게는 생활의 편리함을 제공함으로써 필요한 욕

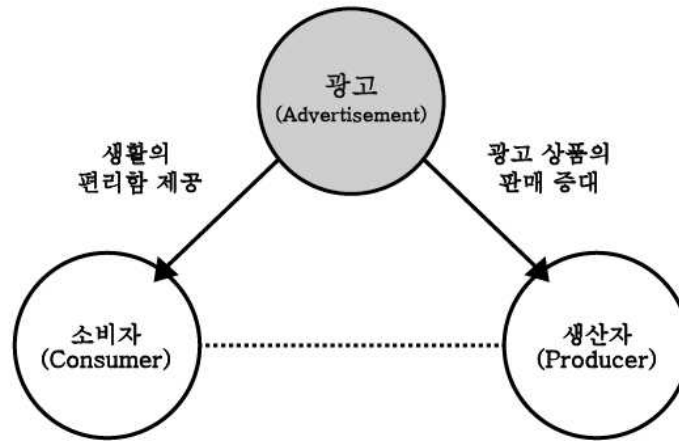
8) 허경. (2001). 「대학도서관의 사인시스템(sign system)에 관한 연구」, 이화여자대학교 교육대학원, 석사학위논문, p.9.

9) 김복희, 앞의 논문, p.13

10) 김학성. (1998), 「디자인과 만남」, 서울: 조형사, p.115.

구를 충족시키는 기능<sup>11)</sup>이라고 정의하였다.

광고적 기능을 표로 정리하면 다음 [그림 2-1]과 같다.



[그림 2-1] 사인의 광고적 기능

#### 다) 환경적 기능

허경(2001) 연구에서 사인의 환경적 기능을 다음과 같이 정의하였다. 사인이 설치된 지역이나 환경과 조화를 이루어야 하며, 설치지역의 환경이나 건축물이 사인 체제의 특성과 미적으로 잘 조화된다면 즐겁고 편안한 환경을 조성할 수 있을 것이다.<sup>12)</sup>

사인시스템의 환경적 기능을 보다 효율적으로 구축하기 위해서는 다음 [표 2-2]과 같이 정리 할 수 있다.<sup>13)</sup>

11) 박지연. (2007). 「복합문화공간 속의 효율적 사인시스템에 관한 연구」, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, p.7.

12) 허경. (2001). 「대학도서관의 사인시스템에 관한 연구」, 이화여자대학교 교육대학원, 석사논문, p.9.

13) 박현진. (2009). 「정보디자인으로서의 효율적 시각인지를 위한 사인디자인 연구: 복합 건축물의 안내·유도 사인시스템을 중심으로」, 건국대학교 디자인대학원 석사논문, p.14.

[표 2-2] 사인의 환경적 기능

|     |                                                                                                                                                                                                       |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 기능성 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 사용자에게 정보를 보다 효과적으로 전달하기 위해서 명확하게 식별되어야 함.</li> <li>• 형상이나 색, 혹은 배열 등이 보다 명확한 시각인지를 위해 조형적으로 잘 어우러져 있어야 함.</li> </ul>                                         |
| 명료성 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 환경에 있어서 길 찾기의 기본적인 바탕이 되는 요소.</li> <li>• 길 찾기에 있어서 전달하려는 환경에 대한 정보가 사용자에게 이해하기 쉬운 요소들로 명확하게 드러나야 함.</li> </ul>                                               |
| 연속성 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 보행공간에서 사용자들의 활동이 단절되지 않으며 지속될 수 있어야 하는 것을 의미 함.</li> <li>• 낮과 밤의 다양한 활동의 연속성이 보장되어야 함.</li> <li>• 보행자를 위해 용도에 따라 시설을 적합하게 배치하는 등 세심한 고려 등이 필요 함.</li> </ul>  |
| 편리성 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 사용자에게 있어 공간에 필요한 보행 편의시설물이 다양하게 조성되고 이용하기 쉽도록 적합한 장소에 위치해야 함.</li> <li>• 같은 거리를 이동하는데 있어서 보행거리를 짧게 하여 목적지에 대한 보행시간을 줄이는 것도 편리성을 제공하는 측면으로 작용하게 됨.</li> </ul> |
| 쾌적성 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 환경의 쾌적성을 향상시키기 위해서 보행공간의 환경적인 관리를 통해 사용자에게 상쾌한 환경을 제공해야 함.</li> </ul>                                                                                        |

따라서 사인은 사람과 사람, 사람과 공간사이에서 호소력 있는 의사소통의 수단이 되며, 공간을 어느 정도 컨트롤 할 수 있고 직접 눈으로 파악할 수 있는 시각 커뮤니케이션 수단으로써 환경디자인 같은 넓은 의미에서 보다 효과적인 매개체로 인식되어질 수 있다.<sup>14)</sup>

14) 김준희, 앞의 논문, p.8

## 2) 사인시스템의 종류

환경과 인간과의 원활한 커뮤니케이션 수단인 사인은 정보, 공간, 환경 등 상당히 넓은 의미로 사용되고 있다.<sup>15)</sup> 그러나 현실적인 사인시스템 계획을 시행하기 위해서는 사인을 구성하는 속성과 기능을 충분히 인식하고 분류하여 공간에 필요한 사인을 설치하여야 한다. 사인은 특정한 지역공간에 설치되어 각종 정보 전달 뿐만 아니라 제품의 광고 효과도 창출한다. 일반적으로 사인을 분류하는 방법에는 기능에 따른 분류와 형태에 따른 분류가 있으며<sup>16)</sup> 본 연구에서는 복합쇼핑몰의 사인시스템의 기능 중 인간이 가장 먼저 인지하게 되는 기능에 따른 분류를 기술하였다.

사인시스템의 종류와 역할 및 기능은 [표 2-3] 과 같이 정리하였다.

[표 2-3] 사인시스템의 종류와 역할 및 기능

| 사인의 종류 | 사인별 역할 및 기능                                                                                                                                                                                             | 설치위치          |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 안내사인   | <ul style="list-style-type: none"> <li>전체와의 상호관계와 사물의 소재를 표시하기 위해 사용됨<sup>17)</sup></li> <li>이용객들의 행동을 입구에서부터 출구까지 안내해주는 가장 기본이 되는 사인</li> </ul>                                                        | 건물,<br>층별 안내도 |
| 유도사인   | <ul style="list-style-type: none"> <li>사용자의 방향지시와 동선 선택을 알려주는 사인으로 목적지까지 능률적이고 안전하게 도달할 수 있도록 안내하는 기능</li> <li>전체 시설물을 찾아다니기 쉽도록 메시지의 내용이 간결하게 연결되어야 하며, 특정한 공간의 정보 전략에 근거해야 함<sup>18)</sup></li> </ul> | 복잡한<br>공간구조   |
| 기명사인   | <ul style="list-style-type: none"> <li>건물의 명칭을 나타내며, 공간별 정보를 다른 것과 구별하여 인식하게 만드는 역할을 함<sup>19)</sup></li> <li>한정된 위치에서만 볼 수 있는 사인으로 차량과</li> </ul>                                                      | 옥외<br>건물벽     |

15) 김복희, 앞의 논문, p.15

16) 유혜진. (2010). 「도시이미지의 정체성확립을 위한 사인시스템에 관한 연구」, 경희대학교 교육대학원대학원 석사학위논문, p.15-16.

|      |                                                                                                                                                                                         |                       |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
|      | 같이 빠르게 이동하는 이동공간 안에서도 인지                                                                                                                                                                |                       |
| 규제사인 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 특정 공간 또는 환경에서 약속된 규칙으로 제한하는 것을 표시하기 위한 사인</li> <li>• 이용자들에게 규정된 내용을 전달하는 사인이지만 경고하거나 지시하는 것이 보통이므로 빠르게 인식할 수 있도록 해야 함<sup>20)</sup></li> </ul> | 공공장소,<br>도로,<br>주차장 등 |

## 제 2 절 복합쇼핑몰의 개념과 특성

### 1) 복합쇼핑몰의 개념 및 특징

#### 가) 복합쇼핑몰의 개념

복합쇼핑몰(Multiplex Shopping Mall)이란 모든 연령과 계층의 사람들이 쇼핑부터 오락, 문화, 식음료, 휴식, 레저까지 다양한 것을 한곳에서 즐길 수 있도록 만든 대형 상업시설 공간을 말하며, 미국과 일본의 복합쇼핑센터에서 유래하였다.<sup>21)</sup> 특히, 여가 활동으로서 쇼핑의 중요성을 강조한 쇼핑몰로 이미 미국 시장 등 선진국에서는 자연스럽게 접할 수 있는 유통구조이며 한국에서도 복합 쇼핑몰들이 각광을 받으며 유통의 큰 트렌드로 건립되어지고 있는 추세이다.<sup>22)</sup> 복합쇼핑몰은 일반 쇼핑몰과 달리 이용객들에게 체험과 재미를

17) 이중수. (2015). 「종합병원 사인시스템의 인지 향상에 관한 연구: 안내·유도사인을 중심으로」, 국민대학교 테크노디자인전문대학원 학위논문, p.24.

18) 김복희, 앞의 논문, p.16

19) 송호림. (2016). 「상가 사인시스템(sign-system) 디자인 연구 : 제주시 지하상가를 중심으로」, 제주대학교 산업대학원, 석사학위논문, p.12.

20) 김복희, 앞의 논문, p.18

21) 장현진. (2013). 「도심형 복합쇼핑몰 공간구성 변화에 관한 연구」, 국민대학교 석사학위논문, p.25.

22) 박민지. (2014). 복합쇼핑몰 소비자의 성별, 연령별, 쇼핑성향 유형에 의한 리테일 엔터테인먼트

제공함으로써 고객 집객력을 5배 증가시키는 효과를 나타내고 있으며, 고객 체류시간 또한 평균 3~5시간 연장시키는 효과가 있어 일반 쇼핑몰보다 매출액 증대가 크다. 기존의 소비 형태와는 다른 새로운 소비문화가 형성되면서 쇼핑과 즐거움을 동시에 누릴 수 있는 공간 선호현상이 나타나게 되고 주 5일 근무제의 도입에 따른 소비산업의 전반에 걸쳐 새로운 수요에 대한 욕구가 증대하였다. 또한 가족 중심의 여가문화가 확산되면서 레저·스포츠·문화산업에 대한 수요가 증가되고 있다. 이와 같은 현상으로 엔터테인먼트 복합 쇼핑몰은 점차 활성화되어 가고 있는 추세이다.<sup>23)</sup>

복합쇼핑몰의 기준은 [표 2-4] 과 같이 정리하였다.

[표 2-4] 복합쇼핑몰의 기준

| 업태        | 정의                                                                       |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------|
| 대형<br>마트  | 매장 면적의 합계가 3,000㎡이상. 식품·가전 및 생활용품 판매로 점원의 도움 없이 소비자에게 소매.                |
| 전문점       | 매장 면적의 합계가 3,000㎡이상. 의류·가전 또는 가정용품 등 특정 품목 판매                            |
| 백화점       | 매장 면적의 합계가 3,000㎡이상. 다양한 상품 구매 가능, 현대적 판매시설, 편익시설이 설치. 직영의 비율이 30% 이상    |
| 쇼핑<br>센터  | 매장 면적의 합계가 3,000㎡이상. 대규모 점포 소매 점포, 각종 편의 시설 설치. 직영 또는 임대 형태.             |
| 복합<br>쇼핑몰 | 매장 면적의 합계가 3,000㎡이상. 쇼핑, 오락, 업무 기능 등 설치. 문화·관광시설로서의 역할. 개발·관리 및 운영의 일원화. |

출처 : 유통산업발전법, 동법시행령 및 시행규칙 (2009. 10. 14. 개정)

트 차이, 『한국디자인포럼』, 45(0), p.355.

23) 이영주, 이정교, (2017). 감성요소에 의한 시지각적 연속성에 관한연구-복합쇼핑몰의 진입공간을 중심으로, 『한국공간디자인학회 논문집』, 45, p75-86.

복합 상업시설이 가지는 특징은 다음 [표 2-5] 과 같이 정리하였다.<sup>24)</sup>

[표 2-5] 복합 상업시설의 특징

| 업태         | 특징                                                                                                   |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 복합<br>상업시설 | 복합 상업시설이 다양한 용도의 시설이면서 하나의 ‘살아있는 유기체’로 경제적 사업성뿐만 아니라 단지 내 거주자 및 지역주민을 위한 사회의 커뮤니티(community)기능을 수행함. |
|            | 복합 상업시설 내에서 활동 중인 사람과 외부 이용자의 다양한 욕구 충족을 위해 ‘도시안의 도시’로서 자족활동 기능을 수행함.                                |
|            | 용도시설 이외에 각종 이벤트와 프로모션을 통한 즐거움과 감동 제공의 장소로써 상업시설 통한 지역사회의 문화 명소로의 역할을 함.                              |
|            | 첨단 정보인프라와 핵심 정보 도시기능을 통해 랜드마크(landmark)의 상징성 가짐.                                                     |
|            | 공간 활용의 초고율화와 지역의 공익추구로 도시의 공원화를 조성함으로써 단순 상업 목적아 아닌 새로운 문화공간 역할을 함.                                  |

#### 나) 복합쇼핑몰의 특징

복합쇼핑몰은 미국에서 1920년대에 처음 개념이 도입되어 1930년대 들어서 현대적 개념의 쇼핑몰이 발전 되었고, 1970년대에 본격적으로 엔터테인먼트 형식의 쇼핑몰이 등장하여 1980년대에 비로소 대형 복합쇼핑몰이 전성시대를 구가하였다. 이후 수많은 형태의 복합쇼핑몰로 발전되어 최근까지도 다양한 콘셉트를 갖으며 그의 기능과 형태가 끊임없이 진화되고 있다.<sup>25)</sup>

복합쇼핑몰의 규모가 점차 커지면서 기존의 ‘원스톱 쇼핑’의 개념에서 쇼핑, 문화, 외식, 레저 등을 한 공간에서 모두 소비할 수 있게 하는 ‘원 데

24) 김성욱. (2000). 『복합문화공간이 창출하는 시너지 파워』, 8월호, 서울: 제일기획.

25) 심창석. (2008). 「복합 엔터테인먼트 쇼핑몰의 이용특성에 관한 실증 연구」, 서울대학교 석사학위논문, p.6.

이 라이프(One Day Life)'의 개념으로 변화되는 추세이며<sup>26)</sup>, 백화점, 대형 할인점, 공연장은 물론 호텔 숙박업까지 겸하고 있는 초대형 메가 몰(Mega Mall)이 늘어나면서 길게는 몇 박 며칠을 대형복합 쇼핑몰에서 머무르기도 하며, 그 지역 또는 넓게는 그 나라의 랜드마크(Land Mark)가 되기도 한다. 국제 쇼핑센터 협의회(ICSC: International Council of Shopping Centers)가 정의한 바에 의하면, 이러한 대형 복합 쇼핑몰의 특징으로는 일반적으로 점포의 규모가 크고 상권이 넓어야 하며 유통산업이라고 하는 다양한 장르의 소매 업체는 물론, 엔터테인먼트, 문화 등 생활의 모든 것을 향유할 수 있고, 원스톱 라이프스타일을 구현할 수 있는 곳이 바로 대형 복합쇼핑몰의 특징이라고 할 수 있다.<sup>27)</sup>

우리나라의 복합쇼핑몰은 1989년에 개장한 롯데월드가 그 시초였다고 할 수 있다. 복합쇼핑몰은 도심형 테마파크와 쇼핑이 결합된 형태로 소비자들의 여가 욕구를 충족시켜 주는 기능적 역할이 이루어지고 있으며, 이 뿐만 아니라 외국 관광객의 유치로 외화획득은 물론 대규모 복합단지 운영에 따른 고용창출의 파급효과에도 긍정적인 영향을 미쳤다.<sup>28)</sup> 이후 2000년에 개장한 삼성동의 코엑스 몰은 쇼핑과 레저 및 휴식을 결합한 엔터테인먼트 쇼핑몰로써, 이후에 수많은 복합쇼핑몰 개발의 효시가 되었다. 이후 문정동의 가든파이프, 용산의 아이파크 몰, 영등포의 타임스퀘어, 신도림의 디큐브시티, 김포공항의 롯데몰, 여의도의 IFC몰이 생겨났다. 최근에는 제 4세대 복합쇼핑몰이 수도권을 중심으로 급격하게 확산 되었고, 제 1세대의 복합쇼핑몰인 센트럴시티, 코엑스 몰, 롯데월드 몰은 리뉴얼 또는 신규개장을 끝내고 새롭게 문을 열었으며, 최근 2017년 경기도 하남과 고양에 오픈한 스타필드는 쇼핑, 레저, 힐링이 한 곳에서 이뤄지는 쇼핑 테마파크로 아침부터 저녁까지 원 데이 쇼핑이 가능하고 맛있는 음식과 레저를 즐길 수 있으며 편히 쉴 수 있는 곳인 신개념 스포테인먼트로 소개되고 있다. 우리나라의 대형 기업인 롯데, 현대, 신세계 등은 이러한 환경적 여건

26) 김미연. (2005). 「삼성동 코엑스 복합문화공간 확장 기본계획」, 서울대학교 대학원 석사학위논문, p.24.

27) 장현진, 앞의 논문, p.7

28) 윤성은, 강준규. (2014). 「몰링 상상이상의 즐거움」, 파주: 이담북스, p.73.

에 의해 초대형 복합 쇼핑몰 개발 계획에 박차를 가하고 있다.<sup>29)</sup>

## 2) 복합쇼핑몰의 유형에 따른 분류

### 가) 복합공간의 구분

복합상업시설(mixed-use retail property)이란 위더스푼(Witherspoon)에 의해 정의된 것처럼 단일 시설로서 하나 이상의 주 기능 용도와 하나의 상업 시설이 복합된 경우로 적정한 용도가 결합함으로써 그에 따른 시너지효과(synergy effect)를 가져오도록 개발된 경우이다. 복합 공간은 크게 복합화와 건축적 기능별 분류와 형태별 분류로 나눌 수 있는데 건축 형태별로 분류하자면 단일 건물형, 다발형 콤플렉스, 도시 블록 연계형(단지형) 등이 있다. 이와 같이 '복합화'란 서로 연관성이 있는 인프라 시설기능을 효과적으로 결합하고 이들 간에 서로 유기적인 상승효과를 내도록 하여 경쟁력과 효율을 극대화하는 것을 의미한다.<sup>30)</sup>

## 3) 복합쇼핑몰의 환경적 특성

복합쇼핑몰은 대부분 대규모로 구성되어 있다는 특성상 다수가 이용하는 복합시설이 대부분이기 때문에 매우 복잡한 형태를 띠고 있을 수밖에 없으므로 결국 복잡한 동선 체계가 만들어진다. 이러한 이유로 복합문화형 시설물들은 사용자에게 길 찾기의 어려움이라는 측면뿐만 아니라 공간구조 이해의 대한 어려움 측면에 있어 많은 노력이 필요하다. 따라서 전체의 보행환경과 동선계획이 더욱이 중요하게 나타나고 있다. 이는 보행공간에 다양한 기능들이 복합되어 문제점이 발생하고 있는데 이에 따른 문제점을 살펴보면 다음과

---

29) 엄경희, 표재연. (2015). 초대형 복합쇼핑몰에 나타난 몰링문화 현상에 관한 연구, 『한국 디자인문화학회』, 22(1), p.206.

30) 장은아. (2007). 「Urban Entertainment Center 이용자이용패턴 분석에 관한 연구」, 한양대학교 공학대학원 석사학위논문, p.11.

같다.<sup>31)</sup>

첫째, 대규모로 조성된 공간은 대부분 잘 지각할 수 없기 때문에 뚜렷한 이미지를 부여하는데 제한이 따를 수밖에 없으며, 연속적인 동선의 흐름을 만들지 못하므로 입구를 인식하는데 상당한 어려움을 초래할 수 있다. 따라서 복합쇼핑몰을 방문하는 이용객들에게 시설에 대해 접근할 수 있는 공간이 줄어들에 따라 이용객의 체류시간은 단축되고 있다.<sup>32)</sup>

둘째, 복합쇼핑몰을 이용하는 이용객들에게 인지지도를 형성하는데 어려움을 나타내고 있다. 인지지도가 형성되지 않으면 방향감각에 대한 혼란을 느끼게 되고, 시설을 편안하고 안락한 공간으로 인식할 수 없기 때문에 결국에는 복합쇼핑몰을 방문하는 이용객들의 재방문을 꺼리는 원인이 되고 있다.<sup>33)</sup>

셋째, 대규모로 조성된 복합쇼핑몰에서는 화재 또는 재해 시 붕괴나 고립 등의 공포를 유발하기 쉬우므로 이와 같은 두려움을 해소할 수 있는 방안을 대규모 공간의 활성화를 위해 해결되어야 할 것이다.<sup>34)</sup>

위와 같이 이러한 복합쇼핑몰 보행공간의 문제점은 이용객들에게 스트레스 또는 심한 거부감을 유발하여 공간에 대한 쾌적감을 저하시킬 수 있으며, 비상시에는 대규모의 피해를 일으킬 수 있는 요소가 된다.<sup>35)</sup> 이렇기 때문에 기능 중심의 공간 계획 보다는 인지 특성과 물리적 환경에 따른 공간 계획 설계와 이에 대한 고찰이 필요할 것이다.

---

31) 김복희, 앞의 논문, p.42

32) 김복희, 앞의 논문, p.42

33) 유창욱. (2011). 「복합용도상업시설의 환경계획 특성에 관한 연구 : Christopher Alexander Pattern Language에 의한 분석을 중심으로」, 성균관대학교 대학원 박사학위논문, p.3.

34) 박지연, 앞의 논문, p.33.

35) 전지숙. (2005). 「공간인지 특성분석에 의한 복합문화형 지하 쇼핑몰 재구축계획에 관한 연구」, 건국대학교 대학원, 석사학위논문, p.22.

#### 4) 복합쇼핑몰 사인시스템의 필요성

대규모 복합쇼핑몰의 복합화, 대형화는 도시의 발달과 팽창에 대응하는 보편적인 해결방안이 되어가고 있다. 이처럼 복합쇼핑몰의 내부 공간의 기능과 용도가 다양해짐에 따라 복잡한 동선 체계를 구성하게 되면서 전체 건물의 형태나 형상에 대한 지각이 어려울 뿐만 아니라 공간 내에서의 정보 인지와 위치탐색, 방향확인이 어려워졌다.<sup>36)</sup> 특히 규모가 크고 불특정 다수의 이용자가 이용하는 건물에서 길 찾기의 어려움으로 인해 발생하는 문제는 단순히 한사람의 불편함에서 그치지 않고, 보다 실질적이고 포괄적인 문제점으로 확대된다.<sup>37)</sup>

따라서 복합쇼핑몰 내에서 길 찾기(way finding)의 문제가 더 이상 간과되어서는 안 될 중요한 핵심 문제로 등장하고 있다. 하지만 공간구조와 보행자를 고려하지 않고 디자인 자체에만 치중해 사인시스템의 제 역할을 하지 못하는 경우가 대부분이다. 앞서 언급했듯이, 위치와 목적지의 방향이 명확하지 않거나 무분별한 사인과 홍보물의 설치로 인해 보행자에게 경제적·시간적인 손실을 가져오고 이동경로에 상당한 착오를 일으키고 있다. 이러한 이유로 사용자가 효과적으로 공간을 지각할 수 있도록 보다 정확한 정보의 사인시스템을 제공해야 한다.<sup>38)</sup>

---

36) 김복희, 앞의 논문, p.44

37) 황지연. (2012). 「도심복합상업시설의 효과적 길찾기를 위한 물리적 환경요소 분석과 적용: 영등포 타임스퀘어에 가상현실기법적용」, 한양대학교 대학원 석사학위논문, p.8.

38) 김복희, 앞의 논문, p.45

## 제 3 장 설문조사

### 제 1 절 연구 문제

본 연구는 한국을 방문하는 외국인 관광객들에게 신제품 브랜드의 인지도를 높이기 위해서 외국인 관광객을 대상으로 쇼핑몰 내부 사인시스템에 대한 설문을 통해 외국인 관광객에게 사인시스템의 인식과 현황을 파악하여 현재 복합쇼핑몰의 사인시스템 요소와 조건에 대한 개선 방향을 제시함에 그 목적이 있다. 본 연구에서는 복합쇼핑몰의 내부 사인시스템의 현황 분석을 통하여 외국인 관광객들에게 보다 효과적인 사인시스템의 정보적 속성을 전달 할 수 있는 방향을 제시하고 기여하고자 한다.

복합쇼핑몰의 방문객들은 사인시스템을 통하여 자신이 필요로 하는 정보를 획득하게 된다. 이러한 사인시스템에 대한 시각적인 요소와 정보전달에 대한 현황 파악은 복합쇼핑몰 이용자에게 중요한 요인이 되고 있다. 따라서 복합쇼핑몰의 사인시스템이 외국인 방문객에게 정보적 전달의 기능과 시각적 그래픽에 대한 전달 능력에 대한 현황을 파악하는 것은 외국인 방문객의 행동을 이해하고 추후 복합쇼핑몰에 대한 만족도와 방문자를 높이는 효율적인 전략 수립이 가능할 것이다.

### 제 2 절 설문지의 구성 및 측정방법

본 연구의 목적을 달성하기 위한 실증 분석을 위한 설문지의 내용은 백진경(2003)<sup>39)</sup>과 최문정(2006)<sup>40)</sup>의 연구에서 사용한 측정도구를 참고

---

39) 백진경. (2003). 「공공건물 사인시스템 문자정보에 대한 사용자 지각효과 분석: 종합병원 안내, 유도 사인을 대상으로」, 세종대학교 대학원 석사학위논문.

40) 최문정. (2006). 「관광객을 위한 사인시스템에 관한 연구: 서울 소재 5대 고궁을 중심으로」, 성균관대학교 대학원 석사학위논문.

하였다. 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 개발된 설문지의 문항 설계는 앞서 [표 3-1]와 같이 구성되었다. 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템과 관련된 문항 중 쇼핑몰 방문 시 도움이 되는 편의적 도구, 사인시스템의 만족도와 불만족의 이유, 사인시스템의 개선 필요성과 필요한 항목 등은 명목척도로 사인시스템에서 필요한 정보의 중요성에 관련된 문항, 사인시스템에서 필요한 시각적 그래픽에 관련된 문항에 대해서는 5점 리커트(Likert) 척도로 구성 되었으며, 응답자의 혼돈을 방지하기 위하여 1점을 ‘전혀 그렇지 않다’에서 5점을 ‘매우 그렇다’의 형식으로 일관되게 측정 하였다. 그 외 인구사회학적 속성은 그 내용에 따라 명목 척도를 이용하였다.

설문지 문항 설계는 다음 [표 3-1] 과 같이 정리하였다.

[표 3-1] 설문지 문항 설계

| 측정항목                   |                                                                         |              |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 조사대상자의 일반적 특성          | 국적, 연령, 성별, 한국방문 목적, 직업, 복합쇼핑몰 방문 여부 및 횟수, 복합쇼핑몰 방문 이유, 복합쇼핑몰 방문 시 소요시간 | 명목 척도        |
| 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템        | 복합쇼핑몰 방문 시 도움이 되는 편의적 도구                                                |              |
|                        | 복합쇼핑몰 방문 만족 여부와 불만족의 이유                                                 |              |
|                        | 복합쇼핑몰 안내 사인시스템 개선의 필요성과 개선해야할 부분                                        |              |
| 복합쇼핑몰 안내 사인시스템의 정보 중요성 | 전체적인 위치 파악 정보                                                           | 5점 Likert 척도 |
|                        | 복합쇼핑몰의 각 장소에 대한 구체적인 설명 정보                                              |              |
|                        | 이동 시간에 관한 정보                                                            |              |
|                        | 이동 거리에 대한 정보                                                            |              |
|                        | 휴게실이나 화장실의 정보                                                           |              |
|                        | 누구나 알기 쉬운 안내 사인 시스템의 정보                                                 |              |
| 복합쇼핑몰 안내 사인시스템의        | 음성 또는 동영상 안내사인 시스템의 정보                                                  |              |
|                        | 복합쇼핑몰 안내 사인시스템에 있어서 색(color)에 대한 정도                                     |              |

|                              |                                     |       |
|------------------------------|-------------------------------------|-------|
| 시각적 그래픽                      | 복합쇼핑몰 안내 사인시스템에 있어서 시각적 그래픽에 대한 정도  |       |
|                              | 복합쇼핑몰 안내 사인시스템에 있어서 소리(음향정보)에 대한 정도 |       |
|                              | 복합쇼핑몰 안내 사인시스템에 있어서 애니메이션 정보에 대한 정도 |       |
|                              | 복합쇼핑몰 안내 사인시스템에 있어서 문자 정보에 대한 정도    |       |
| 복합쇼핑몰 안내 사인시스템을 개발할 경우 고려 사항 |                                     | 순위 척도 |

### 제 3 절 분석 방법

연구대상은 표본추출방법의 임의표집방법에 따라 설문지는 실증분석에 활용하였다 설문조사는 총 350부의 설문지를 배부하였으며, 그 결과 총 330부 중 310부가 회수되어 회수율은 93.94%로 나타났다. 그 중 미비응답 및 불성실한 설문지 4부를 제외한 304(92.12%)명을 최종분석 대상자로 선정하였다. 본 연구에서는 수집된 304명의 표본자료에 대한 분석을 위해 SPSS 22.0을 사용하였다. 먼저, 응답자의 일반적인 특성과 사인시스템에 대한 인식을 알아보기 위하여 빈도, 비율 등을 산출하였다. 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템에 대한 현황을 분석하기 위해 각 문항에 대한 빈도분석을 실시하였으며, 복합쇼핑몰 안내 사인시스템의 정보 중요성과 복합쇼핑몰 안내 사인시스템의 시각적 그래픽에 대한 현황을 알아보기 위해 평균과 표준편차를 이용하여 각 항목에 대한 평균값을 산출하였다.

## 제 4 장 결과 및 분석

### 제 1 절 조사대상자의 특성

본 연구 조사의 대상이 되었던 피실험자의 일반적인 특성을 살펴보면[표 4-1], 성별은 남자가 69.7%(212명)이고, 여자가 30.3%(92명)로 남자가 더 많은 비중을 차지하였다. 연령은 20대가 40.1%(122명)로 가장 많았고, 그 다음으로 30대가 33.2%(101명), 40대가 18.1%(55명), 50대 이상이 7.9%(4명), 10대가 0.7%(2명) 순으로 나타났다. 국적은 아시아권이 31.6%(96명)로 가장 많았고, 그 다음으로 미국권이 27.0%(82명), 유럽권이 19.7%(60명), 기타가 5.6%(17명) 순으로 나타났다. 한국 방문한 목적은 ‘여행’이 40.8%(124명)으로 가장 많았고, 그 다음으로 ‘비즈니스’가 38.5%(117명), ‘기타’가 20.7%(63명) 순으로 나타났다. 직업은 ‘전문직(의료, 법조계, 연구원, 전문기술직 등)’이 28.3%(86명)로 가장 높은 비중을 차지하였고, 그 다음으로 ‘학생’이 22.7%(69명), ‘기타’가 20.1%(61명), ‘자영업’이 11.5%(35명), ‘사무직/회사원’이 7.6%(23명), ‘주부’가 3.9%(12명), ‘프리랜서’가 3.3%(10명), ‘공무원/교직원’이 2.6%(8명) 순으로 나타났다.

[표 4-1] 조사대상자의 일반적인 특성

(n=304)

| 항목 |        | 빈도(명) | 비율(%) |
|----|--------|-------|-------|
| 성별 | 남      | 212   | 69.7  |
|    | 여      | 92    | 30.3  |
| 연령 | 10대    | 2     | 0.7   |
|    | 20대    | 122   | 40.1  |
|    | 30대    | 101   | 33.2  |
|    | 40대    | 55    | 18.1  |
|    | 50대 이상 | 24    | 7.9   |

|      |                               |     |      |
|------|-------------------------------|-----|------|
| 국적   | 미국권                           | 82  | 27.0 |
|      | 유럽권                           | 60  | 19.7 |
|      | 아시아권                          | 96  | 31.6 |
|      | 동남아권                          | 17  | 5.6  |
|      | 기타                            | 49  | 16.1 |
| 방문목적 | 여행                            | 124 | 40.8 |
|      | 비즈니스                          | 117 | 38.5 |
|      | 기타                            | 63  | 20.7 |
| 직업   | 학생                            | 69  | 22.7 |
|      | 사무직/회사원                       | 23  | 7.6  |
|      | 공무원/교직원                       | 8   | 2.6  |
|      | 전문직(의료, 법조계, 연구원,<br>전문기술직 등) | 86  | 28.3 |
|      | 주부                            | 12  | 3.9  |
|      | 자영업                           | 35  | 11.5 |
|      | 프리랜서                          | 10  | 3.3  |
|      | 기타                            | 61  | 20.1 |

본 연구 조사대상자의 복합쇼핑몰 방문경험에 대하여 조사한 결과는 다음 [표 4-2]과 같다. 먼저 복합쇼핑몰에 방문한 경험에 대해서는 방문한 경험이 있는 조사대상자는 83.6%(254명), 복합쇼핑몰에 방문한 경험이 없는 조사대상자는 16.4%(50명)으로 나타나, 본 연구의 조사는 복합쇼핑몰에 방문한 경험이 있는 254명을 대상으로 이루어졌다.

1년에 복합쇼핑몰 방문횟수는 ‘2회 이상-5회 미만’이 40.6%(103명)로 가장 많은 비중을 차지하였고, 그 다음으로 ‘1회’가 20.5%(52명), ‘5회 이상-10회 미만’이 15.4%(39명), ‘10회 이상-15회 미만’이 12.2%(31명), ‘15회 이상’이 11.4%(29명) 순으로 나타났다. 복합쇼핑몰을 방문하는 이유는 ‘제품을 구매하기 위해서’가 50.8%(129명)로 가장 많았고, 그 다음으로 ‘다양한 구경을 하기 위해서’가 32.7%(83명), ‘영화, 연극 등의 공연을 관람하기 위해서’가

8.7%(22명), ‘문화, 휴게시설을 이용하기 위해서’가 2.4%(6명) 순으로 나타났다. 주로 복합쇼핑몰에 머무르는 시간은 ‘1시간 이상-1시간 30분 미만’이 34.3%(87명)로 가장 높은 비율을 차지하였고, 그 다음으로 ‘2시간 이상’이 20.9%(53명), ‘30분 이상-1시간 미만’이 19.7%(50명), ‘1시간 30분-2시간 미만’이 16.9%(43명), ‘30분 이내’가 8.3%(21명) 순으로 나타났다.

[표 4-2] 조사대상자의 복합쇼핑몰 방문 경험

| 항목                   |                   | 빈도(명) | 비율(%) |
|----------------------|-------------------|-------|-------|
| 복합쇼핑몰<br>방문경험        | 방문한 경험이 있다        | 254   | 83.6  |
|                      | 방문한 경험이 없다        | 50    | 16.4  |
| 합계                   |                   | 304   | 100.0 |
| 1년에<br>복합쇼핑몰<br>방문횟수 | 1회                | 52    | 20.5  |
|                      | 2회 이상-5회 미만       | 103   | 40.6  |
|                      | 5회 이상-10회 미만      | 39    | 15.4  |
|                      | 10회 이상-15회 미만     | 31    | 12.2  |
|                      | 15회 이상            | 29    | 11.4  |
| 합계                   |                   | 254   | 100.0 |
| 복합쇼핑몰<br>방문이유        | 제품을 구매            | 129   | 50.8  |
|                      | 다양한 구경            | 83    | 32.7  |
|                      | 문화, 휴게시설을 이용      | 6     | 2.4   |
|                      | 영화, 연극 등의 공연을 관람  | 22    | 8.7   |
|                      | 기타                | 14    | 5.5   |
| 합계                   |                   | 254   | 100.0 |
| 복합쇼핑몰<br>체류시간        | 30분 이내            | 21    | 8.3   |
|                      | 30분 이상-1시간 미만     | 50    | 19.7  |
|                      | 1시간 이상-1시간 30분 미만 | 87    | 34.3  |
|                      | 1시간 30분 이상-2시간 미만 | 43    | 16.9  |

|    |        |     |       |
|----|--------|-----|-------|
|    | 2시간 이상 | 53  | 20.9  |
| 합계 |        | 254 | 100.0 |

## 제 2 절 외국인들의 복합쇼핑몰 사인시스템에 대한 인식조사 결과

### 1) 복합쇼핑몰 방문 시, 편의를 돕는 요인

조사대상자들에게 복합쇼핑몰 방문 시, 그들에게 편의를 돕는 요인이 무엇인지에 대하여 살펴본 결과는 다음 [표 4-3]과 같다. 분석결과, 복합쇼핑몰 방문 시, 편의를 가장 많이 돕는 요인은 ‘복합쇼핑몰 내 안내 방향 표지판’이라고 응답한 비율이 56.7%(144명)로 나타나, 복합쇼핑몰 내의 안내 사인시스템의 중요성에 대하여 확인할 수 있었다. 그 외에도 ‘복합쇼핑몰 내 키오스크 안내 모니터’가 17.3%(44명), ‘복합쇼핑몰 방문객의 직접적인 도움(안내)’이 14.2%(36명), ‘복합쇼핑몰 안내 책자’가 8.3%(21명), ‘기타’의 의견으로 3.5%(9명)로 나타났다.

[표 4-3] 복합쇼핑몰 방문 시, 편의를 돕는 요인

(n=254)

| 항목                     | 빈도(명) | 비율(%) |
|------------------------|-------|-------|
| 복합쇼핑몰 안내 책자            | 21    | 8.3   |
| 복합쇼핑몰 내 키오스크 안내 모니터    | 44    | 17.3  |
| 복합쇼핑몰 내 안내 방향 표지판      | 144   | 56.7  |
| 복합쇼핑몰 방문객의 직접적인 도움(안내) | 36    | 14.2  |
| 기타                     | 9     | 3.5   |

## 2) 복합쇼핑몰 방문에 대한 만족도

복합쇼핑몰을 방문할 시, 만족하는 정도에 대한 결과를 살펴보면 [표 4-4], 조사대상자들이 복합쇼핑몰을 방문할 시, 만족도에 대한 평균값은 3.79로 나타나 보통이상 수준으로 만족하는 것을 알 수 있었다. 구체적인 결과를 살펴보면, ‘만족한다’라고 응답한 비율이 56.3%(143명)로 가장 많은 비중을 차지하였고, 그 다음으로 ‘보통이다’가 29.5%(75명), ‘매우 만족한다’가 12.2%(31명), ‘만족하지 않는다’가 2.0%(5명) 순으로 나타났다.

이 결과에서 ‘보통이다’이하의 만족도 수준을 응답한 80명에 대하여 복합쇼핑몰 방문의 만족도 수준이 낮은 이유에 대하여 조사를 실시하였다[표 4-5]. 그 결과, 복합쇼핑몰 방문의 만족도가 낮은 이유로 가장 많은 응답을 한 것은 ‘복잡한 안내 사인시스템’이라고 46.3%(37명)가 나타났고, 그 다음으로 ‘복합쇼핑몰 안내의 어려운 설명’이 32.5%(26명), ‘실질적으로 필요한 정보의 부재’가 18.8%(15명), 기타가 2.5%(2명)로 나타났다. 이러한 결과는 외국인들이 복합쇼핑몰을 방문할 때 필요한 정보를 방문자들이 어렵고 복잡하지 않도록 여겨지는 안내 사인시스템의 개선이 필요하다는 것을 알 수 있었다.

[표 4-4] 복합쇼핑몰 방문에 대한 만족도

(n=254)

| 항목       | 빈도(명) | 비율(%) |
|----------|-------|-------|
| 만족하지 않는다 | 5     | 2.0   |
| 보통이다     | 75    | 29.5  |
| 만족한다     | 143   | 56.3  |
| 매우 만족한다  | 31    | 12.2  |

[표 4-5] 복합쇼핑몰 방문에 만족도가 낮은 이유

(n=80)

| 항목               | 빈도(명) | 비율(%) |
|------------------|-------|-------|
| 복잡한 안내 사인시스템     | 37    | 46.3  |
| 복합쇼핑몰 안내의 어려운 설명 | 26    | 32.5  |
| 실질적으로 필요한 정보의 부재 | 15    | 18.8  |
| 기타               | 2     | 2.5   |

### 3) 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템의 개선 사항

복합쇼핑몰을 방문한 외국인들을 대상으로 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템이 개선될 필요성에 대하여 조사한 결과는 다음 [표 4-6]과 같다. 그 결과, ‘복합쇼핑몰의 안내 사인시스템은 개선될 필요가 있다’고 응답한 비율은 50.0%(127명), ‘복합쇼핑몰의 안내 사인시스템은 개선될 필요가 없다’고 응답한 비율은 50.0%(127명)로 나타났다.

[표 4-6] 복합쇼핑몰 안내 사인시스템의 개선 필요 여부

(n=254)

| 항목                    | 빈도(명) | 비율(%) |
|-----------------------|-------|-------|
| 안내 사인시스템의 개선은 필요하다    | 127   | 50.0  |
| 안내 사인시스템의 개선은 필요하지 않다 | 127   | 50.0  |

그 중에서도 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템이 개선될 필요가 있다고 응답한 127명에 대하여 개선되어야 할 부분에 대한 구체적인 내용을 조사하였다 [표 4-7]. 분석결과, 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템이 중국어, 일본어, 영어 등의 다양한 언어로 설명되어 있지 않은 점이 가장 개선되어야 할 부분이라고 66.1%(84명)가 응답하였다. 그 외에도 안내 사인 시스템이 통일성이 있어

야 한다고 응답한 비율이 18.1%(23명), 복합쇼핑몰 내 인테리어와의 조화가 개선되어야 한다고 응답한 비율이 8.7%(11명), 안내 사인시스템의 부정확한 안내 방향이 개선되어야 한다고 응답한 비율이 7.1%(9명)로 나타났다. 이러한 결과는 국내 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템은 외국인 방문의 활성화를 위해서 다양한 언어의 설명, 통일성 있는 안내 사인시스템, 내부 인테리어와 조화된 안내 사인시스템, 정확한 안내 방향 등의 내용이 개선되어야 할 것을 시사한다.

[표 4-7] 복합쇼핑몰 안내 사인시스템의 개선해야할 부분

(n=127)

| 항목                   | 빈도(명) | 비율(%) |
|----------------------|-------|-------|
| 다양한 언어의 설명           | 84    | 66.1  |
| 부정확한 안내 방향 사인        | 9     | 7.1   |
| 복합쇼핑몰 주변(내부) 환경과의 조화 | 11    | 8.7   |
| 통일성 없는 안내 사인         | 23    | 18.1  |

#### 4) 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템의 필요한 정보

조사대상자들이 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템에서 어떠한 정보가 필요한지에 대한 내용을 살펴본 결과는 다음 [표 4-8]과 같다. 분석결과, ‘휴게실이나 화장실의 정보’가 가장 높은 수준( $M=4.08$ ,  $SD=.987$ )으로 필요하다고 하였다. 그 다음으로 ‘누구나 알기 쉬운 안내 사인 시스템’( $M=3.96$ ,  $SD=.912$ ), ‘복합쇼핑몰의 각 장소에 대한 구체적인 설명’( $M=3.88$ ,  $SD=.939$ ), ‘전체적인 위치 파악’( $M=3.82$ ,  $SD=.905$ ), ‘전이동 거리에 대한 정보’( $M=3.31$ ,  $SD=1.060$ ), ‘이동 시간에 관한 정보’( $M=3.27$ ,  $SD=1.014$ ) 순으로 나타났다. 반면, ‘음성 또는 동영상 안내 시스템’( $M=2.94$ ,  $SD=1.091$ )은 가장 낮은 수준으로 필요한 정보라고 응답하였다. 이러한 결과는 복합쇼핑몰을 방문하는 외국인들이 생각할 때, 안내 사인시스템은 가장 기본적이면서도 명확하게 인

지할 수 있는 정보가 필요하다는 것을 알 수 있었고, 오히려 음성 혹은 동영상과 같은 지원서비스는 그다지 필요하다고 여기지 않는다는 것을 알 수 있었다.

[표 4-8] 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템의 필요한 정보

(n=254)

| 항목                      | 평균   | 표준편차  |
|-------------------------|------|-------|
| 휴게실이나 화장실의 정보           | 4.08 | .987  |
| 누구나 알기 쉬운 안내 사인시스템      | 3.96 | .912  |
| 복합쇼핑몰의 각 장소에 대한 구체적인 설명 | 3.88 | .939  |
| 전체적인 위치 파악              | 3.82 | .905  |
| 이동 거리에 대한 정보            | 3.31 | 1.060 |
| 이동 시간에 관한 정보            | 3.27 | 1.014 |
| 음성 또는 동영상 안내시스템         | 2.94 | 1.091 |

##### 5) 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템의 필요한 시각적 그래픽

위의 결과를 살펴보면, 복합쇼핑몰을 방문하는 외국인들은 안내 사인시스템의 정확하고 인지하기 쉬운 안내 사인시스템을 필요로 한다. 복합쇼핑몰을 방문하는 외국인들이 안내 사인시스템에서 필요하다고 생각되는 시각적 그래픽에 대하여 살펴보았다[표 4-9].

분석결과, 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템에 가장 필요하다고 생각되는 시각적 그래픽은 ‘문자 정보’가 가장 높은 수준( $M=3.83$ ,  $SD=.888$ )으로 필요하다고 하였다. 즉, 안내 사인시스템에 외국인의 국적에 따른 다양한 언어가 제시되는 것이 필요함을 시사한다. 그 다음으로 ‘색(color)’( $M=3.65$ ,  $SD=.780$ ), ‘시각적 그래픽’( $M=3.63$ ,  $SD=.838$ ), ‘애니메이션 정보’( $M=2.89$ ,  $SD=.968$ ) 순으로 나타났다. 반면, ‘소리(음향정보)’( $M=2.78$ ,  $SD=.957$ )는 가장 낮은 수

준으로 나타나, 위의 [표 4-8] 결과와 일맥상통하는 것을 알 수 있었다.

[표 4-9] 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템의 필요한 시각적 그래픽

(n=254)

| 항목                                                   | 평균   | 표준편차 |
|------------------------------------------------------|------|------|
| 복합쇼핑몰 안내 사인시스템에 있어서 문자 정보                            | 3.83 | .888 |
| 복합쇼핑몰 안내 사인시스템에 있어서 색(color)                         | 3.65 | .780 |
| 복합쇼핑몰 안내 사인시스템에 있어서 시각적 그래픽                          | 3.63 | .838 |
| 복합쇼핑몰 안내 사인시스템에 있어서 애니메이션 정보                         | 2.89 | .968 |
| 복합쇼핑몰 안내 사인시스템에 있어서 주의를 줄 수 있는 음향 정보 효과 (시각적인 소리 효과) | 2.78 | .957 |

#### 6) 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템 개발 시, 고려해야할 사항

복합쇼핑몰을 방문하는 외국인들에게 안내 사인시스템을 개발할 경우, 고려해야할 사항에 대하여 1순위부터 5순위까지 순서대로 나열한 결과를 분석하였다[표 4-10]. 고려해야할 사항으로 사인물의 ‘형태’, ‘색’, ‘문자’, ‘픽토그램’, ‘설명문(본문)’을 제시하였다. 1순위에 1점, 2순위에 2점, 3순위에 3점, 4순위에 4점, 5순위에 5점을 각각 부여하여 합산한 점수가 가장 낮은 것을 1순위로 선정하였다.

분석결과, 복합쇼핑몰을 방문하는 외국인들은 안내 사인시스템 개발 시, 고려해야할 사항으로 ‘사인물의 픽토그램’→‘사인물의 설명문(본문)’→‘사인물의 문자’→‘사인물의 형태’→‘사인물의 색’의 순서대로 안내 사인시스템이 개발되어야 한다고 응답하였다. 이러한 결과는 외국인들은 안내 사인시스템에 있어서 가장 중요한 것이 사인물이 가지는 상징성이라는 것을 알 수 있었다.

[표 4-10] 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템 개발 시, 고려해야할 사항

| 순위 | 고려해야할 사항     | 환산점수             |
|----|--------------|------------------|
| 1  | 사인물의 픽토그램    | 667 <sup>a</sup> |
| 2  | 사인물의 설명문(본문) | 711              |
| 3  | 사인물의 문자      | 776              |
| 4  | 사인물의 형태      | 813              |
| 5  | 사인물의 색       | 829              |

<sup>a</sup> 1순위=1, 2순위=2, 3순위=3, 4순위=4, 5순위=5로 가중치를 부여하여 계산한 환산점수

### 제 3 절 사회학적 요인에 따른 사인시스템의 정보적 속성과 시각적 속성에 대한 차이 검증

#### 1) 사인시스템의 정보적 속성

##### 가) 성별에 따른 차이 검증

연구대상자의 성별에 따라 사인시스템의 정보적 속성에 대한 차이를 검증하기 위해 *t*-test를 실시하였으며, 분석결과는 다음 [표 4-11]과 같다.

[표 4-11] 성별에 따른 사인시스템 정보적 속성의 차이검증

| 구분            |    | N   | 평균   | 표준편차 | <i>t</i> | <i>p</i> |
|---------------|----|-----|------|------|----------|----------|
| 전체적인<br>위치파악  | 남성 | 212 | 3.83 | .880 | -.333    | .739     |
|               | 여성 | 92  | 3.87 | .714 |          |          |
| 장소의<br>구체적 설명 | 남성 | 212 | 3.97 | .859 | 2.384**  | .018     |
|               | 여성 | 92  | 3.72 | .843 |          |          |
| 이동시간          | 남성 | 212 | 3.46 | .951 | 2.043**  | .042     |

|                 |    |     |      |       |          |      |
|-----------------|----|-----|------|-------|----------|------|
|                 | 여성 | 92  | 3.22 | .981  |          |      |
| 이동거리            | 남성 | 212 | 3.43 | .998  | .426     | .670 |
|                 | 여성 | 92  | 3.38 | 1.025 |          |      |
| 휴게실 및 화장실 정보    | 남성 | 212 | 4.14 | 1.011 | -2.267** | .024 |
|                 | 여성 | 92  | 4.41 | .827  |          |      |
| 알기 쉬운 시스템       | 남성 | 212 | 4.01 | .823  | 1.688*   | .092 |
|                 | 여성 | 92  | 3.84 | .881  |          |      |
| 음성 또는 동영상 안내시스템 | 남성 | 212 | 3.15 | 1.104 | .801     | .424 |
|                 | 여성 | 92  | 3.04 | 1.005 |          |      |
| 전체              | 남성 | 181 | 3.65 | .641  | 1.685*   | .093 |
|                 | 여성 | 73  | 3.51 | .494  |          |      |

\*\* $p < .05$ , \* $p < .10$

성별에 따른 사인시스템의 정보적 속성에 대한 차이 검증 결과, 전체적인 위치파악에 대한 응답에서는 남성( $M=3.83$ )보다 여성( $M=3.87$ )이 높은 평균값을 보였으며, 통계적으로 유의한 차이는 없었다( $t=-.333$ ,  $p>.10$ ). 장소의 구체적 설명에 대한 응답에서는 남성( $M=3.87$ )이 여성( $M=3.72$ )의 평균값 보다 높게 나타났다. 그리고 이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $t=2.384$ ,  $p<.05$ ). 이동 시간에 대한 응답에서는 남성( $M=3.46$ )이 여성( $M=3.22$ )이 높은 평균값을 보였으며, 통계상으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $t=2.043$ ,  $p<.05$ ). 이동 거리에 대한 응답에서는 남성( $M=3.43$ )이 여성( $M=3.38$ )의 평균값 보다 높게 나타났으며, 통계상으로 유의한 차이는 없었다( $t=0.426$ ,  $p>.10$ ). 휴게실 및 화장실 정보에 대한 응답에서는 남성( $M=4.14$ )보다 여성( $M=4.41$ )의 평균값이 높게 측정되었으며, 통계상 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $t=-2.267$ ,  $p<.05$ ). 알기 쉬운 시스템에 대한 응답에서는 남성( $M=4.01$ )이 여성( $M=3.84$ )의 평균값 보다 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $t=1.688$ ,  $p<.10$ ). 음성 또는 동영상 안내시스템에 대한 응답에서는 남성( $M=3.15$ )이 여성( $M=3.04$ )의 평균값이 보다 높게 나타났으며, 통계상 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다

( $t=.801$ ,  $p>.10$ ). 사인시스템의 정보적 속성 전체에 대해서는 남성( $M=3.65$ )이 여성( $M=3.51$ )의 평균값이 보다 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $t=1.685$ ,  $p<.10$ ).

#### 나) 연령에 따른 차이 검증

연구대상자의 연령에 따라 사인시스템의 정보적 속성에 대한 차이를 검증하기 위해  $F$ -검증을 실시하였으며, 분석결과는 다음 [표 4-12]과 같다.

[표 4-12] 연령에 따른 사인시스템 정보적 속성의 차이검증

| 구분              |           | N   | 평균   | 표준편차  | $F$       | $p$  | Scheffe |
|-----------------|-----------|-----|------|-------|-----------|------|---------|
| 전체적인<br>위치파악    | 20대(a)    | 124 | 3.85 | .695  | 1.924     | .126 | -       |
|                 | 30대(b)    | 101 | 3.87 | .956  |           |      |         |
|                 | 40대(c)    | 55  | 3.65 | .865  |           |      |         |
|                 | 50대 이상(d) | 24  | 4.13 | .797  |           |      |         |
| 장소의<br>구체적 설명   | 20대(a)    | 124 | 3.81 | .859  | 3.659**   | .013 | a,c<b   |
|                 | 30대(b)    | 101 | 4.12 | .828  |           |      |         |
|                 | 40대(c)    | 55  | 3.75 | .985  |           |      |         |
|                 | 50대 이상(d) | 24  | 3.71 | .464  |           |      |         |
| 이동시간            | 20대(a)    | 124 | 3.10 | .944  | 10.660*** | .000 | a,c<b   |
|                 | 30대(b)    | 101 | 3.79 | 1.013 |           |      |         |
|                 | 40대(c)    | 55  | 3.27 | .781  |           |      |         |
|                 | 50대 이상(d) | 24  | 3.42 | .654  |           |      |         |
| 이동거리            | 20대(a)    | 124 | 3.31 | .966  | 4.259***  | .006 | a,d<b   |
|                 | 30대(b)    | 101 | 3.66 | 1.080 |           |      |         |
|                 | 40대(c)    | 55  | 3.40 | .915  |           |      |         |
|                 | 50대 이상(d) | 24  | 2.96 | .859  |           |      |         |
| 휴게실 및<br>화장실 정보 | 20대(a)    | 124 | 4.12 | .959  | 0.915     | .434 | -       |
|                 | 30대(b)    | 101 | 4.26 | .966  |           |      |         |

|                       |           |     |      |       |          |      |       |
|-----------------------|-----------|-----|------|-------|----------|------|-------|
|                       | 40대(c)    | 55  | 4.33 | 1.123 |          |      |       |
|                       | 50대 이상(d) | 24  | 4.38 | .495  |          |      |       |
| 알기 쉬운<br>시스템          | 20대(a)    | 124 | 3.91 | .836  | 4.316*** | .005 | a,c<d |
|                       | 30대(b)    | 101 | 4.04 | .894  |          |      |       |
|                       | 40대(c)    | 55  | 3.73 | .804  |          |      |       |
|                       | 50대 이상(d) | 24  | 4.42 | .504  |          |      |       |
| 음성 또는<br>동영상<br>안내시스템 | 20대(a)    | 124 | 3.01 | 1.048 | 3.224**  | .023 | d<c   |
|                       | 30대(b)    | 101 | 3.23 | 1.182 |          |      |       |
|                       | 40대(c)    | 55  | 3.36 | .890  |          |      |       |
|                       | 50대 이상(d) | 24  | 2.67 | .963  |          |      |       |
| 전체                    | 20대(a)    | 109 | 3.51 | .495  | 5.347*** | .001 | a,c<b |
|                       | 30대(b)    | 88  | 3.81 | .674  |          |      |       |
|                       | 40대(c)    | 38  | 3.45 | .706  |          |      |       |
|                       | 50대 이상(d) | 19  | 3.54 | .374  |          |      |       |

\*\*\* $p<.01$ , \*\* $p<.05$

연령에 따른 사인시스템의 정보적 속성에 대한 차이 검증 결과, 전체적인 위치파악에 대한 응답에서는 50대 이상( $M=4.13$ )의 평균값이 제일 높게 나타났다으며, 통계적으로 유의미한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=1.924$ ,  $p>.10$ ). 장소의 구체적 설명에 대한 응답에서는 30대( $M=4.12$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 보였다( $F=3.659$ ,  $p<.05$ ). 이동 시간에 대한 응답에서는 30대( $M=3.79$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계상 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=10.660$ ,  $p<.01$ ). 이동 거리에 대한 응답에서는 30대( $M=3.66$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=4.259$ ,  $p<.01$ ). 휴게실 및 화장실 정보에 대한 응답에서는 50대 이상( $M=4.38$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계상 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=0.915$ ,  $p>.10$ ). 알기 쉬운 시스템에 대한 응답에서는 30대( $M=4.04$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=4.316$ ,  $p<.01$ ). 음성 또는 동영상 안내시스템에 대한 응답에서는 40대( $M=3.36$ )의 평

균값이 제일 높게 나타났으며, 통계상으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.224$ ,  $p<.05$ ). 사인시스템의 정보적 속성 전체에 대한 응답에서는 30대 ( $M=3.81$ )의 평균값이 가장 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=5.347$ ,  $p<.01$ ).

#### 다) 방문횟수에 따른 차이 검증

연구대상자의 복합쇼핑몰 방문횟수에 따라 사인시스템의 정보적 속성에 대한 차이를 검증하기 위해  $F$ -검증을 실시하였으며, 분석결과는 다음 [표 4-13]과 같다.

[표 4-13] 방문횟수에 따른 사인시스템 정보적 속성의 차이검증

| 구분            |                  | N   | 평균   | 표준편차  | $F$      | $p$  | Scheffe |
|---------------|------------------|-----|------|-------|----------|------|---------|
| 전체적인<br>위치파악  | 1회(a)            | 52  | 3.75 | 1.135 | 3.509*** | .008 | e<c,d   |
|               | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.83 | .673  |          |      |         |
|               | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 4.00 | .725  |          |      |         |
|               | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 4.13 | 1.231 |          |      |         |
|               | 15회 이상(e)        | 29  | 3.34 | .814  |          |      |         |
| 장소의<br>구체적 설명 | 1회(a)            | 52  | 4.06 | .998  | 1.447    | .219 | -       |
|               | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.88 | .808  |          |      |         |
|               | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.90 | .852  |          |      |         |
|               | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 3.55 | 1.028 |          |      |         |
|               | 15회 이상(e)        | 29  | 3.86 | 1.217 |          |      |         |
| 이동시간          | 1회(a)            | 52  | 3.33 | .944  | 2.399*   | .051 | e<d     |
|               | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.18 | 1.109 |          |      |         |
|               | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.31 | 1.104 |          |      |         |
|               | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 3.71 | .824  |          |      |         |
|               | 15회 이상(e)        | 29  | 2.97 | .680  |          |      |         |
| 이동거리          | 1회(a)            | 52  | 3.33 | 1.061 | 1.306    | .268 | -       |

|                       |                  |     |      |       |          |      |       |
|-----------------------|------------------|-----|------|-------|----------|------|-------|
|                       | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.40 | .994  |          |      |       |
|                       | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.23 | 1.063 |          |      |       |
|                       | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 3.45 | 1.457 |          |      |       |
|                       | 15회 이상(e)        | 29  | 2.93 | .704  |          |      |       |
| 휴게실 및<br>화장실 정보       | 1회(a)            | 52  | 3.94 | 1.145 | 3.198**  | .014 | e<c   |
|                       | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 4.12 | .878  |          |      |       |
|                       | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 4.46 | .643  |          |      |       |
|                       | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 4.10 | 1.136 |          |      |       |
|                       | 15회 이상(e)        | 29  | 3.66 | 1.111 |          |      |       |
| 알기 쉬운<br>시스템          | 1회(a)            | 52  | 3.69 | 1.094 | 2.248*   | .064 | -     |
|                       | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 4.06 | .790  |          |      |       |
|                       | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.90 | .680  |          |      |       |
|                       | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 4.23 | .990  |          |      |       |
|                       | 15회 이상(e)        | 29  | 3.86 | 1.060 |          |      |       |
| 음성 또는<br>동영상<br>안내시스템 | 1회(a)            | 52  | 3.00 | 1.048 | 4.798*** | .001 | d,e<b |
|                       | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.16 | 1.153 |          |      |       |
|                       | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.10 | 1.165 |          |      |       |
|                       | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 2.48 | .926  |          |      |       |
|                       | 15회 이상(e)        | 29  | 2.38 | .622  |          |      |       |
| 전체                    | 1회(a)            | 52  | 3.59 | .670  | 2.634**  | .035 | e<b,c |
|                       | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.66 | .482  |          |      |       |
|                       | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.70 | .667  |          |      |       |
|                       | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 3.66 | .776  |          |      |       |
|                       | 15회 이상(e)        | 29  | 3.29 | .509  |          |      |       |

\*\*\* $p<.01$ , \*\* $p<.05$ , \* $p<.10$

방문횟수에 따른 사인시스템의 정보적 속성에 대한 차이 검증 결과, 전체적인 위치파악에 대한 응답에서는 10회 이상-15회 미만( $M=4.13$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.509$ ,  $p<.01$ ). 장소의 구체적 설명에 대한 응답에서는 1회( $M=4.06$ )의 평

균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=1.447$ ,  $p>.10$ ). 이동 시간에 대한 응답에서는 10회 이상-15회 미만( $M=3.71$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=2.399$ ,  $p<.10$ ). 이동 거리에 대한 응답에서는 10회 이상-15회 미만( $M=3.45$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=1.306$ ,  $p>.10$ ). 휴게실 및 화장실 정보에 대한 응답에서는 5회 이상-10회 미만( $M=4.46$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.198$ ,  $p<.05$ ). 알기 쉬운 시스템에 대한 응답에서는 10회 이상-15회 미만( $M=4.23$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=2.248$ ,  $p<.10$ ). 음성 또는 동영상 안내시스템에 대한 응답에서는 2회 이상-5회 미만( $M=3.16$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=4.798$ ,  $p<.01$ ). 사인시스템의 정보적 속성 전체에 대한 응답에서는 5회 이상-10회 미만( $M=3.70$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=2.634$ ,  $p<.05$ ).

#### 라) 방문시간에 따른 차이 검증

연구대상자의 복합쇼핑몰 방문시간에 따라 사인시스템의 정보적 속성에 대한 차이를 검증하기 위해  $F$ -검증을 실시하였으며, 분석결과는 다음 [표 4-14]과 같다.

[표 4-14] 방문시간에 따른 사인시스템 정보적 속성의 차이검증

| 구분           |                      | N  | 평균   | 표준편차 | $F$     | $p$  | Scheffe |
|--------------|----------------------|----|------|------|---------|------|---------|
| 전체적인<br>위치파악 | 30분 이내(a)            | 21 | 3.48 | .512 | 2.816** | .026 | -       |
|              | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 4.10 | .909 |         |      |         |
|              | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 3.68 | .673 |         |      |         |

|                       |                      |    |      |       |          |      |           |
|-----------------------|----------------------|----|------|-------|----------|------|-----------|
|                       | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.81 | 1.160 |          |      |           |
|                       | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.94 | 1.045 |          |      |           |
| 장소의<br>구체적 설명         | 30분 이내(a)            | 21 | 3.76 | .436  | 3.235**  | .013 | d<e       |
|                       | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 3.70 | 1.074 |          |      |           |
|                       | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 4.02 | .792  |          |      |           |
|                       | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.56 | 1.007 |          |      |           |
|                       | 2시간 이상(e)            | 53 | 4.11 | 1.031 |          |      |           |
|                       |                      |    |      |       |          |      |           |
| 이동시간                  | 30분 이내(a)            | 21 | 3.57 | .676  | 4.140*** | .003 | c<d,e     |
|                       | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 3.14 | 1.069 |          |      |           |
|                       | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 2.99 | .982  |          |      |           |
|                       | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.51 | .985  |          |      |           |
|                       | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.55 | 1.030 |          |      |           |
| 이동거리                  | 30분 이내(a)            | 21 | 3.38 | .740  | 4.445*** | .002 | c<e       |
|                       | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 3.28 | .991  |          |      |           |
|                       | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 2.99 | 1.073 |          |      |           |
|                       | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.47 | 1.120 |          |      |           |
|                       | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.72 | 1.026 |          |      |           |
| 휴게실 및<br>화장실 정보       | 30분 이내(a)            | 21 | 3.86 | .727  | 1.705    | .149 | -         |
|                       | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 4.14 | .969  |          |      |           |
|                       | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 4.26 | .754  |          |      |           |
|                       | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.88 | 1.074 |          |      |           |
|                       | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.96 | 1.285 |          |      |           |
| 알기 쉬운<br>시스템          | 30분 이내(a)            | 21 | 3.10 | .831  | 7.107*** | .000 | a<b,c,d,e |
|                       | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 4.22 | .815  |          |      |           |
|                       | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 4.10 | .716  |          |      |           |
|                       | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.88 | 1.028 |          |      |           |
|                       | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.87 | 1.020 |          |      |           |
| 음성 또는<br>동영상<br>안내시스템 | 30분 이내(a)            | 21 | 2.81 | .981  | 3.833*** | .005 | c<e       |
|                       | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 2.64 | 1.139 |          |      |           |
|                       | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 2.83 | 1.002 |          |      |           |
|                       | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.05 | .999  |          |      |           |

|    |                      |    |      |       |       |      |   |
|----|----------------------|----|------|-------|-------|------|---|
|    | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.40 | 1.182 |       |      |   |
| 전체 | 30분 이내(a)            | 21 | 3.42 | .460  | 1.942 | .104 | - |
|    | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 3.60 | .692  |       |      |   |
|    | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 3.55 | .445  |       |      |   |
|    | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.59 | .685  |       |      |   |
|    | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.79 | .698  |       |      |   |

\*\*\* $p<.01$ , \*\* $p<.05$

방문시간에 따른 사인시스템의 정보적 속성에 대한 차이 검증 결과, 전체적인 위치파악에 대한 응답에서는 30분 이상-1시간 미만( $M=4.10$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=2.816$ ,  $p<.05$ ). 장소의 구체적 설명에 대한 응답에서는 2시간 이상( $M=4.11$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.235$ ,  $p<.05$ ). 이동 시간에 대한 응답에서는 30분 이내( $M=3.57$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=4.140$ ,  $p<.01$ ). 이동 거리에 대한 응답에서는 2시간 이상( $M=3.72$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=4.445$ ,  $p<.01$ ). 휴게실 및 화장실 정보에 대한 응답에서는 1시간 이상-1시간 30분 미만( $M=4.26$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=1.705$ ,  $p>.10$ ). 알기 쉬운 시스템에 대한 응답에서는 30분 이상-1시간 미만( $M=4.22$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=7.107$ ,  $p<.01$ ). 음성 또는 동영상 안내시스템에 대한 응답에서는 2시간 이상( $M=3.40$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.833$ ,  $p<.01$ ). 사인시스템의 정보적 속성 전체에 대한 응답에서는 2시간 이상( $M=3.79$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=1.942$ ,  $p>.10$ ).

## 2) 사인시스템의 시각적 속성

### 가) 성별에 따른 차이 검증

연구대상자의 성별에 따라 사인시스템의 시각적 속성에 대한 차이를 검증하기 위해  $t$ -test를 실시하였으며, 분석결과는 다음 [표 4-15]과 같다.

[표 4-15] 성별에 따른 사인시스템 시각적 속성의 차이검증

| 구분        |    | N   | 평균   | 표준편차  | $t$      | $p$  |
|-----------|----|-----|------|-------|----------|------|
| 색         | 남성 | 212 | 3.89 | .845  | .703     | .483 |
|           | 여성 | 92  | 3.82 | .925  |          |      |
| 형태        | 남성 | 212 | 3.76 | .910  | -2.407** | .017 |
|           | 여성 | 92  | 4.03 | .907  |          |      |
| 설명정보      | 남성 | 212 | 3.08 | 1.192 | -1.139   | .256 |
|           | 여성 | 92  | 3.25 | 1.201 |          |      |
| 픽토그램      | 남성 | 212 | 3.14 | 1.147 | -1.705*  | .089 |
|           | 여성 | 92  | 3.39 | 1.231 |          |      |
| 문자정보      | 남성 | 212 | 4.07 | .843  | 1.756*   | .080 |
|           | 여성 | 92  | 3.87 | 1.071 |          |      |
| 시각적 속성 전체 | 남성 | 212 | 3.59 | .799  | -.824    | .411 |
|           | 여성 | 92  | 3.67 | .827  |          |      |

\*\* $p < .05$ , \* $p < .10$

성별에 따른 사인시스템의 시각적 속성에 대한 차이 검증 결과, 컬러정보에 대한 응답에서는 남성( $M=3.89$ )이 여성( $M=3.82$ )보다 평균값이 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $t=.703$ ,  $p>.10$ ). 사인물의 형태에 대한 응답에서는 남성( $M=3.82$ )보다 여성( $M=4.03$ )의 평균값이 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $t=-2.407$ ,  $p<.05$ ). 설명정보에 대한 응답에서는 남성( $M=3.08$ )보다 여성

( $M=3.25$ )의 평균값이 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다( $t=-1.139$ ,  $p>.10$ ). 사인물 정보의 상징성인 픽토그램에 대한 응답에서는 남성( $M=3.14$ )보다 여성( $M=3.39$ )의 평균값이 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $t=-1.705$ ,  $p<.10$ ). 사인물의 문자정보에 대한 응답에서는 남성( $M=4.07$ )이 여성( $M=3.87$ )의 평균값 보다 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $t=1.756$ ,  $p<.10$ ). 사인시스템의 시각적 속성 전체에 대해서는 남성( $M=3.59$ )보다 여성( $M=3.67$ )의 평균값이 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다( $t=-0.824$ ,  $p>.10$ ).

#### 나) 연령에 따른 차이 검증

연구대상자의 연령에 따라 사인시스템의 시각적 속성에 대한 차이를 검증하기 위해  $F$ -검증을 실시하였으며, 분석결과는 다음 [표 4-16]와 같다.

[표 4-16] 연령에 따른 사인시스템 시각적 속성의 차이검증

| 구분   |           | N   | 평균   | 표준편차  | F      | p    | Scheffe |
|------|-----------|-----|------|-------|--------|------|---------|
| 색    | 20대(a)    | 124 | 3.76 | .840  | 2.118* | .098 | -       |
|      | 30대(b)    | 101 | 4.03 | .780  |        |      |         |
|      | 40대(c)    | 55  | 3.78 | 1.049 |        |      |         |
|      | 50대 이상(d) | 24  | 3.96 | .859  |        |      |         |
| 형태   | 20대(a)    | 124 | 3.80 | .937  | 1.123  | .340 | -       |
|      | 30대(b)    | 101 | 3.88 | .864  |        |      |         |
|      | 40대(c)    | 55  | 3.75 | 1.022 |        |      |         |
|      | 50대 이상(d) | 24  | 4.13 | .741  |        |      |         |
| 설명정보 | 20대(a)    | 124 | 3.06 | 1.088 | 2.144* | .095 | -       |
|      | 30대(b)    | 101 | 3.12 | 1.306 |        |      |         |
|      | 40대(c)    | 55  | 3.45 | 1.086 |        |      |         |
|      | 50대 이상(d) | 24  | 2.79 | 1.382 |        |      |         |
| 픽토그램 | 20대(a)    | 124 | 3.12 | 1.173 | 1.650  | .178 | -       |
|      | 30대(b)    | 101 | 3.42 | 1.116 |        |      |         |

|              |           |     |      |       |         |      |     |
|--------------|-----------|-----|------|-------|---------|------|-----|
|              | 40대(c)    | 55  | 3.18 | 1.203 |         |      |     |
|              | 50대 이상(d) | 24  | 2.96 | 1.334 |         |      |     |
| 문자정보         | 20대(a)    | 124 | 4.19 | .868  | 3.755** | .011 | c<a |
|              | 30대(b)    | 101 | 4.00 | .787  |         |      |     |
|              | 40대(c)    | 55  | 3.75 | 1.092 |         |      |     |
|              | 50대 이상(d) | 24  | 3.75 | 1.113 |         |      |     |
| 시각적 속성<br>전체 | 20대(a)    | 124 | 3.59 | .757  | .486    | .692 | -   |
|              | 30대(b)    | 101 | 3.69 | .771  |         |      |     |
|              | 40대(c)    | 55  | 3.58 | .960  |         |      |     |
|              | 50대 이상(d) | 24  | 3.52 | .852  |         |      |     |

\*\* $p<.05$ , \* $p<.10$

연령에 따른 사인시스템의 시각적 속성에 대한 차이 검증 결과, 컬러정보에 대한 응답에서는 30대( $M=4.03$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=2.118$ ,  $p<.10$ ). 사인물의 형태에 대한 응답에서는 50대 이상( $M=4.13$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=1.123$ ,  $p>.10$ ). 설명정보에 대한 응답에서는 40대( $M=3.45$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=2.144$ ,  $p<.10$ ). 사인물 정보의 상징성인 픽토그램에 대한 응답에서는 30대( $M=3.42$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=1.650$ ,  $p>.10$ ). 사인물의 문자정보에 대한 응답에서는 20대( $M=4.19$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.755$ ,  $p<.05$ ). 시각적 속성 전체에 대한 응답에서는 30대( $M=3.69$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=.486$ ,  $p>.10$ )

#### 다) 방문횟수에 따른 차이 검증

연구대상자의 복합쇼핑몰 방문횟수에 따라 사인시스템의 시각적 속성에 대

한 차이를 검증하기 위해  $F$ -검증을 실시하였으며, 분석결과는 다음 [표 4-17]와 같다.

[표 4-17] 방문횟수에 따른 사인시스템 시각적 속성의 차이검증

|        | 구분               | N   | 평균   | 표준편차  | $F$      | $p$  | Scheffe  |
|--------|------------------|-----|------|-------|----------|------|----------|
| 색      | 1회(a)            | 52  | 3.60 | .748  | 3.011**  | .019 | e< d     |
|        | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.69 | .792  |          |      |          |
|        | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.56 | .882  |          |      |          |
|        | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 4.00 | .683  |          |      |          |
|        | 15회 이상(e)        | 29  | 3.34 | .614  |          |      |          |
| 형태     | 1회(a)            | 52  | 3.40 | .823  | 3.055**  | .018 | a< d     |
|        | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.71 | .847  |          |      |          |
|        | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.44 | .882  |          |      |          |
|        | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 3.97 | .407  |          |      |          |
|        | 15회 이상(e)        | 29  | 3.62 | .979  |          |      |          |
| 설명정보   | 1회(a)            | 52  | 2.98 | .960  | 6.017*** | .000 | e< a,b,c |
|        | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 2.88 | 1.003 |          |      |          |
|        | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 2.90 | .912  |          |      |          |
|        | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 2.65 | .709  |          |      |          |
|        | 15회 이상(e)        | 29  | 2.03 | .731  |          |      |          |
| 픽토그램   | 1회(a)            | 52  | 3.23 | .783  | 4.314*** | .002 | d< a,c   |
|        | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 2.79 | .997  |          |      |          |
|        | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.15 | .933  |          |      |          |
|        | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 2.52 | .851  |          |      |          |
|        | 15회 이상(e)        | 29  | 2.69 | 1.105 |          |      |          |
| 문자정보   | 1회(a)            | 52  | 3.71 | .915  | 5.361*** | .000 | d,e< b   |
|        | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 4.07 | .889  |          |      |          |
|        | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.95 | .647  |          |      |          |
|        | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 3.42 | .923  |          |      |          |
|        | 15회 이상(e)        | 29  | 3.48 | .829  |          |      |          |
| 시각적 속성 | 1회(a)            | 52  | 3.38 | .571  | 2.738**  | .029 | e< b     |

|    |                  |     |      |      |  |  |  |
|----|------------------|-----|------|------|--|--|--|
| 전체 | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.43 | .597 |  |  |  |
|    | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.40 | .670 |  |  |  |
|    | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 3.31 | .389 |  |  |  |
|    | 15회 이상(e)        | 29  | 3.03 | .586 |  |  |  |

\*\*\* $p<.01$ , \*\* $p<.05$

방문횟수에 따른 사인시스템의 시각적 속성에 대한 차이 검증 결과, 컬러 정보에 대한 응답에서는 10회 이상-15회 미만( $M=4.00$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.011$ ,  $p<.05$ ). 사인물의 형태에 대한 응답에서는 10회 이상-15회 미만( $M=3.97$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.055$ ,  $p<.05$ ). 설명정보에 대한 응답에서는 1회( $M=2.98$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=6.017$ ,  $p<.01$ ). 사인물 정보의 상징성인 픽토그램에 대한 응답에서는 1회( $M=3.23$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=4.314$ ,  $p<.01$ ). 사인물의 문자정보에 대한 응답에서는 2회 이상-5회 미만( $M=4.07$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=5.361$ ,  $p<.01$ ). 시각적 속성 전체에 대한 응답에서는 2회 이상-5회 미만( $M=3.43$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=2.738$ ,  $p<.05$ ).

#### 라) 방문시간에 따른 차이 검증

연구대상자의 복합쇼핑몰 방문시간에 따라 사인시스템의 시각적 속성에 대한 차이를 검증하기 위해  $F$ -검증을 실시하였으며, 분석결과는 다음 [표 4-18]와 같다.

[표 4-18] 방문시간에 따른 사인시스템 시각적 속성의 차이검증

| 구분        |                      | N  | 평균   | 표준편차  | F        | p    | Scheffe |
|-----------|----------------------|----|------|-------|----------|------|---------|
| 색         | 30분 이내(a)            | 21 | 3.86 | .655  | 1.447    | .219 | -       |
|           | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 3.60 | .833  |          |      |         |
|           | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 3.67 | .773  |          |      |         |
|           | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.44 | .700  |          |      |         |
|           | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.75 | .830  |          |      |         |
| 형태        | 30분 이내(a)            | 21 | 3.67 | .483  | .293     | .882 | -       |
|           | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 3.72 | .858  |          |      |         |
|           | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 3.59 | .971  |          |      |         |
|           | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.65 | .783  |          |      |         |
|           | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.57 | .747  |          |      |         |
| 설명정보      | 30분 이내(a)            | 21 | 3.19 | .680  | 2.787**  | .027 | -       |
|           | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 2.54 | .930  |          |      |         |
|           | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 2.80 | 1.150 |          |      |         |
|           | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 2.58 | .852  |          |      |         |
|           | 2시간 이상(e)            | 53 | 2.96 | .706  |          |      |         |
| 픽토그램      | 30분 이내(a)            | 21 | 3.05 | .740  | 3.214**  | .013 | b<e     |
|           | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 2.52 | 1.182 |          |      |         |
|           | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 2.85 | .971  |          |      |         |
|           | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.00 | .926  |          |      |         |
|           | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.15 | .744  |          |      |         |
| 문자정보      | 30분 이내(a)            | 21 | 3.62 | .498  | 5.584*** | .000 | e<b,c,d |
|           | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 4.00 | 1.050 |          |      |         |
|           | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 3.97 | .828  |          |      |         |
|           | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 4.02 | .913  |          |      |         |
|           | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.38 | .765  |          |      |         |
| 시각적 속성 전체 | 30분 이내(a)            | 21 | 3.48 | .319  | .476     | .753 | -       |
|           | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 3.28 | .700  |          |      |         |
|           | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 3.37 | .703  |          |      |         |
|           | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.34 | .418  |          |      |         |
|           | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.36 | .467  |          |      |         |

\*\*\*  $p < .01$ , \*\*  $p < .05$

방문시간에 따른 사인시스템의 시각적 속성에 대한 차이 검증 결과, 컬러 정보에 대한 응답에서는 30분 이내( $M=3.86$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=1.447, p>.10$ ). 사인물의 형태에 대한 응답에서는 30분 이상-1시간 미만( $M=3.72$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=0.293, p>.10$ ). 설명정보에 대한 응답에서는 30분 이내( $M=3.19$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=2.787, p<.05$ ). 사인물 정보의 상징인 픽토그램에 대한 응답에서는 2시간 이상( $M=3.15$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.214, p<.05$ ). 사인물의 문자정보에 대한 응답에서는 1시간 30분 이상-2시간 미만( $M=4.02$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=5.584, p<.01$ ). 시각적 속성 전체에 대한 응답에서는 30분 이내( $M=3.48$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=.476, p>.10$ ).

#### 제 4 절 사인시스템의 정보적 속성과 시각적 속성에 대한 결과 구분

##### 1) 사인시스템의 정보적 속성 결과 구분

###### 가) 성별

성별에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템의 정보적 속성에 대해서는 다음과 같다. 먼저, 장소의 구체적 설명( $t=2.384, p<.05$ ), 이동 시간( $t=2.043, p<.05$ ), 휴게실 및 화장실 정보( $t=-2.267, p<.05$ ), 알기 쉬운 시스템( $t=1.688, p<.10$ ), 사인시스템의 정보적 속성 전체( $t=1.685, p<.10$ )로 나타났다.

[표 4-19] 성별에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템 정보적 속성

| 구분              |    | N   | 평균   | 표준편차  | <i>t</i> | <i>p</i> |
|-----------------|----|-----|------|-------|----------|----------|
| 장소의<br>구체적 설명   | 남성 | 212 | 3.97 | .859  | 2.384**  | .018     |
|                 | 여성 | 92  | 3.72 | .843  |          |          |
| 이동시간            | 남성 | 212 | 3.46 | .951  | 2.043**  | .042     |
|                 | 여성 | 92  | 3.22 | .981  |          |          |
| 휴게실 및<br>화장실 정보 | 남성 | 212 | 4.14 | 1.011 | -2.267** | .024     |
|                 | 여성 | 92  | 4.41 | .827  |          |          |
| 알기 쉬운<br>시스템    | 남성 | 212 | 4.01 | .823  | 1.688*   | .092     |
|                 | 여성 | 92  | 3.84 | .881  |          |          |
| 전체              | 남성 | 181 | 3.65 | .641  | 1.685*   | .093     |
|                 | 여성 | 73  | 3.51 | .494  |          |          |

\*\* $p < .05$ , \* $p < .10$

성별에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 사인시스템의 정보적 속성에 대해서는 다음과 같다. 먼저, 전체적인 위치파악( $t = -.333$ ,  $p > .10$ ), 이동 거리( $t = .426$ ,  $p > .10$ ), 음성 또는 동영상 안내시스템( $t = .801$ ,  $p > .10$ )으로 나타났다.

[표 4-20] 성별에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 사인시스템  
정보적 속성

| 구분                 |    | N   | 평균   | 표준편차  | <i>t</i> | <i>p</i> |
|--------------------|----|-----|------|-------|----------|----------|
| 전체적인<br>위치파악       | 남성 | 212 | 3.83 | .880  | -.333    | .739     |
|                    | 여성 | 92  | 3.87 | .714  |          |          |
| 이동거리               | 남성 | 212 | 3.43 | .998  | .426     | .670     |
|                    | 여성 | 92  | 3.38 | 1.025 |          |          |
| 음성 또는 동영상<br>안내시스템 | 남성 | 212 | 3.15 | 1.104 | .801     | .424     |
|                    | 여성 | 92  | 3.04 | 1.005 |          |          |

\*\*\* $p < .01$ , \*\* $p < .05$ , \* $p < .10$

## 나) 연령

연구대상자의 연령에 따라 사인시스템의 정보적 속성에 대한 차이를 검증하기 위해  $F$ -검증을 실시하였으며, 연령에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 시스템의 정보적 속성에 대해서는 다음과 같다. 먼저, 장소의 구체적 설명에 대한 응답에서는 30대( $M=4.12$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.659$ ,  $p<.05$ ). 이동 시간에 대한 응답에서는 30대( $M=3.79$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=10.660$ ,  $p<.01$ ). 이동 거리에 대한 응답에서는 30대( $M=3.66$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=4.259$ ,  $p<.01$ ). 알기 쉬운 시스템에 대한 응답에서는 30대( $M=4.04$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=4.316$ ,  $p<.01$ ). 음성 또는 동영상 안내시스템에 대한 응답에서는 40대( $M=3.36$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.224$ ,  $p<.05$ ). 사인시스템의 정보적 속성 전체에 대한 응답에서는 30대( $M=3.81$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=5.347$ ,  $p<.01$ ).

[표 4-21] 연령에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템 정보적 속성

| 구분            |           | N   | 평균   | 표준편차  | $F$       | $p$  | Scheffe |
|---------------|-----------|-----|------|-------|-----------|------|---------|
| 장소의<br>구체적 설명 | 20대(a)    | 124 | 3.81 | .859  | 3.659**   | .013 | a,c<b   |
|               | 30대(b)    | 101 | 4.12 | .828  |           |      |         |
|               | 40대(c)    | 55  | 3.75 | .985  |           |      |         |
|               | 50대 이상(d) | 24  | 3.71 | .464  |           |      |         |
| 이동시간          | 20대(a)    | 124 | 3.10 | .944  | 10.660*** | .000 | a,c<b   |
|               | 30대(b)    | 101 | 3.79 | 1.013 |           |      |         |
|               | 40대(c)    | 55  | 3.27 | .781  |           |      |         |
|               | 50대 이상(d) | 24  | 3.42 | .654  |           |      |         |
| 이동거리          | 20대(a)    | 124 | 3.31 | .966  | 4.259***  | .006 | a,d<b   |

|                    |           |     |      |       |          |      |       |
|--------------------|-----------|-----|------|-------|----------|------|-------|
|                    | 30대(b)    | 101 | 3.66 | 1.080 |          |      |       |
|                    | 40대(c)    | 55  | 3.40 | .915  |          |      |       |
|                    | 50대 이상(d) | 24  | 2.96 | .859  |          |      |       |
| 알기 쉬운<br>시스템       | 20대(a)    | 124 | 3.91 | .836  | 4.316*** | .005 | a,c<d |
|                    | 30대(b)    | 101 | 4.04 | .894  |          |      |       |
|                    | 40대(c)    | 55  | 3.73 | .804  |          |      |       |
|                    | 50대 이상(d) | 24  | 4.42 | .504  |          |      |       |
| 음성 또는 동영상<br>안내시스템 | 20대(a)    | 124 | 3.01 | 1.048 | 3.224**  | .023 | d<c   |
|                    | 30대(b)    | 101 | 3.23 | 1.182 |          |      |       |
|                    | 40대(c)    | 55  | 3.36 | .890  |          |      |       |
|                    | 50대 이상(d) | 24  | 2.67 | .963  |          |      |       |
| 전체                 | 20대(a)    | 109 | 3.51 | .495  | 5.347*** | .001 | a,c<b |
|                    | 30대(b)    | 88  | 3.81 | .674  |          |      |       |
|                    | 40대(c)    | 38  | 3.45 | .706  |          |      |       |
|                    | 50대 이상(d) | 19  | 3.54 | .374  |          |      |       |

\*\*\* $p<.01$ , \*\* $p<.05$

연령에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 시스템의 정보적 속성에 대해서는 다음과 같다. 먼저, 전체적인 위치파악에서 50대 이상( $M=4.13$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=1.924$ ,  $p>.10$ ). 휴게실 및 화장실 정보에 대한 응답에서는 50대 이상( $M=4.38$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=.915$ ,  $p>.10$ ).

[표 4-22] 연령에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 사인시스템  
정보적 속성

| 구분           |           | N   | 평균   | 표준편차 | F     | p    | Scheffe |
|--------------|-----------|-----|------|------|-------|------|---------|
| 전체적인<br>위치파악 | 20대(a)    | 124 | 3.85 | .695 | 1.924 | .126 | -       |
|              | 30대(b)    | 101 | 3.87 | .956 |       |      |         |
|              | 40대(c)    | 55  | 3.65 | .865 |       |      |         |
|              | 50대 이상(d) | 24  | 4.13 | .797 |       |      |         |
| 휴게실 및        | 20대(a)    | 124 | 4.12 | .959 | .915  | .434 | -       |

|        |           |     |      |       |  |  |  |
|--------|-----------|-----|------|-------|--|--|--|
| 화장실 정보 | 30대(b)    | 101 | 4.26 | .966  |  |  |  |
|        | 40대(c)    | 55  | 4.33 | 1.123 |  |  |  |
|        | 50대 이상(d) | 24  | 4.38 | .495  |  |  |  |

#### 다) 방문횟수

연구대상자의 방문횟수에 따라 사인시스템의 정보적 속성에 대한 차이를 검증하기 위해  $F$ -검증을 실시하였으며, 방문횟수에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 시스템의 정보적 속성에 대해서는 다음과 같다. 먼저, 전체적인 위치 파악에 대한 응답에서는 10회 이상-15회 미만( $M=4.13$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.509$ ,  $p<.01$ ). 이동 시간에 대한 응답에서는 10회 이상-15회 미만( $M=3.71$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=2.399$ ,  $p<.10$ ). 휴게실 및 화장실 정보에 대한 응답에서는 5회 이상-10회 미만( $M=4.46$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.198$ ,  $p<.05$ ). 알기 쉬운 시스템에 대한 응답에서는 10회 이상-15회 미만( $M=4.23$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=2.248$ ,  $p<.10$ ). 음성 또는 동영상 안내시스템에 대한 응답에서는 2회 이상-5회 미만( $M=3.16$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=4.798$ ,  $p<.01$ ). 사인시스템의 정보적 속성 전체에 대한 응답에서는 5회 이상-10회 미만( $M=3.70$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=2.634$ ,  $p<.05$ ).

[표 4-23] 방문횟수에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템  
정보적 속성

| 구분 | N | 평균 | 표준편차 | $F$ | $p$ | Scheffe |
|----|---|----|------|-----|-----|---------|
|----|---|----|------|-----|-----|---------|

|                       |                  |     |      |       |          |      |       |
|-----------------------|------------------|-----|------|-------|----------|------|-------|
| 전체적인<br>위치파악          | 1회(a)            | 52  | 3.75 | 1.135 | 3.509*** | .008 | e<c,d |
|                       | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.83 | .673  |          |      |       |
|                       | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 4.00 | .725  |          |      |       |
|                       | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 4.13 | 1.231 |          |      |       |
|                       | 15회 이상(e)        | 29  | 3.34 | .814  |          |      |       |
| 이동시간                  | 1회(a)            | 52  | 3.33 | .944  | 2.399*   | .051 | e<d   |
|                       | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.18 | 1.109 |          |      |       |
|                       | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.31 | 1.104 |          |      |       |
|                       | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 3.71 | .824  |          |      |       |
|                       | 15회 이상(e)        | 29  | 2.97 | .680  |          |      |       |
| 휴게실 및<br>화장실<br>정보    | 1회(a)            | 52  | 3.94 | 1.145 | 3.198**  | .014 | e<c   |
|                       | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 4.12 | .878  |          |      |       |
|                       | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 4.46 | .643  |          |      |       |
|                       | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 4.10 | 1.136 |          |      |       |
|                       | 15회 이상(e)        | 29  | 3.66 | 1.111 |          |      |       |
| 알기 쉬운<br>시스템          | 1회(a)            | 52  | 3.69 | 1.094 | 2.248*   | .064 | -     |
|                       | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 4.06 | .790  |          |      |       |
|                       | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.90 | .680  |          |      |       |
|                       | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 4.23 | .990  |          |      |       |
|                       | 15회 이상(e)        | 29  | 3.86 | 1.060 |          |      |       |
| 음성 또는<br>동영상<br>안내시스템 | 1회(a)            | 52  | 3.00 | 1.048 | 4.798*** | .001 | d,e<b |
|                       | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.16 | 1.153 |          |      |       |
|                       | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.10 | 1.165 |          |      |       |
|                       | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 2.48 | .926  |          |      |       |
|                       | 15회 이상(e)        | 29  | 2.38 | .622  |          |      |       |
| 전체                    | 1회(a)            | 52  | 3.59 | .670  | 2.634**  | .035 | e<b,c |
|                       | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.66 | .482  |          |      |       |
|                       | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.70 | .667  |          |      |       |
|                       | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 3.66 | .776  |          |      |       |
|                       | 15회 이상(e)        | 29  | 3.29 | .509  |          |      |       |

\*\*\*  $p < .01$ , \*\*  $p < .05$ , \*  $p < .10$

방문횟수에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 시스템의 정보적 속성에 대해서는 다음과 같다. 먼저, 장소의 구체적 설명에 대한 응답에서는 1회 ( $M=4.06$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=1.447$ ,  $p > .10$ ). 이동거리에 대한 응답에서는 10회 이상-15회 미만( $M=3.45$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=1.306$ ,  $p > .10$ ).

[표 4-24] 방문횟수에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 사인시스템  
정보적 속성

| 구분            |                  | N   | 평균   | 표준편차  | F     | p    | Scheffe |
|---------------|------------------|-----|------|-------|-------|------|---------|
| 장소의<br>구체적 설명 | 1회(a)            | 52  | 4.06 | .998  | 1.447 | .219 | -       |
|               | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.88 | .808  |       |      |         |
|               | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.90 | .852  |       |      |         |
|               | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 3.55 | 1.028 |       |      |         |
|               | 15회 이상(e)        | 29  | 3.86 | 1.217 |       |      |         |
| 이동거리          | 1회(a)            | 52  | 3.33 | 1.061 | 1.306 | .268 | -       |
|               | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.40 | .994  |       |      |         |
|               | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.23 | 1.063 |       |      |         |
|               | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 3.45 | 1.457 |       |      |         |
|               | 15회 이상(e)        | 29  | 2.93 | .704  |       |      |         |

#### 라) 방문시간

연구대상자의 방문시간에 따라 사인시스템의 정보적 속성에 대한 차이를 검증하기 위해  $F$ -검증을 실시하였으며, 방문시간에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 시스템의 정보적 속성에 대해서는 다음과 같다. 먼저, 방문시간에 따

른 사인시스템의 정보적 속성에 대한 차이 검증 결과, 전체적인 위치파악에 대한 응답에서는 30분 이상-1시간 미만( $M=4.10$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=2.816$ ,  $p<.05$ ). 장소의 구체적 설명에 대한 응답에서는 2시간 이상( $M=4.11$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.235$ ,  $p<.05$ ). 이동 시간에 대한 응답에서는 30분 이내( $M=3.57$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=4.140$ ,  $p<.01$ ). 이동 거리에 대한 응답에서는 2시간 이상( $M=3.72$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=4.445$ ,  $p<.01$ ). 알기 쉬운 시스템에 대한 응답에서는 30분 이상-1시간 미만( $M=4.22$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=7.107$ ,  $p<.01$ ). 음성 또는 동영상 안내시스템에 대한 응답에서는 2시간 이상( $M=3.40$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.833$ ,  $p<.01$ ).

[표 4-25] 방문시간에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템 정보적 속성

| 구분            |                      | N  | 평균   | 표준편차  | F       | p    | Scheffe |
|---------------|----------------------|----|------|-------|---------|------|---------|
| 전체적인<br>위치파악  | 30분 이내(a)            | 21 | 3.48 | .512  | 2.816** | .026 | -       |
|               | 30분 이상- 1시간 미만(b)    | 50 | 4.10 | .909  |         |      |         |
|               | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 3.68 | .673  |         |      |         |
|               | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.81 | 1.160 |         |      |         |
|               | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.94 | 1.045 |         |      |         |
| 장소의<br>구체적 설명 | 30분 이내(a)            | 21 | 3.76 | .436  | 3.235** | .013 | d<e     |
|               | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 3.70 | 1.074 |         |      |         |
|               | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 4.02 | .792  |         |      |         |
|               | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.56 | 1.007 |         |      |         |
|               | 2시간 이상(e)            | 53 | 4.11 | 1.031 |         |      |         |

|                       |                      |    |      |       |          |      |           |
|-----------------------|----------------------|----|------|-------|----------|------|-----------|
| 이동시간                  | 30분 이내(a)            | 21 | 3.57 | .676  | 4.140*** | .003 | c<d,e     |
|                       | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 3.14 | 1.069 |          |      |           |
|                       | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 2.99 | .982  |          |      |           |
|                       | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.51 | .985  |          |      |           |
|                       | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.55 | 1.030 |          |      |           |
| 이동거리                  | 30분 이내(a)            | 21 | 3.38 | .740  | 4.445*** | .002 | c<e       |
|                       | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 3.28 | .991  |          |      |           |
|                       | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 2.99 | 1.073 |          |      |           |
|                       | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.47 | 1.120 |          |      |           |
|                       | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.72 | 1.026 |          |      |           |
| 알기 쉬운<br>시스템          | 30분 이내(a)            | 21 | 3.10 | .831  | 7.107*** | .000 | a<b,c,d,e |
|                       | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 4.22 | .815  |          |      |           |
|                       | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 4.10 | .716  |          |      |           |
|                       | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.88 | 1.028 |          |      |           |
|                       | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.87 | 1.020 |          |      |           |
| 음성 또는<br>동영상<br>안내시스템 | 30분 이내(a)            | 21 | 2.81 | .981  | 3.833*** | .005 | c<e       |
|                       | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 2.64 | 1.139 |          |      |           |
|                       | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 2.83 | 1.002 |          |      |           |
|                       | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.05 | .999  |          |      |           |
|                       | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.40 | 1.182 |          |      |           |

\*\*\* $p<.01$ , \*\* $p<.05$

방문시간에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 시스템의 정보적 속성에 대해서는 다음과 같다. 먼저, 휴게실 및 화장실 정보에 대한 응답에서는 1시간 이상-1시간 30분 미만( $M=4.26$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=1.705$ ,  $p>.10$ ). 사인시스템의 정보적 속성 전체에 대한 응답에서는 2시간 이상( $M=3.79$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=1.942$ ,  $p>.10$ ).

[표 4-26] 방문시간에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 사인시스템  
정보적 속성

| 구분                    |                      | N  | 평균   | 표준편차  | F     | p    | Scheffe |
|-----------------------|----------------------|----|------|-------|-------|------|---------|
| 휴게실<br>및<br>화장실<br>정보 | 30분 이내(a)            | 21 | 3.86 | .727  | 1.705 | .149 | -       |
|                       | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 4.14 | .969  |       |      |         |
|                       | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 4.26 | .754  |       |      |         |
|                       | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.88 | 1.074 |       |      |         |
|                       | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.96 | 1.285 |       |      |         |
| 전체                    | 30분 이내(a)            | 21 | 3.42 | .460  | 1.942 | .104 | -       |
|                       | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 3.60 | .692  |       |      |         |
|                       | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 3.55 | .445  |       |      |         |
|                       | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.59 | .685  |       |      |         |
|                       | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.79 | .698  |       |      |         |

## 2) 사인시스템의 시각적 속성 결과 구분

### 가) 성별

성별에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템의 시각적 속성에 대해서는 다음과 같다. 먼저, 형태에 대한 응답에서는 남성( $M=3.82$ )보다 여성( $M=4.03$ )의 평균값이 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $t=-2.407$ ,  $p<.05$ ). 픽토그램에 대한 응답에서는 남성( $M=3.14$ )보다 여성( $M=3.39$ )의 평균값이 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $t=-1.705$ ,  $p<.10$ ). 문자정보에 대한 응답에서는 남성( $M=4.07$ )이 여성( $M=3.87$ )의 평균값 보다 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $t=1.756$ ,  $p<.10$ ).

[표 4-27] 성별에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템 시각적 속성

| 구분   |    | N   | 평균   | 표준편차  | t        | p    |
|------|----|-----|------|-------|----------|------|
| 형태   | 남성 | 212 | 3.76 | .910  | -2.407** | .017 |
|      | 여성 | 92  | 4.03 | .907  |          |      |
| 픽토그램 | 남성 | 212 | 3.14 | 1.147 | -1.705*  | .089 |
|      | 여성 | 92  | 3.39 | 1.231 |          |      |
| 문자정보 | 남성 | 212 | 4.07 | .843  | 1.756*   | .080 |
|      | 여성 | 92  | 3.87 | 1.071 |          |      |

\*\* $p < .05$ , \* $p < .10$

성별에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 사인시스템의 시각적 속성에 대해서는 다음과 같다. 먼저, 색에 대한 응답에서는 남성( $M=3.89$ )이 여성( $M=3.82$ )보다 평균값이 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $t=.703$ ,  $p>.10$ ). 설명정보에 대한 응답에서는 남성( $M=3.08$ )보다 여성( $M=3.25$ )의 평균값이 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다( $t=-1.139$ ,  $p>.10$ ). 사인시스템의 시각적 속성 전체에 대해서는 남성( $M=3.59$ )보다 여성( $M=3.67$ )의 평균값이 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다( $t=-.824$ ,  $p>.10$ ).

[표 4-28] 성별에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 사인시스템  
시각적 속성

| 구분        |    | N   | 평균   | 표준편차  | t      | p    |
|-----------|----|-----|------|-------|--------|------|
| 색         | 남성 | 212 | 3.89 | .845  | .703   | .483 |
|           | 여성 | 92  | 3.82 | .925  |        |      |
| 설명정보      | 남성 | 212 | 3.08 | 1.192 | -1.139 | .256 |
|           | 여성 | 92  | 3.25 | 1.201 |        |      |
| 시각적 속성 전체 | 남성 | 212 | 3.59 | .799  | -.824  | .411 |
|           | 여성 | 92  | 3.67 | .827  |        |      |

## 나) 연령

연구대상자의 연령에 따라 사인시스템의 시각적 속성에 대한 차이를 검증하기 위해  $F$ -검증을 실시하였으며, 연령에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 시스템의 시각적 속성에 대해서는 다음과 같다. 먼저, 색에 대한 응답에서는 30대( $M=4.03$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=2.118$ ,  $p<.10$ ). 설명정보에 대한 응답에서는 40대( $M=3.45$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=2.144$ ,  $p<.10$ ). 문자정보에 대한 응답에서는 20대( $M=4.19$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.755$ ,  $p<.05$ ).

[표 4-29] 연령에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템 시각적 속성

| 구분   |           | N   | 평균   | 표준편차  | $F$     | $p$  | Scheffe |
|------|-----------|-----|------|-------|---------|------|---------|
| 색    | 20대(a)    | 124 | 3.76 | .840  | 2.118*  | .098 | -       |
|      | 30대(b)    | 101 | 4.03 | .780  |         |      |         |
|      | 40대(c)    | 55  | 3.78 | 1.049 |         |      |         |
|      | 50대 이상(d) | 24  | 3.96 | .859  |         |      |         |
| 설명정보 | 20대(a)    | 124 | 3.06 | 1.088 | 2.144*  | .095 | -       |
|      | 30대(b)    | 101 | 3.12 | 1.306 |         |      |         |
|      | 40대(c)    | 55  | 3.45 | 1.086 |         |      |         |
|      | 50대 이상(d) | 24  | 2.79 | 1.382 |         |      |         |
| 문자정보 | 20대(a)    | 124 | 4.19 | .868  | 3.755** | .011 | c<a     |
|      | 30대(b)    | 101 | 4.00 | .787  |         |      |         |
|      | 40대(c)    | 55  | 3.75 | 1.092 |         |      |         |
|      | 50대 이상(d) | 24  | 3.75 | 1.113 |         |      |         |

\*\* $p<.05$ , \* $p<.10$

연령에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 시스템의 시각적 속성에

대해서는 다음과 같다. 먼저, 형태에 대한 응답에서는 50대 이상( $M=4.13$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=1.123, p>.10$ ). 픽토그램에 대한 응답에서는 30대( $M=3.42$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=1.650, p>.10$ ). 시각적 속성 전체에 대한 응답에서는 30대( $M=3.69$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=0.486, p>.10$ ).

[표 4-30] 연령에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 사인시스템  
시각적 속성

| 구분           |           | N   | 평균   | 표준편차  | F     | p    | Scheffe |
|--------------|-----------|-----|------|-------|-------|------|---------|
| 형태           | 20대(a)    | 124 | 3.80 | .937  | 1.123 | .340 | -       |
|              | 30대(b)    | 101 | 3.88 | .864  |       |      |         |
|              | 40대(c)    | 55  | 3.75 | 1.022 |       |      |         |
|              | 50대 이상(d) | 24  | 4.13 | .741  |       |      |         |
| 픽토그램         | 20대(a)    | 124 | 3.12 | 1.173 | 1.650 | .178 | -       |
|              | 30대(b)    | 101 | 3.42 | 1.116 |       |      |         |
|              | 40대(c)    | 55  | 3.18 | 1.203 |       |      |         |
|              | 50대 이상(d) | 24  | 2.96 | 1.334 |       |      |         |
| 시각적 속성<br>전체 | 20대(a)    | 124 | 3.59 | .757  | .486  | .692 | -       |
|              | 30대(b)    | 101 | 3.69 | .771  |       |      |         |
|              | 40대(c)    | 55  | 3.58 | .960  |       |      |         |
|              | 50대 이상(d) | 24  | 3.52 | .852  |       |      |         |

#### 다) 방문횟수

연구대상자의 방문횟수에 따라 사인시스템의 시각적 속성에 대한 차이를 검증하기 위해  $F$ -검증을 실시하였으며, 방문횟수에 따른 차이 검증 결과 중

유익한 시스템의 시각적 속성에 대해서는 다음과 같다. 먼저, 방문횟수에 따른 사인시스템의 시각적 속성에 대한 차이 검증 결과, 색에 대한 응답에서는 10회 이상-15회 미만( $M=4.00$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.011$ ,  $p<.05$ ). 형태에 대한 응답에서는 10회 이상-15회 미만( $M=3.97$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.055$ ,  $p<.05$ ). 설명정보에 대한 응답에서는 1회( $M=2.98$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=6.017$ ,  $p<.01$ ). 픽토그램에 대한 응답에서는 1회( $M=3.23$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=4.314$ ,  $p<.01$ ). 문자정보에 대한 응답에서는 2회 이상-5회 미만( $M=4.07$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=5.361$ ,  $p<.01$ ). 시각적 속성 전체에 대한 응답에서는 2회 이상-5회 미만( $M=3.43$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=2.738$ ,  $p<.05$ ).

한편, 방문횟수에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 시스템의 시각적 속성에 대해서는 없는 것을 알 수 있다.

[표 4-31] 방문횟수에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템 시각적 속성

| 구분 |                  | N   | 평균   | 표준편차 | F       | p    | Scheffe |
|----|------------------|-----|------|------|---------|------|---------|
| 색  | 1회(a)            | 52  | 3.60 | .748 | 3.011** | .019 | e<d     |
|    | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.69 | .792 |         |      |         |
|    | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.56 | .882 |         |      |         |
|    | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 4.00 | .683 |         |      |         |
|    | 15회 이상(e)        | 29  | 3.34 | .614 |         |      |         |
| 형태 | 1회(a)            | 52  | 3.40 | .823 | 3.055** | .018 | a<d     |
|    | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.71 | .847 |         |      |         |
|    | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.44 | .882 |         |      |         |
|    | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 3.97 | .407 |         |      |         |
|    | 15회 이상(e)        | 29  | 3.62 | .979 |         |      |         |

|              |                  |     |      |       |          |      |         |
|--------------|------------------|-----|------|-------|----------|------|---------|
| 설명정보         | 1회(a)            | 52  | 2.98 | .960  | 6.017*** | .000 | e<a,b,c |
|              | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 2.88 | 1.003 |          |      |         |
|              | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 2.90 | .912  |          |      |         |
|              | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 2.65 | .709  |          |      |         |
|              | 15회 이상(e)        | 29  | 2.03 | .731  |          |      |         |
| 픽토그램         | 1회(a)            | 52  | 3.23 | .783  | 4.314*** | .002 | d<a,c   |
|              | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 2.79 | .997  |          |      |         |
|              | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.15 | .933  |          |      |         |
|              | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 2.52 | .851  |          |      |         |
|              | 15회 이상(e)        | 29  | 2.69 | 1.105 |          |      |         |
| 문자정보         | 1회(a)            | 52  | 3.71 | .915  | 5.361*** | .000 | d,e<b   |
|              | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 4.07 | .889  |          |      |         |
|              | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.95 | .647  |          |      |         |
|              | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 3.42 | .923  |          |      |         |
|              | 15회 이상(e)        | 29  | 3.48 | .829  |          |      |         |
| 시각적 속성<br>전체 | 1회(a)            | 52  | 3.38 | .571  | 2.738**  | .029 | e<b     |
|              | 2회 이상-5회 미만(b)   | 103 | 3.43 | .597  |          |      |         |
|              | 5회 이상-10회 미만(c)  | 39  | 3.40 | .670  |          |      |         |
|              | 10회 이상-15회 미만(d) | 31  | 3.31 | .389  |          |      |         |
|              | 15회 이상(e)        | 29  | 3.03 | .586  |          |      |         |

\*\*\* $p<.01$ , \*\* $p<.05$

#### 라) 방문시간

연구대상자의 방문시간에 따라 사인시스템의 시각적 속성에 대한 차이를 검증하기 위해  $F$ -검증을 실시하였으며, 방문시간에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 시스템의 시각적 속성에 대해서는 다음과 같다. 먼저, 설명정보에 대한 응답에서는 30분 이내( $M=3.19$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=2.787$ ,  $p<.05$ ). 픽토그램에 대한 응답에서는 2시간 이상( $M=3.15$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계

적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=3.214$ ,  $p<.05$ ). 문자정보에 대한 응답에서는 1시간 30분 이상-2시간 미만( $M=4.02$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 있는 것으로 나타났다( $F=5.584$ ,  $p<.01$ ).

[표 4-32] 방문시간에 따른 차이 검증 결과 중 유의한 사인시스템 시각적 속성

| 구분   |                      | N  | 평균   | 표준편차  | F        | p    | Scheffe |
|------|----------------------|----|------|-------|----------|------|---------|
| 설명정보 | 30분 이내(a)            | 21 | 3.19 | .680  | 2.787**  | .027 | -       |
|      | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 2.54 | .930  |          |      |         |
|      | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 2.80 | 1.150 |          |      |         |
|      | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 2.58 | .852  |          |      |         |
|      | 2시간 이상(e)            | 53 | 2.96 | .706  |          |      |         |
| 픽토그램 | 30분 이내(a)            | 21 | 3.05 | .740  | 3.214**  | .013 | b<e     |
|      | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 2.52 | 1.182 |          |      |         |
|      | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 2.85 | .971  |          |      |         |
|      | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.00 | .926  |          |      |         |
|      | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.15 | .744  |          |      |         |
| 문자정보 | 30분 이내(a)            | 21 | 3.62 | .498  | 5.584*** | .000 | e<b,c,d |
|      | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 4.00 | 1.050 |          |      |         |
|      | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 3.97 | .828  |          |      |         |
|      | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 4.02 | .913  |          |      |         |
|      | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.38 | .765  |          |      |         |

\*\*\* $p<.01$ , \*\* $p<.05$

방문시간에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 시스템의 시각적 속성에 대해서는 다음과 같다. 먼저, 색에 대한 응답에서는 30분 이내( $M=3.86$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=1.447$ ,  $p>.10$ ). 형태에 대한 응답에서는 30분 이상-1시간 미만( $M=3.72$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=.293$ ,  $p>.10$ ). 시각적 속성 전체에 대한 응답에서는 30분

이내( $M=3.48$ )의 평균값이 제일 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다( $F=.476, p>.10$ ).

[표 4-33] 방문시간에 따른 차이 검증 결과 중 유의하지 않은 사인시스템  
시각적 속성

| 구분           |                      | N  | 평균   | 표준편차 | F     | p    | Scheffe |
|--------------|----------------------|----|------|------|-------|------|---------|
| 색            | 30분 이내(a)            | 21 | 3.86 | .655 | 1.447 | .219 | -       |
|              | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 3.60 | .833 |       |      |         |
|              | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 3.67 | .773 |       |      |         |
|              | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.44 | .700 |       |      |         |
|              | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.75 | .830 |       |      |         |
| 형태           | 30분 이내(a)            | 21 | 3.67 | .483 | .293  | .882 | -       |
|              | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 3.72 | .858 |       |      |         |
|              | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 3.59 | .971 |       |      |         |
|              | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.65 | .783 |       |      |         |
|              | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.57 | .747 |       |      |         |
| 시각적 속성<br>전체 | 30분 이내(a)            | 21 | 3.48 | .319 | .476  | .753 | -       |
|              | 30분 이상-1시간 미만(b)     | 50 | 3.28 | .700 |       |      |         |
|              | 1시간 이상-1시간 30분 미만(c) | 87 | 3.37 | .703 |       |      |         |
|              | 1시간 30분 이상-2시간 미만(d) | 43 | 3.34 | .418 |       |      |         |
|              | 2시간 이상(e)            | 53 | 3.36 | .467 |       |      |         |

## 제 5 장 결 론

본 연구는 국내를 방문하는 외국인 방문객의 방문 빈도가 높은 복합쇼핑몰을 대상으로 사인시스템의 개선 방안을 위한 연구를 진행하였다. 매년 관광산업이 크게 성장함에 따라 국내를 방문하는 외국인 관광객의 수 또한 증가하는데, 이러한 패턴은 현대 소비자의 라이프스타일이 과거의 소비 성향과는 다르게 공간 자체를 소비하는 특징으로 변화하고 있다는 것을 의미한다. 이에 따라 원 데이 쇼핑이 가능한 복합쇼핑몰은 다방면으로 규모가 커지고 있으며, 국내를 방문하는 외국인 관광객도 같은 라이프 스타일을 가지고 있다고 볼 수 있다. 하지만 복합쇼핑몰의 거대화과 개방화는 국내를 찾는 외국인 관광객들의 혼란을 가중시키는 복잡한 동선 체계를 구성하고 있어 목적지에 대한 정확한 정보 인지 및 방향 탐색이 어려워졌다. 이와 같이 공간의 연계가 제대로 이루어지지 않은 복합쇼핑몰의 사인시스템은 국내를 방문하는 관광객들에게 많은 시간을 빼앗고 있다.

따라서 본 연구는 한국을 방문하는 외국인 관광객들에게 복합쇼핑몰에서 나타내어지는 사인시스템의 정보적인 속성을 정확하게 전달하는데 그 목적이 있으며, 사인시스템 및 복합쇼핑몰의 개념과 특징에 대해 기술하고 이와 관련된 선행연구 및 설문조사를 통해 기존 선행연구의 높은 비중을 차지하는 사례연구 보다는 실험조사 연구를 바탕으로 결과를 분석하였다. 또한 설문결과에 따른 객관적 검증이 가능한 항목을 선별하여 성별, 연령, 방문횟수 및 방문시간을 바탕으로 사인시스템의 정보적 속성 및 시각적 속성의 따른 차이를 검증하여 유의한 것과 유의하지 않은 것에 대해 결과를 구분하였다.

연구 범위의 설문 대상지는 국내 복합쇼핑몰의 방문율이 높은 코엑스몰과 타임스퀘어를 선정하여 진행되었으며, 코엑스는 2015년 하반기, 타임스퀘어는 2014년 하반기 리뉴얼 공사를 거쳤다. 두 쇼핑몰 모두 리노베이션을 통해 다양한 쇼핑 환경이 개선되었음을 알 수 있었다.

앞서 설문 조사를 통한 조사대상자의 복합쇼핑몰 방문 횟수는 2회 이상-5회 미만이 가장 높았고 체류 시간으로는 1시간 이상-1시간 30분미만이 가장

높은 비중을 차지하였다. 복합쇼핑몰 사인시스템의 인식조사 결과에 있어서 안내 방향 표지판이 방문객들에게 편의를 돕는 요인으로 1순위로 꼽혔는데 이는 목적지를 찾아가는데 필요한 정보인지 및 위치를 중요하게 생각한다는 것을 알 수 있었다. 또한 복합쇼핑몰 내 사인시스템 개발 시 고려해야 할 사항으로 픽토그램이 가장 높은 비중을 차지하였는데 이것은 외국인에게 정보를 전달하는 방법에서 ‘정보의 상징성’이라고 하는 새로운 도구가 반영될 수 있음을 시사하는 것으로 이는 향후 사인시스템 계획 시 우선순위로 적극 고려되어야 할 것이다.

또한 편의를 돕는 요인으로서는 복합쇼핑몰 내 안내 방향 표지판이 가장 높게 나타났으며, 방문에 대한 만족도에 대해서 만족하는 사람과 그렇지 못한 사람이 반으로 나뉘었다. 그 중 만족도가 낮은 사람을 대상으로 한 불만족 이유 조사에서는 복잡한 안내 사인시스템에 대한 불만에 대해 응답한 사람이 가장 많았다.

이를 바탕으로 성별, 연령, 복합쇼핑몰 방문 횟수, 복합쇼핑몰 체류 시간에 대한 사인시스템의 정보적 속성과 시각적 속성에 대한 차이를 검증한 결과는 다음과 같다.

1. 성별의 차이 분석 결과로 정보적 속성에 대해서는 장소의 구체적 설명, 이동시간, 알기 쉬운 시스템에 대해서는 여성보다 남성이 높게 나타났으며, 휴게실 및 화장실 정보에 대해서는 남성보다 여성이 높게 나타난 것을 알 수 있다. 사인시스템의 시각적 속성에서는 형태, 설명정보, 픽토그램에서 남성보다 여성이 높게 나타났으며, 색, 문자정보에 대해서는 여성보다 남성이 높게 나타났었다.

2. 연령의 차이분석 결과로는 정보적 속성에 대해서는 장소의 구체적 설명, 이동시간, 이동거리, 알기 쉬운 시스템에 대해서는 30대가 가장 높게 나타났으며, 휴게실 및 화장실 정보에서는 50대 이상, 음성 또는 동영상 안내시스템에서는 40대가 가장 높게 나타난 것을 알 수 있다. 연령별 시각적 속성에서는 색, 픽토그램에서 30대가 가장 높게 나타났으며, 형태에서는 50대, 설명정보에서는 40대, 문자정보에 대해서는 20대가 가장 높게 나타났었다.

3. 방문 횟수의 차이 분석 결과로는 정보적 속성에 대해서는 전체적인 위

치파악, 이동 시간, 이동 거리, 알기 쉬운 사인시스템에 대해서는 10회 이상-15회 미만이 가장 높게 나타났으며, 장소의 구체적 설명에 대해서는 1회가, 휴게실 및 화장실 정보에서는 5회 이상-10회 미만이, 음성 또는 동영상 안내 시스템에 대해서는 2회 이상-5회 미만이 가장 높게 나타났다. 시각적 속성에서는 색, 형태에서 10회 이상-15회 미만이 가장 높게 나타났으며, 설명정보, 픽토그램에서는 1회가, 문자정보에서는 2회 이상-5회 미만이 가장 높게 나타났다.

4. 방문 시간의 차이 분석 결과로는 전체적인 위치파악, 알기 쉬운 시스템에 대해서는 30분 이상-1시간미만이 가장 높게 나타났으며, 장소의 구체적 설명, 이동 거리, 음성 또는 동영상 안내시스템에서는 2시간 이상이, 이동 시간에서는 30분 이내, 휴게실 및 화장실 정보에 대해서는 1시간 이상-1시간 30분미만이 가장 높게 나타났다. 시각적 속성에서는 색, 설명정보에서 30분 이내가 가장 높게 나타났으며, 형태에 대해서는 30분 이상- 1시간미만이, 픽토그램에 대해서는 2시간 이상이, 문자정보에서는 1시간 30분 이상-2시간미만이 가장 높게 나타났다.

위에서 살펴 본 바와 같이 사인시스템에 있어 특히 국내를 방문하는 외국인들에게 공간에 대한 접근성을 높이기 위해서는 일관된 디자인의 사인시스템이 요구될 뿐 아니라 사인시스템 개발 시 문자보다 픽토그램의 활용이 효과적인 정보전달에 우선시 고려해야 할 사항이라는 점은 매우 고무적이다. 국내 사인의 경우는 문자정보의 명료성, 판독성이 우선시 되어야 한다는 점과는 상반되는 결과이다. 픽토그램은 세계의 공통 언어이며 누구나 쉽게 인지가 가능하다는 점에서 중요한 디자인 요소로 적극적인 활용 방안이 요구되는 지점이다.

## 참 고 문 헌

### 1. 국내문헌

- 김미연. (2005). 「삼성동 코엑스 복합문화공간 확장 기본계획」, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 김복희. (2012). 「효과적인 정보전달을 위한 복합쇼핑몰 사인시스템의 관한 연구」, 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 김성욱. (2000). 『복합문화공간이 창출하는 시너지 파워』, 8월호, 서울: 제일기획.
- 김준희. (2008). 「지하상가의 사인시스템에 관한연구: 강남고속터미널 지하도 상가를 중심으로」, 성균관대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 김학성. (1998). 『디자인과 만남』, 서울: 조형사,
- 박민지. (2014). 복합쇼핑몰 소비자의 성별, 연령별, 쇼핑성향 유형에 의한 리테일 엔터테인먼트 차이, 『한국디자인포럼』, 45(0).
- 박지연. (2007). 「복합문화공간 속의 효율적 사인시스템에 관한 연구」, 숙명여자대학교 대학원석사학위논문.
- 박현진. (2009). 「정보디자인으로서의 효율적 시각인지를 위한 사인디자인 연구: 복합 건축물의 안내·유도 사인시스템을 중심으로」, 건국대학교 디자인대학원 석사논문.
- 백진경. (2003). 「공공건물 사인시스템 문자정보에 대한 사용자 지각효과 분석: 종합병원 안내, 유도 사인을 대상으로」, 세종대학교 대학원, 박사학위논문.
- 서울경제. (2016). 「서울을 찾는 외래관광객들이 가장 많이 방문하고 쇼핑하는 곳은 어디일까?」, 서울연구원.
- 송호림. (2016). 「상가 사인시스템(sign-system) 디자인 연구 : 제주시 지하상가를 중심으로」, 제주대학교 산업대학원, 석사학위논문.
- 심창석. (2008). 「복합 엔터테인먼트 쇼핑몰의 이용특성에 관한 실증 연구」, 서울대학교 석사학위논문.

- 엄경희, 표재연. (2015). 초대형 복합쇼핑몰에 나타난 몰링문화 현상에 관한 연구, 『한국디자인문화학회』, 22(1).
- 여행정보신문. (2016). 『2015년 전체 방한 외래 관광객 1,323만 명 달성』.
- 유창욱. (2011). 「복합용도상업시설의 환경계획 특성에 관한 연구: Christopher Alexander Pattern Language에 의한 분석을 중심으로」, 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
- 유혜진. (2010). 「도시이미지의 정체성확립을 위한 사인시스템에 관한 연구」, 경희대학교 교육대학원대학원 석사학위논문.
- 윤성은, 강준규. (2014). 「몰링 상상이상의 즐거움」, 파주: 이담북스.
- 이명은. (2005). 「서울시 버스교통정보시스템에서의 유니버설 사인시스템 연구」, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 이영주, 이정교. (2017). 감성요소에 의한 시지각적 연속성에 관한 연구-복합쇼핑몰의 진입공간을 중심으로. 『한국공간디자인학회 논문집』, 45.
- 이종수. (2015). 「종합병원 사인시스템의 인지 향상에 관한 연구: 안내·유도 사인을 중심으로」, 국민대학교 테크노디자인전문대학원 석사학위논문.
- 임화순, 남운섭. (2017). 외국인 관광객의 관광지 이미지가 만족도와 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국콘텐츠학회논문지』, 17(2).
- 장은아. (2007). 「Urban Entertainment Center 이용자이용패턴 분석에 관한 연구」, 한양대학교 공학대학원 석사학위논문.
- 장행천. (1999). 「도시환경과 구청 Sign의 인지도 및 개선에 관한 연구」, 서울산업대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 장현진. (2013). 「도심형 복합쇼핑몰 공간구성 변화에 관한 연구」, 국민대학교 석사학위논문.
- 전지숙. (2005). 「공간인지 특성분석에 의한 복합문화형 지하 쇼핑몰 재구축계획에 관한 연구」, 건국대학교 대학원, 석사학위논문.

- 최문정. (2006). 「관광객을 위한 사인시스템에 관한 연구: 서울 소재 5대 고궁을 중심으로」, 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 한국관광공사. (2016). 「외래관광객 실태조사」, 문화체육관광부.
- 허경. (2001). 「대학도서관의 사인시스템에 관한 연구」, 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 황지연. (2012). 「도심복합상업시설의 효과적 길찾기를 위한 물리적 환경요소 분석과 적용: 영등포 타임스퀘어에 가상현실기법적용」, 한양대학교 대학원 석사학위논문.

## 부 록

### 설 문 지

안녕하십니까?

먼저 바쁘신 와중에도 귀중한 시간을 내어 설문에 응해 주셔서 깊이 감사드립니다.

본 조사는 외국인을 위한 사인시스템 개선방안에 관한 연구: 복합쇼핑몰 방문객을 중심으로에 관한 연구를 하기 위한 것입니다.

귀하께서 응답해주신 내용은 익명으로 처리될 것이며 연구목적 이외에는 결코 사용하지 않을 것임을 약속드립니다.

각 설문에 대한 선생님의 선택에는 정답이 없으므로, 선생님의 개인적인 생각대로 모든 문항에 빠짐없이 체크하여 주시면 감사하겠습니다.

선생님의 소중한 협조에 감사드리며, 선생님의 적절한 보상을 받을 수 있도록 도움을 드리는데 일조하는 논문으로 보답하겠습니다.

2017년 OO월 OO일

한성대학교 대학원 미디어디자인학과 석사과정

지도교수 : 김 지 현

연구자 : 강 혜 인

I. 다음은 설문조사 대상에 관한 일반적인 질문입니다.

|                                        |                              |                 |                |          |     |
|----------------------------------------|------------------------------|-----------------|----------------|----------|-----|
| 1. 귀하의 성별은? ① 남                        |                              |                 |                |          | ② 여 |
| 2. 귀하의 연령은?                            |                              |                 |                |          |     |
| ① 10대                                  | ② 20대                        | ③ 30대           | ④ 40대          | ⑤ 50대 이상 |     |
| 3. 귀하의 국적은 어디입니까?                      |                              |                 |                |          |     |
| ① 미국권                                  | ② 유럽권                        | ③ 아시아권          | ④ 동남아권         | ⑤ 기타     |     |
| 4. 귀하가 한국을 방문한 목적은 무엇입니까?              |                              |                 |                |          |     |
| ① 여행                                   | ② 비즈니스                       | ③ 사업            | ④ 기타           |          |     |
| 5. 귀하의 직업은 무엇입니까?                      |                              |                 |                |          |     |
| ① 학생                                   | ② 사무직/회사원                    |                 |                |          |     |
| ③ 공무원/교직원                              | ④ 전문직(의료, 법조계, 연구원, 전문기술직 등) |                 |                |          |     |
| ⑤ 주부                                   | ⑥ 자영업                        |                 |                |          |     |
| ⑦ 프리랜서                                 | ⑧ 기타                         |                 |                |          |     |
| 6. 귀하는 한국의 복합쇼핑몰을 한 곳이라도 방문한 적이 있으십니까? |                              |                 |                |          |     |
| ① 있다                                   |                              |                 | ② 없다(설문 중단)    |          |     |
| 7. 귀하가 1년에 복합쇼핑몰에 방문한 횟수는?             |                              |                 |                |          |     |
| ① 1회                                   | ② 2회 이상-5회 미만                |                 | ③ 5회 이상-10회 미만 |          |     |
| ④ 10회 이상-15회 미만                        |                              | ⑤ 15회 이상        |                |          |     |
| 8. 귀하가 복합쇼핑몰에 방문하신 이유는 무엇입니까?          |                              |                 |                |          |     |
| ① 제품을 구매하기 위해서                         |                              |                 |                |          |     |
| ② 이것저것 구경하기 위해서                        |                              |                 |                |          |     |
| ③ 문화·휴게시설을 이용하기 위해서                    |                              |                 |                |          |     |
| ④ 식당가에 가서 식사를 하기 위해서                   |                              |                 |                |          |     |
| ⑤ 영화·연극 등의 공연을 관람하기 위해서                |                              |                 |                |          |     |
| ⑥ 기타                                   |                              |                 |                |          |     |
| 9. 귀하가 복합쇼핑몰에 방문하면 보통 얼마나 머무십니까?       |                              |                 |                |          |     |
| ① 30분 이내                               |                              | ② 30분 이상-1시간 미만 |                |          |     |
| ③ 1시간 이상-1시간 30분 미만                    |                              |                 |                |          |     |
| ④ 1시간 30분 이상-2시간 미만                    |                              | ⑤ 2시간 이상        |                |          |     |

Ⅱ. 다음은 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템에 관련된 질문입니다.

9. 복합쇼핑몰 방문 시, 가장 편의를 돕는 것은 무엇입니까?

- ① 복합쇼핑몰 안내 책자
- ② 복합쇼핑몰 내 키오스크 안내 모니터
- ③ 복합쇼핑몰 내 안내 방향 표지판
- ④ 복합쇼핑몰 방문객의 직접적인 도움(안내)
- ⑤ 기타

10. 복합쇼핑몰 방문 시, 어느 정도 만족하셨습니다?

|               |         |      |      |         |
|---------------|---------|------|------|---------|
| 매우 만족하지<br>않다 | 만족하지 않다 | 보통이다 | 만족한다 | 매우 만족한다 |
| ①             | ②       | ③    | ④    | ⑤       |

→ ①, ②, ③을 응답하신 분은 10-1번으로 이동하여 주시기 바랍니다.

④, ⑤을 응답하신 분은 11번으로 이동하여 주시기 바랍니다.

10-1. 만족하지 않으셨다면 그 이유는 어디에 있다고 생각하십니까?

- ① 부족한 편의시설
- ② 복잡한 안내 사인시스템
- ③ 복합쇼핑몰 안내의 어려운 설명
- ④ 실질적으로 필요한 정보의 부재
- ⑤ 기타

11. 귀하는 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템의 개선이 필요하다고 생각하십니까?

- ① 필요하다
- ② 필요하지 않다

→ ①을 응답하신 분은 11-1번으로 이동하여 주시기 바랍니다.

②을 응답하신 분은 12번으로 이동하여 주시기 바랍니다.

11-1. 개선이 필요하다면 어떤 부분이 개선되어야 한다고 생각하십니까?(중복선택 가능)

- ① 다양한 언어의 설명(구체적인 설명 부족으로 인한 불편함)
- ② 부정확한 안내 방향 사인
- ③ 복합쇼핑몰 주변(내부) 환경과의 조화

- ④ 통일성이 없는 안내사인
- ⑤ 기타

12. 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템에서 필요한 정보의 중요성에 관한 정도를 체크해 주시기 바랍니다.

| 설문문항 |                         | 전혀<br>아니다 | 아니다 | 보통<br>이다 | 그렇다 | 매우<br>그렇다 |
|------|-------------------------|-----------|-----|----------|-----|-----------|
| 12-1 | 전체적인 위치 파악              | ①         | ②   | ③        | ④   | ⑤         |
| 12-2 | 복합쇼핑몰의 각 장소에 대한 구체적인 설명 | ①         | ②   | ③        | ④   | ⑤         |
| 12-3 | 이동 시간에 관한 정보            | ①         | ②   | ③        | ④   | ⑤         |
| 12-4 | 이동 거리에 대한 정보            | ①         | ②   | ③        | ④   | ⑤         |
| 12-5 | 휴게실이나 화장실의 정보           | ①         | ②   | ③        | ④   | ⑤         |
| 12-6 | 누구나 알기 쉬운 안내 사인 시스템     | ①         | ②   | ③        | ④   | ⑤         |
| 12-7 | 음성 또는 동영상 안내시스템         | ①         | ②   | ③        | ④   | ⑤         |

13. 복합쇼핑몰의 안내 사인시스템에서 필요한 시각적 그래픽에 관한 정도를 체크해 주시기 바랍니다.

| 설문문항 |                              | 전혀<br>아니다 | 아니다 | 보통<br>이다 | 그렇다 | 매우<br>그렇다 |
|------|------------------------------|-----------|-----|----------|-----|-----------|
| 13-1 | 복합쇼핑몰 안내 사인시스템에 있어서 색(color) | ①         | ②   | ③        | ④   | ⑤         |
| 13-2 | 복합쇼핑몰 안내 사인시스템에 있어서 시각적 그래픽  | ①         | ②   | ③        | ④   | ⑤         |
| 13-3 | 복합쇼핑몰 안내 사인시스템에 있어서 소리(음향정보) | ①         | ②   | ③        | ④   | ⑤         |
| 13-4 | 복합쇼핑몰 안내 사인시스템에 있어서 애니메이션 정보 | ①         | ②   | ③        | ④   | ⑤         |
| 13-5 | 복합쇼핑몰 안내 사인시스템에 있어서 문자 정보    | ①         | ②   | ③        | ④   | ⑤         |

14. 복합쇼핑몰 안내 사인시스템을 개발할 때 고려해야 할 사항 중 아래의 내용 중에 중요하다고 생각하는 순으로 적어주시기 바랍니다.

- ① 사인물의 형태
- ② 사인물의 색
- ③ 사인물의 문자
- ④ 사인물의 픽토그램
- ⑤ 사인물의 설명문(본문)

| 1순위 | 2순위 | 3순위 | 4순위 | 5순위 |
|-----|-----|-----|-----|-----|
|     |     |     |     |     |

♣ 끝까지 설문에 협조하여 주셔서 대단히 감사합니다. ♣

## Questionnaire

Hello,

Thank you for taking the time to participate in this survey.

The research is aimed at a study on improving the Sign System for foreigners : focused on the Sign System at multiplex shopping malls.

Your response will be processed anonymously and your information will only be used for research purposes.

Since there are no correct answers, I would appreciate it if you kindly answer all the questions honestly.

Thank you for your valuable cooperation and I hope to repay you with an interesting valuable thesis that will help me enrich my knowledge in the marketing field.

July 00th 2017

The master's course in Media Design The Graduate School  
Hansung University

An Adviser : Kim, Jee-Hyun

A Researcher : Kang, Hye-In

I. Here are answers to some common questions about survey subjects.

|                                                                     |                   |                                          |                                              |                                                  |                                         |                 |              |         |
|---------------------------------------------------------------------|-------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------|--------------|---------|
| 1. What is your gender?                                             | ① Male            | ② Female                                 |                                              |                                                  |                                         |                 |              |         |
| 2. What is your age?                                                | ① 10s             | ② 20's                                   | ③ 30's                                       | ④ 40's                                           | ⑤ Over 50                               |                 |              |         |
| 3. What is your nationality?                                        | ① American        | ② European                               | ③ Asian                                      | ④ Southeast Asian                                | ⑤ other                                 |                 |              |         |
| 4. What is the purpose of your visit to Korea?                      | ① Travel          | ② Business                               | ③ Enterprise                                 | ④ other                                          |                                         |                 |              |         |
| 5. What is your job?                                                | ① Student         | ② Clerical Work                          | ③ Civil Servant/ Faculty                     | ④ Specialized job(medical, legal, researcher...) | ⑤ Homemaker                             | ⑥ Self-employed | ⑦ Freelancer | ⑧ other |
| 6. Have you ever visited a multiplex shopping mall in Korea?        | ① Yes             | ② No(Interrupt question)                 |                                              |                                                  |                                         |                 |              |         |
| 7. How many times a year do you visit the multiplex shopping malls? | ① Once            | ② less than 2 or 5 more times            | ③ less than 5 more than 10                   | ④ less than 10 more than 15                      | ⑤ more than 15 times                    |                 |              |         |
| 8. Why do you visit multiplex shopping malls?                       | ① To buy products | ② To browse                              | ③ To use cultural or recreational facilities | ④ To eat at a restaurant                         | ⑤ To watch a movie in the movie theater | ⑥ etc.          |              |         |
| 9. How long do you stay at a multiplex shopping malls?              | ① 30 minutes      | ② More than 30 minutes less than an hour | ③ More than 1 hour and less than 90 minutes  | ④ 1 hour 30 minutes less than two hours.         | ⑤ More than 2 hours                     |                 |              |         |

II. The following is a question related to the information Sign System in a multiplex shopping mall.

9. When visited a multiplex shopping mall, what is the most convenient thing to do?

- ① A brochure of the multiplex shopping mall
- ② A Kiosk with an information monitor inside the multiplex shopping mall
- ③ Directional Signs and instructions inside the multiplex shopping mall
- ④ Direct assistance(guidance) from usher of the multiplex shopping mall
- ⑤ etc.

10. How satisfied are you when you visit multiplex shopping malls?

| Very not satisfied | Not satisfied | Normal | Satisfied | Very Satisfied |
|--------------------|---------------|--------|-----------|----------------|
| ①                  | ②             | ③      | ④         | ⑤              |

→ If you chose numbers 1 to 3, please proceed to numbers 10-1.

If you chose numbers 4 or 5, please proceed to numbers 11.

10-1. If you're not satisfied, what do you think the reason is?

- ① Lack of facilities
- ② Sign System complicated information
- ③ A difficult description of multiplex shopping mall information
- ④ The lack of required information
- ⑤ etc.

11. Do you think there is a need for improvements at the information Sign System in the multiplex shopping mall?

- ① Need
- ② Don't need

→ If you chose number 1, please proceed to numbers 11.

If you chose number 2, please proceed to number 12.

11-1. If we need some improvement, what do you think we should improve?  
(select all that apply)

- ① A description of various languages  
(Incommodity with lack of specific explanation)
- ② Inaccurate directions of signs
- ③ Harmony with the interior of the multiplex shopping mall
- ④ An inconsistency of guide signs
- ⑤ other – please specify

12. Please check the information about the importance of the information you need in the information Sign System at the multiplex shopping mall.

| Questionnaire |                                                                   | Very unlikely | Unlikely | Normal | Likely | Very likely |
|---------------|-------------------------------------------------------------------|---------------|----------|--------|--------|-------------|
| 12-1          | Identify the overall location                                     | ①             | ②        | ③      | ④      | ⑤           |
| 12-2          | Specific description of each place in the multiplex shopping mall | ①             | ②        | ③      | ④      | ⑤           |
| 12-3          | Information about moving time                                     | ①             | ②        | ③      | ④      | ⑤           |
| 12-4          | Information about moving distance                                 | ①             | ②        | ③      | ④      | ⑤           |
| 12-5          | Information of restrooms                                          | ①             | ②        | ③      | ④      | ⑤           |
| 12-6          | A sign system that anyone can understand                          | ①             | ②        | ③      | ④      | ⑤           |
| 12-7          | A video or voice guide system                                     | ①             | ②        | ③      | ④      | ⑤           |

13. Please check the extent of visual graphics you need in the information sign system at the multiplex shopping mall.

| Questionnaire |                                                                                    | Very unlikely | Unlikely | Normal | Likely | Very likely |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|--------|--------|-------------|
| 13-1          | A colored of guide-sign system in the multiplex shopping mall                      | ①             | ②        | ③      | ④      | ⑤           |
| 13-2          | A visual graphic of the guide-sign system in the multiplex shopping mall           | ①             | ②        | ③      | ④      | ⑤           |
| 13-3          | An audio(acoustic information) of guide-sign system in the multiplex shopping mall | ①             | ②        | ③      | ④      | ⑤           |
| 13-4          | A animated information of guide-sign system in the multiplex shopping mall         | ①             | ②        | ③      | ④      | ⑤           |

|      |                                                                        |   |   |   |   |   |
|------|------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 13-5 | A text information of guide-sign system in multiplex the shopping mall | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|------|------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|

14. Please write down in order of importance when developing a multiplex shopping mall sign system.

- ① A form of signboard design
- ② A color of signboard design
- ③ A text of signboard design
- ④ A Pictogram of signboard design
- ⑤ A explanation(body text) of signboard design

| 1st | 2nd | 3rd | 4th | 5th |
|-----|-----|-----|-----|-----|
|     |     |     |     |     |

♣ Thank you for completing this survey sounds more natured. ♣

## ABSTRACT

### A Study on Improving the Sign System for Foreigners : Focused on the Sign System at Multiplex Shopping Malls

Kang, Hye-In

Major in Visual Communication Design

Dept. of Media Design

The Graduate School

Hansung University

Modern tourism is a highly attractive industry not only due to its excellent potential for delivering high added-values to the economy, society, and culture but also for endowing a positive national image. Because of this potential and also as an economic powerhouse for expanding employment and income, the tourism industry has been gaining popularity in today's era of globalization as a limitless growth industry. Korea is no exception: foreign visitors to Korea recorded 12.17 million in 2013 and reached a peak at 14.2 million people in 2014. In 2015, despite the 6% decrease from the previous year, Korea still had 13.23 million inbound foreign tourists.

With the increase in the annual number of foreign tourists visiting Korea, new and diverse patterns of consumption have been appearing among tourists. Now, the new trend among international visitors is to

spend one full day at one place, that is, to enjoy one-day shopping at a multiplex shopping mall that offers shopping, food, and entertainment in one location. However, although these shopping malls have much to offer to consumers, the spatial complexity arising from their large-scale makes it difficult to navigate one's way within the building. As such, it is imperative to assist foreign tourists who visit these malls with more precise and efficient directions to destinations. In this aspect, the visual and functional roles of signs are of high importance.

This study explores how the elements and conditions of the sign system used by existing multiplex shopping malls can be improved, with the purpose to suggest a guideline on how the sign systems can efficiently deliver visual and informational attributes in the future. To do so, a survey was conducted on foreign visitors at COEX and Time Square, two multiplex shopping malls in Seoul, Korea, using an objectively-verifiable questionnaire to analyze the differences that exist in foreign tourists' perception of the informational and visual attributes of sign systems.

The analysis results showed that different informational and visual attributes were valued depending on gender, age level, number of visits, and length of time spent at the shopping mall.

First, concerning gender, while men valued specific directions to locations, travel time, and easily-recognizable signs among informational attributes, women placed weight on the information on the location of restrooms and resting areas. In terms of visual attributes as well, women preferred forms, descriptive information, and pictograms while men valued color and text information.

Second, the analysis on the differences by age level showed that, in terms of informational attributes, respondents in their 30s valued specific directions to locations, travel time, travel distance, and easily-recognizable signs while those above the age of 50 valued information on restroom

and resting area, and those in their 40s, audio or video guides. Among visual attributes, respondents in their 30s underlined color and pictogram the most, but those in their 50s valued form; those in their 40s, descriptive information; and those in their 20s, text information.

Third, depending on the number of visits or times the respondents had been to the shopping mall so far, the information attributes that were deemed essential were also different, where those who had visited the mall 10–14 times valued information on the overall layout, travel time, travel distance, and easily-recognizable signs but first-time visitors emphasized specific directions to locations; 5–9 times, the information on restroom and resting areas; and 2–4 times, audio or video guides. Regarding visual attributes, color and form were valued by 10–14 times, descriptive information and pictogram by first-timers, and text information by 2–4 times.

Fourth, regarding the length of visit (duration of time spent at the mall), visitors who had spent 30 minutes to an hour emphasized information on the overall layout and easily-recognizable signs, whereas those who had stayed longer than 2 hours valued the specific directions to locations, travel distance, and audio and video guides; those who had spent less than 30 minutes, travel time; and those who had spent 1–1.5 hours, restroom and resting area information. Among visual attributes, the color and descriptive information had the highest value for those who had spent less than 30 minutes, and form for those who had spent 30 minutes to 1 hour, pictogram for those who had spent more than 2 hours, and text information for those who had spent 1.5–2 hours.

As illustrated above, for foreigners, a consistently-designed sign system will improve the accessibility of indoor space. In particular, pictograms were found to be more efficient in delivering information than text signage. As a globally universal language that is easily recognizable

by anyone, pictograms demand more active strategical utilization as an important design element. This study presents the perception of the sign system held by foreign visitors at the domestic multiplex shopping malls based on a survey questionnaire and highlights the continued need for research on the future direction of sign systems.

**【Keywords】** Sign System, Sign, Foreign Tourists, Multiplex Shopping Mall, Pictogram, Way-Finding