

라이프스타일 유형별로 파악한 욕실디자인 선호도 조사

- 서울지역 중형아파트 거주자를 대상으로 -

The Research on the Preference in Bathroom Design According to Residents' Lifestyle Types

- Focus on Residents in Medium Size Apartments in Seoul -

Author 황윤정 Hwang, Yun-Jung / 정희원, 한양대학교 실내환경디자인학과 박사, 이학박사
신경주 Shin, Kyung-Joo / 정희원, 한양대학교 실내환경디자인학과 교수, 학술박사

Abstract The purpose of this study is to identify more types of residents in medium-sized apartments in Seoul by lifestyle that has been used as a variable of space planning and to investigate and present bathroom design appropriate for characteristics of each resident type. The article examines the general characteristics, lifestyle types, and preference for the bathroom design. A total of 642 samples, acquired via internet survey, were analyzed with the statistical computer program SPSS PC+ window version 16.0. The conclusion of the article are as follows: 1) The lifestyle of users living in medium-sized apartments are categorized into 4 types: trend seeking, aesthetic seeking, family seeking, information seeking types. 2) The preference for the bathroom design of trend seeking type, the toilet is a bidet-builtin type and the washstand is a semi-counter type and the bathtub is a spa type and the shower booth is a bathtub-extending type. The storage closet is a upper-fixed type with two sides, the finishing materials are tiles and PVC monorium, and light built in a wall. 3) The preference for the bathroom design of aesthetic seeking type, the toilet is a bidet-builtin type and the washstand is a semi-counter type and the bathtub is a whirlpool type and the shower booth is a steam-sauna type. The storage closet is a upper-fixed with one side and opened closet, the finishing materials are tiles. 4) The preference for the bathroom design of family seeking type, the toilet is a bidet-builtin type and the washstand is a stand type and the bathtub is a reclamation type and the shower booth is a partition type. The storage closet is a upper-fixed with three sides. 5) The preference for the bathroom design of information seeking type, the toilet is a bidet-builtin type and the washstand is a semi-counter and the bathtub is a spa type and the shower booth is a partition type. The storage closet is a upper-fixed type with two sides. The results of this study may be used as basic data in planning bathroom design for housing supply for housing suppliers, and used as significant information for residents to identify their own types that can be referred when they select apartments to live in.

Keywords 라이프스타일 유형, 욕실디자인, 서울지역, 중형아파트
Lifestyle Type, Bathroom Design, Seoul, Medium Size Apartment

1. 서론

1.1. 연구 배경 및 목적

최근 디자인계에서는 라이프스타일에 따른 디자인 선호가 차별화됨에 착안하여 라이프스타일별 디자인 개발이 시도되고 있다. 특히 욕실 설비 등에 대한 다양한 디자인 개발이 시도되고 있다. 1970년대 후반에 처음 국내산 도자기 번기가 생산된 이후 현재는 많은 업체에서 다양한 욕실 설비를 생산하여 공급하고 있다.¹⁾ 이와 함께

각 시공 업체들에서는 다양한 종류의 인테리어와 내장재를 생산하고 있는데 이는 거주자의 요구를 최대한 고려하여 거주자가 원하는 대로 설계를 바꾸어 주는 맞춤형 아파트, 자유로운 공간구성과 함께 사후 변경이 가능한 융통성 주택 등이 나오고 있기 때문이다.

변화하는 소비자의 요구에 대응하여 욕실 관련 전문 판매장이 등장하여 소비자에게 자사의 제품을 선보이기 위해 다양한 시도를 하고 있으나 아파트의 욕실은 설비

류별 업체 수를 추산하면 백여 곳 이상이므로 번기, 세면대, 샤워기 등 많은 수의 욕실용품이 있고 바닥, 천장, 벽 마감재 등을 포함시키면 그 업체 수는 수천에 이를 것으로 추산된다.

1) 통계수치를 찾을 수는 없었으나 욕조 종류만 10여 종류이며 각 종

및 용품의 디자인과 형태, 구조 등이 여전히 입주자들의 요구를 충분히 수용하지 못하여 탄력적으로 대응하지 못하는 경우가 발생하고 있다. 사회적인 요구 변화에 대응하기 위해서는 거주자의 욕실에 대한 요구를 정확하게 분석하여 대안을 제시해 줄 연구가 필요하다고 판단된다.

그동안 욕실에 대한 연구는 욕실 형태와 거주자의 욕실 사용행위 등 다양한 측면에서 연구가 이루어져 왔으나 그 연구결과를 실제로 반영하기는 어려웠다.

이러한 점을 고려하여 본 연구에서는 서울지역을 중심으로 우리나라 공급기준인 중형아파트의 거주자를 대상으로 욕실디자인 선호를 조사하였다. 일정 규모를 대상으로 하여 거주자의 요구를 심층 분석하면 실제 욕실디자인에 반영할 수 있을 것이다.

또한 거주자의 요구에 맞는 욕실디자인을 위해서 거주자의 주 요구 반영의 기준으로 그동안 사회인구학적 속성들이 주로 활용되어 왔으나 이제는 더욱 다양화된 거주자의 속성에 맞는 욕실디자인을 위해서는 거주자 개인의 선호나 요구 등을 파악하여 진정한 삶의 태도에 부합되는 욕실디자인이 필요하다.

이에 중형아파트 거주자들의 욕실디자인 선호를 정확하게 파악하기 위하여 한 방법으로 최근 중시되고 있는 거주자들의 라이프스타일 특성을 선택하였다. 라이프스타일은 생활양식, 행동양식 등 일상에서 쉽게 찾아볼 수 있는 문화의 흐름이며 사람들의 요구를 파악하기 위한 정보원으로 지금까지 연구되어 온 사회인구학적 특성이 설명하지 못한 부분까지 구분 설명이 가능한 점에서 본 연구에서 유용할 것으로 판단하였다.

따라서 본 연구는 서울지역 아파트 거주자를 대상으로 그간 공간계획 변수로 이용되어 왔으며 최근 디자인계에서도 연구 포커스를 맞추고 있는 라이프스타일을 통하여 중형아파트 거주자의 라이프스타일 유형에 적합한 욕실디자인을 제시하는데 그 목적을 둔다.

1.2. 연구 내용 및 방법

(1) 조사대상

본 연구는 2000년 이후에 서울지역 중형아파트(100-129㎡)에 거주하는 20대에서 50대까지의 남자와 여자 거주자를 대상으로 하였다.

서울지역은 우리나라에서 아파트의 역사가 시작되었고 가치관의 변화뿐만 아니라 여러 면에서 변화가 가장 빠르게 나타나는 곳이다. 이에 서울시 24개구에 산재하는 해당 규모의 아파트 거주자들을 폭넓게 조사대상에 포함시키기 위하여 아파트 백과²⁾와 각 건설업체의 홈페이지, 팸플렛³⁾ 등을 이용하여 조사대상 아파트를 선정하였다.⁴⁾

2) 세진기획, 아파트 백과 상·하, 2006

3) 계림요업(주)의 29개 욕실관련 회사의 홈페이지, 팸플렛 등을 참고하였다.

또한 우리나라 공급기준인 중형아파트에 거주하는 20대에서 50대까지의 남자와 여자를 조사대상으로 하였다.

(2) 조사도구

거주자의 라이프스타일 유형별로 선호하는 욕실디자인을 제안하기 위하여 설문지를 조사도구로 사용하였다.

설문지는 라이프스타일과 욕실디자인에 대한 선행연구와 욕실관련 회사 30곳의 팸플렛과 홈페이지를 참고하여 새로운 문항을 작성하였다.

본 설문지의 구성은 거주자의 일반적 특성, 라이프스타일과 선호하는 욕실디자인을 묻는 문항으로 구성하였고 그 내용은 다음과 같다.

거주자의 일반적 특성은 거주지, 성별, 연령, 가족원 수, 가족형태, 거주기간, 연평균소득(가족의 총소득), 최종학력, 직업 등을 조사하였다.

라이프스타일은 선행연구를 참고하여 손님접대 및 가족단관생활, 정보통신생활, 쇼핑생활, 주생활에 관한 내용 등을 본 연구의 목적에 맞게 23개 항목을 최종 선정하였다. 가정생활에 관한 내용으로는 가족단관에 관한 사항과 손님초대 등이 포함되었고 정보통신에 관한 사항으로는 컴퓨터 사용실태, 컴퓨터를 이용한 생활실태 등이 포함되었다. 쇼핑생활에 관한 내용으로는 쇼핑에 대한 태도 및 소비의식 등이 포함되었으며 주생활에 관한 내용으로는 실내디자인에 대한 미적인 관심과 실용성 등에 관한 내용이 포함되었다. 본 연구는 욕실디자인에 관한 연구이므로 그 외에 관련 사항은 다른 생활영역에 비해 크게 영향을 받지 않을 것이라는 판단 아래 조사영역에서 제외하였다.

욕실디자인은 기본설비, 보조설비, 마감재, 환경 등에 관한 문항을 기본으로 이에 대한 선호도 문항을 선행연구⁵⁾와 예비조사 등을 참고하여 구성하였다. 기본설비(변기, 세면대, 욕조, 샤워부스)과 보조설비(수납장)의 선호도와 관련된 이미지 자료는 욕실관련 회사 30곳의 팸플렛과 홈페이지에 수록되어 있는 디자인을 추출한 후, 공통적인 디자인 특성을 보이는 것을 그룹핑하여 문항을 구성하였다.⁶⁾

4) 책자와 각 건설업체의 홈페이지, 팸플렛 등에 제시된 아파트가 위치한 구를 보고 해당 아파트를 설정하여 웹 데이터베이스에서 이 아파트를 추가하여 대상자가 설문지에 접근가능하게 하였다.

5) 김아름, 미래 욕실계획을 위한 소비자 요구분석 연구, 연세대학교 석사학위논문, 2005. 신경주·황윤정·이지현, 중규모 아파트 거주자의 욕실디자인과 선호도, 한국실내디자인학회논문집 제17권 5호, 2008. 윤현영, 거주자 요구를 반영한 아파트 욕실공간의 실내디자인에 관한 연구, 상명대학교 석사학위논문, 2000. 이영심, 거주자가 요구하는 아파트의 욕실, 한양대학교 박사학위논문, 1996. 정희진, 아파트 욕실의 평면 구성 및 디자인 특성 연구, 한양대학교 석사학위논문, 2002. 황윤정, Two Bathroom 아파트 거주자의 만족도와 선호도, 한양대학교 석사학위논문, 2004

6) 계림요업(주)의 29개 욕실관련 회사의 홈페이지, 팸플렛 등에 수록되어 있는 변기, 세면대, 욕조, 샤워부스, 수납장 등의 디자인을 추출한 후, 공통적인 디자인 특성을 보이는 것을 그룹핑하여 사용하였다.

개발된 설문지는 실내디자인 전공 교수 1인 및 전공분야의 석사 및 박사과정 5인의 협의를 거쳐 선택하였다.

(3) 자료수집

설문조사는 우선 선행연구의 결과와 본 연구의 목적에 맞추어 설문지를 개발한 후 2009년 9월 2일부터 약 20일간 실내디자인 전공자와 일반인, 총 50명을 대상으로 예비조사를 실시하였다. 예비조사를 통하여 부적합한 문항과 응답자들이 응답하는데 어려움을 느낀 문항에 대한 수정이 이루어졌다. 본 조사는 인터넷을 이용한 웹 설문조사⁷⁾를 2009년 9월 16일부터 15일간 진행하여 이 중 총 642부를 최종분석에 사용하였다.

(4) 분석방법

분석방법은 SPSS WIN Ver 16.0 프로그램을 사용하였다. 거주자의 일반적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 이용하였다. 라이프스타일의 요인과 구조를 파악하고 유형화하기 위하여 요인분석과 군집분석, One-way ANOVA를 실시하였으며 ANOVA의 사후검증으로 Scheffe's를 실시하였다. 라이프스타일 유형별로 선호하는 욕실디자인은 교차분석을 하였다.

2. 선행연구 고찰

2.1. 라이프스타일

라이프스타일은 사회 전체 또는 사회 일반 계층의 특징적 생활양식으로 개인이나 가족의 가치관 때문에 나타나는 다양한 생활양식, 행동양식, 사고양식 등 생활의 모든 측면의 문화적 차이를 전체적인 형태로 나타낸 말이다.⁸⁾ 거주자 라이프스타일의 유형화는 주택을 거주자에게 공급할 때, 수용자의 특성을 최대한 고려하여 주택을 설계하고 수요자의 변화 또는 변경요구에도 대응할 수

있는 기술적 대안을 제시하기 위하여 기본적으로 공간적 특징과 연계되어야 한다. 그러나 선행연구에서는 라이프스타일을 분류하는 범위가 제한되지 않는 등 연구의 신뢰도 측면에서 재고해 보아야 할 사항이다.

장재호·김상호·김수암(1997)의 라이프스타일에 의한 주거선택 행태 분석 연구에 의하면 취미생활 여부, 일생활에 대한 태도, 근린교제의 정도, 금전적 측면의 중시도, 상품에 대한 반응, 가족생활에 대한 태도, 개인생활에 대한 태도, 사회에 대한 민감도 등에 관한 총 31문항을 구성하였고 이를 통하여 보편적 생활유지형, 긍정적 가족우선 생활형, 보수적·합리적 생활형, 합리적·자기중심생활형 등 4가지 라이프스타일로 분류하였다. 박혜숙·윤정숙(2001)의 생활양식에 따른 실내디자인 선호유형의 연구에 의하면 손님접대 및 가족단란생활, 쇼핑생활, 주생활 등에 관한 총 24문항을 구성하였고 이를 통하여 고급추구형, 단란추구형, 편의추구형, 유형추구형 등 4가지 라이프스타일로 구분하였다. 이세나·이현수(2006)의 맞벌이 가족 라이프스타일에 따른 아파트 단위 평면에 관한 연구에 의하면 사용빈도가 높은 여가시간 활동, 가사일, 가족간의 친밀성, 편리성, 경제성, 공간의 활용도 등에 관한 15문항을 구성하였고 이를 통하여 유행·개성중심, 편리·여가중심, 가정중심, 생계중심·실용중심, 불특정형 등 5가지 라이프스타일로 구분하였다. 신영숙(2009)의 라이프스타일에 따른 공동주택 선호 디자인 특성 연구에 의하면 가정, 직장생활, 패션, 미용, 식생활, 주생활, 여가, 취미생활, 쇼핑, 정보, 지적 발전 추구 등에 관한 총 55문항을 구성하였고 이를 통하여 창의적·감성형, 합리적·가정중심, 환경중심·실용형, 보수·안정형 등 4가지 라이프스타일로 구분하였다.

라이프스타일에 대한 선행연구를 종합해보면, 라이프스타일 유형이 대개 직업, 소득, 교육수준 등 사회경제적 특성 변수와 가족생활주기, 연령, 가족구성 변수 및 주택 규모, 주거유형, 거주지역 등 주거 특성 변수와 여러 주거생활 행위와 태도를 중심으로 생활양식 분류 및 유형화가 부분적으로 시도되어 왔다.

2.2. 욕실디자인

욕실디자인은 욕실의 내부를 용품 및 설비의 디자인과 형태, 구조 등을 그 용도와 기능, 분위기에 맞게 디자인하는 과정으로 장식적인 측면과 장치적인 측면을 모두 포함하는 것이다.

욕실디자인 요소는 기본설비, 보조설비, 마감재, 환경등이 포함되며 그 내용은 다음과 같다. 기본설비는 변기, 세면대, 욕조, 샤워부스 등 물을 받아놓는 설비류를 뜻한다. 보조설비는 수납장 등 기본설비와 부속 기구류 등을 기능적으로 보조하고 욕실 내 활동의 중요한 부분을 차지하는 요소들이다. 마감재는 최근 욕실의 마감재가 고

7) 인터넷 사용자의 비용증가와 다양한 이미지 및 부가설명이 가능한 장점이 있어 인터넷을 이용한 웹 설문조사 방법을 채택하였다. 웹 설문조사는 설문문항을 html 형식으로 작성하여 인터넷상에 올려 놓고 이 웹 사이트를 방문하는 설문대상자들이 웹 화면상에 직접 응답을 하면 응답의 내용이 ASP 형식을 통하여 자동적으로 데이터베이스에 입력이 되는 온라인 리서치 솔루션이다. 조사대상의 표집은 WSS의 데이터베이스를 사용하여 설문요청 안내 이메일을 보내 이메일을 읽은 사람들이 해당사이트로 자동으로 링크되게 하여 설문에 응답하도록 하였다. 자료의 신뢰도를 높이기 위해 설문을 응답하기 전에 일반적 특성을 조사하여 해당 구 아파트 거주자가 접근하면 숫자가 자동적으로 카운터 되게 설정했다. 조사대상이 아닌 경우에는 더 이상 설문을 진행하지 못하도록 자동으로 중지되게 하여 설문대상에서 제외시켰다. 오늘날은 방문조사가 허용되지 않는 단지가 많은데 비하여 인터넷 사용인구가 증가로 인하여 조사자 선정이 쉬운 장점이 있다. 웹 설문조사에 대한 자료수집의 타당성은 몇 연구를 통하여 이미 검증된 바 있다.(신경주·황윤정·이지현, 중규모 아파트 거주자의 욕실디자인의 선호도, 한국실내디자인학회논문집 제17권 5호, 2008. 신경주·이지현·황윤정·이현정, 다양한 가족유형에 따른 욕실디자인 만족도와 선호도 분석, 한국실내디자인학회논문집 제17권 6호, 2008)

8) 이세나·이현수, 맞벌이 가족 라이프스타일에 따른 아파트 단위평면에 관한 연구, 한국실내디자인학회논문집 제16권 1호, 2006, p.74

급화되고 소비자의 생활수준이 바뀌면서 다양한 마감재와 색상, 다른 사람과의 차별화된 이미지를 요구하면서 욕실디자인의 중요한 문제로 자리 잡게 되었다.⁹⁾ 환경은 조명, 환기, 난방 등을 포함하며 욕실의 중요한 계획 요소로서 욕실의 질을 높이는 기준이 되고 있다.

욕실디자인 요소에 대한 선행연구를 종합해보면, 기본 설비는 변기, 세면대, 욕조, 샤워부스 등으로 분류하였고 보조설비는 수납장, 수건걸이, 거울, 손잡이, 휴지걸이 등으로 분류하였으나 본 연구에서는 욕실 액세서리를 제외한 수납장만을 사용하였다. 마감재는 바닥, 천장, 벽 마감재로 구분하였고 환경은 조명, 환기, 채광, 난방 등으로 분류하였으나 중형아파트의 경우에는 구조적으로 채광창은 어려운 부분이기 때문에 본 연구에서 채광은 제외하였다.

3. 연구 결과 및 분석

3.1. 거주자의 일반적 특성

거주자의 일반적 특성으로 거주지, 성별, 연령, 가족원 수, 가족형태, 거주기간, 연평균소득(가족의 총소득), 최종학력, 직업을 조사한 결과는 다음과 같다.

거주자의 지역 범위는 서울지역으로 하였으며 전체 25개구 지역 중 중구를 제외한 24개구에서 대상을 고르게 표집하였다. 이를 살펴보면, 강남에 위치한 구가 57.8%, 강북에 위치한 구는 42.2%로 아파트 비율이 높은 강남쪽의 비율이 다소 높았다. 성별은 남성 52.6%, 여성 47.4%로 남성이 다소 많았다. 연령은 20대 18.5%, 30대 34.1%, 40대 31.8%, 50대 15.6% 순으로 30대와 40대가 다소 높았다. 가족원 수¹⁰⁾는 4명 37.4%, 3명 28.8%, 2명 21.3% 순으로 3명에서 4명이 다소 많은 부모와 자녀로 구성된 일반 가정이었다. 가족형태¹¹⁾는 부부+자녀로 구성된 핵가족의 형태가 62.5%로 가장 높았고 그 다음은 부부 18.2%, 부부+자녀+기타 10.3% 순이었다. 우리나라의 주된 가족형태인 부부+자녀가 2005년 통계에서 전체의 53.7%인데 비하면 핵가족 비율이 다소 높으나 이는 5년간의 변화와 아파트 거주자이기 때문으로 유추되었다.

현 주택에서의 거주기간은 5년 이상이 39.6%, 1년 이상-3년 미만 28.8%, 3년 이상-5년 미만은 25.1% 순으로 단기거주 성향부터 장기거주 성향까지 고른 거주양상을

9) 정희진, 아파트 욕실의 평면 구성 및 디자인 특성 연구, 한양대학교 석사학위논문, 2003, p.20
 10) 여성가구주의 경우에 의하면 가구원 수가 1인인 경우가 49.4%이며 남성가구주의 경우에 의하면 가구원 수가 3인 22.6%, 4인 36.5%, 5인 이상이 10.9%이었으므로 정상적인 가정의 가구원 수와 일치하였다.(가계동향조사, 통계청, 2009) 전체 가족원 수는 1인 20.0%, 2인 22.2%, 3인 20.9, 4인 27.0%, 5인 이상 10.0%로 평균 가족원 수는 2.9명이었다.(인구주택총조사, 통계청, 2005)
 11) 가족형태별 가구분포에 의하면 부부 18.1%, 부부+미혼자녀 53.7%, 한부모+미혼자녀 11.0%, 부부+양(편)친 1.2%, 부부+양(편)친+자녀 5.7%, 기타가족 10.4% 이었다.(인구주택총조사, 통계청, 2005)

알 수 있었다. 연평균소득¹²⁾은 5,000만원 이상의 소득을 가진 가구가 40.8%로 다소 고소득에 속하였다. 최종학력은 대졸이 65.7%로 우리나라의 평균 교육연수¹³⁾(11.2년)보다 다소 높은 수준이었다. 직업은 전문기술직·일반사무직·행정관리직이 55.0%로 반수 이상을 차지하였으며 그 외 주부가 18.7%, 학생이 11.7%의 순이었다.

3.2. 거주자의 라이프스타일

거주자의 라이프스타일을 파악하기 위하여 먼저, 라이프스타일 조사 문항을 선행연구들 중에서 본 연구목적에 합당한 문항을 수정·보완하여 23개 항목을 최종 선정하였다.

<표 1> 라이프스타일에 대한 요인분석

항 목		요인치	고유값
요인 1 유행 추구	실내분위기를 자주 바꾼다.	.711	3.74
	실내장식에 돈을 많이 투자한다.	.697	
	손님을 집에 자주 초대한다.	.676	
	취향에 맞지 않더라도 주위 사람이 갖추고 있는 가구나 생활용품을 선택한다.	.674	
	가구나 실내장식은 실용성보다 디자인과 색이 더 중요하다.	.652	
	평소 상차림은 격식을 갖춰야 한다.	.635	
	비용이 들더라도 편리한 가구나 생활용품을 갖추어야 한다.	.496	
요인 2 정보 추구	가끔 컴퓨터를 이용한 사이버 쇼핑을 한다.	.789	2.84
	컴퓨터를 통해 쇼핑할 물품을 검색한다.	.762	
	개인용 컴퓨터는 생활의 필수품이다.	.665	
	비용이 들더라도 가사 일을 줄일 수 있는 제품을 구입하고 싶다.	.584	
	손님은 주로 거실에서 접대한다.	.508	
요인 3 심미 추구	실내장식에 관심이 많다.	.782	2.62
	컴퓨터를 통해 디자인 정보를 많이 수집한다.	.743	
	최근에 유행하고 있는 실내디자인 정보에 관심이 많다.	.694	
요인 4 가족 추구	TV 시청은 거실에서 가족과 함께 하고 있다.	.728	2.03
	가구 배치는 생활의 편리함과 실용성이 우선되어야 한다.	.721	
	거실에서 가족단란의 시간을 많이 보내고 있다.	.678	
	실내를 장식하기 위해 화초나 자연물을 많이 이용한다.	.486	
요인 5 개성 추구	실내분위기는 개성적이고 독특한 것이 좋다.	.728	1.66
	항상 집안을 깨끗이 정돈한다.	.572	
	실내장식은 유행보다는 개성과 취향을 중요시 한다.	.532	

거주자들이 가지는 가치를 손님접대 및 가족단란생활, 정보통신생활, 쇼핑생활, 주생활 등의 4가지 범주로 구분한 후 요인분석을 실시하였으며 요인추출모델은 요인분석에서 가장 기본이 되는 주성분분석법을 사용하였다. 요인회전은 직각회전의 Varimax 방법을 사용하였다. 요인수는 초기 아이겐 값 1.0이상인 요인만 선정하여 5개를 추출하였으며 Scree test한 결과 5개 요인으로 설명하는 것이 타당하다고 판단되었다. 따라서 적재값이 0.4 이하인 1개 항목을 제외한 후 22개 문항을 다시 요인분석을 실시하였다. 그 결과 거주자의 라이프스타일은 크

12) 전체 가구당 연평균소득에 의하면 3,989,712원이고 서울 전체 가구당 연평균소득에 의하면 4,040,000원이고 서울 전체 4,000,000원 이상 소득 가구에 의하면 67.6% 이었다.(통계청, 한국의 사회지표, 2008)
 13) 성·연령계층별 국민 평균 교육연수에 의하면 6세-19세 4.2년, 20세-29세 13.8년, 30세-39세 13.6년, 40세-49세 12.3년, 50세 이상 3.2년 이었다.(인구주택총조사, 통계청, 2005)

계 5가지로 추출된 요인에 의해 특징지어졌다. 각각의 요인은 ① 과시지향적이며 유행변화에 민감한 유행추구 성향, ② 정보통신생활에 관련된 정보를 중시하는 정보추구 성향, ③ 실내장식에 관심이 많은 심미추구 성향, ④ 가족과 가족생활을 중시하는 가족추구 성향, ⑤ 유행보다는 개성을 중시하는 개성추구 성향으로 명명하였다.

이들 요인분석을 한 변수들을 기준으로 거주자의 라이프스타일의 유형을 분류하기 위하여 군집분석을 하였다. 이 때 군집의 수는 위드최소분산방법(Ward's minimum variance cluster analysis)을 사용하여 계수 값의 변화를 보고 군집의 수를 여러 개로 달리하여 검토해 보았다. 이에 집단을 2개에서 4개의 집단으로 각각 나누어 보았으나 4개의 집단이 집단별 표집에서 사회인구학적 특성이 비교적 잘 나타나 4개의 군집으로 분류하였다.

각 군집의 구성비는 <표 2>와 같다. 군집 1은 표집수가 241개로 37.5%를 차지하였고 군집 2는 표집수가 214개로 33.3%, 군집 3은 표집수가 115개로 17.9%, 군집 4는 표집수가 72개로 11.2%로 나타났다.

<표 2> 라이프스타일 군집 간의 구성비

구 분	표집수(F)	구성비(%)
군집 1	241	37.5
군집 2	214	33.3
군집 3	115	17.9
군집 4	72	11.2
합 계	642	100

이 4개 군집 간의 라이프스타일의 특성을 알아보기 위하여 ANOVA 분석을 실시한 결과 <표 3>과 같이 상이한 특성을 가지고 있었다

<표 3> 라이프스타일 요인과 군집 간의 ANOVA 검증

요 인	군 집	평 균	F	Scheffe
요인 1 유행추구	군집 1	.7823664	121.428***	D
	군집 2	-.1769494		C
	군집 3	-.4738412		B
	군집 4	-.9762483		A
요인 2 정보추구	군집 1	.3912442	176.423***	C
	군집 2	-.0842054		B
	군집 3	-1.22559		A
	군집 4	1.0765258		D
요인 3 심미추구	군집 1	.4750249	36.472***	C
	군집 2	-.0405435		B
	군집 3	-4.877032		A
	군집 4	-4.972011		A
요인 4 가족추구	군집 1	.2755559	26.274***	B
	군집 2	-.3104529		A
	군집 3	-.1303865		A
	군집 4	.5881200		C
요인 5 개성추구	군집 1	.3223622	13.833***	C
	군집 2	-.0827450		B
	군집 3	-.1727020		A B
	군집 4	-.4053227		A

* P < .05 ** P < .01 *** P < .001
각 셀 안의 수치들은 요인점수의 평균치를 의미함

세부군집의 성향 파악을 위하여 군집별 평균치는 <표 4>와 같다.

군집 1은 유행추구 성향에서 높은 평균값이 나타난 반면, 가족추구 성향에서 낮은 평균값이 나타나 유행추구형으로 명명하였다. 군집 2는 심미추구 성향이 높은 평균값이 나타난 반면, 가족추구 성향에서 낮은 평균값이 나타나 심미추구형으로 명명하였다. 군집 3은 가족추구 성향에서 높은 평균값이 나타난 반면, 정보추구 성향에서 낮은 평균값이 나타나 가족추구형으로 명명하였다. 군집 4는 정보추구 성향에서 높은 평균값이 나타난 반면, 유행추구 성향에서 낮은 평균값이 나타나 정보추구형으로 명명하였다.

<표 4> 라이프스타일 군집별 평균

구 분	요인 1 유행추구	요인 2 정보추구	요인 3 심미추구	요인 4 가족추구	요인 5 개성추구
군집 1	.7823664	.3912442	.4750249	.2755559	.3223622
군집 2	-.1769494	-.0842054	-.0405435	-.3104529	-.0827450
군집 3	-.4738412	-1.22559	-4.877032	-.1303865	-.1727020
군집 4	-.9762483	1.0765258	-4.972011	.5881200	-.4053227

이 결과를 토대로 중형아파트 거주자의 라이프스타일 유형화하여 <표 5>에 제시하였다.

<표 5> 거주자의 라이프스타일 유형화

유 형	라이프스타일 특성
유행추구형	- 유행에 따라 실내분위기를 자주 바꾼다. - 취향에 맞지 않더라도 주위 사람이 갖추고 있는 가구나 생활용품 선택하며 가구나 실내장식은 실용성보다 유행에 민감하고 과시적 성향이 강하다.
심미추구형	- 실내장식에 관심이 많으며 컴퓨터를 통해 디자인 정보를 많이 수집한다. - 실내디자인과 컬러 등 미적인 부분에 관심이 많다.
가족추구형	- 가족생활을 중시하는 형으로 가족을 위한 일에 희생적이며 안정적인 삶을 중요하게 여긴다. - 거실은 가족모임과 가사 일을 하는 공간으로 분리하거나 통합할 수 있는 융통성 있는 구조로 가족이 함께 가사 일에 참여할 수 있는 실용적인 공간을 선호한다.
정보추구형	- 개인용 컴퓨터는 생활의 필수품으로 인터넷을 통한 정보추구 활용도가 높은 형태이다. - 컴퓨터를 통해 쇼핑할 물품을 검색하거나 사이버 쇼핑을 즐겨한다.

3.3. 거주자의 라이프스타일 유형별 일반적 특성

거주자의 라이프스타일 유형별로 일반적 특성을 분석한 결과는 <표 6>과 같다.

유행추구형은 전체 거주자의 37.5%가 이에 해당하였다. 강남에 거주하며 30대의 여성으로 부부+자녀로 구성된 3명-4명의 가족이 다수를 차지하며 5,000만원 이상의 고소득층이 이에 속하였다. 거주기간은 1년 이상부터 5년 미만까지 단기거주성향부터 장기거주성향까지 고른 거주양상을 보이며 최종학력은 반수 이상이 대졸이나 다른 유형에 비해 대학원졸의 비율이 높았다. 직업은 전문기술직·일반사무직·행정관리직, 주부 순으로 나타났다.

심미추구형은 전체 거주자의 33.3%가 이에 해당하였다. 강남에 거주하며 40대의 남성, 여성이 고루 분포하고 부부+자녀로 구성된 4명의 가족이 다수를 차지하며 연평

관소득은 4,000만원 미만이거나 5,000만원 이상이 이에 속하였다. 거주기간은 5년 이상으로 장기거주성향을 보이며 최종학력은 4개 유형 중에서 대졸의 비율이 가장 높았다. 직업은 전문기술직·일반사무직·행정관리직, 주부 순이었다.

가족추구형은 전체 거주자의 17.9%가 이에 해당하였다. 강북에 거주하며 성별은 남성이 반수 이상으로 4개 집단 중 남성의 비율이 가장 높았다. 성별은 30대, 40대, 50대가 고루 분포되었으며 부부이거나 부부+자녀로 구성된 2명이나 4명 가족이 다수를 차지하며 가족원의 수는 자녀의 유무에 따라 달랐다. 거주기간은 5년 이상으로 다른 유형에 비해 장기거주성향이 가장 높고 연평균소득은 4,000만원 미만으로 다른 유형에 비해 가장 낮았다. 최종학력은 대졸의 비율이 가장 높으나 다른 유형에 비하여 고졸 이하나 전문대졸의 비율도 높았는데 이는 연평균소득이 다른 유형에 비하여 낮은 것으로 판단되었다. 직업은 전문기술직·일반사무직·행정관리직, 주부 순이었다.

<표 6> 라이프스타일 유형별 거주자의 일반적 특성 N(%)

항 목	유형추구	심미추구	가족추구	정보추구	합 계	
거주지	강남(11구)	128(59.8)	130(53.9)	56(48.7)	42(58.3)	359(55.9)
	강북(13구)	86(40.2)	111(46.1)	59(51.3)	30(41.7)	283(44.1)
성별	남성	99(46.3)	117(48.5)	84(73.0)	38(52.8)	338(52.6)
	여성	115(53.7)	124(51.5)	31(27.0)	34(47.2)	304(47.4)
연령	20대	34(15.9)	45(18.7)	21(18.3)	19(26.4)	119(18.5)
	30대	86(40.2)	73(30.3)	33(28.7)	27(37.5)	219(34.1)
	40대	60(28.0)	91(37.8)	33(28.7)	20(27.8)	219(31.8)
	50대	34(15.9)	32(13.3)	28(24.3)	6(8.3)	100(15.6)
	2명	38(17.8)	45(18.6)	37(32.2)	16(22.2)	139(21.6)
가족원 수	3명	69(32.2)	70(29.0)	25(21.7)	21(29.2)	185(28.8)
	4명	81(37.9)	90(37.3)	47(40.9)	22(30.6)	240(37.4)
	5명	26(12.1)	33(13.7)	6(5.2)	13(18.1)	78(12.1)
가족 형태	부부	43(20.1)	43(17.8)	20(17.4)	11(15.3)	117(18.2)
	부부+자녀	128(59.8)	153(63.5)	79(68.7)	41(56.9)	401(62.5)
	부부+부모	15(7.0)	14(5.8)	2(1.7)	0(0)	31(4.8)
	부부+자녀+기타	22(10.3)	21(8.7)	7(6.1)	16(22.2)	66(10.3)
거주 기간	기타	6(2.8)	10(4.1)	7(6.1)	4(5.6)	27(4.2)
	1년 이상-3년 미만	83(38.8)	80(33.2)	33(28.7)	31(43.1)	227(35.4)
	3년 이상-5년 미만	66(30.8)	58(24.1)	26(22.6)	11(15.3)	161(25.1)
	5년 이상	65(30.4)	103(42.7)	56(48.7)	30(41.7)	254(39.6)
연평균 소득	4,000만원 미만	51(23.8)	78(32.4)	57(49.6)	22(30.6)	208(32.4)
	4,000만원 이상-5,000만원 미만	65(30.4)	59(24.5)	33(28.7)	15(20.8)	172(26.8)
	5,000만원 이상	98(45.8)	104(43.2)	25(21.7)	35(48.6)	262(40.8)
최종 학력	고졸 이하	26(12.1)	38(15.8)	8(7.0)	15(20.8)	87(13.6)
	전문대졸	27(12.6)	12(5.0)	27(23.5)	10(13.9)	76(11.8)
	대졸	132(61.7)	175(72.6)	72(62.6)	43(59.7)	422(65.7)
	대학원졸	29(13.6)	16(6.6)	8(7.0)	4(5.6)	57(8.9)
직업	전문기술직, 일반사무직, 행정관리직	126(58.9)	128(53.1)	61(53.0)	38(52.8)	353(55.0)
	주부	50(23.4)	46(19.1)	14(12.2)	10(13.9)	120(18.7)
	학생	22(10.3)	27(11.2)	13(11.3)	13(18.1)	75(11.7)
	기타	24(11.1)	45(18.6)	27(23.4)	11(15.3)	94(14.6)
합 계	214(100)	241(100)	115(100)	72(100)	642(100)	

정보추구형은 전체 거주자의 11.2%가 이에 해당하였다. 강남에 거주하는 남성으로 20대, 30대, 40대가 고루 분포

하며, 다른 집단에 비해 젊은 20대의 비율이 높았다. 가족원 수는 2명부터 4명까지 고루 분포하며, 부부+자녀가족으로 거주기간은 1년 이상-3년 미만으로 다른 유형에 비하여 단기거주성향을 보였다. 연평균소득은 5,000만원 이상이며 최종학력은 대졸의 비율이 가장 높았다. 직업은 전문기술직·일반사무직·행정관리직, 주부 순이었다.

3.4. 거주자의 라이프스타일 유형별로 선호하는 욕실디자인

(1) 기본설비

거주자의 라이프스타일 유형별로 선호하는 욕실의 기본설비를 파악하기 위하여 변기, 세면대, 욕조, 샤워부스의 형태에 대한 선호를 조사한 결과는 다음과 같다.

라이프스타일 유형별로 선호하는 변기의 형태를 원피스형, 투피스형, 벽걸이형, 비데일체형 등으로 구분하여 조사한 결과는 <표 7>과 같다.

<표 7> 라이프스타일 유형별로 선호하는 변기의 형태 N(%)

항 목	유형추구	심미추구	가족추구	정보추구	합 계
직각원피스형	18(8.4)	56(23.2)	21(18.3)	13(18.1)	108(16.8)
곡선원피스형	13(6.1)	14(5.8)	8(7.0)	11(15.3)	46(7.2)
유선원피스형	39(18.2)	35(14.5)	14(12.2)	5(6.9)	93(14.5)
직각투피스형	13(6.1)	14(5.8)	7(6.1)	9(12.5)	43(6.7)
곡선투피스형	0(0)	6(2.5)	4(3.5)	2(2.8)	12(1.8)
마름모투피스형	4(1.9)	15(6.2)	6(5.2)	2(2.8)	27(4.2)
곡선벽걸이형	7(3.3)	2(0.8)	8(7.0)	2(2.8)	19(3.0)
직선벽걸이형	6(2.8)	6(2.5)	2(1.7)	0(0)	14(2.2)
곡선비데일체형	36(16.8)	22(9.1)	16(13.9)	8(11.1)	82(12.8)
직선비데일체형	78(36.4)	71(29.5)	29(25.2)	20(27.8)	198(30.8)
합 계	214(100)	241(100)	115(100)	72(100)	642(100)

유형추구형은 직선비데일체형(36.1%)을 가장 선호하였고 그 다음으로는 유선원피스형(18.2%), 곡선비데일체형(16.8%) 순으로 나타났다. 직선비데일체형은 변기와 비데의 기능이 일체화되어 있으며 전체적으로 직선으로 된 심플한 디자인으로 된 형태이며 곡선비데일체형은 직선비데일체형과 기능은 같으나 디자인은 상반된 형태로 유선형의 심플한 선과 곡선이 강조된 형태이다. 유선원피스형은 위쪽의 탱크부분이 유선형 디자인으로 심플한 선과 곡선이 강조된 형태이다. 심미추구형은 직선비데일체형(29.5%), 직각원피스형(23.2%) 순이었다. 직각원피스형은 서양식 변기로 전체를 하나로 만든 형태로 위쪽의 탱크 부분이 직사각형인 형태이다. 가족추구형은 직선비데일체형(25.2%), 직각원피스형(18.3%) 순으로 선호가 높았고 정보추구형은 직선비데일체형(27.8%), 곡선원피스형(15.3%) 순이었다. 곡선원피스형은 서양식 변기로 전체를 하나로 만든 형태로 위쪽의 탱크부분이 곡선인 형태이다.

모든 라이프스타일 유형을 종합하여 선호하는 변기의 형태를 살펴보면, 직선비데일체형(30.8%)을 가장 선호하였다. 그 다음으로는 직각원피스형(16.8%), 유선원피스형(14.5%), 곡선비데일체형(12.8%), 곡선원피스형(7.2%) 순이었다.

전반적으로 비데에 대한 선호가 높았는데 이는 황윤정(2004)¹⁴과 신경주·황윤정·이지현(2008)¹⁵의 연구에서도 보고되었다. 즉, 중형아파트 거주자들은 새로운 기능의 설비를 선호하므로 이러한 욕실 설비의 도입을 권장한다. 또한 원피스형과 투피스형을 각각 설문에서 제시했을 때 육중한 느낌을 주는 투피스형보다 날렵하고 심플한 디자인의 원피스형에 대한 선호가 높은 것을 알 수 있었다.



<그림 1> 라이프스타일 유형별로 선호된 번기(중형아파트 거주자)

선호하는 세면대의 형태를 스탠드형, 미니스탠드형, 카운터형, 언더카운터형, 세미카운터형, 볼형, 코너형 등으로 구분하여 조사한 결과는 <표 8>과 같다.

유행추구형은 직각세미카운터형(15.0%)을 가장 선호하였고 그 다음으로는 타원세미카운터형(14.0%)을 선호하였다. 직각세미카운터형은 상판이 대리석이고 모양은 직사각형으로 세면대 아래쪽에 수건걸이가 설치되어 있는 형태이며 타원세미카운터형은 상판이 아크릴이고 모양은 타원형인 형태이다. 심미추구형은 유행추구형과 마찬가지로 직각세미카운터형(20.7%)의 선호도가 가장 높았다. 가족추구형은 타원스탠드형(13.9%)을 가장 선호하였는데 타원스탠드형은 세면대 하단에 긴다리가 있는 지지대식으로 상판의 모양이 타원형인 형태이다. 정보추구형은 마름모세미카운터형(13.9%), 타원스탠드형(13.9%)을 가장 선호하였는데 마름모세미카운터형은 상판이 목재이고 모양은 마름모형인 형태이다.

모든 라이프스타일 유형을 종합하여 선호하는 세면대의 형태를 살펴보면, 직각세미카운터형(16.0%)를 가장 선호하였다. 그 다음으로는 타원세미카운터형(9.8%), 타원스탠드형(9.5%), 마름모세미카운터형(7.3%) 순이었다.

중형아파트 거주자들은 대체로 벽에 직접 부착시키거나 세면대와 넓은 상판이 연결된 형태인 세미카운터형에 대한 선호가 높았다. 또한 스탠드형과 볼형, 코너형 등 다양한 세면대의 형태를 선호하였고 상판의 모양도 원

형, 타원형, 직사각형 등 다양한 형태를 선호하였다.

<표 8> 라이프스타일 유형별로 선호하는 세면대의 형태 N(%)

항 목	유행추구	심미추구	가족추구	정보추구	합 계
반원스탠드형	6(2.8)	14(5.8)	9(7.8)	2(2.8)	31(4.8)
타원스탠드형	19(8.9)	16(6.6)	16(13.9)	10(13.9)	61(9.5)
마름모스탠드형	8(3.7)	6(2.5)	0(0)	0(0)	14(2.2)
직각반원스탠드형	0(0)	0(0)	3(2.6)	0(0)	3(0.5)
마름모수건걸이 스탠드형	10(4.7)	8(3.3)	6(5.2)	0(0)	24(3.7)
반원미니스탠드형	17(7.9)	19(7.9)	11(9.6)	4(5.6)	51(7.9)
타원미니스탠드형	5(2.3)	14(5.8)	2(1.7)	2(2.8)	23(3.6)
타원수건걸이 미니스탠드형	10(4.7)	26(10.8)	6(5.2)	2(2.8)	44(6.9)
직각타원 미니카운터형	0(0)	2(0.8)	4(3.5)	0(0)	6(0.9)
직각수건걸이 미니카운터형	11(5.1)	13(5.4)	10(8.7)	0(0)	34(5.3)
타원카운터형	6(2.8)	8(3.3)	4(3.5)	3(4.2)	21(3.3)
원형카운터형	7(3.3)	8(3.3)	10(8.7)	8(11.1)	33(5.1)
직각타원카운터형	7(3.3)	2(0.8)	2(1.7)	0(0)	11(1.7)
직각언더카운터형	0(0)	4(1.7)	0(0)	0(0)	4(1.7)
변형타원언더카운터형	7(3.3)	2(0.8)	2(1.7)	8(11.1)	19(3.0)
직각세미카운터형	32(15.0)	50(20.7)	10(8.7)	11(15.3)	103(16.0)
마름모세미카운터형	12(5.6)	23(9.5)	2(1.7)	10(13.9)	47(7.3)
타원세미카운터형	30(14.0)	16(6.6)	9(7.8)	8(11.1)	63(9.8)
타원볼형	12(5.6)	4(1.7)	0(0)	2(2.8)	18(2.8)
직각볼형	11(5.1)	4(1.7)	0(0)	0(0)	15(2.3)
부채꼴코너형	2(0.9)	0(0)	2(1.7)	2(2.8)	6(0.9)
타원코너형	2(0.9)	0(0)	0(0)	0(0)	2(0.3)
합 계	214(100)	241(100)	115(100)	72(100)	642(100)

이 결과는 현재 확일적으로 계획되고 있는 욕실 설비에 대한 재점검의 필요성을 시사하며 욕실디자인 시 이러한 점을 감안하도록 제안한다.



<그림 2> 라이프스타일 유형별로 선호된 세면대(중형아파트 거주자)

라이프스타일 유형별로 선호하는 욕조의 형태를 매립형, 반매립형, 월풀형, 스파형, 이동형(바닥에 놓는 형), 거치형 등으로 구분하여 조사한 결과는 <표 9>와 같다.

유행추구형은 스파형(20.1%), IT거치형(15.4%) 순으로 선호도가 높았다. 스파형은 프라이버시를 지키며 혼자서 스파를 편안하게 즐길 수 있는 형태이며 IT거치형은 주변에 틀 없이 욕조를 그대로 설치하고 욕조 앞쪽에는 멀티미디어를 설치한 형태이다. 심미추구형은 타원월풀형(21.6%)을 가장 선호하였고 그 다음으로는 IT거치형(18.2%), 매립형(17.4%) 순이었다. 타원월풀형은 다양한 수압의 물살로 마사지를 받을 수 있는 형태이며 매립형은 바닥 안으로 욕조를 완전히 매립시킨 형태이다. 가족추구형은 매립형(20.9%)을 가장 선호하였고 타원월풀형(20.0%), IT거치형(15.7%) 순이었다. 정보추구형은 스파형(22.2%), 매

14) 황윤정, Two Bathroom 아파트 거주자의 만족도와 선호도, 한양대학교 석사학위논문, 2004, p.34
 15) 신경주·황윤정·이지현, 중규모 아파트 거주자의 욕실디자인 만족도와 선호도 분석, 한국실내디자인학회논문집 제17권 5호, 2008, p.18

립형(19.4%), 타원월풀형(18.1%) 순으로 선호도가 높았다.

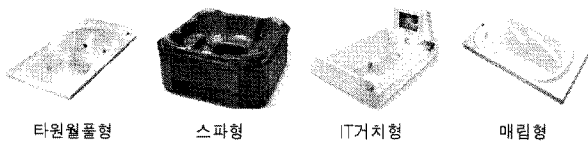
<표 9> 라이프스타일 유형별로 선호하는 욕조의 형태 N(%)

항 목	유행추구	심미추구	가족추구	정보추구	합 계
매립형	18(8.4)	42(17.4)	24(20.9)	14(19.4)	98(15.3)
반매립형	27(12.6)	20(8.3)	19(16.5)	2(2.8)	68(10.6)
타원월풀형	27(12.6)	52(21.6)	23(20.0)	13(18.1)	115(17.9)
원형월풀형	14(6.5)	10(4.1)	0(0)	3(4.2)	27(4.2)
부채꼴월풀형	4(1.9)	2(0.8)	0(0)	6(8.3)	12(1.9)
스파형	43(20.1)	32(13.3)	12(10.4)	16(22.2)	103(16.0)
타원이동형	8(3.7)	8(3.3)	3(2.6)	0(0)	19(3.0)
변형타원이동형	13(6.1)	5(2.1)	3(2.6)	0(0)	21(3.3)
타원수건걸이이동형	0(0)	4(1.7)	2(1.7)	6(8.3)	12(1.9)
원형이동형	4(1.9)	4(1.7)	0(0)	2(2.8)	10(1.6)
직각거치형	4(1.9)	0(0)	0(0)	2(2.8)	6(0.9)
직각수납거치형	10(4.7)	10(4.1)	6(5.2)	4(5.6)	30(4.7)
직각계단거치형	3(1.4)	8(3.3)	0(0)	0(0)	11(1.7)
원형거치형	6(2.8)	0(0)	5(4.3)	0(0)	11(1.7)
IT거치형	33(15.4)	44(18.3)	18(15.7)	4(5.6)	99(15.4)
합 계	214(100)	241(100)	115(100)	72(100)	642(100)

모든 라이프스타일 유형을 종합하여 선호하는 욕조의 형태를 살펴보면, 타원월풀형(17.9%)를 가장 선호하였다. 그 다음으로는 스파형(16.0%), IT거치형(15.4%), 매립형(15.3%) 순이었다.

중형아파트 거주자들은 단순한 욕조보다 다양한 기능을 가진 월풀형이나 스파형에 대한 선호가 높았다. 또한 TV 시청이나 영화감상 등을 할 수 있는 멀티미디어 설비가 갖추어진 욕조에 대한 선호가 높았다. 욕실이 생리, 위생기능의 공간 역할에서 휴식과 여가 공간의 기능을 추가하기를 희망하고 있으므로 욕실디자인 시 이점을 감안하도록 제안한다.

앞으로는 욕실의 새로운 설비나 제품에 대한 제고 후 그 활용도가 증대될 제품이 도입되어야 한다고 판단된다.



<그림 3> 라이프스타일 유형별로 선호된 욕조(중형아파트 거주자)

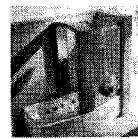
라이프스타일 유형별로 선호하는 샤워부스의 형태를 욕조거치형, 파티션, 사우나형, 문설치형 등으로 구분하여 조사한 결과는 <표 10>과 같다.

<표 10> 라이프스타일 유형별로 선호하는 샤워부스의 형태 N(%)

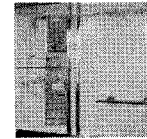
항 목	유행추구	심미추구	가족추구	정보추구	합 계
욕조거치형	26(12.1)	14(5.8)	11(9.6)	2(2.8)	53(8.3)
프레임욕조거치형	63(29.4)	31(12.9)	13(11.3)	15(20.8)	122(19.0)
파티션	37(17.3)	39(16.2)	24(20.9)	17(23.6)	117(18.2)
사우나형	24(11.2)	63(26.1)	20(17.4)	14(19.4)	121(18.8)
프레임문설치형	16(7.5)	28(11.6)	19(16.5)	9(12.5)	72(11.2)
오각문설치형	24(11.2)	43(17.8)	19(16.5)	8(11.1)	94(14.6)
원형문설치형	7(3.3)	10(4.1)	5(4.3)	7(9.7)	29(4.5)
사각문설치형	17(7.9)	13(5.4)	4(3.5)	0(0)	34(5.3)
합 계	214(100)	241(100)	115(100)	72(100)	642(100)

유행추구형은 프레임욕조거치형(29.4%), 파티션(17.3%) 순으로 선호도가 높았다. 프레임욕조거치형은 샤워부스를 욕조 안쪽에 설치하여 욕조와 결합시켜 샤워부스 주변에 프레임을 설치한 형태이며 파티션은 각각의 고정유리로 샤워공간과 세면대, 세면대와 변기, 샤워공간과 변기 등을 나눈 형태이다. 심미추구형은 사우나형(26.1%)을 가장 선호하였고 그 다음으로는 오각문설치형(17.8%), 파티션(16.2%) 순으로 선호하였다. 사우나형은 스팀기가 설치된 욕실 또는 사용자의 요구에 따라 샤워공간을 밀폐시키는 형태이며 오각문설치형은 글라스 힌지를 이용하여 오각형의 유리부스를 고정시킨 형태이다. 가족추구형은 파티션(20.9%)을 가장 선호하였고 사우나형(17.4%), 프레임문설치형(16.5%), 오각문설치형(16.5%) 순이었다. 프레임문설치형은 벽 사이에 유리문을 설치한 형태이다. 정보추구형은 파티션(23.6%)을 가장 선호하였고 그 다음으로는 프레임욕조거치형(20.8%), 사우나형(19.4%) 순으로 선호도가 높게 나타났다.

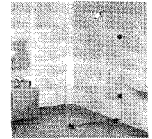
모든 라이프스타일 유형을 종합하여 선호하는 샤워부스의 형태를 살펴보면, 프레임욕조거치형(19.0%)를 가장 선호하였다. 그 다음으로는 사우나형(18.8%), 파티션(18.2%), 오각문설치형(14.6%), 프레임문설치형(11.2%) 순이었다.



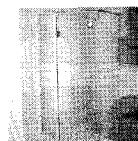
프레임욕조거치형



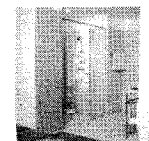
사우나형



파티션



오각문설치형



프레임문설치형

<그림 4> 라이프스타일 유형별로 선호된 샤워부스(중형아파트 거주자)

중형아파트에서는 최근 목욕보다 샤워의 개념이 활성화되면서 샤워부스가 많이 계획되고 있는 추세이다. 샤워부스를 설치하면 샤워공간이 분리되어서 욕조와 달리 욕실에 물이 튀거나 흐르지 않으므로 나머지 욕실 바닥을 건식 공간화 하여 청결하게 유지할 수 있는 장점을 가진다. 또한 샤워부스는 좁은 공간을 효율적으로 사용하는 욕조거치형과 파티션은 욕실의 기능과 쾌적함을 극대화시킨 설비이므로 중형아파트에 권장한다.

(2) 부속설비

라이프스타일 유형별로 선호하는 수납장의 형태를 상부부착형과 하부부착형, 이동형 등으로 구분하여 조사한 결과는 <표 11>과 같다.

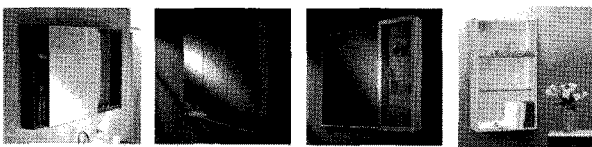
유행추구형은 2면상부부착형(22.4%)을 가장 선호하였

는데 2면상부부착형은 수납장이 세면대 상부에 위치하며 벽걸이형으로 수납과 거울의 기능이 2면으로 된 형태이다. 심미추구형은 혼합상부부착형(24.1%)을 가장 선호하였고 그 다음으로는 2면상부부착형(23.7%), 3면상부부착형(22.8%) 순이었다. 혼합상부부착형은 수납장이 세면대 상부에 위치하며 벽걸이형으로 수납과 거울의 기능이 일체화된 한 면과 오픈된 장이 혼합된 형태이며 3면상부부착형은 수납과 거울의 기능이 2면으로 된 형태이다. 가족추구형은 3면상부부착형(22.6%), 오픈수납장(20.0%), 혼합상부부착형(20.0%) 순으로 선호도가 높았다. 오픈수납장은 수납장이 세면대 상부에 위치하는 벽걸이형으로 문이 없이 오픈된 형태이다. 정보추구형은 2면상부부착형(33.3%)을 가장 선호하였고 그 다음으로는 3면상부부착형(29.2%), 혼합상부부착형(22.2%) 순이었다.

<표 11> 라이프스타일 유형별로 선호하는 수납장의 형태 N(%)

항 목	유행추구	심미추구	가족추구	정보추구	합 계
매립상부부착형	4(1.9)	8(3.3)	2(1.7)	3(4.2)	17(2.6)
오픈상부부착형	26(12.1)	19(7.9)	23(20.0)	0(0)	68(10.6)
혼합상부부착형	40(18.7)	58(24.1)	23(20.0)	16(22.2)	136(21.2)
2면상부부착형	48(22.4)	57(23.7)	22(19.1)	24(33.3)	152(23.7)
3면상부부착형	41(19.2)	55(22.8)	26(22.6)	21(29.2)	143(22.3)
트레이하부부착형	0(0)	2(0.8)	0(0)	2(2.8)	4(0.6)
서랍하부부착형A	25(11.7)	14(5.8)	2(1.7)	2(2.8)	43(6.7)
서랍하부부착형B	24(11.2)	22(9.1)	15(13.0)	4(5.6)	65(10.1)
이동형	6(2.8)	6(2.5)	2(1.7)	0(0)	14(2.2)
합 계	214(100)	241(100)	115(100)	72(100)	642(100)

모든 라이프스타일 유형을 종합하여 선호하는 수납장의 형태를 살펴보면, 2면상부부착형(23.7%)을 가장 선호하였다. 그 다음으로는 3면상부부착형(22.3%), 혼합상부부착형(21.2%), 오픈상부부착형(10.6%) 순이었다.



2면상부부착형 3면상부부착형 혼합상부부착형 오픈상부부착형

<그림 5> 라이프스타일 유형별로 선호된 수납장(중형아파트 거주자)

중형아파트에서는 다양한 형태의 수납장을 선호하므로 현재의 욕실 수납에 대한 개선이 필요하였다. 이 결과는 여러 선행연구들(16)에서 수납장의 크기, 색상과 재질에 대한 불만이 보고된 것과 같이 거주자의 의견을 고려하지 않은 채 획일적으로 수납장을 디자인하였기 때문이었다.

앞으로 욕실 수납장을 계획할 때는 단조로운 형태와 색상, 재질에서 벗어나서 거주자들의 요구에 적합한 디자인으로 개선되기를 기대한다.

16) 탁순애, 아파트 욕실공간에 관한 연구, 건국대학교 석사학위논문, 1990, 이영심, 거주자가 요구하는 아파트의 욕실, 한양대학교 박사학위논문, 1996, 황윤정, Two Bathroom 아파트 거주자의 만족도와 선호도, 한양대학교 석사학위논문, 2004

(3) 마감재

거주자의 라이프스타일 유형별로 선호하는 욕실의 마감재를 파악하기 위하여 바닥, 천장, 벽의 마감재 선호를 조사한 결과는 <표 12>와 같다.

<표 12> 라이프스타일 유형별로 선호하는 욕실의 마감재 N(%)

항 목	유행추구	심미추구	가족추구	정보추구	합 계	
바닥	목재	29(13.6)	22(9.1)	10(8.7)	5(6.9)	66(10.3)
	PVC 모노롬	20(9.3)	13(5.4)	7(6.1)	5(6.9)	45(7.0)
	타일	115(53.7)	186(77.2)	78(67.8)	53(73.6)	432(67.3)
	페인트	10(4.7)	4(1.7)	0(0)	0(0)	14(2.2)
	석재	38(17.8)	16(6.6)	15(13.0)	9(12.5)	78(12.1)
	기타	2(0.9)	0(0)	5(4.3)	0(0)	7(1.1)
천장	목재	17(7.9)	14(5.8)	5(4.3)	2(2.8)	38(5.9)
	PVC 모노롬	25(11.7)	13(5.4)	8(7.0)	8(11.1)	54(8.4)
	타일	129(60.3)	169(70.1)	71(61.7)	46(63.9)	415(64.6)
	페인트	13(6.1)	0(0)	2(1.7)	0(0)	15(2.3)
	석재	30(14.0)	40(16.6)	27(23.5)	16(22.2)	113(17.6)
	기타	0(0)	5(2.1)	2(1.7)	0(0)	7(1.1)
벽	목재	34(15.9)	54(22.4)	21(18.3)	2(2.8)	111(17.3)
	PVC 모노롬	69(32.2)	50(20.7)	24(20.9)	33(45.8)	176(27.4)
	타일	45(21.0)	72(29.9)	31(27.0)	14(19.4)	162(25.2)
	페인트	23(10.7)	8(3.3)	9(7.8)	2(2.8)	42(6.5)
	석재	30(14.0)	28(11.6)	15(13.0)	19(26.4)	92(14.3)
	기타	13(6.1)	29(12.0)	15(13.0)	2(2.8)	59(9.2)
합 계	214(100)	241(100)	115(100)	72(100)	642(100)	

라이프스타일 유형별로 선호하는 바닥의 마감재는 모든 라이프스타일 유형에서 타일을 가장 높게 선호하였다. 그 다음은 유행추구형과 단란추구형, 정보추구형에서는 석재, 목재 순이었으며 심미추구형은 목재, 석재 순이었다. 바닥은 피부에 접촉하는 곳이므로 미끄럼 방지가 되어 안전하며 감촉이 좋은 재료를 선택해야 한다.

중형아파트 거주자들은 모든 유형에서 청소가 간단하고 흡수성이 없고 건조가 빠른 타일을 선호하였다.

라이프스타일 유형별로 선호하는 천장의 마감재는 모든 라이프스타일 유형에서 타일을 가장 선호하였고 그 다음으로는 석재, PVC 모노롬, 목재 순이었다. 천장은 나무리가 가장 어려운 부분으로 겨울철의 결로로 인하여 곰팡이가 생기기 쉬운 부분이므로 단열성, 방습성, 흡음성이 좋은 재료를 선택해야 한다.

중형아파트 거주자들은 천장 마감재로 벽, 바닥과 달리 석재, PVC 모노롬, 목재를 비교적 높게 선호하였으나 전문가 입장에서 볼 때 그리 적합한 선택은 아니었으며 인조 석재이거나 재료에 대한 지식이 미흡하여 생긴 것으로 판단된다.

라이프스타일 유형별로 선호하는 벽의 마감재는 바닥과 벽에 비해 다양하였다. 유행추구형은 PVC 모노롬(32.2%)이 가장 높았고 타일(21.0%), 목재(15.9%), 석재(14.0%) 순이었다. 심미추구형은 타일(29.9%)을 가장 선호하였고 목재(22.4%), PVC 모노롬(20.7%) 순이나 세가지의 재료 선호에 큰 차이가 없었다. 가족추구형은 타일(27.0%)을 가장 선호하였고 PVC 모노롬(20.9%), 목재(18.3%), 석재(13.0%), 기타(13.0%) 순으로 선호도가 높

았다. 정보추구형은 PVC 모노륨(45.8%)을 압도적으로 선호하였고 석재(26.4%), 타일(19.4%) 순이었다. 벽은 욕조, 샤워기 등 물과 직접 관련된 제품이 부착되는 곳이며 욕실에서 가장 넓은 면적을 차지하여 시각적 측면에서 색상과 재질, 내구성 등을 고려하도록 한다.

중형아파트 거주자들은 습기와 부식에 강하고 청소가 용이한 타일에 대한 선호도가 높고 웅장한 느낌을 주는 석재에 대한 선호도가 높았다.

(4) 환경

라이프스타일 유형별로 선호하는 욕실의 환경을 조명, 환기, 난방 측면에서 파악하여 조사한 결과는 <표 13>과 같다.

<표 13> 라이프스타일 유형별로 선호하는 욕실의 환경 N(%)

항 목	유형추구	심미추구	가족추구	정보추구	합 계	
조 명	천장 매입등	37(17.3)	55(22.8)	16(13.9)	21(29.2)	129(20.1)
	벽 매입등	114(53.3)	101(41.9)	62(53.9)	33(45.8)	310(48.3)
	벽부등	57(26.7)	81(33.6)	25(20.9)	14(19.4)	176(27.4)
	직부등	6(2.8)	4(1.7)	13(11.3)	4(5.6)	27(4.2)
환풍기 환풍구	매우 불필요	14(6.5)	0(0)	2(1.7)	0(0)	16(2.5)
	불필요	9(4.2)	2(0.8)	4(3.5)	0(0)	15(2.3)
	보통	33(15.4)	6(2.5)	29(17.4)	2(2.8)	61(9.5)
	필요	49(22.9)	86(35.7)	49(42.6)	32(44.4)	216(33.6)
바닥 난방	매우 필요	109(50.9)	147(61.0)	40(34.8)	38(52.8)	334(52.0)
	매우 불필요	4(1.9)	4(1.7)	3(2.6)	2(2.8)	13(2.0)
	불필요	30(14.0)	50(20.7)	25(21.7)	28(38.9)	133(20.7)
	보통	77(36.0)	97(40.2)	55(47.8)	13(18.1)	242(37.7)
온풍 난방	필요	85(39.7)	82(34.0)	26(22.6)	18(25.0)	211(32.9)
	매우 필요	18(8.4)	8(3.3)	6(5.2)	11(15.3)	43(6.7)
	매우 불필요	4(1.9)	0(0)	3(2.6)	5(6.9)	12(1.9)
	불필요	29(13.6)	32(13.3)	19(16.5)	17(23.6)	97(15.1)
합 계	보통	68(31.8)	101(41.9)	58(50.4)	30(41.7)	257(40.0)
	필요	90(42.1)	94(39.0)	31(27.0)	13(18.1)	228(35.5)
	매우 필요	23(10.7)	14(5.8)	4(3.5)	7(9.7)	48(7.5)
	합 계	214(100)	241(100)	115(100)	72(100)	642(100)

라이프스타일 유형별로 선호하는 욕실의 조명을 살펴보면, 중형아파트 거주자들은 모든 라이프스타일 유형에서 벽 안으로 조명을 완전히 매립시킨 형태인 벽 매입등을 가장 선호하였고 그 다음은 벽부등, 천장 매입등, 직부등의 순이었다. 벽부등은 벽에 부착하는 형태로 욕실의 세면대 위나 벽면을 강조해주는 형태이며 천장 매입등은 천장 사이 공간에 조명기구를 매입시키는 형태이다. 조명의 위치는 거울 위를 선호하는데 이는 기본적인 생리욕구 외에 화장이나 면도 등의 미용과 관련된 행위를 하기 때문으로 판단된다. 자연채광이 되지 않는 대부분의 현재 욕실에서 조명이 어두우면 욕실이 불결해 보일 수 있으므로 조명의 밝기나 수에 대해서 세심한 배려가 필요하다.

라이프스타일 유형별로 선호하는 욕실의 환기, 난방을 살펴보면, 모든 라이프스타일 유형에서 환풍기/환풍구를 반수 이상이 매우 필요하다고 응답하였고 바닥 난방과 온풍난방도 보통과 필요의 응답 비율이 비슷하였다. 선행연구들¹⁷⁾에서도 환기에 대한 불만족이 보고되었고 본

연구에서도 환풍기/환풍구의 선호가 높았다. 욕실은 온도와 습기가 적당하여 곰팡이 번식이 쉬우므로 곰팡이가 생기지 않게 환기 설비에 신경을 쓰면서 곰팡이 방지 재료를 선택해야 하며 또한 욕실은 옷을 벗고 있거나 맨발로 있는 공간이므로 바닥에 난방이 되도록 권장한다.

4. 결론 및 제언

본 연구는 생활양식의 변화가 가장 빠르게 나타나는 서울지역 아파트 거주자를 대상으로 우리나라 공급기준인 중형아파트 거주자들의 라이프스타일 유형 분류를 시도하였다. 또한 라이프스타일 유형별 선호하는 욕실디자인을 찾고자 하였으며 그 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 중형아파트 거주자의 선호하는 욕실디자인 등을 찾기 위하여 라이프스타일 분류용 설문 23문항을 개발하였다. 그 결과 대체적으로 유형 분류가 가능하나 부분적으로 애매한 문항이 일부 있어서 앞으로 더 완성된 문항 개발을 위한 노력이 필요하였다.

둘째, 중형아파트 거주자의 선호하는 욕실디자인을 찾기 위한 라이프스타일 유형은 유행추구형, 심미추구형, 가족추구형, 정보추구형으로 분류되었다. 유행추구형은 과시지향적이고 유행변화에 민감한 유형이었고, 심미추구형은 실내장식에 관심이 많은 유형이었다. 가족추구형은 가족생활을 중시하는 유형이었고, 정보추구형은 정보통신생활에 관련된 정보를 중시하는 유형이었다. 중형아파트 거주자들은 이런 관점에서 자신의 유형을 유추하도록 한다.

셋째, 유행추구형이 선호하는 욕실디자인을 살펴보면, 변기는 직선비데일체형, 세면대는 직각세미카운터형, 욕조는 스파형, 샤워부스는 프레임욕조거치형을 선호하였다. 수납장은 2면상부부착형을 선호하였고 바닥·천장 마감재는 타일을, 벽 마감재는 PVC 모노륨을 선호하였다. 조명은 벽 매입등을 선호하였고 환기, 난방이 잘 된 환경을 선호하였다.

넷째, 심미추구형이 선호하는 욕실디자인을 살펴보면, 변기와 세면대는 유행추구형과 같은 형태를 원하나 욕조는 타원월풀형, 샤워부스는 사우나형을 선호하였다. 수납장은 혼합상부부착형을 선호하였고 바닥·천장·벽 마감재는 타일을 선호하였다. 조명을 포함한 욕실 환경은 다른 유형과 그 선호가 같았다.

다섯째, 가족추구형이 선호하는 욕실디자인을 살펴보면, 변기는 다른 유형과 동일한 직선비데일체형이나, 세면대는 타원스탠드형, 욕조는 매립형, 샤워부스는 파티션

17) 탁순애, 아파트 욕실공간에 관한 연구, 건국대학교 석사학위논문, 1990. 이영심, 거주자가 요구하는 아파트의 욕실, 한양대학교 박사학위논문, 1996. 황윤정, Two Bathroom 아파트 거주자의 만족도와 선호도, 한양대학교 석사학위논문, 2004

을 선호하였다. 수납장은 3면상부부착형을 선호하였고 바닥·천장·벽 마감재는 타일을 선호하였다. 조명을 포함한 욕실 환경은 다른 유형과 그 선호가 동일하였다.

여섯째, 정보추구형이 선호하는 욕실디자인을 살펴보면, 변기는 다른 유형과 동일하고, 세면대는 마름모세미 카운터형, 욕조는 스파형을, 샤워부스는 파티션으로 샤워부스는 단란추구형과 동일하였다. 수납장은 2면상부부착형과 바닥·천장 마감재는 타일을, 벽 마감재는 PVC 모노톤으로 유행추구형과 선호가 같았다. 조명을 포함한 욕실 환경은 다른 유형과 그 선호가 같았다.

일곱째, 중형아파트 거주자의 라이프스타일 유형별로 거주자가 선호하는 욕실디자인의 차별화가 요구되었다.

본 연구의 결과는 주택공급자는 주택공급 시 욕실 계획에 옵션을 줄 때 라이프스타일 유형별 욕실디자인 제시에 이용이 가능하겠다. 또한 이것을 바탕으로 아파트 선택과 욕실디자인 선택 시 뿐만 아니라 리모델링 시에도 이용할 수 있으며 욕실디자인 개발 업체나 욕실 시공 및 디자이너는 디자인 개발 및 시공 시에 참고하도록 한다.

향후의 발전적인 연구방향을 위한 제언은 다음과 같다.

첫째, 앞으로의 연구에서는 설문조사 방법에 포커스 면접법을 병행하여 보다 심층적이고 구체적인 욕실디자인이 밝혀지도록 하며 욕실을 위한 라이프스타일 분류용 조사지와 면접지를 심화시켜 개발하도록 권장한다. 또한 라이프스타일 외에 욕실디자인 차별화 요소 찾기도 계속 되어야 할 것이다.

둘째, 현재 확일적으로 계획되고 있는 욕실 설비에 대한 재점검이 필요하며 새로운 설비나 제품에 대한 제고 후 그 활용도가 증대될 제품이 도입되어야 한다고 판단된다.

셋째, 중형아파트에서는 최근 목욕보다 샤워의 개념이 활성화되면서 샤워부스가 많이 계획되고 있는 추세이며 샤워부스를 설치하면 샤워공간이 분리되어서 욕조와 달리 욕실에 물이 튀거나 흐르지 않으므로 나머지 욕실 바닥을 건식 공간화 하여 청결하게 유지할 수 있는 장점을 가진다. 또한 샤워부스는 좁은 공간을 효율적으로 사용하는 욕조거치형과 파티션은 욕실의 기능과 쾌적함을 극대화시킨 설비이므로 중형아파트에 권장한다.

넷째, 욕실 수납장을 계획할 때는 단조로운 형태와 색상, 재질에서 벗어나서 거주자들의 요구에 적합한 디자인으로 개선되기를 권장한다.

다섯째, 욕실 마감재는 습기와 부식에 강하고 청소가 용이한 타일과 웅장한 느낌을 주는 석재를 권장한다.

여섯째, 욕실 조명은 벽 매입등으로 하고 욕실은 온도 습기가 적당하여 곰팡이 번식이 쉬우므로 곰팡이가 생기지 않게 환기 설비에 신경을 쓰면서 곰팡이 방지 재료를 선택해야 한다. 또한 욕실은 옷을 벗고 있거나 맨발로 있는 공간이므로 바닥에 난방이 되도록 권장한다.

욕실은 모든 가정에 있으며 그 수가 증가하고 있고 사무공간에도 확산되고 있으나 그 연구는 극히 미흡하여 수십 편에 불과하다. 이에 비하여 박물관이나 도서관을 예로 들면 그 수는 욕실의 몇 분의 일에도 못 미치나 그 연구의 수는 수백 편에 이르고 있음을 감안하면 앞으로 더 많은 욕실 연구가 이루어져야 할 당위성을 느낀다.

참고문헌

1. 세진기획, 아파트 백과 상·하, 2006
2. 한국의 사회지표, 통계청, 2008
3. 김아름, 미래 욕실계획을 위한 소비자 요구분석 연구, 연세대학교 석사학위논문, 2005
4. 윤현영, 거주자 요구를 반영한 아파트 욕실공간의 실내디자인에 관한 연구, 상명대학교 석사학위논문, 2000
5. 이영심, 거주자가 요구하는 아파트의 욕실, 한양대학교 박사학위논문, 1996
6. 정희진, 아파트 욕실의 평면 구성 및 디자인 특성 연구, 한양대학교 석사학위논문, 2003
7. 황윤정, Two Bathroom 아파트 거주자의 만족도와 선호도, 한양대학교 석사학위논문, 2004
8. 황윤정, 거주자 유형에 따른 중형아파트의 욕실디자인, 한양대학교 박사학위논문, 2010
9. 탁순애, 아파트 욕실공간에 관한 연구, 건국대학교 석사학위논문, 1990
10. 박혜숙·윤정숙, 생활양식에 따른 실내디자인 선호유형, 한국실내디자인학회논문집 27호, 2001
11. 신영숙, 라이프스타일에 따른 공동주택 선호 디자인 특성 연구, 대한건축학회논문집 제25권 9호, 2009
12. 신경주·이지현·황윤정·이현정, 다양한 가족유형에 따른 욕실디자인 만족도와 선호도 분석, 한국실내디자인학회논문집 제17권 6호, 2008
13. 신경주·황윤정·이지현, 중규모 아파트 거주자의 욕실디자인 만족도와 선호도 분석, 한국실내디자인학회논문집 제17권 5호, 2008
14. 이세나·이현수, 맞벌이 가족 라이프스타일에 따른 아파트 단위 평면에 관한 연구, 한국실내디자인학회논문집 제16권 1호, 2006
15. 장재호·김상호·김수암, 라이프스타일에 의한 공동주택 거주자의 세분화 연구, 대한건축학회논문집 제13권 10호, 1997
16. <http://kostat.go.kr> (통계청)
17. <http://www.kelim.net> (계림요업 외 29개 욕실업체)

[논문접수 : 2010. 12. 31]

[1차 심사 : 2011. 01. 21]

[계재확정 : 2011. 02. 09]