

# 디자인 호텔의 서비스스케이프 유형과 특성에 관한 연구

- 유럽의 디자인 호텔 사례를 중심으로 -

## A Study on the Types and Characteristics of Servicescape of Design Hotel

- Focused on the Case of the Design Hotel in Europe -

**Author** 이승희 Lee, Seung-Hee / 정희원, 연세대학교 실내건축학과, 이학박사  
이현수 Lee, Hyunsoo / 정희원, 연세대학교 실내건축학과 교수\*

**Abstract** The servicescape of a design hotel means the physical environment in which a service is produced and consumed. Servicescape refers to the comprehensive physical environment perceived by users and is composed of physical elements such as ambient conditions, space, function, signs, symbols and artifacts. For a successful operation of a design hotel, it is necessary to investigate the design hotel's servicescape types according to characteristics of design hotel's servicescape to provide various servicescape. The purpose of this study is to classify the types of servicescape on design hotel and analyze characteristics through the case study. A case study on Europe's design hotels to find various servicescape design methods was conducted. According to characteristics of design hotel the types, it is also categorized into four different types: history/tradition, art/culture, collaboration, locality. The case study demonstrated that European design hotels were making many efforts for their uniqueness and differentiation by considering the cultural and historical characteristics of their city and providing art and cultural space for their community. Design hotels in Korea should not only provide visitors with opportunities to have special experience through the nation's own culture and history but also serve as a place of community activities.

**Keywords** 디자인 호텔, 서비스스케이프, 서비스스케이프 특성, 계획  
Design Hotel, Servicescape, Servicescape Characteristics, Planning

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경과 목적

대량생산의 획일화에서 개성을 추구하는 시대적 흐름은 호텔산업에도 영향을 미치게 되었다. 점차적으로 소비자들은 체인화, 대형화된 호텔에서 벗어나 이용목적과 장소에 관계없이 새롭고 시대적 변화에 따른 트렌드를 반영하여 고객이 직접 체험할 수 있는 사회·문화적 가치로서의 호텔을 요구하기 시작했다. 현대의 소비자들은 호텔을 단순히 레저나 비즈니스를 위한 숙박의 장소가 아닌 개인의 라이프스타일을 즐길 수 있는 문화, 예술, 엔터테인먼트 공간으로서의 호텔에 주목하였고 과거의 규격화되고 표준화된 상품에서 벗어나 독특한 경험과 다양성을 가지며 또 다른 가치를 가질 수 있는 디자인 호

텔이 등장하게 되었다. 체험 경제(Experience Economy) 시대의 호텔은 호텔 자체가 목적지가 될 정도로 새로운 경험을 제공하는 것을 목표로 삼고 있다.<sup>1)</sup> 그 결과, 디자인 호텔은 체험과 문화의 공간으로 그 지역을 상징하고 다양한 경험을 제공하며 지역 커뮤니티와 방문자 모두를 위한 장소로서의 역할을 하고 있다.

최근 차별화된 디자인 호텔의 필수적인 요소를 위해 기존 호텔의 문제점을 나타내는 설문조사에 따르면 획일적이고 비슷한 디자인, 독특한 특성이 느껴지지 않는 디자인과 색다른 경험이 불가능한 전형적인 스타일로 재미없고 딱딱한 디자인 순으로 나타났다.<sup>2)</sup> 이처럼 국내 디자인 호텔은 고객의 요구와 편익에 따라 다양한 형태의

1) Freund, D. Seeking the "Ultimate hotel experience". Research paper, ESADE Escuela Universitaria de Turismo Sant Ignasi, Ramon Llull University, 2005, p.1

2) 조윤성, 디자인 호텔에 나타나는 현대사회의 이미지 소비적 표현 특성에 관한 연구, 국민대 석사논문, 2011, pp.92-93

\* 교신저자(Corresponding Author); hyunsl@yonsei.ac.kr

디자인 호텔을 제공하려고 시도하고 있으나 미국이나 유럽에 비해 디자인 전략의 다양성은 부족하다. 앞으로 관광문화산업의 발달과 함께 다양한 지역주민들의 문화적 욕구를 충족시키며 동시에 지역 경제 활성화를 극대화할 수 있는 디자인 호텔의 서비스스케이프 차별화 전략이 필요하다. 호텔의 물리적 시설은 호텔을 선택하는데 영향을 미치는 중요한 요소로 호텔의 선택요인 중 가장 중요한 요인이다.<sup>3)</sup> 이러한 점을 고려해볼 때 디자인 호텔의 서비스가 생산되고 소비되는 장소, 즉 서비스스케이프(servicescape)의 다양한 디자인 전략은 성공적인 호텔 운영을 위해 필수적이다. 따라서 본 연구의 목적은 문헌 고찰을 통하여 유럽의 디자인 호텔에 적용된 다양한 서비스스케이프 특성을 분석하여 유형화함으로써 향후 디자인 호텔 계획시 적용 가능한 전략을 제공하는데 있다. 또한 디자인 측면뿐만 아니라 레이아웃, 환경과 같은 총체적 관점에서 디자인 호텔의 서비스스케이프(물리적 환경)특성을 분석함으로써 차별화된 서비스 경험을 제공하고자 한다.

## 1.2. 연구 방법 및 범위

연구의 방법 및 범위는 다음과 같다. 첫째, 문헌연구를 통하여 디자인 호텔의 개념과 유형, 디자인 호텔의 서비스스케이프 요인과 관련된 이론을 고찰한다. 둘째, 디자인 호텔의 서비스스케이프 유형을 선행연구의 디자인 호텔의 사례를 통해 유형화 하고 이에 따른 서비스스케이프 특성을 분석한다. 셋째, 도출해 낸 디자인 호텔의 서비스스케이프 특성이 적용된 사례를 분석한다. 사례조사 대상은 2013년 디자인 호텔스 북(Design Hotels Book)<sup>4)</sup>에서 선정된 유럽의 디자인 호텔을 중심으로 하며 서비스스케이프 분석은 문헌을 통해 측정 가능한 디자인, 레이아웃, 환경의 3가지 요인으로 한정한다. 넷째, 선행연구와 사례 분석을 통해 유럽의 디자인 호텔의 서비스스케이프 특성을 기반으로 국내의 디자인 호텔의 서비스스케이프 적용가능성과 디자인 방향을 제시한다.

## 2. 이론적 고찰

### 2.1. 디자인 호텔(Design Hotel)

#### (1) 디자인 호텔의 배경 및 개념

3) Dube, L. and Renaghan, L.M. "Creating visible customer value", Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 2000, Vol.41 No.1, p.64

4) 디자인 호텔스(Design Hotels)는 세계 디자인 호텔들의 대표적 플랫폼으로 2009년부터 매년 전 세계 주목할 만한 디자인 호텔을 엄선해 디자인 호텔스 북(The Design Hotels Book)을 발간하였다. 디자인 호텔의 호텔 선정기준은 전체적인 컨셉, 호텔위치, 건축, 디자인, 지역과의 조화, 종합적인 미학적성, 호텔에서 일하는 사람과 그들의 책임의식이다. 2013년 기준 250개의 호텔이 선정되어 있다.

디자인 호텔의 등장은 호텔 규모가 대형화되고 체인화되면서 다양성의 가치에 대한 개인의 욕구를 해소할 수 있는 부분이 제한적일 수밖에 없다는 것에 대한 인식과 그 대안으로서 모색된 결과이다. 디자인 호텔의 공통적인 특징으로는 대형 체인 호텔에 비해 객실 수가 적고, 대부분 개인이 소유하며 기존 호텔들이 가진 단순한 숙박의 개념을 벗어나 보다 세심하고 개개인을 위한 서비스와 편의를 제공하고, 이를 위해 '디자인'을 이용한 호텔로 디자인 자체가 상품이자 서비스이다. 디자인 호텔은 초기에는 중소기업의 호텔에서 주로 나타나며 보통 개인이 소유한 호텔에서 이루어진다. 그러나 최근에는 대규모의 브랜드 호텔들도 이러한 디자인 호텔의 개념을 도입하고 있는데, 스타우드 그룹의 'W', 메리어트 그룹의 'Edition', 하얏트 그룹의 'andaz', 인터컨티넨탈 그룹의 'indigo'와 같은 자체 브랜드를 선보이고 있을 정도로 디자인 호텔에 대한 수요가 전세계적으로 늘어나고 있다.

#### (2) 디자인 호텔의 유형 및 특성

디자인 호텔은 부티크 호텔(Boutique Hotel), 라이프 스타일 호텔(Lifestyle Hotel), 디자인 호텔(Design Hotel) 등 다양한 이름으로 불리는데 이들의 특성은 공통적으로 기존의 호텔과 차별화된 디자인이다.

부티크의 사전적 의미는 '작은, 감각적인, 독립적인' 뜻으로 전통적으로 부티크 호텔은 작은 규모의 호텔을 의미했지만 점차적으로 호텔의 규모보다는 스타일, 디자인의 차별화, 따뜻한 분위기, 개인적 서비스가 부티크 호텔의 특징이다. 부티크 호텔은 역사적으로 의미가 있는 건물을 사용하거나 오래된 건물을 리노베이션해서 사용한다. 이러한 사실은 역사와 문화에 대한 관심의 증가를 인식하게 되기 때문에 중요하다.<sup>5)</sup> 부티크 호텔의 스타일, 차별성, 따뜻함, 친밀함은 특별한 경험을 원하는 고객들을 끌어 모은다.<sup>6)</sup> 디자인 호텔은 개인의 니즈(Needs)를 충족시켜 줄 수 있는 차별화된 곳을 찾는 고객들에게 짧은 시간 동안 자신만의 새로운 경험을 만들게 해주고 오랜 전통에 대한 경험의 기회를 제공하기 때문에 고객에게 매력적인 공간으로 인식된다.

라이프 스타일이란 사람들이 살아가는 '삶의 패턴'으로 개인의 행동, 태도, 습관을 포함한다. 이처럼 라이프 스타일 호텔은 기본적으로 디자인 호텔이나 부티크 호텔의 특징을 가지면서 각 개인의 엔터테인먼트 요소가 있는 분위기를 추구하는 고급스럽고 개인적인 서비스가 가능한 호텔을 말한다.<sup>7)</sup> 부티크 호텔 보다는 규모 면에서 크

5) Ibid., 2005

6) McDonnell, C. J. (2005), "Boutique hotels are getting new interest", Business First of Buffalo, available at: <http://bizjournals.com/buffalo/stories/2005/01/31/focus4.html?printable>(accessed 21 October 2006)

7) Lucas Hochedlinger. Are design hotels more attractive real estate investments than traditional hotels?, Danube University,

고 가격이나 등급에서 보면 좀 더 합리적이고 접근하기 쉬운 호텔이다. 최초의 라이프 스타일 호텔인 'W' 호텔은 세계적인 호텔 그룹인 스타우드(Starwood) 그룹의 브랜드로 1998년 뉴욕에서 처음으로 선보인 후 전세계 주요 도시와 휴양지에 14개의 레지던스를 포함해 현재 35개 도시에 42개 호텔과 리조트 시설을 갖추고 있다. 각 호텔은 도시마다 각각 독특한 경험을 체험할 수 있는 '뉴 라이프스타일'을 제공한다.

디자인 호텔은 일반 체인 호텔보다는 작은 규모의 호텔로 혁신적이고 실험적이며 독특한 디자인에 집중하는 호텔이다.<sup>8)</sup> 디자인 호텔은 주로 업스케일 호텔의 형태로 럭셔리하고 고급스러운 디자인과 서비스를 제공한다. 이러한 고급스러운 디자인 호텔은 패션 브랜드에서 제공하는 패션 호텔(Fashion Hotel)이 대표적이다. 디자인 호텔의 특징은 건축 외관부터 실내 디자인, 가구, 소품에 이르기까지 디자인의 일관성을 유지하고 디자이너가 자신의 아이덴티티와 컨셉을 강조하는 창조적인 요소를 실내 공간에 적용시키는 점이다. 건축 자체가 상품인 디자인 호텔은 실내 디자인과 건축에 문화를 담아냄으로써, 고객들에게 다른 사람이 경험하지 못한 디자인 경험을 파는 것이며 이러한 경험이 고객의 재방문을 만드는 중요한 역할을 한다.

## 2.2. 서비스스케이프(Servicescape)

### (1) 서비스스케이프의 개념

사용자의 태도 및 행동을 유도하는 서비스 환경을 학자에 따라서 '분위기', '유형적 증거', '상황', '물리적 환경', '서비스스케이프' 등의 여러 가지 용어로 사용하고 있다. 이러한 학자들은 공통적으로 서비스의 물리적 환경이 고객의 만족, 재방문과 같은 행동에 영향을 미치기 때문에 서비스마케팅 목표를 달성하는데 도움을 줄 수 있다는 것이다. 서비스의 물리적 환경에 대한 연구는 환경심리학이나, 마케팅 분야에서 논의되어 왔으며 특히 호텔, 레스토랑, 은행, 소매점, 병원, 공공서비스기관 등에서 주로 이루어지고 있다.

환경심리학 분야에서 매러비안 러셀(Mehrabian & Russell)은 자극-유기체-반응(S-O-R)이론에 근거하여 물리적 자극이 인간의 감정이나 행동에 미치는 영향을 강조한다. 즉 외부 환경의 자극은 즐거움(Pleasure), 흥분(Arousal), 지배(Dominance)와 같은 감정적인 상태를 일으키고 이러한 반응은 접근(Approach)나 회피(Avoidance)하는 행동을 초래한다는 것이다. S-O-R이론을 뒤이어 코틀러(Kotler)는 상품이 팔리는 공간에서 물리적 환경이, 즉 '분위기(atmospherics)'가 상품 자체보다 소비자

행동과 구매에 더 큰 영향을 미친다고 주장하고 있다. 이어 '서비스스케이프(servicescape)'라는 용어를 제안한 비트너(Bitner)는 기존의 분위기(atmospherics)의 물리적 환경 범위를 서비스가 발생하는 장소로 더욱 확장시킨다.

서비스스케이프는 사용자가 인지하는 서비스의 질에 영향을 미치며 내부적 반응을 통하여 행태적 변화를 가져온다. 이것은 환경이 사용자의 태도변화를 유도한다는 환경심리학에 기반을 두고 있다. 특히 사용자가 시설에 머무르는 시간이 길어질수록 서비스스케이프의 질은 더욱 중요한 역할을 하는데 다른 서비스 제공 장소와 다르게 여가를 즐기는 시설의 경우, 시설에서 오랜 시간을 보내는 장소의 서비스스케이프의 질은 사용자의 만족에 큰 영향을 미친다.<sup>9)</sup> 그러나 서비스 산업에서 여러 가지 서비스 환경 중에서 쾌락적인 목적을 가지고 오랜 시간 머무르는 호텔의 물리적 환경의 중요성에도 불구하고 디자인 호텔의 시설이나 서비스스케이프 관한 실증적인 연구는 매우 부족한 실정이다.

### (2) 서비스스케이프 요인

서비스스케이프는 환경요소(ambient conditions), 배치와 기능성(layout and functionality), 사인, 심벌 실체(signs, symbols & artifacts) 세 가지 범주로 구성되고 세분요인은 다음과 같다.<sup>10)</sup>

첫째, 환경요소(ambient conditions)는 실내온도, 조명, 음악(소음), 냄새, 색채와 같은 환경의 배경을 말한다. 이러한 주변요소는 오감에 영향을 미치며 주변요소는 특정 환경에서 오랫동안 머무를 경우 영향력이 커지게 된다. 레스토랑과 슈퍼마켓에서 음악의 속도는 소비자의 쇼핑속도와 체류시간에 영향을 미치고<sup>11)</sup> 백화점에서 들려주는 음악의 친숙함은 소비자가 얼마나 오랫동안 쇼핑을 하였는지를 지각하는데 영향을 미친다. 소매점이나 서비스가 이루어지는 공간에서 냄새(향기)는 마케팅의 수단으로 이용되는데 웨스틴 호텔의 리조트는 호텔 로비에 향기를 나게 해서 호텔 이용객들의 스트레스를 완화시키는 향기 마케팅을 하고 있다. 이러한 각각의 환경요인들은 사용자의 감각기관을 통해 하나의 전체적인 환경으로 결합되어 마음속에 하나의 그림을 형성하고 이는 감정적 반응을 가져온다.

둘째, 공간적 배치(spatial layout)는 기계나 장비, 사무기기를 배열하는 방법, 크기와 형태, 그리고 이들 간의

9) Wakerfield, K., & Blodgett, J. G. The effect of the servicescape on customer's behavioral intentions in leisure service settings. *Journal of Service Marketing*, Vol10 No 6. 1996

10) Bitner, M. Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees, *Journal of Marketing* Vol 1992

11) Milliman, R. The Influence of Background Music on the Behavior of Restaurant Patrons, *Journal of Consumer Research*, Vol.13 1986

2010, p.56

8) Penner, R. H., Adams, L. and Robson, S. K. (2013) *Hotel Design Planning and development*. W.W. Norton & Company, NY. p.55

공간적 관계이다. 환경요인과 다르게 레이아웃은 직접적으로 사용자의 행동에 영향을 미친다. 기능성(functionality)은 조직의 목적 달성과 성취를 용이하게 하기 위한 품목들의 기능을 말한다. 공간적 배치와 기능성은 셀프서비스 환경에서 더욱 중요하다. 이와 마찬가지로 서비스 업무를 제공하는 환경이 매우 복잡하다면, 배치와 기능성의 효율성은 업무가 단순할 때 보다 더욱 중요하게 된다. 또한 공간의 레이아웃과 기능성은 이용자의 밀도(density)에 영향을 미친다. 사용자의 밀도는 지각된 과밀에 영향을 미치고 이는 사용자의 감정과 행동에 영향을 미친다. 즉 사람들은 일반적으로 서비스 환경이 복잡하면 서비스스케이프의 질을 낮게 인지하게 되고 흥미가 줄어들게 된다.

셋째, 사인과 상징, 조형물(signs, symbols & artifacts)은 서비스 공간 내에서 기호적인 상징을 통하여 고객 및 종업원과 의사소통하는 수단을 의미한다. 물리적 환경 내에 있는 많은 것들이 그 장소에 대해 명시적 또는 묵시적 정보를 제공한다. 환경 내부와 외부에 부착된 표지판, 예술품, 마루의 재료 등은 상징적인 의미를 가지고 의사전달체(communicator)의 역할을 한다. 사인, 상징물, 조형물 등은 첫인상을 형성하는데 결정적인 영향을 미치기 때문에 새로운 서비스 개념을 전달하거나 서비스를 재포지셔닝 하는데 중요한 수단이 된다. 따라서 디자인 호텔의 가구나, 조명, 예술품 등은 경쟁 호텔과의 차별적인 이미지를 만들 수 있다.

### (3) 디자인 호텔의 서비스스케이프 요인

서비스스케이프의 요인에 관한 연구는 비트너(Bitner)가 제시한 개념 연구를 기반으로 연구되었고 연구자마다 약간의 차이를 보이고 있다. 본 연구에서는 비트너의 연구와 디자인 호텔의 서비스스케이프 요인을 제안한 선행연구<sup>12)</sup>를 기반으로 구성 요인을 추출하였다. 구체적으로 분석의 기본 틀은 비트너가 제시한 환경, 공간배치, 사인과 상징을 기반으로 하고, 디자인 요소를 서비스 환경을 구성하는 큰 축으로 보았던 베이커(Baker)의 구성요소를 추가하여 분석하였다. 디자인 요소는 기존에 베이커가 제시했던 색채, 장식, 재료를 기본으로 외부와 내부 디자인의 요소로 구성하였고 레이아웃과 환경은 비트너가 제시한 요인을 객실공간과 공용공간으로 구분하였다.

디자인 호텔의 서비스스케이프 요인은 디자인, 레이아웃, 환경 요인으로 구분하고 각 세부 항목은 아래의 <표 1>과 같다. 환경 요인은 선행연구에서 제시한 ‘공기의 질’, ‘소음’, ‘향기’, ‘빛’ 등의 세부 항목 중에 디자인과 직접 관련된 항목인 ‘빛’에 집중하며 특히 자연채광을 중심으로 분석하였다.

12) 이승희, 이현수, 사용자 추구편익에 따른 디자인 호텔의 디자인 호텔의 서비스스케이프 요소 특성에 관한 연구, 제13권 6호, 디자인융복합연구, 2015, p.189

<표 1> 디자인 호텔의 서비스스케이프 항목

요인	세부항목	
디자인	익스테리어	주변환경
		파사드
		입구
	인테리어	스타일
		색채
		가구
		조명
		마감재료
		장식
레이아웃	객실공간	공간형태/공간구획/가구배치
	공용공간	공간형태/공간구획/가구배치
환경	객실공간	자연채광
	공용공간	

## 3. 디자인 호텔의 서비스스케이프 유형

### 3.1. 역사와 전통

유럽의 디자인 호텔은 역사적인 건물을 사용하거나 지역의 전통문화를 호텔 공간에 구현하여 방문객으로 하여금 지역 고유의 역사와 전통을 경험할 수 있도록 한다. 이를 위해 건축적 형태 요소, 공간 표현 요소와 같은 기존 건축의 일부분을 보존해야 하는 대상으로 간주하여 일정 부분을 차용하거나 새로운 디자인과 병치하는 방법을 사용한다.<sup>13)</sup> 구체적으로 지역의 역사성이 있는 장소를 그대로 복원하는 방법을 사용하고, 증축을 통해 전통적인 것과 현대적인 것을 조화시키는 방법을 쓰며, 오래된 건물을 호텔로 변경시키는 등 다양한 방법을 사용한다.

#### (1) 복원/재현

역사성을 가진 건물을 그대로 사용하거나 복원하는 것은 전통성을 가장 적극적으로 재현할 수 있는 방법이다. 건물의 역사성과 독특함은 다른 호텔과의 차별성이 되고 이러한 차별성이 호텔을 알리는 중요한 수단이 된다. 이러한 이유 때문에 유럽의 디자인 호텔의 경우, 건물 자체가 가지고 있는 역사적인 디자인 특성을 거의 변형하지 않고 그대로 보존하는 사례가 많다. 네덜란드 메스트리치(Masstricht)에 위치한 크루이쉐렌(Kruisheren Hotel)은 원래 15세기에 수도원으로 사용되다 19세기 말부터 복원 작업이 이루어져 2003년 건물 복원 및 호텔로 계획되었다. 객실공간은 회랑 날개부에 50실과 코르텐강으로 새로 지은 현대식 건물 3실, 르네상스 양식의 게이트 하우스 7실을 갖추며 교회 회중석 부분이 공용공간으로 이용되고

13) 김명선, 디자인 호텔 실내공간의 감성적 표현 특성에 관한 연구, 한국실내디자인학회 논문집 제13권 4호, 2004, p.76

있다. 크루이쉐렌의 가장 큰 서비스스케이프의 특징은 역사를 보존하기 위해 새롭게 만들어진 모든 공간과 설비의 레이아웃은 독립구조로 설치되어 나중에 전부 철거 가능하도록 하였다. 이를 통해 과거와 현재의 공존을 통해 시간을 초월한 독특한 경험을 할 수 있게 된다.



<그림 1> 크루이쉐렌의 외관



<그림 2> 크루이쉐렌의 레스토랑

## (2) 증축

본래 가지고 있는 외관의 모습을 최대한 살리면서 증축을 통해 기존 건물의 부족한 공간을 늘리는 것은 전통성을 살리면서도 건축비용을 줄일 수 있는 가장 효과적인 방법이다. 보통 소규모의 디자인 호텔은 객실공간을 늘리거나 공용공간을 추가하기 위해 옥상과 지하를 사용한다. 기존 건물의 구조나 증축을 할 경우 하중을 고려한 세심한 디자인이 요구된다. 영국의 바운더리(Boundary)는 19세기 말 빅토리아 시대에 창고로 사용되었는데 기존 지붕을 철거하고 2층을 현대적인 로프트 스타일로 증축시켰다. 기존 건물의 붉은 벽돌과 현대식으로 지어진 옥상 테라스는 신·구의 조화를 이루며 새로운 디자인 호텔로 재탄생하게 된다. 또한 각 객실은 르 꼬르뷔제나 바우 하우스 같은 유명 디자이너와 디자인 운동에서 영감을 받아 디자인 되었는데 이는 디자인 호텔의 지속적인 생명력을 부여한다.



<그림 3> 바운더리 호텔 외관



<그림 4> 바운더리 호텔 옥상 테라스

## (3) 변형/개조

오랜 기간 동안 다른 목적으로 지어진 건물이 호텔로 변형된 사례는 다양하다. 영국이나 프랑스의 경우, 고성뿐 아니라 더 이상 사용하지 않는 오래된 주택이나 버려진 창고, 공장 등을 호텔로 변형하거나 개조하여 호텔로 사용하고 있다. 오늘날 도시에 더 이상 호텔을 새롭게 신축할 수 있는 대지가 부족하기 때문에 기존 건물을 사용하는 것은 경제적인 뿐 아니라 낡고 오래된 지역의 랜드마크로 이용될 수 있다. 원래 건물의 구조와 재료를

그대로 사용하는 방법 뿐 아니라 개조를 위해 철거한 재료를 실내 공간에 재사용하여 지역적 특성을 제공하기도 한다. 독일의 팩토리 호텔(Factory Hotel)은 19세기 맥주를 만들던 공장을 호텔로 개조하여 호텔 뿐 아니라 상점과 아파트 오피스텔을 포함한 복합건물로 변경하여 그 지역의 랜드마크 역할을 하고 있다. 뮌스테르(Munster) 출신인 건축가는 지역의 가장 큰 대학이 위치한 곳으로 팩토리 호텔을 통해 뮌스테르에 새로운 이웃을 만들고자 하는 기본 콘셉트에서 출발하여 젊은 감각의 다이내믹함과 지역 전통을 조화시키고 있다.



<그림 5> 팩토리 호텔 외관



<그림 6> 팩토리 호텔 외관

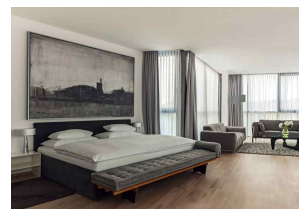
## 3.2. 예술과 문화

### (1) 예술

디자인 호텔의 유형 중 아트 호텔(Art Hotel)은 건축·실내디자인과 예술의 유기적인 접목을 시도함으로써 예술 작품을 호텔 공간에 전시하거나 경험할 수 있는 환경을 제공하는 호텔을 의미한다. 이는 호텔 디자인의 한 방법으로서 예술 작품을 호텔공간에 전시하거나 예술 작품을 ‘바라봄’에서 ‘경험함’의 단계로 진척시킬 수 있는 아트 환경을 제공하는 호텔이라고 할 수 있다.<sup>14)</sup> 호텔과 같은 공공장소에 예술적 요소를 도입하는 것은 대중과의 접촉으로 예술과 문화의 대중화, 사회화를 이루게 된다. 그 결과, 방문자에게 새로운 경험을 제공함으로써 호텔의 고유성과 경쟁력을 위한 차별화 전략으로 사용될 수 있다. 오스트리아의 아우가르텐호텔 아트 앤 디자인(Augartnhotel art & design)은 고객들에게 재미있게 즐길 수 있는 호텔을 만들기 위해 오스트리아 현대 미술작가들의 800점이 넘는 그림과 조각 등의 예술작품을 보유하고 모든 공용공간과 객실공간에서 다양한 예술과 문화를 접할 수 있는 공간 경험을 제공하고 있다.



<그림 7> 아우가르텐호텔 아트 앤 디자인의 로비



<그림 8> 아우가르텐호텔 아트 앤 디자인의 객실

14) Ibid., p.76

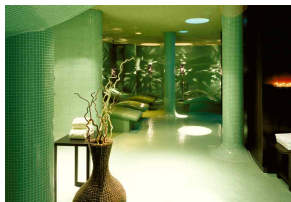


(2) 문화

기존의 소비가 상품의 기능이나 편의 등에 중심적 가치를 두었다면 오늘날 소비자들은 참여와 체험을 통하여 감동과 공감을 할 수 있는 감성적 소비에 대한 관심이 점차적으로 증가하고 있다. 따라서 다양한 라이프 스타일을 즐기는 현대인을 위한 문화 공간으로서의 역할을 하는 디자인 호텔의 서비스스케이프는 호텔의 차별화 전략으로 사용될 수 있다. 오스트리아의 로이지움 와인 앤 스파 리조트 랑겐로이스(Loisium Wine & Spa Resort Langenlois)는 오스트리아의 화이트 와인으로 유명한 재배 지역에 위치한 와인애호가들을 위한 스파 리조트이다. 스티븐 홀(Steven Hall)이 설계한 외관은 와인 껍질의 형태에서 영감을 받아 알루미늄으로 만들어진 외관이 특징적이며 스티븐 홀이 강조하던 빛의 요소를 살리기 위해 유리, 격자세공(latticework), 창유리, 문프레임, 거울이 다수 사용되었다. 독특한 외관 뿐 아니라 다양한 프로그램을 갖춘 스파, 지하의 900년 된 저장고, 1층의 와인센터 등은 방문자에게 특별한 경험을 제공하고 재방문으로 이루어지는 복합문화 공간으로서의 역할을 하게 된다.



<그림 9> 로이지움 와인 앤 스파 리조트 외관



<그림 10> 로이지움 와인 앤 스파 리조트 스파

3.3. 디자이너 협업

융복합의 시대를 맞아 상호교류 및 소통을 통해 새로운 가치를 창출하고 있으며 기업은 브랜드를 전략적으로 발전시키기 위한 방법으로 브랜드 혹은 디자이너와의 협업(collaboration)을 통해 디자인 호텔을 알리고 있다. 패션 협업 혹은 디자이너 협업을 통해 브랜드가 가지고 있는 이미지나 제품을 직접 인지하고 체험할 수 있도록 함으로써 소비자는 기존 호텔에서의 차별화된 디자인을 경험하게 되며 새로운 라이프스타일을 즐기게 된다.<sup>15)</sup> 디자인 호텔의 브랜드가 지닌 고유의 아이덴티티는 호텔의 개성으로 인지되며 잠재고객을 끌어들일 수 있게 된다.

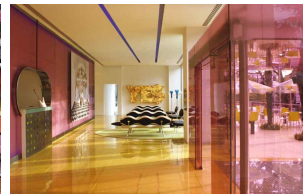
(1) 일대일 협업

디자이너와 협업은 단일 패션 브랜드, 예술가 혹은 브랜드와의 협업과 같은 일대일 협업의 방법으로 나타나고 있다. 디자이너의 디자인 언어가 호텔공간에서 새롭고

다양하게 표현된 유형으로 호텔의 모든 영역에서 디자이너의 아이덴티티를 경험할 수 있다. 그리스 세미라미스(Semiramis)는 세계적으로 유명한 산업 디자이너 카림 라시드(Karim Rashid)가 ‘젊음의 신’이라는 신화적 모티브를 사용한 디자인 호텔로 그의 독특한 감각과 디자인 철학을 담은 공간이다. 카림 라시드 고유의 유선형 디자인과 유희성이 실내에 그대로 재현되어 있으며 파사드 뿐 아니라 가구, 소품까지 호텔 전체가 하나의 정체성을 갖도록 디자인 되어 있다. 세미라미스에 머무르는 것으로 카림 라시드의 디자인을 직접적으로 경험할 수 있는 기회를 제공하게 된다.



<그림 11> 세미라미스의 야외 수영장



<그림 12> 세미라미스의 로비

(2) 다수 협업

호텔들은 다양한 가치를 수용하기 위해 다양한 방법을 통해 차별화를 시도한다. 이러한 시도들은 각층을 다르게 디자인하거나 각각의 객실을 다르게 디자인하여 한 공간에서 다수의 디자이너의 감각과 아이덴티티를 경험할 수 있게 되며 이러한 다양성은 호텔을 다시 찾게 되는 원인이 된다. 지역 예술가 혹은 서로 다른 분야의 디자이너가 함께 모여 디자인 컨셉을 정하고 각 층 혹은 객실은 디자이너의 정체성을 살리면서 동시에 유기적으로 융합된다. 스페인의 푸에르타 아메리카(Silken Puerta America)는 13개국의 19명의 유명건축가와 유명 디자이너들이 각각 다른 콘셉트로 12개의 층을 다르게 디자인함으로써 현대의 진보적인 디자인과 건축의 경향을 보여주고 있다. 각기 다른 재료, 색채와 형태는 전체적으로 아방가르드 디자인과 건축을 나타내는데 이는 창의성과 자유를 상징하며 다양한 문화, 건축, 디자인을 제공함으로써 사용자의 감각을 자극하고 이전에 경험하지 못한 경험을 제공함으로써 호텔자체가 목적지가 된다.



<그림 13> 푸에르타 아메리카의 외관



<그림 14> 푸에르타 아메리카의 객실

15) 박시윤, 김정아, 브랜드 콜라보레이션 마케팅을 통한 디자인호텔의 실내디자인에 관한 연구, 한국실내디자인학회 논문집 제23권 4호, 2014, p.56

3.4. 지역성

지역을 대표하는 디자인 호텔은 숙박 뿐 아니라 지역 주민의 모임, 교양이나 문화 강좌, 전시회, 회의 등 새로운 서비스 제공하면서 호텔의 영역을 점차 확대하고 있다. 이처럼 디자인 호텔은 지역 사회의 문화적 공간으로써의 역할 뿐 아니라 경제적인 측면에서도 관광객 뿐 아니라 지역 주민의 사용을 증대시켜 호텔 운영의 효율성을 높인다.

(1) 지역문화

장소(Place)는 ‘물리적 공간환경과 그 속에 살아가는 사람들 및 그들의 활동, 사람과 환경간의 오랜 상호작용 속에서 문화적으로 형성된 고유성, 역사성, 정체성, 다중성을 띤 총체적 실체’로 정의내릴 수 있다.<sup>16)</sup> 따라서 지역 고유의 특성을 담은 디자인 호텔은 지역의 문화를 접목하는 장소의 역할을 하며 지역 시민에게 공개되는 사회·문화적 장소로서 도시의 상징적 역할을 한다.

디자인 호텔은 지역성을 표현하기 위해 지역 고유의 건축형태를 따르거나 재료를 사용하고 지역문화를 모티브로 실내공간에 그대로 재현한다. 과거의 특성을 단순히 재현에 그치는 것이 아니라 지역의 문화적·환경적 특성을 표출함으로써 지역의 경험과 기억을 공유하는 사람들 사이의 직접적인 의사전달을 가능하게 하는 것이다.<sup>17)</sup> 핀란드의 클라우스 케이(KLAUS K)는 핀란드의 서사시 칼레발레(Kalevala: 핀란드 각지에서 내려오는 전설, 구비(口碑), 가요 등을 집대성)에서 주제를 따와 새롭게 리노베이션된 디자인 호텔이다. 각 객실은 칼레발레의 감성적 요소를 가져와 ‘열정, 신비, 욕망, 질투’ 4개의 컨셉으로 나누어지고 ‘신비’의 방은 순록을 모티브로 노랑색을 주조색으로, ‘질투’를 컨셉으로 하는 객실은 퇴폐적인 초콜렛톤으로 장식되어 있다. 레스토랑은 바람의 신 일마타(Ilmatar)를 상징하며 바와 나이트 클럽인 아호(Ahjo)는 불(악마)을 상징하는 등 서사적 공간에서 감정 이입과 역동적 상호작용 경험을 할 수 있게 된다.



<그림 15> 클라우스 케이의 바



<그림 16> 클라우스 케이의 객실

(2) 지역 커뮤니티

디자인 호텔은 소비자가 새로운 경험과 다양한 여가시

16) 이무영, 장소마케팅 전략의 문화적 개념과 방법론에 관한 고찰, 대한지리학회지, 제41권 제1호, 2006, p.43

17) 나현실, 김문덕, 현대 호텔 실내공간에서 지역성 표현에 관한 연구, 한국실내디자인학회 학술발표대회논문집 제11권 제2호, 2009, p.133

설 그리고 디자인을 요구하면서 도심 속의 커뮤니티 공간으로 차별화된 공간 마케팅 전략을 통하여 새로운 경험과 라이프 스타일을 창조한다.<sup>18)</sup> 즉, 기존의 호텔이 가지고 있는 이미지를 확장하여 이윤 추구 뿐 아니라 지역 사회에 기여하고 더 나아가 지역의 대표 문화적 장소로서의 기능을 가능하게 하는 것이 중요하다. 이러한 장소 마케팅 전략은 지역 경제 활성화에 지역발전에 이바지하게 된다. 영국의 사우스 플레이스 호텔(South Place Hotel)은 런던의 금융 중심가 주변의 지역 주민들과 어울릴 수 있는 다양한 사교의 장소를 제공하는 것을 목적으로 하고 있다. 이를 위해 도시에서의 휴식을 콘셉트로 1층과 7층에 3개, 루프탑(roof top)에 레스토랑과 바, 1층에는 인원예 따라 크기가 다른 5개의 컨퍼런스 룸을 제공한다. 다양한 사교공간 뿐 아니라 객실공간과 공용공간에 런던의 컨템포러리 작가들의 작품 감상할 수 있는 문화공간을 제공한다. 지역시민의 사교활동과 여가 생활을 위한 공간은 지역 주민의 삶의 질을 높이는 역할을 한다.



<그림 17> 사우스 플레이스 호텔 외관



<그림 18> 사우스 플레이스 호텔 루프탑(roof top) 레스토랑

## 4. 유럽 디자인 호텔의 서비스스케이프 사례 조사 및 분석

### 4.1. 사례분석 개요

본 연구의 사례 대상은 디자인 호텔스(Design Hotels)에서 선정된 유럽의 디자인 호텔 중 3장에서 유형화된 서비스스케이프 특성을 대표할 수 있는 사례를 중심으로 분석하였다. 조사방법은 국내·외 참고문헌과 홈페이지를 통한 웹사이트 조사와 건축 전문 잡지 등을 통한 문헌조사로 이루어졌다.

사례 조사의 분석틀은 앞서 고찰한 <표 1>과 같고 서비스스케이프의 3가지 요인, 디자인, 레이아웃, 환경 요인을 중심으로 분석하였다.

18) 차재경, 임영환, 공간마케팅의 관점에서 본 도시호텔에 관한 연구, 한국실내디자인학회 논문집 제21권 제3호, 2012, p.121

## 4.2. 사례 분석

<표 2> 유럽 디자인 호텔의 서비스스케이프 유형에 따른 사례 분석

Kruisher Hotel							
개요	위치	Maastricht, Netherlands	객실수	60			
	건축가	Satjin plus architects/Henk Vos & Maupertuus	유형	역사와 전통(복원)			
	컨셉	크루이셔렌은 원래 15세기에 수도원으로 사용되다 19세기 말부터 복원작업이 이루어져 2003년 건물 복원 및 호텔로 계획되었는데 객실공간은 회랑 날개부에 50실과 코르텐강으로 새로 지은 현대식건물 3실 갖추며 교회 회중석 부분이 공용공간으로 이용 됨. 새롭게 만들어진 모든 공간과 설비는 독립구조로 설치되어 나중에 전부 철거 가능하도록 함. 시간을 초월한 독특한 디자인적 경험 제공.					
서비스스케이프							
요인	디자인		레이아웃		환경		
이미지							
	Exterior	Interior	객실공간	공용공간	빛		
특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>-주변환경: 역사적 랜드마크로 알려진 Maastricht 시내 중심부에 위치</li> <li>-파사드: 고딕 양식의 교회건물과 코르텐 강으로 이루어진 현대식 건물의 조화</li> <li>-입구: 아연과 구리로 이루어진 트럼펫 모양으로 과거와 미래의 접점으로 통하는 비상구 역할</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>-색채: 기존의 수도원의 베이지 색상과 증축된 레스토랑의 강렬한 레드, 옅직한 형광컬러 사용</li> <li>-재료: 이회토와 점판암으로 이루어진 교회의 구조를 그대로 사용</li> <li>-가구(조명): 접시모양의 잉고 마우리의 조명, 르포르뵈체, 필립스타, 마크 뉴슨의 가구배치</li> <li>-장식: 60개 객실은 각각 다른 아트페인팅으로 디자인</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>-공간형태: 침대를 중심으로 한 직선형, 천장은 기존 교회의 돔 살리는 사선형</li> <li>-공간구획: 화장실은 불투명 유리 사용하여 구획, 나무 격자 패널로 거실공간 분할</li> <li>-가구배치: 침대 객실 중간에 배치하며 뒤에 유리 파티션을 세워 가구 배치</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-공간형태: 교회 중앙 메자닌 층에 레스토랑 배치하여 고딕 양식의 건물 구조 보존</li> <li>-공간구획: 모든 구조는 교회와 독립된 구조와 설비로 구성</li> <li>-가구배치: 벽면과 중앙에 다양한 배치</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-고딕 양식의 교회 천장의 스테인드글라스의 빛이 객실과 로비의 창문으로 투과</li> </ul>
Boundary							
개요	위치	London, UK	객실수	17			
	건축가	Satjin plus architects/Henk Vos & Maupertuus	유형	역사와 전통(증축)			
	컨셉	빅토리아 시대의 창고로 쓰이던 건물을 개조한 건물은 인더스트리얼 디테일을 유지하면서 추가로 지어진 두개의 녹색 층과 옥상정원이 조화를 이룸. 객실공간은 크라이 선택한 디자이너 또는 디자인 운동을 주제로 삼고 있는데 Charles & Ray Eames, Bauhaus, Young British Designers, Shaker, Scandinavian, Eileen Gray, Andree Putman 등을 주제로 다른 분위기로 디자인 구성.					
서비스스케이프							
요인	디자인		레이아웃		환경		
이미지							
	Exterior	Interior	객실공간	공용공간	빛		
특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>-주변환경: 갤러리, 디자이너 스튜디오, 클럽과 바가 모여 있는 Shoreditch 문화 지구</li> <li>-파사드: 원래 건물의 붉은 벽돌로 된 외관과 3-4층에 증축한 객실과 루프탑 테라스</li> <li>-입구: 검정색 스틸과 유리로 된 메인입구와 문 위의 사인(sign)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>-색채: Bauhaus Room의 경우 드스틸 운동 당시 자주 쓰이던 빨강, 파랑, 노랑의 원색을 벽면과 가구에 사용</li> <li>-재료: 고유 건물의 벽돌과 지역 고유의 친환경 재료 사용</li> <li>-가구(조명): MR chair, Wasily chair, Wagenfield table lamp, AD9 램프, Ingo Maurer의 팬던트 조명과 탁상램프 사용</li> <li>-장식: 각 방마다 디자이너와 디자이너의 영감을 받아 다르게 디자인</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>-공간형태: 일반 객실은 직선형, 스위트룸은 로프트(Loft) 타입</li> <li>-공간구획: 벽체로 구분된 화장실</li> <li>-가구배치: 침대, 책상 벽면 배치 소파와 테이블은 중앙 배치</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-공간형태: 루프탑 테라스는 날씨에 상관없는 파골라(pergola)사용</li> <li>-공간구획: 유리로 된 루프탑 테라스는 360도 조망 가능하도록 유리 패널 설치</li> <li>-가구배치: 레스토랑의 벽면과 중앙에 다양하게 배치</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-두면이 전창으로 된 스위트룸의 테라스는 자연채광과 환기 유리하며 건물 띠창문(sash window)으로 둘러싸인 카페는 자연채광 풍부함</li> </ul>
Factory Hotel							
개요	위치	Munster, Germany	객실수	144			
	건축가	Andreas Deilmann/Andreas Deilmann	유형	역사와 전통(개조)			
	컨셉	19세기에 맥주를 만들던 맥주공장을 Factory Hotel이라는 이름으로 개조. 호텔뿐 아니라 상점, 아파트, 오피스를 포함한 복합건물로 이루어지며 역사적 건물을 개조함과 동시에 지역의 랜드마크 역할. Munster 출신인 건축가는 지역의 가장 큰 대학이 위치한 곳으로 윈스테르에 새로운 이웃(new neighborhood)을 만들고자 하는 기본 컨셉에서 출발하여 젊은 감각의 다이내믹함과 지역 전통을 조화시키고자 노력함.					
서비스스케이프							
요인	디자인		레이아웃		환경		
이미지							
	Exterior	Interior	객실공간	공용공간	빛		
특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>-주변환경: 윈스테르(old town) 중심지 북쪽에 도시에 가장 큰 대학위치</li> <li>-파사드: 기존의 선명한 빨간 벽돌과 굴뚝을 그대로 살리고 그 옆에 새로운 wing을 건축. 호텔 앞 인공호수는 겨울철 스케이트 링크로 사용됨</li> <li>-입구: 기존 건물의 빨간 벽돌과 대조되는 투명 유리문으로 된 입구</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>-색채: 레드 벽돌과, 회색 콘크리트</li> <li>-재료: 원래 재료를 대부분 살리며 나무, 콘크리트, 팻트를 사용하여 세련되면서도 편안한 분위기 제공</li> <li>-가구(조명): 간접조명의 심플한 인더스트리얼 형태</li> <li>-장식: 19세기 산업주의 재료와 구조를 보존하고 로비에 현대적 조형물 설치</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>-공간형태: 일반적인 직선형 형태, 스위트룸은 객실공간과 거실공간 분리되어 사용</li> <li>-공간구획: 화장실이 벽체를 통해 구획</li> <li>-가구배치: 침대를 중심으로 한 일반호텔과 유사한 형태</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-공간형태: 로비는 2층 높이로 공간감을 강조</li> <li>-공간구획: 기존의 기둥과 대들보는 그대로 살리고 오픈 평면</li> <li>-가구배치: 9개의 컨퍼런스룸의 다양한 직선형, 사선형, 원형 가구 배치</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-바닥부터 천장까지 이르는 창문으로 채광 환기 양호</li> </ul>



<표 3> 유럽 디자인 호텔의 서비스스케이프 유형에 따른 사례 분석

Augartenhotel Art & Design				
개요	위치	Graz, Austria	객실수	57
	건축가	Günther Domenig	유형	예술과 문화(예술)
	컨셉	건축가 Domenig는 건축의 'capacity, economy and stature'를 강조하며 동시에 손님들이 놓 수 있는 공간을 제공하고 함. 재미있게 즐길 수 있는 호텔을 만들기 위해 현대 미술 작가들의 400점이 넘는 예술작품을 보유하고 다양한 예술과 문화를 접할 수 있는 공간 경험 제공		

서비스스케이프						
요인	디자인		레이아웃		환경	
이미지						
	Exterior	Interior	객실공간	공용공간	빛	
특성	-색채: 모노톤의 주조색과 Andreas Thaler의 빨간 책상, Verner Pantoni의 빨간 패턴체어는 악센트 역할 -재료: 나무 바닥과 실크 소재 패브릭 사용 -가구(조명): Cappellini and Ligne Roset 단순한 유선형 가구, Andreas Thaler의 빨간 알루미늄 책상인 "Rosso"가 Verner Pantoni의 1960년대 캔틸레버 플라스틱 의자와 완벽한 조화 -장식: 각 방마다 다른 미술 작품 배치하여 미술관과 흡사한 분위기		-공간형태: 직선형 평면과 사다리꼴 형태의 평면 형태로 나뉨 -공간구획: 화장실 벽면 배열 -가구배치: 침실을 중심으로 최소한의 가구배치		-공간형태: 로비의 사선형태의 다이내믹한 공간 형태 -공간구획: 공용공간은 미술관처럼 경계 없이 하나의 전시장처럼 연결됨 -가구배치: 벽면과 중앙에 자유롭게 배치	-공용공간의 전면 유리로 된 외관은 채광과 조망의 극대화

Loisium Wine & Spa Resort Langenlois				
개요	위치	Langenlois, Austria	객실수	82
	건축가	Steven Holl Architects	유형	예술과 문화(문화)
	컨셉	오스트리아의 화이트 와인으로 유명한 재배 지역에 위치한 와인애호가들을 위한 스파 리조트, Steven Hall이 설계한 외관은 와인 껍질(crumpled wine foil)의 형태에서 영감을 받아 알루미늄으로 만들어진 외관이 특징적이며 스티븐 홀이 강조하던 빛의 요소를 살리기 위해 유리, 격자세공(latticework), 창유리, 문프레임, 거울에 적용됨. 외관 뿐 아니라 실내에서도 포도를 형상화한 조명이나 패브릭은 호텔 전체에 녹아있음. 지하의 900년 된 저장고와 1층의 와인센터, 떠있는 듯한 호텔의 완벽한 조합		

서비스스케이프						
요인	디자인		레이아웃		환경	
이미지						
	Exterior	Interior	객실공간	공용공간	빛	
특성	-주변환경: Wachau Valley 근처의 와인 지역과 인접 -파사드: 알루미늄과 유리로 된 파사드는 포도밭에 떠 있는 듯한 인상을 줌 -입구: 유리회전문으로 이루어진 입구는 포도밭 전경 조망 가능		-공간형태: 객실 및 내부 형태 및 가구 전체가 직선적으로 구성 -공간구획: 욕실과 화장실이 벽면 배열 -가구배치: 가구 벽면에 배치됨		-공간형태: 직선형으로 구성됨, 스파의 경우 중앙이 아트 리움처럼 개방됨 -공간구획: 수많은 기둥에 의해 공용공간은 자연스럽게 분할 -가구배치: 스파는 바달 풍경을 조망하기 위해 창문을 중심으로 배열	-객실공간과 공용공간에 포도밭을 조망할 수 있는 큰 창문과 테라스

Semiramis				
개요	위치	Athens, Greece	객실수	51
	건축가	Karim Rashid	유형	디자이너 협업(일대일 협업)
	컨셉	그리스 최초의 디자인 호텔로 1920년대의 건물을 디자이너 카림 라시드가 독창적인 디자인 아이덴티티를 그대로 담아 리노베이션한 호텔. 글로벌 시대의 젊은 감각의 부합을 위하여 젊음의 신인 세라미스(semiramis)의 신화적인 이야기를 접목하여 신세대 유망민을 위한 공간으로 재탄생. 아트와 테크놀로지를 이용하여 젊고 감성적이며 시각적인 경험 제공.		

서비스스케이프						
요인	디자인		레이아웃		환경	
이미지						
	Exterior	Interior	객실공간	공용공간	빛	
특성	-주변환경: 레스토랑과 고급 부티크가 많은 아테네의 중심지 위치 -파사드: 유기적 곡선과 컬러 유리 사용을 개방적이면서도 미래적인 느낌 -입구: 다양한 컬러의 색유리와 LED 조명의 사용하여 환형하는 분위기		-공간형태: 직선 형태 객실. 곡선으로 된 화장실 벽체의 형태는 비정형적인 모습 -공간구획: 투명한 색유리로 만들어진 욕실 벽체와 개구부가 오픈된 화장실 -가구배치: 객실 침대, 소파, 책상의 자유로운 배치, 가구가 파티션 역할		-공간형태: 복층 구조의 로비, 유선형의 야외 수영장은 호기심과 즐거움 제공 -공간구획: 로비와 수영장 공간을 컬러 유리로 파티션을 통해 공간이 연결됨 -가구배치: 'Wavelength Sofa'와 입술모양의 의자를 다양하게 조합	-객실의 발코니와 넓은 창은 자연채광과 환기 용이하며 로비의 1.5층 높이의 창문은 채광과 환기 유리

<표 4> 유럽 디자인 호텔의 서비스스케이프 유형에 따른 사례 분석

Silken Puerta America							
개요	위치	Madrid, Spain		객실수	342		
	건축가	Jean Nouvel, Norman Foster, Zaha Hadid, Ron Arad, David Chipperfield 외		유형	디자이너 협업(다수 협업)		
	컨셉	13개국의 19명의 유명건축가와 유명 디자이너들이 각각 다른 컨셉, 재료, 색채로 12개의 층을 다르게 디자인(12 floors with 19 stars)함으로써 현대의 진보적인 디자인과 건축의 경향을 보여줌. 각기 다른 재료, 색채와 형태는 전체적으로 아방가르드 디자인과 건축을 나타내며 이는 창의성과 자유를 상징. 다양한 문화, 건축, 디자인을 제공함으로써 사용자의 감각 자극하고 이전에 경험하지 못한 경험을 제공함으로써 호텔자체가 목적지가 됨					
서비스스케이프							
요인	디자인		레이아웃		환경		
이미지							
	Exterior	Interior	객실공간	공용공간	빛		
특성	-주변환경: 스페인의 수도 마드리드 중심부에 위치 -파사드: 장누벨이 디자인 한 외관은 자유를 상징하며 Paul Eluard의 시 '자유'에 나오는 단어로 장식됨. 레드, 오렌지, 옐로우의 다양한 색채가 자유를 표현 -입구: 투명한 유리라 스텔로 된 문과 호텔 사인 각각을 문 위에 배치		-공간형태: 객실 및 내부형태, 가구 전체가 유기적 형태(1층) -공간구획: 샤워부스가 객실 중앙에 반투명 형태로 공간 분할(2층) 구부러진 곡선으로 분할(7층) -가구배치: 모든 가구가 벽면과 일체형으로 이루어진 유기적 형태로 연결(1층)		-공간형태: 사선, 곡선 등을 사용한 탈정형 형태, 꼭대기 층에 바, 짐, 수영장 위치 -공간구획: Bar는 사선을 이용한 공간 분할을 통해 역동적인 공간 만들 -가구배치: Bar는 고정식 가구와 이동식 가구 조합	-객실 벽면 대부분을 차지하는 창문을 통해 자연채광 확보하며 공용공간의 높은 층고를 활용하여 채광 극대화	
	KLAUS K						
개요	위치	Helsinki, Finland		객실수	139		
	건축가	Anti-Matti Silkala, Erik Nissen Johansen, Kajsa krause		유형	지역성(지역 문화)		
	컨셉	19세기에 호텔로 사용되던 건물을 핀란드의 서사시 칼레발레(Kalevala: 핀란드 각지에서 내려오는 전설, 구비(口傳), 가요 등을 집대성)에서 모티브를 따와 새롭게 리노베이션됨. 지속가능성과 내러티브 요소를 강조하였는데 각 객실은 칼레발레의 감정적 요소를 가져와 '열정, 신비, 욕망, 질투' 등 네 개의 컨셉으로 나누어지고 신비의 방은 순록을 모티브로 하고 질투를 컨셉으로 하는 객실은 퇴폐적인 초콜릿톤을 사용하여 장식됨.					
서비스스케이프							
요인	디자인		레이아웃		환경		
이미지							
	Exterior	Interior	객실공간	공용공간	빛		
특성	-주변환경: 헬싱키의 중심가에 위치 -파사드: 1882년과 1912년에 지어진 유명 건축가의 벽돌 건물 그대로 사용하여 역사성 보존 -입구: 나무프레임으로 된 유리문과 캐노피와 호텔의 이름(Klaus kuriki)이 새겨진 돌을 배치		-색채: 열정룸(passion room)은 붉은색, 질투룸(envy room)은 초콜릿색 사용 -재료: 벨벳과 같은 따뜻한 느낌의 패브릭 소재 사용 -가구(조명): 리셉션 데스크 형태도 서사시에서 모티브를 얻고 악과 선을 상징하기 위해 호텔의 반은 밝게 반은 어둡게 함 -장식: 칼레발레 서사시의 내용과 등장 동물을 카펫과 벽지에 표현		-공간형태: 객실 및 내부 형태 및 가구 전체가 직선적으로 구성 -공간구획: 벽체로 구분된 화장실, 투명 가벽으로 공간 분할 -가구배치: 침대는 벽면 배치되고 소파 중앙 배치(스위트룸의 계단 모양의 침대 배치)	-공간형태: 리셉션 데스크는 거대한 알의 모습을 형상화하기 위해 둥근 형태 -공간구획: 저층부에 짐, 스피커 등의 공용공간 배치 -가구배치: 중앙배치와 벽면배치가 다양하게 조합	-객실공간의 발코니와 공용공간의 천장을 통한 자연채광 풍부하며 열린 느낌
	South Place Hotel						
개요	위치	London, UK		객실수	80		
	건축가	Allies & Morrison, Tina Norden		유형	지역성(지역 커뮤니티)		
	컨셉	런던의 금융중심가의 감각적인 지역 사람들과 어울릴 수 있는 다양한 사교의 장소 제공. 도시에서의 휴식을 위해 1층과 7층에 3개의 레스토랑과 루프탑(roof top)레스토랑과 바, 1층에는 인원에 따라 크기가 다른 5개의 컨퍼런스 룸을 통해 잠을 자는 장소(more than sleep)이상의 경험하며 동시에 객실공간과 공용공간의 런던의 컨템포러리 작가들의 작품 감상할 수 있는 경험 제공					
서비스스케이프							
요인	디자인		레이아웃		환경		
이미지							
	Exterior	Interior	객실공간	공용공간	빛		
특성	-주변환경: 런던의 Liverpool가와 Moorgate의 복합 문화 공간 주변에 위치 -파사드: 유리와 알루미늄 패널, 브론즈 컬러 금속으로 된 이중 레이어 외관은 단열과 채광을 위한 기능적 역할 -입구: 유리 소재와 철재 프레임의 문과 입구 상단의 작은 간판 배치명의 사용하여 환영하는 분위기		-공간형태: 침대를 중심으로 한 직선 형태를 가지며 사선 벽면 사용하여 공간에 생동감 -공간구획: 샤워부스가 객실 공간에 오픈되어 있고 욕조가 침실공간에 위치 -장식: 현대 디자인 예술 작품을 공용공간과 객실에 배치		-공간형태: 레스토랑의 사선 벽면은 다이내믹한 공간 연출, 1층과 꼭대기 층에 다양한 공용공간 배치 -공간구획: 레스토랑과 테라스를 투명 유리로 구분하여 공간의 확장성 제공 -가구배치: 미팅룸은 인원수에 따라 다양한 가구 배치	-7층 레스토랑은 3면이 창문으로 이루어져 자연채광 극대화되며 객실의 한 면을 차지하는 창문은 자연채광과 조망 유리	

### 4.3. 사례분석 종합

유럽의 디자인 호텔 사례의 서비스스케이프 특성을 총체적으로 분석한 결과, 다양한 서비스스케이프 디자인과 레이아웃을 제공하고 있으며 그 특성을 분석한 결과를 표로 정리하면 아래 <표 5>와 같다.

<표 5> 유럽의 디자인 호텔 서비스스케이프 특성 종합 분석

요인	서비스스케이프 특성	
디자인	익스테리어나/인테리어	- 지역의 역사나 건축적 상황 등 입지적 특징을 그대로 사용하거나 증축과 개조의 방법을 사용하여 사용자에게 지역 역사나 전통을 체험할 수 있는 서비스스케이프를 제공 - 호텔의 고유성과 차별화를 위해 예술 및 문화적 공간을 객실공간과 공용공간에서 경험할 수 있는 전략을 사용 - 유명 디자이너가 지역의 시간성과 지역성을 이용하여 본 인간의 언어로 디자인 호텔 고유의 아이덴티티를 표현 - 지역성이 드러나는 재료와 건축 형태 및 구조 방식을 사용한 디자인 호텔의 서비스스케이프는 지역 고유의 이미지를 나타낼 뿐 아니라 지역주민의 문화공간으로써의 역할을 - 디자인 호텔 서비스스케이프 디자인 유형은 각 특성에 따라 명확하게 분류되는 것은 아니고 일정 부분 서로의 서비스스케이프 특성을 공유
레이아웃	객실공간	객실공간은 로프트 타입의 객실, 개구부가 오픈된 화장실, 유선형의 가구 등 다양한 형태의 레이아웃을 제공
	공용공간	디자인 호텔의 컨셉에 따라 레스토랑, 바, 미디어 라운지, 스파, 수영장, 도서관 중 한 두 가지 프로그램을 특화시킨 공간을 제공함으로써 사용자의 다양한 욕구를 충족
환경	객실공간	객실공간과 공용공간에 풍부한 자연채광과 조망을 제공하기 위해 넓은 창문, 테라스, 발코니를 제공
	공용공간	

### 5. 결론

본 연구는 유럽의 디자인 호텔의 서비스스케이프 특성을 분석 및 유형화함으로써 향후 국내 디자인 호텔의 서비스스케이프 디자인을 위한 전략을 모색하고자 했다. 유럽의 디자인 호텔의 서비스스케이프 유형 및 특성을 통한 결론은 다음과 같다.

첫째, 유럽의 디자인 호텔 서비스스케이프의 디자인 특성에 따라 역사와 전통, 예술과 문화, 디자이너 협업, 지역성으로 유형화 할 수 있다. 이는 역사와 전통이 오래된 유럽의 지역적 특성을 반영한 결과이며 동시에 고유의 문화와 예술을 보존하려는 디자이너의 의도라고 할 수 있다. 둘째, 서비스스케이프의 디자인 특성에 따라 특화된 공간의 레이아웃은 사용자에게 다양한 체험의 기회를 제공하며 이는 특별한 경험을 원하는 고객들을 집객할 수 있는 원인이 된다. 셋째, 다른 서비스 시설과 달리 호텔처럼 머무르는 기간이 길수록 서비스스케이프가 사용자의 만족도나 지속적인 의사 결정에 미치게 되는데 유럽의 디자인 호텔은 쾌적한 환경 제공을 위해 창문의 크기와 개구부를 극대화하였다. 채광과 조망을 고려한 쾌적한 환경은 디자인 호텔에 필수적 요소가 되며 디자인 호텔 계획시 개구부의 위치, 크기를 고려한 계획이 필요하다.

앞으로 본 연구에서 도출된 유럽의 디자인 호텔의 서비스스케이프 유형과 특성은 국내 디자인 호텔 계획의 차별화 전략으로 사용될 수 있을 것이다. 또한 디자인 측면뿐만 아니라 레이아웃, 환경과 같은 총체적 관점에서 도출된 디자인 호텔의 서비스스케이프 특성은 좀 더 세심한 서비스 경험을 제공할 수 있을 것이다.

### 참고문헌

1. 김명선 김주연, 디자인 호텔 실내공간의 감성적 표현 특성에 관한 연구, 한국실내디자인학회논문집 제13권 제4호, 2004.8
2. 나현실, 김문덕, 현대 호텔 실내공간에서 지역성 표현에 관한 연구, 한국실내디자인학회 학술발표대회논문집 제11권 제2호, 2009.10
3. 박시윤·김정아, 브랜드 콜라보레이션 마케팅을 통한 디자인 호텔의 실내디자인에 관한 연구, 한국실내디자인학회논문집 제23권 제4호, 2014.8
4. 이무영, 장소마케팅 전략의 문화적 개념과 방법론에 관한 고찰, 대한지리학회지, 제41권 제1호, 2006.3
5. 이승희·이현수, 사용자의 추구편의에 따른 디자인 호텔의 서비스스케이프 요구 특성에 관한 연구 - 지식 추구형을 중심으로, 디자인융복합연구, 제13권 제6호, 2014.12
6. 조윤성, 디자인 호텔에 나타나는 현대사회의 이미지 소비적 표현특성에 관한연구, 국민대 석사논문, 2011
7. 차재경, 임영환. 공간마케팅의 관점에서 본 도시호텔에 관한 연구:부티크 호텔사례를 중심으로, 한국실내디자인학회 논문집 제19권 제7호, 2012.6
8. Bitner, M. Servicescape: The impact of physical surrounding on customers and employees. Journal of Marketing, 56 (Apr), 1992
9. Dube, L. and Renaghan, L.M. "Creating visible customer value", Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 41(1), 2000
10. Freund, D. Seeking the "Ultimate hotel experience". Research paper, ESADE Escuela Universitaria de Turismo Sant Ignasi, Ramon Llull University, 2005
11. Lucas Hochedlinger. Are design hotels more attractive real estate investments than traditional hotels?, Danube University, 2010
12. Milliman, R. The Influence of Background Music on the Behavior of Restaurant Patrons, Journal of Consumer Research, Vol.13 1986
13. Penner, R. H., Adams, L. and Robson, S. K. Hotel Design, Planning and development. W.W. Norton & Company, NY, 2013
14. Wakefield, K. L. and Blodgett, J. G. The importance of servicescapes in leisure service setting. Journal of Services Marketing, 8(3), 1994
15. <https://www.designhotels.com>

[논문접수 : 2015. 10. 31]

[1차 심사 : 2015. 11. 22]

[게재확정 : 2015. 12. 11]