

실내디자인의 선호 트렌드 검색 및 반영방법

A Study on the Searching Method and Application of Interior Design trend of Interior Designer

한영호* / Han, Young-Ho

신화경** / Shin, Hwa-Kyoung

Abstract

The purpose of this study was to identify the searching method and application of interior design trend of interior designer. The questionnaire survey were used. The subjects of questionnaire survey were 50 interior designers in 6 interior design firms. Frequency, percentage, and cross-tab were used for data analysis. The major results were as follows. 1) Interior designers thought that consumers visiting at apartment model house were concerned about interior design trend and aware of interior design reflected trend. So interior designer gave expression to interior design trend. And they needed information about interior design trend and consumer's interior design preference. 2) Interior designers found interior design trend or consumer's preference from some exhibition or fair, journal, and internet materials. 3) Interior design trend was mainly expressed in living room design. And Interior designers utilized finishing material and color in expression of interior design trend.

키워드 : 실내디자인, 실내디자인 선호, 트렌드

1. 서론

사회구조와 산업구조의 재편 과정에서 개인지향적 성향과 개성적 성향으로 의식변화 확산되고 있으며 디자인은 20세기 후반 이후부터 인간중심의 감성적 패러다임으로 변화하고 있다.

실내디자인 분야에서는 인간중심의 감성적 패러다임 변화에 따라 다양한 소비자의 요구를 파악하기 위해 소비자의 기호에 기초한 선호 트렌드 개발에 역점을 두고 있다. 트렌드는 현대 소비자의 선호 경향으로, 때로는 산업의 예측을 앞서감으로 더욱더 소비자의 선호 및 요구와 트렌드 분석이 실내디자인 관련 산업에서는 필수적이라 할 수 있다. 이에 본 연구는 소비자의 다양한 요구를 충족시킬 수 있는 방향에서의 실내디자이너들의 트렌드 검색과 적용 방법을 파악하고자 한다. 구체적인 목적은 1) 실내디자이너들의 실내디자인 트렌드 정보수집 방법을 파악하고 2) 실내디자이너들의 실내디자인 트렌드 자료적용 방법 분석을 분석하며) 디자인 선호 트렌드 반영여부에 대한 소비자 인지에 관한 실내디자이너의 의식 파악을 파악하고자 한다.

2. 연구 방법

실내 디자인 전문회사에 재직 중인 실내디자이너 50명을 대

상으로 구조화된 도구를 사용하여 인터뷰 하였으며 사용된 설문도구내용은 실내디자인 관련 트렌드 정보를 얻는 방법, 트렌드 적용 방법, 트렌드 적용에 대한 소비자 인지 등이었다. 수집된 자료는 SPSS 통계 패키지를 이용하여 단순빈도, 백분율, 교차표 등을 이용하여 분석하였다.

3. 연구 결과

3.1. 일반사항

<표 1>조사대상의 일반적 사항

(N=50)

일반사항		%
성별	남	38.0
	여	62.0
연령	29세 이하	57.1
	30세 이상	42.9
디자인경력	1년 이하	11.6
	2-3년	27.9
	4-5년	20.9
	6-7년	16.3
	8-9년	18.6
	10년 이상	4.6

실내디자이너의 성별은 여성이 62.0%로 여성이 많았으며 20대 후반이 57.1%였으며 30대가 42.9%로 나타났다. 디자인 경력은 최소 1년에서 최대 12년인 것으로 나타났고 경력 3년인 경우가 16.3%로 가장 많았다.

* 전임회장, 상명대학교 디자인학부 실내디자인 전공 교수

** 이사, 상명대학교 생활환경학부 소비자주거전공 부교수

3.2 실내디자인 선호 트렌드 정보 검색

실내디자인 전문가들이 새로운 디자인 선호 트렌드나 정보를 얻는 정보원은 국내 및 국외의 모두 잡지를 새로운 디자인 정보나 트렌드 관련정보를 얻는 정보원으로 활용하는 비율이 각각 88.0%, 94.0%로 가장 많았다. 다음으로는 국내의 경우 디자인 박람회 및 전시회를 직접 방문하여 정보를 얻거나 트렌드를 읽는 경우가 62.0%로 많았으며 인터넷을 활용하는 경우가 국내 자료의 경우 44.0%, 국외 자료의 경우 34.0%로 나타났다.

성별에 따른 트렌드 정보원 사용의 차이를 보면 여성은 남성에게 비해 디자인 박람회 및 전시회를 직접 방문하거나 잡지를 실내디자인 트렌드 정보원으로 사용하는 비율이 더 높다.

연령에 따라서는 연령이 높을수록 디자인박람회 및 전시회를 직접 방문한 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

· 디자이너들이 직접 방문하는 박람회 및 전시회

디자인 박람회 및 전시회를 직접 방문하는 경우 국내의 경우는 서울 리빙디자인페어를 방문하는 경우가 48.0%로 가장 많았으며 다음으로는 경향하우징페어를 방문하여 디자인 트렌드 정보를 얻는 것으로 나타났다.

<표 3> 실내디자이너가 직접 방문하는 디자인 박람회 및 전시회(국내) (N=50)

전시회 및 박람회	전시회 및 박람회의 특성	%
경향하우징 페어	건설관련 업체가 참여해 환경 친화적인 건축자재와 첨단 장비를 비롯한 건축과 주택의 신기술들을 선보이는 전시회	46.0
서울리빙 디자인페어	국내최대규모의 인테리어 박람회로 국내 인테리어 업계동향은 물론 최근 유행하는 해외 인테리어 트렌드를 현장에서 직접 확인할 수 있다.	48.0
가구디자인전	국내뿐만 아니라 국외의 가구업체가 참가하여 가정, 사무용가구, 전통가구 등 각종 가구류와 목공기계류, 인테리어 제품 등을 선보임으로써 최신 가구 산업 동향을 한눈에 파악할 수 있다.	2.0
건축박람회	건축자재, 인테리어, 건축로보에이션, 조명, 조경, 공구, 가구 및 부동산 분양 및 팬션정보전으로 꾸며져 빠르고 유익한 건축정보를 제공하고 업체에 마케팅 장소제공 및 관련산업의 활성화를 위해 개최한다.	10.0

· 실내디자이너의 트렌드 정보원으로 사용되는 잡지류

실내디자이너가 트렌드 정보원으로 사용하는 잡지종류는 국내 것으로 월간인테리어가 가장 많이 이용 되었으며 일본, 이태리, 네덜란드 등의 출판 잡지류 등이 정보원으로 사용되는 것으로 나타났다.

3.3 실내디자인 선호 트렌드 반영

· 실내디자인시 트렌드 적용 공간

아파트 실내디자인시 선호 트렌드를 주로 반영시키는 공간

으로는 거실이 96.0%로 가장 높았으며 다음으로 욕실이 68.0%, 주방 및 식사실이 64.0% 순으로 나타났다.

<표 3> 아파트 실내디자인시 트렌드 적용 공간 (N=50)

공간	f	%
현관	14	28.0
거실	48	96.0
방1(안방)	13	26.0
방2(침실)	5	10.0
주방 및 식사실	32	64.0
욕실	34	68.0
기능실(파우더룸)	6	12.0
다용도실	5	10.0
발코니	3	6.0
기타	0	0.0

*중복 응답 문항임

성별에 따라서는 남성은 현관과 거실에 여성은 주방 및 식사실, 욕실에 디자인 트렌드를 더 적용하는 것으로 나타났다. 연령별로는 30대 이상의 디자이너가 안방과 주방 및 식사실에서 디자인 트렌드를 더 적용하는 것으로 나타났다.

· 트렌드 반영시 디자인 요소

아파트 실내디자인 계획시 트렌드를 주로 반영하는 디자인 요소로는 마감재가 88.0%로 가장 많았으며 다음으로 마감 색상이 62.0%, 공간의 구조와 가구가 각각 48.0%로 나타났다.

성별에 따른 트렌드를 반영하는 디자인 요소를 보면 남성은 공간구조, 마감재료에, 여성은 가구, 소품 등에 트렌드를 더 많이 반영하는 것으로 나타났다.

연령에 따라서는 30세 이상의 디자이너가 가구나 조명으로 트렌드를 반영하는 비율이 높은 것으로 나타났다.

<표 4> 트렌드를 반영하는 디자인 요소*

디자인요소	f	%
공간구조	24	48.0
마감재료	44	88.0
마감색상	31	62.0
가구	24	48.0
조명	23	46.0
소품	8	16.0 *
기타	2	4.0

*중복 응답 문항임

3.4 실내디자이너가 인식하는 소비자의 선호 트렌드 인지

실내디자이너가 생각하는 소비자들의 트렌드 적용에 대한

인식은 '어느 정도 알고 있다'고 생각하는 경우가 76.0%로 가장 많았으며 '매우 잘 알고 있다'고 생각하는 경우가 6.0%로 나타났다. 이는 소비자의 트렌드 적용에 대한 안목 및 이에 대한 인식이 높다는 것을 간접적으로 시사한다고 할 수 있다.

소비자는 아파트 실내디자인에 대한 개인적인 기호나 선호가 뚜렷할 것이라고 실내디자인어는 인식하고 있는 것으로 나타났다. 또한 소비자는 트렌드를 반영한 아파트 모델하우스 실내디자인에 대체로 만족한다고 인식하는 비율이 66.0%로 높았으며 소비자는 아파트를 구매하는데 실내디자인 영향을 크게 받을 것으로 인식하는 비율이 64.0%로 나타났다.

<표 5>실내디자인어 생각하는 소비자의 실내디자인에 대한 인식 (N=50)

인식내용	f	%
아파트 실내디자인에 대한 개인적인 기호나 선호가 뚜렷할 것이다.	22	44.0
아파트 실내디자인에 대한 관심을 가지고는 있으나 아파트 실내디자인에 대한 개인적인 취향과 의견이 뚜렷하지 않다.	19	38.0
트렌드를 반영한 모델하우스 실내디자인에 대체로 만족한다	33	66.0
아파트 실내디자인이 아파트를 구매하는데 큰 영향을 미친다	32	64.0

3. 결론

본 연구의 결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 대부분의 모델하우스 방문객은 디자인 트렌드를 알고 있고 트렌드를 반영한 모델하우스 실내디자인에 대체로 만족하는 것으로 인식하고 있었다. 또한 아파트 실내디자인이 아파트를 구매하는데 큰 영향을 미친다고 인식하는 것으로 나타났다. 뿐만 아니라 아파트실내디자인에 대한 개인적인 기호 및 선호가 분명한 것으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 실내디자인어들에게는 소비자의 트렌드 의식과 디자인 선호에 대한 지속적인 자료가 필요하다고 여겨지며 이를 위해 지속적으로 소비자의 다양한 선호를 조사할 수 있는 프로그램이 요구된다고 할 수 있다.

둘째, 실내디자인어들은 실내디자인 트렌드나 소비자의 디자인 선호를 얻기 위해 최근의 트렌드를 소개하는 국내·외 잡지를 주로 이용하고 있었으며 국내에서는 전시회나 박람회를 직접 참관하며, 국외의 자료는 인터넷 자료를 주로 활용하는 것으로 나타났다. 이러한 방법으로 수집된 트렌드나 선호에 관한

정보는 아파트 모델 하우스를 디자인 할 때 주로 거실공간에 대입하는 것으로 나타났다. 이는 디자인 트렌드나 선호 파악을 위해 주택 실내디자인 모든 공간에 대한 조사가 현실적으로 불가능한 경우 거실 공간을 위주로 하는 트렌드나 선호 파악이 효율적이라 할 수 있다.

셋째, 실내디자인 트렌드 검색 후 반영하는 디자인 요소는 마감재료와 마감색상에 반영하는 경향이 높은 것으로 나타나므로 실내디자인 마감재료에 대한 정보 및 검색 프로그램개발의 필요성을 시사한다.

참고문헌

1. 김도원, 패션 트렌드 정보의 소비자 수용, 건국대학교 디자인 대학원 석사학위논문, 2001.
2. 신화경, 소비자 특성별 실내디자인 선호체계 비교 연구, 한국실내디자인학회논문집, 17호, 1998.12.
3. 오찬욱 외, 아파트 실내디자인 다양화를 위한 거주자 선호에 관한 연구, 한국실내디자인학회논문집, 33호, 2003.6
4. 한영호 외, 생활환경 개선을 위한 아파트 실내디자인 데이터베이스 구축 및 소비자 기호 검색 프로그램 개발에 관한 연구, 산업자원부, 2002.

실내디자인의 선호 트렌드 검색 및 반영방법

한영호¹⁾ / Han, Young-Ho
신화경²⁾ / Shin, Hwa-Kyung

시론

- 사회구조와 산업구조의 재편과정에서 개인지향적생활과 개성적생활의 의식변화 확산
- 디자인은 20세기 후반 이후부터 인간 중심의 강성적 패러다임으로 변화
- 실내디자인 분야에서는 다양한 요구를 파악하기 위해 소비자의 기호에 기초한 선호 트렌드 개발에 역점을 둠
- 트렌드는 현대 소비자의 선호경향으로 대로의 산업의 예측을 앞서기므로 더욱더 소비자의 선호 및 요구와 트렌드 분석이 실내디자인 관련 산업에는 필수적인 시점

연구목적

1. 실내디자인인들의 실내디자인 트렌드 정보수집 방법 파악
2. 실내디자인인들의 실내디자인 트렌드 자료적용 방법에 대한 분석
3. 디자인 선호 트렌드 반영여부에 대한 소비자 인식에 관한 실내디자인의 의식 파악

연구방법

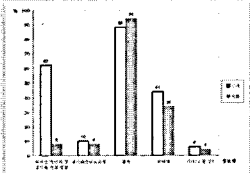
- 조사대상 : 6개의 실내디자인 전문회사에 재직중인 실내디자인 전문가 50명
- 조사내용 : 실내디자인 관련 트렌드 정보를 얻는 방법, 트렌드 적용방법, 트렌드 적용에 대한 소비자 인식 등
- 분석방법 : SPSS 통계패키지를 이용하여 단순분류, 백분율, 교차표

연구결과

1. 일반사항

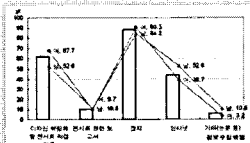
- 실내디자인의 성별 : 여성이 62.0%로 여성이 많이 나타났다.
- 연령 : 20대 후반이 57.1%였으며 30대 이상이 42.9%로 나타났다.
- 디자인 경력 : 최소 1년에서 최대 12년으로 평균 4.9년으로 나타났고 경력 3년인 경우가 16.3%로 가장 많았다.

2. 실내디자인 선호 트렌드 정보 검색

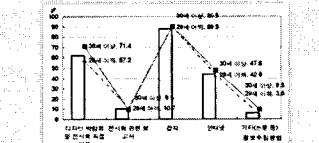


<그림 1> 실내디자인 선호 트렌드 정보 검색

실내디자인 전문가들이 새로운 디자인 선호 트렌드나 정보를 얻는 정보원은 국내 및 국외 모두 잡지를 새로운 디자인 정보나 트렌드 관련정보를 얻는 정보원으로 활용하는 비율이 각각 68.0%, 94.0%로 가장 많았다. 다음으로는 국내의 경우 디자인 박람회 및 전시회를 직접 방문하여 정보를 얻거나 트렌드를 읽는 경우가 62.0%로 많았으며 인터넷을 활용하는 경우가 국내 자료의 경우 44.0%, 국외 자료의 경우 34.0%로 나타났다.



<그림 2> 정보에 따른 실내디자인 선호 트렌드 정보 검색



<그림 3> 연령에 따른 실내디자인 선호 트렌드 정보 검색

-디자이너들이 직접 방문하는 박람회 및 전시회

방문 이유/목적	방문 목적	비율 (%)
전시회 관람	전시회 관람	46.0%
전시회 관람	전시회 관람	48.0%
전시회 관람	전시회 관람	2.0%
전시회 관람	전시회 관람	10.0%

디자인 박람회 및 전시회를 직접 방문하는 경우 국내의 경우는 서울과 지방 디자인박람회를 방문하는 경우가 48.0%로 가장 많았으며 다음으로 경향 현우정비대를 방문하여 디자인 트렌드 정보를 얻는 것으로 나타났다.

-실내디자인의 트렌드 정보원으로 사용되는 잡지류

잡지명	출판국	잡지의 특성	비율 (%)	잡지명	출판국	잡지의 특성	비율 (%)
인테리어	한국	국내건축의 동향과 개성적 공간의 디자인을 소개하는 잡지	70.0	인테리어	미국	1980년대 콘셉트에서 최근의 개성적 공간, 개성적 공간에 대한 소개	14.0
Space	한국	인테리어의 개념과 사례를 중심으로 건축과 인테리어 디자인의 관련 내용을 소개하고 있다	22.0	인테리어	미국	주제와 관련된 다양한 정보, 주제, 기사를 바탕으로 장식물과 공간에 대해 소개하고 있다	10.0
인테리어	일본	실내디자인의 동향과 개성적 공간의 디자인을 소개하는 잡지	48.0	인테리어	미국	이러한 최고의 가구디자인 전문지로서, 가구인테리어를 포함하여 모든 생활용품에 대한 소개를 하고 있다	6.0
인테리어	한국	국내건축의 동향과 개성적 공간의 디자인을 소개하는 잡지	12.0	인테리어	미국	1980년대 콘셉트에서 최근의 개성적 공간, 개성적 공간에 대한 소개	10.0
인테리어	미국	1980년대 콘셉트에서 최근의 개성적 공간, 개성적 공간에 대한 소개	10.0	인테리어	미국	주제와 관련된 다양한 정보, 주제, 기사를 바탕으로 장식물과 공간에 대해 소개하고 있다	2.0
인테리어	미국	주제와 관련된 다양한 정보, 주제, 기사를 바탕으로 장식물과 공간에 대해 소개하고 있다	14.0	인테리어	미국	이러한 최고의 가구디자인 전문지로서, 가구인테리어를 포함하여 모든 생활용품에 대한 소개를 하고 있다	2.0
인테리어	미국	이러한 최고의 가구디자인 전문지로서, 가구인테리어를 포함하여 모든 생활용품에 대한 소개를 하고 있다	2.0	인테리어	미국	주제와 관련된 다양한 정보, 주제, 기사를 바탕으로 장식물과 공간에 대해 소개하고 있다	2.0
인테리어	미국	주제와 관련된 다양한 정보, 주제, 기사를 바탕으로 장식물과 공간에 대해 소개하고 있다	12.0	인테리어	미국	이러한 최고의 가구디자인 전문지로서, 가구인테리어를 포함하여 모든 생활용품에 대한 소개를 하고 있다	8.0

실내디자인이 트렌드 정보원으로 사용하는 잡지종류는 국내 것으로 월간인테리어가 가장 많이 이용되었으며 일문, 이데리, 내일잡지 등의 월간 잡지류 등이 정보원으로 사용되는 것으로 나타났다.

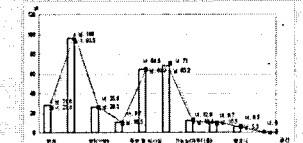
4. 실내디자인 선호 트렌드 반영

-실내디자인시 트렌드 적용 공간

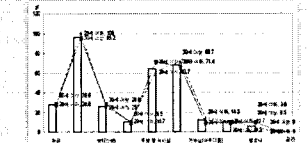
<표 1> 아파트 실내디자인시 트렌드 적용 공간 (N=50)

공간	F	%
현관	14	28.0
거실	8	16.0
방(주방)	13	26.0
방(침실)	5	10.0
주방 및 식사실	32	64.0
복합	34	68.0
기타(화장실)	6	12.0
다용도실	5	10.0
욕조실	3	6.0
기타	0	0.0

*응답 응답 분할임



<그림 4> 정보에 따른 아파트 실내디자인시 트렌드 적용 공간



<그림 5> 연령에 따른 아파트 실내디자인시 트렌드 적용 공간

아파트 실내디자인시 남성은 현관과 거실에 여성은 주방 및 식사실과 욕실에 디자인 트렌드를 더 적용하는 것으로 나타났다.

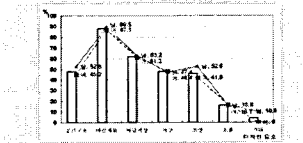
-트렌드 반영시 디자인 요소

<표 2> 트렌드를 반영하는 디자인 요소*

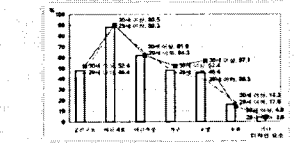
디자인요소	F	%
공간구조	24	48.0
인테리어	44	88.0
마감재질	31	62.0
가구	24	48.0
조명	23	46.0
소품	8	16.0
기타	2	4.0

*응답 응답 분할임

아파트 실내디자인의 계획시 트렌드를 주로 반영하는 디자인 요소로는 마감재가 88.0%로 가장 많았으며 다음으로 마감 색상 62.0%, 공간의 구조와 가구가 각각 48.0%로 나타났다.



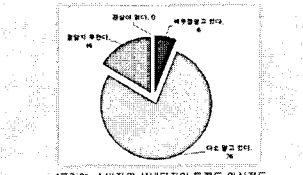
<그림 6> 성별에 따른 트렌드를 반영하는 디자인 요소



<그림 7> 연령에 따른 트렌드를 반영하는 디자인 요소

트렌드를 반영하는 디자인요소로는 남성은 공간구조, 마감재에 여성은 가구, 소품 등에 더 많이 반영하는 것으로 나타났다.

4. 실내디자인이 생각하는 실내디자인 트렌드 인식도



<그림 8> 소비자의 실내디자인 트렌드 인식정도

- 실내디자인이 생각하는 소비자들은 트렌드 적용에 대해 '이 트렌드를 반영하고 싶다'고 생각하는 경우가 78.0%로 가장 많았으며 '매우 잘 알고 있다'고 생각하는 경우가 6.0%로 나타났다.
- 소비자가 트렌드에 '관심이 없다'고 생각하는 실내디자인은 없는 것으로 나타났다. → 소비자의 트렌드 적용에 대한 인식이 높다는 것을 간접적으로 시사한다고 할 수 있다.

<표 3> 실내디자인이 생각하는 소비자의 실내디자인에 대한 인식(N=50)

인식내용	F	%
아파트 실내디자인에 대한 개인적인 기준이 높을 것이다.	22	44.0
이제는 실내디자인에 대한 관심도가 되고는 있지만 아파트 실내디자인에 대한 개인적인 기준이 높을 것이다.	19	38.0
트렌드를 반영한 아파트 실내디자인에 대한 관심이 높을 것이다.	33	66.0
아파트 실내디자인이 아파트 구매 전에 미리 반영할 것이다.	32	64.0

- 소비자는 아파트 실내디자인에 대한 개인적인 기준이 높을 것이라고 실내디자인은 인식하고 있는 것으로 나타났다.
- 소비자는 트렌드를 반영한 아파트 모델하우스 실내디자인에 대해 만족한다고 인식하는 비율이 66.0%로 높으며 소비자는 아파트를 구매하는데 실내디자인 영향을 크게 받을 것으로 인식하는 비율이 64.0%로 나타났다.

결론

- 대부분의 모델하우스 방문객은 디자인 트렌드를 알고 있고 트렌드를 반영한 모델하우스 실내디자인에 대체로 만족하며 아파트를 구매하는데 큰 영향을 미친다고 인식하는 것으로 나타났다. 뿐만 아니라 아파트 실내디자인에 대한 개인적인 기준이 높을 것으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 실내디자인에 대해서는 소비자의 트렌드의 식과 디자인 선호에 대한 지속적인 자료가 필요하다고 여겨지며 이를 위해 지속적으로 소비자의 다양한 선호를 조사할 수 있는 프로그램이 요구된다고 할 수 있다.
- 실내디자인들은 실내디자인 트렌드 소비자 디자인 선호를 읽기 위해 최근의 트렌드를 소개하는 국내외 잡지를 주로 이용하고 있었으며 국내에서는 전시회나 박람회를 직접 관람하며, 국외의 자료는 인터넷 자료를 주로 활용하는 것으로 나타났다. 이러한 방법으로는 수렴된 트렌드나 선호에 관한 정보는 아파트 모델하우스를 주로 방문하는 고객과 판매처에 대한 정보로 한정되고 있다. 이는 디자인 트렌드나 선호 파악을 위해 주택 실내디자인 모든 공간에 대한 조사나 현 실태조사에 불가한 한 경우 거실 공간을 위주로 하는 트렌드나 선호 파악이 효율적이라 할 수 있다.
- 실내디자인 트렌드 검색 후 반영하는 디자인 요소로 마감재의 마감색상에 반영하는 경향이 높은 것으로 나타났다. → 실내디자인 마감재에 대한 정보 및 검색 프로그램 개발의 필요성을 시사한다.

1) 전일회강, 상명대학교 디자인학부 실내디자인 전공 교수
2) 이서, 상명대학교 생활환경학부 소비자주거전공 부교수