

대형쇼핑몰 유도사인에 대한 사례연구

A Case study on the directional signs in shopping mall

이유경

인제대학교 대학원 디자인학과

백진경

인제대학교 디자인대학

• Key words: Directional sign, Shopping mall

Lee, Yukyung

Dept. of Design Graduate school, Inje University

Paik, Jinkyung

College of Design, Inje University

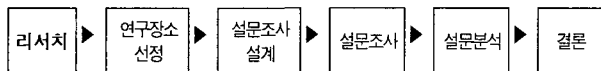
1. 서론

현대 사회는 도시팽창 문제와 이로 인해 발생하는 여러 가지 문제해결을 위해 복합기능을 가진 대형건물이 늘어나는 추세이다. 대형건물은 불특정한 다수의 사람들이 일상생활에서 자주 이용하는 복합공간으로 변화하고 있고, 그에 따라 내부공간의 기능과 용도가 다양해지고 있다. 따라서 대형건물에서 이용자들이 가장 짧은 시간에 가장 짧은 거리를 이동하여 목적적인 장소에 도착할 수 있도록 돕는 환경조성이 필요하게 되었다. 목적지에 대한 가장 정확하고 신속성 있는 정보매체는 사인시스템(sign system)이며, 이용자들의 다양한 연령층과 성별, 지식정도 등에 구애됨 없이 원하는 목적지를 찾아가는데 도움을 주는 유도사인(directional sign)에 대한 연구가 필요하다.

본 논문에서는 대형 복합건물 중 서울 시내 지하철과 연계되어 유동인구가 가장 많은 지하공간의 대표적인 쇼핑몰 세곳을 선정하여 조사대상으로 하였다. 위의 조건을 만족하는 장소로 잠실 롯데 몰, 반포 센트럴 시티 몰, 삼성동 코엑스 몰을 선정하여 유도사인에 대한 설문조사를 실시하였다.

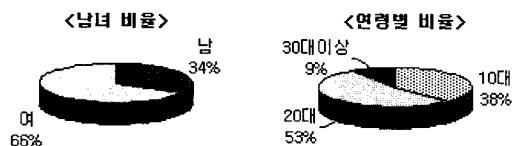
본 연구는 사인시스템에서 효과적인 정보전달을 위한 디자인 방법에 관한 연구를 위한 선행연구로서 설문조사를 바탕으로 쇼핑몰 유도사인의 현황과 문제점을 조사하고, 효과적인 정보전달을 위한 유도사인 디자인의 개선방안을 제시하여, 이용자들에게 보다 편리하고 쾌적한 환경을 제공하는데 도움을 주고자 한다.

[표 1] 연구진행 과정



2. 대형쇼핑몰 유도사인에 관한 설문조사 설계

본 연구에서는 대형쇼핑몰의 유도사인 이용에 대한 이용자의 객관적인 의견을 수렴하기 위해 현장에서 이용자 149명을 면접조사법으로 설문조사를 실시하였다. 2003년 8월 1일부터 8일까지 예비조사와 본조사를 통해 실시되었으며, 실측조사 현장을 방문하여 유도사인을 사진촬영하고 실측하였다.



[표 2] 설문조사 항목 대분류

1	장소별 이용에 대한 질문
2	유도사인에 대한 이용자의 관심도
3	유도사인의 문자에 대한 만족도
4	유도사인의 색상에 대한 만족도
5	유도사인에서 사용된 기호에 관한 이해도
6	유도사인의 기능적인 측면에 대한 만족도
7	평면도에 대한 이용도와 이해도

3. 설문조사 분석

본 설문지의 분석은 인문사회과학 분야에서 많이 이용되고 있는 통계 소프트웨어인 spss10.0을 사용하였다. 통계분석방법으로 각 설문 항목에 대한 빈도를 알아보기 위한 빈도분석과 이용자들의 장소에 대한 평가와의 관계를 알아보기 위해 교차분석(chi-square test)을 실시하였다.

3-1. 잠실 롯데 몰

롯데 몰 설문조사에 응해준 응답자는 50명이며 이중에서 남자는 20명(40.0%), 여자는 30명(60.0%)으로 나타났고, 연령별 비율은 10대 58.0%, 20대 32.0%, 30대 이상은 10.0%로 연령은 10대가 가장 많이 차지하였다.

설문 결과 본 장소를 이용하는 횟수는 연1~5회가 32명(64.0%)으로 과반수 이상을 차지하였고, 이용목적은 34명(68.0%)이 테마파크 이용으로 나타났다. 롯데몰은 다른 기능들보다 테마파크 중심의 계획으로 일반인들에게 강한 이미지를 주고 있다.

본 연구자는 연령대에 따라 장소 이용도와 이용목적에 차이가 있는지를 알아보기 위해 카이제곱검정(chi-square test)을 실시한 결과 이용도는 차이를 보이지 않았고, 이용목적은 표3 p값이 0.05보다 훨씬 적은 값이 나왔다. 이것으로 연령대에 따라 이용목적에는 큰 차이를 보이는 것으로 나타났다.

장소 이용도에 따른 이용목적에 차이가 있는지 카이제곱검정을 실시한 결과 p값이 0.005보다 훨씬 적은 0.000이 나와 이용도에 따라 목적에 차이를 보이고 있는 것으로 나타났다.

3-2. 반포 센트럴 시티 몰

센트럴 시티몰 설문조사에 응해준 대상자는 49명이며 이중에서 남자는 15명(30.6%), 여자는 34명(69.4%)으로 나타났고,

연령별 비율은 10대 20.4%, 20대 69.4%, 30대 이상은 10.1%로 연령은 20대가 가장 많이 차지하였다.

설문 결과 본 장소 이용목적은 쇼핑과 영화가 각각 42.9%, 32.7%로 높게 나타났다. 센트럴 시티 몰의 주기능은 고속버스 여객터미널을 중심으로 다른 부대시설들이 부합된 것이지만, 일반인에게는 백화점과 호텔시설이 강한 이미지를 주고 있다. 카이제곱검정 실시결과 연령대에 따른 이용목적에서 p값이 0.012가 나와 연령대에 따라 이용목적에도 차이를 보이고 있다고 나타났다.

3-3. 삼성동 코엑스 몰

코엑스 몰 설문조사에 응해준 대상자는 50명이며 이중 남자는 15명(30.0%), 여자는 35명(70.0%)으로 나타났다. 연령별 비율은 10대 34.0%, 20대 58.0%, 30대 이상은 8%로 20대가 가장 많이 차지하였다.

설문 결과 본 장소 이용목적은 영화가 64%로 가장 높게 나타났다. 코엑스 몰은 백화점과 소매 상점의 쇼핑축이 두드러지며 메가박스라는 대규모 극장이 강한 이미지를 주고 있다. 카이제곱검정 실시결과 이용자의 연령대에 따른 이용목적과 해맨경험 유무의 p값이 각각 0.000과 0.004가 나와 연령대에 따라 큰 차이를 보이고 있다.

전체 이용자에게 유도사인 이용에 대한 관심도를 알아보는 질문에서 이용자가 길을 잃었을 때 목적지를 찾아가는 과정에서 유도사인을 이용하여 찾아가다가 전체 149명중 104명(71.2%)으로 나타나 유도사인의 필요성이 다시한번 강조되고 있다.

그 외 설문조사의 두가지 질문에서 세 장소의 설문결과가 동일하게 나왔다. 첫째 길을 잃는 이유에 대한 질문에서 이용자들은 모두 건물이 복잡하게 설계되어져 있다고 응답하였다. 둘째 본 장소의 유도사인에 대해 느낀점을 다중 응답할 수 있는 질문을 하였는데, 그 결과 가장 높은 응답률을 보인 항목은 유도사인이 필요한 장소에서 찾아볼 수 없었다는 항목과 화살표 방향표시가 헛갈려서 다른길로 찾아가는 적이 있다는 항목으로 나타났다. 특히 코엑스 몰은 기존의 화살표 틀에서 벗어난 창의적인 모양을 사용하고 있는데 이는 이용자들의 이해도가 가장 낮게 나타났다.




3-4. 유도사인 요소별 비교 분석

각 장소의 유도사인 요소에 대한 이용자 평가를 위해 문자, 색상, 기호, 기능, 평면도 항목으로 구분하여 질문을 하여 이를 5점 척도로 답변하게 하였다. 그 결과를 점수화하여 평균을 구하고, 이를 분석하여 장소별 유도사인 요소의 현황과 문제점에 대해 정리하였다. [표 4]

4. 결론

설문 조사에 의하면 대형 쇼핑몰 이용자들이 목적지를 찾아가는 동안 길을 잃는 현상을 발견하게 되는데 이것은 첫째, 유도사인 설치 장소의 적절성, 설치 간격, 수의 문제로 지적되었다. 둘째 사인 자체의 내부적인 결함으로 가독성과 명시성이 떨어져 이용자가 목적지를 찾아가는데 필요한 최소한의 기능에도 어려움이 있었다. 셋째 유도사인이 실내환경의 한 요

[표 3] 유도사인 요소에 대한 장소별 설문 결과

장소 항목	롯데	센트럴 시티	코엑스
특징	★uni light sign	★panaflex sign	★panaflex sign
문자	한글 크기가 적당함. 영문은 작아서 가독성이 떨어짐.	한글, 영문이 매우 작아서 가독성이 떨어짐.	한글, 영문이 약간 작아서 가독성이 떨어짐.
색상	배경-흰색 한글-백색/영문-연두색 화살표-빨간색	배경-회색 한글-백색/영문-백색 화살표-백색	배경-파란색 한글-백색/영문-백색 화살표-백색
기호	화살표의 방향표시와 픽토그램의 사용이 이해 가능함. 	화살표의 방향표시와 픽토그램의 사용이 이해 가능함. 	화살표의 방향표시는 이해하기 어려움. 픽토그램 사용은 이해 가능함. 
기능	컨텐츠 내용이 부족. 사인 크기가 약간작음. 사인 위치는 부적절, 수도 부족.	컨텐츠 내용이 부족. 사인 크기가 약간작음. 사인 위치는 부적절, 수도 부족.	컨텐츠 내용 적당. 장소명칭이 어려움 사인 크기가 약간작음. 사인 위치는 부적절, 수도 부족함.
평면도	평면도 도움. 평면도 수가 부족, 위치도 부적절.	평면도 도움. 평면도 수가 부족, 위치도 부적절.	평면도 도움. 평면도 수가 부족, 위치도 부적절.
통일성	유도사인 디자인의 통일성이 부족.	유도사인 디자인이 통일됨.	유도사인 디자인이 통일됨.
조명	실내조명 적당함.	실내조명 적당함.	실내조명이 약간 어두움

소로써 미적인 기능을 하지 못하는 것으로 평가된다.

대형 쇼핑몰에서의 길찾기를 위한 디자인 영역은 건축 설계와 사인 디자인이라는 전문 분야의 두 영역이 포함된다. 길찾기 정보내용은 사인만으로 한정되어서는 안되며 건축적인 특징과 공간적인 특징을 포함해야만 하므로 건축 설계과정에서 사인 디자이너가 함께 작업하는 것이 바람직하다.

본 연구는 사례분석을 바탕으로 효과적인 정보전달을 위한 디자인 방법에 대해 제안하고자 하며, 앞으로 지속적인 연구를 통해 쇼핑몰 뿐 아니라 다른 건축물에서도 적용될 수 있는 유용한 디자인 방법으로 사용되길 바란다.

참고문헌

- 백진경, 종합병원 사인시스템에 관한 연구, DID 논문집 -인제대학교 디자인연구소, Vol.2, 2003
- 우진희 유니버설 디자인 원리에 따른 사인시스템 평가 연구, 연세대학교 주거환경학과, 2001
- 김은진, 대형 복합건물 內 Pedestrian Mall의 공간구성에 관한 연구, 연세대학교 대학원 건축공학, 2000.12
- 정진팔, 大規模 地下空間의 길찾기를 위한 디자인 요소 抽出 및 適用 관한 研究, 서울대학교 대학원, 건축공학, 1998.2
- 로버트 제이콥슨 엮음, 장동훈, 김미정 옮김, 정보디자인, 안그래픽스, 2002
- 서주리, 다시보는 사인 시스템, Design net, 1998.4

[표 3] 연령대에 따른 장소 이용 목적

	값	자유도	접근 유의확률(양측검정)
pearson카이제곱	66.266*	20	.000
우도비	25.913	20	.169
선형 대 선형결합	1.717	1	.190
유도 케이스 수	50		
* a 28.1(93.3%)는 5보다 작은 기대 빈도를 가지는 셀입니다. 최소 기대빈도는 .02입니다.			