

# 도시복합소비공간의 이용행태분석을 통한 공간특성연구

- 코엑스몰을 중심으로 -

김지현\* · 조경진\*\*

\*(주)조경설계 비온드 · \*\*서울시립대학교 조경학과

## I. 서론

현대인의 가치관, 소비환경, 그리고 산업환경의 변화들로 인해 도시는 과거보다 훨씬 다양한 기능을 요구받게 되었다. 특히 휴식(recreation)과 오락(entertainment)은 점차 도시민에게 매우 중요한 가치가 되어가고 있으며 도시는 이 같은 기능의 공간을 제공하도록 요구받고 있다. 이러한 요구에 의해서 탄생한 것이 도시복합소비공간이다.

도시복합소비공간이란 쇼핑, 오락, 비즈니스 공간 등의 기능요소들이 상호 밀접한 관계를 가질 수 있도록 연계하여 구성하는 복합용도의 공간을 말한다.

이러한 공간의 특징은 문화를 소비하는 형태의 공간을 창조했다. 문화의 힘은 나날이 커져가고 그 영역 또한 가능할 수 없을 정도로 비대해져가고 있다. 또한, 이러한 문화를 소비하는 행태는 도시민의 삶의 질에 대한 측정도구로서 활용된다. 즉 이용행태의 후면에는 항상 공간이 존재한다. 다시 말하면 공간을 들여다보면 문화 이용행태를 파악할 수 있다는 논리아래 도시복합소비공간의 공간의 특성을 연구하기 위해서 조사의 틀로서 이용행태분석을 활용하여 서울에 위치한 대표적인 도시복합쇼핑공간인 코엑스몰을 대상으로 공간의 특성을 모색하는 것을 본 연구의 목적으로 한다.

1980년대 말부터 도시복합소비공간을 대상으로 하는 논문들이 등장하기 시작하였으며, 이러한 연구에서는 도시 내에서의 복합화 현상에 따른 건축계획의 방안에서부터 소비행태에 대한 연구를 포함한 공간에서의 이용행태에 관한 연구들이 이루어져왔다. 하지만, 쇼핑몰과 소비공간의 대표적인 도시복합소비공간에서의 공간특성에 대한 연구는 대부분의 연구들이 이용자들 대

으로 공간에서의 느낌이나 의견을 형용사를 사용하여서 실시하는 단순설문 형식이거나 공간 이미지를 측정하기 위한 연구들이 대부분이었기 때문에 한계를 느껴왔다.

## II. 연구의 범위 및 방법

이에 본 연구에서는 도시복합소비공간속에서의 이용자들의 행태는 어떠한 틀을 지니고 있는지 이에 따라서 공간의 다양한 특성이 어떻게 나타나는지에 대한 의문들에 대한 해답이 결국 도시복합소비공간이 도시공간 내의 바람직한 구성요소로 자리 잡을 수 있는 시작이라는 관점에서 2000년 5월 조성 이후에 도시복합소비공간이라는 이름아래 많은 이용객들이 찾아들고 있는 코엑스몰을 대상지로 공간적 범위를 설정하여서 연구를 실시하였다.

도시복합소비공간의 공간의 특성에 관한 연구를 행태관찰조사법을 활용하여서 연구를 진행하였다. 특히 이용자 내면의 심리나 행동의 동기에 대해서는 직접관찰이 어렵다는 행태관찰조사법의 단점을 보완하기 위해서 조사방법으로 관찰조사, 추적조사, 사진촬영조사, 인터뷰조사를 채택했다. 코엑스몰에 대한 1차 조사는 2005년 7월 18일~8월 31일 사이에 무작위로 실시하였다. 이 조사과정은 행태관찰 단계로서 카메라관찰과 육안관찰을 병행하였다. 코엑스몰의 전반적인 상황과 공간구조 및 일반현황을 파악하고 코엑스몰을 이용자의 행태를 중심으로 세분화 하여서 관찰조사를 실시하였다. 2차 조사인 사진촬영조사는 2005년 8월 31일~9월 25일에 실시하였으며 코엑스몰이 문을 여는 10시부터 저녁 10시까지 같은 위치에서 한 시간 단위로 사진촬영을 실시하였다. 세부적인 증거자료와 행태 파악을 위해

서 동영상 촬영을 병행하였다. 3차 조사는 하루 동안 이루어지는 이용자들의 행태의 유형과 특성을 파악하기 위한 조사였다. 3차 조사는 2005년 9월 25일~11월 20일 사이에 5일간 실시되었다. 30명을 대상으로 추적 조사를 실시하여서 지도상에 이를 표기하여 코엑스몰 내의 이용자들의 공간이동경로를 조사해서 공간 활용도, 주이용동선, 이용행태의 순서 및 유형을 찾아내는 것을 조사의 목적으로 한다. 추적조사 이후에 이루어진 심층 인터뷰 조사는 1차 조사~3차 조사에 대한 검증단계로서 추적했던 대상을 상대로 추적조사 이후에 이용행태에 대한 인터뷰 조사를 실시하였으며 코엑스몰을 방문하는 다양한 연령층을 대상으로 실시하였다. 추적조사의 목적은 코엑스몰에서 주로 이용하는 공간과 이용자들의 행태를 파악하여 관찰 조사의 중심이 되는 장소와 이용행태의 특징을 파악함이다. 일반인 인터뷰 조사는 2005년 10월 4일~12월 12일까지 실시하였으며 조사의 목적은 행태조사에서 드러나지 않는 이용자들의 코엑스몰의 공간에 대한 인식과 공간 활용정도를 알기 위함으로 인터뷰의 내용은 '코엑스몰 하면 떠오르는 장소 및 이미지', '코엑스몰에서 주로 이용하는 공간', '코엑스몰에서 동행을 기다리기 위해서 주로 이용하는 장소', '코엑스몰내의 공간에 대한 의견', '영화를 기다리면서 주로 이용하는 공간' 등이었다<sup>1)</sup>. 코엑스몰에 대한 4차 조사인 전문가 인터뷰 조사는 2005년 10월 4일~11월 20일 사이에 5일간 실시되었다. 조사에서 발견된 행태 중 관찰조사를 통해서 파악하기 힘든 부분과 관리측면에서의 의견을 듣고자 하기 위한 조사로서 코엑스몰 현재 근무하고 있는 종사자를 대상으로 실시하였으며, 코엑스몰의 규정사항, 안전요원의 주 업무, 환경미화요원의 업무 코엑스몰의 상업광고에 관한 내용 등을 심층 인터뷰를 통해서 관리 측면에서 파악되는 이용자들의 이용행태와 코엑스몰내 공간들의 특징을 파악함을 목적으로 정했다.

### III. 연구 결과 및 고찰

관찰조사 결과 밀레니엄 광장은 지하철과 연계되어 있고 또한 광장 내에 위치한 브랜드 이미지가 높은 패밀리 레스토랑과 패스트 푸드점이 있기 때문에 만남의 장소로서 활용되고 있었다. 또한 코엑스몰 내에서 이벤트 공간으로서 활용되고 있는 공간은 밀레니엄 광장, 이벤트 코트, 아셈광장이 있으며 행사가 일어나지 않을 때는 휴

표 1. 시간대별 이용자 현황

시간	코엑스몰 내의 광장	코엑스 전면 광장
09:00 ~ 10:00	코엑스몰 종사자	인근 사무실 종사자
10:00 ~ 12:00	주부, 대학생	30대 이상의 이용자
12:00 ~ 13:00	인근 사무실 종사자	인근 사무실 종사자
13:00 ~ 17:00	주부, 학생	50대 이상의 이용자
17:00 ~ 19:00	연인, 가족, 친구, 직장인 단위	연인, 가족, 직장인 단위
19:00 ~ 22:00	연인, 친구	연인, 친구

식공간으로 활용되고 있었다. 반디앤 루니스 서점과 메가박스 영화관, 유밀레 공화국은 상업공간이지만, 문화 공간으로서 역할과 휴식공간으로 활용되고 있었다. 유밀레 공화국은 공간구조상 이용객의 방문이 적어서 현재는 활용이 낮은 공간이었다. 메가박스 영화관은 영화 시간을 기다리는 이용자들을 위한 테스트마켓(test-market)이 영화관을 중심으로 분포되어 있다.

사진촬영조사 결과 코엑스몰 광장과 코엑스 전면광장의 이용계층이 분리되는 현상을 파악할 수 있었다. 특히 시간대별로 차이는 더욱 컸다. 밀레니엄 광장이 이용자 연령대가 매시간 바뀌는 반면 외부광장은 인근 사무실 종사자와 40대 이상의 연령층이 주로 관찰되었다. 또한 공공적인 광장의 역할을 하고 있는 밀레니엄 광장은 상업홍보와 공공공간의 기능이 혼재하는 상업적 공공공간의 모습을 관찰할 수 있었다.

추적조사로 얻어진 이용자 동선을 연령별로 중첩시킨 결과 10~30대 동선이 복잡한데 반해 40대 이상의 이용자들의 동선은 단순한 동선임을 알 수 있었다. 또한 밀레니엄 광장-이벤트코트-메가박스 영화관으로 이어지는 도로가 주 동선으로 활용되고 있었으며 이는 이용자의 대부분이 영화 관람을 위한 목적으로 코엑스몰을 방문한다는 사실을 유추할 수 있었다. 또한 연령이 높아질수록 걷는 속도가 느리고 공간 체계시간이 짧고 동선이 단조로운 것으로 보아서 연령이 높아질수록 공간 활용도가 낮아지는 것을 알 수 있었다.

마지막으로 앞의 조사들의 검증단계에 해당하는 심층 인터뷰 조사는 크게 일반인을 상대로 한 인터뷰 조사

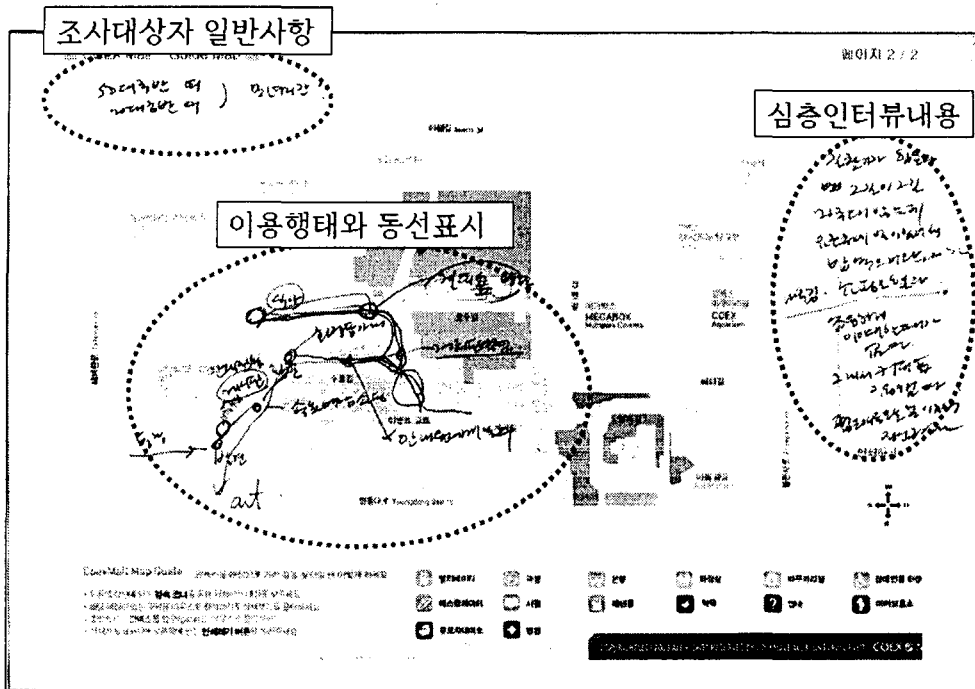


그림 1. 조사기록지의 구성

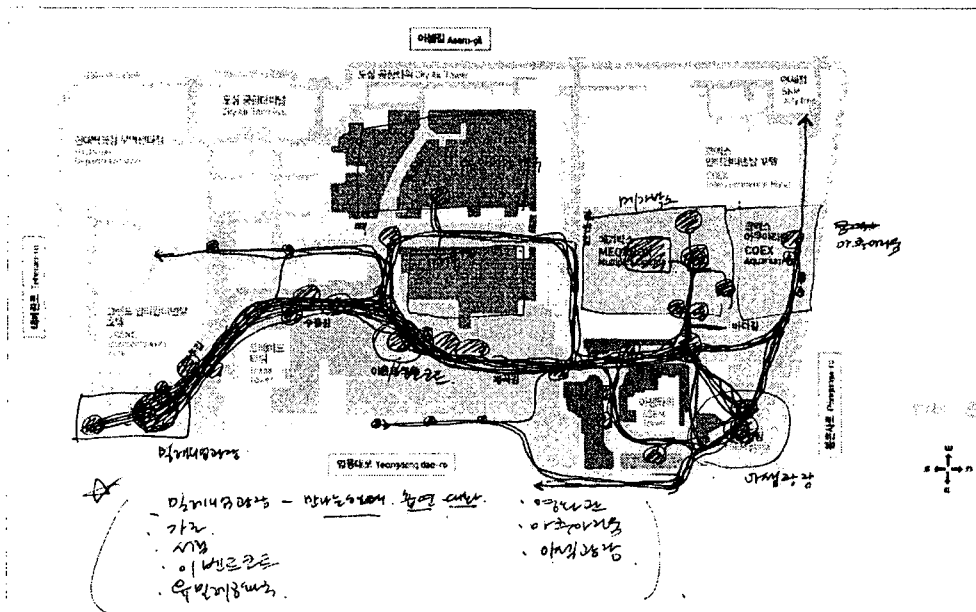


그림 2. 이용자 동선 중첩결과

와 전문가를 대상으로 한 심층 인터뷰 조사를 실시하였다. 일반인 심층 인터뷰 조사에서는 연령대별로 코엑스 물에 대한 인식에 큰 차이를 느끼고 있었다. 10대는 코

엑스물을 항상 새로운 복합적인 놀이공간으로 20대는 구획과 테마화된 공간구성과 편리한 원 스톱 공간구조로 인식하는 반면 30대는 상업적인 성향이 강한 소비 공

간으로 인식하고 있었다. 또한, 외국인 심층 인터뷰에서는 코엑스몰이 한국의 젊은이들의 취향을 엿볼 수 있는 공간으로 인식하고 있었다. 이어지는 전문가 인터뷰 조사에서는 코엑스몰이 상업적인 논리에 의한 공간구조로 계획되었지만 많은 사람들이 공간을 찾고 즐기고 있는 문화공간으로 인식하고 있었으며, 이용자가 참여하는 다양한 프로그램이 진행 중이라는 점에서 코엑스몰의 긍정적인 측면을 바라보고 있었다.

#### IV. 결론

소비공간이 일상화가 된 현대 도시는 소비의 시대라고 해도 과언이 아니다. 또한 공간의 대형화, 복합화로 소비공간은 즐거움과 편리성을 모두 가진 복합적인 형태의 도시복합소비공간을 탄생시켰다. 이러한 형태의 소비공간들은 이제 우리 생활 속에서 쉽게 접할 수 있는 일상적인 공간이다. 따라서 우리는 이러한 보편적인 도시공간에 주목할 필요가 있다. 따라서 이에 본 연구에서는 현대 도시복합소비공간의 공간의 특성에 관한 연구를 위해서 이용자 행태 조사를 통하여 도시복합소비공간의 대표격이라고 할 수 있는 코엑스몰을 대상으로 선정하여서 연구를 진행하였다. 그 결과 도시복합소비공간의 크게 세 가지의 공간의 특성을 밝혀 낼 수 있었다. 첫째, 도시복합소비공간은 민간/공공에 의해서 계획된 공간인 만큼 상업적인 공간 체계를 가지고 있는 반면 공공적인 기능 즉 휴식 공간, 만남의 공간, 이벤트 공간 등의 도시 광장의 기능도 내포하고 있다.

둘째, 도시복합소비공간은 주 타겟층인 10대~20대에 게 문화공간을 중심으로 집적화된 상점이 복합적으로 구성된 공간의 특성을 지니고 있어서 즐거움을 전해주는 체험공간과 더불어서 한 공간에서 다양한 욕구를 충족시키는 윈 스톱방식의 이용행태가 나타나는 반면 주 타겟층에서 벗어난 30대 이상의 이용자들에게 공간 활용도가 타 이용자들에 비해서 떨어지는 결과를 보아서 공간접근의 어려움을 느끼게 해서 이용자 계층을 분화시키고 있다.

셋째, 도시복합소비공간은 이용자의 집객을 높이기 위한 도구로서 활용되고 있는 다양한 행사 프로그램을 근래 들어서 이용자들의 다양한 이용행태와 함께 이용자들이 직접 참여하는 공간이 확대되고 있는 모습들을 통해서 찾을 수 있었다. 이는 상업적 공공공간으로서 도

표 2. 이용자 동선분석의 종합

연령	특징	
10대	상업공간의 활용도	낮다
	공간 활용도	높다.
	그룹 형태	3~4명
	걷는 속도	빠르다.
	체류시간	길다.
	동선의 형태	복잡하다.
	동선이 다양하다.	
20대	상업공간의 활용도	높다.
	공간활용도	높다.
	그룹형태	2~4명(친구, 연인)
	걷는 속도	빠르다.
	체류시간	길다
	동선의 형태	복잡하다.
	주로 다니는 동선을 이용한다.	
30대	상업공간의 활용도	높다.
	공간활용도	낮다.
	그룹형태	가족단위
	걷는 속도	느리다.
	체류시간	짧다.
	동선의 형태	단조롭다.
	휴식공간 활용도가 높다. 시설물(벤치, 엘리베이터, 에스컬레이터)활용도가 높다.	
40대 이상	상업공간의 활용도	높다.
	공간활용도	낮다.
	그룹형태	가족단위 (자녀동반)
	걷는 속도	느리다.
	체류시간	짧다.
	동선의 형태	단조롭다.
	길을 찾는 횟수가 많다.	

시복합소비공간의 잠재력을 말해주고 있다.

본 연구는 도시복합소비공간에서 이루어지는 이용자들의 행태 속에서 공통된 특징을 발견하여서 이용자 행태 연구가 즉 공간의 특성을 말해준다는 생각아래 연구를 시작하였다. 그리고 코엑스몰이 이러한 공간의 특성을 대변해 줄 수 있을 것이라는 기대를 가지고 시작되었다. 따라서 연구에서는 이용자 행태조사법을 이용하여서 도시복합소비공간의 공간의 특성을 연구하였다. 현대사회의 발달과 함께 등장한 도시복합소비공간을 현대의 도시공간으로 여기고 공간에서 나타나는 이용자들의 이용행태를 조사자의 입장에서 관찰한 연구이다. 조사자의 주관적인 판단에 의한 오류를 수정하기 위해서 심층 인터뷰 조사를 병행 실시하였다. 일반적으로 공간에 대한 연구가 형용사적인 설문에 의한 연구에서 벗어나서 관찰조사, 추적조사를 실시해서 연구를 진행한 것에 본 연구의 의의를 찾을 수 있을 것이다. 특히, 사례조사 과정에서 이루어진 조사들이 이용자와 함께 공간을 활용하면서 진행된 조사이기 때문에 조사자와 피조사자의 간극을 줄이기 위한 노력을 했다. 더불어 사례에서 발견된 것들은 단면적인 연구에서 밝혀진 사실보다는 추후 도시복합소비공간을 계획하는데 도움이 될 수 있을 것이다. 비록 결과가 이상적인 도시복합소비공간의 모습을 찾아내지는 못했지만, 공간을 활용하는 이용자들의 생각과 행동들의 현재의 모습을 그려냈다고 생각된다.

또한, 공간을 활용하는 이용자들의 이용행태 자체가 단지 시각적인 차원을 넘어서서 다양한 프로그램속에서 이루어지는 체험을 통한 이용행태의 변화는 과거부터 우리가 알고 있던 공간 활용의 모습이 아닌 새로운 형태의 공간의 필요성을 말해주고 있는 한 부분일 것이다.

## 이용문헌

1. 박천보 외(1989) 복합용도개발물의 도시 내 입지별 분포 및 수용기능 특성에 관한 연구, 대한건축발표대회집.
2. 신기동(1998) 상류유통과정의 혁신과 새로운 소비공간, 한국공간환경연구회편, 공간과 사회, 제5호, 한울.
3. 오덕성 외(1989) 복합용도 Complex 계획에 관한 연구, 대한건축학회논문집, pp. 31-41.
4. 오덕성 외(1990) 복합용도개발물의 수용기능 특성에 관한 연구 - 개발유형과 기능요소를 중심으로 -, 대한건축학회논문집.
5. 전해은 외(2002) 현대공간과 소비행동, 소비자학연구 13 : 100-101.
6. 김미연(2005) 삼성동 코엑스 복합소비공간 확장 기본계획, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
7. 김정희(1998) 소비문화와 계층에 따른 백화점 판매공간의 특성에 관한 연구, 중앙대학교 석사학위논문.
8. 박호동(1993) 복합용도개발 활성화 방안에 관한 연구, 한양대학교 대학원 석사학위논문.
9. 서인호(2004) 도시집합적 공간에서 나타나는 공공영역의 양상, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
10. 이석환(1998) 도시가로의 장소성 연구, 서울대학교 대학원.
11. 임성희(1994) 90년대 새로운 소비주의 문화의 성격 - 홍대앞 사례 분석, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
12. 정숙경(1998) 탈근대 소비문화의 근대서 연구, 고려대학교 대학원 박사학위논문.
13. 정연승 외(2001) 엔터테인먼트 쇼핑몰의 등장과 전망, 삼성경제연구소 보고서.
14. Don Mitchell(1995) The End of Public space, Annals of the Association of American Geographer, 85(1).
15. Mitchell Sorkin(1992) editor, Variations on a Theme Park: the New American City and the End of Public Space.
16. Richard Sennett(1977) The Fall of Public Man: On the Social Psychology of Capitalism.
17. Sharon Zukin(1995) The Cultures of Cities, Newyork, BlackWall.
18. Spiro Kostof(1992) The Nature of Public Places The City Assembled, London, Thames & Hudson.