# 음식점의 객석 배치와 착석 심리 연구
## — 패스트 푸드 점을 중심으로 —

# The Study on the Guest Seats Arrangement and Seating Psychology in Restaurant

홍영란* Hong, Young Nan

**Abstract**

The restaurant is regarded as the place of association and rest, and is the commercial facilities required the space of delightful and comfortable in mentality as well as the visual satisfaction for the users. The customers have their tendency to avoid the visual and physical contact between the strangers in the restaurant. Therefore, it is required to arrange the undisturbed space from strangers through the appropriate guest seats arrangement by understanding such mental basement.

In this study, we have examined the way of space application between the people in the space and the mental mechanism, and we made study and analysis on the conciusness & behavior of the users of the restaurant actually. As the result, the theoretical study was connected to the customers conscious or unconscious behavior and the same result was come out from the paper-and-pencil test and observation research, and its appropriateness was clarifed. To put it briefly, the people have been showing their trends to prefer the place where have a fine view, undisturbed from others and may keep to the private area. On the whole, they prefer the visual variation somewhat rather than the simple, and they are fond of the space of open and comfortable, and also showing that the mental environment could be established by the control of physical environment.

Therefore, we can say that the restaurant is required to fulfill this spatial desire of the users through the guest seats arrangement and other visual factors.

*정회원, 수원전문대학 건축장식과 강사

## 1. 서론

### 1.1 연구목적

인간은 주변환경과 끊임없는 교호작용을 하며 서로간에 영향을 주고 받는 관계 속에 있다. 즉, 인공 환경( built environmebnt )이라는 그릇 속에 담겨진 인간은 자신을 둘러싸고 있는 여러 환경 요인들과 마찰과 알력없이 순조로운 관계를 유지하게 될 때 가장 쾌적한 생활 공간으로 체감하게 된다. 그러나 우리 주변의 건축 및 환경 디자인은 인간의 사회적 심리적 요구보다는 생리적 욕구를 충족시키는 데 더욱 치중해 온 감이 없지 않았으며[1] 이는 유형 무형의 스트레스를 유발하는 원인이 되어 왔다.

건축 설계상의 대부분의 문제점은 인간행동에 관한 잘못된 假定에서 발생되는 것으로, 최근(60년대 이후)에는 환경과 인간이라는 컨텍스트적 측면에서 이용자 중심( user-oriented )의 디자인 사고에서 문제를 해결해 나가기 위한 방법으로 설계시 행동 과학과 기초 심리학의 정보가 필요하다는 인식이 대두되게 되었다. 근간에는 우리나라에서도 환경 심리와 인간 행태에 관련된 많은 이론적, 사회 과학적 연구가 진행되어 왔으나 이들 대다수는 공공 건물이나 주거 혹은 사무 공간의 환경 문제를 다루고 있으며 상업 건축물에 관한 연구는 상대적으로 미흡한 편이었다.

상업 건축은 이용 고객의 심리와 잠재적 욕구를 이해하지 못하면 효율적인 운영이 어려워지게 되므로 이들의 행태와 심리적 파악이 다른 곳 못지 않게 요구되는 분야라 하겠다. 특히 음식점은 일반인이 가장 많이 이용하는 상업공간으로 단순히 먹는다는 차원에서 보다는 도시인의 사교와 휴식 장소라는 관점에서 실내 의장적 측면에 대한 관심이 높은 곳이다. 이곳은 또한 객석 배치가 수반되는 상업 공간으로 그 어느 곳보다도 이용자의 공간심리가 첨예하게 드러나는 장소로서 이들의 이용 동기와 요구( needs )에 부응하는 디자인이 우선되어야 한다. 즉 물리적 환경뿐 아니라 심리적 환경도 중요한 부분인 것이나 전자에 비해 후자에 대한 인식의 정도는 매우 낮은 편이었다.

건축 디자인의 목적중 하나는 공간의 레이아웃을 창조하는 것인데 이는 사용자가 그들의 목적을 달성하기 위해 요구되는 행동패턴을 제공하는 것이다. 즉 사람들의 이동패턴을 이해해야 하고 인체치수와 나아가서는 영역성과 같은 미묘한 공간 사용법, 그리고 사람들간의 상호작용에 대한 이해가 필요하다[2]. 흔히 물리적인 객석수가 그대로 손님을 수용하는 능력은 아니며 사람들은 제공된 환경에 유기체로서 반응하며 행동화한다는 것을 유념해야 한다.

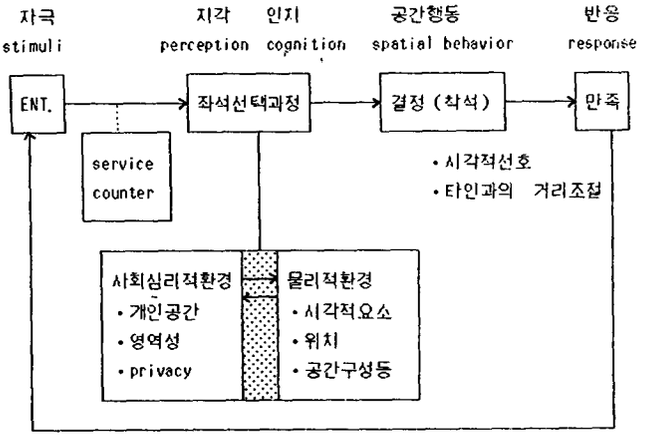
따라서 본 연구는 객석 배치와 관련된 환경과 착석 심리에 대하여 음식점이라는 공간적 특성을 중심으로 파악하는 데 그 목적을 두고 있다.

### 1.2 이론적 배경

사람들은 공간 내에서 일정한 행동패턴을 보여주고 있는데 이를 주의깊게 살펴보면 기능적 요구 이외의 요소가 명백히 작용함을 알 수 있다. 인간이 어떤 행동을 일으키는 데에는 사회적, 심리적 요인에 의해 크게 영향을 받는 것으로[3] 이는 주로 타인과의 대응 관계에서 비롯되는 공간 심리의 메커니즘으로 풀이될 수 있다.

음식점 내에서의 이용자 행동 패턴은 우선 어디에 앉을 것인가에 대한 위치 탐색에서 시작되는데 이러한 좌석 선택의 과정(기준)은 물리적 환경과 함께 사회적 환경과의 맥락에서 비롯된다 할 수 있다. 즉 자신 혹은 자신들의 이용 동기나 목적에 알맞는 위치를 찾게 되고 이미 착석해 있는 다른 사람들과는 일정거리를 떨어져 앉으려는 경향이 지배적이다[4] <그림 1>

이는 사람들이 많이 모이는 공공장소에서 흔히 발견되는 자연스러운




〈그림 1〉 좌석선택의 과정

행태 현상으로 사람들은 모르는 사람과 시각적, 물리적으로 접촉되어 있는 상황에서는 불안한 심리적 기제가 작용하여 시선을 피하거나 자리를 옮겨앉는 등 일련의 행동을 취함으로써 환경을 조정하고자 한다. 따라서 음식점과 같은 일시적 체류 공간에서는 개인 및 개인적 소그룹이 그 외측으로부터 방해받지 않도록 구분될 필요가 있으며 사람들의 이와 같은 보이지 않는 차원으로서의 공간 사용법은 객석 레이아웃을 통하여 서로간의 프라이버시를 높여줄 수 있도록 조정되어야 한다.

이와 같이 대인관계에서의 묵계된 공간심리를 규명하여 줄 수 있는 공간 행태 이론은 개인 공간, 영역성, 밀도와 과밀 등의 개념으로 해석될 수 있다.

1.2.1 개인공간( Personal space )

한 개인이 다른 사람에게 접근할 수 있는 데에는 한계가 있으며 더이상 접근할 수 없다고 느끼는 시점에서 그 사람의 개인 공간이 형성된다. 이는 개인의 신체 주변에 부과되는 여유 공간( bubble space )으로 인체 공학적 또는 운동학적으로 사람들 사이의 충돌을 피하기 위한 포터블한 완충 공간( Body buffer zone )으로 설명된다.

개인 공간은 개인적 프라이버시의 필요성과 사회적 접촉의 요구가 상호작용하여 적정한 수준에서 그 경계가 이루어 지는 것으로[5] 다른 이들과의 과다한 접촉은 의사 전달의 절대적 결핍만큼이나 인간의 성격에 해로울 수 있다. 그러므로 각 개인은 다른 사람들과 의사전달할 수 있을 뿐만 아니라 그들로부터 격리될 수 있는 것이 필요한데 환경은 이러한 욕구의 성취를 지지하거나 방해하는데 중요한 역할을 한다[6].

개인 공간의 크기는 각 개인의 퍼스낼리티(성, 연령, 지위, 성격 등)와 환경적, 사회적 조건 등에 영향을 받으며 전방은 넓고 후방은 좁은 일종의 卵形을 띄고 있다. 따라서 정면으로부터의 시각적 물리적 접촉은 측면이나 배후의 그것에 비해 스트레스를 받는 크기도 증대된다고 볼 수 있으며 개인 공간이 극도로 압박을 받는 고밀도의 상황에서 사람들은 원치 않는 사회적 접촉을 극소화하기 위한 방법으로 시선을 낮추거나 동결하는 현상을 보인다.

1.2.2 영역성( Territoriality )

영역은 개인 또는 집단에 의해 사용되는 공간으로서 자기 주변에 경계를 설정하여 그 경계 내의 영역을 주장하는 장소의 소유권 개념이자 상징화 개념이다. 인간의 영역사용은 동물의 고착적인 그것과는 달리 점유자가 오직 규정되어있는 기간만 그 정당성을 내세울 수 있는 것으로 개인 공간이 타인과의 대응 관계에서 소극적인데 비해 영역성은 타인의 접근을 보다 적극적으로 방어하며 어느 정도는 배타적으로 점유되는 지역으로 정의될 수 있다.

영역성은 인간에게 일정영역에의 귀속감을 느끼게 함으로써 심리적 안정감을 주며 외부와의 사회적 작용을 할에 있어 구심점 역할을 하게 된다. 이러한 구심점이 결여된다면 심리적 사회적 불안정이 초래되어[7] 회피, 떠남( flight ) 등의 행위가 일어나게 된다.

1.2.3 과밀, 밀도( Crowding, Density )

밀도의 개념은 단위 면적에 대한 인원수를 나타내는 물리적 객관적 척도인데 비해 과밀(혼잡)은 심리적 주관적으로 얻어지는 개념으로 볼 수 있다.

과밀은 개인 공간, 영역성의 획득 수준이 기대 수준보다 낮을 때 일어나는 심리 현상으로 對인간 환경의 조정이 실패로 끝난 경우에 이러한 현상이 나타난다[8]고 한다. 다시말해 타인으로부터의 개인 공간 침해가 과밀의 직접적인 공간 요인이나 단순한 물리적 밀도보다는, 대인거리 혹은 타인으로부터의 자극 등이 중요시되는 프라이버시의 파괴 현상의 결과로 심리적 생리적 정신적 상황과의 관련성에 더 큰 의미가 있다.

일반적으로 밀도가 높을수록 스트레스가 촉발되나 밀도의 크기가 반드시 부정적인 것은 아니다. 음식점에서의 고밀도는 오히려 분위기를 고조시킬 수 있는 요인으로 공간 구성원의 객관적 척도인 내부 밀도( inside density ) 즉, 영역성, 개인 공간 등이 충분히 확보된다면 주관적 척도인 외부 밀도( outside density )가 고밀도인 경우라도 만족스러운 생활이 가능하게 된다[9].

상술된 개념들은 모두 적정한 프라이버시의 정도를 성취하기 위한 행태로 해석할 수 있으며 이는 특히 좌석 배열을 수반하는 공간의 문제를 해결하는 데 유용하게 적용될 수 있다. 그러나 이것이 디자인에 있어 논리적인 단위가 되어서는 안되며 어떤 기준이나 수치로 사용되어서는 안된다. 개인 공간의 주된 가치는 공간의 요구에 대한 개인과 상황에 따라 다르게 나타난다는 것을 유념해야 한다[10].

환경과 행동 패턴과의 관계는 이러한 개인 공간과 영역성의 연구만으로는 충분히 설명되지 않으며 기타의 예측할 수 없는 불확정 요소들에 의해 영향을 받는다. 그중에서도 행태장( behavioral setting )으로서의 물리적 환경은 인간의 행위에 중대한 영향을 주는 요소로 작용한다. 그러나 물리적 환경과 사회 심리적 환경은 별개의 개념으로 해석할 수 없으며 매우 상호적이고 중복되는 관계 속에서 인간의 행태를 결정짓게 한다.

본 연구는 음식점이라는 일정공간에서의 인간 행태를 연구하는 것으로 어느 한 공간 내에서의 착석 패턴은 물리적 환경보다는 타인과의 관계에 의한 공간 심리에 우선된다고 볼 수 있으므로 위의 공간 사용법을 중심으로 전개하고자 하나 물리적 환경도 착석 행위를 조절할 매개변수로 보고 이같은 범위 내에서 파악하고자 했다.

1) Jon lang et al., 'Designing for human behavior', Dowden Hutch in Son & Ross, 1977, p. 84.
2) 같은책 p. 92
3) C. M. Deasy and Thomas E. Lasswell, 'Designing place for people', Whitney Library of design, 1985, p. 13.
4) 한 공간내에서 타인 혹은 타 집단간의 대면접촉이 최소화할 수 있도록 조성된 공간을 離사회적 공간(sociofugal space) 이라 하고이와 대립되는 개념으로서 사람들간의 접촉을 서로 강화시키는 공간을 集사회적 공간(sociopetal space) 라 한다. 음식점은 대체로 이 두 가지 개념이 혼용된 상태로 볼 수 있다.
5) 임승빈, '환경심리·행태론', 보성문화사, 1990, p. 148.
6) J. Douglas Porteous, 'Environment & behavior', 송보영, 최형식 공역, 명보문화사, 1989, p. 44
7) 임승빈, 앞의 책, p. 142
8) 양호일, '환경심리 인간생태 디자인 사고에 관한 연구', 한양대 대학원 박론, 1988, p. 33. (재인용)
9) 같은책, p. 34.
10) Jon lang, 앞의책 p. 207.

## 2. 연구방법

### 2.1 조사대상지 선정

F.F ( fast food )점은 체인스토어 시스템 방식으로 운영되고 있어 어디서나 같은 브랜드의 점포에서는 동일한 맛, 서비스, 분위기를 즐길 수 있는 특성을 갖고 있다. 또한 장소성과 가격면에서 누구나 쉽게 이용할 수 있고, 밝고 깨끗한 분위기와 함께 셀프서비스에 의해 음식을 제공받는 간편성과 신속성으로 일반 대중에게 친근감 있는 외식업체로 인식되고 있다. 각 브랜드간의 시설 및 서비스 수준도 비교적 고른 편이어서 음식점과 관련된 보편적인 이용자의 행태 조사가 가능하다고 판단되어 이를 채택하였다.

### 2.2 조사방법 및 내용

조사방법은 이용자의 선호도가 높은 4개 F.F 社(서울 시내 위치한 店)를 대상으로 설문 조사와 현장 관찰 조사로 나누어 실시하였으며, 다음의 내용을 중심으로 하였다.

- 설문조사
  - 이용자의 인구학적 특성과 이용 실태
  - F.F 점에서의 공간 의식과 요구도 측정
- 관찰 조사
  - 공간심리에 의한 착석 행위 분석
  - 테이블 유형( Table type )에 따른 착석 유형 분석

(설문 조사)

설문 조사는 F.F 점 이용자들에게 직접 설문지를 배부하여 작성, 회수하였다. 기간은 '92년 9월 14일~10월 16일중 15일간 실시하였으며 조사 지역은 사람들의 통행량이 많은 CBD 내와 번화가로 한정하였다. 수집된 자료는 SPSS 통계 Package를 이용하여 단순빈도, 백분율, 상관분석, $X^2$-square 검정 등을 통하여 분석하였다〈표 1〉.

〈표 1〉 자료수집상황

| 조사지역 | 종로2 | 명동 | 대학로 | 광화문 | 신촌 | 잠실 | 압구정 | 기타 | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 회수(부) | 34 | 31 | 40 | 34 | 24 | 24 | 32 | 40 | 259 |

(현장 관찰 조사)

현장 관찰 조사는 이용자들이 관찰되고 있다는 사실을 느끼지 못한 상태에서 조사자에 의해 도면에 기록하는 방법을 사용하였으며 주로 이용자들의 무의식적 행위(착석 위치, 행위, 이동, 착석 방법 등)를 측정하였다. 기간은 '92년 11월중에 하였고 조사방법은 P. M. 12~20시 사이에 1시간 30분 간격으로 6회(평일 2회, 일요일 2회 : 1店당 총 24회) 실시하였다〈표 2〉.

〈표 2〉 관찰조사 내역

| | KK점 | DL점 | MM점 | 합계 |
|---|---|---|---|---|
| 위치 | 광화문 | 대학로 | M동 | - |
| 객석수(2F) | 87석 | 128석 | 150석 | 365석 |
| 남/여(%) | 25.1 / | 29.6 / | 24.7 / | 26.8 / |
| (어린이 및 유아 제외) | 74.9 | 70.4 | 75.3 | 73.2 |
| 관찰 인원수(명) | 741 | 1256 | 1116 | 2564 |

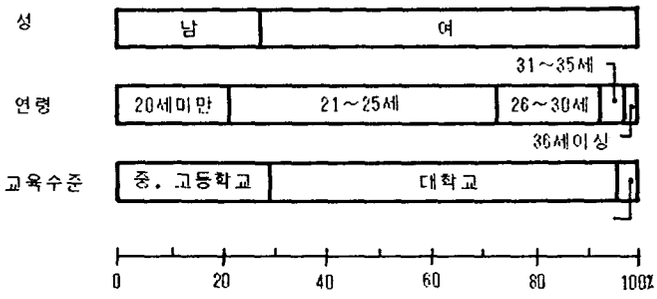
관찰 조사는 설문 조사한 F.F 점중 3점을 선정하여 실시하였는데 선정 기준은 다음과 같다.

- 서로 다른 지역적 특성을 지닐 것.
- 가능하면 상이한 객석 배치를 지닌 곳.
- 보편성(특수한 장소나 고객이 형성되는 곳, 또는 일반적인 이용자의 행태 관찰이 적합하지 않다고 판단되는 곳은 제외시켰다. 따라서 선정된 F.F 점이라 해도 이에 해당하는 층은 관찰 대상에서 제외된다).

## 3. 결과 및 분석

### 3.1 일반사항

F.F 점 이용자의 일반적 속성을 보면 남자 20.8%, 여자 79.1%로 여성의 이용률이 현저히 높았으며 연령별로는 21~25세 52.1% 20세 미만 21.4%, 26~30세 19.1%, 31~35세 4.7% 순으로 20代 초반의 연령층이 가장 많았다. 최근에는 식생활 패턴의 변화로 중, 장년층의 이용률도 늘고 있으나 연령이 높을수록 설문에 대한 인식과 이해도가 낮거나 조사에 응하지 않는 경향을 보였다. 학력은 대재이상이 전체의 70.3%로 매우 높은 교육 수준을 보였다〈그림 2〉.




〈그림 2〉 일반의 속성

### 3.2 이용 실태 분석

3.2.1 이용 목적

F.F 점을 이용하는 목적은 잠깐의 휴식 36.8%, 대화 30.6%, 약속장소 15.5%, 식사 14.7%로 대다수의 사람들은 먹고자 하는 육체적 욕구보다는 휴식이나 사교를 위한 수단으로 F.F 점을 이용하는 것으로 나타났다.

3.2.2 동반자 구성

동반자 구성은 친구(연인) 64.9%, 직장 동료 12.2%, 혼자 11.5%, 가족 9.9% 등의 순으로 연령층이 낮을수록 친구와 함께 이용하는 편이었고 연령이 높아질수록 직장 동료나 가족과 이용하는 경향을 보이고 있다.

3.2.3 이용 동기

F.F 점을 이용하게 되는 동기로는 가까운 거리, 교통의 편리성 35.7%, 실내 분위기 29.1%, 맛 또는 가격 저렴 26.4% 순으로 나타나고 있는데 이는점 이는 F.F 점이 어디서나 쉽게 이용할 수 있을 만큼 가까운 위치에 인접해 있음을 보여주는 동시 전반적인 시설이 매뉴얼화 되어 있음으로 해서 위치에 상관없이 고른 서비스를 받을수 있다는 것과 F.F 점의 이용이 목적보다는 하나의 수단으로 동기화되고 있음을 보여주고 있다.

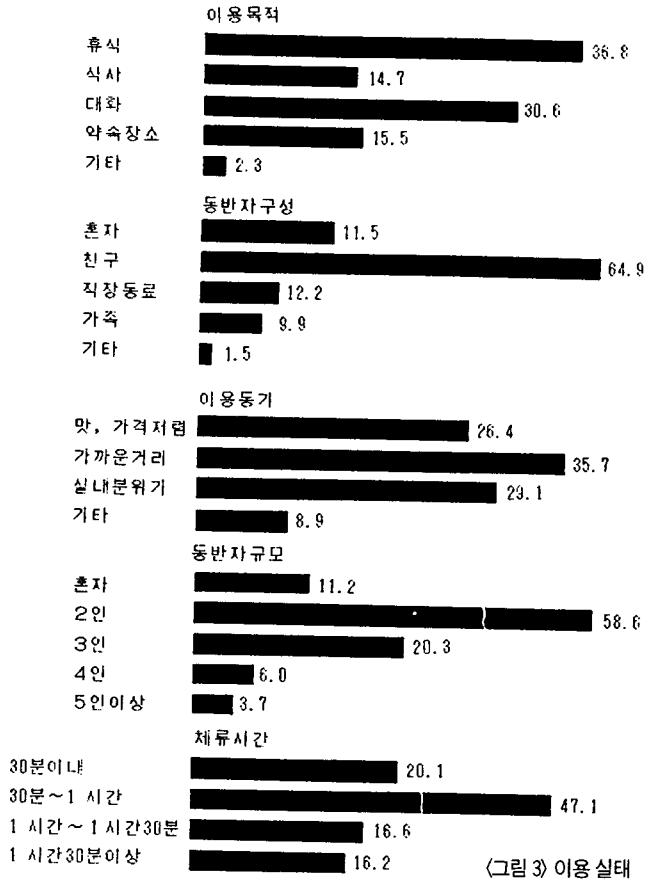
3.2.4 동반자 규모

동반자의 규모를 집단별로 살펴보면 2인 동행 58.6%, 3인 동행 20.3%, 혼자 11.2%, 4인 동행 6%, 5 인이상 3.7% 순으로 음식점의 이용객은 매우 소규모 집단으로 구성되어 있음을 알 수 있다.

3.2.5 체류시간

이용객들의 체류시간은 30분~1시간 정도가 47.1%, 30분이내가 20.1%로 회전율이 높은 편이다. 그러나 1시간 30분 이상이 16.1%나 되는 것은 예상되는 체류 시간을 물었기 때문에 추정치가 다소 높아진 것으로 풀이된다. 관찰 조사시 1시간 30분이상 머무는 사람들은 극히 드물었다〈그림 3〉.

이상 이용 실태와 관련된 변인들을 상관 분석한 결과 이용목적과 동반자 규모, 체류 시간 등에 다소의 상관성이 인정되었으며 $p < 0.05$, $p < 0.01$ 수준의 유의 수준을 보이고 있다〈표 3〉. 유의도가 높은 항목을 보면 휴식과 식사를 목적으로 이용하는 사람은 대화나 약속 장소로



〈그림 3〉 이용 실태

〈표 3〉 이용 실태 변인간의 상관도 분석

| | $V_1$ | $V_2$ | $V_3$ | $V_4$ |
|---|---|---|---|---|
| $V_2$ | -0.1348* | | | |
| $V_3$ | 0.0677 | 0.0294 | | |
| $V_4$ | 0.0492 | 0.1718** | 0.0644 | |
| $V_5$ | 0.2274** | -0.1101* | 0.0508 | 0.2250** |

*P<0.5 **P<0.1
注 : $V_1$ 이용 목적 $V_2$ 동반자 구성 $V_3$ 이용 동기 $V_4$ 동반자 규모 $V_5$ 체류 기간

이용한 사람보다 체류 시간이 짧은 편이며, 동반자 규모가 작을수록 그룹 동행에 비해 체류 시간이 짧은 편이었다.

## 3.3 착석 패턴

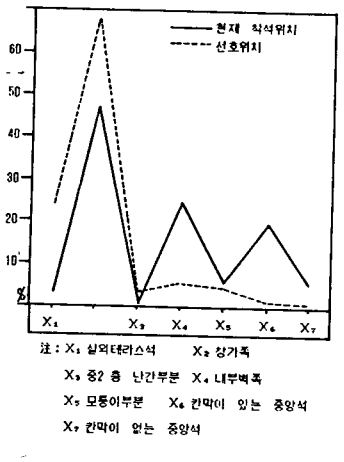
사람들은 F.F 점 내에서 어떤 위치에 앉고 싶어하며 또 어떤 테이블을 좋아하는지 알아보기 위해 현재 그들이 앉아있는 위치와 테이블, 그리고 그들이 선호하는 유형에 대하여 비교 조사하였다.

3.3.1 현재 앉아 있는 위치

이용객이 현재 앉아 있는 위치를 질문한 결과 창가 40.9%, 내부 벽측 24.3%, 파티션 있는 중앙석 19.7% 순으로 응답하였다. 이는 모든 음식점에서 쉽게 발견할 수 있는 착석 형태로서 사람들은 전망이 좋고 다른 사람의 눈에 띄지 않는 장소, 또는 사람들의 이동경로가 아닌 장소에 머무르려 하는[11] 일반적 속성을 갖고 있다. 이처럼 중앙측보다는 주변부에 앉으려는 심리는 안정성과 함께 다른 사람과의 대응 관계에 의한 것으로 어떤 경계선이나 울타리 혹은 장애물 등이 부족한 넓고 균질한 지역은 잘 구분된 작은 지역보다 개인의 영역을 구획하고 방어하기 어렵기 때문으로 풀이된다[12]. 따라서 중앙석은 이에 대한 대안이 필요한 것은 말할 필요도 없으나 무조건 창가나 벽측을 선호한다 해서 그쪽으로 좌석을 배열하기 보다는 그쪽으로 앉고자 하는 인간 심리의 저변을 파악하고 이에 대처해야 한다.

3.3.2 앉고 싶은 위치

F.F 점에서 가장 앉고싶은 위치는 창가 67.2%로 역시 압도적인 선호도를 보였고 다음은 실외 테라스 13.4%, 내부벽측 6.7%, 모퉁이 5.5% 순으로 이 역시 중심부보다는 주변부를 선호하는 경향이 뚜렷이 나타났으나 현재 대부분의 F.F 점에는 실외 테라스가 없음에도 이를 희망하는 사람이 많음은 주의를 기울여볼 만 하다. 이는 오픈 스페이스를 좋아하는 최근의 개방적인 성향탓인 것으로 추측되고 F.F 점이 비교적 가벼운 마음으로 휴식과 사교를 위해 이용된다는 점과도 연결될 수 있으며 실외 테라스에 대한 단순한 감정적 선호도 작용한 것으로 풀이된다. 이용자들의 착석 현황과 선호도 비교는 〈그림 4〉과 같다.



〈그림 4〉 이용자의 현재 착석 위치와 선호 위치.

3.3.3 현재 앉아 있는 테이블

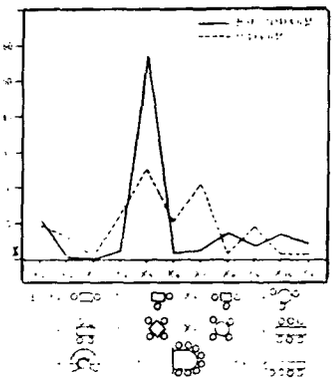
현재 앉아 있는 테이블 유형은 2인 대향 방형 테이블이 57%로 가장 많았으며 다음은 2인석 테이블이 11.6%, 6인석 테이블이 7.8%순이었다. 이는 대다수 F.F 점의 테이블 형태를 반영한 것으로, 현행 테이블 유형은 매우 단조롭게 구성되어 있음을 알 수 있다.

3.3.4 좋아하는 테이블

음식점 이용시 특히 앉고 싶은 테이블이 있는지 질문한 결과 2인 대향 4인석 테이블이 역시 25.6%로 높은 선호도를 보이고 있으나 수치면에서는 크게 낮아졌다. 다음은 4인용 원형테이블이 21.7%, 3인용 원형테이블이 12%, 4인용 사각테이블이 10.1%, 라운드테이블과 2인용 테이블이 각각 9.3%를 나타냈다.

선호하는 테이블 유형은 비교적 다양하게 나타났는데 주로 4인석 테이블을 좋아하는 것으로 나타났다. 또 기존의 2인 대향 방형 테이블에서 보다 개방적인 형태라 할 수 있는 원형테이블이나 사각테이블에 대한 선호가 높은 것은 이러한 테이블이 프라이버시를 조정하기 위해 좌석을 옮겨앉을 수 있으며 동행인수에 따라 좌석을 유연성 있게 조절할 수 있다는 점도 작용할 수 있다. 이용자들의 착석테이블 유형과 선호 테이블 비교는〈그림 5 〉와 같다.

11) David Canter, ' Psychology for architects ' ', 허동국 역, 기문당, 1991, p. 139.
12) Robert Sommer, ' Personal space', 이경희, 김정태 역, 기문당. 1991, p. 66.



〈그림 5〉 이용자의 현재 착석 테이블과 선호 테이블

3.3.5 2인석 테이블에 대한 의견

위에서 살펴본 바와 같이 F.F 점 이용 집단 규모는 2인 동행이 타 집단에 비해 우위를 점하고 있는데 비해 대다수 이용자는 2인용 테이블보다 4인용 테이블을 선호하는 경향을 보이고 있다. 따라서 2인석 테이블에 대한 의견을 묻고자 하였다.

2인석 테이블에 앉아본 경험이 있느냐는 질문에 89.1%가 앉아본 경험이 있다고 대답하였고, 10.9%가 앉아본 경험이 없다고 응답하였다. 2인석 테이블에 대한 의견으로는 비좁다는 사람이 58.3%로 반 이상을 차지하였으며, 친밀감을 준다는 사람이 33.9%였다. 2인석 테이블에 앉아본 경험이 없는 사람이 2인석 테이블에 더욱 부정적인 반응을 보였다.

이처럼 이용자들이 2인석 테이블에 대해서 감정적 선호를 보이면서도 부정적 의식을 더욱 강하게 느끼는 것은 대다수의 음식점이 2인석 테이블을 개인 공간이나 이용자의 심리적 요구를 고려하기 보다는 단순히 물리적 단위로 해석한 데 기인한 결과로 보인다.

2인석 테이블이 보다 여유있고 좋은 위치에 있다면 그곳에 앉겠느냐는 질문에 그렇다고 응답한 사람은 83.8%로 역시 2인석 테이블에 앉아본 사람이 더욱 호의적인 반응을 보였다.

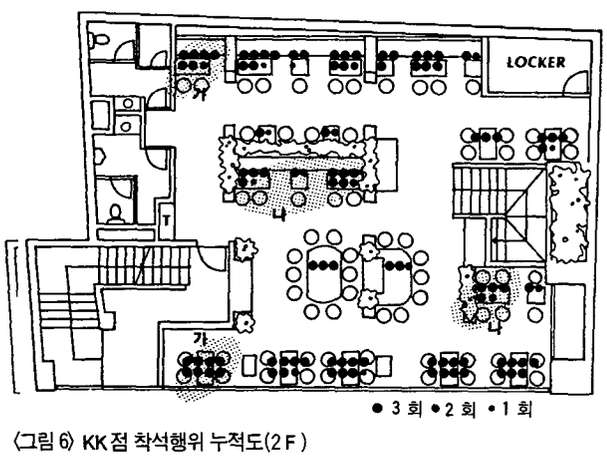
### 3.4 객석 배치에 따른 착석 행위

서로 다른 위치에 입지해 있다는 것은 고객층의 변화를 예상할 수 있으며 각 점포는 상이한 객석 배치와 환경 조건을 가지고 있는바 이용자 행위간에 어떤 상관성과 유의성이 있는지 관찰 측정하였다.

3.4.1 착석 행위의 관찰

(1) KK 점(광화문 소재)

이곳은 관공서와 상업 업무 빌딩이 밀집한 탓인지 30대 이상의 직장인들의 이용도 눈에 띄는 편이다. 〈그림 6〉에서 보듯이 창가와 내부 벽측으로 사람들이 많이 앉는 편인데 그중에서도 창가의 가장 안쪽, 그리고 벽의 안쪽 모퉁이는 이곳에서 매우 인기있는 좌석이다(가). 이곳



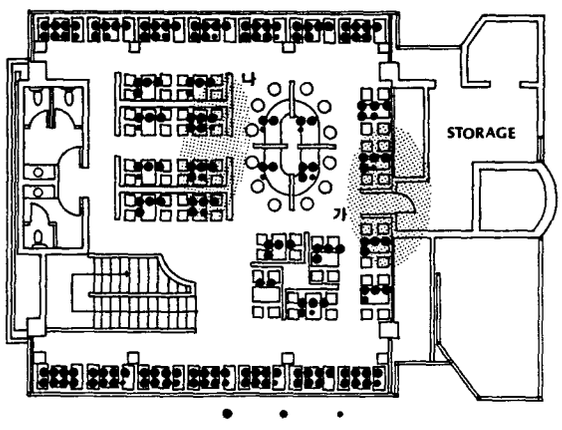

〈그림 6〉 KK 점 착석행위 누적도(2F)

은 알코브처럼 움푹 들어간 느낌을 주고 외부로부터의 시각적 차단이 비교적 잘되어 있어 프리이버시에 유리한 지역이다. 창가에 있는 두 개의 기둥은 시각성은 좋지 않으나 테이블과 테이블 사이를 분절시키는 역할을 하며 내부에 어느 정도의 '공간성'을 느끼게 한다.

그밖에 많이 이용되는 부분은 중앙의 4인석인데(나) 인접해 있는 2인석의 이용율은 상대적으로 매우 낮은 편이다. 이는 옆의 4인석에 비해 영역성을 주장하기 어렵고 통로로 인한 타인과의 접촉 및 마찰이 심한 것 때문으로 생각된다. 벤치 좌석( bench seat )의 경우 4인 이상의 그룹 손님을 위해 유연성 있게 대처하기 위한 방안으로 볼 수도 있으나 2인석도 보다 독립된 영역으로서 배치할 필요가 있다고 본다. 5인 동행의 경우 대형 테이블이 비어 있어도 그곳에 앉기 보다는 4인용 테이블에 의자를 하나 끌어와 앉는 형태를 취해 대부분의 사람들이 중앙석과 대형 테이블은 차선의 선택이라는 설문 조사 결과를 입증해 주고 있다.

(2) DL 점(대학로 소재)

주 도로와 이면도로에 면한 이곳은 양쪽에 창이 있어 평일 낮시간에는 주로 양쪽 창가로 사람들이 몰려 앉는 착석 형태를 보인다. 창가쪽 좌석은 벤치 좌석으로 1인이 앉을 때에는 중앙에 자리잡고 앉는 경우가 상당히 많으며 더러는 3인(여성 및 어린이)이 함께 앉기도 하여 객석의 형태가 객의 행위에 영향을 줄 수 있음을 보여주고 있다. 중앙석과 벽측의 좌석 〈가〉는 객석 배치가 일률적이고 특별한 소구점이 없는 탓인지 평상시에는 창가에 비해 이용율이 저조한 편이다. 이곳은 지역적 특성으로 젊은층의 이용이 눈에 띄게 많은 편인데 저녁시간이나 주말이면 그러한 현상이 더욱 뚜렷하다. 젊은이들은 타 연령층에 비해 그룹끼리 몰려다니는 경우가 많으나 이곳 테이블 형태는 거의 4인석이라 그룹 손님은 두 테이블에 나누어 앉아 서로가 분리되는 문제점이 있다. 따라서 이용객수에 따라 폭넓게 대처할 수 있는 객석배치가 필요하다고 여겨진다. 〈나〉 지역은 중앙석중 가장 착석 빈도가 높은 편이다. 창가에 적당한 좌석이 없으면 자연히 이쪽으로 사람들이 앉는데 그 이유는 중앙석중 이곳이 주변의 정보를 받아들이기 쉽고, 이에 대처하기 용이하기 때문으로 풀이된다. 그러나 화장실로 향하는 동선과 마주해야 하는 마이너스 요인이 있다 〈그림 7〉.

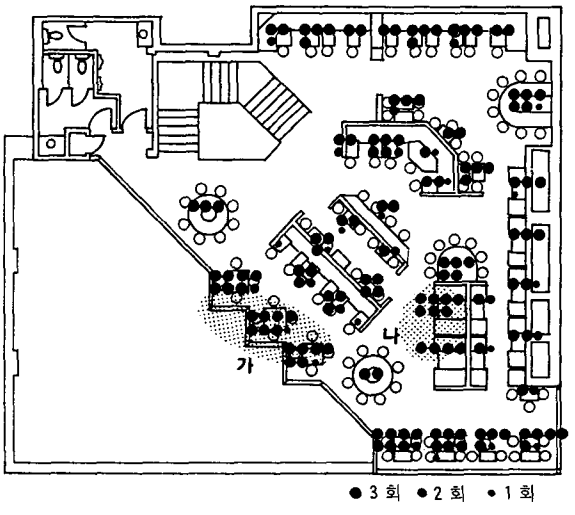



〈그림 7〉 DL 점 착석행위 누적도(2F)

(3) MM 점( M 동소재)

도심외곽에 자리잡고 있는 이곳은 주변 환경이 학교, 오피스 건물, 아파트 등이 산재해 있어 고객층이 다양한 편이나 역시 젊은층이 많다. 테이블 유형도 다양한 편이라 비교적 고른 착석 형태를 보이고 있다. 이곳에서 가장 많은 착석이 행해지는 곳은 물론 창가쪽이나 그중에서도 정방형 테이블쪽을 많이 이용한다(가). 그 이유는 창이 밖으로 돌출되어 있는 것이 시각적 소구점을 높여 주는 요인으로 작용하며, 그만큼

시야도 넓다는 것이 장점인듯 하다. 중앙의 벤치 좌석도 비교적 많은 이용율을 보이고 있다(나). 이는 좌석배치상 타인과 비교적 시각적 접촉을 받지 않고 내부의 정황을 쉽게 파악할 수 있기 때문으로 보인다. 이곳은 대형 테이블도 4인 이상의 손님들에게 자주 이용되고 있는데 이 역시 주변 좌석과의 시선 접촉이 직교되지 않기 때문으로 보인다. 창가쪽 바 카운터는 스툴의 높이가 높아 불편하고, 안쪽 바 카운터는 구석진 곳을 중심으로 2~3인 동행인이 주로 이용한다 〈그림 8〉.




〈그림 8〉 MM점 착석행위 누적도(2F)

3.4.2 테이블 유형별 착석 유형

사람들이 동행인과 어떤 형태로 앉는지 또 영역성을 확보하기 위해서는 타인에 대해 어떤 자세를 취하는지 관찰하는 것은 객석 배치를 설정하는데 있어 하나의 주요한 자료로 제시될 수 있다. 다음은 2인 동행을 중심으로 한 방형 테이블에서의 착석 형태를 수집한 결과이다(표 4).

〈표 4〉 테이블 유형별 착석유형(%)

| | KK점 | DL점 | MM점 | 합계 |
|---|---|---|---|---|
| | 82.0 | 83.6 | 87.5 | 84.1 |
| | 8.2 | 4.7 | 4.5 | 5.5 |
| I | 9.8 | 11.7 | 8.0 | 10.4 |
| | - | - | 59.5 | 59.5 |
| | - | - | 40.5 | 40.5 |
| II | 60.4 | 42.9 | 46.2 | 49.9 |
| | 39.6 | 57.1 | 53.8 | 50.1 |

注 : I. 동행인과의 착석 양식
II. 영역적 개념의 착석 양식

(1)동행인과의 착석 양식

1)2인 대향 방형 테이블

• 마주보고 앉는 형태 : 대다수의 사람들은 대화시 마주보고 앉는 자세를 취한다(84%). 이는 서로의 시선을 마주함으로써 커뮤니티가 강조되기 때문이다. 이때 마주보는 거리는 대화하기 적정 수준의 거리 상태를 전제로 한다. 만약 마주보는 거리가 옆으로 나란히 앉는 거리보다 상대적으로 커지게 되면(즉 물리적 거리가 길어지면) 사람들은 마주보기 보다는 옆으로 앉는 자세를 취한다. 그만큼 마주하는 거리가 서로간의 대화에 영향을 준다는 의미를 갖는데 너무 거리가 짧아지면 대화가 신변잡담으로 흐른다는 조사 결과도 있다.

• 옆으로 나란히 앉는 형태 : 이는 대화가 목적이기 보다는 거리를 좁힘으로써 서로의 친밀도를 강화하고자 하는 욕구에서 비롯된 것으로 풀이된다. 2인 동행의 착석 유형중 6%의 사람들만이 이런 형태로 앉았다. 성별에 따른 차이는 크게 나타나지 않았으나 남녀, 혹은 여성끼리의 착석 형태가 남성끼리의 착석 형태보다 조금 높게 나타났다.

• 엇갈려 앉는 형태 : 이러한 형태로 앉는 것은 서로간에 가장 먼거리를 취한 자세로 두사람의 심리적 거리가 물리적으로 표현된 것이 아닌가 한다. 친밀도가 높은 상대와는 이런 착석 유형이 생기지 않는다. 10%의 사람들이 이런 자세로 앉았다.

2)정방형 테이블

정방형 테이블에서의 착석형태는 마주보고 앉는 사람( face to face )과 각을 사이에 두고 앉는 사람( corner to corner )이 각각 60%와 40%로 나타났다. 이러한 테이블은 MM 점에만 있는데 옆의 돌출된 창이 착석 패턴에 영향을 주었을 가능성도 있다. 각을 사이에 두고 앉는 사람은 모두 창쪽을 향하거나 아니면 창을 뒤로 하고 실내쪽을 향하는 두 가지 유형으로 타나났다.

(2)영역성 개념에서 본 착석 형태

창가나 벽, 파티션에 위치한 방형 테이블에서 통로쪽에 앉는 사람과 내측에 앉는 사람들로 양분되는데 이는 각 F.F 점의 공간 성격과 객석 형태에 따라 그 수치가 다르게 나타나나 창가에 앉은 사람은 내측에, 벽이나 파티션 옆에 앉은 사람은 통로쪽에 앉는 경향을 보인다. 통로쪽에 앉은 사람은 다른사람들이 가까이 오지 못하도록 방어하는 자세이고, 내측에 앉은 사람은 타인의 접근에 수동적으로 피하고자 하는 자세로 모두 프라이버시를 위해 취하는 의식적 무의식적 행위로 풀이된다[13].

## 3.5 공간의 요구

3.5.1 시각적 선호도

물리적 구성 요소들이 시각적 선호에 영향을 미치는 것은 자명한 사실로서 F.F 점에서의 환경 요소들이 착석 패턴에 영향을 미치는지 조사한 결과 88%가 영향을 준다고 하였고 6.2%만이 영향을 주지 않는다고 응답하였다. 이는 대다수가 視환경에 의해 착석 위치가 달라질 수 있음을 시인한 결과라고 할 수 있으며 앞의 관찰조사에서도 파악된 바 있다.

F.F 점에서 흔히 접할 수 있는 실내의 구성 요소와 장식적 요소를 제시하고 이중 이용자가 가장 흥미를 느끼는 순서대로 2가지를 응답토록 하고 1순위에는 2점, 2순위에는 1점의 가중치를 주어 합산 및 평균값을 구한 결과 이용자가 실내의 구성 요소중 가장 흥미를 느끼는 것은 (1) 색채와 조명 (2) 건축적요소 (3) 분수, 식물 등 자연적 소재 (4) 사진, 회화 등 예술적 소재 순으로 나타났다〈표 5〉.

〈표 5〉 시각적 선호도

| 시각적 요소(Visual element) | f(1) | f(2) | v(1) | v(2) | v(T) | 순위 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 색채, 조명디자인 | 149 | 36 | 298 | 36 | 165 | 1 |
| 분수, 식물 등 자연적소재 | 44 | 42 | 88 | 42 | 65 | 3 |
| 사진(video), 회화 등 예술적 소재 | 18 | 45 | 36 | 45 | 40.5 | 4 |
| 건축적 구성 요소 | 24 | 108 | 48 | 108 | 78 | 2 |
| 합계 | 235 | 231 | 470 | 231 | 348.5 | - |

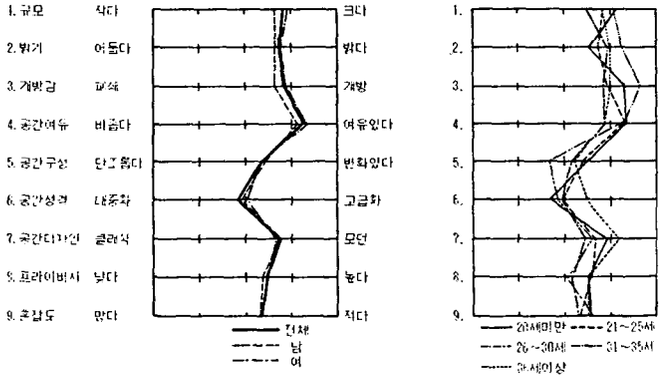
注 : v(1)=f(1)X2, v(2)=f(2)X1, v(T)=v(1)+v(2)/2

3.5.2 공간의 평가

이밖에 이용자가 원하는 공간의 요구를 측정하기 위해 8개의 평가 항목을 갖고 공간적 평가, 시각적 평가, 사회적 평가 등 세 가지 차원을 SD 법에 의해 5점 척도를 두어 평정토록 하였다.

13) 같은책, p. 65.

이용자는 F.F 점의 규모가 크고(3.873) 밝고(3.748) 개방적인(3.844) 성향을 좋아하며 공간적 여유(4.237)가 있기를 희망하고 있다. 시각적 평가는 공간이 단조로운 것보다는 어느 정도의 변화(3.348)를 원하고 모던한 디자인(3.732)을 좋아한다. 사회적 평가는 프라이버시가 유지(3.460)되기를 희망하며 밀도(3.312)는 중간 정도를 원하고 있다. 이 또한 앞의 개인 공간 이론과 관찰 조사 결과를 검증해 주는 것으로 주변의 여유있는 공간은 개인화된 공간을 확보하는데 도움을 주므로 외부 밀도나 프라이버시보다 높은 요구를 보이고 있다〈그림 9〉.




〈그림 9〉 공간의 평가

### 3.6 객석배치에 대한 개선 방안

이용자의 의식과 행태를 관찰을 통하여 이들의 심리적 요구에 부응하는 객석 배치와 공간요구에 대한 개선점은 다음과 같이 정리될 수 있다.

• 공간을 클러스터( cluster )화 한다.

위에서 살펴본 바와 같이 이용객들은 개방적이며 여유있는 공간을 선호하는 것으로 나타났다. 또한 자신만의 영역의 느낌을 줄 수 있는 단락화된 공간을 좋아한다. 이 두 가지 요구를 해결하기 위해서는 어느 정도 시각적으로(또는 심리적으로) 공간을 가려주면서도 답답한 느낌을 주지 않는 공간 디자인이 필요함을 알 수 있다. 이는 객석 배치를 통한 공간 레이아웃의 변화, 형태( shape )나 색채, 바닥의 재질변화, 건축적 요소(기둥, 파티션) 등을 사용해서 문제에 접근할 수 있다. 특히 중앙석은 이러한 방법으로 주변부와 전혀 다른 공간을 만들 수 있다. 사람들은 환경으로부터 어느정도의 신기성과 의외성을 즐기려는 경향이 있다.

• 이용자의 다양성을 고려한다.

공간의 균형감이 깨어지지 않는 한도 내에서 테이블 유형을 변화시키고, 혼자 온 사람에서 그룹손님에 이르기까지를 소화할 수 있도록 객석 크기를 조절한다. 5인 이상의 동행은 다른 소규모 집단에 비해 이용율은 적으나 상시 존재하는 만큼 소수의 편이 무시되는 계획은 좋지 않다고 본다. 바람직한 것은 다양한 공간이 주어져서 사람들이 기분이나 경우에 따라 이용할 수 있도록 디자인과 기능간의 일치와 유연성을 갖는 것이다[14].

• 2인석 테이블은 바깥쪽으로, 4인 이상 테이블은 안쪽으로.

이는 평면 조건에 따라 다르겠으나 출입구 주변이나 창가쪽은 소규모객석으로 하고 안쪽은 보다 많은 인원수를 수용할 수 있는 객석을 배치하는 방식이다. 대화보다는 잠시의 휴식을 즐기기 위해 이용하는 사람들은 동행인수도 적은 편이고 체류시간도 비교적 짧은 편이며 주변의 모습들을 관찰하며 구경하는 행태를 보인다(원심적 경향). 반면 대화를 위해 이용하는 사람이나 그룹손님은 주변의 자극을 원치 않으며 방해받기를 원치 않고(구심적 경향) 체류 시간도 상대적으로 긴 편이므로 이러한 이용자의 속성을 객석 배치에 적용하는 것이 좋을 듯하다.

• 지역 특성에 맞는 공간 레이아웃

지역에 따라 이용하는 고객의 유형도 달라질 수 있으므로 객석 배치도 여기에 유연하게 대응할 수 있어야 한다.

• 객석의 영역은 테이블의 너비에 의해 결정되는 것으로 현행 2인석 테이블은 좀더 규격이 커져야 한다. 2인석 테이블이 좁거나 고정식인 경우 벽에서 어느 정도 떼어놓거나 아니면 바닥에 영역성을 암시하는 경계선이 필요하다.

• 바 카운터는 대개가 2인이 이용하는데 이는 인간공학적으로 3인 이상이 앉아서 대화하기 어렵기 때문이다. 따라서 소규모 집단 중심으로 계획하는 것이 필요하다. 바 카운터가 길어지면 다른사람들로부터 침범당하기 쉽고 아울러 영역성을 고수하기 어렵게 된다. 이때는 의자를 팔걸이 있는 것으로 하거나 아니면 테이블에 시각적인 경계를 주어 개인 영역에 대한 문제가 발생되지 않도록 하여 물리적 근접성에 비해 심리적 근접성은 축소될 수 있도록 고려할 필요가 있다[15].

## 4. 결론

본 연구는 이용자의 요구가 반영된 F.F 점의 객석 배치를 통하여 보다 쾌적하고 안락한 환경을 제시하기 위한 지침으로서 전개되었으며 다음과 같은 결론을 얻게 되었다.

• F.F 점은 남성보다는 여성의 이용율이 높았으며, 고객층은 매우 다양한 편이나 20대가 주 고객이었다.

• 이용자들은 가벼운 식사를 위해 F.F 점을 이용하나 식사보다는 사교와 휴식 등의 욕구가 우선됨을 보여주고 있다.

• 착석 패턴은 대다수의 사람들의 사람들이 창가나 벽 또는 구석진 곳을 선호하는 편이며, 시각적 개방성과 함께 독립된 영역을 갖고자 하는 프라이버시의 욕구 등 공간에 대한 요구가 높음을 보여주고 있다.

• 이용자들이 선호하는 테이블 유형은 다양함을 보여준다.

• 착석 패턴은 다른 사람들과의 대응관계에서 형성되지만 시각적 선호도에 의해 그쪽으로 앉는 성향을 보여주며 공간 구성 요소가 이들의 착석 패턴에 미묘하게 영향을 주었다.

• 이용자는 자신이 의식하든 하지 않든 타인의 접근에 대한 방어(또는 회피) 자세를 취하는 형태를 보였다.

• 설문 조사중 공간의식에 대한 $X^2$-square 검정 결과 성별, 연령별에 의한 유의미한 차이는 발견되지 않았는데 이는 조사 대상자가 사회활동이 활발한 젊은층에 편중된 탓으로 보인다. F.F 점의 주고객은 이들 연령층인 만큼 디자인의 공통 분모를 찾기도 쉬울 것으로 보인다.

## 참고문헌


1) Jon lang et al., ' Designing for Human Behavior', Dowden Hutch in Son & Ross, 1977.
2) C. M. Deasy and Thomas E. Lasswell, 'Designing Place for People', Whlney Library of design, 1985.
3) 임승빈, '환경심리·행태론', 보성문화사, 1990.
4) J. Douglas Porteous, 'Environment & Behavior', 송보영, 최형식공역, 명보문화사, 1989.
5) David Canter, ' Psychology for Architects ', 허동국 역, 기문당, 1991
6) Robert Sommer, ' Personal Space', 이경희, 김정태 공역, 기문당. 1991
7) Edward T. Hall, ' The Hidden Dimension', 김지명 역, 정음사, 1984
8) John J. Furin, ' Pedestrian Planning and Design ', 유태열, 김용성 공역, 태림문화사, 1991.
9) 손창규, '사용자 행태를 고려한 도심 고층건물 실외 휴식 공간 계획에 관한 연구', 연세대 석론, 1989.
10) 양호일, '환경심리 인간생태 디자인 사고에 관한 연구', 한양대 박론, 1988.
14) Edward T. Hall, ' The hidden dimension', 김지명 역, 정음사, 1984, p. 167.
15) 양호일, 앞의책, p. 31.


〈접수 : 1993. 3. 30〉