

복합형 오프라인 서점의 공간 디자인에 관한 연구

KANO 모델을 중심으로

A Study on the Space Design of Compound Offline Bookstore

Centered on the KANO model

주 저 자 : 이육전 (Li, Yu Quan)

동의대학교 디자인조형학과 박사과정

교 신 저 자 : 강재철 (Kang, Jae Cheol)

동의대학교 디자인조형학과 교수
kang@deu.ac.kr

<https://doi.org/10.46248/kids.2023.2.194>

접수일 2023. 5. 22. / 심사완료일 2023. 6. 19. / 게재확정일 2023. 6. 21. / 게재일 2023. 6. 30.

Abstract

This paper aims to investigate the functional space design of compound offline bookstores with the objective of enhancing customer satisfaction. Against the backdrop of the internet era, this study examines the current status of compound offline bookstores in China and relevant research literature. It proposes that compound offline bookstores in China should consist of four main components: an entrance guidance area, a book reading area, a leisure activity area, and a cultural consumption area. Through case analyses of Fangsuo Bookstore in Guangzhou and Chengdu, it is found that setting up an entrance guidance area with functions such as art exhibitions and lecture activities is beneficial for attracting customers into the bookstore. Furthermore, Through a survey of 210 questionnaires targeting the consumer group, this paper proposes three suggestions for enhancing and refining the segmentation of functional configurations within the four functional spaces, based on the KANO model theory.

Keyword

Compound offline bookstores(복합형 오프라인 서점), Bookstores space design(서점 공간 디자인), The KANO model(KANO 모델)

요약

본문은 복합형 오프라인 서점의 기능에 대한 공간 디자인을 연구하여 고객 만족도를 높이는 것을 목적으로 한다. 정보화시대로 접어든 현재를 배경으로, 본문은 중국의 복합형 오프라인 서점의 현황과 연구된 문헌을 정리하여 중국의 복합형 오프라인 서점은 입구에는 안내를 할 수 있도록 하는 것, 도서를 열람할 수 있는 구역, 여가활동을 할 수 있는 구역, 도서를 비치하고, 판매하는 구역 이렇게 4가지의 구역을 필요로 한다고 제시하였으며, 또한 광주시(广州市)의 방소서점(方所书店), 청도시(成都市)의 방소서점을 사례로 한 분석을 통해 예술품 전시, 강연 등의 기능을 갖춘 안내구역을 배치하는 것이 이용객을 유치하는 데 유리하다는 결론을 내렸다. 또한 KANO 모형 이론을 활용하여 210명의 소비자를 대상으로 한 설문 조사를 통해 본문은 네 가지 공간의 세분화된 기능을 개선하기 위한 세 가지 방법을 제시한다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 목적
- 1-2. 연구 방법 및 범위

2. 이론적 배경

- 2-1. 복합형 오프라인 서점의 개념
- 2-2. 복합형 오프라인 서점의 공간 활용
- 2-3. KANO 모형

3. 중국의 복합형 오프라인 서점의 만족도 사례분석

3-1. 분석내용 및 방법

3-2. 사례분석

3-3. 분석 결과

4. 설문조사

4-1. 인구통계학적 특성

4-2. 신뢰도 분석

4-3. KANO 모형 분석 결과

5. 결론

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

인터넷의 발전과 온라인 거래의 발전으로 사람들의 소비방식은 이전과 크게 달라졌다. 인터넷의 발전으로 인하여 생겨난 인터넷 쇼핑물과 E-BOOK(전자책)은 기존에 있던 독서의 방식을 크게 바꾸어 놓았다. 이러한 가상공간과 이를 활용한 독서방식은 종이책에 비해 상대적으로 지식을 얻을 수 있는 폭을 좁게 만든다. 독서 방식 및 구매, 판매의 방식이 변하는 이종고로 인해 오프라인 서점들은 큰 타격을 받고 있다.

세계적으로 보았을 때 1994년 설립된 아마존의 온라인 서점은 전자책 시장의 84%를 차지할 정도로 시장점유율이 높다. 2007년 아마존은 전자책 리더기인 Kindle을 발표했다. 무선인터넷을 통해 전자책을 구매, 다운로드 할 수 있는 전자기기로 전자잉크 기술을 디스플레이에 적용하였다. Kindle은 전력소모가 매우 낮으며, 사람의 눈을 더 편하게 해주는 텍스트를 제공한다. 아마존의 온라인 서점은 설립 후 꾸준히 성장한 반면, 많은 오프라인 서점은 급속도로 위축되고 있다. 145년의 역사를 가지고 있는 미국의 오프라인 서점 Barnes & Noble의 경우 400여 곳에 달하는 지점이 문을 닫았다.¹⁾

중국에서도 온라인 서점의 등장으로 인해 오프라인 서점을 위협하면서 오프라인 서점 시장이 잇따라 위축되고 있다. 중국 최대 규모의 서점이었던 “광합성용서점(光合作用书房)”,을 비롯해 청도(成都)의 “인상대서점(印象大书房)”, 북경(北京)의 “풍입송서점(风入松书店)”, 상해(上海)의 “지풍서점(季风书店)”이 2011년 잇따라 폐점하였다. ‘2020-2021 중국 오프라인 서점 사업 보고서’에 따르면 지난 1년동안 개인 오프라인 서점 시장 규모가 위축되어 1,573여개에 달하는 매장이 잇따라 폐업하였다.²⁾

비록 세계 곳곳의 오프라인 서점들이 큰 타격을 받고 있지만, 독서를 사랑하는 사람들이 모이는 공간이자 공공 기관으로서 그 존재는 여전히 인문학적으로 중요한 가치를 가지고 있다. 오프라인 서점들이 지속적으로 줄어들고 판매량이 감소하는 상황 속에서 한국의 오프라인 서점들은 적극적으로 경영 방식을 전환하며 많은 변화를 보이고 있다. 많은 오프라인 서점들이 대형화, 복합화를 중심으로 하여 단순히 책만 있는 서점의 패러다임을 변화하려는 시도를 하고 있다. 중국의 오프라인

인 서점도 적극적으로 생존 방식을 모색하고 있으며, 그 중 가장 효과적일 것이라 예상되는 것이 복합형 오프라인 서점으로의 전환이다. 「2020-2021 중국 오프라인 서점 산업보」에 따르면 2020년에 신규로 개점한 오프라인 서점은 4061곳 이다. 중국 소비자에 대한 조사 및 분석이 결합된 중국의 복합형 오프라인 서점의 기능에 대한 공간 디자인에 관한 본 연구를 통해 소비자의 만족도를 향상시키는데 참고 자료로 제공되기를 바란다.

1-2. 연구방법 및 범위

본 연구는 주로 문헌연구법, 사례분석법, 설문조사 3가지 연구방법을 사용하였다.

첫째, 기존에 수집한 문헌자료와 서적을 바탕으로 복합형 오프라인 서점의 개념과 중국에서의 발전 현황을 분석한다, 둘째, 복합형 오프라인 서점에서 일반적으로 사용하는 4가지 기능의 레이아웃을 요약하고 중국의 복합형 오프라인 서점에 대한 두가지 사례를 분석한다. 마지막으로 소비자들에게 복합형 오프라인 서점의 공간 디자인에 대한 210건의 설문조사를 통해 KANO모델과 데이터 분석을 통해 시대의 발전에 따른 요구에 부합하는 복합형 오프라인 서점의 4가지 기능적 설계의 특징을 분석, 정리하였다.

현재 오프라인 서점은 온라인 서점과 전자책에 대응하기 위하여 다양한 방법을 모색하고 있으며 그 방법으로는 세 가지 방법이 있다. 첫째, 오프라인 서점을 온라인 서점으로 전환하는 것 둘째, 분야를 세분화하여 전문서점(ex:중고 서점 또는 외국어 서점)으로 전환하는 것 셋째, 운영 방식을 전환하여 다양한 콘텐츠를 제공하는 복합형 서점으로 발전하는 것이며, 본 논문에서는 주로 세번째 방법에 대하여 연구한다.

오프라인 서점이 복합형 오프라인 서점으로 발전하는 것은 시대의 흐름이다. 본 연구는 광주시(广州市)의 방소서점(方所书店), 청도시(成都市)의 방소서점을 성공적인 사례로 들어 분석을 위하여 선정하였으며, 인터넷이 발전한 현 시대에 중국의 오프라인 서점이 복합형 오프라인 서점으로 발전을 한 성공적인 사례로 개점 이후 추천 APP에서 소비자들에게 높은 평가를 받아 인정받고 사랑받고 있다. 동시에 설문조사를 통해 복합형 오프라인 서점의 공간 디자인에 대한 중국인 소비자의 만족도를 조사하고 분석하였다.

1) <https://www.axios.com>

2) <https://baijiahao.baidu.com>

2. 이론적 배경

2-1. 복합형 오프라인 서점의 개념

복합형 오프라인 서점은 인터넷이 발전한 현 시대에 오프라인 서점이 시대의 흐름에 뒤처지지 않기 위해 나아가야 할 방향이며 현재 정확한 정의는 내리지 않았다.

일본은 시장이 독특하다. 소비자들은 주로 오프라인 서점을 이용하는 것을 선호해 왔으며 이에 대한 발전이 더 일찍 이루어졌다. 일본 최대의 복합형 오프라인 서점인 츠타야 서점의 경영자 마스다 무네아키는 '지적 자본론'에서 복합형 문화생활 공간인 츠타야 서점을 '라이프스타일의 제안점'으로 정의했다. 7)마스다 무네아키는 서점이 생활 방식을 전파하는 좋은 매개체라고 주장하였고 오프라인 서점의 장점을 널리 알리고 사회적 기능에 대한 인식을 넓혔다.

중국의 학자 최명월(崔明月)은 연구를 통해 복합형 오프라인 서점의 경영방식을 첫째 책 판매를 핵심으로 삼아야 하고 둘째 생활의 각 방면으로 산업적 접점을 넓혀 서점, 패션, 외식, 전시 등 다양한 업종을 아우르는 복합형 문화 공간으로 바꾸어야 한다고 하였다.³⁾ 최명월(崔明月)은 사업적 범위에서 '복합'에 대한 해석을 더 많이 하여 요약하였다.

한국의 한양대학교 대학원생인 장정의 논문에서 복합형 오프라인 서점을 문화 공간, 소비 공간, 서비스 공간의 복합공간으로 정의하였다. 복합형 서점은 서점, 카페 등 추상적이거나 구체적인 사업이 집약된 소비 공간을 의미하며, 문화를 핵심으로 하는 종합경영모델로 발전했다는 것이다.⁴⁾

종합하자면 복합형 오프라인 서점은 시대의 흐름에 맞추어 가기 위하여 특수한 도서의 전시 및 판매를 기반으로 공간을 재활용하고 예술, 의류, 생활, 문화, 외식 등 다양한 생활과 밀접한 공간을 통합하여 다양한 문화, 예술, 창의, 체험을 두루 갖춘 상업적 공간을 형성하는 것이 기본적인 특징임을 알 수 있다. 이는 오프라인 서점의 이익 또한 증가하게 하였고, 오프라인 서점의 장점인 직접적인 경험을 할 수 있다는 특성을 더욱 살려 소비자에게 더 나은 환경, 경험을 제공하는 서비스를 향상시켰다.

3) 崔明月, 感官体验在复合型独立书店设计中的应用研究, 景德镇陶瓷大学, 硕士学位论文, 2018, p.19.

4) 장정, 중국의 복합서점 공간 계획에 관한 연구, 한양대학교 석사학위논문, 2019, p.7.

2-2. 복합형 오프라인 서점의 공간 활용

2-2-1. 오프라인 서점의 공간배치의 발전

오프라인 서점은 오랜 역사를 가지고 있으며, 인터넷이 발전하기 전 오프라인 서점은 대부분 비슷한 형태로 존재하였다. 전통적인 오프라인 서점은 도서, 비디오, 잡지 등을 중심으로 판매하였다. 오프라인 서점은 공간의 배치와 구조가 비교적 단순하고 책장에 책을 진열하는데 그친다. 이러한 서점의 판매 방법은 '독서-선택-계산'으로 비교적 단순하다.

온라인 서점이 탄생한 후 많은 오프라인 서점이 이에 대처하기 위하여 '서점+' 전략을 취했으며 공간을 활용하는 방법이 점점 더 다양해지고 있다. 그러나 복합형 오프라인 서점의 출현은 '서점+'를 기반으로 한 단계 더 나아가 공간과 비즈니스의 복합화를 실현하여 보다 사업적인 공간을 보여준다.

2-2-2. 복합형 오프라인 서점의 공간 배치

온라인 서점과 전자책 시장의 급속한 성장 속에 소비자들을 오프라인 서점으로 불러들이고 소비를 유도할 수 있는 방법은 복합형 오프라인 서점의 공간 이용을 효율적으로 활용해야 하는 중요한 근거가 될 것이다. 오프라인서점, 오프라인 서점+α 라는 단계를 거친 후 복합형 오프라인 서점은 공간을 구성하는 데 많은 노력을 하였다.

중국의 학자 호형(胡珩)은 상해(上海)의 많은 서점의 공간에 대한 연구 및 분석에서 실제 서점의 공간적 구성을 입구에는 안내를 할 수 있도록 하는 것, 도서를 열람할 수 있는 구역, 여가 활동을 즐길 수 있는 구역, 문화 소비를 할 수 있는 구역 총 네 구역으로 나누었다. 그 중 문화 소비를 할 수 있는 구역은 문화와 관련하여 파생상품과 생활용품을 전시 및 판매하는 것이 주를 이룬다.

도서 열람 구역, 여가 활동 구역, 문화 소비 구역은 각각 복합형 오프라인 서점의 주요 사업구역에 해당한다. 안내 구역은 오프라인 서점이 소비자를 서점으로 불러들이는 중요한 기능을 담당하며, 안내 외에도 공간적 특성과 요구에 따라 앞서 말한 세 영역의 일부 기능을 같이 담당하는 경우가 많다.

따라서 복합형 오프라인 서점은 사업적으로 초점이 다르기 때문에 공간을 선택적으로 구성하고 다른 영역의 결합 또한 가능하다. 그러나 이상적인 사업적 형태로는 입구에는 안내를 할 수 있도록 하는 것, 도서를 열람할 수 있는 구역, 여가 활동을 즐길

수 있는 구역, 문화 소비를 할 수 있는 구역 4가지 주요 구역으로 구분하는 것이 이상적이다.⁵⁾

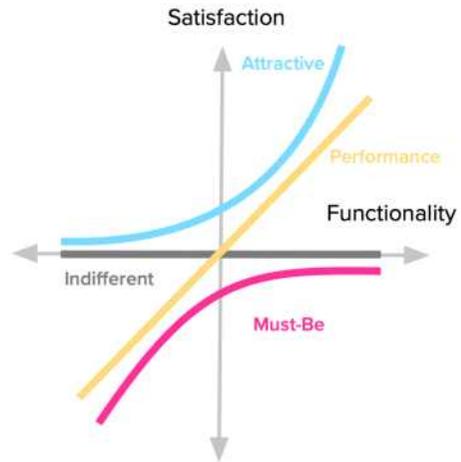
2-3. KANO 모형

KANO는 1987년 노리아키 카노((Noriaki Kano) 일본 도쿄공업대학 교수가 고안한 고객만족도 수위를 분석한 연구모델이다. KANO는 기존의 1차원적인 품질에 관련된 요소에서 벗어나 특정 만족도와 고객 만족도를 결합하여 품질에 대한 2차원적인 연구를 수행한다. KANO는 매력 품질(A), 일원적 품질(O), 당연품질(M), 무관심 품질(I), 역 품질(R) 다섯 가지로 정의한다. [그림 1]과 같이 KANO 모형의 그래프는 제품의 특징에 따라 소비자의 만족도를 이해하고 분석한다. KANON모형은 기능의 만족도와 기능의 유무 두가지로 구성된다. KANO 모형의 그래프를 사용하면 디자이너와 개발자가 소비자가 요구하는 것이 무엇인지 더 잘 이해하고 소비자의 기대와 만족도에 따라 제품을 개발할 수 있다.

매력 품질은 충족이 되면 만족하나 충족되지 않아도 불만의 요소가 되지 않는다. 고객이 기대하던 것 보다 더 많은 것이 제공되면 소비자는 매우 만족하지만 이러한 것이 제공되지 않는다 하더라도 따로 요구하지는 않는다.

일원적 품질은 충족이 되면 만족하나 충족되지 못하면 불만족하는 요소이다. 소비자는 종종 제품에 대하여 원하는 것을 이야기 하는데, 이것이 일원적 품질에 해당한다. 일원적 품질에 관한 요소가 제품에 많을수록 소비자들은 만족하고, 그렇지 않을 경우 소비자들의 만족도가 떨어진다.

당연품질은 소비자들이 제품에 ‘꼭 있어야 한다’, ‘당연하다고 생각하는 요소이다. 이 요소는 충족이 되면 당연하다고 생각하지만, 없다면 불만을 일으키는 최소한의 기본요소이다. 왜냐하면 제품이 갖춰야 할 기본적인 요소라고 생각하기 때문이다.



[그림 1] KANO모형 이론도표

무관심 품질은 소비자가 관심을 가지지 않는 요소이다. 이는 충족 여부에 관계없이 소비자 만족도에 영향을 미치지 않는다. 이러한 사항은 일반적으로 고려하지 않는다.

역 품질은 높은 성과에도 불만족이 일어나고 불충족되면 만족이 되는, 말 그대로 기대했던 것과 반대의 상황이 발생하는 요소이다.

KANO를 적용할 때 기업은 첫째, 소비자의 니즈를 충족시키기 위하여 최선을 다해야 하는 것이 기본이다. 둘째, 기업은 소비자의 요구를 실현하기 위하여 최선을 다하고, 소비자가 선호하는 서비스 또는 제품을 제공하여 경쟁업체보다 좋게 만들어 소비자 만족도를 높여야 하며 매력 품질을 실현하기 위해 노력하고, 소비자들이 예상하지 못하는 기능을 제공하고, 예상치 못한 부분을 제공하고, 충성고객을 만들어야 한다. 마지막으로 역 품질의 경우 신중하게 분석하고, 제품 및 서비스를 제공할 때 이러한 요소를 최대한 피하고 다른 중요한 요소에 자원을 효과적으로 할당해 사용해야 한다.

3. 중국의 복합형 오프라인 서점의 만족도 사례분석

3-1. 분석내용 및 방법

본 연구에서는 중국의 대표적인 두 복합형 오프라인 서점 즉 광주시 방소서점, 청도시 방소서점을 선정하여 분석하였다. 방소(方所)는 중국에서 복합

5) 胡珩, 上海地区主题书店空间环境设计研究, 华侨大学, 硕士学位论文, 2016. pp.23-25.

형 오프라인 서점을 운영하고 있는 기업이다.

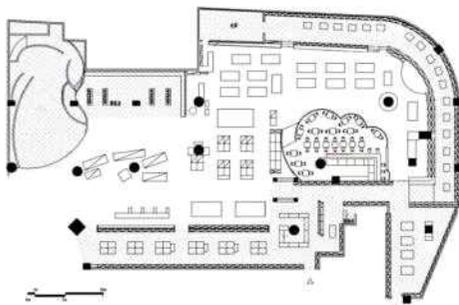
본 연구는 공간에 대한 bubble diagram, 비율분석, 4가지 주요 영역 분석 세 가지 방법을 이용하여 위의 성공적인 실제 사례분석을 바탕으로 복합형 오프라인 서점에서 중요한 4가지 공간 활용에 대한 표준을 제시하였다.

3-2. 사례분석

3-2-1. 광주시 방소서점

광주시의 방소서점은 2011년에 개점하였으며 방소(方所)의 첫번째 복합형 오프라인 서점이다. 광주시의 방소서점은 광주시 천하구 태고쇼핑몰(广州市天河区太古汇商场) 내부에 위치하고 있고 1,800㎡이며, 서점, 생활, 커피, 전시, 패션 등 다양한 사업 분야가 통합되어 있다. 광주시의 방소서점은 오픈 12년 만에 큰 인기를 끌었으며 리뷰 사이트에서 5.0 만점에 4.8점을 받으며 서점 부분 1위를 차지하였다.⁶⁾

광주시의 방소서점은 평면 배치를 채택하였다[그림 2] 중앙에는 안내구역, 전시구역, 외식 및 여가활동 구역이 자리 하였고, 좌측에는 의류매장, 문화소비구역이, 우측과 뒤편에는 도서구역과 독립적인 아동 도서구역이 자리하였다.



[그림 2] 광주시 방소서점 평면도

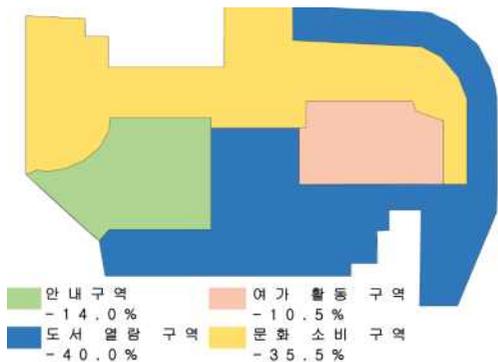
bubble diagram과 동선 분석을 사용하여 광주시 방소서점의 평면 배치를 분석한 결과 여가활동을 위한 구역과 외식을 위한 구역을 중앙에 설계한 것으로 나타났다. 이 두 구역은 문화 소비를 할 수 있는 구역과 도서를 열람할 수 있는 구역을 연결하여 두 구

역이 제품을 판매하는데 도움을 주는 역할을 하고 있다. 또한 소비자들이 이동하는데 중간지점이 되어 소비자들이 머무는 시간을 효과적으로 늘려주며, 재소비를 촉진할 수 있다. bubble diagram 분석을 통해 광주시방소서점의 디자인은 굴곡진 디자인을 활용해 서점에 큰 공간과 그 공간속의 작은 공간을 배치하여 각 구역을 소비자가 여러 차례 방문할 수 있도록 하여 소비자가 원하는 경험을 할 수 있도록 함을 알 수 있다.



[그림 3]광주시 방소서점 bubble diagram 분석도

앞서 설명했던 4가지 구역의 면적이 전체 면적에서 차지하는 비율을 분석한 결과(그림-4) 안내구역이 14%, 도서열람구역이 40%, 여가활동을 할 수 있는 구역이 10.5%, 문화 소비구역이 35.5%를 차지함을 알 수 있으며 광주시방소서점의 공간 활용은 기존의 오프라인 서점에 비해 도서열람구역의 면적은 크게 낮아진 반면 문화 소비구역의 비중이 크게 높아진 것을 알 수 있다.



[그림 4] 광주시 방소서점 구역 비율 분석도

6) <https://www.dianping.com>

광주시 방소서점의 4개 주요구역의 배치에 있어서 입구의 안내구역은 일반적인 서비스인 계산대 외에 따로 전시를 위한 구역을 설치하여 입구에서 소비자를 안내하고 도서를 열람할 수 있는 구역에서는 일반서적, 전문서적, 잡지, 아동 구역으로 세분화하였다. 특집도서를 파는 구역에서는 다양한 제품과 책을 읽는 방법에 대하여 전시 및 판매를 하고 여가 활동을 즐기는 구역에서는 강연, 커피, 차, 음료 등을 즐길 수 있도록 하였으며 문화 소비 구역에는 생활용품의 판매를 확대하여 동선에 따라 각각 의류, 생활용품, 문방사우 등을 팔 수 있도록 하였다.

[표 1] 광주시 방소서점 구역 세분화에 대한 분석표

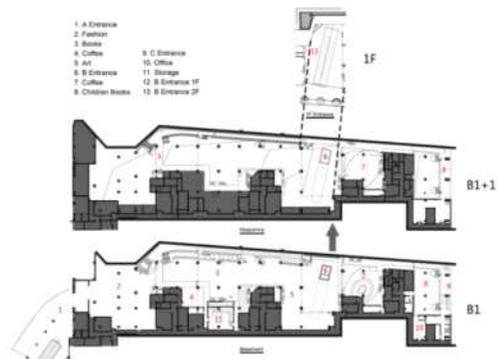
구역 명	안내구역
기능	테마 전시 구역, 안내 데스크
	
구역 명	도서 열람구역
기능	일반서적, 전문서적, 잡지, 비디오, 아동서적
	
	
구역 명	여가활동구역
기능	커피, 차, 음료수, 강연장
	
구역 명	문화소비구역



3-2-2. 청도시 방소서점

청도시 방소서점은 2015년에 개점하여 첫 해에 「Architectural Digest」에 등재되어 2015년 세계에서 가장 아름다운 15개의 서점 중 하나로 선정되었다. 개업 전 두 달간의 시범 운영 기간 중 하루 평균 방문자는 7~8천명이었다. 오픈 7년 만에 청도시 방소서점은 평론 사이트에서 평점 4.9(만점 5.0)를 기록하며 오랫동안 서점 평가 순위 1위를 차지해 청도에서 꼭 가야하는 장소에 등극하기도 하며 소비자들에게 많은 호평을 받았다.

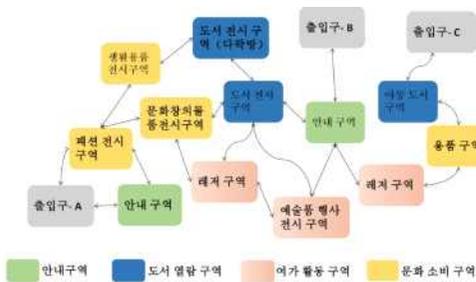
청도시 방소서점은 좁고 긴 특성으로 인해 배치도를 보면(그림-4) 3개의 출입구를 설치하고 입구 C에 아동서적 구역과 어린이 용품 판매 구역을 별도로 배치하여 장소가 좁고 길다는 단점을 보완하였다. 높이가 6M에 달하는 천에 착안해 도서열람 구역의 일부를 다락형태로 만들어 공간을 활용하였다.



[그림 5] 청도시 방소서점 평면도

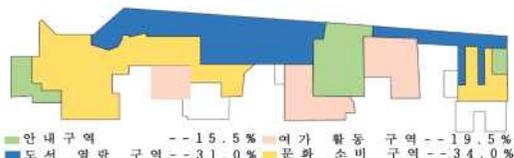
7) <https://www.dianping.com>

bubble diagram과 동선 분석을 사용하여 청도시 방소서점의 레이아웃을 분석한 결과 입구 B와 입구 C 사이는 주로 이동서적 및 아동용품 판매 구역이며 단일선형 이동식 설계를 사용한 것으로 나타났다. 입구 A와 입구B는 새로운 다락형 공간을 만들고, 도서 열람 구역을 배치하여 도서 열람 구역 내부에 순환이 가능한 동선을 형성하였다. 또한 서점 전체에도 외식 및 여가활동 구역을 중심으로 1~2개의 순환이 가능한 동선이 형성되어 있으며, 각각 도서열람구역, 문화 소비구역, 예술품 전시구역 세가지 구역이 분포되어 있다.



[그림 6] 청도시 방소서점 bubble diagram 분석도

네 가지 공간의 면적이 전체 면적에서 차지하는 비율을 분석한 결과[그림-7], 안내구역이 15.5%, 도서열람구역이 31%, 여가활동을 즐길 수 있는 구역이 19.5%, 문화소비구역이 34%를 차지하고 있음을 알 수 있다. 도서 열람 구역과 문화소비구역의 비율이 비슷하며 각각 면적의 3분의 1을 차지한다. 청도시 방소서점은 직사각형 형태이기 때문에 여가생활을 즐길 수 있는 구역이 두개 있으며 이 구역은 20%를 차지하고 있다.



[그림 7] 청도시 방소서점 구역 비율 분석도

청도시 방소서점의 주요 구역 배치에 관하여 입구 쪽 안내 구역에는 외식 구역을 포함한 계산대와 함께 행사 개최가 가능한 구역, 예술품 전시 구역을

설치하였으며 도서 열람 구역은 공간 특성에 따라 다양한 디자인을 채택하였다. 다락형의 높은 책장, 낮은 책장 이동서적 구역이 있으며 여가 활동을 즐기는 구역에는 간단한 식사, 커피, 차 및 음료 서비스를 이용할 수 있으며 문화 소비 구역에는 생활 전반에 걸친 생활용품 판매를 크게 확장하였다. 의류, 생활용품, 문방사우 및 아동 완구, 어린이를 위한 제품 등 많은 품목의 전시 및 판매를 포함한다.

[표-2] 청도시 방소서점 구역 세분화에 대한 분석표

구역 명	안내구역
기능	강연장, 다양한 분야의 안내 데스크, 예술품 전시 구역
구역 명	도서 열람구역
기능	다락형의 높은 책장, 낮은 책장, 임시 열람구역, 이동서적
구역 명	여가활동구역
기능	커피, 차, 음료 간단한 식사, 예술품 전시구역

구역 명	문화소비구역
기능	의류, 생활용품, 문방사우, 아동 완구, 아동용품 등 전시 및 판매 구역



3-3. 분석결과

본 연구는 선행 이론의 연구를 바탕으로 복합형 오프라인 서점이 입구의 안내구역, 도서를 열람할 수 있는 구역, 여가 활동을 즐길 수 있는 구역, 문화 소비 구역 네가지 구성 요소를 갖추어야 한다고 제안한다.

광주시의 방소서점, 청도시의 방소서점 두 사례의 분석을 통해 예술품 전시회, 행사가 가능한 구역 등의 기능을 갖춘 안내구역을 배치하는 것이 서점에 고객을 유치하는 데 도움이 되는 것으로 나타났다. 외식, 전시, 강연활동 등의 기능을 갖춘 여가 활동이 가능한 구역을 배치하는 것은 고객 유치에 도움이 된다. 여가 활동이 가능한 구역을 중심으로 도서를 열람할 수 있는 구역과 문화소비 구역을 연결하는 방식은 서점 내부에 순환이 가능한 구조를 효과적으로 형성할 수 있으며 이는 소비자가 서점 내부를 지속적으로 순회하고 서점에 머무는 시간을 효과적으로 늘리는데 도움이 된다. 이러한 공간 배치는 복합형 오프라인 서점이 소비자를 유치하고 서점에 머무는 시간을 늘려 소비를 유도하는데 도움이 된다.

복합형 오프라인 서점의 네 가지 공간을 디자인 할 때 입구의 안내 구역의 비율은 약 15%, 도서 열람이 가능한 구역 및 문화소비 구역은 30~40%정도 차지하며 여가활동이 가능한 구역은 10~20%로 비교적 좁다.

[표-3] 영역 비례 분석표

	광주시방소서점	청도시방소서점
안내구역	14.0%	15.5%
도서 열람 구역	40.0%	31.0%
여가 활동 구역	10.5%	19.5%
문화 소비 구역	35.5%	34.0%

광주시 방소서점, 청도시 방소서점의 네 가지 구역을 세분화 하여 분석한 결과, 두 서점은 입구 쪽 안내구역을 배치할 때 이벤트 성이 있는 전시 구역을 도입하여 오프라인 매장의 인기를 높였다. 도서 열람 구역은 아동서적을 독립적으로 배치하고 전문 서적이 있는 구역을 배치하는 등 세분화되었다. 여가 활동이 가능한 구역은 예술품 전시회, 강연, 및 행사를 할 수 있도록 하였으며 문화 소비 구역에는 두 서점 모두 판매하는 카테고리들을 늘리고 생활 및 예술과 관련된 많은 제품을 판매하고 있다. [표4] 두 서점은 모두 같은 기업이기 때문에 공간의 배치가 단편적일 수 있으며 후속되는 본문에서는 KANO 모형을 사용하여 소비자를 대상을 세분화를 위한 설문조사를 수행한다.

[표-4] 세분화된 구역 비교 분석표

	광주시 방소서점	청도시 방소서점
입구의 안내 구역	전시구역	강연장
	안내 데스크	다양한 서비스를 제공하는 안내 데스크 예술품 전시 구역
도서를 열람할 수 있는 구역	일반서적 구역	다락형 구역
	전문서적 구역	책장이 낮은 구역
	잡지, 영상 구역	임시로 독서를 할 수 있는 구역
	아동서적 구역	아동서적 구역
여가 활동을 즐길 수 있는 구역	커피, 차, 음료를 마실 수 있는 구역	커피, 차, 음료를 마실 수 있는 구역
	강연장	간단한 식사를 할 수 있는 구역 예술품 전시 구역

문화를 소비할 수 있는 구역	이류 전시 및 판매 구역	이류 전시 및 판매 구역
	생활용품전시 및 판매구역	생활용품전시 및 판매구역
		문방사우 전시 및 판매구역
	예술품 전시 및 판매구역	아동 완구전시 및 판매구역
		아동 문화 창작 전시 및 판매구역
		녹지 재배 전시 및 판매 구역

4. 설문조사

복합형 오프라인 서점에서 입구의 안내구역, 도서를 열람할 수 있는 구역, 여가활동을 즐길 수 있는 구역, 문화소비가 가능한 구역 네 구역에 대한 수요를 자세히 조사하기 위하여 본문은 KANO모형을 이용하여 설문지를 제작하여 중국인 소비자를 대상으로 2023년 5월 1일부터 12일 까지 온라인으로 설문조사를 진행하였다. 210부의 설문지 중 무효 처리된 설문지 3부를 제외하고 최종적으로 207부가 유효하였으며 98.57%를 달성하였다.

4-1. 인구통계학적 특성

[표 5]는 인구통계학적 변수에 대한 결과이다. 성별은 남성 48.31%, 여성 51.69%로 큰 차이가 없었으며 연령별로는 20대가 66.67%로 가장 많았고, 30대가 21.74%로 그 뒤를 이었으며, 연령이 높아질수록 비율이 감소하였다. 이를 통해 알 수 있는 점은 중국의 오프라인 서점을 이용하는 비율과 비교적 유사하며 개혁개방 이후 중장년층의 교육 수준이 높아짐에 따라 중장년층, 특히 청년층이 오프라인 서점의 가장 핵심적인 이용자가 되었다. 학력별로는 학부생 57.97%로 가장 많았고, 전문대학생과 대학원생의 비율이 각각 19.81%, 14.98%로 뒤를 이었고, 고졸 이하가 7.25%로 가장 낮았다. 직업, 직종별로는 큰 차이가 없었다

[표 5] 인구통계학적 특성

	변수	인수	비율
성별	남	100	48.31
	녀	107	51.69
연령	20-29세	138	66.67
	30-39세	45	21.74
	40-49세	15	7.25
	50-59세	5	2.42
	60岁以上	4	1.93
학력	고졸이하	15	7.25
	전문대학	41	19.81
	학사	120	57.97
	대학원	31	14.98
직업	공무원 및 개인사업자	39	18.84
	회사원	48	23.19
	프리랜서	25	12.08
	학생	58	28.02
	기타	37	17.87

4-2. 신뢰도 분석

신뢰도는 설문지에서 질문의 안정성과 일관성을 유지하도록 하고, 유효성은 설문 결과의 정확성 또는 신뢰성을 말하며 이는 응답자의 진실한 답변을 반영한다. 따라서 [표 6]과 같이 서점 각 구역의 배치와 번호를 편집하였다. 본 논문에서는 정 방향적 응답, 역 방향적 응답 모두에 대한 신뢰도 분석을 수행하였으며, 그 결과를 표7에 정리하였다. 정 방향적 응답과 역 방향적 응답의 Cronbach's α 계수가 모두 0.9보다 큰 것을 알 수 있으며, 이는 정 방향적 설문과 역 방향적 설문의 신뢰도가 모두 양호함을 나타낸다. 정 방향적 응답과 역 방향적 응답의 KMO 값도 모두 0.85보다 크고 Bartlett's 구형 검정의 P값은 모두 0.000으로 정 방향적 설문지와 역 방향적 설문지가 매우 효과적이었음을 나타낸다.

[표 6] 서점 각 구역의 배치와 번호

구역	배치	선호도
안 내 구역	안내 데스크와 키오스크 설치	B1
	다양한 안내 서비스와 식사주문이 가능한 서비스	B2
	강연 및 테마북 전시	B3

	예술품, 생활용품, 의류 전시 및 판매	B4
도 서람 구역	아주 높은 책장을 사용하여 전시 및 판매	C1
	낮은 책장을 사용하여 전시 및 판매	C2
	임시로 책을 읽을 수 있는 구역	C3
	서로 둘러앉을 수 있는 좌석 배치	C4
	일반적으로 사용하는 책상 및 의자 배치	C5
	도서와 관련 있는 문화용품, 생활용품 판매	C6
	칸막이가 있는 독립된 독서구역 설치	C7
	음식점과 테이블, 의자 배치	C8
	음향시설과 좌석을 배치한 강연구역	C9
	어린이를 위한 독서 및 활동구역	C10
	독립된 카페(커피/차/음료/디저트)	C11
여 가 활 을 할 기 구역	여가활동을 위한 구역에 예술품 전시 구역 배치	D1
	여가활동을 위한 구역에 강연장 배치	D2
	여가활동을 위한 구역에 문방사우, 생활용품 전시 및 판매를 할 수 있도록 구성	D3
문 화 소 비 구역	문방사우 판매	E1
	의류, 생활용품 판매	E2

[표 7] 신뢰도 분석 결과표

문항	Cronbach's α	KMO	Bartlett's 구형 검정
경 방 향 적 문항	0.906	0.897	0.000
역 방 향 적 문항	0.969	0.965	0.000

4-3. KANO 모형 분석 결과

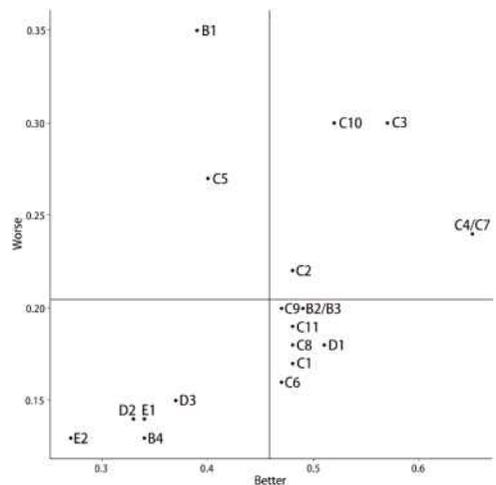
설문을 통해 얻은 데이터에 따라 사용자 요구 지수 설문 데이터에 대하여 KANO 요소를 분석하고 Better 및 Worse 계수를 계산한다.

[표 8] KANO모형 분석 결과 요약표

배치	A	I	M	O	Q	R	결과	Better	Worse
B1	29	89	22	41	21	5	I	0.39	0.35
B2	64	81	11	26	20	5	I	0.49	0.20
B3	73	69	22	13	17	13	I	0.49	0.20
B4	45	109	8	14	19	12	I	0.34	0.13

C1	64	81	9	20	17	16	I	0.48	0.17
C2	66	74	20	20	17	10	I	0.48	0.22
C3	64	61	15	38	19	10	A	0.57	0.30
C4	79	57	6	38	21	6	A	0.65	0.24
C5	32	91	11	35	19	19	I	0.40	0.27
C6	64	84	9	19	17	14	I	0.47	0.16
C7	81	55	8	35	22	6	A	0.65	0.24
C8	60	88	5	27	18	9	I	0.48	0.18
C9	68	71	21	14	17	16	I	0.47	0.20
C10	54	73	15	40	17	8	I	0.52	0.30
C11	62	85	9	26	19	6	I	0.48	0.19
D1	66	84	6	26	19	6	I	0.51	0.18
D2	40	109	7	17	18	16	I	0.33	0.14
D3	46	104	7	19	17	14	I	0.37	0.15
E1	46	111	9	16	15	10	I	0.34	0.14
E2	31	121	6	16	15	18	I	0.27	0.13

[그림 8]와같이 Better 계수값과 Worse 계수값의 평균값을 임계점으로 하여 만족도와 불만족도 계수를 사분할 하여 분포도로 만들었다.



[그림 8] 분포도

첫 번째 분할된 곳은 Better 계수 및 Worse 계수가 모두 높은 경우를 나타낸다. 이 부분은 1차원적 기능에 속한다. 즉, 서점이 이 기능을 제공하면 이용자의 만족도가 높아지고, 서점이 이를 제공하지 않으면 이용자의 만족도가 낮아진다는 뜻이다. 도서를 열람할 수 있는 구역에 저상, 저층 방식으로 책을 전시 및 판매하고, 도서를 열람할 수 있는 구역에 아동서적, 어린이 구역을 개별적으로 배치하고, 임시로 독서를 할 수 있는 좌석, 따로 칸막이를 설치한 독서 공간을 배치한 구역이 이에 해당한다(기대속성).

두 번째 분할된 곳은 Worse 계수 값만 높고 Better 계수 값은 낮음을 나타낸다. 이 부분은 필수 기능에 속한다. 즉, 서점이 이 기능을 제공하면 이용자의 만족도가 높아지지 않지만, 제공하지 않으면 이용자의 만족도가 크게 낮아진다는 뜻이다. 입구 안내구역의 안내 데스크와 키오스크 배치, 도서 열람 구역에 책을 읽을 수 있는 테이블과 의자를 배치하는 것이 이에 해당한다(필수 속성).

세 번째 분할된 곳은 Better 계수 값과 Worse 계수 값이 모두 낮음을 나타낸다. 이 부분은 무관심 품질에 속한다. 즉, 서점에서 제공하든 제공하지 않든 이용자의 만족도는 변하지 않으며, 이러한 속성은 이용자가 신경 쓰지 않는다. 안내 구역에 문화용품, 생활용품, 의류 전시 및 판매를, 여가생활을 즐길 수 있는 구역에는 강연 구역 및 문화용품, 생활용품 전시 및 판매를, 문화 소비 구역에 문화용품, 의류, 생활용품을 전시 및 판매하는 것 모두 이곳에 해당한다(무관심 속성).

네 번째 분할된 곳은 Better 계수 값만 높고 Worse 계수 값은 낮음을 나타낸다. 이 부분은 매력적인 기능을 한다. 이는 서점이 이러한 부분을 제공하지 않아도 이용자의 만족도가 낮아지는 않지만 이를 제공하면 이용자의 만족도가 크게 높아진다는 것을 보여준다. 입구의 안내구역에 종합 안내 서비스 및 키오스크를 갖춘 안내 데스크 및 강연 구역과 서적의 주제에 맞는 전시대를 배치하고, 도서 열람 구역에는 높은 책장을 활용하여 벽장식으로 배치하여 서적을 전시 및 판매하며, 서적과 관련된 주제의 용품, 생활용품 등을 함께 판매하며, 식당 코너, 테이블을 배치하고 음향 시설과 좌석이 있는 강연구역, 독립적으로 존재하는 카페테리어(커피, 차, 음료, 디저트)를 배치하고 여가생활을 즐길 수 있는 구역에는 예술품 전시를 같이 한다(매력적인 속성).

5. 결론

본 연구에서는 사례분석과 설문조사를 통해 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 문헌분석과 사례분석을 통해 복합형 오프라인 서점의 공간 구성은 입구의 안내구역, 도서를 열람할 수 있는 구역, 여가활동을 즐길 수 있는 구역, 문화소비가 가능한 구역 4가지로 구분한다.

둘째, 광주시 방소서점, 청도시 방소서점의 공간 디자인 분석을 통해 예술품 전시회, 강연 등의 기능을 갖춘 안내 구역을 설치하는 것이 서점에 고객을 유치하는 데 도움이 되는 것으로 나타났다. 외식, 예술품 전시, 강연 등의 기능을 갖춘 여가활동을 즐길 수 있는 구역을 만드는 것은 서점에 이용자를 유치하는 데 도움이 된다. 여가활동을 즐길 수 있는 구역을 중심으로 도서 열람 구역과 문화소비가 가능한 구역을 연결하여 내부에 순환이 가능한 동선을 효과적으로 형성할 수 있으며, 이는 이용객이 서점 내부를 계속 돌도록 유도하고 체류 시간을 효과적으로 늘리는 데 도움이 된다. 이러한 공간 배치는 복합형 오프라인 서점이 이용객을 유치하고 머무는 시간을 늘려 소비를 유도하는 데 도움이 된다. 복합형 오프라인 서점의 네 가지 공간의 비율에 대하여는 입구의 안내구역의 비율은 약 15% 도서 열람 구역과 문화소비 구역의 면적은 30~40%, 여가활동을 즐길 수 있는 구역은 10~20%정도가 적당하다.

셋째, KANO 모형을 이용한 설문조사와 데이터 분석을 통해 세분화된 공간 배치를 제안하였다.

입구의 안내 구역에는 안내 데스크와 키오스크가 필수로 배치되어야 하며, 종합 안내 서비스 및 식사 주문이 가능한 안내 데스크가 이용객에게 편리함을 주고 만족도를 높이는 데 도움이 된다.

도서 열람 구역에서는 독서를 할 수 있는 테이블과 의자를 갖추는 것이 필수 요건이며, 낮은 책장을 쌓은 방식으로 책을 전시 및 판매하며, 임시로 독서를 할 수 있는 장소와 칸막이가 쳐진 테이블을 배치하고, 아동서적 및 어린이 구역을 따로 갖추면 이용자의 만족도를 높일 수 있다. 여건이 된다면 높은 책장을 벽장 방식으로 하여 책을 전시 및 판매하며, 관련한 주제의 문화용품, 생활용품과 함께 판매하면 만족도를 크게 높일 수 있다.

여가 활동을 즐길 수 있는 구역에는 개별적인 카페테리어(커피, 차, 음료, 디저트)를 테이블과 함께 배치, 음향시설과 좌석을 가지고 있는 강연구역, 복합

적인 예술품 전시 구역을 형성한다면 서점의 매력을 높이고 이용자의 만족도를 높이는 데 도움이 된다.

참고문헌

1. 増田宗昭, [知的资本论], 中信出版社, 2017.
2. 박상병, 권만우, 이상호, 개인의 혁신성이 복합 서점의 서비스 디자인 요인과 이용자의 구전에 미치는 영향요인 연구, Journal of the Korea C onvergence Society. Vol.11, No.3.
3. 방제모, 황조혜, Kano모델에 기반한 판매자 관 점의 외식배달 플랫폼 품질속성 분류, Journal o f Tourism Sciences. Vol.46, No.2.
4. 丁红玉,于娜, 基于KANO模型的高校图书馆智慧 安静学习空间设计研究, INDUSTRIAL DESIGN 工业设计, 2023.
5. 김효선, 지역서점의 분화 특성 및 커뮤니티 공 간으로써의 역할에 대한 분석 연구, 서울시立大 學校 석사학위논문, 2014.
6. 장정, 중국의 복합서점 공간 계획에 관한 연구, 한양대학교 석사학위논문, 2019.
7. 杨鸥嵩, 互联网背景下体验型书店建筑设计研究, 大连理工大学, 硕士学位论文, 2021.
8. 陈婷, “书店+”模式在实体书店设计中的应用与思 考, 山西大学, 硕士学位论文, 2018.
9. 崔明月, 感官体验在复合型独立书店设计中的应用 研究, 景德镇陶瓷大学, 硕士学位论文, 2018.
10. 胡珩, 上海地区主题书店空间环境设计研究, 华 侨大学, 硕士学位论文, 2016.
11. <https://www.axios.com>
12. <https://baijiahao.baidu.com>
13. <https://www.dianping.com>
14. <https://www.dianping.com>
15. <https://baike.baidu.com>