

1-2인가구의 라이프스타일과 소형주택 요구도에 관한 연구

A Study on 1-2 Person Household's Lifestyle and Needs of Small Houses

강순주*

Kang, Soon-Joo

김진영**

Kim, Jin-Young

함선익***

Ham, Sun-Ik

권윤지****

Kwon, Yoon-Ji

Abstract

The main objective of research is to present research outcomes in relation to the development of small size housings for 1 to 2 person households that have been increasing at a rapid pace due to many socio-economic factors. The method of this research was used by questionnaires. The effective numbers of survey questionnaire was 215, and the survey analysis has been made by using of SPSS win 12.0. The conclusions drawn from the research can be summarized as follows: 1) 1 to 2 person households can be typified by nine key characteristics according to the questionnaire designed to explore lifestyles and demands for new housing types. The nine lifestyles include information seeking urban dwellers, well-being oriented, practical trend followers, urban culture lovers, brand lovers, active listeners, easy life seekers, self-centered, and heavy consumers. 2) Occupants may need less space than they anticipate when more user-friendly and space conscious products and services are implemented. 3) There is a great potential market for small size housings if more convenient features and services are provided.

Keywords : 1-2 Person Household's Life Style, Housing Consciousness, Needs of Small Size Housing

주요어 : 1-2인 가구의 라이프스타일, 주거의식, 소형주택 요구도

I. 서론

최근 우리나라는 여성의 사회진출, 이혼율 증가, 직업유형의 다양화, 개인생활 중심의 가치관으로 인하여 전형적 가족 유형이 아닌 다양한 형태의 비전형적 가족유형이 형성되고 있으며 사회변화 경향에 맞는 새로운 주거환경 조성이 요구되고 있다. 특히 가족의 분화 및 소가족화의 진행은 가장 뚜렷이 나타나는 인구 변화로, 인구성장세는 둔화되고 지속적인 가구분화로 가구구성도 변화하고 있다. 서울시의 경우 2010년 1인 가구비율이 23.8%로 나타나 2005년 20.4% 보다 3.4% 증가하였으며, 우리나라 전체 평균 가구원 수도 2005년 2.88명에서 2010년은 2.67명¹⁾으로 감소함으로써 앞으로도 전국적으로 1-2인 가구 급증에 따른 소가족화는 진행될 것으로 전망된다. 또한 남녀 초혼 연령의 증가 및 장년 및 노년층 인구의 증가로 인해 굳이 큰 공간을 필요치 않는 실속 소비가 증가하는 추세이며, 값비싼 아파트와 생활환경이 열악한 다세

대, 다가구 주택 및 원룸을 대신할 수 있는 새로운 개념의 소형주택에 대한 요구가 나타나고 있다²⁾.

또한 경기불황 및 투자가치 부각으로 인해 임대 및 매매 거래가 용이한 중소평형의 아파트가 꾸준히 인기 상승을 하고 있으며 비교적 적은 비용으로 안정적인 투자를 할 수 있는 투자대안 상품이 주목되고 있다³⁾. 이와 맞물려 정부의 대출규제 및 세금부담 증가와 도시형 생활주택 제도와 더불어 소형주택 장려정책으로 인해 소형주택에 대한 관심이 증가하고 있다. 이에 힘입어 국내 건설사에서도 도시형 생활주택등의 소형주택 개발을 검토하고 있는 것으로 보도되고 있다⁴⁾.

이에 본 연구는 소형주택의 주요 수요층이라 할 수 있는 1-2인 가구를 대상으로 라이프스타일과 주거의식을 조사하고 그들의 주거요구도를 파악하여 향후 소형주택 개발의 기초자료를 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 라이프스타일과 주거의식

라이프스타일 연구는 마케팅 관리자에게 효과적인 시장

*정희원(주저자), 건국대학교 건축학부 주거환경전공 교수, Ph.D

**정희원(교신저자), 건국대학교 건축학부 주거환경전공 강사, 이학박사

***정희원, 건국대학교 건축학부 주거환경전공 강사, 공학석사

****정희원, 건국대학교 건축학부 주거환경전공, 공학석사

이 논문은 2010년도 한국주거학회의 춘계학술발표대회에 발표한 논문을 수정·보완한 연구임.

이 논문은 2009년도 (주)동부건설의 연구비 지원에 의해 수행된 연구의 일부임.

1) 통계청(2010). 2010 인구주택총조사 잠정 집계결과

2) 동아일보, 2009년 6월 13일자, “싱글하우스 붐, 새투자처로 뜬다”

3) 동아일보, 2009년 7월 16일자, “단들이 사는데 40,50평 필요있나요? 소형아파트가 뜬다”

4) 한국경제, 2010년 7월 8일자, “대형건설, 도시형생활주택 사업 뛰어들었다”

세분화의 기준이 되며 소비자들의 상품, 정보, 브랜드 선택 등에서 차이를 보다 유용하게 설명해주어 사회적 동향을 예측하는데 도움이 되고 있다(채서일, 1992) 라이프스타일의 측정방법은 많은 학자들에 의해 연구되어 왔으나 가장 많이 사용되는 방법은 Wells & Tigert에 의해 개발된 AIO 분석법이다. 이는 응답자를 대상으로 그들의 활동(Activities), 관심(Interests), 의견(Opinions) 등에 의해 측정되는데 Plummer(1974)는 여기에 인구통계학적 변수를 포함시켜 시장 세분화에 대응하고 있다(심은실 외 1인 1997 재인용). 한편 주거의식은 연구자에 따라 개념과 범위를 다소 다르게 측정하고 있으나 주거가치, 요구, 의견, 규범 등의 개념과 혼용되는 게 일반적이다(양세화 외 3인, 2006). 강순주(2010)는 주거의식은 주거요구가 나타나게 되는 심리·정신적 기반이며 이는 개인의 거주 경력, 학습, 계몽, 광고 등에 영향을 받으면서 주거가치관을 형성케 하는 중요한 요소라 하였다. 양세화 외 3인(2006)은 주거에 대한 가치관, 요구, 규범, 선호 등을 모두 아우르는 개념으로 주거의식을 정의하고 있으며, 강지혜 · 윤정숙(2009)은 주거의식을 주거에 대한 태도, 가치, 공동체 의식을 포함시켜 측정하였다.

종합하면 라이프스타일은 의, 식, 주의 모든 소비자 행동과 의식을 측정하여 분석하고 있으며, 주거의식은 주거에 국한해서 개인이 갖고 있는 잠재적인 정신 기반 의식을 연구 내용에 맞게 측정하여 분석하고 있음을 알 수 있다. 본 연구에서는 라이프스타일은 2008년 한국방송공사에서 실시한 소비자행태 보고서의 라이프스타일 항목을 참고하였고, 주거의식은 소형주택 공급과 계획 방향을 유추할 수 있는 소형 공간 수용의식, 주택소유, 유지관리, 공동체 참여 및 친환경 의식으로 알아보았다.

2. 선행연구 고찰

1-2인 가구를 위한 소형주택에 관한 연구는 1990년대 후반부터 지금까지 주로 1-2인 가구의 거주특성 파악과 라이프스타일, 1-2인 가구용 주택 공급 활성화를 위한 정책 관련 연구가 진행되고 있다. 그 중에서도 1-2인 가구의 니즈를 파악하고 분석한 연구들을 살펴보면 다음과 같다. 먼저 1-2인 가구 유형화와 라이프스타일에 따른 원룸 및 소형주택 요구도에 관한 연구로는 심은실 외 1인(1997)은 조사 대상자의 라이프스타일에 따른 원룸주택 선호도를 파악하고 원룸 주택의 계획 방향을 제시하였는데, 라이프스타일 유형을 1) 전통보수형 2) 자아실현형 3) 개성자율형 4) 경제우선형 5) 편의향유형으로 명명하여, 원룸주택의 선호 요소와 라이프스타일과의 관계를 분석하였다. 조성희 외 2인(2003)은 디지털화에 따른 1인 가구의 주생활 양식을 대인관계와 환경에 관심이 많은 격식형, 사회적 교류를 중요시 여기는 관행형, 여가생활에 시간과 공간을 투자하려는 유형인 여유형, 사회적 교류가 낮은 개인형으로 분류하였다. 최은실 외 1인(2001)은 수요계층별 특성에 맞는 원룸 주택 계획 지침에 관한 연구에서 강

남과 신촌지역 원룸형 주택(다가구, 다세대, 연립주택)과 오피스텔을 중심으로 사용자적 관점에서 원룸 주거의 실태 및 거주자 욕구를 조사 분석하여 학생층, 직장인, 신혼부부, 노년층, 부부+자녀층별로 원룸 주택 계획지침을 마련하였다. 이러한 연구들을 살펴보면 주로 1인 가구의 거주특성 파악이나 주거 요구도 분석에 그쳐 있는 것을 알 수 있다.

한편 최근 들어 소형주택에 대한 관심이 급증하면서 권주안 외 2인(2007)은 1인 가구 수요증가 예상과 더불어 요구도 조사가 이루어 졌으며, 변미리 외 2인(2008)은 서울의 1인 가구 증가예측과 계층별 특성을 바탕으로 1인 가구에 대한 유형화를 하였다.

이상과 같은 선행 연구들은 조사대상이 주로 1인가구 중심으로 이루어졌으며 2인 가구까지 포함시켜 진행한 연구는 보이지 않는다. 최근 제도화된 도시형생활주택을 포함하여 소형주택 공급 관련 정책에 관한 연구로는 강정욱 외 1인(2009)이 1인 가구 주택 현황 및 임대료 등을 통계적으로 분석하여 서민용 도시형 생활 주택 공급 활성화 정책 보완 방향을 제시하였다. 또한 김진욱 외 2인(2009)은 도시형 생활주택 공급 활성화를 위해 도시 주거 유형의 상을 정립하고 설계기준과 디자인 가이드라인을 제시하기 위한 정책 방향을 모색하였다. 이러한 연구에서도 볼 수 있듯이 소형주택 수요 증가는 분명해 보이며 그들의 니즈를 반영한 소형주택에 대한 연구가 활발히 이루어져야 할 것으로 보인다. 이에 본 연구에서는 사용자 중심의 소형주택 계획 방향을 모색하기 위하여 현재 1-2인 가구의 라이프스타일을 알아보고 그들의 소형주택 계획 요구도를 분석하고자 한다.

III. 연구 내용 및 방법

본 연구의 내용은 다음과 같다.

첫째, 1-2인가구의 수요자 층을 분류하고 대상별 라이프스타일과 주거의식을 파악한다.

둘째, 1-2인가구의 수요자층은 소형주택 형태, 규모, 소형주택 구매 시 가장 고려할 요소, 소형주택 공간계획, 부대시설 및 서비스에 대하여 어떠한 요구를 갖고 있는지 파악하여 소형주택 개발과 계획 방향을 모색한다.

연구방법은 설문조사로 실시하였다. 설문지문항은 사회·인구학적 특성(7문항)과, 라이프스타일(28문항), 주거의식(5문항) 5점 리커트, 소형주택 계획 요소 요구(44문항)로 구성하였다. 본 조사는 수요예측을 위해 먼저 예비 조사를 실시하였다. 예비조사는 2009년 9월 14일-25일에 걸쳐 연 소득 3,000만원 이상의 싱글족, 덩크족(신혼부부 포함) 15명을 대상으로 실시하였고 그 결과를 토대로 설문지 수정과 보완을 통해 본 조사를 실시하였다. 본조사에서는 기존 연구 고찰을 통해 수요층을 넓혀(노인 가구는 제외) 혼자 사는 대학생들과 결혼전 싱글(단기싱글/장기싱글), 신혼부부, 장년부부를 대상으로 2009년 11월 11일-

11월 30일에 걸쳐 이루어졌다. 설문지는 총 250부를 배부하였으나 소형주택에 거주할 의사가 없다고 응답한 설문지(35부)를 제외하고 최종 215부를 분석 자료로 이용하였다. 자료 분석 방법은 SPSS 12.0 통계프로그램을 이용하여 빈도분석, 평균, ANOVA, DMR검증, 신뢰도 검증, 요인분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 해석

1. 조상대상자의 일반적 특성

조사대상자의 사회·인구학적 특성 및 주거특성, 자동차 소유여부에 대한 개인적 특성은 <표 1>과 같다. 성별은 남자는 51.6%, 여자는 48.4%로 비슷한 비율로 나타났고, 연령은 20대가 56.7%로 가장 높게 나타났으며, 30대(34.9%), 40대(4.7%), 50대이상(3.7%) 순으로 조사되었다. 직업은 전문직/관리직(34.9%), 사무직(28.4%), 대학/대학원

생(16.7%), 자영업/서비스직(16.3%), 주부 및 기타(3.7%) 순으로 나타났다. 수입은 3천만원 미만인 48.8%로 가장 높았고, 다음으로 3천만원-6천만원 미만 31.6%, 6천만원 이상이 13.0%로 나타났다.

주거특성으로 주택소유형태는 전세(41.9%)가 자가(34.4%)보다 높게 나타났으며, 거주규모는 30-60 m² 미만(32.6%)이 가장 높았고, 60-90 m² 미만(23.3%), 90-120 m² 미만(19.5%), 30 m² 미만(11.2%), 120 m² 이상(11.2%) 순으로 나타나 현재의 1-2인 가구들의 주거규모를 파악할 수 있다. 자동차 소유여부에서는 없음이 54.9%로 가장 높았으나 있는 경우는 중형차(25.1%), 소형차(16.7%), 대형차(3.3%) 순으로 나타나 조사대상자의 1-2인 가구는 경제적인 여건 등으로 인해 자동차를 소유하기 보다는 대중교통을 이용하고 있음을 알 수 있었다.

2. 수요자의 유형과 분포

다양한 1-2인가구의 수요자층 분류는 기존 연구들을 참고하여 분류하였다. 김혜영외 3인(2007)은 1인가구란 법적 배우자가 존재한다 할지라도 동거하지 않거나 경제생활을 공유하지 않는 가구, 혹은 이혼 전 단계로써 별거를 선택하여 단독으로 가구를 구성한 세대와 소위 기러기 가족이나 주말 부부 등 가족과 별거로 인한 1인가구 등을 포함한다고 정의했다. 이재훈외 3인(2008)은 1인가구를 독신, 무자녀돌싱, 실버싱글, 기러기아빠(엄마), 단신부임 등의 혼자 사는 가구로 하고, 2인가구는 무자녀 맞벌이가구, 한부모가구, 비혈연가구, 노인가구 등으로 분류한 후 이를 소득 계층(상류, 중류, 서민층)과의 관계로 도식화하였다. 변미리외 2인(2008)은 1인가구를 골드세대, 산업예비군, 불안한 독신자, 실버세대의 4종 4색의 모습으로 유형화하고 있다. 이상을 참고하여 본 연구에서는 다양한 1-2인 가구 중에서 소형주택의 수요층을 <표 2>의 주거 시나리오에 의한 5가지 유형만으로 한정하였다. 즉 학생의 신분으로 부모에게 경제적으로는 의존하지만 원거리 통학으로 인해 주택 수요가 필요한 학생층, 졸업 후 취업을 하여 아직 결혼하지 않은 35세 미만의 단기싱글층⁵⁾, 싱글로 오랫동안 거주하는 35세 이상 50세 미만의 장기싱

표 1. 조사대상자의 일반적 특성 N=215(%)

구분	변인	빈도(%)	구분	변인	빈도(%)
성별	남	111(51.6)	거주규모	30 m ² 미만	24(11.2)
	여	104(48.4)		30-60 m ² 미만	70(32.6)
연령	20대	122(56.7)		60-90 m ² 미만	50(23.3)
	30대	75(34.9)		90-120 m ² 미만	42(19.5)
	40대	10(4.7)		120 m ² 이상	24(11.2)
	50대 이상	8(3.7)	소유형태	자가	74(34.4)
수입	3천만원 미만	105(48.8)		전세	90(41.9)
	3천-6천만원 미만	68(31.6)		월세	44(20.5)
	6천만원 이상	28(13.0)		기타	7(3.3)
직업	전문직/관리직	75(34.9)	자동차*	없음	118(54.9)
	사무직	61(28.4)		소형차	36(16.7)
	자영업/서비스직	35(16.3)		중형차	54(25.1)
	대학/대학원생	36(16.7)		대형차	7(3.3)
	주부 및 기타	8(3.7)		가구구성	1인가구
			2인가구		137(63.7)

*소유여부는 자동차가 있는 경우에만 개인 또는 가구원명의를 물어본 결과 1인가구는 개인소유, 2인가구는 가구원 명의로 나타났다.

표 2. 수요자 유형의 특성과 분포

주거 시나리오	유형	특성	빈도(%)
원거리 통학으로 인해 부모와 독립하여 경제적으로 부모의 도움을 받아 임대(구입)형태로 거주	학생	대학교 3-4학년과 대학원생(연령 21세 이상)으로 혼자 거주하는 남녀	35(16.3)
취업 후 결혼 전 주거로 부모와 독립하여 임대(구입)형태로 거주	단기 싱글	직장인이면서 단기간 싱글인 남녀(연령 35세 미만까지)	118(54.9)
싱글로 장기 거주 하므로 독립하여 라이프스타일에 맞는 주택을 임대(구입)형태로 거주	장기 싱글	직장인이면서 장기간 싱글인 남녀(연령 35세이상-50대 미만까지)	19(8.8)
결혼 후 출산 전까지 라이프스타일에 맞는 주택을 임대(구입)형태로 거주	신혼 부부	20대 후반 이상의 부부	34(15.8)
주택의 규모를 줄여 임대(구입)형태로 거주하고 경우에 따라서는 투자대안 주거상품을 찾음	장년 부부	50세 이상-60세 이하인 부부(베이비부머)	9(4.2)

5) 서울의 1인가구는 20세이상 35세 미만의 미혼 비율이 20~24세(99.52%), 25~29세(97.83%), 30~34세(91.94%)로 나타나고 있음(통계청, 2005, 인구주택총조사. 1인가구 10% 표본).

표 3. 라이프스타일 요인분석

요인	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	도회적 문화향유형	웰빙 추구형	개인 생활 지향형	실리적 트렌드 추종형	브랜드 지향형	소비 추구형	타인의견 수용형	편리 추구형	정보 추구형
문화생활을 즐기는 편이다.	.701	-.036	-.001	-.141	.017	.240	.069	-.187	-.119
맛 집을 찾는 것을 좋아한다.	.675	.233	-.064	.020	.051	-.001	.070	.188	.089
여유시간이 생기면 집밖에서 시간을 보내는 편이다.	.654	-.072	-.191	.027	.128	.125	-.102	.043	.037
건강, 노후 등에 관심이 많다.	-.104	.772	.047	.201	.066	-.067	.049	.119	-.012
미래의 행복을 위해 준비하는 것이 중요하다.	-.011	.601	-.083	.199	-.034	.128	-.052	-.172	.134
웰빙 트렌드에 관심이 많고 민감하다.	.366	.580	.158	-.137	.183	.005	.062	.188	-.039
인생의 분명한 목표의식을 가지고 있다.	.208	.529	-.069	-.210	.022	-.111	-.333	-.076	.127
이웃을 만나면 인사 정도는 할 수 있으나 그 이상의 대화나 친교는 원하지 않는다.	-.070	-.080	.669	.035	.202	.028	-.044	.195	-.025
친한 친구, 동료, 선후배라도 집으로 초대하는 것은 꺼려한다.	-.203	.072	.659	.096	.111	.045	-.181	-.020	.125
인터넷 쇼핑이나 홈쇼핑을 통해 물건을 자주 구매하는 편이다.	-.071	.140	.470	.006	-.046	.466	.441	-.140	-.107
대형 할인매장을 주로 이용하는 편이다.	-.091	.205	.181	.619	-.148	-.051	.109	-.206	.195
체면보다는 실속을 중시하는 경향이 강한 편이다.	.124	.308	.082	.609	-.001	-.097	.072	.040	-.256
나만의 개성을 나타내는 물건을 좋아한다.	.277	-.001	.507	-.533	-.118	-.108	.141	.035	.067
새로운 패션이나 유행에 민감하다.	.193	.087	.211	-.501	.072	.355	.221	.184	.286
여가시간에 TV시청이나 PC 등을 많이 한다.	.185	-.297	.265	.452	-.015	.308	.185	.060	.215
비싼 제품은 그만큼 품질도 우수하다고 생각한다.	.082	.026	.103	-.044	.804	.004	.055	-.086	-.085
제품 구매 시 브랜드를 중요하게 생각한다.	.131	.072	.066	.007	.798	.054	.047	.172	.154
자신의 스타일에 따른 명품 브랜드 소비를 추구하는 편이다.	.001	.132	.109	-.403	.495	.374	.235	.183	-.023
신제품이 출시되면 남보다 빨리 사는 편이다	.265	.092	.100	-.011	.093	.673	-.104	.215	.153
저축보다는 현재를 즐기기 위해 돈을 쓰는 편이다.	.260	-.350	-.208	-.128	.080	.566	.128	-.015	-.009
가까운 사람과의 대화로 스트레스를 해소한다.	.168	.003	-.047	-.028	.027	-.062	.756	.069	.154
다른 사람의 의견에 쉽게 쫓기는 편이다.	-.165	-.163	-.212	.086	.207	.125	.583	.157	.183
서양식 입식생활을 선호한다.	-.013	.157	-.023	-.164	.005	.143	.088	.785	-.084
광고를 보고 제품을 사고 싶은 충동을 느낀 적이 있다.	.216	-.209	.246	.022	.081	-.066	.265	.588	.171
가사일은 가능하면 직접하고 싶지 않다.	-.053	-.062	.161	-.037	.317	.321	-.143	.420	.168
집은 훌륭한 재테크 수단이다.	-.102	.141	-.022	-.084	.001	.063	.137	.012	.802
제품광고에 관심을 가지는 편이다.	.422	-.089	.180	.022	.167	.041	.207	.036	.556
제품을 구입하기 위해 적극적으로 정보를 찾는다.	.362	.263	.322	.137	-.127	.256	.009	.116	.374
평균	3.44	3.59	2.89	3.50	3.32	2.71	3.26	3.23	3.68
고유치	4.25	2.49	2.09	1.89	1.50	1.38	1.13	1.07	1.07
누적변량	8.47	16.50	23.44	30.27	37.03	43.12	49.00	54.70	60.39
신뢰도 계수(Cronbach' α)	0.710	0.704	0.647	0.657	0.659	0.647	0.657	0.681	0.644

글층으로 나누었으며, 결혼 후 출산 전까지의 20대 후반 신혼부부층과 주택의 규모를 줄여 임대(구입)형태로 거주하고, 경우에 따라서는 투자대안 주거상품을 찾는 베이비부머 세대인 50대 장년부부층으로 나누어 조사하였다. 한편 실버층의 노인가구는 조사의 어려움으로 인해 본 연구에서는 제외시켰다. 수요자층의 연령별 특성과 대상 분포는 젊은 단기성글층이 54.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 학생(16.3%), 신혼부부(15.8%), 장기성글(8.8%), 장년부부(4.2%)의 순으로 표집 되었다. 장년부부의 샘플수가 매우 작게 표집되어 통계분석에 어려움이 있으나 본 연구에서는 주택수요층의 선호 경향을 기초적으로 파악하기 위해서 그대로 5개의 수요층을 분류하여 분석하였다.

3. 조사대상자의 라이프스타일

라이프스타일은 Kobaco 한국방송공사에서 실시한 “2008 소비자 행태조사 보고서”를 참고하고, 1-2인 가구 특성을 고려하여 28개 항목으로 조사하였다. 라이프스타일 요인을 파악하기 위해 요인 분석한 결과는 <표 3>과 같다. 요인추출 방법은 직각회전 방식 중 하나인 베리맥스 회전방식(Varimax Rotation)을 사용하였으며, 그 결과 9개 요인이 추출되었다. 9개 요인의 합은 총 분산의 60.39%를 설명하고 있으며, 설문지 내용 일관성을 위한 신뢰도 검증 결과 각 요인 모두 .64 이상으로 신뢰도에 큰 문제는 없음을 알 수 있다.

각 요인들의 특성을 살펴보면 문화생활을 즐기며 여유시간이 있으면 맛 집을 찾아가 집밖에서 시간을 보내는

「도회적 문화 향유형」, 건강에 관심이 있어 웰빙 트렌드를 추구하며 미래의 행복을 위해 준비하는 「웰빙 추구형」, 이웃과의 친교를 원하지 않는 편이며 혼자서 인터넷이나 홈쇼핑을 자주 이용하는 「개인생활 지향형」, 체면보다 실속을 중요시하며 나만의 개성과 트렌드를 추구하는 「실리적 트렌드 추종형」, 비싼 제품은 품질도 우수하다고 생각하여 제품 구매 시 브랜드를 중요시 여기는 「브랜드 지향형」, 신제품이 출시되면 남보다 빨리 구매하며 현재를 위해 소비를 즐기는 「소비 추구형」, 타인의 의견을 잘 수용하며 스트레스를 다른 사람과 대화로 해소하는 유형 「타인의견 수용형」, 편리한 입식생활을 선호하며 광고를 보고 충동구매를 느끼는 「편리 추구형」, 제품을 구입하기 위해 적극적으로 광고와 정보를 활용하는 「정보 추구형」으로 나타나 이를 각 특성에 맞게 명명하였다. 1-2인가구의 9개 요인의 평균을 보면 정보 추구형(3.68)이 가장 높게 나타났고 다음으로 웰빙 추구형(3.59) 실리적 트렌드(3.50) 순으로 나타났다. 반면 소비추구형(2.71), 개인생활 지향형(2.89)은 상대적으로 낮은 경향을 보였다. 즉 1-2인 가구의 라이프스타일은 합리적 소비를 위해 광고와 정보를 적극적으로 활용하며, 자기를 중시하며 자신의 인생을 즐기는데 많은 비중을 두고 있음을 알 수 있다. 또한 건강에 관심이 많아 웰빙 트렌드를 추구하고 있으며, 삶을 적극적으로 즐기려는 것이 특징이라고 할 수 있으나, 오히려 개인생활 지향과 소비추구형은 다소 부정적임을 알 수 있다. 이러한 라이프스타일 유형을 수요자 유형별로 살펴보면 「학생」들은 즐거움과 개성을 추구하며, 유행에 민감하며 자기표현에 적극적이며, 제품의 구매를 위해 광고와 정보를 적극적으로 활용하며 타인의 의견을 잘 수용하는 성향을 가졌고, 「단기싱글」은 신제품에 비교적 수용이 빠르고 합리적 소비를 위해 광고와 정보를 적극적으로 활용하며, 자기개발 셀러던트의 라이프스타일을 보였다. 「장기싱글」은 장기간 싱글로 살기 때문에 건강에 관심이 있어 웰빙 트렌드를 추구하며, 문화향유에 과감한 특성을 지닌 성향을 가졌다. 「신혼부부」는 건강에 관심이 있어 웰빙 트렌드를 추구하며 합리적 실용패턴을 보이므로 제품구매를 위해 광고와 정보를 적극적으로 활용하는 성향을 가졌다. 마지막으로 「장년부부」는 스스로의 삶에 책임을 지겠다는 성향이 강하며, 역시 건강에 관심이 있어 웰빙 트렌드를 추구하며 안전하고 편안한 생활을 추구하며 환경과 조건에 순응하는 성향으로 해석할 수 있다. 수요자 유형에 따라 차이를 보인 라이프스타일을 보면 「타인의견 수용」에 있어서는 학생(3.63)이 신혼부부(2.96)와 장년부부(3.06)보다 높은 것을 알 수 있었다. 그리고 「정보추구」 요인을 보면 장년부부(2.93)가 다른 계층에 비해 매우 낮은 점수를 보이고 있어 연령이 높은 장년층의 정보 수집력이 낮음을 알 수 있다<표 4>.

표 4. 수요자 유형별 라이프스타일

요인	1	2	3	4	5	6	7	8	9
유형	M/D	M/D	M/D	M/D	M/D	M/D	M/D	M/D	M/D
학생	3.49	3.43	2.88	3.58	3.28	2.71	3.63/b	3.29	3.77/b
단기싱글	3.45	3.61	2.95	3.51	3.33	2.80	3.28/a,b	3.25	3.72/b
장기싱글	3.39	3.55	2.77	3.49	3.30	2.82	3.18/a,b	3.37	3.63/b
신혼부부	3.50	3.73	2.84	3.49	3.33	2.50	2.96/a	3.09	3.72/b
장년부부	3.11	3.69	2.63	3.24	3.41	2.28	3.06/a	3.22	2.93/a
F	0.543	1.235	0.611	0.997	0.085	1.457	3.983**	0.546	3.633**

*p<.05 **p<.01 ***p<.001 M: mean D: Duncan's Multiple Range Test
 ※1: 도회적 문화 향유형, 2: 웰빙 추구형, 3: 개인생활 지향형, 4: 실리적 트렌드 추종형, 5: 브랜드 지향형, 6: 소비 추구형, 7: 타인의견 수용형, 8: 편리 추구형, 9: 정보 추구형

4. 주거의식

주거의식은 소형주택 개발과 계획에 참고자료가 되기 위하여 소비자들의 소형공간에 대한 수용 의식과 관리비 고려에 대한 유지관리 의식, 주택소유의식, 공동체 참여 의식, 친환경 의식 관련 내용을 각각 한 개의 항목으로 구성하여 5점 척도로 알아보고 수요자 유형에 따른 차이는 ANOVA와 DMR검정으로 분석하였다. 그 결과 <표 5>와 같이 “주택은 언젠가는 구입해야 한다”고 생각하는 「주택소유의식」이 4.20으로 가장 높게 나타나 우리나라 사람들의 주택 소유의식이 여전히 크다는 것을 확인 할 수 있었으며 이는 오히려 젊은 학생과 단기싱글에게서 더 높게 나타나 유의차를 보였다. 다음으로 “주택 구매 가격도 중요하지만 관리비도 중요하다”의 「유지관리의식」(3.98)이 높았으며 “친환경 에코 설비 설치에 따른 비용을 부담할 의사가 있다”의 「친환경의식」(3.49)도 비교적 높게 나타나 최근의 친환경 정책의 트렌드가 반영됨을 알 수 있었다. 한편 “이웃과의 공동체 활동에 참여 의사가 있다”의 「공동체 참여의식」(3.40)도 평균이상으로 높게

표 5. 수요자 유형별 소형주택 주거의식

유형	주거의식	편리하고 실속있으면 굳이 주거공간이 필요없다	주택구매 가격도 중요하지만 관리비도 중요하다	주택은 언젠가는 구입해야 한다	이웃과의 공동체 활동에 참여할 의사가 있다	친환경 설비 설치에 따른 비용을 부담할 의사가 있다
학생	M/D	M/D	M/D	M/D	M/D	M/D
학생		3.42	4.05	4.54/b	3.77	3.45
단기싱글		3.37	3.94	4.24/b	3.34	3.47
장기싱글		3.47	4.05	3.68/a	3.47	4.00
신혼부부		3.17	4.00	4.08/ab	3.20	3.52
장년부부		3.44	3.88	4.00/ab	3.44	3.66
전체평균		3.36	3.98	4.20	3.40	3.49
F값		.367	.336	3.485**	1.851	2.147

*p<.05 **p<.01 ***p<.001 M: mean D: Duncan's Multiple Range Test

나타나 소형주택 개발 시에 고려해야 할 결과라 하겠다. 한편 ‘편리하고 실속 있으면 굳이 주거 공간이 클 필요가 없다’의 「소형공간 수용의식」(3.36)도 평균 이상으로 나타나 최근의 소형주택 관심 증가와 주거공간 규모 선호에 대한 인식의 변화를 알 수 있는 결과를 나타냈다.

5. 소형주택 계획요소 요구도

소형주택 계획요소에 대한 요구도는 소형주택 형태, 규모, 소형주택 구매 시 가장 고려할 요소, 소형주택 공간 계획, 부대시설 및 서비스에 관해서 조사하였으며 그 결과는 다음과 같다.

1) 주택 형태

소형주택 형태에 대한 요구도를 살펴보면 아파트 단지형(47.9%)을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 다음으로 연립/다세대형(22.3%), 고층타워형(19.5%), 독립아파트형(10.2%) 순으로 나타났다. 전체적으로 아파트 단지형과 연립/다세대형에 대한 수요가 높는데 반해 단독 독립형 건물형에 대한 선호는 낮으므로, 향후 아파트 단지 내에 소형주택 개발 시에는 3-4인 일반가구를 대상으로 하는 가족형 평면과 1-2인 가구를 위한 소형평형의 평면이 함께 개발되는 것도 고려해 볼 만하다. 한편 중저층 타운하우스형 소형주택에 대해서는 앞으로 수요자 선호 및 제도 보완 등의 연구가 보다 심층적으로 이루어져야 할 것이다. 수요자 유형별 경향을 보면 고층 타워형에 대한 요구가 장기싱글(36.8%)과 신혼부부(29.4%)에서 상대적으로 높게 나타나 아이가 없는 수요자들의 주택유형에 대한 수용경향을 읽을 수 있다. 이는 박영기 외 2인(2005)이 오피스텔에 거주하는 1인가구의 면접조사에서 초고층 주거는 보완 및 주변 환경의 시설 및 교통편의성을 높게 평가한 결과와 같은 맥락이라 할 수 있다.

표 6. 소형주택형태 N=215(%)

구형	구성			
	고층 타워형	독립 아파트형	아파트단지형	연립/다세대
학생	6(17.1)	2(5.7)	18(51.4)	9(25.7)
단기싱글	18(15.3)	15(12.7)	57(48.3)	28(23.7)
장기싱글	7(36.8)	1(5.3)	7(36.8)	4(21.1)
신혼부부	10(29.4)	4(11.8)	15(44.1)	5(14.7)
장년부부	1(11.1)	0(0.0)	6(66.7)	2(22.2)
계	42(19.5)	22(10.2)	103(47.9)	48(22.3)

2) 주택 규모

소형주택의 요구 규모는 80 이상-90㎡ 미만이 55.3%로 가장 높게 나타나 국민주택 규모 정도의 요구가 가장 높음을 알 수 있었다. 그 다음으로는 60㎡ 이상-70㎡ 미만이 15.8%로 나타났으며 50㎡ 이상-60㎡ 미만과 50㎡ 미만의 규모는 각각 9.3%로 나타났다. 수요자 유형의 요구 규모 경향을 보면 학생, 단기싱글, 장년부부에서 70㎡ 미만의 요구 빈도가 약 40%를 차지하고 있어 최근의 소형주택 수용의 트렌드를 짐작할 수 있다. 조사대상자의 소

형주택 평균 요구 규모는 74.46㎡로 나타났다.

표 7. 소형주택 요구규모 N=215(%)

구형	요구규모					
	50㎡ 미만	50-60㎡ 미만	60-70㎡ 미만	70-80㎡ 미만	80-90㎡ 미만	90㎡ 이상
학생	3(8.6)	4(11.4)	6(17.1)	4(11.4)	17(48.6)	1(2.9)
단기싱글	13(11.0)	11(9.3)	21(17.8)	8(6.8)	61(51.7)	4(3.4)
장기싱글	1(5.3)	1(5.3)	1(5.3)	1(5.3)	14(73.7)	1(5.3)
신혼부부	3(8.8)	2(5.9)	4(11.8)	2(5.9)	23(67.6)	0(0.0)
장년부부	0(0.0)	2(22.2)	2(22.2)	1(11.1)	4(44.4)	0(0.0)
계	20(9.3)	20(9.3)	34(15.8)	16(7.4)	119(55.3)	6(2.8)

3) 소형주택 구매 시 고려할 요소

소형주택 구매 시 고려할 요소는 전체적으로 1순위는 입지의 편리성을 가장 많이 꼽았으며, 2순위로는 주변 자연환경, 공간구성, 지역의 안전성의 순으로 나타났다. 수요자층에 따른 경향도 크게 벗어나지는 않으나 학생의 경우는 입지의 편리성 외에는 공간 구성을 중요시하는 것을 알 수 있다. 따라서 향후 도시형의 소형주택 개발에는 무엇보다도 교통 및 편의시설이 잘 갖추어진 입지의 선정이 매우 중요하며 그 외 주변 자연환경 및 짜임새 있는 공간구성의 차별화가 요구된다.

표 8. 소형주택 구매 시 고려요소 N=215(%)

구형	입지의 편리성		주변자연 환경		지역의 안전성		공간구성	
	1순위	2순위	1순위	2순위	1순위	2순위	1순위	2순위
학생	19(54.3)	9(25.7)	2(5.7)	5(14.3)	3(8.6)	6(17.1)	11(31.4)	11(31.4)
단기싱글	81(68.6)	18(15.3)	12(10.2)	27(22.9)	7(5.9)	29(24.6)	16(13.6)	29(24.6)
장기싱글	10(52.6)	4(21.1)	3(15.8)	8(42.1)	0(0.0)	3(15.8)	5(26.3)	2(10.5)
신혼부부	24(70.6)	5(14.7)	1(2.9)	12(35.3)	2(5.9)	6(17.6)	6(17.6)	4(11.8)
장년부부	4(44.4)	3(33.3)	2(22.2)	4(44.4)	1(11.1)	1(11.1)	2(22.2)	1(11.1)
계	138(64.2)	39(18.1)	20(9.3)	56(26.0)	13(6.0)	45(20.9)	40(18.6)	47(21.9)

4) 소형주택 공간계획

(1) 방의 구성

방의구성에 대한 전체적인 요구도는 거실+방2개, 거실+방3개(40.9%)가 각각 같은 비중으로 높게 나타났고, 거실+방1은 13.5%의 낮은 선호도를 보였다. 특히 신혼부부는 거실+방 3개를 가장 원하는 것으로 나타났는데, 이는 앞으로 태어날 아이를 위한 예비 방으로 생각함을 알 수 있었다. 1-2인 가구 입에도 불구하고 이처럼 방의 개수를 요구하고 있어 각방의 용도를 조사한 결과는 방 1개는 침실로 사용하고, 방의 개수가 증가하면 방2는 서재나 작업실로, 방 3은 드레스룸으로 사용하고자 하는 요구도가 높음을 알 수 있었다. 따라서 소형 주택 계획 시 단순히 원룸형으로 계획하기 보다는 기능별 분리가 필요할 것으로

보인다. 그러나 규모가 작으므로 가변형 벽체를 적극적으로 이용하거나 가구를 이용하여 한 공간 안에서도 다양한 기능을 할 수 있는 계획이 필요할 것이다.

표 9. 소형주택 방의 구성 N=215(%)

유형 \ 구성	원룸형	거실+방1개	거실+방2개	거실+방3개
학생	3(8.6)	5(14.3)	16(45.7)	11(31.4)
단기싱글	7(5.9)	19(16.1)	51(43.2)	41(34.7)
장기싱글	0(0.0)	2(10.5)	9(47.4)	8(42.1)
신혼부부	0(0.0)	1(2.9)	8(23.5)	25(73.5)
장년부부	0(0.0)	2(22.2)	4(44.4)	3(33.3)
계	10(4.7)	29(13.5)	88(40.9)	88(40.9)

(2) 욕실공간

최근에는 목욕이 단순히 생리 위생적인 차원을 넘어 건강 유지를 위한 개념으로 바뀌고 있다. 소형주택에 있어서 수요자층의 요구도를 조사한 결과, 욕실은 욕조(샤워부스)와 변기가 한 공간에 있고, 세면대(파우더룸)은 별도로 구분되어 있는 유형이 47.9%로 가장 높았다. 다음으로 욕조(샤워부스)와 변기, 세면대(파우더룸)가 모두 한 공간에 있는 유형(31.2%), 각각 다른 별도의 실로 구분되는 유형(20.9%)으로 나타났다. 이와 같은 조사 결과를 볼 때, 1-2인 가구는 비록 소형주택 일지라도 욕실의 기능적 분리를 원하고 있으며, 특히 세면대(파우더룸)를 따로 구성하는 것에 대한 요구도가 높았으므로, 향후 욕실공간 계획시 고려해야 할 것이다. 한편 소형주택의 목욕시설 선호에 있어서는 욕조와 샤워부스 모두 있는 형태(62.3%)가 가장 높게 나타났으며, 다음으로 욕조 없이 샤워부스(27.9%), 욕조(9.8%) 순으로 조사되었다. 따라서 기존에 단순한 형태의 원룸형 욕실 계획에서 벗어나 수요자층의 요구와 트렌드를 반영한 목욕시설 구성이 필요할 것으로 보인다.

표 10. 소형주택 욕실공간 구성 N=215(%)

유형 \ 구성	욕조+세면대+변기 모두 한 공간	세면대만 구분	각각 다른 별도의 실로 구분
학생	11(31.4)	19(54.3)	5(14.3)
단기싱글	38(32.2)	55(46.6)	25(21.2)
장기싱글	5(26.3)	9(47.4)	5(26.3)
신혼부부	8(23.5)	16(47.1)	10(29.4)
장년부부	5(55.6)	4(44.4)	0(0.0)
계	67(31.2)	103(47.9)	45(20.9)

표 11 소형주택 목욕시설 구성 N=215(%)

유형 \ 구성	욕조	샤워부스	욕조+샤워부스
학생	1(2.9)	13(37.1)	21(60.0)
단기싱글	12(10.2)	31(26.3)	75(63.6)
장기싱글	2(10.5)	1(5.3)	16(84.2)
신혼부부	4(11.8)	13(38.2)	17(50.0)
장년부부	2(22.2)	2(22.2)	5(55.6)
계	21(9.8)	60(27.9)	134(62.3)

(3) 부엌 공간

부엌은 기능적이고 여유 공간이 있는 부엌을 47.4%로 가장 원하였고, 그 다음이 여유 있는 식탁 공간(33.3%), 부엌 공간 최소화 (19.5%)의 순으로 나타났다. 1-2인 가구라 할지라도 웰빙 추구 등의 라이프스타일을 반영하는 듯 부엌공간에 대한 요구도는 높음을 알 수 있었다.

수요자 유형별로 살펴보면 단기 싱글이 타 수요자 층보다 여유있는 식탁공간(39.8%)에 대한 요구 빈도가 높은 경향을 보여 바쁜 직장 생활 속에서도 집에서 요리하고 식사하고자 하는 의지가 있음을 시사한다<표 12>.

표 12. 소형주택 부엌 구성 N=215(%)

유형 \ 구성	기능적이고 여유있는 부엌	부엌공간 최소화	여유있는 식탁공간
학생	17(48.6)	7(20.0)	11(31.4)
단기싱글	44(37.3)	27(22.9)	47(39.8)
장기싱글	11(57.9)	3(15.8)	5(26.3)
신혼부부	25(73.5)	3(8.8)	6(17.6)
장년부부	5(55.6)	2(22.2)	2(22.2)
계	102(47.4)	42(19.5)	71(33.0)

부엌과 거실의 형태 요구도는 부엌과 거실 일체형(대면형,LDK)이 57.7%로 가장 높았고, 부엌과 거실이 분리된 형태(LD/K)는 42.3%로 나타나 대면형에 대한 요구가 높음을 알 수 있었다 <표 13>. 다만 학생, 단기 싱글, 장기 싱글층이 부엌과 거실의 대면형을 더 선호하며, 신혼부부와 장년부부는 분리형을 상대적으로 많이 선호하는 경향으로 나타났다. 따라서 획일화된 부엌과 거실 형태를 계획하기 보다는 개인의 선호에 맞게 선택 할 수 있도록 여러 타입의 평면개발이 필요할 것이다.

표 13. 소형주택 부엌거실 형태 N=215(%)

유형 \ 구성	부엌과 거실이 분리된 형태 (분리형, LD/K)	부엌과 거실 일체형태 (대면형, LDK)
학생	10(28.6)	25(71.4)
단기싱글	49(41.5)	69(58.5)
장기싱글	8(42.1)	11(57.9)
신혼부부	19(55.9)	15(44.1)
장년부부	5(55.6)	4(44.4)
계	91(42.3)	124(57.7)

5) 부대시설 및 서비스

부대시설 및 서비스를 5점 척도로 조사 분석 한 결과 전체 평균 점수를 보면 무인경비시스템(4.21)이 가장 원하는 부대시설로 나타났고, 그 다음으로 유무선 인터넷(4.09), RFID 무인택배(4.06), 음식쓰레기 탈수기(4.05), 스마트 원카드 시스템(4.03)의 순으로 나타났다. 반면 가사대행 서비스(2.93), 호텔식 게스트룸(2.89), 생활용품 대여(2.89), 펫 배려 공간(2.31)에 대해서는 낮은 요구도를 보였다<표 14>. 그리고 수요자 유형별로 3.5 이상의 요구도를 보인 항목중에서 1순위부터 11순위 까지는 수요자

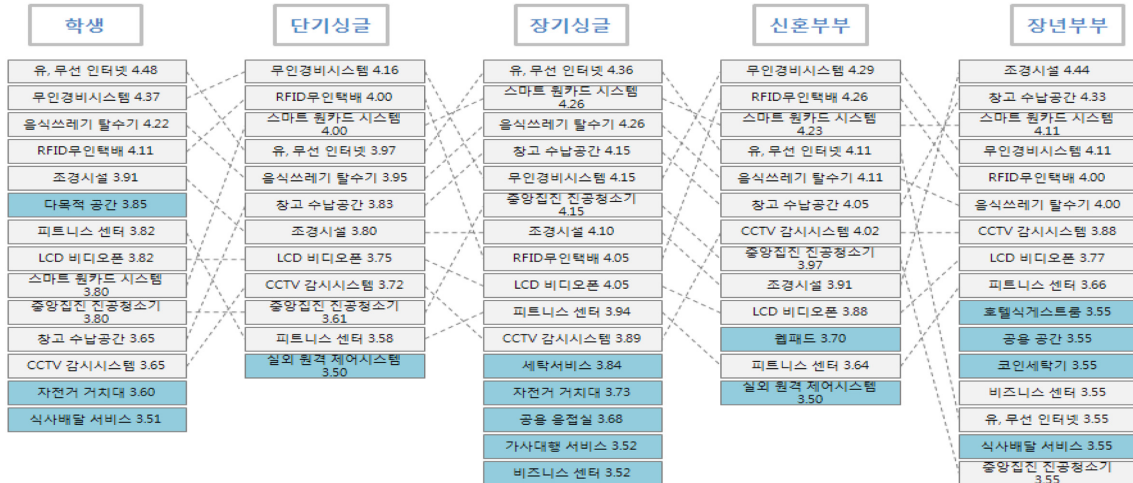


그림 1. 수요자 유형별 소형주택 부대시설 및 서비스

모두 공통으로 원하는 것으로 나타났으나, 수요자 유형별로 차이가 있는 항목은 <그림 1>와 같다. 즉, 학생은 다른 수요자층과 공통적으로 원하는 항목 이외에 다목적 공간(3.85), 자전거 거치대(3.60), 식사배달 서비스(3.51)를 상대적으로 높게 원하며, 단기싱글은 실외 원격 제어시스템(3.50)을, 장기싱글은 세탁서비스(3.84) 자전거 거치대(3.73), 공용 응접실(3.68), 가사대행 서비스(3.52), 비즈니스 선택(3.52)을 원하는 것으로 나타났다. 그리고 신혼부부는 웹패드(3.70), 실외 원격 제어시스템(3.50)을 장년부부는 호텔식 게스트룸(3.55), 공용공간(3.55), 코인세탁기(3.55), 식사배달 서비스(3.55)를 원하는 것으로 나타나 수요자 유형별 특성에 따라 필요한 부대시설과 서비스가 다소 상이함을 알 수 있다. 한편 수요자유형에 따른 부대시설 서비스 요구도 차이를 ANOVA와 DMR검정으로 분석한 결과 유의한 차이가 나타난 항목은 공용응접실과 유무선 인터넷이었다<표 15>. 공용응접실은 장기싱글(3.68)이 학생(2.88), 단기 싱글(2.92), 신혼부부(3.02)보다 요구도가 높

아 유의차를 보였으며, 유무선 인터넷은 학생(4.48)과 장기싱글(4.36)이 장년부부(3.55)보다 요구도가 높아 유의차를 보였다. 이는 장년부부가 유무선 인터넷에 대해서 상대적으로 필요도가 낮음을 의미한다 하겠으나 <표 14>와 같이 전체적으로는 2위의 요구도를 갖는 항목이므로 소형주택 개발에도 유무선 인터넷은 필수적이라 할 수 있다.

표 15. 소형주택 부대시설 및 서비스

유형	구성	공용응접실		유, 무선인터넷	
		M/D	M/D	M/D	M/D
학생		2.88/a		4.48/b	
단기싱글		2.92/a		3.97/ab	
장기싱글		3.68/b		4.36/b	
신혼부부		3.02/a		4.11/ab	
장년부부		3.22/ab		3.55/a	
F값		2.612*		2.861*	

*p<.05 **p<.01 ***p<.001 M: mean D: Duncan's Multiple Range Test

표 14. 소형주택 부대시설 및 서비스 평균

부대시설 및 서비스	평균	부대시설 및 서비스	평균
무인경비시스템	4.21	식사배달 서비스	3.45
유, 무선 인터넷	4.09	다목적 공간	3.40
RFID무인택배	4.06	세탁서비스	3.40
음식쓰레기 탈수기	4.05	웹패드	3.32
스마트 원카드 시스템	4.03	비즈니스 센터	3.31
조경시설	3.89	코인세탁기	3.15
창고 수납공간	3.89	디지털 전자계시판	3.13
LCD 비디오폰	3.81	공용 공간	3.10
CCTV 감시시스템	3.78	공용 응접실	3.01
중앙집진 진공청소기	3.74	가사대행 서비스	2.93
피트니스 센터	3.66	호텔식 게스트룸	2.89
계절용품 보관 서비스	3.50	생활용품대여	2.89
실외 원격 제어시스템	3.47	펫 배려 공간	2.31
자전거 거치대	3.46		

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 소형주택의 주요 수요층이라 할 수 있는 1-2인 가구를 대상으로 라이프스타일과 주거의식을 조사하고 그들의 소형주택에 대한 주거 요구도를 파악함으로써 향후 증가할 소형주택 계획 시 유용한 자료를 제시하고자 하였다. 본 연구를 통해 얻은 결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 1-2인가구의 라이프스타일 유형은 정보추구형, 웰빙 추구형, 실리적 트렌드 추종형, 도회적 문화 향유형, 브랜드 지향형, 타인의견 수용형, 편리추구형의 특성을 갖고 있으며 개인생활 지향과 소비추구형은 다소 부정적으로 나타났다. 둘째, 1-2인 가구들의 주거의식은 주택소유, 유지관리, 친환경의식에서 모두 높게 나타났고, 특히 공동체 참여의식에서도 긍정적으로 나타나 고무적이라 할 수 있다. 무엇보다도 편리하고 실속 있으면 굳이 주거공간이

클 필요가 없다는 소형주택 수용의식이 보통 이상으로 나타나고 있어 향후 이러한 주거 트렌드가 반영되는 주택 설계와 공급이 필요하다. 셋째, 1-2인 가구들은 소형주택 구입 시 수요자 유형 모두 입지의 편리성을 가장 중요한 요인으로 꼽았으며 2순위로는 주변 자연환경, 공간구성, 지역의 안전성의 순으로 나타났다. 넷째, 소형주택 공간 요구도는 거실과 방 2개, 거실과 방 3개를 가장 많이 요구하는 것으로 나타났으며, 주택 형태는 아파트 단지형과 연립주택 형을 선호하였다. 한편 평균규모는 74.46 m²로 나타나 소형주택이라 할지라도 규모의 범위에 대한 요구는 그다지 작지 않음을 알 수 있었다. 다섯째, 공간 계획에 있어서 욕실에 대한 요구는 한 공간에 모든 설비가 집약되는 것보다는 세면대는 분리되는 것을 많이 원하고 있었다. 또한 목욕시설도 샤워와 욕조 둘 다 설치되어 있는 형태를 가장 선호하는 것으로 나타나 욕실 공간을 중요시 여기는 최근의 트렌드와도 일맥상통 한다고 하겠다. 여섯째, 부엌공간에 대한 요구는 1-2인 가구의 경우에도 규모의 최소화보다는 기능적이고 여유 있는 식탁공간과 함께 벽을 바라보지 않는 거실 대면형에 대한 요구가 높게 나타났다. 이것 역시 웰빙을 추구하는 주거 트렌드와 맥을 같이 한다고 할 수 있다. 일곱째, 부대시설 및 서비스 요구도는 공통적으로 인터넷, 경비, CCTV, 무인택배, 원격제어 등의 첨단 및 보안 설비와 건강 유지를 위한 피트니스센터, 창고, 수납 공간 등에서 높게 나타났다. 수요자층에 따라 유의차이를 보인 항목은 공용응접실과 유무선 인터넷으로 나타났는데 장기 싱글층은 공용 응접실을 높게 요구하였으며 장년부부는 유무선 인터넷에서 상대적으로 요구도가 낮았다.

이상과 같은 결과를 바탕으로 소형주택의 개발과 계획 방향을 제안하면 다음과 같다.

첫째, 1-2인 가구를 겨냥하는 소형주택 개발에는 교통과 생활이 편리한 입지 선정이 가장 중요하며 주택유형으로는 아파트단지형과 연립/다세대 주택 등의 공동주택으로 개발하는 것이 필요하다. 저층주거지 개발 시에는 특화된 준 고급형 타운하우스의 유형 개발도 고려해 볼 수 있다. 둘째, 수요자층의 친환경의식이 높았으므로 친환경 건축물 컨셉을 적극적으로 활용하는 소형주택 디자인 개발이 필요하다. 셋째, 수요자 층의 공동체 참여 의식도 긍정적이었으므로 공간적인 효율성을 위하여 부대시설과 프로그램 등은 다양한 기능을 묶는 복합화 방향으로 계획되는 것이 필요할 것으로 사료된다. 넷째, 수요자 층의 라이프스타일을 고려할 때 IT 관련 스마트한 시설과 설비를 적극적으로 도입하여 보안과 편리성을 우선으로 하면서도, 웰빙 추구의 공간 구성 및 수납공간 확보에 대한 평면과 가구 개발이 요구된다.

본 연구에서는 1-2인 가구 유형에 고령자층이 조사되지 않았고 수요자 유형별 샘플도 고르게 분포되지 않아 조사 결과를 일반화하기에는 한계가 있다. 그러나 최근 증가하는 1-2인 가구들의 라이프스타일을 파악하여 그들의 트렌

드를 읽을 수 있었고, 소형주택 수용도에 대한 인식이 자리 잡고 있음을 확인 할 수 있었다. 향후 1-2인 가구가 증가하는 추세에 따라 관련 정책들이 보완되고 수요자들의 주거의식과 요구도 관련 연구들이 심층적으로더 보완되어 기존의 오피스텔 원룸형 형태의 획일적 계획에서 벗어난 다양한 소형주택 계획과 개발들이 적용되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

1. 강순주 (2010). 제1장 인간과 주거. 대한건축학회, 주거론 (pp. 12-32). 서울: 기문당.
2. 강순주 · 김진영 · 함선익 · 권윤지 (2009). 소형주택 상품개발 전략연구(연구보고서 No. 2009-12). 서울: (주)동부건설, 한국주거학회.
3. 강정욱 · 김기호 (2009). 소형 도시형생활주택 공급에 관한 연구. 한국도시계획학회 추계학술발표대회 논문집, 113-123.
4. 강지혜 · 윤정숙 (2009). 서울 및 수도권 거주자의 주거의식의 유형화와 주거요구. 대한건축학회 논문집, 25(12), 31-40.
5. 국토해양부 (2008). 새 주택 보급률 통계.
6. 권주안 · 이유진 · 최혜경 (2007). 1인가구 주택수요 전망 및 공급 활성화 방안(연구보고서 No. 2007-4). 서울: 주택산업연구원.
7. 김진욱 · 김영현 · 이민우 (2009). 도시형생활주택 계획방향 및 설계기준 설정에 관한 연구(연구보고서 No. 2009-10). 경기: 건축도시공간연구소.
8. 김혜영 · 선보영 · 진미정 · 사공은희 (2007). 비혼 1인가구의 가족의식 및 생활실태조사(연구보고서 No. 2007-10). 서울: 한국여성정책연구원.
9. 박영기 · 김혜정 · 강인호 (2005). 초고층 주거 건축의 거주 후 평가모델 개발연구 -거주자 및 시설관리자 대상의 정성분석을 중심으로-. 대한건축학회 논문집, 21(11), 137-146.
10. 박지은 (2008). 독신가구를 위한 오피스텔 건축계획의 문제점 및 개선방안에 관한 연구. 석사학위논문, 연세대학교, 서울.
11. 변미리 · 신상영 · 조권중 (2008). 서울의 1인 가구 증가와 도시정책 수요 연구(연구보고서 No. 2008-49). 서울: 서울시정개발연구원
12. 심은실 · 강순주 (1997). 라이프 스타일에 따른 원룸주택 선호도. 한국주거학회지, 8(3), 111-118.
13. 양세화 · 전남일 · 홍형욱 · 손세관 (2006). 개화기이후 이상주거 담론에 나타난 주의식. 대한가정학회지, 44(5), 35-48.
14. 이재훈 · 강순주 · 최정민 · 오병욱 (2008). 미래주거환경 변화에 따른 미래주택건설 방안연구(연구보고서 No.2008-289). 국토해양부, 한국주거학회.
15. 조성희 · 박수빈 · 황미리 (2003). 디지털화에 따른 1인 가구의 주생활 양식에 관한 연구. 한국주거학회 학술발표 논문집, v.2 추계, 137-144.
16. 진해석 외 (2009). 1인가구 요구분석에 따른 집합주택 단지 계획. 대한건축학회 학술발표 논문집, 29(1), 181-184.
17. 채서일 (1992). 체계적인 분석의 틀에 따른 라이프스타일 연구. 소비자학연구, 3(1), 46-63.
18. 통계청 (2010). 2010 인구 주택 총 조사 잠정 집계결과.
19. 한국방송공사 (2008). "2008 소비자 행태조사 보고서".
20. Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life style Segmentation, *Journal of Marketing*, 38(1), 33-37.

접수일(2011. 1. 28)

수정일(1차: 2011. 3. 15, 2차: 2011. 4. 4)

게재확정일(2011. 4. 12)