

아파트 로열층에 대한 선호도 변화 및 인식 특성에 대한 연구

- 서울 잠실재건축단지 거주자 및 부동산중개업자 설문조사를 중심으로 -

Resident Preference Trends and Perceptions Regarding Royal Floors in High-rise Housing

- Questionnaire Survey from Residents and Realtors of One through Four of the Jamshil Redeveloped Apartment Complexes -

Author 최정민 Choi, Jung-Min / 정회원, 건국대학교 건축대학 주거환경전공 부교수, 공학박사

Abstract Although the term royal floors is broadly used in high-rise housing, it is hard to find any clear scholarly definition of this term or any in-depth study exploring people's perceptions of it. This study reviewed ongoing discussions about concepts and definitions regarding royal floors, collected opinions from high-rise housing residents and realtors about the term, and compared the opinions of these two groups.

First, the statistically analyzed results verified five main factors affecting people's perceptions of royal floors: locational characteristics (i.e., daylight, view, orientation), 2) price characteristics (i.e., premium, price increase level, number of houses on urgent sale), 3) best location of apartment building (i.e., location within a neighborhood, unit size), 4) architectural characteristics of apartment complex (i.e., size of complex, housing type, size options of units), and 5) personal characteristics of respondents (i.e., personal concepts of the meaning of housing, lifestyles). Results from the analysis showed that realtors perceived strong relationships between royal floors and 1) locational and 2) price characteristic factors, while residents perceived strong relationships between royal floors and personal preference as well as three factors from the five identified above: 1) locational, 2) price, and 4) architectural characteristics. Third, in defining royal floors in a building, the past rule of 1/4 is no longer effective. Instead, the rule of 1/n has become more prevalent (i.e., 1/6 to 1/8). Fourth, royal floors can be defined as the 15th to 25th floors in a 30-story high-rise housing structure based on the agreement of 50% of residents and 70% of realtors.

Keywords 아파트 로열층, 층별 효용, 선호도
Royal Floors in Apartment Complex, Utility Value of Floor, Preference

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

공동주택의 로열층은 통상 매매나 분양가 산정에 있어서 그렇지 못한 층에 비해 높게 가격이 평가되는 프리미엄을 가진다. 아파트단지에서 로열층의 여부는 단지내 주동의 위치, 건축물의 구조와 같은 물리적 특성과 더불어 거주자 개인의 선호와 관련이 깊다. 특히, 주동에서 해당 세대가 위치한 층수에 따라 조망이나 일조, 향, 소음 등이 다르기 때문에 결정되는 주거환경의 쾌적성은 로열층 평가에 있어 주요한 영향 요소임에 분명하다.

그런데 로열층에 대한 사회적 인식 또한 사회경제의 변화와 거주자의 라이프스타일 등의 변화에 따라 시기적으로 변화되어 왔다. 예컨대, 1990년대까지만 해도 로열층이라고 했을 때 대개 아파트 주동의 중간층쯤으로 인

식되어 왔다. 그러나 1990년대말 부터 주상복합건물을 중심으로 초고층주거가 도래함에 따라 조망권이 강조되자 로열층의 위치는 수직으로 상승하였다. 최근 일부 조경이 우수한 아파트단지에서는 친환경, 웰빙 등의 트렌드에 편승하여 거꾸로 로열층이 수직으로 하강하는 추세마저 보이는 등 로열층을 둘러싼 범위가 더욱 세분화되고 있는 경향을 보이고 있다.

국립국어원의 표준국어대사전에서는 로열층을 “고층 아파트에서 햇빛이 잘 들고 높지도 낮지도 아니하여 생활하기에 가장 좋은 층을 이르는 말”로 정의하고 있다. 그러나 여기서는 로열층이라고 할 때 로열층 규정의 구성요소에 대한 자세한 설명이 없고 또한 구체적인 범위가 어떻게 되는지 알 수 없다. 이렇듯 공동주택에서 로열층이라는 용어는 일상생활에서 흔히 사용되고 있는 용어임에도 불구하고 아직까지 학술적으로 명확한 개념적 정의나 인식 범위에 대한 심층분석이 시도되지 않았다.

따라서 본 연구에서는 이러한 배경을 바탕으로, 로열층에 관한 개념과 특성을 정리하고, 아파트 거주자와 중개업자를 대상으로 설문조사를 통해 사회일반에서 인식하는 로열층의 평가 구성요소와 범위에 대해 심층적으로 분석한다. 이를 통해 로열층이라는 개념에 대한 실체를 보다 객관적으로 규명하는 것을 연구의 목적으로 한다.

이러한 논의는 공동주택의 계획이라는 측면에서는 로열층 디자인의 차별화 전략 또는 비로열층 디자인의 특성화 계획 등에 있어 기초정보를 제공할 것이며, 부동산 및 감정평가 측면에서는 공동주택 공시가격 평가 또는 분양가 산정 등의 층별 효용지수 평가에 있어 중요한 준거를 제공할 수 있을 것이다.

1.2. 연구방법

본 연구는 문헌고찰과 인터뷰 및 설문조사로 이루어졌다. 문헌고찰에서는 로열층에 대한 개념과 특성, 아파트 가격결정요인을 중심으로 신문기사, 인터넷 온라인자료, 학술자료를 이용하였다. 설문조사에서는 로열층에 대한 인식과 평가, 그리고 인식범위를 중심으로 동일 설문지를 거주자와 중개업자로 응답자 그룹을 나누어 비교분석하였다.

본 연구대상 아파트단지¹⁾는 비교적 근년에 완공된 대규모단지로서 서울 잠실 롯데월드 인근의 서울시 송파구 잠실동 (구)주공재건축1~4단지이다. 이들 단지는 현재 각각 잠실엘스(1단지), 리센츠(2단지), 트리지움(3단지), 레이크팰리스(4단지)로 재탄생하였으며, 단지 전체의 종합 세대수는 17,615세대이다. 이들 재건축사업으로 조성된 단지는 지역의 교육환경(입찬식, 2011)과 주택시장에 큰 영향을 끼쳤다. 연구대상 아파트단지의 개요를 정리한 것이 <표 1>이다.

설문은 2011년 6월말에 일주일간 실시되었는데, 먼저 거주자 대상에서는 단지 관리실(생활지원센터)의 협조를 받을 수 없었던 잠실엘스를 제외한 3개 단지 내 입주자를 대상으로 대면접촉형 조사가 실시되었다. 다음으로 중개업자는 잠실재건축단지 입주세대를 전문으로 하는 인근 부동산중개소를 방문하여 인터뷰조사와 더불어 실시되었다. 거주자 설문 취합 샘플수는 134부이며, 중개업자는 69부이다. 통계분석용 프로그램은 S언어 프로그래밍에 의한 S-PLUS 6.1²⁾을 사용하였다.

1) 보다 일반적인 조사결과를 도출하기 위해서는 전국의 주택 하부시장(sub-market)을 대표하는 공동주택단지를 추출하여 광역적인 대규모 샘플링을 실시할 필요가 있다. 본고에서는 서울 강남 송파구에서 대표적인 하부시장이라고 할 수 있으며, 대량의 부동산중개소가 집결되어 있는 이곳을 본 연구대상지로 선정하였다.
2) 통계분석 중 다차원척도법(MDS)은 R언어(R-package) 및 S-PLUS의 기본 모듈인 'cmdscale()' function을 사용하였다.

<표 1> 설문개요 및 연구대상 아파트 개요

대상자	거주자	중개업자
지역	잠실재건축 단지(엘스, 리센츠, 트리지움, 레이크팰리스)	
유효지역	리센츠, 트리지움, 레이크팰리스	엘스, 리센츠, 트리지움, 레이크팰리스
유효샘플	134명	69명
설문기간	2011.06.21~07.01	
공통 설문내용	설문항목	인구통계학적 특성
	- 로열층에 대한 인식 - 로열층 범위(자유기재) - 비선호 층수 - 로열층 형성 요인 중요도 (13문항) - 층과 관련된 인식 (11문항)	피설문자 특성 주거가치관 (대립적인 개념, 5문항)

2. 로열층의 개념과 특성

2.1. 로열층의 개요

논의에 앞서 본고에서 다음의 용어를 정의하고자 한다. 로열층에서는 단위 주동에서의 층(層; floor)이 키워드이기 때문에, '2개 이상의 층에 걸친다'라는 의미로 층의 범위를 나타내는 '층역³⁾(層域)'이라는 용어를 사용하기로 한다. 이때 층역은 주어진 구간에서 연속성을 갖는다. 층역이 정의되면, 단위 주동 전체의 수직적 높이(층수)에서 해당 층역이 차지하는 비율을 구할 수 있는데, 이를 '층역비율'로 정의한다. 또한 단위 주동에서 최상층 바로 아래층(맨꼭대기층 바로 밑층)을 '차상층'이라고 부르기로 한다.

(1) 로열층의 개념

흔히 '로얄'로도 불리는 영어 'Royal'을 어원으로 하는 이 용어에 대해 표준국어사전에서는 '로열'로 표기하기로 되어 있으므로 '로얄층'은 '로열층'이 바른 표기이다. 앞서 로열층의 국어사전적 의미를 소개하였는데, 사전적 의미에서 아파트 로열층이 되기 위해서는 "절대적 높이('고층아파트에서'), 일조('햇빛이 잘 들고'), 적절한 높이('높지도 낮지도 아니하여'), 쾌적성과 편리성을 갖춘('생활하기에 가장 좋은') 층"으로 규정하고 있다. 다시 말해, 사전적 정의에서는 거주자의 주생활 측면을 강조하여, 자신이 거주하는 층이 일상의 주생활을 영위하기에 가장 좋은 조건을 충족할 때 로열층이 될 수 있음을 나타낸다. 이런 측면에서 본다면 거주자 자신의 선호층이 바로 로열층이 될 수 있다.

그런데 전술한 바와 같이 로열층은 가격 프리미엄을 갖는데, 이는 소유자가 생각하는 주관적 가치와 잠재 수요자의 주관적 가치가 시장에서 가격이라는 객관적 척도로 평가됨을 의미한다. 따라서 사회 일반에서 부르는 로열층의 개념에는 거주자 자신이 갖는 선호층의 범위를

3) 층역은 표준국어사전에는 없는 용어로 본 연구의 편의상 정의한 것이다. 예컨대, 30층 높이의 아파트에서 "층역 11~20"이라고 하면, 11층에서 20층까지의 범위를 지칭하며, 이때의 층역비율은 1/3 이 된다.

초월하는, 공통된 일반의 인식이 존재함을 보여준다.

(2) 로열층의 선호 이유

이렇듯 로열층이 선호되는 까닭은 무엇일까? 몇 가지 이유가 회자되는데, 첫째 로열층은 시세 상승이 빨라 비로열층에 비해 시세 상승폭이 크기 때문이라는 주장, 둘째 상대적으로 아파트 가격이 다른 층에 비해 비싸고 급매물이 적게 나오는 편이기 때문이라는 주장, 셋째 향, 일조, 조망 등이 좋아 실질적으로 쾌적한 주생활을 영위할 수 있기 때문이라는 주장, 넷째 로열층은 사회적 지위나 출세를 나타내기 때문이라는 주장⁴⁾ 등을 들 수 있다. 여기서 첫째와 둘째 이유는 로열층의 가격 프리미엄을, 셋째 이유는 주생활의 가치를, 그리고 넷째 이유는 사회적 인식을 표현하는 것으로 요약할 수 있다.

(3) 로열층의 특성

로열층은 통상 단위 주동에서 수직방향으로 일정의 층역을 이룬다. 앞서 로열층의 사전적 의미가 단위 주동에서 “가장 좋은 층”이라는 정의이므로 가격 프리미엄이 가장 높게 평가되는 층이다. 따라서 하나의 층 또는 층역을 가져야 한다. 그런데도 실제 거래관행에 있어서는 단위 주동에서 로열층이라 부를지라도 층 또는 층역별로 가격은 달라지기도 한다. 즉, 단위 주동에서 같은 로열층이라 할지라도 다수의 층역이 있다는 말인데, 이는 거래당사자의 로열층에 대한 인식범위 또는 선호도와 관련되어 있으므로 매우 상대적이라는 특성에 기인하기 때문이다. 앞서 서술한 바와 같이 대부분이 기피하는 1~2층이 특정 개인에게는 로열층이 될 수 있다. 다만, 사회적 인식이 그렇게 확산되어 있지 않기 때문에, 달리 말해 가격 프리미엄이 없기 때문에 아직은 1~2층을 로열층으로 부르기 힘들다. 이런 측면에서 본다면 로열층은 일반론에 가까운 개념적 특성을 갖는다. 동시에, 로열층은 아파트 수요자의 일반적 선호도와 사회적 인식과 연관되어 있기 때문에 시대성, 즉 사회적 트렌드를 따르기도 한다. 즉, 시대에 따라 로열층의 인식범위나 개념이 달라질 수 있는 개연성을 띠고 있는 것이다. 사회경제적 변화에 따라 유행과 선호도에 변화가 일고 또한 다양화되는 것과 같은 이치이다.

이러한 사회적 변화에 따른 개인 선호도의 다양성은 로열층 인식범위의 다양성, 즉 로열층 층역의 세분화와 인식의 변화를 초래하기도 하였다. 앞서 서술한 바와 같이 과거에 비로열층으로 인식되던 층이 지금은 로열층이 되기도 하고, 또한 건축기술의 발달로 주동의 평균 층수(높이)가 높아지자 실제 로열층의 인식범위도 훨씬 다양하게 변화하였다.

한편, 주동의 수직적 층수에서 선호도가 높은, 즉 단위 가격이 높은 층역을 로열층이라고 부르듯이, 단위 단지

내에서 선호도가 높거나 가격이 높은 주동을 ‘로열동’이라고 부른다. 따라서 로열동에 있는 로열층은 당해 단지에서 가장 높게 평가되는 층(층역)이라고 할 수 있다. 말하자면, 제반의 조건이 일정할 때 로열층이 주동에서의 수직적 ‘높이(층수)’를 주요 척도로 한다면, 로열동은 단지에서 수평적 ‘위치(공간적 접근성)’를 주요 척도로 하는 셈이다.

(4) 로열층의 출현배경

우리나라에서 언제부터 아파트 로열층이라는 것이 태동하였는지 그 출현배경에 대해서는 아직 통일된 정설을 찾기 힘들다. 혹자는 1970~80년대의 부동산투기 바람이 일 때 부동산업자들이 가격 프리미엄을 더 받기 위한 수단으로 로열층을 출현시켰다고 한다.⁵⁾

또 다른 혹자는 아파트 공간의 확실성을 무엇인가를 통해 차별화시키기 위한 수단의 일환으로 로열층을 출현시켰다고 한다.⁶⁾

생각해보면, 우리나라에서 중산층을 대상으로 단지형 아파트가 출현한 것이 1962년의 마포아파트가 효시인데, 이후 1960년대말 상가아파트(대왕상가 아파트, 동대문상가아파트, 낙원상가아파트 등)와 시민아파트(금화, 연희, 창신, 월곡 등)가 출현하였다. 그러다가 1970년대 들어 강남지역이 본격 개발되면서 반포아파트(1972년), 잠실아파트(1975년), 압구정현대아파트(1976) 등 대규모 아파트 단지가 본격적으로 건설되었고, 부동산 투기에 편성하여 ‘북부인’이라는 말도 이 무렵 탄생하였다. 따라서 로열층이라는 용어가 일반화되기 시작한 것도 거의 이 무렵으로 추정된다.

(5) 아파트가격 결정요인과 로열층과의 관계

공동주택의 가격결정에 영향을 끼치는 요인은 무수히 많다. 요인을 분류하면 넓게는 사회·정책적 요인, 좁게는 개별적 요인으로 구분할 수 있다. 개별적 요인의 대표적인 예로는 지역, 단지특성, 용적률, 대표평형, 전용면적 및 서비스면적, 시공사 브랜드 등이 있다. 통상 로열층이 가치의 척도인 가격으로 시장에서 평가되기 때문에, 로열층 또한 이러한 다양한 가격결정요인의 영향을 받을 수밖에 없다.

앞서 로열층 특성에서 볼 수 있듯이 로열층은 수직적 높이를 주요 척도로 하고 있기 때문에 단위 세대의 공간

5) “과거 70~80년대 부동산투기 바람이 불었을 때 일명 ‘딱지’라는 분양권이 거래되면서 좀 더 많은 프리미엄을 받기 위해 북부인과 부동산업자들이 만들어 낸 일종의 작전이다. 그리고 로열층의 프리미엄에 따라 저층의 가격시세가 결정되는 일종의 바로미터로 인식시키기 시작하면서...(중략)”(다음 블로그: <http://blog.daum.net/shhoban/39>)

6) “로열층은 어찌보면 차이를 만들기 힘든 아파트란 한계가 싫어 만들어낸 개념이다. 비록 똑같은 구조, 똑같은 공간, 똑같은 모양새의 주택에 살지만 내 집이 다른 이의 집보다 분명 무엇 하나 나은 점이 있을 거라는 희망이다...(중략)”(네이버 카페: <http://cafe.naver.com/apteriorimage.cafe>)

4) 전상인, 아파트에 미치다, 이출, 2009, p.76

적 위치에 따라 향, 일조, 조망, 통풍, 소음 등에 구속된다. 달리 말하면, 이들 요인이 로열층에 영향을 끼치게 된다. 이 밖에도 단위 세대의 규모(평형), 전용면적 및 서비스 면적비율, 공동주택의 형식(타워형, 판상형), 전체 주동의 높이 등도 영향 요인으로 작용하는 것으로 알려져 있다.

2.2. 로열층에 대한 인식의 변화

로열층에 대한 사회적 인식도 시대에 따라 조금씩 변하여 왔다. 1980년대만 하더라도 소위 1/4법칙에 따라 중간층이 로열층으로 불리었다. 20층 아파트라면 저층의 1~5층과 고층의 15~20층을 제외한 6~14층이 인기가 많았다. 1/4법칙이란, 아파트 1동을 층별로 4등분하여 로열층과 비로열층으로 구분하는 것을 말한다. 예를 들어 20층짜리 아파트라고 하면 6층 이상을 로열층으로 보고 나머지 5층 이하는 비로열층으로 보고 투자대상에서 제외하였다는 것이다.⁷⁾

1990년대 중반 이후 25층 이상의 고층아파트가 일반화되면서 로열층은 중간층 이상의 고층부로 이동하게 되었다. 그 이유는 무엇보다 고층부는 지상에서 발생하는 자동차 등 각종 소음의 영향을 적게 받을 수 있고, 탁 트인 조망이 있어 로열층을 자꾸 위쪽으로 끌어 올렸기 때문이다. 동시에 건설업체들도 한 몫을 했는데, 사람들이 꺼리는 최상층에 다락방 개념의 보너스 공간과 정원 등 추가 시설물을 제공하였다. 이른바 펜트하우스가 최상층에 건설되면서 고층부가 크게 인기를 끌게 되었다.

2000년대 초반 이후 30층 이상의 초고층 주상복합아파트들이 속속 생겨나면서부터 로열층은 더욱 상층으로 옮겨가기도 했다. 고층 아파트 거주가 부의 상징으로 인식되고, 소득 수준 향상에 따라 조망권과 일조권 등을 중요하게 여기기 시작한 사회 분위기가 로열층 변화의 요인으로 작용한 것이다.⁸⁾ 특히 일조와 조망권이 로열층 기준의 중요한 잣대로 작용하면서, 고층부는 로열층의 중심적 위치가 되었다. 고층부 선호 현상은 주로 조망권 확보에 따른 것이지만 고층에 고급 자재와 다락방 등 특별 시설을 추가해 높은 값을 받기 위한 건설업체 추세와도 관련이 있다.



<그림 1> 아파트 로열층 변화추이(출처: 동아일보, 2010.11.2)

7) 부동산뱅크: <http://www.neonet.co.kr>

8) 동아일보: “30층→15층… 초고층아파트 ‘로열층’ 낮아졌다”, 2010.11.02

2000년대 중반 이후 건설사의 차별화 전략과 맞물려 그 동안 주차장으로 많이 사용되던 지상공간이 지하로 옮겨가고, 대신 그 자리가 특화 공원이거나 텃밭 등의 녹지공간으로 탈바꿈되면서 로열층에 대한 생각도 차츰 변하게 되었다. 고층에서는 방해받지 않는 시야의 조망권이 좋지만, 한편으로 저층에서는 아기자기하고 정서적인 안정감을 주는 조경시설을 거실에서 앉아서 감상할 수 있는 점이 높이 평가 받았기 때문이다. 저층이 로열층으로 대접받게 된 가장 큰 이유는 아파트단지 지상공간의 공원화가 꼽힌다. 각 건설업체가 브랜드 마케팅 강화와 웰빙 열기와 맞물려 아파트 단지의 지상 공간에 조경과 운동시설 등 각종 입주민을 위한 시설을 다양하게 설계하면서 저층 부분인 2~7층의 인기가 높아지게 된 것이다. 자동차 주차시설이 지하공간으로 들어가면서 지상공간은 차 없는 조경시설로 소음과 공기오염 등의 걱정이 덜해졌기 때문이다.⁹⁾

2010년을 전후하여 최근에는 로열층에 대한 인식에 있어서도 미묘한 변화가 감지되고 있다. 즉, 일조나 조망권 때문에 중간층에서 고층부 일변도로 수직 이동하던 로열층이 다시 중간층 이하 또는 저층부로 하강하는 형태를 보이고 있다. 그 이유는 다음 몇 가지로 정리할 수 있다. 첫째, 아파트단지 지상공간의 공원화에 편승하여 최근에 분양된 ‘일산 자이위시티’처럼 대규모 아파트단지에 특화된 조경시설로 저층부에서 자연을 즐기려는 수요가 증가하고 있다는 점이다.¹⁰⁾ 둘째, 고층 공동주택에서의 화재 발생¹¹⁾으로 위기상황에 대한 대응능력이 고층부에서는 떨어지자 이에 대한 경계감이 고층부를 기피하게 하는 기폭제로 작용하고 있다는 점이다.¹²⁾ 셋째, 거주자의 주거가치관 및 선호도의 변화로 로열층이 점차 자신의 선호층 개념으로 인식되기 때문이다.

이상에서 1980년대 이후 로열층에 대한 사회적 인식을 대중매체를 중심으로 살펴보았다. 그러나 주의할 점은, 상기에 열거한 로열층에 대한 시계열적 인식 변화를 정리한 내용은 절대적이라기보다는 일련의 트렌드 변화 속에서 감지되는 부분적 관심사를 이슈적인 형태로 정리한 것에 불과하다는 점이다. 왜냐하면, 예컨대 비록 최근에 로열층이 저층부로 이동하고 있다고 할지라도 아직도 적지 않은 사람들은 여전히 아파트 고층부를 로열층으로 인식하고 있기 때문이다.

2.3. 선행연구 리뷰

본 연구와 관련된 국내 기존연구를 정리해 보면 다음과 같다. 먼저, 로열층과 관련이 깊다고 할 수 있는 아파

9) 부산일보: “정원 조망권 2~7층 인기몰이”, 2005.07.07

10) MBN: “아파트 조경의 진화…로열층이 바뀐다”, 2010.4.14

11) 2010년 10월 부산 해운대구 주상복합 아파트 화재

12) SBS뉴스: “로열층, 중간층 이하가 인기”, 2010.11.26

트 층수에 관한 연구이다. 그러나 여기서는 로열층 자체에 대한 내용보다는 층수와 거주자 선호도에 관한 내용이다. 입주자의 거주층수 선호도와 층수 선택 결정요인에 관한 연구(김상호 등, 1994; 윤용기, 2002), 아파트 최상층과 지하1층 차별화계획 도입에 따른 거주자 선호층수에 관한 연구(정예진 등, 2005) 등이 있다.

다음으로, 아파트 가격결정요인에 관한 연구는 매우 많이 진행되어 왔는데, 일조나 조망환경과 가격과의 관계(김남준, 2005; 김성민, 2009), 주거환경 요소(김형돈 등, 2002; 최윤아 등, 2006; 이동일 등, 2010), 용적률(김창석 등, 2002; 정창무 등, 2009; 최막중, 2001), 공동주택의 공간구성(정창무 등, 2008), 아파트 특성(주택산업연구원, 1998) 등과 가격과의 관계에 대한 연구가 있다.

기존 대다수의 연구에서는 소위 헤도닉모형에 의해 아파트가격 결정요인 중에서 시장에서 거래되지 않는 조망, 일조, 쾌적성과 같은 인자들을 화폐단위로 환산하여 그 가치를 평가한 것이 많다. 본 연구와 가까운 연구로는 김상호 등(1994)이 있으나 꽤 오래 전에 수행되었으며, 로열층의 개념적 특성이나 인식범위에 대한 심층분석은 이루어지지 않았다. 또한 거주자 설문조사만 이루어졌을 뿐 로열층 인식과 밀접히 관련 있는 중개업자들에 대한 설문은 동시에 진행되지 못했다.

3. 로열층에 대한 설문조사

3.1. 설문대상자의 인구통계적 특성

(1) 거주자

거주자 응답자의 속성을 정리한 것이 <표 2>이다. 표에서 성별은 대부분 30~40대 여성으로 전업주부인데, 그 이유는 오후 2~6시 단지 내에서 산책하거나 휴식하고 있는 입주자를 대상으로 하였기 때문이다. 가족 수는 3~4명의 부모와 자녀로 구성된 표준가족 세대가 대다수이며, 거주하는 층에 대한 만족도는 대체로 높은 편이었다. 응답자의 자가 및 전세 비율은 거의 같은 비율이었다. 주거가치관은 주거에 대한 대립적인 쌍(pair)의 용어(예, 고층↔저층)를 제시하고 응답자로 하여금 이 중에서 어느 한쪽을 선택하도록 한 것이다. 집계결과를 보면, 대체적으로 도심(85%), 공동주택(82%), 편리성(64%)을 선택하여 교외(15%), 단독주택(18%), 쾌적성(36%)을 훨씬 상회하였다. 그러나 <소유↔임차>, <고층↔저층>에 대한 항목에 있어서는 큰 차이를 보이지 않았다.

(2) 중개업자

성별은 남녀가 거의 같은 비율이며 주로 40~50대층이다. 중개업자라고 할지라도 자신의 직업을 자영업이라고 표기한 사람은 61%, 전문직이라고 표기한 사람은 28%, 기타 순이었다. 가족 수는 거주자 응답과 마찬가지로

<표 2> 설문응답자의 인구학적 특성 및 주거가치관

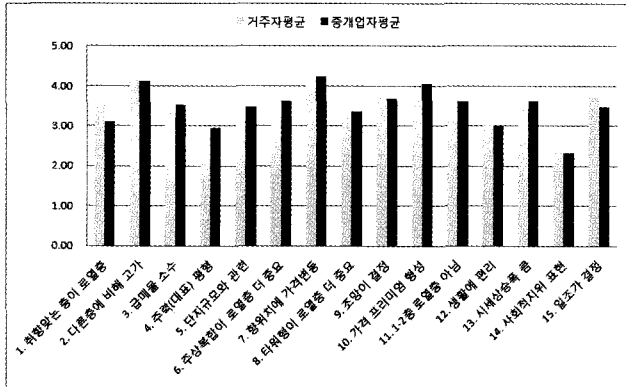
구분	항목	거주자	중개업자	
		빈도(비율%)	빈도(비율%)	
성별	남	1(0.7%)	34(49.3%)	
	여	133(99.3%)	35(50.7%)	
연령	20대	3(2.2%)	-	
	30대	74(55.2%)	2(2.9%)	
	40대	38(28.4%)	23(33.3%)	
	50대	12(9%)	32(46.4%)	
	60대 이상	7(5.2%)	12(17.4%)	
직업	전문직	4(3%)	19(27.5%)	
	회사원	6(4.5%)	-	
	자영업	5(3.7%)	42(60.9%)	
	전업주부	114(85.1%)	2(2.9%)	
	학생/무직	3(2.2%)	-	
	기타	2(1.5%)	6(8.7%)	
가족수	1명	-	3(4.3%)	
	2명	3(2.2%)	8(11.6%)	
	3명	26(19.4%)	19(27.5%)	
	4명	86(64.2%)	33(47.8%)	
	5명	17(12.7%)	5(7.2%)	
	6명	2(1.5%)	1(1.4%)	
세대유형	독신	-	3(4.4%)	
	부부	21(15.7%)	20(29.4%)	
	2세대	105(78.4%)	38(55.9%)	
	3세대	8(6%)	6(8.8%)	
기타	-	1(1.5%)		
층수만족도	매우불만	1(0.8%)	-	
	불만	5(3.8%)	3(4.8%)	
	보통	44(33.1%)	20(31.7%)	
	만족	73(54.9%)	34(54%)	
매우만족	10(7.5%)	6(9.5%)		
주택소유형태	자가	66(49.3%)	46(67.6%)	
	전세	65(48.5%)	18(26.5%)	
	월세/반전세	3(2.2%)	3(4.4%)	
	기타	-	1(1.5%)	
주거가치관	도심-교외	도심	112(85.5%)	53(77.9%)
		교외	19(14.5%)	15(22.1%)
	소유-임차	소유	72(53.7%)	44(65.7%)
		임차	62(46.3%)	23(34.3%)
	공동-단독	공동주택	109(82%)	49(73.1%)
		단독주택	24(18%)	18(26.9%)
	고층-저층	고층	69(53.5%)	32(47.8%)
		저층	60(46.5%)	35(52.2%)
편리-쾌적	편리성	82(63.6%)	39(59.1%)	
	쾌적성	47(36.4%)	27(40.9%)	

3~4명의 부모와 자녀로 구성된 2세대가 많은 한편, 자녀가 출가하여 부부만 홀로 남은 세대도 30%를 차지하였다. 이들도 거주 층수에 대해 대체로 만족하고 있다는 답변을 보였으며 거주자에 비해 자가 비율이 높다. 주거가치관은 도심(78%), 공동주택(73%), 편리성(59%)이 대립 관계에 있는 “교외, 단독주택, 쾌적성”보다 높지만 앞서 거주자 평가에 비하면 낮은 편이다. 소유(66%)에 대한 주거가치관은 거주자에 비해 높으나 <고층↔저층>, <편리성↔쾌적성>에 대한 항목에 있어서는 큰 차이를 보이지 않았다.

3.2. 로열층 관련 기술통계(descriptive statistics)

(1) 로열층에 대한 인식

로열층에 대한 일반적 인식을 15가지 문항으로 정리하여, 항목별로 느끼는 정도를 5점 척도(매우그렇지않다:1점~매우그렇다:5점)로 물어 평균득점을 집계한 것이 <그림 2>이다.



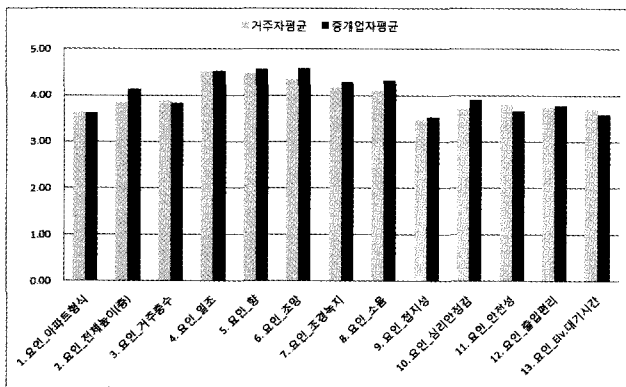
<그림 2> 로열층에 대한 인식의 평균 득점(5점 척도)

설문자의 경우, “2.다른 층에 비해 고가(4.16), 8.향/위치 따라 가격 변동(4.13), 10.가격 프리미엄 형성”의 순으로 답변하였다. 특히, 이들 세 항목은 표준편차도 상대적으로 작아 비교적 통일된 의견을 보였다.

중개업자의 경우, “8.향/위치에 따라 가격 변동(4.25), 2.다른 층에 비해 고가(4.12), 10.가격 프리미엄 형성”의 순으로 답변하였고, 표준편차도 상대적으로 작아 대다수의 의견이 통일되고 있음을 보여준다. 거주자에 대한 평가와 유사하지만 8번과 2번의 응답 우선순위가 뒤바뀌어 있으며, 이들 항목들은 모두 ‘가격’과 밀접한 내용임을 알 수 있다.

(2) 로열층 형성요인의 중요도

로열층 인식 형성에 영향을 끼칠 것으로 판단되는 다음 13가지 요인을 추출하여 위와 마찬가지로 5점 척도에 의한 중요도 평균득점을 알아보았다.<그림 3>



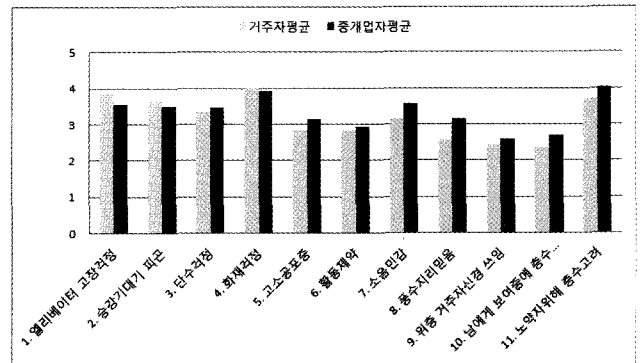
<그림 3> 로열층 형성요인 중요도 (5점 척도)

거주자의 경우, 로열층 형성요인의 중요 요인으로는 일조, 향, 조망, 단지조경, 소음의 순으로 나타났으나 항목간의 평균득점에서 큰 차이는 보이지 않는다. 접지성(지면 접촉)이나 아파트 형식의 요인은 로열층 형성 요인에서 상대적으로 중요도가 낮다고 답변하였다. 반면, 중개업자의 경우에는 미세하지만 조망이 가장 높고 다음으로 향, 일조, 소음 순으로 나타나, 조망이 가장 중시됨을 알 수 있다.

(3) 층과 관련된 인식

아파트 생활에 있어 아파트 높이, 즉 층수와 관련된

일반적 인식에 대해 그 정도를 위와 같은 방식으로 5점 척도로 설문하였다.<그림 4>



<그림 4> 층과 관련된 인식 평균 득점(5점 척도)

거주자의 경우, “4.화재 걱정, 1.엘리베이터 고장에 대한 걱정, 11.노약자위해 층수고려”의 순이며, 중개업자의 경우에는 “11.노약자와 어린이를 위해 층수를 고려, 4.화재 걱정”의 순으로 빈도가 높았다.

한편, 아파트생활에서 가장 꺼려하는 층수(층역)를 물어 보았는데, 거주자 대상에서는 1층(47%), 2~3층(11.4%), 저층(4~9층)(5.3%), 고층(1.5%), 최상층(31.8%)의 비율로 응답하였다. 즉, 절반에 가까운 응답자가 1층을, 30% 약간 넘는 응답자가 최상층 거주를 꺼려하는 것으로 나타났고, 이들 비율의 합은 약 80%에 가까웠다.

반면, 중개업자의 경우 1층(66.2%), 2~3층(7.7%), 저층(4~9층)(1.5%), 고층(7.7%), 최상층(16.9%)의 비율로 응답하였다. 즉, 전체 2/3에 해당하는 응답자가 1층을 매우 꺼려하였으나 최상층은 거주자의 1/2 수준인 17%로 상대적으로 꺼려하지 않는 층으로 인식하는 것으로 드러났다. 다시 말해, 거주자 응답과 비교할 때, 중개업자는 1층에 대한 거부 반응이 뚜렷하고 최상층에 대한 부담은 거주자의 절반에 가까운 수준을 보였다.

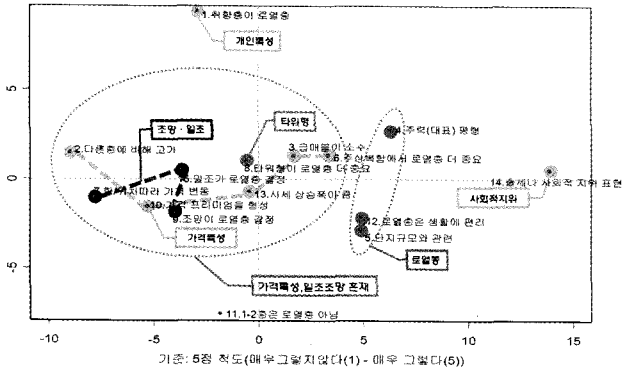
3.3. 다차원척도법에 의한 로열층에 대한 인식

다차원척도법(MDS)이란, 변수들 사이의 거리 또는 비유사성을 측정하여 변수들 간의 관계를 통상 2차원 평면의 정보공간 상에 점으로 표현하여 항목간의 위상 관계를 알아보는 다변량분석 기법중의 하나이다. 본 연구에서 변수들 사이의 거리(비유사성)는 설문항목 5점 척도 득점을 유클리드 거리에 의거하여 모든 쌍에 대해 계산한 행렬이다.

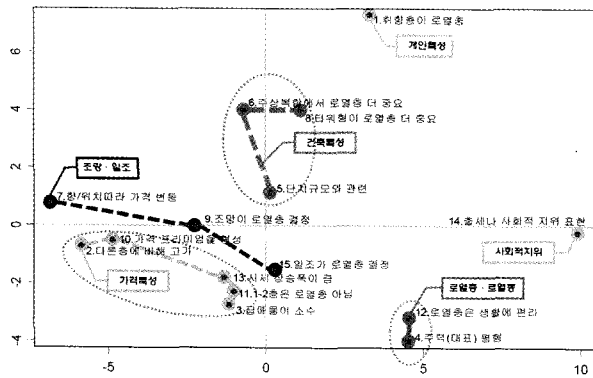
(1) 로열층에 대한 인식

<그림 5>는 다차원척도법(MDS)의 분석결과로, 2차원 정보공간 상에 항목간의 관계가 출력되어 있다. 그림에서 컬러의 원호와 화살표 등은 분석항목 간의 관계에 대한 의미 해석을 돕기 위해 그래픽으로 처리한 것이다.

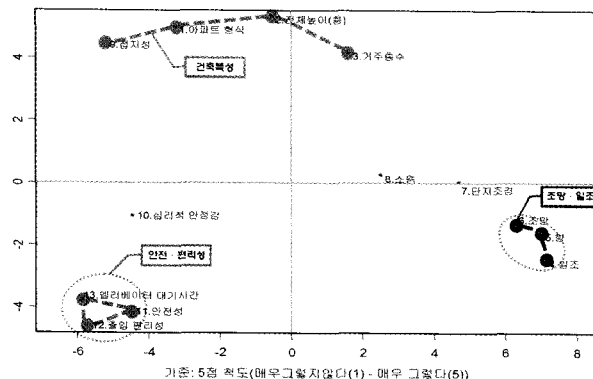
먼저, 거주자 대상의 <그림 5-a>를 보면, 평면상에 가격특성(다른 층에 비해 고가, 향·위치에 따라 가격변동,



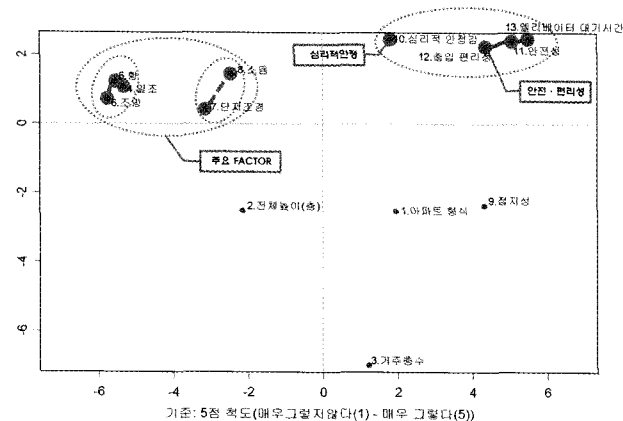
a. 로열층에 대한 인식 - 거주자



b. 로열층에 대한 인식 - 중개업자



c. 로열층 형성요인 - 거주자



d. 로열층 형성요인 - 중개업자

<그림 5> 다차원척도법(MDS)에 의한 항목간의 배치관계

가격 프리미엄 형성)과 조망일조에 관한 항목들(조망이 로열층 결정, 일조가 로열층 결정)이 혼재되어 나타나고 있음을 알 수 있다. 로열층과 로열동에 관한 항목(주력 평형, 로열층은 생활에 편리, 단지규모와 관련)과 사회적 지위에 관한 것(출세나 사회적 지위 표현), 개인특성에 관한 것(취향에 맞는 층이 로열층)은 나머지 항목과 떨어져 비교적 독립하여 위치하고 있다. 이는 거주자 일반에 있어서 로열층에 대한 인식은 조망, 일조를 중심으로 가격 프리미엄이 형성되는 층수가 혼재되어 인식되는 것으로 해석할 수 있다.

다음으로, 중개업자를 대상으로 한 <그림 5-b>에서 왼쪽 하단에 가격특성(다른 층에 비해 고가, 급매물이 소수, 가격 프리미엄을 형성, 시세 상승폭이 큼)이 군집되어 있다. 바로 위에는 조망 및 일조를 나타내는 항목이 배치되어 있다. 즉, 가격특성이 조망 및 일조와 연결되어 있는 반면, 그림 중앙의 건축특성, 오른쪽 하단의 로열층 및 로열동, 사회적 지위, 오른쪽 상단의 개인특성은 비교적 독립하여 위치하고 있다. 이를 통해, 중개업자의 로열층에 대한 인식에는 이들 요소들이 비교적 뚜렷하게 상호 독립하여 있다고 할 수 있다.

(2) 로열층 형성요인의 중요도

마찬가지 방법으로 로열층 형성요인의 중요도에 있어 각 요인간의 관계를 MDS로 출력한 것이 <그림 5-c>와 <그림 5-d>이다.

<그림 5-c> 거주자의 경우, 왼쪽 상단의 건축특성, 왼쪽 하단의 안전·편리성, 그리고 오른쪽 하단의 조망·일조로 형성요인이 뚜렷이 배치되어, 크게 이들 세 가지 특성요인군이 로열층 인식 형성요인에 중요한 요인으로 작용하는 것으로 보인다.

반면, <그림 5-d> 중개업자의 경우, 왼쪽 상단의 향, 일조, 조망과 소음, 단지조경이 주요 요소로 그룹핑되고, 오른쪽에 심리적 안정 및 안전, 편리성이 배치하고 있다.

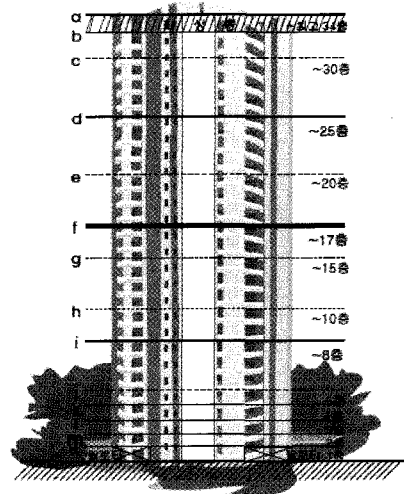
3.4. 로열층 인식범위와 응답자 특성과의 관계

(1) 로열층에 대한 인식범위

로열층에 대한 인식범위를 알아보기 위해 <그림 6>과 같이 이미지를 제시하고, a~n 범위 내에 자신이 생각하는 로열층의 범위를 수직으로 자유롭게 선을 긋도록 하였다. 주동의 층역 간격은, 대상으로 하고 있는 잠실 재건축단지의 주동 최상층 높이가 대부분 30~34층으로 구성되어 있기 때문에 우선 이를 기준으로 1/2, 1/4, ... 등의 범위를 사용하였다. 동시에 상대적으로 셈이 쉬운 층수 카운터를 고려하여 5층, 10층, ... 등의 높이 구분을 추가하여 가능한 다양하고 폭넓은 간격에서 선택이 이루어질 수 있도록 고려하였다.

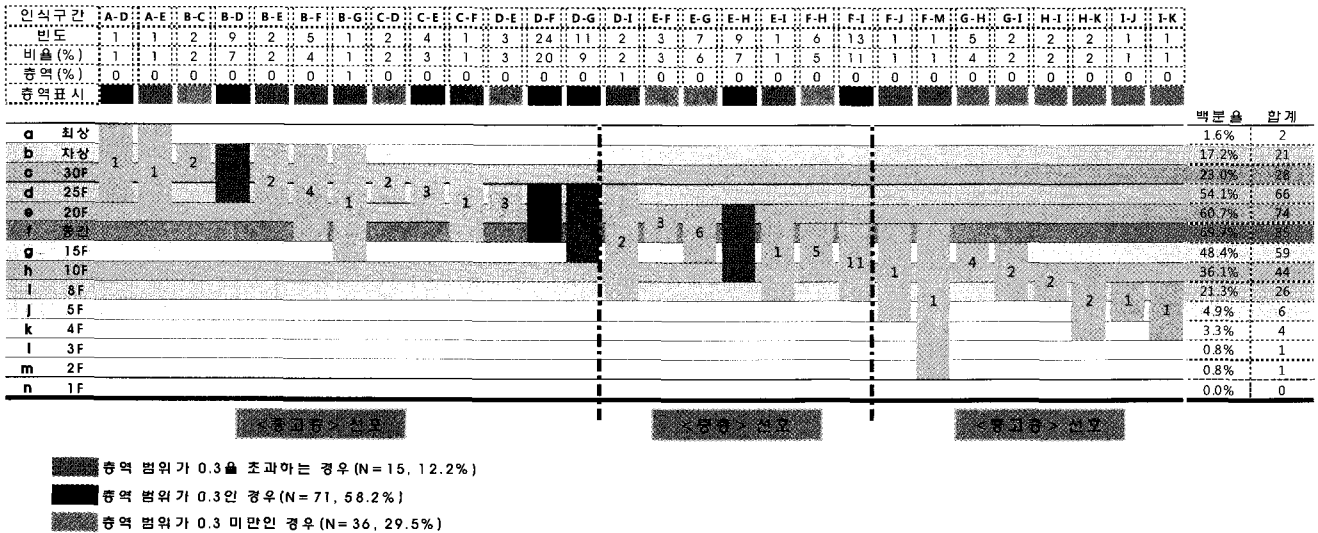
거주자의 경우, 인식구간별 빈도 및 비율을 나타낸 것

이 <그림 7-a>이다. 그림에서 층역별 표기된 인식구간은 [a-d]에서부터 [i-k]까지 28개의 구간으로 분류되었다. 각 구간별 빈도비율에서, 가장 높은 구간은 [d-f](중간층~25층)로 전체의 20%를 차지하며, [d-g](15~25층)는 9%, [b-d](25~차상층) 및 [e-h](10~20층)이 각각 7.4%의 점유율을 보인다. 또한 각 구간별 전체 응답수 대비 점유비율을 나타낸 것이 오른쪽 백분율 및 히스토그램이다. <f.중간층>이 포함되는 비율은 전체의 69.7%로 가장 높으며, 다음으로 <e.20층>이 60.7%를 나타낸다. 따라서 넓게 보면 로열층은 <j.5층이상~b.차상층>의 범위로, 이 구간은 모두 평균 약 5%이상의 지지를 받는 범위이다. 좁게는 <i.8층~c.30층>까지 로열층의 범위를 설정할 수 있으며 이 구간에서는 모두 평균 20% 이상의 지지를 받는다.



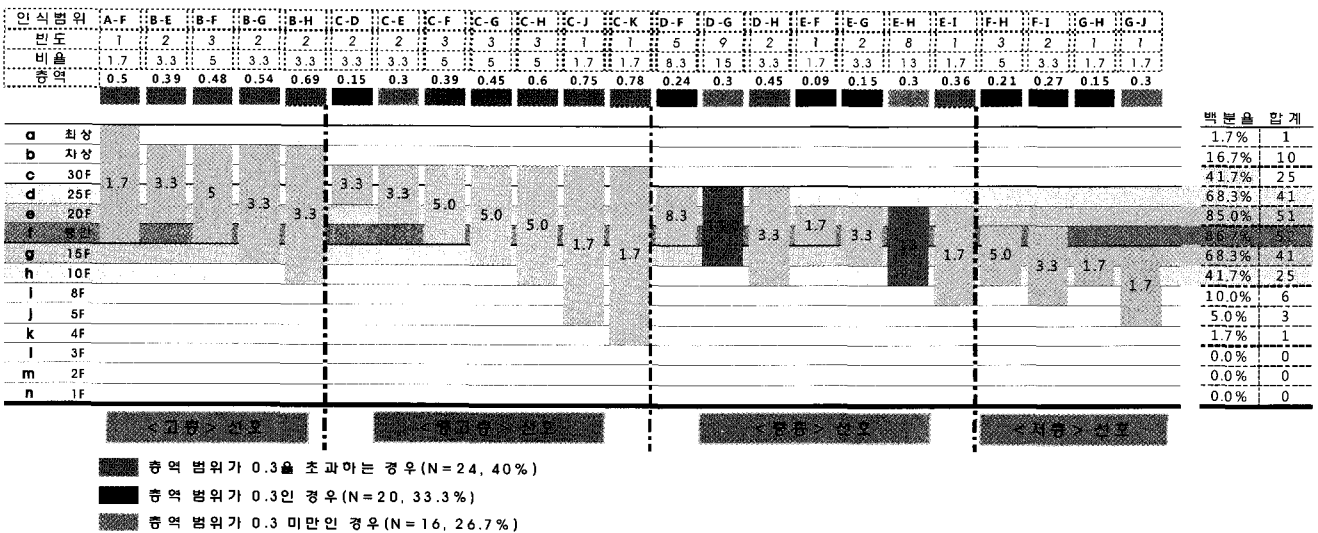
<그림 6> 로열층에 대한 인식범위 예시

층역(넓이) 범위 - 입주자들의 로열층 인식범위 (N=122)



a. 층역범위 - 거주자

층역(넓이) 범위 - 중개업자들의 로열층 인식범위 (N=60)



b. 층역범위 - 중개업자

<그림 7> 로열층 인식구간과 구간별 응답비율

한편, <그림 7-b>의 중개업자의 경우, 층역별 표기된 인식구간은 [a-f]에서부터 [g-j]까지 23개의 구간으로 분류되었다. 샘플수가 적기 때문에 인식구간의 수도 적게 나타난 것이다. 각 구간별 빈도비율에서, 가장 높은 구간은 [d-g](15~25층)로 전체의 15%를 차지하며, [e-h](10~20층)는 13%, [d-f](중간층~25층)는 8.3%의 점유율을 보인다. 또한 각 구간별 전체 응답수 대비 점유비율을 나타낸 것이 오른쪽 백분율 및 히스토그램이다. <f.중간층>이 포함되는 부분이 전체의 86.7%로 가장 높으며, 다음으로 <e.20층>으로 85%를 나타낸다. 그 다음이 15층, 25층이 각각 68.3%로 같아 거주자의 로열층 인식과 비교할 때 이들 영역에 로열층이 매우 집중되어 있음을 알 수 있다. 따라서 넓게 잡았을 때 10~30층으로 답한 비율이 41.7%를 차지하여 매우 집중되어 있음을 알 수 있다.

(2) 로열층 인식범위 구분

이제 이러한 로열층에 대한 인식범위를 좀 더 자세히 들여다보기 위해, 우선 응답자들이 표시한 인식범위의 수직적 높이와 길이(층의 개수)를 세분화할 필요가 있다. 수직적 높이는 응답자들이 표시한 인식범위가 주동 전체 높이에서 상대적으로 어디쯤의 위치에 있는 지를 구분하기 위한 척도이며, 길이는 응답자들이 얼마나 길게 범위를 인식하고 있는지 장단을 구분하기 위한 기준이다.

먼저, 거주자의 경우를 살펴보면 다음과 같다. 높이 척도에서 <그림 7-a>와 같이 <중고층>, <중층>, <중저층>으로 세 그룹으로 분류하였다. 이때 기준은 15층~중간층을 기준으로 하였는데, 잠실단지 평균 30층(13)이기 때문에 큰 무리가 없을 것으로 판단된다. <중층>은 10~20층을 기본으로 하고 [d-i]나 [e-i], [f-i]처럼 이 범위를 조금 벗어나는 일부분의 예외를 인정하여 포함시켰다. <중저층>은 중간층 이하로 설정하였으며 이 구간에서 가장 넓은 층역은 [f-m] 구간이다.

다음으로, 길이 척도인데 a~n 표시 구간은 동일하지만 실제 각 층역은 다르기 때문에 절대적 높이로 환산할 필요가 있다. 예컨대 [a-b] 구간의 1개층과 [c-d] 구간의 5개층은 엄연한 차이가 있기 때문이다. 이를 표시한 것이 층역비율(%)이며, 예를 들어 층역비율 30%의 의미는 전체 높이의 30%에 걸쳐 층역이 형성됨을 뜻한다. 인식범위를 길게 잡는 사람과 짧게 잡는 사람은 차이가 있을 텐데, 예컨대 길게 잡는 사람은 로열층을 포괄적으로 인식하여 범위에 대해 관대한 편이라고 한다면, 짧게 잡는 사람은 특정 구간에 집착하는, 다시 말해 로열층에 대한 범위가 좀 더 확고한 사람이라고 볼 수 있을 것이다.

따라서 범위를 설정하기 위해 층역비율을 기준으로 하여 응답자 분포를 히스토그램을 통해 비교한 결과, 층역

<표 3> 층역구분 및 속성

a. 층역 구분테이블: 거주자

	협역	중간역	광역
중고층	7 (5.7%)	49 (40.2%)	3 (2.4%)
중층	16 (13.1%)	22 (18%)	2 (1.6%)
저층	13 (10.7%)	2 (1.6%)	1 (0.8%)

b. 층역 구분테이블: 중개업자

	협역	중간역	광역
중고층	2 (3.3%)	17 (28.3%)	3 (5%)
중층	8 (13.3%)	1 (1.7%)	1 (1.7%)
저층	6 (10%)	1 (1.7%)	1 (1.7%)

비율이 0.24~0.3 구간이 전체의 절반 이상을 차지하였다. 따라서 층역비율 0.24~0.3을 <중간역>으로 지칭하고, 이를 기준으로 이보다 짧은 층역비율을 <협역>, 긴 층역비율을 <광역>으로 분류하였다.

이러한 분류과정에 의해 나누어진 그룹을 정리하면 <표 3-a>와 같은데, 여기 층역 구분테이블에서 가로축은 높이의 척도이며, 세로축은 길이의 척도인 셈이다. 그림에서 <중저층/협역>의 비율은 23.8%, <중간역>은 58.2%, <중고층/광역>은 10.7%로 나타난다. 짐작할 수 있듯이, 인식 높이가 중고층인 응답자는 광역을 이루는 경우가 일반적이며, 중저층 응답자는 협역을 이룸을 알 수 있다.

반면, <그림 7-b>의 중개업자의 경우에는 다음과 같다. 우선 높이를 <고층>, <중고층>, <중층>, <저층>의 네 그룹으로 분류하였다. <중층>은 10~20층을 기본으로 하고 이 범위를 조금 벗어나는 일부분의 예외를 인정하여 포함시켰다. <저층>은 중간층 이하로 설정하였다.

다음으로 길이 척도에 따라 층역비율을 기준으로 응답자 분포를 히스토그램을 통해 비교한 결과, 층역비율이 0.3인 구간이 전체의 절반 이상을 차지하였다. 따라서 이를 <중간역>으로 지칭하고, 이를 기준으로 이보다 짧은 층역비율을 <협역>, 긴 층역비율을 <광역>으로 분류하였다. 이러한 분류과정에 의해 구분된 그룹을 정리하면 <표 3-b>와 같은데, 층역 구분테이블에서 가로축은 높이의 척도이며, 세로축은 길이의 척도이다. 그림에서 <중저층/협역>의 비율은 23.3%, <중고층/광역>은 35%로 나타난다.

(3) 로열층 인식범위(구분)에 따른 응답자 특성과의 관계

이렇게 분류된 두 그룹(저층/협역, 중고층/광역)에 대해 거주자 및 중개업자의 로열층에 대한 인식차이와 인구통계학적 속성을 비교하면 다음과 같다.

먼저, 거주자 대상의 경우이다. 로열층의 인식범위가 <고층/광역>인 응답자는, 조망이 로열층 결정의 중요 요소이며, 또한 로열층이 사회적 지위를 표현함과 동시에 아파트 층과 향이 로열층 형성의 중요 영향 요인으로 지적한다. 또한 평소 승강기 고장과 대기시간, 단수에 대해 걱정이 많은 편이다. 이들의 인구통계학적 특성은, 가족구성원 평균 4명의 30대 가정으로서 전세로 살고 있는 사람이 많은 편이다. 또한 주거가치관은 도심, 임차, 고층아파트를 선호하고 일부 단독주택을 지향하는 세대이다.

13) 물론, 단지에 따라 가장 낮은 17층 주동과 가장 높은 34층의 높이도 있지만 일반적 인식은 약 30층으로 가정한 것이다.

이에 비해 인식범위가 <저층/협역>인 응답자는 로열층이 단지에서 대표 평형으로 급매물이 소수이며 시세상승폭이 클 것으로 전망하는 편이다. 로열층 형성의 주요 영향요인으로 일조와 조경녹지, 출입편리, 소음 등을 지적하고, 평소 고소공포증, 활동제약, 노약자층수 고려 등이 아파트에서 층과 관련된 관심사로 꼽고 있다. 인구속성을 보면, 가족구성원 5명의 3세대(조부모/부모/자식)의 대가족으로 40~60대의 연령층에 자가 소유자가 많은 편이 특징이다. 이들의 주거가치관은 도심보다는 교외를 지향하고, 임차보다는 소유를 지향하며 저층을 선호하는 세대이다.

한편, 중개업자의 경우는 다음과 같다. 로열층의 인식범위가 <고층/광역>인 응답자는, 일조가 로열층을 결정하며 취향이 맞는 층이 로열층이라는 인식이 강하며, 로열층 형성의 주요 영향 요인으로는 전체 아파트층수(높이)와 거주층수를 지적한다. 평소 아파트를 남에게 보여주는 경우도 있기 때문에 층수에 신경을 쓰는 편이며 소음에도 민감한 편이다. 이들의 인구통계학적 특성은, 가족구성원 평균 3명의 40대 가정으로서 현재의 거주층수에 매우 만족하고 있으며, 전세로 살고 있는 사람이 많은 편이다. 주거가치관은 도심 임차형의 고층 아파트와 일부 단독주택을 지향하는 쾌적성을 중시하는 세대이다.

이에 비해 인식범위가 <저층/협역>인 응답자는 로열층이 단지에서 대표 평형으로 1~2층은 로열층이 아니라는 것에 대한 인식이 강한 편이다. 로열층 형성의 주요 영향요인으로 접지성(지면과의 접촉관계), 심리적 안정감, 안전성 등을 지적하였다. 평소 고소공포증과 위층거주자에 신경이 쓰인다고 하였으며, 풍수지리를 믿는 경향이 강한 편이다. 인구특성은 평균 가족구성원 4명의 30대의 여성 응답자로서, 현재의 거주층수에 만족하는 자가 소유자가 많다. 이들의 주거가치관은 도심보다는 교외를 지향하고, 임차보다는 소유를 지향하며 저층 공동주택에 편리성을 선호하는 세대이다.

이와 같이 로열층의 인식범위와 거주자 특성과의 관계를 보면 보편적 인식과도 부합하여 그 특성이 명확히 드러난다.

3.5. 소결: 거주자 및 중개업자 인식비교

(1) 로열층에 대한 인식 및 형성요인 중요도

중개업자는 거주자에 비해 로열층을 매물 및 가격과 연관하여 인식하는 경향이 강함을 알 수 있는데, 이는 이들의 직업적 특성과 연계되어 있기 때문인 것으로 풀이할 수 있다. 한편, 거주자는 중개업자에 비해 취향이 맞는 층을 로열층으로 인식하는 경향이 강하다. 즉, 자신이 선호하는 층이 바로 로열층이라는 인식이 강하다.

로열층에 대한 형성 요인 중요도를 비교해 보면, 중개

업자는 아파트의 층, 조망 등 건축물 외적인 요인이 로열층 형성에 중요한 요인으로 인식하는 경향이 있고, 거주자는 엘리베이터 대기시간 및 안전성 등 실생활과 밀접한 요인을 중시하는 경향을 보이고 있다.

(2) 로열층에 대한 인식 비교

로열층에 대한 인식범위에서 양자 사이에 큰 차이는 보이지 않는다. 다만, 거주자는 중간층을 포함하는 15~20층 범위(전체 대상자의 60%), 10~25층(약 50%)을 포함하여 저층에서 고층까지 비교적 폭넓게 층역이 분산되어 있으며, 인식범위(길이)는 중개업자에 비해 비교적 짧은 편이다.

중개업자는 중간층~20층 범위(전체 대상자의 85%)에서 집중되고, 15~25층(약 68%), 10~30층(42%)으로 중간층을 중심으로 저변으로 거의 정규분포로 확산되는 패턴을 보인다. 인식범위는 입주자에 비해 비교적 넓으며 10층 이하 저층의 비율은 현저히 낮다.

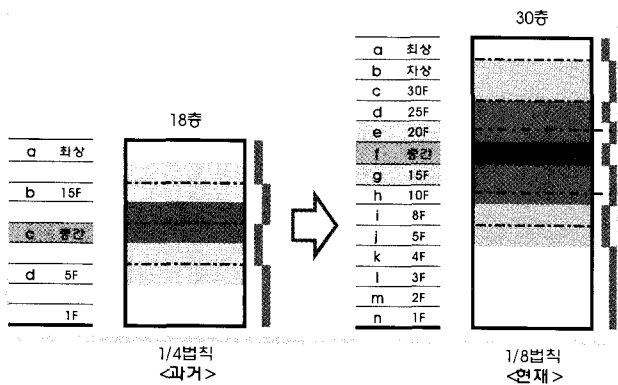
한편, 로열층에 대한 인식을 층수(높이)와 길이(범위)를 기준으로 크게 두 그룹으로 <중고층/광역> 그룹과 <저층/협역>으로 나누었을 때 인식 및 인구통계학적 특성은 <표 4>와 같다.

<표 4> 로열층에 대한 인식의 세분화 및 특징

		거주자	중개업자
고층 광역	인식 범위	·조망이 로열층을 결정하며 또한 사회적 지위를 표현함과 동시에 아파트 층과 향이 로열층 형성의 중요 영향 요인으로 지적함. ·평소 승강기 고장과 대기시간, 단수 걱정이 많은 편.	·일조가 로열층을 결정하며 취향이 맞는 층이 로열층이라는 인식이 강하며, 로열층 형성의 중요 영향 요인으로는 전체 아파트층수(높이)와 거주층수를 지적함. ·평소 아파트를 남에게 보여주는 경우도 있기 때문에 층수에 신경을 쓰는 편이며 소음에도 민감한 편임.
	인구 특성	·가족구성원 평균 4명의 30대 가정으로서 전세로 살고 있는 사람이 많음. ·주거가치관은 도심 임차형 고층 아파트와 일부 단독주택을 지향하는 세대임.	·가족구성원 평균 3명의 40대 가정으로서 현재의 거주층수에 매우 만족하고 있으며, 전세로 살고 있는 사람이 많음. ·주거가치관은 도심 임차형의 고층 아파트와 일부 단독주택을 지향하는 쾌적성을 중시하는 세대임.
저층 협역	인식 범위	·로열층이 단지에서 대표 평형으로 급매물이 소수이며 시세상승폭이 클 것으로 전망함. 로열층 형성의 주요 영향요인으로 일조와 조경녹지, 출입편리, 소음 등임. ·평소 고소공포증, 활동제약, 노약자층수 고려 등이 아파트에서 층과 관련된 관심사임.	·응답자는 로열층이 단지에서 대표 평형으로 1~2층은 로열층이 아니라는 것에 대한 인식이 강한 편임. ·로열층 형성의 주요 영향요인으로 접지성(지면과의 접촉관계), 심리적 안정감, 안전성 등을 지적함. 평소 고소공포증과 위층거주자에 신경이 쓰인다고 하였으며, 풍수지리를 믿는 경향이 강함.
	인구 특성	·평균 가족구성원 5명의 3세대(조부모/부모/자식)의 대가족으로 40~60대의 연령층에 자가 소유자임. ·이들의 주거가치관은 도심보다는 교외를 지향하고, 임차보다는 소유를 지향하며 저층을 선호하는 세대임.	·평균 가족구성원 4명의 30대의 여성 응답자로서, 현재의 거주층수에 만족하는 자가 소유자임. ·이들의 주거가치관은 도심보다는 교외를 지향하고, 임차보다는 소유를 지향하며 저층 공동주택에 편리성을 선호하는 세대임.

3.6. 로열층에 대한 법칙 검증

본 연구를 통해 볼 때 로열층에 대한 법칙이 변하고, 더욱 세분화되는 것으로 나타났다. 즉, 과거에는 4분의 1 법칙이 통용되어 중간층을 중심으로 4등분하여, 로열층은 일반적으로 저층과 상층을 제외한 중간층이 선호되었다. 90년대 중반 이전에 준공된 대개 15~20층 내외의 아파트들이 이에 해당한다고 할 수 있다.



<그림 8> 로열층에 대한 분화 예시도

그러나 현재는 1/n법칙으로서 과거 1/4법칙이 더욱 세분화 되는 경향을 보이고 있다. 본 연구대상 아파트의 경우, 개략 1/6~1/8로 세분화되며 로열층은 중간층을 포함하여 5층~차상층으로 확산한다.

4. 결론

본고에서는 공동주택, 특히 아파트의 로열층에 대한 논의를 정리하고, 이에 대한 사회적 인식범위와 특성을 살펴보았다. 연구에서 얻은 주요결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 로열층이라는 용어에 대해 개념적으로 통일된 정의가 아직 이루어지지 않았으며, 사전적 의미는 매우 포괄적이며 초보적인 형태에 불과하다. 표준국어사전에서는 “일조, 중간층, 주생활의 편리성” 등이 키워드로서 입주자의 주생활 측면만을 강조하고 있다. 하지만 로열층이 통상 가격 프리미엄을 가지고 있으므로 본 연구에서 추출한 로열층 인식의 주요 영향요소까지를 반영하는 구체적인 개념으로 사전적 의미가 수정되어야 할 것이다.

둘째, 현재 로열층의 개념 인식에 영향을 미치는 주요 요인으로는 개략 다섯 가지로 정리된다. 즉, 1)일조·조망·향 위치 특성, 2)가격특성(프리미엄, 시세상승폭, 급매물소수 등), 3)로열동(단지 내 위치, 주력(대표)평형 등), 4)건축특성(단지규모, 주거형태, 평형 등), 5)개인특성(주거가치관, 라이프스타일 등)으로 결국, 개인에 있어 로열층에 대한 인식은 이들 다섯 가지 주요 요인의 영향

에 대해 어떻게 인식하느냐의 정도에 따른 문제이다. 이는 로열층이라는 용어가 가지는 상대성(개인에 따라 다양), 시대성(시대 및 트렌드에 따라 변화)의 다이나믹한 특성을 그대로 반영하고 있다.

셋째, 거주자와 중개업자는 유사하지만 로열층에 대해 다소 다른 견해를 나타내었다. 로열층 인식요인의 배치 관계를 보면, 중개업자의 경우, 1)일조·조망 위치특성과 2)가격특성이 비교적 선명이 구별되면서 주요인으로 인식하고 있음에 비해, 거주자의 경우는 1)일조·조망 특성, 2)가격특성, 4)건축특성이 혼재되어 주요인으로 인식하고 있다. 이는 중개업자의 직업적 특성과 연계하여, 거주자에 비해 로열층을 매물 및 가격과 연계하여 인식하려는 경향이 강하기 때문이다. 반면, 거주자는 중개업자에 비해 실생활의 주생활적 측면을 중시하고, 또한 자신의 5)개인특성에 따라 취향이 맞는 층을 로열층으로 인식하려는 경향이 강하기 때문이다. 즉, 자신의 선호층을 로열층으로 인식하려는 경향이 강하기 때문이다.

넷째, 로열층에서 1/4법칙은 더 이상 유효하지 않고 범위는 세분화되어 현재는 1/n법칙으로 진화하고 있다. 그 이유는, 우선 아파트 주동의 높이(층수)가 높아져 개인이 선택할 수 있는 층역이 넓어졌으며, 개인의 라이프스타일 및 주거가치관 등이 다양해짐에 따라 선호 층역의 분화가 촉발되었기 때문이다. 본 연구대상 아파트단지에서는 로열층의 인식범위로 약 1/6~1/8로 세분화되고 있음이 나타났으며, 그 범위는 5층에서 차상위층(최상층 바로 아래층)으로 확산하고 있는 양상을 보였다.

다섯째, 본 연구대상 아파트단지와 같이 약 30층 규모의 아파트 주동에 있어서 로열층 인식범위에 대해 거주자는 15~25층을 지지하는 비율이 응답자 전체의 50%정도인 반면, 중개업자는 약 70%로 집중되어 거주자보다 훨씬 두터운 지지를 받고 있다. 보다 범위를 넓힌다면, 거주자의 경우 8층~차상층까지 지지하는 비율은 17% 이상임에 비해, 중개업자의 경우는 10~30층까지 지지 비율이 42%이다. 따라서 거주자는 개인적 선호도에 따라 로열층 인식범위가 넓은 층역에 걸쳐 폭넓게 분산되어 있음에 비해, 중개업자는 중간층을 중심으로 집중해 있음을 알 수 있다.

본 연구의 한계로는 첫째, 우리나라 전체 아파트의 통계 모집단에 비해 설문조사의 지역적 범위 및 샘플의 크기가 한정되어 일반론을 이끌어내기에는 한계가 있다. 향후 전국의 주택 하부시장의 대표적 아파트단지를 추출하여 설문결과를 실시, 상호 비교분석함으로써 지역 특성에 따른 로열층의 의미를 보다 객관적으로 파악할 수 있을 것이다.

둘째, 본고의 아파트 로열층에서 분석한 연구결과가 실제 층별 효용지수 및 아파트시세와는 어떠한 관련이 있는지 구체적이고 심층적인 실증분석이 이어져야 한다.

참고문헌

1. 김남준, 아파트 각 세대의 일조/조망환경과 분양가 관계 분석, 연세대 석사논문, 2005
2. 김상호·김수암·민병호, 초고층아파트 입주자의 거주층수 선호도 및 층수선택 결정요인에 관한 연구, 대한건축학회논문집 제10권 제6호, 1994
3. 김성민, 조망권 가치산정에 관한 연구: 부산광역시 해운대구를 중심으로, 건국대학교 부동산대학 석사논문, 2009
4. 김창석·김주영, 아파트용적률이 주택가격에 미치는 영향에 관한 연구: 주택재개발아파트를 중심으로, 대한국토·도시계획학회지 제37권 제4호 통권122호, 2002
5. 김형돈·이검환, 지역·단지규모별 쾌적성이 공동주택가격에 미치는 영향에 관한 연구: 서울시 고층아파트 단지를 중심으로, 대한국토·도시계획학회지 제37권 제2호 통권120호, 2002
6. 윤용기, 아파트 단위세대의 층별 선호도 분포에 관한 연구, 대한건축학회지 제18권 제6호 통권 제164호, 2002
7. 이동일·이경진·송명규, 아파트의 층수와 일조량, 소음, 조망, 생활활침해 가능성 간의 관계, 한국도시행정학회논문집 제23집 2호, 2010
8. 임찬식, 저밀도아파트재건축에 따른 교육환경 변화 연구: 잠실·반포지구를 중심으로, 건국대학교 부동산대학 석사논문, 2011
9. 전상인, 아파트에 미치다, 이숲, 2009
10. 정예진 등, 아파트 최상층과 지하1층 차별화계획 도입에 따른 거주자 선호층수에 관한 연구: 신도림D아파트를 대상으로, 대한건축학회지 제21권 제10호 통권204호, 2005
11. 정창무 등, 공동주택 공간구성이 주택가격에 미치는 영향연구: 파주시 분양아파트를 중심으로, 대한국토·도시계획학회지 제43권 제7호 통권167호, 2008
12. 정창무·황희정·권오현·장윤배, 용적률에 따른 주거환경 가치비교, 경기개발연구원 위탁연구, 2009
13. 최막중, 용적률 및 개발용도 규제의 변화가 주택가격과 지가에 미치는 영향에 관한 이론적 분석, 대한국토·도시계획학회지 제36권 통권114호, 2001
14. 최윤아·주병하, 공동주택가격에 영향을 미치는 주거환경 요소의 중요도 평가에 관한 연구, 대한건축학회논문집 제22권 제11호 통권217호, 2006
15. <http://blog.daum.net/shhoban/39>
16. <http://cafe.naver.com/aptinteriorimage.cafe>
17. <http://www.neonet.co.kr>

[논문접수 : 2011. 09. 07]

[1차 심사 : 2011. 10. 19]

[2차 심사 : 2011. 10. 31]

[게재확정 : 2011. 11. 04]