

아파트 상품 디자인 개발을 위한 소비자 트렌드 분석

A Trend Analysis of Consumers for the Development of Apartment Interior Design

박영순* / Park, Young-Soon
김미경** / Kim, Mi-Kyoung

이현정** / Lee, Hyun-Jung
조은숙**** / Cho, Eun-Suk

Abstract

The purpose of this study is to analyze consumer's lifestyle, needs and preferences and design trends for planning of the future apartment interior design. Recently, social change such as computerization, industrialization, pluralism and globalization has been brought lots of changes to modern housing spaces. The meaning of 'Family' and 'Residence' has been diversified by various life-style of modern family. Therefore, the new concept of residence is needed to change for the future housing plans and satisfy their sophisticated needs and preferences considering modern family's lifestyle and life-span.

This research was conducted through the questionnaire-survey, taste style survey by show card, and focus group interview(F.G.I) for investigating consumer's life style and tastes. Through this research, four-types of consumer's lifestyle were classified by analyzing data and special spaces such as family-room, media room, interior planted-space, and men's room were needed to consider interior space planning. This study shows that the planning of storage space, flexible space, livingroom and multi-used space will be more important in apartment interior space.

키워드 : 주거 공간, 생활양식, 고객유형, 트렌드

1. 서론

1.1. 연구의 목적 및 의의

정보화, 탈산업화, 다원화, 세계화로 대표되는 현대사회의 변화는 주택 시장에도 큰 변혁을 가져오고 있다. 특히 여성의 사회 진출이 증가하고 노인 인구가 증대됨에 따라 가족의 생활패턴이 다양화되고 가정 내 남성과 여성의 지위가 평등해지는 등 많은 변화가 나타나고 있다. 이로 인해 가족과 주거 개념은 생활을 수용하는 장소라는 소극적 개념에서 생활을 이끌어가는 적극적 의미로 변화하였다. 즉 현대인의 생활 주기와 생활 양식이 다양화됨에 따라 이를 적절히 수용하는 주택이 필요하게 되었으며, 소비자의 디자인선호 경향은 과거 어느 때보다도 빠른 주기를 통해 다양한 양상으로 나타나고 있다

이에 따라 소비자의 감성과 선호경향을 토대로 현대 사회의 트렌드를 적극 반영한 주택 개발이 필요하다. 또한 제품디자인

환경의 제반 여건이 변화됨에 따라 주택에 사용되는 각종 기기 및 시설의 변화 그리고 발전이 불가피해 졌고 이로 인해 보다 나은 서비스를 제공하는 주택이 요구되고 있다. 동시에 빈번히 발생하는 아파트 개조 행위를 방지하고 이로 인한 경제적 손실을 줄일 수 있는 장수명 아파트의 필요성이 대두되고 있다.

이러한 사회적 변화에 부응하기 위해 아파트 시장은 세분화되고 있으며 소비자는 이전과는 다른 새로운 주택 상품을 요구하고 있다. 이에 각 건설업체는 자사의 고유 브랜드로서 차별화된 아파트를 개발하고자 노력하고 있다. 이러한 과정에서 무엇보다 중요한 것은 소비자의 다양한 트렌드를 종합적으로 파악하여 이를 적극적으로 주택에 도입하는 것이다.

이를 통해 앞서 언급한 시장세분화에 대응하고 개조행위를 방지할 수 있으며, 건설 업체는 고객 만족도를 향상시킬 수 있어 상품 경쟁력을 높일 수 있을 것이다.

이러한 필요성에서 본 연구의 주요 목적은 문헌조사와 시장조사를 비롯한 기초자료 조사와 소비자 설문조사, 기호이미지조사, 집단심층면접조사를 실시하여 소비자의 종합적 트렌드를 파악하는데 있다.

구체적인 연구의 목적은 다음과 같다.

* 정회원, 연세대학교 생활과학대학 생활디자인 전공 교수
** 정회원, 연세대학교 생활과학대학 주거환경학과 박사과정 수료
*** 정회원, (주) 대해건축 디자인 연구소 연구원, 이학박사
**** 정회원, 연세대학교 생활과학대학 생활디자인 전공 석사과정

1) 국내, 외 문헌 조사와 시장 조사를 바탕으로 주택 시장의 새로운 경향과 소비자 요구를 파악한다.

2) 소비자 설문조사, 소비자 기호 이미지조사, 소비자 집단 심층면접조사 등을 통해 주택상품 개발을 위한 소비자의 라이프 스타일, 요구사항, 선호사항 등을 파악한다.

12. 연구 방법 및 프로세스

본 연구는 새로운 아파트 주택상품 개발을 위한 소비자의 종합적 트렌드를 파악하는데 목적이 있다.

이러한 연구목적을 수행하기 위해 문헌 연구방법을 통해 아파트 소비자의 디자인 선호 경향, 라이프 스타일 등을 파악하고 아파트 모델하우스 및 국내, 외 박람회 등의 현장답사를 통해 아파트 디자인 트렌드와 시장 경향을 파악하였다.

또한 아파트 소비자 트렌드의 종합적 파악을 위한 소비자 조사를 실시하였는데, 이 조사에서는 설문조사, 기호 이미지 조사, 집단 심층 면접 조사(F. G. I. : Focus Group Interview)의 세 가지 방법을 함께 사용하였다. 구체적인 연구방법에 대해 살펴보면,

첫째, 설문 조사는 다수의 아파트 소비자를 대상으로 하여 통계적 방법으로 데이터가 처리되기 때문에 공통된 특성을 조사할 수 있어 소비자 트렌드를 조사하기 위한 양적 조사방법으로 사용되었다. 설문조사도구의 구성 및 내용의 타당성을 살펴보기 위해 예비조사를 2002년 10월 25일에서 30일까지 실시하였는데, 이는 현재 아파트에 거주하는 석사학위 이상 전공자 10인이 참여하여, 설문내용의 수정 및 보완되어야 할 내용이 있는가를 살펴 조사도구를 완성하였다.

본 조사는 2002년 11월부터 한달 간 이루어졌는데, 설문조사에서는 소비자의 생활양식, 생활행위¹⁾별 주거공간 사용행태, 선호도, 인테리어 디자인 요소별 반응 평가를 통한 소비자 트렌드의 종합적 파악을 목적으로 이루어졌다. 조사대상은 서울 및 신도시를 포함한 수도권 지역의 거주기간이 1년이상인 주부 총 260명을 대상으로 하였다. 표본은 체계적 유의 할당 표본 추출법으로 추출되었으며, 자료의 처리는 SPSS PC+에 의한

컴퓨터 통계처리로 이루어졌다.

둘째, 기호 이미지 조사(Taste Style Survey)²⁾는 소비자의 기호 타입별 디자인 선호 요소에 대한 정보를 파악하기 위한 것으로 소비자 면접을 통한 보기카드 조사를 통해 실시되었다. 이 조사는 소비자의 주택에 대한 요구사항을 질적으로 파악할 수 있는 정성적 조사방법이다.³⁾ 특히 기호이미지 조사의 장점은 대부분의 디자인 리서치에 있어 조사 결과 분석 및 디자인을 위한 이미지 보드 제작시 제작하는 사람의 주관적 판단이 개입되는 단점을 보완하고, 조사 대상자가 선택한 아이템 샘플을 이용하여 이미지 보드를 작성함으로써 조사결과가 비교적 정확히 표현된다는 장점을 지닌다.

기호 이미지 조사(Taste Style Survey)의 보기 카드는 '단색 칼라, 배색, 소파, 인테리어 분위기, 인테리어 이미지'를 보여줌으로써 다양한 기호 타입을 규명할 수 있도록 제작되었다. 설문조사와 동일한 서울 및 신도시 아파트 거주 주부 260명을 대상으로 면접을 통해 조사되었으며, 자료의 처리는 SPSS PC+에 의한 컴퓨터 통계처리로 이루어졌다.

셋째, 집단심층면접조사(Focus Group Interview; F.G.I)는 설문조사와 같은 양적 조사의 결과를 분석한 후, 이를 근거로 소규모의 소비자 집단의 심층 면접을 통해 이루어졌다. 이 조사 방법은 설문조사가 다수의 대상자를 바탕으로 진행되어 그들의 공통된 특성을 조사할 수 있으나 차별화된 의견 수렴이 힘들다는 단점을 보완하고, 보다 구체적인 심화된 의견을 수렴할 수 있다는 특성을 지닌다. 또한 진행자가 조사대상자를 직접 대면하고 한 주제에 대해 여러 가지 의견을 이끌어내는 과정에서 보다 심화되고 안정된 의견수렴이 가능하다는 장점이 있다.

본 연구에서는 이 조사를 통해 소비자의 주거 내 구체적 생활 행위와 면접에 따른 요구 사항의 차이 등을 세밀하게 파악할 수 있었다. 구체적으로 살펴보면, 설문 조사와 기호 이미지 조사 결과를 근거로 아파트 소비자의 공간 사용 행태, 공간요구사항, 개조사항, 이상적 아파트에 대한 소비자 요구 등에 대한 심화된 의견을 조사하였다. 조사대상은 공간 사용 및 생활양식에 있어 차이를 보일 것이라 예상되는 서울 및 수도권 중소형 아파트(20-39평형)에 거주하고 있는 30-39세 주부로 이루어진 그룹1(총 7명)과 서울 및 수도권 대형 아파트(40평형 이

1)조사된 생활행위는 다음의 54개 행위이며, 각 행위에 대해 그러한 행위가 일어나는 공간과 만족도를 조사하였다: 취침, 낮잠/휴식/샤워, 신문/책읽기, 인터넷 사용, 영수증 정리, 화장/머리 손질, 세수/샤워/용변, 자녀돌보기, 자녀의 공부, 자녀의 컴퓨터 사용, 자녀의 놀이, 자녀와의 대화, 가족회의/담소, TV시청, 라디오/음악감상, 가족식사, 간단한 식사/간식, 중요한 손님접대, 이웃과의 차모임, 내의 탈의, 길옷 탈의, 부피가 큰 음식물의 보관, 박스/신문 보관, 찢어진 옷 정리, 이불 방석 정리, 자녀의 책/장난감 보관, 큰냄비/찜통 보관, 큰상 보관, 청소도구 보관, 스키/골프채보관, 자전거/유모차 보관, 옷소독/바느질, 다림질, 세탁기 사용, 큰 이불 빨래, 작은 손빨래, 빨래 널고 걷기, 세탁전 빨래 분류, 세탁 후 빨래 정리, 음식 만들기, 일반그릇 설거지, 큰그릇 설거지, 야채 다듬기, 식품건조 시키기, 김치 담그기, 쓰레기 분리 보관, 실내운동, 식물 키우기, 걸레 빨기, 빨래 삶기, 곰팡이 제거, 악기 연주, 게임기 사용, 악기 목욕 시키기 등

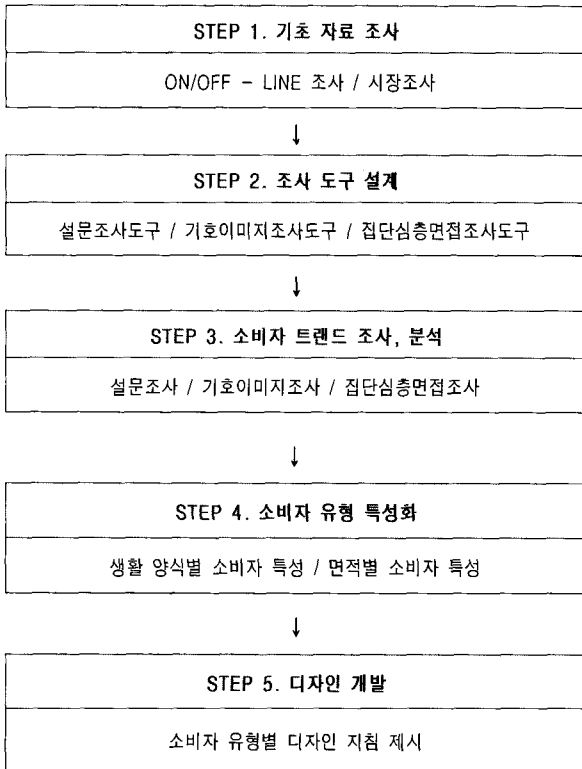
2)기호이미지란 소비자가 지향하는 기호의 근거에 흐르는 이미지를 말하는 것으로, 사람은 대상을 볼 때 다차원적이며 복합적인 이미지가 존재하고, 이를 자신의 평가기준에 따라 판단하고 인지하는 기호이미지가 존재한다. 이때 상품 이미지와 기호이미지의 관련된 요인 특성을 지닌 이미지 척도를 밝혀낼 필요가 있다. 왜냐하면 소비자들은 자신의 생활에서 일관된 이미지로 코디네이티드 생활패턴을 나타내므로 기호이미지와 라이프 스타일을 동시에 추출하여 분류하면 라이프 스타일별로 그 소비자층이 지향하는 기호 이미지를 상품색, 형태, 질감 등으로 등가변환이 가능하고 소비자가 원하는 상품을 만들 수 있기 때문이다 (www.iridesign.co.kr).

3)(주) I. R. I. 디자인 연구소 개발 (www.iridesign.co.kr)

상)에 거주하고 있는 40-54세 주부로 이루어진 그룹2(총 6명)을 그 대상으로 실시되었다.

이 조사는 자동녹음 시설을 갖춘 F.G.I Room에서 담당연구원이 사전에 준비한 가이드 라인에 따라 진행되었으며, 조사 및 녹음 테이프와 녹화 비디오 테이프, 구술 자료에 대한 분석은 2002년 11월 4일-11월 18일에 이루어졌다.

이와 같은 세 가지 연구방법은 아파트 소비자의 트렌드를 양적, 질적으로 보다 세밀하고 심도있게 파악하기 위해 실시되었고, 구체적인 연구의 프로세스는 다음 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구의 프로세스

2. 주택시장 조사 및 분석

2.1. 조사 개요

최근의 아파트 디자인의 경향을 파악하기 위해 문헌조사와 시장조사를 실시하였다. 문헌조사는 주택관련 연구논문 및 정기간행물, 주요일간지 및 주택관련 인터넷 주요 사이트 검색을 통하여 이루어졌고 시장조사는 아파트 모델하우스와 국내의 박람회⁵⁾에서 나타난 주택 디자인 경향을 분석하였다. 조사기간은 2002년 8월부터 10월의 2개월에 걸쳐 이루어졌으며, 서울시에 분포된 모델하우스 및 견본 주택⁴⁾의 현장답사를 통한 조사로

4)조사대상이 된 모델하우스는 LG 이지빌, 두산 위브 센티움, 삼성 Apus, 성우 오르시메, 현대산업개발 아이파크, 금호 베스트빌, 동부센트레빌, 현대 홈타운, SK 리더스 뷰, 타워팰리스 등 총 10 곳이다.

이루어졌다. 국내, 외 박람회 시장조사는 2001년 이후 국내, 외의 주택관련 박람회⁵⁾를 대상으로 하여 사진 자료 및 카달로그, 기타 자료를 통한 분석으로 이루어졌다.

2.2. 조사결과

문헌 조사의 결과 나타난 아파트 거주자의 공간 선호 경향은 가족 공동공간의 중요성 강화, 프라이버시 강화, 기능화/지능화, 가변화, 고급화, 다양화로 나타났다. 즉, 거실이 가족 중심의 공간으로 인식되고 가족간의 화합의 장소로서 가족실이 등장하는 경향이 나타나며 가족 공동공간의 중요성이 강화되었다. 공동공간을 중심으로 사적 공간이 양분화되고 현관문 외에 중문을 설치함으로써 프라이버시가 강화되는 경향을 보이고 있었다. 또한 각 실의 수납 기능이 강화되고, 빌트인 일체형의 시스템 가구와 자동화 기기의 수용이 늘어나⁶⁾ 주택이 기능화/지능화되고 있으며 부엌과 식당간의 연결에 있어 개방과 폐쇄의 가변성이 요구되고 있다⁷⁾. 이 밖에도 고급 자재의 사용이 많아지고 맞춤형 가구나 패키지 인테리어의 개념이 등장하여 실내공간이 고급화되고, 휴식, 여가, 오락을 주택 내에서 수용하기 위한 헬스룸이나 취미실 등의 공간이 선호되고, 실내, 외 조경에 대한 관심이 높아지는 경향 등이 나타났다⁸⁾.

현장 조사를 통해 살펴본 최근의 모델하우스 인테리어의 경향은 소비자의 선호도를 반영한 맞춤형 구조의 평면계획이 이루어지고 있으며 호텔식 로비와 이중 현관의 설치로 거주자의 편의와 프라이버시를 향상시키고 공간 확장의 개방형 구조가 나타나고 있다. 또한, 보조 주방, 수납만족 시스템, 빌트인 시스템 등의 설치로 주택 내에서의 가사 효율성을 높이고 있으며 디지털 시스템을 설치함으로써 미래형 인텔리гент 스타일의 아파트를 추구하고 있는 것으로 나타났다.

국내, 외 박람회 시장조사를 통해 살펴본 인테리어 디자인의 트렌드는 새로운 세기에 대한 기대가 인간 중심, 생명과 자연, 환경에 대한 고려와 연결되어 기능적 견고성, 장식성의 강조, 다양성을 내포한 절제된 마감재 선택 등으로 나타났다.

3. 소비자 트렌드 조사 결과

설문 및 기호 이미지 조사는 강남 및 강북에 거주하는 경우

5)조사대상이 된 국내, 외 박람회는 2001년과 2002년 개최된 국내의 리빙 디자인 페어, 경향 하우스경 페어, 국외의 웰튼 가구박람회, 밀라노 가구 박람회 등이며 조사방법은 현장답사에서 얻은 사진자료와 카달로그 자료분석 등을 통해 이루어졌다.

6)박영순 외, 거주자 디자인 선호에 따른 아파트 가구디자인 개발연구·한국실내디자인학회 논문집 22호, 2000.

7)이선비·이연숙, 주부들이 원하는 아파트 실내공간의 평면구성에 대한 연구, 한국실내디자인학회 논문집 17호, 1998.

8)박혜숙·윤정숙, 생활양식에 따른 실내디자인 선호유형·한국실내디자인학회 논문집 27호, 2001.

가 각각100명, 신도시인 분당과 일산에 거주하는 경우가 60명, 합계 260명을 대상으로 조사되었는데, 응답자의 연령은 36-45세가 전체의 38.8%로 가장 많았고, 거주 아파트 평형은 40평형 미만이 54.2%, 40평형 이상이 45.8%를 차지했다. 학력은 고졸 이상이 69.2%였으며 직업은 사무직이 9.2%, 판매/서비스직이 11.9%로 가장 높게 나타났다. 월수입의 경우에는 200-300만원(28.5%), 300-400만원(33.8%)인 경우가 가장 많았고, 전체의 77.3%가 자가 소유하고 있는 것으로 나타났다. 자녀의 수는 1명인 경우가 18%, 2명인 경우가 67.3%로 나타났으며 자녀의 연령은 전 영역에 넓게 분포하고 있었다.

3.1. 아파트 거주 주부의 생활양식의 분류

아파트 거주 주부의 생활양식을 분류하기 위해 생활의식 관련 18문항⁹⁾에 대한 요인분석을 실시하였다. 그 결과 감성지향요인, 여유로운 생활지향요인, 적극적 활동요인, 편의추구요인, 자기영역 중시요인의 5개 요인으로 분류되었으며(<표 1> 참조), 조사대상자의 생활 의식에서 영향을 미치는 주 요인은 공통변량이 14.877%인 감성지향요인과 12.833%의 여유로운 생활지향요인으로 파악되었다. 추출된 5개 요인을 사용하여 K-means 군집분석을 실시한 결과, 다음의 <표 2>와 같이 4개의 집단으로 분류되었다.

<표 1> 생활의식에 관한 요인분석 결과

요인(고유치)	조사문항(요인부하량)
감성지향요인 (2.678)	유행을 빨리 받아들이는 편이다.(719) 방안의 가구나 장식물의 위치를 자주 바꾸는 편이다.(615) 가전제품은 전기소모량보다는 디자인을 보고 구입한다.(594) 가시일은 부부가 협력해서 한다.(572) 가격이 비싸더라도 유면 디자인의 제품이 맘을 수 있다.(523)
여유로운 생활지향요인 (2.319)	평소 생활비를 절약해서라도 레저생활을 즐기고 싶다.(792) 취미생활을 하고 싶다.(718) 부엌설비나 요리기구 등을 골고루 갖추고 싶다.(609) 가족의 기념일에는 파티와 선물을 한다.(505) 가족이 함께 외식이나 외출을 자주 하는 편이다.(455)
적극적 활동요인 (1.697)	반상회나 동네의 일에 적극적으로 참여한다.(695) 생활습관이나 전통은 지키고 싶다.(636) 물건을 살 때 여러 정보를 모아 연구한 후 결정한다.(470)
편의추구요인 (1.376)	인스턴트 식품이나 냉동식품을 자주 사용한다.(713) 집에 손님을 초대하는 것을 좋아한다.(543) 여행을 갈 때에는 경치보다 시설이 좋은 곳을 택한다.(481)
자기영역 중시요인 (1.190)	인생에서 최고의 일은 결혼 후 자녀를 양육하는 일이다.(608) 이웃과의 교류보다는 사생활 보호가 중요하다.(584)

각 생활유형별 구성원 특징을 살펴보면¹⁰⁾, 여유추구형은 신도시에 거주하는 비율이 다른 유형에 비해 높고(26.8%), 30대 연령의 구성원이 많으며(54.8%), 25평형 이하에 거주하는 비율(51.2%)과 전세 비율이 다른 유형에 비해 높아(32.9%) 경제적

9)박영순 외(2000)의 거주자 디자인선호에 따른 아파트 가구디자인 개발연구와 박영순 외(1999)의 아파트 거주자의 수납물품조사 및 수납공간연구에서 사용되었던 18가지 항목의 주생활양식 분류기준을 적용하였다.

10)()에 표시된 백분율은 각 유형 구성원 전체를 100으로 보았을 때 해당 항목이 차지하는 비율이다.

수준이 다른 유형에 비해 낮은 편이다. 현실만족형은 서울 강남에 거주하는 비율이 높고(47.1%), 대출 이상의 학력 비율(47.1%)과 자가 소유가 많으며(82.93%) 월수입은 300-400만원이 많은 것으로 나타났다(36.8%). 이에 비해 가정생활 중시형은 강북에 거주하는 비율이 높고(47.6%), 40대 이상의 연령층의 비율도 다른 유형에 비해 많은 것(65.7%)으로 나타났다. 자기표현형은 경제적 수준이 가장 높고, 타유형보다 직업을 갖고 있는 경우가 많고(31.4%), 40평형 이상에 거주하는 비율이 가장 높고(84.3%) 월수입의 경우에도 400-500, 500만원 이상의 경우가 다른 유형에 비해 많은 것(42.9%)으로 나타났다.

<표 2> 생활양식의 분류

유형(사례수/백분율)	특성
여유추구형 (82 / 31.5)	여가에 대한 투자에 아낌이 없는 적극적 행동 유형 생활비를 절약해서라도 레저생활과 취미생활을 하고 싶고, 가족과의 외식이나 외출, 기념일에 선물 등 생활의 여유로움을 추구하는 생활 유형경제적 수준이 상대적으로 낮은 젊은층
현실만족형 (70 / 26.9)	현재의 행복과 편안함을 충분히 즐기고자하는 생활유형 인스턴트, 냉동식품의 이용, 시설 좋은 곳으로 여행 등 생활의 편리함을 추구하며, 유행 등에도 관심이 많고, 여가생활에도 아낌이 없는, 현재 자신이 있는 바로 이곳, 이 시간의 행복을 즐기는 생활유형 고학력의 젊은층
가정생활 중시형 (38 / 14.6)	폭넓은 교류보다는 가정안에서 행복을 추구하는 소극적, 폐쇄적인 유형 다양한 교류보다는 자신의 속한 영역 안에서의 안정과 행복을 추구하는 유형으로 가족 특히 자식의 양육에 큰 가치를 두고, 가정 생활의 중심인 집안 꾸미기 등에 관심이 많은 생활유형. 안정된 수입이 있는 중년층
자기표현형 (70 / 26.9)	가정생활에서 주부의 편리함을 도모하고 자신의 의견을 적극적으로 표현하는 유형 물건하나를 사더라도 여러 정보를 모아 연구하여 결정하며, 동네 일에도 적극적으로 참여하고, 집안살림에 편리함을 추구하는, 생활에 있어 자기의 의견을 적극적으로 표현하는 생활유형 경제적 수준이 가장 높은 층

* 사례수 및 백분율의 합계는 260 / 100% 임

3.2. 생활양식에 따른 공간 요구 사항

주거 공간에 대해서는 전반적으로 만족하는 편(평균만족도 : 3.8/5)이었으나 분양시 제공되는 수납공간에 대해서는 대체로 만족하지 못하고 있는 것으로 나타났다(평균만족도 : 2.6/5). 주요 공간의 규모에 대한 순위¹¹⁾를 보면 거실(85%)>주방/식당(54.6%)>부부침실(45%)>자녀침실(50.4%)>기타침실(52.3%) 순으로 나타났다. 모든 유형에서 공통적으로 나타나는 공간 요구 사항은 체계적인 수납공간, 다용도실에 대한 배려, 소비자 요구에 대응하는 맞춤형 설계 등이 있었다.

생활양식에 따른 공간 요구 사항을 살펴보면, 여유추구형은 거실이 낮은 벽이나 아치프레임으로 주방/식당과 분리되고, 주방/식당은 한 공간에 위치하지만 가구, 소품, 커튼 등을 이용하여 시각적으로 분리되는 형태를 선호하였다. 안방은 부부욕실이 연결되길 원하고, 안방의 창문형태는 하부벽이 있는 형태를 선호하는 것으로 나타났다. 또한 가족공용욕실에는 욕조가 설치되고, 부부욕실에는 샤워부스가 설치되길 희망했다.

이에 비해 현실만족형은 거실, 식당, 주방이 모두 분리되는

11)백분율은 전체 응답자에 대한 항목별 응답자의 수를 표시한 것임

형태를 선호하는 비율이 높고 분리 방법 역시 문이나 벽으로 완전 분리되길 원하고 있는 것으로 나타났다. 안방에는 부부욕실의 연결을 희망하였으며 안방창문의 형태는 배란다로 나갈 수 있는 분합문을 선호하였다. 공용욕실에는 욕조, 부부욕실에는 샤워부스가 설치되길 희망하였는데 이는 여유추구형의 경우와 같은 결과로 파악된다.

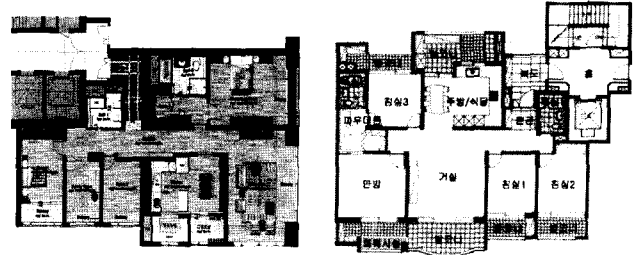
<표 3> 생활양식에 따른 공간요구사항

	여유추구형(%)	현실만족형(%)
거실	거실 분리, 식당, 주방 연결(67.1) 낮은벽, 아치프레임으로 분리(36.6)	거실 분리, 식당, 주방 연결(51.4) 거실, 식당, 주방 모두 분리(25.7) 벽으로의 완전분리 선호(40.0)
식당/주방	한 공간위치 / 시각적분리(51.2)	한 공간위치 / 시각적분리(45.7) 문이나 벽으로의 완전 분리(14.3)
침실	안방+부부욕실 선호(48.8) 하부벽이 있는 안방창문(61.9)	안방+부부욕실 선호(48.8) 분합문 형태의 안방창문(57.1)
욕실	공용욕실:욕조+세면대+변기(45.1) 부부욕실:샤워부스+세면대+변기(51.2)	공용욕실:욕조+세면대+변기(35.7) 부부욕실:샤워부스+세면대+변기(57.1)
	가정생활중시형(%)	자기표현형(%)
거실	거실분리, 식당, 주방 연결(68.4) 낮은벽,아치프레임으로 분리(50.0) 이동가능한 칸막이로 분리(13.2)	거실 분리, 식당, 주방 연결(48.6) 거실, 식당, 주방 모두 분리(26.1) 기구,소품 등을 이용한 분리(34.3)
식당/주방	한 공간위치 / 시각적 분리(42.1) 주부가사관리공간 희망(50.0)	한 공간위치 / 시각적분리(32.9) 낮은벽,아치프레임 분리(24.3)
침실	안방+파우더/드레스실+부부욕실(42.9) 분합문 형태 안방창문 선호(57.9)	안방+파우더/드레스실+부부 욕실(42.9) 하부벽이 있는 안방창문(65.7)
욕실	공용욕실:욕조+세면대+변기(52.6) 부부욕실:샤워부스+세면대+변기(44.7)	공용욕실:샤워부스+세면대+변기(52.9) 부부욕실:샤워부스+세면대+변기(70.0)

* 백분율은 각 유형 구성원을 100으로 보았을 때 각 항목이 차지하는 비율임.
* 전체 구성원에 비해 각 유형이 가지는 차별적 특성

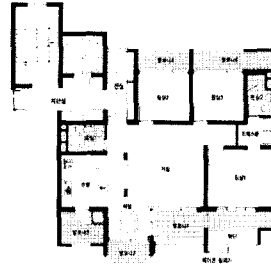
가정생활중시형은 거실이 주방/식당과 분리되길 희망하는데, 이 때의 분리방법은 레일 등을 이용한 이동할 수 있는 칸막이로 분리가 상대적으로 높게 나타나 공간의 가변성에 대한 고려를 해야 함을 파악할 수 있었다(<그림 1>참조). 주부의 가사관리 공간이 설치되기를 희망하는 경우가 많았으며, 이 때에는 식당/부엌과 연결되길 희망하였다. 안방과 파우더/드레스룸, 부부욕실이 함께 연결된 형태를 선호하였으며(<그림 2> 참조), 안방 창문은 분합문 형태를 선호하는 것으로 나타났다.

자기표현형은 다른 유형에 비해 거실 공간의 개조 희망 유형에서 차이를 보였다. 타 유형이 거실 확장 개조를 원하는 경우가 많은데 비해 자기표현형은 공간의 분리나 마감재 교체를 희망하는 경우가 더 많은 것으로 조사되어 이 유형은 면적에 대한 추가 요구는 없는 것으로 나타났다. 식당과 부엌은 거실과 분리되길 희망하며 식당과 부엌 역시 낮은 벽이나 아치프레임으로 분리되는 형태를 선호하는 것으로 나타났다(<그림 3참조>). 안방 및 기타 침실 모두에 불박이장 설치를 희망하는 경우가 상대적으로 많으며 이미 개조를 했거나 개조를 희망하는 비율이 높게 나타났다. 타유형과 달리 가족공용욕실에도 샤워부스가 있는 형태를 선호하는 것으로 나타났다(<그림 4참조>) 생활양식에 따른 공간 요구 사항을 정리하면 <표 3>과 같다.

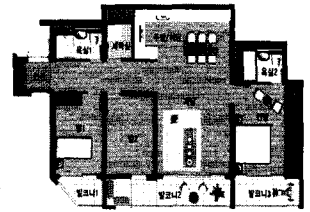


<그림 1> 부산 포스코건설(59py)
거실-주방-식당의 완전분리

<그림 2> 송내현대산업개발(48py)
안방-파우더룸-드레스룸-부부욕실연결



<그림 3> 김해 대우건설(48py)
거실 - 주방의 시각적 분리



<그림 4> 송파 성원건설(55py)
가족욕실에 샤워부스 설치

3.3. 생활양식에 따른 기호 이미지타입

조사 대상자들의 기호 타입은 크게 칼라, 배색, 소파, 인테리어 분위기, 인테리어 이미지의 5개 아이টে으로 분류되었다.

단색칼라는 여유추구형과 현실만족형이 '밝은' 칼라를 선호하는데 비해, 가정생활 중시형과 자기표현형은 '진한' 칼라를 선호하는 것으로 나타났고, 배색은 여유추구형을 제외한 모든 유형에서 '은은한' 배색을 선호하는 것으로 조사되었다. 또한, 자기표현형이 'classic'한 이미지를 선호하는데 비해 다른 유형은 모두 'modern natural'한 이미지를 선호하는 것으로 나타났다. 이 밖에 현실만족형은 '화려한' 소파를 선호했고, '인테리어 분위기에서 가정생활중시형은 '심플한' 이미지를, 자기표현형은 '고급스러운' 이미지를 선호하는 특성을 보였다.

<표 4> 생활양식에 따른 아이টে별 기호타입(%) 각 유형별 항목에 대한 선호도

	칼라	배색	소파	인테리어 분위기	인테리어 이미지
여유추구형	밝은 (32.6)	깨끗한, 선명한 (45.2)	-	-	Modern Natural (25.2)
현실만족형	밝은 (35.5)	은은한 (35.6)	화려한 (30.7)	-	Modern Natural (23.4)
가정생활 중시형	진한 (28.3)	은은한 (38.4)	-	심플한 (24.6)	Modern Natural (35.0)
자기표현형	진한 (30.2)	은은한 (29.2)	-	고급스러운 (32.2)	Classic (35.4)

각 유형별 선호하는 기호 이미지 타입을 근거로 선호하는 인테리어 트렌드를 분석해 보면, 여유추구형은 밝고 연한 칼라와 선명하고 경쾌한 분위기를 선호하며 내추럴 이미지를 기조로 하는 캐주얼 스타일을 좋아하는 것으로 나타났다.

또한 이 유형은 나름대로 자신에게 어울리는 스타일을 만들

어 널 줄 아는 그룹으로 붙박이장 등의 공간절약형 가구와 플라스틱 또는 메탈릭 소재에 대한 선호가 높게 나타났다.

이에 비해 현실만족형은 밝고 연한 느낌의 파랑색 계열에 대한 선호가 두드러졌으며, 퓨전 스타일에 대한 거부감이 없어서 자유로운 믹스매치가 선호되는 것으로 나타났다. 또한 깔끔하고 심플한 인테리어 스타일과 세련되고 모던한 분위기를 선호하였으며, 전체적으로는 차분한 zen(zen) 스타일이나 모던 캐주얼 스타일을 추구하는 것으로 파악되었다.

<표 5> 생활양식에 따른 기호이미지 타입

여유추구형 / 라이트 캐주얼(Light Casual)	현실 만족형 / 쉬크 모던(Chic Modern)
밝고 연한 칼라 선명하고 경쾌한 분위기 내추럴 이미지를 기조로 캐주얼스타일 붙박이장 등 공간절약형 가구 선호 플라스틱이나 메탈릭 소재 이용	밝고 연한 느낌의 파랑색 계열 은은하면서 차분한 분위기 선호 퓨전(Fusion) 스타일에 대한 거부감이 없 어서 자유로운 믹스 매치 선호 깔끔하고 심플한 인테리어 스타일 세련되고 모던한 분위기 선호 차분한 zen(zen) 스타일
가정생활중시형 / 로맨틱 내추럴(Romantic Natural)	자기표현형 / 클래식 엘리건트 (Classic Elegant)
진하고 선명한 느낌의 칼라 차분하고 중후한 느낌의 배색 원목과 같은 천연 소재의 마감재, 가구 로맨틱한 패턴의 패브릭과 장식 선호 편안한 내추럴 이미지 선호	밝고 선명한 느낌의 칼라 은은하면서 엘리건트한 이미지 과도한 장식은 비선호 대중적인 유행보다는 최소성 추구 고급스럽고 클래식한 공간 선호 트렌드보다는 자신의 스타일 유지 우아하고 화려한 분위기 추구

가정생활중시형의 경우, 진하고 선명한 느낌의 칼라와 차분하고 중후한 느낌의 배색을 선호하는 것으로 나타났으며, 천연 소재의 마감재와 가구, 로맨틱한 패턴의 패브릭과 장식품을 조화시킨 편안한 내추럴 이미지의 인테리어 스타일을 선호한다. 자기표현형은 붉은 색 계열의 밝고 선명한 칼라에 대한 선호를 보였으며 은은하면서 엘리건트한 이미지의 배색을 선호하는 것으로 나타났다. 또한 과도한 장식은 좋아하지 않으며, 고급스러움과 기품이 느껴지는 스타일을 선호하는 것으로 나타나 트렌드를 따르기보다는 자신의 스타일을 유지하면서 우아하고 화려한 분위기를 추구하는 것으로 보인다(<표 5> 참조).

3.4. 생활행위에 따른 공간별 요구 사항

설문조사 및 집단심층면접조사를 통해 아파트 주거공간에서 이루어지는 54개 생활행위에 대해 각 행위가 일어나는 공간 및 만족, 불만족을 조사했다. 그 결과 대부분의 생활행위는 상식적으로 예상할 수 있는 공간¹²⁾에서 이루어지는 것으로 나타났으며 생활양식에 따라 특성이 변화되어 나타나지 않는 것으로 조사되었다. 이는 집단 심층 면접 조사의 결과와도 일치하는 경향으로 나타났다.

주거 공간 중 거실은 취침, 휴식, 손님 접대, 자녀 공간, 식사 등 가장 다양한 생활 행위들이 이루어지는 공간으로 나타났

으며, 다용도실은 식생활 관련한 물품의 보관 및 처리, 세탁 관련 행위에 있어서 가장 많이 활용되고 있었다. 물품 보관에 있어서는 창고의 활용이 다소 떨어지는 것으로 나타났는데, 이는 창고의 위치가 대부분 접근이 용이하지 않은 곳에 위치해 물품을 손쉽게 넣고 꺼내 쓰기가 불편하기 때문인 것으로 보인다.

또한 자녀의 활동과 관련된 행위 즉, 자녀 돌보기, 자녀공부, 자녀의 컴퓨터 이용, 자녀의 놀이 등에 있어 불만족도가 높게 나타나 이에 대한 개선책이 필요함을 알 수 있다. 다음의 <표 6>은 특히 불만족도가 높았던 행위에 대해 심층 면접의 응답자들을 대상으로 조사한 결과로서, 가장 많은 불편사항으로서 응답한 경우와 향후의 희망 사항을 정리한 것이다.

3.5. 제 3의 공간에 대한 요구

현재의 주거 공간에는 있지 않으나 새롭게 설치되길 원하는 주거 실내, 외 공간은 다음과 같이 조사되었다. 실내의 테마공간에 대한 선호도를 살펴보면, 가족실, 실내운동실>미디어룸>헬스실>재택근무실>남자만의 공간(흡연, 사색, 독서)>바(Bar) 순으로 나타났으나 그 차이는 크지 않은 것으로 조사되었다.

<표 6> 생활행위에 따른 불편사항 및 희망사항

생활행위	불편사항	희망사항
용변/ 세수/ 샤워	출근시간 동시 사용 곤란	앞베란다 쪽 화장실 설치
컴퓨터 이용	게임 과다 이용과 음란물로 인한 컴퓨터 사용 감시 필요	거실, 주방, 베란다 쪽에 컴퓨터 사용 공간 필요
음악 연주 및 감상	소음 발생으로 인한 이웃 피해	방음 시설된 미디어룸 필요
유모차, 자전거 보관	현관보관 불편 거실 통과 앞베란다 보관	전실 혹은 넓은 현관 필요 개선된 공동자전거보관소
음식 조리	곰국, 튀김, 냄새나는 음식의 조리 불편	보조 주방 설치 (가스 시설과 환기)
손빨래	구부리고 앉는 자세 불편	손빨래용 싱크 필요
에어컨	실외기 설치 장소 및 배선 노출	앞 베란다에 전용 장소

또한, 주민공유공간에 대해서는 대체로 선호하고 있으며, 운동시설, 녹지시설 등의 선호가 높은 것으로 조사되었다. 구체적으로 살펴보면, 운동시설(48.1%)>수영장(45.3%)>공동취미시설(19.8%)>녹지공간(17.3%)>공동채소밭(12.9%)>공동휴게실(15.7%)>자녀독서실(15.9%)¹³⁾의 순으로 나타났다.

<표 7> 설문조사 결과 - 제 3의 공간에 대한 선호도(5점 만점)

실내공간	평균치
미디어룸	3.58
가족실	3.69
남자만의 공간(화장, 머리손질)	2.5
남자만의 공간(흡연, 사색, 독서)	3.25
실내정원	3.69
재택근무실	3.39
헬스실	3.53
BAR	2.77

13)괄호안 %는 각 순위별 전체 응답자 중 해당 항목에 대한 응답 비율임

12)예를 들어, 취침은 침실에서, 식사는 식당에서 가장 많이 이루어지는 것으로 조사된 내용을 말한다.

제 3의 공간에 대한 요구는 설문지에 제시된 모든 보기에 대해 거의 고른 선호를 보이고 있었으며, 생활양식에 따른 별다른 차이가 나타나지는 않았는데, 이는 공간자체에 대한 조사 대상자의 인식이 부족한데서 기인한 것으로 보인다. 따라서 집단 심층 면접 조사에서는 각 공간에 대해 부연 설명을 실시한 후, 각 공간의 선호도에 대한 질문을 실시하였다. 이에 대해 응답자들은 실내공간 중 헬스실, 미디어 룸, 재택 근무실을 가장 많이 원하고 있었으며, 실외공간은 자녀독서실이나 녹지공간, 운동시설을 희망하는 경우가 가장 많았다(<표 8> 참조).

집단 심층 면접 조사의 결과가 설문 조사 결과와 차이를 보인 것은 전자의 경우, 면접 대상자 특정 개인의 선호 경향이 조사결과에 더 많은 영향을 주었기 때문인 것으로 파악된다.

<표 8> 집단심층면접조사 결과 : 제 3의 공간에 대한 요구

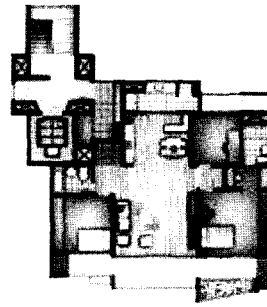
실내공간		주인 공유 공간 / 실외공간	
헬스실	운동기구, 샤워실이 함께 있는 공간, 먼지가 날리지 않고 땀 때 울리지 않는 전용공간	자녀독서실	단지 내 자녀들이 공부할 수 있는 전용 공간 필요 공부 외에 영화관람 등 문화활동 병행
미디어룸	공부, 컴퓨터 이용 및 비디오, 오디오 감상을 할 수 있는 공간	녹지공간	공동 채소밭 등에 대한 요구
재택 근무실	조용하고 먼지가 날리지 않는 주부 전용공간 필요 자녀의 컴퓨터 사용을 감시할 수 있는 별도 공간	운동시설	조깅 및 자전거 전용 코스 마련, 주민이 모두 이용할 수 있는 시설이 마련된다면, 이용료가 절약되고 이웃과 친목도모 가능

3.6. 면적에 따른 요구사항

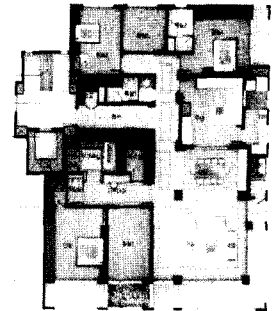
생활양식에 따른 거주자의 다양한 요구사항을 기초로 이러한 요구 사항이 면적에 따라 어떠한 변화를 보이는가를 알아보기 위하여 아파트 거주자를 거주 전용면적에 따라 60㎡ / 85㎡ / 115㎡ / 165㎡으로 분류¹⁴⁾하고 이에 따른 변화를 조사하였다.

전용 면적이 60㎡ 내외의 아파트에 거주하는 응답자들은 소형 평형임에도 불구하고 3bay를 원하고 있었으며, 자녀실의 규모를 우선적으로 고려할 것을 희망하는 것으로 나타났다. 이 경우 늘어난 자녀실의 면적만큼 규모가 줄어들어 되는 공간으로는 거실 공간을 선택하는 경우가 많았고, 절대적 수납공간이 부족하므로 각종 수납행위와 관련된 공간을 원하고 있는 것으로 조사되었다. 또한 공간 구성 방법에 있어서는 거실은 분리되고 식당과 주방이 연결되길 희망하였으며 세면기 또는 변기가 분리된 욕실의 형태를 원하는 것으로 나타났다(<그림 5, 6> 참조)

14)주택 면적은 현재 분양되고 있는 아파트의 전용 면적에 대한 일반적인 분류를 기준으로 한다(월간 현대주택 2002. 4).



<그림 5> 해운대 동부건설(39py) 주방/식당의 연결, 거실분리



<그림 6> 서초 포스코건설(60py) 수납공간 확장, 세면대-변기 분리

<표 9> 면적에 따른 요구사항

60㎡	85㎡
3bay 희망(38%) 자녀실 규모 우선 고려(27%) 절대적 수납공간 부족(30.3%) 거실분리, 식당/주방 연결 희망(27%) 세면기 또는 변기분리 희망(22%)	3bay 희망(12.1%) 자녀실 규모 우선 고려(22%) 부피가 큰 물품 수납 고려(34.1%) 침실2, 침실3 규모 확장 요구(42%) 자녀 동성일 경우 침실2개 희망 아일랜드형 보조식탁/작업대 희망
115㎡	165㎡
가변형 벽체 : 거실, 식당/식당, 주방(19.6%) 자녀컴퓨터 사용 공간 필요(23.1%) 공용욕실과 부부욕실 : 샤워부스 희망(12.1%) 개선된 자전거 보관장소 요구 침실1 축소 / 침실 2, 3, 4 확대	공용욕실과 부부욕실 : 샤워부스희망(15.2%) 아파트 1층세대 : 전원주택 분위기 어린이 놀이터 : 동과 떨어진곳 위치 원목마루 유지관리 성능 향상 주방상부수납장 : 장식장으로 대체

* 괄호안 %는 면적별 전체 응답자 중 해당 항목에 대한 요구 비율

* %가 표시되지 않은 항목은 집단심층면접조사에서 나타난 요구사항임

전용 면적 85㎡ 내외의 아파트에 거주하는 응답자들은 60㎡형의 경우와 같이 3bay형태와 자녀실 확장을 원하고 있었으나 이 때 줄어들어도 되는 공간으로 안방을 선택하는 차이를 보였는데, 이는 전용면적 60㎡ 아파트는 자녀실 뿐 아니라 안방 면적 또한 충분하지 않아 안방 공간 역시 줄어들 수 없기 때문에 부득이 거실 공간을 선택한 것으로 보인다.

전용면적 85㎡형에서는 부피가 큰 물건의 수납 공간을 원하는 경우가 많아 60㎡형보다는 수납 공간이 확보되었음을 알 수 있었다. 또한 이 유형에서는 아일랜드형의 보조식탁이나 작업대를 희망하는 경우가 매우 높아 작업의 효율성을 확보해 줄 필요가 있을 것으로 사료되며 자녀가 동성일 경우 전체 공간의 침실을 2개로 할 것을 요구하는 경우도 있었다.

전용면적 115㎡형의 경우에는 거실과 식당 또는 식당과 주방 사이에 가변형 시스템 설치를 희망하는 경우가 많았으며 개선된 자전거 보관장소와 자녀 컴퓨터 사용에 필요한 공간을 원하는 경우가 많았다. 이 유형에서는 인테리어 스타일에 있어 낭만적이고 여성스러운 이미지를 원하는 경우가 많아 장식이나 디테일에 대한 고려가 필요한 것으로 분석되었고, 안방을 축소하고 다른 침실을 확장할 것을 요구하는 경우가 많아 이 면적대의 안방이 충분한 면적을 확보하고 있음을 알 수 있었다.

전용면적 165㎡형의 경우에는 실내에서의 공간적 요구 사항

보다 단지 내 환경이나 인테리어 마감재에 대한 요구가 많아 이 유형의 응답자들은 주거내의 공간 면적이나 구성 부분에서는 거의 만족하고 있는 것으로 보인다. 특히 이 유형에서는 전원주택의 분위기를 위해 아파트 1층 세대의 특수화를 요하는 경우가 있고, 어린이 놀이터의 경우 소음 발생 등의 이유로 주거동과 멀리 떨어진 곳에 위치하길 희망하고 있어 응답자들의 가족 구성이나 연령대를 알 수 있게 한다. 또한 주방 상부 수납장을 장식장으로 대체하기를 희망하는 경우가 있었는데, 이로 미루어 이 면적대에서는 수납공간이 이미 충분히 확보되었음을 알 수 있다. 전용 면적에 따른 거주자의 요구사항은<표 9>와 같다.

4. 결론

본 연구는 급변하는 주택시장의 변화된 환경에 부응하고 소비자의 라이프 스타일과 선호디자인 경향 등에 기반한 아파트 상품개발을 위해 소비자 트렌드를 분석하기 위한 것으로 문헌조사, 현장답사, 소비자 조사 등을 통해 나타난 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 문헌조사와 현장답사 결과, 최근의 아파트 모델하우스 경향은 맞춤형 주택, 호캠티 로비 설치, 이중현관 설치, 보조주방 설치, 부부욕실 설치, 공간확장의 개방형 구조, 수납만족 시스템의 도입, 디지털 시스템의 도입, 빌트인 시스템의 도입 등으로 나타났다.

둘째, 소비자 설문조사 결과, 서울 및 신도시 아파트에 거주하는 주부의 생활유형은 여유주구형, 현실행복형, 가정생활중시형, 자기표현형의 네 가지로 분류되었다.

셋째, 대부분의 주거공간에서 전반적인 만족도가 보통이상으로 나타났으나 각 공간에 제공되는 수납공간에 대해서는 만족하지 못하고 있으며, 공간규모에 대해서는 만족하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 또한 대부분의 주거공간에 있어 불만 사항이 있으나 개조를 했거나 개조희망 비율은 낮게 나타났다.

넷째, 테마공간의 선호도는 가족실, 실내온실>미디어룸>헬스룸>재택근무실> 남자만의 공간 순으로 나타나 가족의 건강과 휴식 등이 선호공간의 주요 테마가 되고 있음을 알 수 있었다.

다섯째, 생활행위와 공간 사용에 대한 분석결과, 거실에서 가장 다양한 생활행위가 이루어지고 있으며, 다용도실의 경우 세탁, 식생활 관련 다양한 생활행위가 이루어지고 있는 것으로 나타났다.

여섯째, 향후 아파트 상품 개발을 위해서는 수납공간 및 거실과 다용도실에 대한 제고, 소비자 요구에 맞는 맞춤형 설계 등의 적용이 고려되어야 할 것으로 판단된다.

이러한 연구결과를 토대로 향후 진행될 연구에 대해 다음과 같이 제안하고자 한다.

첫째, 향후 변화하는 아파트 소비자의 트렌드 파악을 위해 생활양식에 따른 만족도 및 선호사항 등을 평형별, 거주지역별, 외에 다양한 다른 요인으로 접근할 수 있을 것이며, 이러한 결과를 토대로 소집단별 개성을 추구하는 획일적이지 않은 디자인의 개발이 필요하다고 생각된다.

둘째, 아파트 실내디자인의 불만사항 중 면적과 수납공간의 부족 등에 대한 불만이 높게 나타났다. 따라서 앞으로 아파트의 실내공간의 개발에서는 규격화된 면적과 수납공간의 제공에서 벗어나 다양한 디자인이 시도되어야 할 것으로 보이며, 기능적인 내부 수납구조에 대한 체계적 연구도 필요하리라 본다. 또한, 본 연구에서 새롭게 제시된 제 3의 테마공간의 선호이 있어 가족 및 휴식공간의 테마공간 계획에 있어서는 향후 아파트 공간디자인 개발에 있어 새로운 지침이 제시되어야 할 것으로 보인다.

셋째, 아파트 실내공간 디자인에 대한 관심이 증가함에 따라 아파트 디자인은 실내 및 가구, 이외 디테일한 마감 등 다양한 요소들에 대한 통합적 개발이 이루어져야 할 것으로 보인다. 또한 디자인의 관심 증대에 따른 변화 무쌍한 디자인 트렌드이 대한 지속적 연구를 통해 변화 요소는 물론, 지속적으로 나타나는 요소를 파악하여, 향후 아파트 디자인 트렌드를 예측할 수 있는 기초 자료의 데이터 베이스화가 요구된다.

참고문헌

1. 김수진·이영수, 아파트 거주자의 주생활양식에 따른 단위평면 계획에 관한 연구, 한국실내디자인학회 논문집 22호, 2000
2. 김미희·이유미, 소비자 특성에 따른 아파트 실내공간 선호, 한국실내디자인학회 논문집 21호, 1999
3. 이선미·이연숙, 주부들이 원하는 아파트 실내공간의 평면구성특성에 대한 연구, 한국실내디자인학회 논문집 17호, 1998
4. 윤지영, 부산지역 아파트의 실내디자인 특성에 관한 연구, 한국실내디자인학회 논문집 32호, 2002
5. 박혜숙·윤정숙, 생활양식에 따른 실내디자인 선호유형, 한국실내디자인학회 논문집 27호, 2001
6. 한영호·신화경·정용섭, 소비자 라이프 스타일에 따른 실내디자인 선호특성에 관한 연구, 한국실내디자인학회 논문집 33호, 2002
7. 오혜경·김도연·고급형 아파트의 평면 구성 특성 및 실내디자인 경향, 한국실내디자인학회 논문집 27호, 2001
8. 박영순 외, 거주자 디자인선호에 따른 아파트 가구디자인 개발연구, 한국실내디자인학회 논문집 22호, 2000
9. 박영순 외, 아파트 거주자의 수납물품조사 및 수납공간연구, 연세대학교 주거환경학과, 1999
10. 박영순 외, 재택근무를 위한 주거공간계획 및 가구개발에 관한 연구, 연세대학교 주거환경학과, 1997
11. 박영순·안수연 외, 아파트 가구 디자인 개발을 위한 연구, 연세대학교 주거환경학과 & 계원조형예술대학 산업디자인과, 1999
12. 신인호 외, 가구와 공간계획, 연세대학교 생활과학연구소 공간조형연구소, 1999
13. 월간 인테리어, 2002.02-09
14. 현대주택, 2002.04-09
15. 주택저널, 2002.09

<접수 : 2003.10. 31>