

시각적 선호도에 따른 카페거리 환경 분석

An Analysis of Cafe Streets Environment by Visual Preference

우채영, 문자영, 황연숙*

한양대학교 실내건축디자인학과

Woo, Chae-young, Moon, Ja-young, Hwang, yeon-sook*

Department of Interior Architecture Design, Hanyang University

Abstract

Recently, the cafe market is constantly growing in Korea, and the range of cafes is expanding with more various purposes beyond as a space where people have talks drinking coffee. The appearance of various cafes contributes to forming cafe streets where more individual styles of cafes are gathered. Interestingly, sight accounts for over 80% when people experience and get impressed in a new environment, so visual elements must be the primary ones used to evaluate cafe streets. Thus, this study aims to analyze the present states of cafe streets as well as visual preferences, which are important for consumers to choose cafe streets, and suggest a desirable direction of cafe street environments, which meets the needs of consumers. As research subjects, this study selected 4 typical cafe streets in Seoul, and investigated the visual preference of users who visited them. Through space analysis, this study analyzed the correlation between preference and space, only to draw a conclusion. As research methods, this study extracted visual preference evaluation elements first of all. Then, by conducting a preference survey based on adjective vocabulary, this study analyzed the environments of cafe streets through observation and photography shooting. The four cafe streets were analyzed by dividing the exterior of buildings into the surrounding environment according to four factors: aesthetic, comfort, familiarity and naturality. As the interior of cafes with diverse behaviors rather than simple cafes are now more important, the café streets that make up cafes also require visual preferences in environmental areas. Compared to Yeonnam-dong, which has many visual characteristics as a natural element despite being located geographically close to each other during the case study, the number of users differed greatly due to the lack of characteristic elements in the environmental portion of the street. Despite this similar location, the criteria users choose are the presence of visually operated components. Therefore, it is believed that if streets are formed with special characteristics, users will have a higher preference and more visits.

Key words : *café, café streets, environmental, visual preference*

주제어 : 카페, 카페거리, 환경, 시각적 선호

I. 서론

1. 연구의 배경과 목적

어떠한 공간이나 환경에서 느끼는 감정이나 심리는 공간을 디자인 하는 데 있어서 중요한 요소이다. 디자인은 공간의 기능이 부각 될 수 있도록 유도하고, 소비자 및 공간을 이용하는 사용자

들에게 만족감을 부여하는 건축적 요소라면 공간에 만족할 수 있도록 이용자의 지각과 감각의 심리를 잘 파악하여 공간을 구성하는 것이 핵심적인 공간 디자인의 목표이다. 인간의 감각은 총 오감으로 시각, 촉각, 청각, 후각, 미각으로 나뉘는데, 건축 및 공간이 표현 할 수 있는 감각은 시각과 촉각이다. 직접적으로 눈으로 보는 시각과, 직접 만져봄으로서 건축 및 공간을 이해할 수 있고 그에 따라 느끼는 감정들이 생긴다. 그 중 시각은 인간이 의존

* Corresponding Author ; Hwang, Yeon-sook
Tel : 82-2-2220-1184, E-mail : ysh@hanyang.ac.kr

하는 감각 중 80% 이상을 차지하고(임승빈, 2008), 대상을 1차적으로 평가할 수 있는 영역이다. 따라서 심리에 가장 영향을 주는 감각은 시각이라 볼 수 있다. 최근 건축물과 환경의 시각적인 요소들에 의하여 사람들을 끌어오는 공간 중 하나는 카페거리환경이다. 카페들은 고객들을 유치하기 위하여 외관은 물론 가구와 인테리어로 고객들의 오감을 만족시키기 위한 치밀한 컨셉으로 매장을 설계한다. 이러한 카페들이 밀집되어 있는 카페거리는 카페개개인의 개성을 살린 인테리어 및 외관을 통해 카페를 찾는 사람들에게 모두가 똑같은 것을 추구하는 것이 아닌 개인 취향에 맞는 좋은 장소, 예쁜 공간, 사진 찍기 좋은 카페 등 다양한 목적을 두면서 하나의 복합문화공간으로 자리 잡게 되었다(나영준, 2018). 따라서 본 연구에서는 카페거리 환경에 대한 시각적 선호도를 분석하고, 그 시각적 선호도에 의한 카페거리의 적용성을 분석하여 향후 카페거리의 선호도를 높일 수 있는 방향에 대한 기초자료를 제시하고자 하는데 연구의 목적을 두었다. 시각적 선호도를 평가하기 위한 대상으로 카페거리를 형성하는 건축물의 외관 모습과 건물 외부에 있는 물리적 요소가 형성하는 거리 환경을 대상으로 관찰하고자 한다. 따라서 본 연구에서는 건축 및 외부 공간을 환경으로 지칭하며 거리의 전체적인 환경의 시각적 선호 요소들을 분석하였다.

2. 연구 방법 및 범위

본 연구의 흐름은 먼저 이론적 고찰을 통해 시각적 선호의 개념과 특성 및 카페거리 개념에 대해 정리하였다. 그 후 시각적인 요소에 따라 공간의 선호요인을 분석한 선행연구를 통해 선호도와 관련된 내용들을 함축적으로 정리하여 키워드를 추출하였으며, 선호도와 관련된 논점이 되는 요소를 설문조사 항목으로 도출하고, 시각적 선호로 평가되는 요소들을 연구에 취지에 맞는 형용사 어휘로 도출하였다. 도출된 형용사 어휘에 따라 카페거리에 대해 주변 환경과 건물외관 부분으로 나누어 선호도 조사를 실시하였고, 이용 경험의 빈도수가 높게 나타난 카페거리 4곳에 대해 사례 분석을 실시하여 선호도와 카페거리의 환경에 대해 비교분석하여 결론을 도출하였다.

II. 시각적 선호와 카페거리에 관한 이론적 고찰

1. 시각적 선호

환경적 자극과 시각적 선호의 관계성에 관한 연구는 환경의 미적 질을 높이는 문제와 직접적으로 연결된다. 시각적 선호가 높은 환경일수록 미적 환경이 좋다는 애기와 같다(임승빈,

2008). 시각적 환경을 선호하느냐 선호하지 않느냐는 그 환경 속에 사람들의 관심을 끌만한 구성 요소의 존재 여부와 그 환경을 판단하는 사람들의 인식에 달려있다. 즉, 환경에 대한 선호도는 환경 속에 내재하는 물리적 속성의 아름다움에 의해 영향을 받을 뿐만 아니라 환경을 평가하는 사람들의 개인적 특성에 따라서도 달라질 수 있다는 것이다(구본아, 2008). 시각적 선호는 여러 가지의 변수를 갖는다. 물리적 변수, 추상적 변수, 상징적 변수, 그리고 개인적 변수가 있는데(임승빈, 2008) 여기서 말하고자 하는 바에 가까운 변수는 물리적 변수와 개인적 변수이다. 환경의 아름다움에 따른 물리적 변수와 개인적 성향, 취향, 나이, 성별 등 개인적인 요소와 개인이 직접 경험하였던 것에 의하여 선호도가 판별되기도 한다. 따라서 시각적 선호도의 평가는 주관적으로 나타나며 미적 자극에 따라 높아지는 것을 알 수 있다.

2. 시각적 선호의 특성

사람이 건축공간을 지각하는 감각 중 가장 많이 사용하는 감각은 시각으로 다른 공간지각에 있어 전달하는 정보의 양과 질은 감각기능에 비해 절대적 우위를 갖는다(최윤경, 2006). 경관선호는 시각 대상에 한 선호에 의하여 표현되는데, 이는 가로환경이 지닌 기능 속성에 대응하는 미적속성에 한 반응으로 실험미학, 또는 환경미학에 근 거를 두고 있으며, 환경의 미적요소에 접근하는 하나의 방법으로서 제시되고 있다(임승빈, 1984). 특히, 선호도는 개인적인 가치이기 때문에 일정한 개인차를 지니고 있다. 그러나 이러한 개인차는 인정되더라도 개인 또는 집단이 좋아하거나 싫어하는 것의 표현으로서 특정 문화와 사회적 집단 내에 환경에 한 일정한 선호패턴이 존재한다(송대호, 2006). 이러한 특성을 지닌 시각적 선호도는 환경을 이용하는 이용자들이나 혹은 이용하지 않았더라도 언제든지 기회가 있는 잠재적 이용자들의 선호패턴을 분석하여 시각적 선호요인으로 결정짓는 변수를 연구해내는 것이 중요하다.

3. 카페거리 개념

카페는 1654년에 프랑스 파리에 카페라는 이름으로 처음 문을 연 차를 마시는 공간, 장소, 위치 등으로 생긴 개념이다. 국내에는 1890년 전 후에 손탁호텔의 정동구락부가 카페의 시초로 알려진 것이 정설이다(나영준, 2018). 이후 1920년대에 명동, 종로 등의 도심을 중심으로 다방문화가 시작되어 문화, 예술, 철학, 문학의 중심 역할을 하였다. 이후 1990년대에는 ‘스타벅스’와 같은 대형 커피 체인점이 등장하면서 커피의 종류가 다양해지고, 상점 외부로 음료를 가져가는 ‘take out’ 형태가 나타나기 시작하였다. 또한 대형 프랜차이즈 카페가 자본력을 바탕으로 상권이 좋은 대로변

상권과 사거리 등에 자리 잡으면서 임대료 상승이 불가피 해졌고, 이로 인해 개인사업자들은 임대료를 감당하기 어려워 상대적으로 저렴한 주택가와 골목상권으로 자리 잡으면서 카페의 유형은 다양상으로 갈리기 시작하였다(나영준, 2018). 위와 같은 변천과정을 거치면서 카페는 커피를 마시는 공간에서 나아가 사진을 예쁘게 찍기 위한 장소, 사람들을 만나며 친목도모하는 장소, 공부 및 책을 읽거나 개인적인 업무를 할 수 있는 복합문화공간으로 자리 잡으며, 현재까지도 다양한 유형의 카페들이 생겨나고 있다. 카페가 복합문화공간으로 자리 잡으면서 익선동, 삼청동, 보정동 등 여러 가지 각종 카페들이 밀집되어 있어 하나의 카페거리가 생겨나게 되었다. 시간이 흐르면서 모두가 똑같은 것을 추구하는 것이 아니라 개성이 존중받는 시대가 오면서 카페 문화 역시 개인 취향에 맞는 카페를 찾기 시작하였다.

III. 선행연구 분석

1. 선행연구 고찰

본 연구에서는 시각적인 요소에 따라 공간의 선호요인을 분석한 선행연구를 통해 선호도와 관련된 내용들을 함축적으로 정리하여 키워드를 추출하였으며, 정리하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 시각적 선호도를 활용한 선행연구 분석

번호	연구자 (년도)	제목	내용	세부요소
1	이영경 (1994)	경관선호와 평가에 있어서 개인적 차이 및 유사성에 대한 이해와 그 중요성에 관한 고찰	개인적 차이 및 유사성	문화적, 직업적, 인구 지표적
2	박상훈 (2008)	시물레이션을 통한 관광지 시설물의 시각적 선호도 차이 분석	물리적 변수들의 시각적 선호 차이	시설물의 물리적 요소들 - 색채, 조명, 건물형태, 주변 환경, 조망높이
3	구본아 (2008)	환경심리학적 관점에서의 해양경관의 구성요소와 태도에 관한 연구 -해수욕장 경관의 시각적 선호도 분석을 중심으로-	환경 인지 태도	시각적 환경요인들을 통한 심리적 반응 - 쾌적성, 안정성, 심미성, 친숙성
4	송대호 (2006)	도시가로경관의 선호특성 분석에 관한 연구 -경관선호 유형 및 영향요인 추출을 중심으로	시각적 선호 유형 및 요인	건물 군집 형상, 건물높이, 광고 간판, 재질, 매스 형태, 파사드의 연속성과 유사성
5	유상완 (2007)	도시공원에서 벤치의 시각적 만족도에 영향을 미치는 요인	시각적 만족도 요인	심리적 요인 (심미성, 질감성), 물리적 요인 (물리적, 변화성)
6	신병철 (2003)	전통조경요소의 시각적 선호 요인에 관한 연구		
7	류재승 (2008)	국립공원 야장 이용객들의 시설물 만족도와 선호요인 분석 - 속리산 국립공원과 월악산 국립공원 내 야장 심으로	공간적 선호 요인	이미지 측면: 내재적 측면 (정감성, 역사성, 종량성) 형태적측면 (미관성, 외형성)
8	임승빈 (1999)	시각적 선호요인 분석을 통한 농촌 소하천 경관평가에 관한 연구	시각적 선호결정 요인	물리적 환경성, 심리적 안정성, 쾌적성

선행연구 결과 시각적 선호도를 활용한 연구의 내용은 개인적 차이 및 유사성, 물리적 변수, 환경 인지태도, 시각적 선호유

형 및 요인, 시각적 만족도 요인, 심리적 평가, 공간적 선호요인, 시각적 선호결정 요인으로 나타났다. 시각적 선호에 대한 세부요소는 이영경 연구에서는 문화적, 직업적, 인구지표적 요소에 따랐고, 박상훈 연구에서는 시설물의 물리적 요소에 대한 색채, 조명, 건물형태, 주변환경, 조망높이의 요소로 나타났다. 구본아 연구에서는 환경의 쾌적성, 안정성, 심미성, 친숙성에 대한 심리적 반응을 분석하여 시각적 환경요인들의 영향에 대하여 분석하였다. 송대호 연구에서는 건물 군집 형상, 건물높이, 광고 간판, 등의 물리적 요소들을 통하여 시각적 선호 유형과 요인을 분석하였고, 유상완, 신병철 연구에서는 심리적 요인, 물리적 요인을 통해서 시각적인 만족도를 주는 요인에 대하여 분석하였다. 류재승 연구에서는 공간을 형성하게 된 내재적 측면과 형태적 측면으로 분리하여 공간의 선호 요인을 분석하였고, 임승빈의 경우 심리적 요인으로 물리적 환경성, 심리적 안정성, 쾌적성 나뉘어 시각적 선호 결정 요인을 분석하였다. 본 연구는 추출된 요인들을 통하여 시각적 선호도에 미치는 상관관계를 파악하도록 연구를 진행하였다.

2. 시각적 선호 특성 요소 추출

선행연구에서 나타났던 요소들을 정리하면 개인적변수와 물리적변수로 나뉘게 된다. 그 중 개인적 변수는 개인적 요인과 심리적 요인으로 나뉘게 되는데 ‘개인적 요인’은 성별, 나이, 직업, 교육환경, 국적 등과 같은 개인적인 조건들을 가리키고, 구본아(2008) 연구에서 나온 특성을 토대로 ‘심리적 요인’은 친숙함, 안정성, 쾌적성 등 그 공간에서 심리적으로 작용하는 요소들이 있다. 심리적 요인은 물리적 요인을 판단하는 변수가 된다. 심미성의 경우 물리적 요인의 미적인 요소를 판단하는 특성으로 자신의 취향이나 성격에 따라 만족도가 다르게 나타난다. 쾌적성은 복잡한 환경이나 폐쇄적인 공간이 아닌 트인 환경을 제공하는지에 대한 특성으로 심리적으로 답답함을 느끼거나, 트인 느낌을 받는지에 대한 요소이며, 자연성은 공간에서 느끼는 자연적 특성 혹은 인공적 특성을 판단하는 요소를 말한다. 친숙성은 이용자들이 공간을 이용하면서 느끼는 친숙한 정도에 대한 특성을 나타낸다. 4가지의 심리적 특성을 물리적 요인에 적용하여 각 특성에서 나타나는 시각적 선호도를 분석한다. 물리적 변수 중 ‘건물외관’은 매스형태, 파사드, 건물 높이, 광고 간판, 재질, 색채 등 건물에서 나타나는 물리적 요소들을 통합한 개념이며, ‘주변 환경’은 주변 모습들과의 조화 및 건물 군집 현상과, 거리의 인공적 혹은 자연적인 형태를 지칭하는 요소로서, 건물 외부에서 발생하는 요건들을 말한다.

설문조사 항목을 추출하기 위해 선행연구에서 도출된 시각적 선호 요인의 세부 요소를 통해 본 연구의 취지에 맞도록 개인적 변수 및 물리적환경의 특성들을 도출하여 아래의 <표 2>와

같이 정리하였다.

<표 2> 시각적 선호요인의 특성 내용

요인	개인적 변수		물리적 변수	
	개인적	심리적	건물외관	주변 환경
특성	성별	심미성[B]	파사드	주변모습과의 조화
	나이	쾌적성[C]	건물높이	건물 군집 현상
	직업적	자연성[N]	광고, 간판	거리의 인공적 형태
	문화적	친숙성[F]	재질, 색채	거리의 자연적 형태

3. 형용사 어휘 추출

위와 같이 이론적 고찰 및 선행연구를 분석한 결과 시각적 선호요인은 물리적 변수에서 발생되고, 개인적 변수에 차이가 나타나는 것으로 판단하였다. 따라서 물리적 변수 요인들을 시각적 요소로 평가하기 위하여 형용사 어휘를 추출하여 선호도를 측정하는 것이 더 중요하다고 판단되어 형용사 어휘를 이용한 분석을 진행하고자 한다. 형용사 어휘 추출은 시각적 선호요인(임승빈, 1999) 및 감성어휘에 따른 미디어 파사드 선호도 분석(김주연, 2013)을 참고하여 카페거리에 밀접한 연관이 있거나, 적용할 수 있는 형용사를 추출하였으며, 본 설문에 앞서 예비 설문조사를 실시하여 어휘 선택의 적절성을 파악하고, 응답자들이 이해하지 못하는 항목이 없는지에 대해 검토하였다. 최종적으로 도출된 형용사 어휘를 선행연구에서 제시한 시각적 선호요인의 특성별로 형용사 어휘를 구분하였으며, 시각적 선호도를 위한 설문지 내용은 다음 <표 3>과 같다.

<표 3> 시각적 선호 특성 형용사 어휘

선호요인 특성	시각적 선호 특성 형용사 어휘					
	분류	건물외관		분류	주변 환경	
심미성[B]	B1	정형적	비정형적	B1	규칙적	불규칙적
	B2	성숙한	귀여운			
	B3	흔스러운	새로운	B2	차분한	화려한
	B4	평범한	독특한			
쾌적성[C]	C1	개방적	폐쇄적	C1	많은	적은
				C2	복잡한	심플한
				C3	동적인	정적인
자연성[N]	N1	자연적	인공적	N1	자연적	인공적
친숙성[F]	F1	고전적	현대적	F1	변화된	동일한
	F2	이국적	전통적	F2	억압된	자유로운

IV. 분석결과

1. 설문조사 분석

1) 설문조사의 표본

카페거리를 이용했던 사람들과 이용해 보지 않은 사람들 등의 다양한 표본을 수렴하기 위해서 무작위로 응답할 수 있도록 인터넷 설문조사를 시행하였다. 그 중 불성실하게 응답에 임한자들을 제외하여 총 150명의 응답을 얻을 수 있었으며, 설문 응

답자의 개인적 특성을 정리한 결과는 <표 4>와 같다.

<표 4> 응답자 개인적 특성

N= 150(100%)

	구분		인원	백분율
	성별	남 / 여	61 / 89	41% / 59%
나이		10대	15	10%
		20대	68	45%
		30대	49	33%
		40대	11	7.0%
		50대	7	5.0%
직업		학생	61	41%
		직장인	71	47%
		프리랜서	5	3.0%
		자영업	3	2.0%
		무직	10	7.0%
국적		내국인 / 외국인	148 / 2	99% / 1.0%
이용경험		유 / 무	137 / 13	91% / 9.0%
카페거리 선택 시 고려사항		위치	39	26%
		자주 가던 곳	9	6.0%
		맛 집	9	6.0%
		카페의 외관	87	58%
		고려하지 않음	6	4%
카페거리 를 가는 이유		약속장소로 미땅한 곳이 없어서	20	13%
		다양한 커피를 즐기기 위해서	36	24%
		예쁜 카페에서 사진 찍기 위해서	75	50%
		유명하다고 들어서	17	11%
		기타	2	2.0%
자주 가는 카페 거리		익선동 한옥거리	42	28%
		성수동 카페거리	33	22%
		상수동 카페거리	24	16%
		연남동 경의선숲길	39	26%
		기타	12	8%

설문조사 응답자 중 남녀의 비율은 각각 41%와 59%로 남성의 응답비율이 조금 더 높았다. 연령은 20대가 45%로 가장 높은 응답자로 나타났고, 30대가 33%, 10대가 10%로 나타나 그 다음으로 높았다. 직업은 직장인이 47%, 학생이 41%로 나타났으며, 국적의 경우 내국인이 99%로 응답하여 한국 직장인과 학생들의 표본이 높게 나타났다. 카페거리를 이용했다는 응답은 91%로 나타나 대다수의 사람들이 카페거리의 경험이 있었다. 카페거리 선택 시 고려사항에 관한 질문에서는 카페의 외관이 58%로 가장 높게 나타났으며, 위치는 26%, 자주 가던 곳과 맛 집은 각각 6%로 나타나 커피의 맛 보다는 시각적 요소가 선택 시 높은 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다. 고려하지 않는다는 응답수도 4%가 있었다. 카페거리를 가는 이유에 대해서는 예쁜 카페에서 사진을 찍기 위해서가 50%로 가장 높아 최근 인스타그램과 같은 SNS를 이용하는 많은 소비자들이 사진을 예쁘게 올리고 싶은 심리적 요인이 작용한다는 것을 알 수 있었다. 그 다음으로는 다양한 커피를 즐기기 위해서(24%), 약속 장소의 목적(12%), 유명한 곳을 방문하기 위해서(11%)의 순으로 나타났다. 자주 가는 카페거리는 익선동 한옥거리가 28%로 가장 높은 빈도수로 나타났고, 연남동 경의선숲길(26%), 성수동 카페거리(22%), 상수동 카페거리(16%), 기타(8%) 순으로 나타났다. 따라서 본 연구는 사람들의 이용률은 순인 익선동, 연남

동, 성수동, 상수동 카페거리를 대상으로 분석하기로 하였다.

2) 선호도 설문조사 결과

설문조사 방법은 건물외관 및 디자인과 주변 환경에 대해 어휘구별 척도 방법을 이용하여 양극으로 표현되는 두 개의 형용사의 목록을 제시하여 응답자가 제시된 항목에 대해 어떤 의미를 지니고 있는지 선택하도록 하였다. 전체적인 거리의 환경을 분석하는 것 이므로 건축물을 카페에만 한계를 짓지 않고 전체 상권을 분석하였다. SPSS 18version으로 어휘의 빈도 분석을 통하여 결과를 추출하였으며, 심리적 요인인 심미성, 쾌적성, 자연성, 친숙성의 형용사를 적용하여 건물외관 및 주변 환경의 선호도에 대해 설문조사한 결과는 <표 6>과 같다.

<표 6> 선호도 설문조사 결과 (%)

특성	건물외관				주변 환경			
	어휘	%	어휘	%	어휘	%	어휘	%
심미성[B]	정형적	59	비정형적	41	규칙적	78	불규칙적	22
	성숙한	93	귀여운	7				
	촌스러운	8	세련된	92	차분한	62	화려한	38
	평범한	58	독특한	42				
쾌적성[C]	개방적	93	폐쇄적	7	많은	54	적은	46
					복잡한	32	심플한	68
					동적인	47	정적인	53
자연성[N]	자연적	94	인공적	6	자연적	95	인공적	5
친숙성[F]	고전적	11	현대적	89	변화된	63	동일한	37
	이국적	89	전통적	11	억압된	2	자유로운	98

먼저 건물외관의 선호도를 살펴보면 심미성에서는 성숙한, 세련된 어휘가 가장 선호도가 높게 나타났고, ‘정형적’, ‘비정형적’, ‘평범한’의 어휘는 비교적 중간정도의 선호도로 나타났다. ‘귀여운’, ‘촌스러운’의 어휘는 선호도가 낮았다. 쾌적성 항목에서는 개방성이 93%로 폐쇄적인 환경보다 선호도가 높은 것을 알 수 있었다. 자연성에서는 자연적이 94%의 비율로 나타나 사람들은 인공적인 외관보다 자연적인 외관을 선호하는 것을 알 수 있었다. 친숙성에서는 현대적이고 이국적인 건물 외관의 선호도가 높게 나타났다. 이는 우리나라의 전통적인 요소보다는 익숙한 현대적 건물을 더 선호하는 것으로 유추할 수 있다. 따라서 건물외관의 전체적 선호도는 세련되고, 개방적이며, 현대적이고 이국적인 요소가 높다는 것을 알 수 있었다.




주변 환경의 선호도를 살펴보면 심미성에서는 불규칙하고 화려한 환경 보다는 규칙적이고 차분한 환경에 선호도가 높게 나타났다. 쾌적성에서는 비교적 모든 요소가 전체적으로 비슷하였는데 그 중에서 주변 환경의 요소가 복잡하지 않고, 심플하고 정적인 환경에 선호도가 조금 더 높은 것으로 나타났다. 자연성에서는 건물외관과 마찬가지로 인공적인 환경보다는 자연적 환경에 선호도가 높게 나타났고, 친숙성에서는 동일하지 않고 변화된 환경, 억압되지 않고 자유로운 환경에 대해 선호도가 높았다. 주변 환경도 건물외관과 마찬가지로 평범하고 단조로운 분위기와 자연적 요소가 있는 정리되고 깔끔한 모던형의 공간을

선호하는 것으로 보여 진다.

2. 카페거리 사례 분석

카페거리 건물외관 분석대상은 입점 된 상권 중 프랜차이즈와 인테리어를 고려하지 않은 상권(음식점 및 부동산 등)을 제외하고 개성이 있는 외관 디자인 위주의 커피전문점과 식당 및 문화시설 등 다양한 상권의 건물외관을 관찰하였다. 카페거리를 구성하는 밀집되어 있는 상권과 지나다니며 볼 수 있는 거리의 환경적인 요소 및 동선, 심미성을 조성하는 역할을 하는 요소, 조경 등을 포함하여 주변 환경을 분석하였다.

<표 7> 사례A : 익선동 한옥 카페거리 분석 내용

익선동 한옥 카페거리 : 서울 종로구 익선동	
이 미 지	 <p>한옥을 개조한 아기자기한 카페들이 골목길 사이로 늘어서 있다. 이국적인 느낌과 한국 전통의 한옥들을 함께 볼 수 있다. 다소 좁은 길은 통행에 불편함을 주지만 많은 이들이 찾는 핫 플레이스 중 하나이다.</p>
	건물외관 분석내용
심미성	 <p>B1 건물의 지붕이 모두 기와지붕으로 되어있어 비정형이라고 볼 수 있지만, 벽체의 형태는 정형적인 형태를 띤다.</p> <p>B2 한옥을 개조한 카페들이 주황, 파랑, 빨강 등의 포인트 색을 활용하여 엔틱함과 함께 아기자기한 면을 표현하였다.</p> <p>B3 한옥을 개조한 재생공간으로 옛 모습의 느낌과 현대적 디자인이 조화롭게 구성되어 촌스럽지 않은 세련된 외관의 모습을 하고 있다.</p> <p>B4 한옥으로 조성된 카페거리여서 다른 카페거리보다 차별화가 되며 평범하지 않고, 독특한 공간으로 인식되고 있다.</p>
	<p>C1 안으로 들어가면 한옥의 특성상 마당이 구성되어 있는 카페들이 많은데, 외부에서는 대문이나 문을 두어 소극적이고, 폐쇄적 느낌을 주기도 한다. 사람들이 많이 찾는 시간에는 외부의 문을 개방하여 개방감을 주고 있다.</p>
	<p>N1 카페들은 대부분 다양한 식물들을 내외부에 배치하여 조경으로 미적인 효과와 내추럴함을 극대화 하였으며, 한옥카페거리의 특성상 주로 목재로 구성되어 어느 곳보다 인공적이지 않고, 자연적인 느낌이 강하다고 볼 수 있다.</p>
	<p>F1 옛날 한옥을 개조하여 형성된 공간이기 때문에 옛 느낌이 강하지만, 모던한 인테리어의 현대적인 요소들도 있어 고전미와 현대미가 조화롭게 나타나고 있다.</p> <p>F2 한국의 전통 가옥을 재생한 공간이므로 전통적인 느낌이 강하나, 전통적인 요소에 국한되어 있지 않고 곳곳에 이국적인 장식과 색채 등의 요소들도 조화가 이루어져 있어 전통과 이국적인 느낌을 동시에 받는다.</p>
주변 환경 분석내용	
이 미 지	
	<p>B1 건물의 정렬과 배열이 골목길을 따라 규칙적으로 나열되어 있어 주변 환경은 정돈되고 규칙적인 느낌을 준다.</p> <p>B2 카페들의 자연성이 묻어나오는 색들과 기와지붕의 통일감은 화려함 보다는 주변이 다소 정적이고 차분한 느낌을 주고 있다.</p>
쾌적성	<p>C1 비좁은 골목에 카페들과 주변 상점들이 밀집되어 있으며, 다소 상점들이 많이 분포되어 있다고 볼 수 있다.</p> <p>C2 상점이 많은 것에 비해 골목의 크기가 좁고 골목 사이사이</p>

		작은 골목길들이 형성되어 있어 다소 복잡한 동선의 형태를 띤다.
	C3	좁은 골목길에 많은 사람들이 지나다니고 있어 정적인 느낌보다는 동적이고 활기찬 느낌을 주고 있다.
자연성	N1	주변 환경은 한옥들이 어우러지고 곳곳에 조경요소들이 어우러져 인공적인 느낌보다는 자연적인 느낌을 주고 있다.
친숙성	F1	거리를 입장할 때와 퇴장할 때 거리의 공간과 외부의 공간의 모습의 변화로 색다른 느낌을 연출한다.
	F2	좁은 골목에 비하여 상점들이 많고, 상점들의 규모도 크지 않아 통행이나 동선에 억압되는 면을 볼 수 있었다.
종합		

<표 8> 사례B : 연남동 경의선 숲길 분석 내용

연남동 경의선 숲길 : 서울 마포구 연남동	
	카페거리의 주제가 비교적 명확하고, 대표적인 상징성을 부여하는 숲길이 거리 중점에 형성되어 잔디에서 여유를 즐길 수 있는 공간 및 문화 <영화 및 공연관람> 공간이 형성되어 있다. 도심 속 숲길이라는 컨셉으로 기존과는 반전되는 이미지를 연상시킨다.

건물외관 분석내용	
이 미 지	
심미성	B1 대다수의 건물이 정형적인 형태이나 곳곳에 곡선 형태의 건물도 있어 정형성과 비정형성의 외관의 모습을 볼 수 있다.
	B2 귀여운 컨셉 디자인의 경우 주변 환경과 조화롭지 못하여 대부분 성숙하고 고급스러우며, 따뜻한 분위기의 외관 모습이 많이 나타났다.
	B3 인테리어의 고급화 전략으로 촌스럽지 않고 세련된 외관의 모습을 볼 수 있으며, 이국적인 컨셉과 모던한 디자인이 대부분이다.
	B4 각 상점마다 개성을 나타내나 거리를 상징할 수 있는 디자인이나 거리의 대표적인 상징성을 부여하는 요소와 부합되는 특별한 요소는 없었다.
쾌적성	C1 개방적인 오픈 형태의 카페들도 많으나 반 지하 형태로 절반만 밖을 볼 수 있고, 절반은 지하인 형태로 폐쇄적인 느낌을 주는 건물도 다수 존재하여 개방성과 폐쇄성의 건물들이 공존하고 있었다. 이는 사람들의 선호에 맞는 공간을 선택하도록 한다.
자연성	N1 숲길과 어울릴만한 인테리어가 있는 상점은 많지 않았으나 조경 및 자연적인 요소로 인테리어를 한 카페들이 곳곳에 분포되어 있어 자연적 느낌을 주고 있다.
친숙성	F1 대부분의 건축물이 신식 형태의 인테리어로 모던하고 깔끔한 외관들이 많아 현대적인 느낌이 매우 강하게 나타났다.
	F2 건물 외관은 대체적으로 반듯하고, 깔끔한 인상의 모던형 건축물이 많았지만 건물이 주는 인상에서 이국적이거나 전통적인 특별한 요소는 없었다.

주변 환경 분석내용	
이 미 지	
심미성	B1 건물의 배열이나 형태가 일정하지 않으며, 각각 다른 모습으로 주변 환경은 다소 불규칙한 형상을 띤다.
	B2 건물에 다양한 조명 종류를 사용하여 밤에는 주변 환경이 화려하고 밝은 분위기를 연출하고 있다.
쾌적성	C1 다른 카페거리와 비교했을 때 거리의 규모가 가장 큰 반면 상대적으로 카페들이 밀집되어 있지 않았다.
	C2 카페거리 진입경로가 복잡하지 않고 경의선 숲길에서 유도하는 산책하기 좋은 거리를 형성하여 단순한 1자 형태의 단순한 거리의 모습을 띤다.

	C3	숲길의 특성상 동적인 행태가 많이 나타나고 있으며, 산책하기 좋은 거리로 벤치와 같은 휴식공간이 있어 사람들의 다양한 움직임이 일어나 동적인 느낌을 주고 있다.
자연성	N1	숲길의 특성상 주변 환경은 나무와 숲으로 이루어져 있어 자연적인 모습이 강하고, 잔디 및 목조경등을 이용하여 자연친화적인 공간을 형성하고 있다.
친숙성	F1	거리 주변이 도시적인 느낌이 강하다면 숲길은 자연적인 느낌이 강하여 단조로운 거리에 변화된 이미지를 심어준다.
	F2	규모가 넓으며, 숲길에서 버스킹 및 영화영상 등 문화적인 콘텐츠가 다양하게 있어 자유로운 분위기를 띤다.
종합		

<표 9> 사례 C : 성수동 카페거리 분석 내용

성수동 카페거리 : 서울 성동구 성수동2가	
	공장 및 창고지대였던 유휴공간들을 상업공간으로 활성화시켜 재생공간으로 활용하여 역사성과 상징성이 존재하는 대표적 거리이다. 도로에 신호등이 설치되어 있지 않아 움직임이 자유로운 편이다. 카페거리의 범위가 굉장히 넓게 분포되어 있고 경계가 뚜렷하지 않다.


건물외관 분석내용	
이 미 지	
심미성	B1 건물의 외관의 모습은 대부분 정형적인 건물로 이루어져 있어 비정형성보다는 정형성의 느낌이 강하다.
	B2 작은 규모의 카페들이 아기자기한 형태의 디자인을 띠기도 하지만 대부분 건물은 재생 건물로 차분하며, 성숙한 느낌을 주고 있다.
	B3 오래된 건물이 주는 재생공간은 세련된 모습보다는 촌스러움을 활용한 공간의 컨셉을 잘 보여주고 있다.
	B4 주변에 있는 일반 노점상과의 차이점이 크게 있지 않고 오히려 평범한 기존의 모습을 살린 것이 특징이다.
쾌적성	C1 공장 및 창고를 사용한 재생공간을 그대로 사용하고 있어 폐쇄적인 느낌이 강하다.
자연성	N1 건물을 재생함으로써 환경 친화적으로 볼 수 있으나 조경 요소들은 많이 분포하지 않았다. 건물역시 재생공간이지만 창고와 공장을 개조하여 자연적인 느낌과 함께 인공적인 모습도 강하게 나타났다.
친숙성	F1 옛 건물을 그대로 사용하여 현대적이기 보다는 고전적인 느낌이 강하다.
	F2 건물들은 다양한 색채와 조명을 사용하여 재생공간임에도 불구하고 전통적인 느낌과 함께 이국적인 느낌이 조화롭게 나타나고 있었다.

주변 환경 분석내용	
이 미 지	
심미성	B1 거리에는 카페 및 상점들이 불규칙적인 배열과 형태를 띠고 있어 전체적인 불규칙한 느낌이 강하다.
	B2 일반 창고들과 비슷한 계열의 브라운, 그레이, 블랙계열의 색채 건물들이 일정한 패턴을 이루고 있어 화려하지 않고, 차분한 느낌을 주고 있다.
쾌적성	C1 카페거리가 넓게 분포되어 있어 상점들의 수는 많으나 밀집되어 있는 느낌을 주지 않았다.
	C2 골목거리가 넓고, 단순한 일자형의 동선 형태로 복잡하지 않고 간단하다.
	C3 동선의 유도가 다양하지 않아 많은 움직임을 필요로 하지 않는다. 동적인 느낌보다는 주변 환경은 정적인 느낌이 강하다.

자연성	N1	익선동과는 다르게 한옥이 아닌 옛 공장 및 창고를 재생하여 개조함으로써 자연적인 느낌과 함께 인공적인 느낌도 갖는 것에 차이가 있었다.
친숙성	F1	주변 건물들이 비슷한 형태이며, 기존 형태에서 거의 바뀌지 않은 재생적 특징은 변화되지 않은 주변 환경에 있어 동일한 느낌의 이미지를 주고 있다.
	F2	요소들이 많거나 동선의 형태가 복잡하지 않아 억압되지 않고, 자유롭게 확보할 수 있는 거리의 형태를 띤다.
종합		


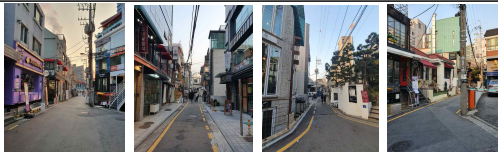


<표 10> 사례D : 상수동 카페거리 분석 내용

상수동 카페거리 : 서울 마포구 상수동







상수동 주변에는 한강을 조망할 수 있는 카페들이 군데군데 들어서 있어 한강카페거리로도 불린다. 밤이 되면 한강다리가 화려한 조명으로 장관을 이루며, 카페 안에서 바라보는 한강변의 야경은 데이트를 하려는 연인들이 많이 찾는 명소이다.

건물외관 분석내용

이 미 지					
심미성	B1	대다수의 건물이 정형적 형태를 띠며, 비정형적 건물은 극히 일부이다.			
	B2	카페거리가 다소 협소하여 규모가 크지 않고, 아기자기한 형태의 건물들이 많이 분포하고 있다.			
	B3	고급화 전략으로 가는 세련된 컨셉의 상점과 8-90년대 빌라를 재생한 빈티지 컨셉의 상점의 공존하고 있다.			
	B4	건물들은 각기 다른 개성을 지니고 있는데 독특한 소재와 다양한 색채들을 사용한 외관의 모습은 평범하지 않고 특별한 공간임을 나타내고 있다.			
쾌적성	C1	오픈도어, 폴딩도어, 통창 등의 개구부를 이용하여 폐쇄적이지 않고 개방적인 느낌이 강하다.			
자연성	N1	조경을 이용하여 꾸미기는 했으나 다양성이 부족하며, 그 수도 많지 않아 자연성이 있는 건물이 공존한다고 보기에 부족하였다.			
친숙성	F1	옛 주택을 개조하여 고전적인 모습도 있었지만 대부분의 인테리어가 모던한 느낌이 강해 고전적이기 보다는 현대적 건축물의 느낌이 많이 나타났다.			
	F2	문 장식 등으로 이국적인 분위기를 연출하는 인테리어가 존재하여 전통성 보다는 이국적인 느낌을 주고 있다.			

주변 환경 분석내용

이 미 지					
심미성	B1	건물의 크기 및 배열은 안정적으로 규칙적인 패턴의 거리 형태를 띠고 있다.			
	B2	화려한 장식의 인테리어 보다는 정적이며 조용하며 차분한 느낌의 환경적 분위기 연출하고 있다.			
쾌적성	C1	카페거리의 규모가 크지 않아 상점이 많지는 않았다.			
	C2	초입을 안내하는 벽화 그림으로 간단한 동선을 유도하여 단순한 골목 동선을 형성하고 있다.			
	C3	협소한 규모로 움직임이 적으며, 복잡하지 않은 구조로 정적인 느낌이 강하다.			
자연성	N1	조경요소나 조형물로 거리를 꾸미는 요소는 없으며, 건물로 거리를 형성한 인공적인 형태를 띤다.			
친숙성	F1	카페거리 주변은 홍대 로데오 거리로 사람들이 붐비는 반면 카페거리의 경우 한적하고 조용한 분위기의 변화된 분위기를 느낄 수 있다.			

	F2	주변요소들이 많거나 동선의 형태가 복잡하지 않아 자유롭게 확보할 수 있는 거리의 형태이다.
종합		

3. 소결

카페거리의 선호도 조사 및 사례분석을 통해 정리한 결과는 다음과 같다.

먼저 설문조사 결과에 따르면 건물외관에 있어 선호도 차이가 크게 나타난 항목은 귀여운 디자인의 외관 보다는 성숙하고 세련된 외관을 폐쇄적인 외관 보다는 개방적인 외관을, 인공적인 곳이 아닌 자연적인 공간, 고전적이고 전통적인 외관 보다는 현대적이고 이국적인 외관의 모습을 더 선호한다고 정리할 수 있다. 주변 환경에서는 규칙적이며, 화려하지 않고 차분한, 복잡하지 않고 단순한, 인공적이지 않고 자연적인 환경, 억압되지 않고 자유로운 주변 환경을 더욱 더 선호하는 것으로 나타났다. 비교적 선호도에 있어 차이가 크지 않은 항목은 건물외관에 있어서는 평범하거나 독특한 어휘에서 비슷한 선호도로 나타났고, 주변 환경에서는 주변에 상점들의 개수와 동적이거나 정적인 분위기의 어휘에서 비슷한 선호도를 보였다.

사례분석 결과 익선동 한옥거리(사례A)의 경우 건물외관과 주변 환경 모두 심미성과 자연성의 항목이 높게 나타났다. 이 곳의 가장 큰 특징은 전통적인 한옥을 개조하여 외관을 디자인하는 것인데 이는 앞서 세련되고 현대적인 외관을 선호한다는 점에서 비교적 선호도가 낮을 수 있을 것으로 보였다. 다만 다른 카페거리와는 다르게 독특하고 세련된 요소와 규칙적이고, 배열적인 면에서 선호도가 높을 수 있을 것으로 판단된다. 그러나 다수에게 비선호적인 평가를 받은 복잡하고 억압된 환경은 익선동 한옥거리에 해당되기 때문에 거리의 환경을 폭넓게 개선할 필요가 있다고 사료된다. 연남동 경의선 숲길(사례B)의 경우 건물외관은 심미성과 자연성이 주변 환경은 자연성과 친숙성, 쾌적성 항목이 비교적 높게 나타났다. 자연적인 요소와 넓은 규모의 거리, 단순한 동선, 골목과 숲길의 변화된 이미지로 인해 환경적인 부분에서는 높은 선호도가 나타날 것으로 예상된다. 건물외관의 경우 세련되고 현대적인 디자인이 많았지만 특별한 요소로 작용되는 요소들은 거의 없었으며, 화려한 조명과 다양한 건물로 인하여 차분한 분위기보다는 화려한 분위기에 속하여 분위기 측면에서는 높은 선호도로 보여 지지 않는다. 성수동 카페거리(사례C)는 건물외관은 심미성과 친숙성이 높았고, 주변 환경은 쾌적성, 친숙성이 높게 나타남을 알 수 있었다. 이 곳의 가장 큰 특징은 공장 및 창고의 유희공간을 재생하여

새로운 카페의 공간을 형성했다는 점이다. 다른 카페거리와는 다르게 기존의 유희공간의 이미지로 세련됨 보다는 촌스러움을 컨셉으로 평범하고 단조로운 느낌이 있으며 창고와 공장의 느낌이 그대로 남아있어 폐쇄적이고 인공적인 느낌을 주어 선호도에 있어서는 낮을 수 있었다. 그러나 카페거리가 비교적 넓고 자유로운 분위기이며 복잡하지 않고 단순한 동선, 차분한 분위기는 선호도에 있어 높다고 볼 수 있다. 마지막으로 상수동 카페거리(사례D)의 경우 건물외관과 주변 환경 모두 쾌적성이 높게 나타났다. 규모가 협소하여 복잡하지 않고 자유로운 분위기를 느낄 수 있어 차분하게 여유를 즐길 수 있는 공간으로 인식되어 쾌적성에서는 선호도가 높을 것으로 판단된다. 그러나 상권을 이루는 상점들이 다양하지 않아 상점들이 많이 분포되어 있는 것을 선호하는 이에게는 흥미가 떨어질 것으로 보이며, 독특한 컨셉의 건물들이 많이 있어 깔끔한 인상을 심어주는 어려워 심미성의 측면에서는 선호도가 떨어질 것으로 판단된다.

V. 결론

최근 활성화를 띠고 있는 대표적인 카페거리의 건물 외관 및 주변 환경에 대한 선호요인과 공간분석을 통해 다음과 같은 결론을 얻었다.

먼저 표본의 특성이 20대에게 몰린 점과 시각적 선호 특성을 미적인 관점에서 관찰하여 형용사 어휘로 시각적 선호도를 분석하였기 때문에 전체적인 카페거리의 선호도를 측정 할 때에 한계점이 발생한다. 다만, 이 연구의 설문조사를 통해서 카페거리를 선택 할 때 있어 가장 중요하게 작용되는 것은 시각적인 요소임을 알 수 있었다. 구체적으로 카페에서 즐길 차와 커피의 맛보다 사진을 찍으며 문화적으로 즐길 요소들을 원하는 것으로 나타나 이제는 단순한 카페 보다는 다양한 행태를 지원하고, 내부 및 외부의 인테리어가 독특한 곳의 이용성을 고려한 계획이 필요할 것으로 사료된다. 카페의 인테리어가 중요해지면서 카페를 구성하는 카페거리 또한 환경적인 부분에서 시각적 선호특성이 필요로 하게 된다. 그 타당성의 사례를 잘 보여주는 것이 앞서 사례조사에서 분석했던 대상지들이다. 사례조사 중 연남동(사례B)과 상수동(사례D) 카페거리의 경우 지리적으로 근접하게 위치되어 있음에도 불구하고 자연적인 요소로 시각적 특성들이 많은 연남동에 비하여 상수동은 거리의 환경적인 부분에서 특징적인 요소가 부족하였기 때문에 이용자의 수에 많은 차이가 발생하였다. 이처럼 비슷한 위치에도 불구하고 이용자들이 선택하는 기준은 시각적으로 작용되는 요소들의 존재유무이다. 익선동(사례A)의 경우도 한옥을 재생하였다는 점과 현대적인 디자인의 콜라보로 특색 있는 요소에 많은 이용자들이 방문하는 것을 볼 수 있었다. 반면 재생적인 컨셉의 건물형

태는 존재하지만 환경적인 요소로 시각적 특성이 많이 나타나지 않고, 이용자의 경우도 인지도가 높은 카페에 많이 몰릴 뿐 거리 자체는 한적했다. 이처럼 거리의 환경 시각적인 요소들이 건물형태 보다 먼저 인식하여 시각적 자극이 되는 거리 환경이 시각적으로 영향을 더 많이 받기 때문에 건물형태보다 주변 환경적 요소가 더 중요한 것으로 판단된다. 카페거리의 컨셉의 존재에 따라서 선호특성이 높게 나타나는 것을 사례를 통해 알 수 있었고 그 영향은 개인적 변수인 심미성이 가장 중요한 요소인 것으로 판단된다. 따라서 거리의 환경적 요소와 심미성이 가미된 카페거리를 형성한다면 이용자들의 선호도가 높고 방문도 더 많아질 것으로 판단된다. 본 연구를 바탕으로 카페거리에서 이용자들에게 중요하게 작용되는 시각적인 요소들을 파악하여, 건물외관 및 주변 환경에 대한 개선을 통해 향후 카페거리를 찾는 이용자들의 선호도를 더욱 더 높일 수 있고 카페거리의 활성화에 기여할 수 있기를 기대해 본다.

참고문헌

- 구본아, 이광국, 양위주. (2008). 환경심리학적 관점에서의 해양경관의 구성요소와 태도에 관한 연구. **관광레저학회지**, 20(2), 51-65.
- 나영준, 임업. (2018). 특화거리 만족도에 영향을 미치는 요인-정자동 카페거리와 방배동 카페골목을 중심으로. 연세대학교 석사학위논문.
- 송대호, 윤종국. (2006). 도시가로경관의 선호특성 분석에 관한 연구. **대한건축학회지** - . 22(9), 243-250.
- 임승빈. (2008). 환경심리 행태이론. **보문당**, 131-139.
- 정성관, 박영은, 박경훈, 유주한, 김경태, 이우성. (2007). 경관시물레이션을 이용한 아치교량의 시각적 특성 평가-. **한국조경학회지**, 35(4), 48-56.
- 최윤경. (2006). 건축 공간구조의 시각적 특성에 관한 연구. **한국실내디자인학회지**, 15(5), 112-120.
- 한우리, 김남조. (2017). 카페거리의 관광자원적 소비가치와 이용행태연구 -강릉 안목해변 커피거리를 중심으로-. **한국관광학회 국제학술발표대회집**, 81, 59.
- 황은미, 박희용, 원철식. (2017). 카페거리의 장소이미지가 고객만족 및 재방문의도에 미치는영향 -부산 전포동 카페를 중심으로-. **지역산업연구**, 40(1), 262.
- <http://overview.kr/marketing/167>.