

미술관 활성화를 위한 식음공간 계획연구

A Study on food and beverage space planning for activating gallery

이 민

국민대학교 테크노디자인전문대학원 실내디자인전공

Lee, Min

Dept. of Interior Design, TED, Kookmin Univ.

윤선영

국민대학교 테크노디자인전문대학원 실내디자인전공

Yoon, Sunyoung

Dept. of Interior Design, TED, Kookmin Univ.

• Key words: Food and beverage, Space planning, Gallery

1. 서 론

1-1. 연구의 배경

‘삶의 질’에 대한 관심이 높아지고 문화에 대한 접근 기회가 잦아지면서 독자적 콘텐츠를 가지고 각각의 문화 산업은 자생적 활성화를 위해 노력하고 있다. 그러나 현재의 미술관은 대중보다는 소수를 위한 공간으로 인식되고 있다. 그 결과 대중을 위한 전시, 교육 등의 역할은 소수 일정 규모의 미술관에서만 할 수 있는 일이 되었고, 대중 또한 정보 부족으로 전시 및 문화 활동을 찾지 못해 발걸음을 멀리하는 일이 생겨남에 따라 상호간의 교류 필요성 인식과 그에 대한 해결 방안들이 모색되고 있다. 이에 미술관을 좀 더 쉽게 접하기 위해 ‘먹는다+마신다’는 일반적 행위의 관점으로 미술관의 활성화를 찾고자 한다.

본 연구는 ‘식음’ 행위가 전시 활동에 주는 의미를 살펴보고 그런 행위가 현재 국내에서는 어떤 공간화로 연결되었으며 대중에게는 어떤 프로그램으로 다가갈 미술관 활성화에 영향을 주는지를 살펴본다. 또한 많은 미술관들이 ‘식음’ 행위와 여러 프로그램들로 대중과 가까운 전시 문화 형성으로의 가능성을 모색하고자 한다.

1-2. 연구 범위 및 방법

연구의 지역적 범위는 미술관 밀집지역인 서울의 신사동, 청담동, 인사동, 사간/삼청동, 광화문/시청, 평창동 등의 6곳을 대상으로 하였다. 연구방법은 문헌 연구와 1:1 인터뷰 조사를 바탕으로 미술관 내 식음공간의 차별화 방향을 요소의 특성에 맞추어 분석하였다.

또한 용어 사용에 있어 본 연구에서의 미술관(gallery)은 기관에 등록된 일정 규모 이상의 미술관(gallery)에서부터 소규모의 화랑(gallery)에 이르기까지 전시 행위 일체를 포함하는 모든 공간을 통칭한다.

2. 미술관 내 식음공간의 이해

2-1. 미술관 내 식음공간의 개념과 특성

식음(食飲)공간이란 함은 공간적 성격으로 보아 방문객 편의 시설로 이해되어져 운영에 도움을 주는 시설로 뮤지엄 샵, 세미나 실, 강당, 서점 등과 함께 같은 카테고리에 묶여있다.¹⁾ 그러나 본 연구에서의 식음 공간은 독자적 성격으로 인식하여

좀 더 효과적인 관람 행위를 촉진시키고, 자립적 발전을 통해 미술관의 인지도 향상 등에 영향을 줄 수 있는 공간으로 나타내고자 한다. 따라서 기존의 cafe, cafeteria, restaurant 의 의미를 포함하는 것은 물론, 전시공간과의 관계성을 가지는 문화적인 공간으로 인식될 수 있다.

미술관 내에서의 식음 공간은 휴게 개념과의 부분 집합성을 갖고 있다. 동선에 따른 이동 중간에 갖는 휴식을 취함은 물론, 그 동안의 공감각을 통해 받아들인 여러 내용들을 정리, 체계화하여 다시금 전시에 충실할 수 있게 에너지를 정신적, 육체적으로 충전하는 공간인 것이다.

2-2 국내 미술관내 식음공간의 시장 현황 및 추세

1990년 후반부터 많은 화랑들이 전시공간의 개념을 탈바꿈한 공간을 창출하고 있다. 화랑에 와서 영화나 음악회를 볼 수도 있으며 분위기 좋은 레스토랑이나 카페에서 식사와 음료를 먹을 수도 있다. 이와 같은 문화복합공간으로 거듭나면서, 한국 현대 화랑들의 변화는 1997년 IMF를 겪으면서 극심한 불경기를 극복하는 대안으로 더욱 가속화되고 있다.²⁾

예술의 전당에서는 2004년 리노베이션을 통해 식음공간을 로비에 만들어 공연 시작 전이나 공연이 없는 날 이용 가능케 유도할 방침을 세웠다고 한다. 이는 RED족(Rest, Eat, Drink)을 즐기는 부류의 사람을 칭함)이 증가함에 따라 발빠르게 대응하고 있음이며 고객 체류시간이 늘어 따라 전체 매출 증대도 비례된다는 운영적 측면에서의 검증은 바탕으로 이루어진 것이다. 또한 최근 가족 단위의 여가 활동이 증가됨에 따라 유아 동반 고객 및 젊은 부부를 타겟으로 한 식음, 편의 공간이 크게 늘고 있으며 앞으로의 경쟁력과 편리성을 모두 충족시킬 수 있는 공간만이 살아남을 것으로 전망하고 있다³⁾. 따라서 미술관도 이러한 시대상을 반영하는 마케팅 요소를 도입하여 대중에게 다가갈 필요성이 절실한 시점이다.

2-3 국내 미술관내 식음 공간의 유형

서울 6곳의 미술관 밀집지역에서 미술관들이 식음공간을 가지고 운영하는 정도를 파악하기 위하여, 식음공간이 전시공간과 운영적, 위치적으로 어떤 성격으로 관계를 맺고 있는지를 기준으로 유형을 분류하고 분포를 조사하였다.

2) 민소영, 한국 화랑의 기능과 개선 방안에 관한 연구 p83-84,

경희대미술학과 석사논문, 2001

3) Financial news 2002년 10월 2일자 기사

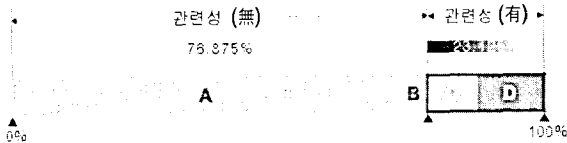
1) 서상우 : 새로운 뮤지엄 건축, CA press, 18 (2002)

[표 1] 미술관내 식음공간의 유형

TYPE	설명	관계
A	미술관 건물에 식음공간이 없으나 주변에 존재	
B	미술관과 같은 건물내에 식음공간 있으나 관계성이 없음	
C	미술관과 같은 건물 내에서 관계성이 있음 (성격, 운영면)	
D	미술관 내부에 식음공간 포함	

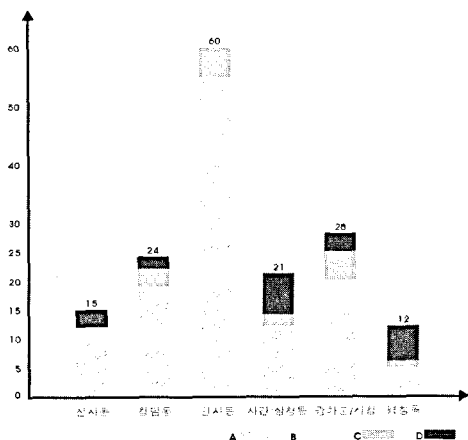
조사결과 미술관 160개 중 46개가 건물 내 식음공간을 포함하고 있었으며 이 중 37개의 식음공간은 성격상 또는 운영상 미술관과 관련되어 있었다.

[표 2] 미술관과 식음공간의 관계성 유무 비율



조사결과 청담동 지역은 A-18개, B-1개, C-3개, D-2개, 신사동 지역은 A-10개, B-2개, C-0개, D-3개로 강남의 경우 전반적으로 식음공간과 미술관의 관계가 적게 나타났다. 인사동의 경우 A-55개, B-0개, C-5개, D-0개, 광화문/시청지역은 A-14개, B-6개, C-5개, D-3개, 사간/삼청동 지역은 A-12개, B-0개, C-2개, D-7개, 평창동 지역은 A-5개, B-0개, C-1개, D-6개로 조사되었다. 미술관과 식음공간의 관계성이 있는 것으로 구분되어지는 TYPE - C, D의 경우 전체의 23.125%를 차지하였다. 신사동, 청담동, 인사동 지역은 평균에 못 미치는데, 특히 인사동의 경우 60개 중 5개만의 식음공간이 미술관과 관련되게 운영되어지는 반면 강북의 사간/삼청동, 광화문/시청, 평창동의 경우는 약 절반에 가깝게 식음공간을 포함하고 있었다.

[표 3] 유형화에 따른 미술관 내 식음공간의 분포



3. 미술관 내 식음공간의 사례분석

3-1. 조사대상 및 내용

현재 식음공간을 통해 활성화되고 있는 미술관의 특성을 알아보기 위해 대표성을 갖는 식음공간 세 곳을 선정, 인터뷰를 통하여 조사하였다. 내용은 미술관과의 연계성을 중심으로 운영형태, 공간활용, 주이용객, 전시와의 관계 등을 조사하였다.

3-2. 비교분석

사례분석의 대상인 토탈미술관, 일민미술관, 가나아트홀의 식음공간은 미술관의 인지도 못지않게 고점적인 이용객 층을 확보하고 있었다. 이들은 형식적으로 미술관의 외주 또는 독립적인 사업체이나 운영상 미술관과 동일한 이미지 형성, 관람시간과 맞는 운영시간 등으로 미술관과 상호보완적인 관계를 형성하고 있다. 초기에 독립적으로 운영하다가 미술관과의 관계를 형성함으로써 식음공간의 매출 증가뿐 아니라 미술관 이용객의 증가 및 미술관의 인지도 향상에도 기여를 하게 된 것으로 조사되었다.

[표 4] 미술관과 식음공간의 관계성 유무 비율

	토탈미술관	일민미술관	가나아트홀
위치	종로구 평창동	세종로	종로구 평창동
식음공간 운영형태	미술관장의 총괄하에 외주 운영	복합적 외주형식으로 상호보완적관계	독립적이거나 미술관과 상호보완적관계
미술관과의 관계	미술관의 이미지와 조화되도록 하며, 전시시간과 관련되게 운영	미술관 이미지에 맞추어 리노베이션 되었으며, 전시시간에 맞추어 운영	미술관과 동일한 이미지를 유지하며, 전시시간과 관련되게 운영
독립적 출입구	있으나 활용도 낮음	있으며 활용도 높음	없음
주이용객	예술관련인	예술관련인	예술관련인
전시회의 영향	고정이용객이 많으며, 전시회의 영향이 크게 미침	전시기간중 이용객이 증가하나, 기본 이용객은 확보	고정이용객이 대부분이며, 전시기간 중 이용객 증가
특이사항	관람을 위해 냄새가 없는 메뉴 운영	학예팀 관할 하에 매달 작품 교환	미술관 개관일 특별세일

4. 결론

미술관의 활성화는 단순히 미술관 프로그램에 국한된 문제가 아니라 이용객의 다양한 니즈에 맞는 복합문화공간으로 변화함으로써 더욱 관객을 개발할 수 있다. 조사한 바에 따르면 식음공간이 미술관과 관련을 가지게 됨으로써 상호간에 시너지 효과를 가져다주었다. 보다 적극적이고 사용자 지향적인 미술관을 위한 방안으로 공간적 특성, 운영성 그리고 사용자 행위를 고려한 식음공간계획 연구를 계속하고자 한다.

참고문헌

- 서상우, 새로운 뮤지엄 건축, CA Press, 2002
- 민소영, 한국 화랑의 기능과 개선 방안에 관한 연구, 경희대미술학과 석사논문, 2001
- Financial news 2002년 10월 2일자 기사