

# 해운대, 자갈치, 요코하마의 워터프런트 지역에 있어서 수변공간의식구조에 관한 연구

\*콘 마사유키, † 이 명권, \* 양동천, \* 안 창수

† 한국해양대학교 해양공간건축학과 교수, \* 한국해양대학교 해양공간건축학과 대학원

## *A study on the comparative awareness survey of waterfront areas in Haeundae, Jagalchi and Yokohama*

*\*Masayuki Kon · † Myung-kwon Lee, \*Dong-Cheon Yang, \*Chang-Su Ahn*

*\*† Division of Architect & Ocean Space, National Korea Maritime University, Pusan 606-791, Korea*

**요 약 :** 본 연구는 워터프런트로서 일본에 있는 요코하마미나토미라이21지구를 대상, 또 한국은 해운대해수욕장, 자갈치시장을 대상을 하였다. 그 3군데를 대상으로 설문조사를 실시하여 인간의 오감을 통한 수변공간의식을 조사하였다. 앙케이트 결과를 보고 이용자의 수변공간의식을 분석을 하였다. 수변공간의식에 대해서는 ‘바닷바람을 느낀다’가 237명 78.7%로 가장 많았고 다음으로 ‘바다가 보인다’가 217명 72.1%, 배가 보인다가 203명(67.4%) 순으로 나타났다. 수변공간의식에 관한 19개의 질문 내용을 각각 인간의 오감(시각, 청각, 촉각, 미각, 후각)과 활동, 시설의 존재와 같은 7항목에 대해 재분류를 실시하여 워터프런트 이용자의 의식을 파악하였다. 그 결과 해운대해수욕장이 후각이 32.3%이고, 자갈치시장이 미각 32.3%과 요코하마미나토미라이21지구는 후각(26.1%)이 수변공간의식에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

**핵심용어 :** 수변공간의식, 인간의 오감, 해운대, 자갈치, 수변공간의 전체적 만족도

**ABSTRACT :** This study intended for Yokohama Minato Mirai21 district in Japan as waterfront, and Korea did an object again in Haeundae on high ground beach, a Jagalchi market. I carried out questionnaire survey in an object with the three places and investigated human waterside space consciousness to keep that I came and went. I analyzed the waterside space consciousness of the user to see a questionnaire result. It was 78.7% of 237 people, and there was much 'which felt the' sea breeze for the waterside space consciousness most, and 'that' which the 'sea was seen next saw 217 72.1%, 'ship appeared by 203 67.4% order. I carried out reclassification for human five senses (sight, hearing, the sense of touch, taste, sense of smell) and activity, seven items such as the existence of the institution by the question contents of 19 about the waterside space consciousness each and grasped the consciousness of the waterfront user. As a result, Haeundae sense of smell was 32.3%, and a Jagalchi market was that sense of smell (26.1%) had an influence on the waterside space consciousness in 32.3% of taste, 21, Minato Mirai, Yokohama district, and sea building on high ground beach appeared.

**KEY WORDS :** users' awareness of waterfront, human's five senses. haeundae, jagalchi, overall satisfaction about the waterfronts

### 1. 서 론

오늘날 워터프런트 개발사업이 전개되고 있다. 지금까지 워터프런트는 주로 물류공간·생산공간으로써 이용되어 중화학공업화를 목표로 하였던 생산기능·유통기능의 거점으로 중요한 역할을 담당해 왔다.

이러한 상황에 있는 워터프런트 개발에 대하여 일본의 대표적인 워터프런트 개발지인 요코하마미나토미라이21지구와 한국 대표적인 워터프런트 개발지 해운대해수욕장을 시작으로 자갈치시장, 한강공원, 인천 등을 대상으로 수변공간의식에

위하여 조사·분석하였다.

### 2. 연구 목적

인간의 오감이라는 것에 주목하여 워터프런트 개발지에 있어서의 수변공간의식과 오감과의 관계를 분석하기 위하여 이번 일 본 요코하마 미나토미라이21지구 일대, 한국 해운대해수욕장 일대, 자갈치시장 일대를 대상으로 앙케이트 조사를 실시한 내용을 분석하였다.

오감을 중심으로 하는 수변공간의식의 동기에 대해서 요코하마미나토미라이21지구, 해운대해수욕장과 자갈치시장이 어떤

타입에 선별되어 어떤 특징을 가진 워터프런트 개발지인가 하는 일에도 초점을 두었다.

### 3. 설문조사대상지의 개요 및 조사 방법

#### 3.1 설문조사대상지의 개요

##### 3.1.1 요코하마미나토미라이21지구

요코하마미나토미라이21지구는 가나가와현에 있는 지역이다. 랜드마크타워나 아카렌가창고나 코스모워드 등이 있다. 면적은 1.86 km<sup>2</sup>(186 ha), 그 중 매립부는 0.76 km<sup>2</sup>(76 ha)이다.

##### 3.1.2 해운대해수욕장과 자갈치시장

해운대해수욕장은 한국의 남부 부산광역시에 위치하고 있다. 해운대는 한국에서도 유명한 관광지이며 1.5 km에 걸쳐서 해변이 계속 이어지는 해운대 해수욕장(해운대 비치)이나 해운대 온천이 있는 해안 일대를 가리킨다.

본 조사의 대상 지역으로서의 자갈치는 한국의 남부 부산광역시에 위치하고 있다. 자갈치는 한국 최대 규모의 해산시장이었다.

#### 3.2 조사방법

조사방법은 한국에서 전국적으로 지명도가 높은 개발지를 조사대상으로 하여 일반적으로 이용 빈도가 높은 8월 하순부터 9월 초순까지, 16세 이상 남녀 이용자를 대상으로 개별 면접법으로 실시하였다. (중략) .....

### 4. 설문조사 결과 및 분석

#### 4.1 각 지역별 수변공간의식 특징

##### 4.1.1 요코하마미나토미라이21지구 수변공간의식 특징

수변공간의식에 대해서는 ‘바닷바람을 느낀다’가 237명 78.7%로 가장 많았고 다음으로 ‘바다가 보인다’가 217명 72.1%, 배가 보인다가 203명 67.4% 순으로 나타났다. (중략) .....

#### 4.2 수변공간의식 일본, 한국 비교분석

3지구 수변공간의식을 비교하면 지역마다 특징을 잡을 수 있다. 여기에서는 일본(요코하마미나토미라이21지구)과 한국(해운대해수욕장, 자갈치시장)을 비교하면 ‘바닷바람을

느낀다’ ‘바다냄새가 난다’는 거의 똑같은 수치를 제시한다. 그리고 ‘배가 보인다’는 일본이 한국보다 30%이상 높다. ....(중략) .....

지역	해운대		자갈치		요코하마		
	응답수	백분율	응답수	백분율	응답수	백분율	
미각	56	6.80	111	15.02	14	0.85	
시각	배가 보인다						
	바다가 보인다	205	24.9	282	38.16	620	37.76
	아파트가 보인다						
	다리が見えます						
청각	바닷새가 울는다	58	7.0	53	7.17	133	8.10
	뽕소리를 듣는다						
촉각	바다바람을 느낀다	251	30.5	114	15.43	273	16.63
	물에 걸쭉할 수 있다						
후각	바다냄새가 난다	129	15.7	75	10.15	152	9.26
	정원(모래, 알갱이) 있다						
온각	배(계류선)가 있다						
	천랑대가 있다	114	13.9	93	12.58	363	22.11
	선착장이 있다						
	보드워크가 있다						
	수목권이 있다						
	현대미술관이 있다						
향각	향기를 맡을 수 있다	10	1.2	11	1.49	87	5.30
	냄새를 맡 수 있다						
합계		823	100.0	739	100.00	1642	100.00

#### 4.3 수변공간의식과 7요인 카테고리 분석

수변공간의식과 인간의 오감에 대한 분석을 하였다. 7요인 카테고리란 시각, 청각, 촉각, 후각, 미각과 같은 인간의 오감과 시설의 존재 및 활동 항목을 추가해 각 요인과 수변공간의식에 대해 분석하였다. .... (중략) ..

#### 4.4 수변공간의식 문제점 분석

수변공간의식 문제점은 3지구를 비교하면 일본 요코하마미나토미라이21지구가 ‘차양시설이 부적하다’, ‘바다가 더럽다’가 24.3%가 된다. 한국 해운대해수욕장은 ‘차양시설이 부적하다’가 41.3%이다. 자갈치시장은 ‘쓰레기가 많다’가 45.4%로 가장 많다. 일본과 한국으로 나눠서 보면 .... (중략) .....

### 5. 결론

본 연구는 일본 대표적인 워터프런트지역 요코하마미나토미라이21지구와 한국 대표적인 워터프런트지역 해운대해수욕장과 자갈치시장을 대상으로 수변공간의식에 대해서 조사·분석을 하였다. 수변공간의식에 착목해서 분석을 하고 3군데 비교, 일본과 한국의 국가별 비교, 종합 비교·분석을 하였다.

그 결과 수변공간의식으로 ‘바닷바람을 느낀다’ ‘바다냄새가 난다’는 거의 똑같은 수치를 제시한다. .... (중략) .....

### 참고문헌

- [1] 綿引好夫 (1994)、博報堂生活総合研究所: 「[五感]の時代」、株式会社プレジデント社
- [2] 川口宗敏、寺島俊二、昆 雅之 (1997)、 「ウォーターフロント開発地における利用者意識の評価構造」、日本沿岸域學會研究討論會公演概要集 No.11
- [3] 川口宗敏、昆 雅之 (1998)、 「ウォーターフロント開発地における利用者の水辺空間意識」、日本沿岸域學會研究討論會公演概要集 No.12

No	카테고리	수변공간의식				평균치			
		요코하마		해운대해수욕장		자갈치시장		일본	한국
		건수	%	건수	%	건수	%	%	%
1	바닷바람을 느낀다	237	78.7	163	81.5	98	49.2	78.7	65.4
2	배가 보인다	205	67.4	56	28.0	81	40.7	67.4	34.4
3	해변(목재, 알갱이) 있다	37	12.3	77	38.5	16	8.0	12.3	23.3
4	바닷새소리를 듣는다	43	14.3	44	22.0	29	14.6	14.3	18.3
5	바다냄새가 난다	152	50.5	129	64.5	75	37.7	50.5	51.1
6	배(계류선)가 있다	71	23.6	34	7.0	47	23.8	23.6	15.3
7	바다가 보인다	217	72.1	106	53.0	100	50.3	72.1	51.7
8	안락할 수 있다	45	15.0	2	1.0	1	0.5	15.0	0.8
9	아파트가 보인다	68	22.6	17	8.5	18	9.0	22.6	9.8
10	천랑대가 있다	25	8.3	6	3.0	16	8.0	8.3	5.5
11	뽕소리를 듣는다	90	29.9	14	7.0	24	12.1	29.9	9.6
12	객산물을 먹을 수 있다	14	4.7	56	28.0	111	55.8	4.7	41.9
13	다리가 보인다	94	31.2	6	3.0	49	24.6	31.2	13.8
14	선착장이 있다	65	21.6	2	1.0	12	6.0	21.6	3.5
15	물에 걸쭉할 수 있다	36	12.0	88	44.0	16	8.0	12.0	26.0
16	바닷새가 보인다	38	12.6	20	10.0	34	17.1	12.6	13.6
17	냄새를 맡 수 있다	42	14.0	8	4.0	10	5.0	14.0	4.5
18	현대미술관이 있다	85	28.2	1	0.5	0	0.0	28.2	0.3
19	관람차가 있다	80	26.6	14	7.0	2	1.0	26.6	4.0
	불명확	1	0.3	0	0.0	1	0.5	0.3	0.3
	합계	301	100.0	200	100.0	199	100.0	100.0	100.0

\* 일반회원, mkplanning@gmail.com 010)9822-3564, sokdown@hanmail.net 016)638-1809 † 교신저자 종신회원, mklee@hhu.ac.kr 051)410-4584