

뉴노멀 시대의 새로운 주거 기능과 평면 제안

이도윤



뉴노멀 시대의
새로운 주거 기능과 평면 제안
- 에코부머 세대를 대상으로 -



연구책임

이도윤 건국대학교 건축학과

연구진

권오정 건국대학교 건축학과 교수



이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서
서울특별시의 정책과는 다를 수도 있습니다.

목차

01 서론	1
1_연구 배경 및 목적	1
2_연구 범위 및 방법	3
02 선행연구	6
1_뉴노멀의 정의 및 특징	6
2_에코부머 세대의 특성	10
3_2010년 이후 아파트 평면의 특성	13
4_주거 기능에 대한 선행연구 고찰	16
03 심층 인터뷰	18
1_심층 인터뷰	18
2_조사 도구 개발	23
04 연구 결과 및 해석 Part 1: 뉴노멀 시대의 주거 기능	25
1_조사 대상자의 사회·인구학적 특성	25
2_코로나19 이후 일상생활 행위 변화	27
3_가구 유형별 코로나19 이후 일상생활 행위 변화 차이	38
4_주거 기능의 정의와 일상생활 행위의 주거 기능별 재분류	42
5_뉴노멀 시대의 주거 기능 변화	45
05 연구 결과 및 해석 Part 2: 에코부머 세대의 공간 선호 및 심리적 변화	49
1_코로나19 이후 주거공간 선호	49
2_심리적 변화	57
3_세대 평면 선호	59

06 뉴노멀 시대의 평면 제안	67
1_1인 가구를 위한 평면 제안	68
2_자녀 없는 부부를 위한 평면 제안	72
3_자녀 있는 부부를 위한 평면 제안	77
07 결론 및 정책 제언	81
1_결론 및 정책 제언	81
2_한계점 및 후속 연구 제안	88
부록	84
참고문헌	85

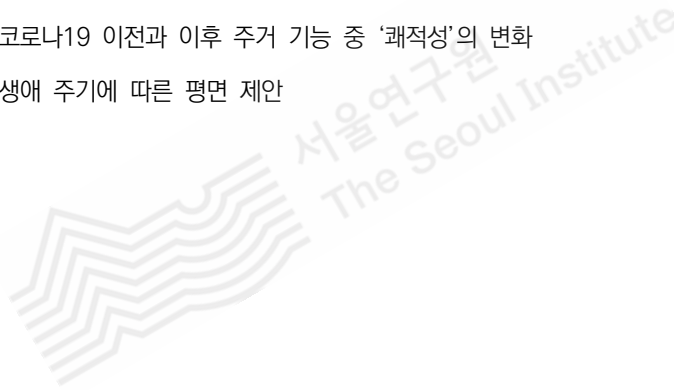
표 목 차

[표 2-1] 2020-2021 주거 트렌드 전망	9
[표 2-2] 에코부머 세대의 주요 특징	10
[표 2-3] 2021 에코부머 세대 가구 유형별 인구 수	11
[표 2-4] 최근(2010년 이후) 중소형 APT 평면	13
[표 2-5] 건설사의 특화 평면	15
[표 2-6] 주거 기능 선행연구 고찰	17
[표 3-1] 심층 인터뷰 개요	18
[표 3-2] 심층 인터뷰 종합 의견	22
[표 3-3] 조사 도구의 문항 구성	24
[표 4-1] 사회·인구학적 특성	26
[표 4-2] 코로나19 이후 집에서 하는 개인 유지 활동 변화	28
[표 4-3] 코로나19 이후 집에서 하는 업무 및 학습 활동 변화	29
[표 4-4] 코로나19 이후 가정 관리 활동의 변화	31
[표 4-5] 코로나19 이후 가족 및 가구원 돌보기 변화	33
[표 4-6] 코로나19 이후 문화/여가 및 친목의 변화	34
[표 4-7] 일상생활 행위 중 빈도 증가의 변화가 가장 큰 일상 행위	36
[표 4-8] 코로나19 이후 업무 및 학습 활동 빈도 변화 차이	38
[표 4-9] 코로나19 이후 가정 관리 활동 빈도 변화 차이	39
[표 4-10] 코로나19 이후 문화/여가 및 친목 활동 빈도 변화 차이	40
[표 4-11] 가구 유형별 코로나19 이후 변화가 큰 일상생활 행위의 순위	40
[표 4-12] 본 연구에서의 주거 기능	42

[표 4-13] 집에서의 일상생활 행위의 주거 기능에 따른 재분류	43
[표 4-14] 코로나19 이후 가구 유형별 주거 기능 변화	47
[표 4-15] '쾌적성' 중 가장 많이 증가한 행위 Top 5	47
[표 5-1] 코로나19 이후 주거공간 선호 요인 분석	50
[표 5-2] 1인 가구의 코로나19 이후 주거공간 선호	51
[표 5-3] 자녀 없는 부부의 코로나19 이후 주거공간 선호	53
[표 5-4] 자녀 있는 부부의 코로나19 이후 주거공간 선호	55
[표 5-5] 에코부머 세대의 코로나19 이후 주거공간 선호	56
[표 5-6] 코로나19 이후 에코부머 세대의 심리적 변화	57
[표 5-7] 코로나19 이후 에코부머 세대의 가구 유형별 심리적 변화	58
[표 5-8] 집의 구조와 크기의 선호	60
[표 5-9] 거실의 선호	62
[표 5-10] 부엌 및 식사 공간의 선호	63
[표 5-11] 침실 및 화장실의 선호	65
[표 5-12] 세대 평면 선호 종합	66
[표 6-1] 1인 가구의 공간 요구	68
[표 6-2] 1인 가구를 위한 평면 요소 제안	69
[표 6-3] 1인 가구를 위한 평면 제안	71
[표 6-4] 자녀 없는 부부의 공간 요구	72
[표 6-5] 자녀 없는 부부를 위한 평면 요소 제안	73
[표 6-6] 자녀 없는 부부를 위한 평면 제안 1	75
[표 6-7] 자녀 없는 부부를 위한 평면 제안 2	76
[표 6-8] 자녀 있는 부부의 공간 요구	77
[표 6-9] 자녀 있는 부부를 위한 평면 요소 제안	78
[표 6-10] 자녀 있는 부부를 위한 평면 제안	80

그림 목차

[그림 1-1] 연구 방법 및 세부 연구 내용	4
[그림 1-2] 본 조사의 연구 모형	5
[그림 4-1] 코로나19 이후 일상생활 행위 빈도 변화 그래프	37
[그림 4-2] 코로나19 이후 주거 기능 변화	45
[그림 4-3] 코로나19 이후 가구 유형별 주거 기능 변화 그래프	46
[그림 4-4] 코로나19 이전과 이후 주거 기능 중 '쾌적성'의 변화	48
[그림 6-1] 생애 주기에 따른 평면 제안	67



01. 서론

1_연구 배경 및 목적

1) 연구의 배경

(1) 코로나19가 앞당긴 뉴노멀 시대

코로나19 이후 ‘7개월 만의 7년 치 변화’로 불릴 만큼 사회 환경이 급변하면서 뉴노멀 시대가 더욱 빠른 속도로 다가오고 있다¹⁾. 코로나19는 뉴노멀 시대를 앞당길 뿐 아니라 도시, 주거, 교통, 라이프 스타일 등 많은 영역에서 큰 변화를 불러왔다. 이처럼 뉴노멀 시대는 우리에게 더욱 빠른 속도로 다가왔다.

(2) 새로운 주거 트렌드의 등장에 따른 주거공간에 대한 새로운 요구

코로나19의 영향으로 주거의 영역 또한 많은 변화가 나타났고, 주거공간에서의 라이프 스타일이 바뀌어 새로운 주거 트렌드가 등장하였다. “언택트²⁾ 라이프(Untact Life)”, “홈 루덴스(Home-Ludens)족³⁾”, “재택근무의 상용화” 등 새로운 주거 트렌드의 등장은 주거공간에 대한 새로운 요구를 불러일으켰다.

실내 활동 증가로 인해 바뀐 라이프 스타일에 맞는 주거공간이 요구되고, 주거공간의 기능이 가정생활 중심에서 업무, 운동, 놀이와 쇼핑, 친목 교류 활동 등으로 확대되고 있다(김현수 외, 2021). 이에 뉴노멀 시대의 새로운 주거공간과 바뀐 주거 기능에 대한 연구와 분석이 필요한 시점이다.

¹⁾ AlixPartners, 2020, Disruption Insight

²⁾ 언택트(Untact): 언택트(Untact)란 접촉한다는 의미의 콘택트(Contact)에 부정의 의미인 언(Un)을 합성한 신조어로, 기술의 발전을 통해 점원과의 접촉 없이 물건을 구매하고 서비스를 이용하는 방식을 뜻한다(네이버 시사상식사전).

³⁾ 홈 루덴스(Home-Ludens)족: 집을 뜻하는 ‘홈(Home)’과 ‘유희’, ‘놀이’를 뜻하는 루덴스(Ludens)를 합친 말로, 자신의 주거공간 안에서 휴가를 즐기는 이들을 가리키는 신조어다(네이버 시사상식사전).

(3) 주거 시장의 주 소비계층이 될 에코부머 세대

뉴노멀 시대의 도래와 더불어 주거 시장에서도 생애 주기에 따른 본격 수요 교체가 이루어지고 있다. 베이비붐 세대⁴⁾(1955-1963)는 점차 은퇴하고 에코부머 세대(1979-1992)가 주거 시장의 주 소비계층으로 진입하고 있다. 에코부머 세대는 현재 서울시 인구의 10명 중 2명 이상을 차지하는 영향력이 있는 그룹으로(서울 연구원, 2018), 이들은 최근 소득의 증가, 가구원 수 증가 등의 이유로 주거 시장의 구매 수요로 진입하고 있다(김지은·변서경, 2016). 이들의 '집'에 대한 인식 또한 기존과는 다르다. 에코부머 세대는 패션, 외식, 여행, 쇼핑 등에서 사용하는 소비 패턴들을 부동산 분야에 들여오고 있고, 주거공간에 대한 인식 또한 재테크를 넘어 행복감을 느낄 수 있는 중요한 공간으로 바뀌었다(한국일보, 2020). 이에 주거 시장의 새로운 주체가 될 에코부머 세대에 대한 요구 분석과 이들의 라이프 스타일에 대한 연구가 필요한 시점이다.

2) 연구의 목적

뉴노멀 시대가 도래하고, 주택시장의 주 소비계층이 교체되는 사회적 변화가 큰 시점에서, 주거 기능 정립과 더 나아가 실질적 도움이 되는 평면 제안의 필요성이 대두된다. 본 연구의 목적은 첫째로 뉴노멀 시대 이전과 이후의 달라진 주거 기능을 정립하는 것이고, 둘째는 주거 기능을 정립하는 데에 그치지 않고 주거 기능에 맞는 평면 요소를 개발한 후 주택시장의 주요 소비계층이 될 에코부머 세대에게 새로운 평면은 제안하여 실질적 도움을 주고자 함이다.

⁴⁾ 베이비붐 세대(Baby Boomer): 우리나라의 베이비붐 세대는 6·25 전쟁이 끝난 후인 1955년부터 1963년 사이에 출생한 사람들로, 이들은 고도 경제성장과 1997년 외환위기, 그리고 최근 글로벌 금융 위기를 경험했다.

2_연구 범위 및 방법

1) 연구 내용 및 범위의 구성

(1) 연구 내용

연구 내용은 연구의 목적에 따라 뉴노멀 시대의 주거 기능과 그에 따른 평면 제안을 도출하기 위해 구성하였다.

이에 대해 2장에서는 뉴노멀 시대의 변화 및 특성, 주거 기능, 에코부머 세대, 2010년 이후 아파트 평면에 대해서 선행연구를 진행하였다.

제3장에서는 심층 인터뷰를 통한 예비 조사를 실시하여 에코부머 세대의 코로나19 이후 주거에 관한 생각, 희망 사항, 변화된 점을 파악하였다.

제4장과 5장에서는 본 조사를 통하여 뉴노멀 시대의 주거 기능 변화와 평면 제안을 위한 결과 및 해석을 정리하였다. 특히 뉴노멀 시대의 주거 기능을 정립하기 위해 코로나19 이후 집에서의 일상생활 행위 변화, 가구 유형별 일상생활 행위 변화를 파악하고, 일상생활 행위를 주거 기능별로 재분류하여 뉴노멀 시대의 주거 기능 변화를 파악하였다. 평면 제안을 위해 에코부머 세대의 코로나19 이후 심리적 변화, 주거공간 선호, 세대 평면 선호를 살펴보았다.

제6장에서는 연구 결과를 토대로 뉴노멀 시대의 평면을 제안하였다. 각 가구 유형별로 공간 요구와 평면 요소를 추출해 평면을 제안하였다.

마지막으로 제7장에서는 본 연구의 한계점과 더불어 후속 연구 제안, 정책 제안과 결론을 도출하였다.

(2) 연구 범위

본 연구의 대상인 에코부머 세대는 베이비 붐 세대의 자녀 세대로 1979년생부터 1992년생을 의미한다. 이때, 본 연구의 에코부머 세대는 서울시에 거주하는 자들로 연구의 범위를 한정한다. 또한, 본 연구에서는 에코부머 세대의 대표적인 가구 유형인 1인 가구, 자녀 없는 부부, 자녀 있는 부부의 세 가지 유형으로 나누어 조사하고자 한다.

본 연구에서 뉴노멀 시대는 포스트 코로나 시대의 뉴노멀을 의미하는 것으로, 코로나19의 영향으로 사회환경이 변화해 새로운 표준과 규범이 나타난 시대를 의미한다. 본 연구에서의 평면은 아파트 평면을 제안하는 것으로 한다. 또한, 연구 대상인 에코

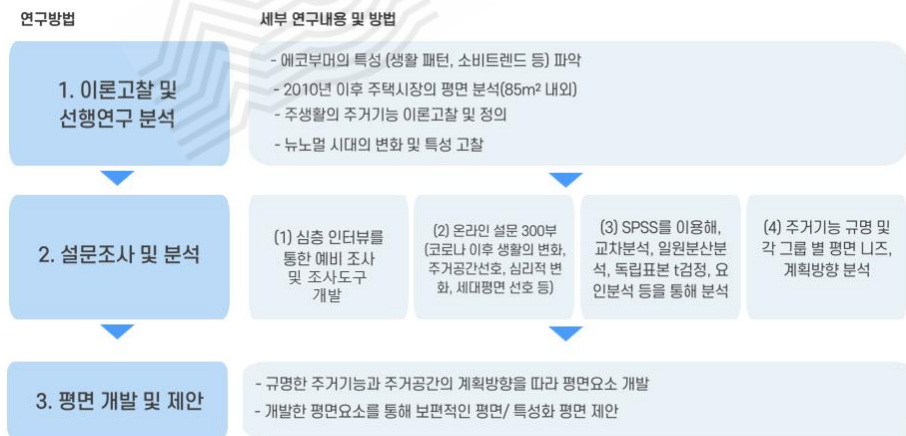
부머 세대가 선호하는 규모와 주거 요구 등을 파악해 가구 유형과 규모별로 제안을 하는 것으로 한다.

본 연구에서의 주거 기능 정립이란 코로나19 이후의 주거에서의 일상생활 행위의 변화 측정을 통해 주거 기능 변화를 측정해 뉴노멀 시대의 주거 기능 변화를 파악하는 것이다.

2) 연구 방법

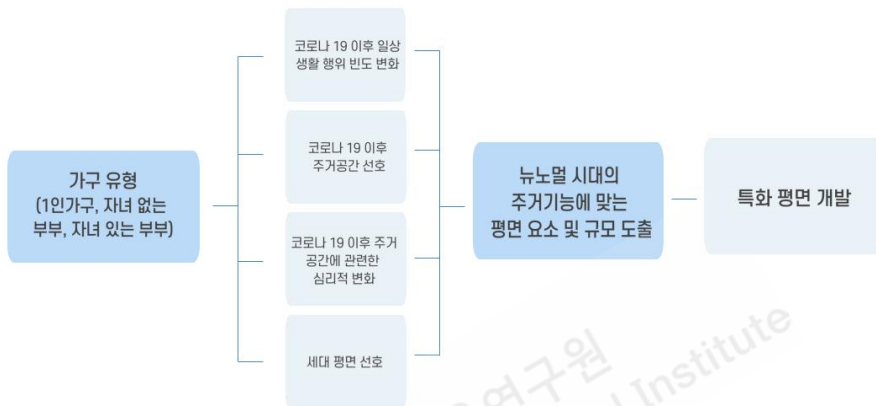
연구는 선행연구와 예비조사를 통해 조사 도구를 개발한 후 온라인 설문을 통해 진행되었다. 본 연구의 예비조사는 설문조사 도구를 만들기 전 여섯 그룹(1인 가구 2명, 자녀 없는 부부 2세대, 자녀 있는 부부 2세대)의 에코부머 세대(1979년-1992년생)를 대상으로 실시되었다. 예비조사는 1시간가량의 심층 인터뷰를 통해 진행되었다.

설문조사는 서울시에 거주하는 에코부머 세대(1979년-1992년생) 300명(1인 가구 100명, 자녀 없는 부부 100명, 자녀 있는 부부 100명)을 대상으로 실시되었다. 이후 설문 조사에 의해 수집된 자료는 IBM SPSS Statistics를 이용해 평균·빈도 분석, 요인 분석, 독립표본 t-검정, 교차분석, 일원 분산분석, Duncan's Multiple Range Test 등을 실시하였다(그림 1-1).



[그림 1-1] 연구 방법 및 세부 연구 내용

또한 본 연구의 본 조사는 가구 유형별로 조사 및 분석을 진행하였다. 에코부머 세대의 대표적인 유형인 1인 가구, 자녀 없는 부부, 자녀 있는 부부 세대를 중심으로 코로나19 이후 일상생활 행위 빈도 변화, 주거공간 선호, 주거공간에 대한 심리적 변화, 조사 대상자의 세대 평면 선호에 대해 조사 및 분석을 실시하였다. 그 후, 뉴노멀 시대의 주거 기능을 규명하고 주거 기능에 맞는 평면 요소 및 규모를 도출하였다. 마지막으로 평면 요소 및 규모를 토대로 특화 평면을 개발하였다(그림 1-2).



[그림 1-2] 본 조사의 연구 모형

02. 선행연구

1_뉴노멀의 정의 및 특징

1) 뉴노멀의 정의

‘뉴노멀(New Normal)’은 원래 경제, 사업 용어로 세계 금융 위기와 경제 침체 기간 동안 만들어진 새로운 경제적 기준을 말한다. 이 용어는 글로벌 채권 투자회사 핼코(PIMCO)의 최고경영자(CEO) 모하메드 엘에리언(Mohamed El-Erian)이 2008년 펴낸 ‘새로운 부의 탄생(When markets collide)’에서 언급해 생겨났다(매일경제 경제용어사전). 현재는 용어가 널리 쓰이면서 ‘이전에는 비정상적인 것으로 보였던 현상과 표준이 점차 아주 흔한 표준이 되어가고 있다는 것’을 의미한다.

2) 뉴노멀의 특징

현재 코로나19 팬데믹으로 인해 뉴노멀 시대가 더욱 가속화되고 있다. 코로나19 팬데믹 이후 뉴노멀의 특징과 트렌드를 파악해 뉴노멀에 잘 대응해 나가야 할 것이다. 뉴노멀의 주목해야 할 특징으로는 탈세계화, 디지털 전환의 촉진, 사회 안전망과 기업의 중요성 증가, 그리고 소비자들의 변화가 있다.

(1) 탈세계화

뉴노멀의 중요한 첫 번째 특징으로는 ‘탈세계화’가 있다. 탈세계화란 세계화의 뜻과는 반대로 세계 여러 나라가 정치, 경제, 사회, 문화, 과학 등 다양한 분야에서 타국과의 교류보다는 자국에서의 소통이 중요해지는 현상이다.

19세기 후반부터 20세기 초반에 상품교역의 자유화가 급속히 이루어지고, 이와 더불어 증기선의 발달, 수에즈 운하 개통, 철도건설 붐 등으로 인해 세계화가 가속화되었다.

20세기 후반에는 서비스, 지식 및 정보, 노동과 자본 같은 생산요소 시장까지 세계화 붐이 일어나 세계화를 국제 무대의 표준으로 정착시키려 했다. 하지만 1980년대 이후 세계화 확산 속 소득 불평등과 정치적 양극화가 심화되고 신자유주의 흐름 속에서 내 부적으로는 상처가 깊어가고 있었다. 이에 더불어 2008-2009년 글로벌 금융위기는 탈세계화 흐름에 기폭제 역할을 하고 미국에서 트럼프의 대통령 당선으로 탈세계화가 거대한 흐름으로 자리 잡았다(신민영, 2020).

이후 코로나19라는 거대한 팬데믹이 발생하면서 탈세계화 흐름이 가속화되었다. 코로나19 이전부터 시작해 다국적 기업들이 글로벌 시장에서 얻는 이익 비중이 크게 줄고, 외국인 직접투자 비율은 2007년 세계 GDP의 3.5%에서 2018년 1.3%로 감소했다. 이에 따라 기업들은 공급망을 다변화하고 재고관리 시스템의 개선, 해외 교역에서의 리스크를 최소화하는 전략을 세워야 한다.

(2) 디지털 전환의 특징

코로나19 팬데믹으로 인해 ‘언택트(untact)’ 사회로 변화하면서 디지털 전환이 촉진되고 있다. 디지털 커머스, 엔터테인먼트 스트리밍 서비스, 온라인 게임 등 다양한 기술 디지털 기반 플랫폼이 일상화되고 제품과 서비스 또한 디지털 전환이 촉진된다.

특히, 유통업에 있어 오프라인 매장이 점차 쇠퇴하는 반면, 온라인 매장의 확장으로 그간 온라인 진입을 머뭇거려온 국내외 식료품 업체도 디지털 전환에 탄력이 붙었다. 앱 분석업체 와이즈앱(Wiseapp)이 발표한 올해 상반기 국내 주요 신선식품 관련 리테일 결제금액 분석 자료에 따르면, 마켓컬리, 쿠팡 등 이커머스(e-commerce, 전자상거래) 업체의 강자들에 맞서 전통적인 유통업체인 롯데, 신세계 등도 이커머스 경쟁에 합류하며 국내 시장에서도 디지털 전환 트렌드가 가속화되고 있다(EY한영 산업연구원, 2020).

이뿐 아니라 업무와 학업 또한 재택/원격 업무와 수업으로 전환되었다. 이에 따른 업무와 학습 효율의 하락 등에도 대책을 마련해야 한다. 증강현실(AR, augmented reality)이나 가상현실(VR, virtual reality) 등의 도입으로 화상 회의나 온라인 학습의 효율성을 높일 수 있는 기술의 도입이 필요하다. 더 나아가, 개인 또는 기업의 데이터 관리와 보안을 강화해야 하고 온라인 소비 선호 현상에 맞춰 전략을 세워 나가야 한다. 포스트 코로나 시대에는 디지털 기술을 기반으로 한 서비스나 플랫폼에 대한 의존도가 훨씬 더 증가할 것이므로 이러한 트렌드에 발맞춰 나가야 한다.

(3) 사회 안전망과 기업의 중요성 증가

사회 안전망이란 모든 국민을 실업, 빈곤, 재해, 노령, 질병 등 사회적 위험으로부터 보호하기 위한 제도적 장치이다(김경혜, 2009). 코로나19 팬데믹은 전 세계적으로 사람들의 물리적 안전뿐 아니라 심리적, 경제적 등 다방면에서 타격을 입혔다. 이에 따라 코로나19 팬데믹 이후 사회 안전망의 중요성이 더욱 커졌다.

코로나19를 대비한 사회적 안전망이 제대로 구축이 부족해 시민들은 질병으로 인해 물리적, 심리적 건강을 위협받고 있다. 통계청이 발표한 2020년 상반기 가계 동향 조사 결과에 따르면, 5분위 가구는 교통에 대한 지출이 38.3%로 가장 크게 했다. 이는 코로나19 감염을 피해 안전한 이동을 위한 자동차 구입 비용이 크게 증가한 것으로 보인다. 이외에도, 건강과 웰빙에 대한 관심도가 증가해 코로나19가 확산된 2020년 2월을 기점으로 의약품 판매량이 2019년 대비 14% 늘었고 마스크, 비타민 및 건강 보조제 등의 수요도 증가했다(통계청, 2020).

이에 더불어, 정보에 대한 사회적 안전망의 중요성 또한 커졌다. 하루에도 수백 건의 검증되지 않은 정보들이 양산되는 코로나19 시대에 고객·기업·직원 간의 신뢰가 중요해질 것이다. 최근에는 소셜미디어를 중심으로 다양한 루머와 허위 정보가 빠르게 확산돼 혼란을 야기했다. 이에 따라 기업들은 신뢰 유지를 위해 고객 및 직원들 간에 더욱 활발하고 투명한 소통을 중요시하고 있다(AlixPartners, 2020).

이러한 사회적 안전망이 위협되는 상황에서 사회적 기업들은 코로나19 팬데믹으로 불편을 겪는 소외 계층에 서비스를 제공해 정부를 도왔다. 기업과 정부는 책임감을 가지고 소외된 계층 없이 팬데믹에 대한 적극적 대응을 해야 할 것이다.

(4) 소비자들의 변화

소비자들은 점차 '포스트(post) 코로나' 시대에 적응할 것이고, 더 나아가 코로나19 이전의 시대보다는 코로나19 이후의 시대가 익숙한 '포스트(post) 코로나 세대'가 나타날 것이다. 기업들은 '포스트(post) 코로나' 또는 뉴노멀 시대의 소비자 특징을 빠르게 이해하고 경쟁력을 확보해야 할 것이다(조선비즈, 2020).

3) 뉴노멀 시대의 주거

(1) 뉴노멀 시대의 주거 트렌드

뉴노멀의 주거 트렌드로는 크게 일곱 가지로 정리할 수 있다. 슈퍼&하이퍼, 위두, 낮낮 공간, 올인룸, 팝업 DK, EB 주연시대, 펫봇인 스테이가 그것이다. 아래 [표 2-1]에 자세히 정리되어 있다. 팬데믹을 경험하면서 주거공간이 더욱 중요 해지고 있다. 위 7가지 주거 트렌드에 따른 주거공간 상품과 서비스 콘텐츠 개발이 더욱 필요한 시점이다.

[표 2-1] 2020-2021 주거 트렌드 전망

주요 트렌드	2020-2021 주거 트렌드
슈퍼&하이퍼 (Super & Hyper)	• 전통적인 공간 패러다임을 초월하는 공간 수요가 증가하고 이에 맞는 공간 서비스 창출이 요구됨 • 초지능-초연결-초융합의 기술이 범용화되고 산업에 적용
위두 (We Do)	• 공유경제, 구독경제가 공간을 만나 더욱 발전함 • 소유보다는 사용, 서비스 구독에 열광하는 밀레니얼 세대가 경제주체로 부각됨
낮낮 공간 (Urban Platform)	• 도시공간이 시간의 구애를 벗어남 • 도시 전체가 24시간 물류 플랫폼이 되면서, 낮 밤의 구분이 사라진 '낮낮' 공간이 됨
올인룸 (All in Room)	• 방이 만능공간이 되어 모든 것을 누리는 시대 • 재택근무, 자가격리를 넘어서 방 꾸미기, VR, AR, 음성인식 등의 최첨단 기능을 갖춘
팝업 DK (Pop-up Dining Kitchen)	• 배달음식으로 끼니를 해결하는 라이프 스타일이 증가함에 따라 요리 공간이 없어지는 집 생겨남 • 공동주방, 밥해주는 아파트 등 활성화, 이웃집 집밥을 사 먹는 피스틀리(feastly)도 트렌드로 떠오름
EB 주연시대 (Echo-Boomer)	• 에코부머가 공간의 주인공이 되는 시대 • 생애 주기가 교체되면서 에코부머 세대가 핫 플레이스(Hot Place)를 이끌고 트렌드 주도
펫봇인 스테이 (Pet-Robot-외국인)	• 반려동물(pet), 로봇, 외국인이 주택 내 우리 곁 차지함 • 내국인의 국내 여행 증가, 단기 거주 수요의 증가

* 출처: 김희정, 2020, 「2020 주거공간 트렌드 전망 -Covid19, 일상의 변화-」, 한국주거학회

2_에코부머 세대의 특성

1) 에코부머 세대의 정의 및 사회 인구학적 특징

(1) 에코부머 세대의 정의

에코부머(Echo Boomer) 세대란 베이비붐(Baby Boom) 세대가 낳은 자녀 세대로 산 정상에서 소리치면 메아리(Echo)가 되어 돌아오는 것처럼 전쟁 후 대량 출산(베이비 붐)이라는 사회현상이 수십 년이 지난 후에 2세들의 출산에서 작용한다는 인구재생산 관점에서, 에코부머(echo boomer: 1979-1992) 세대라 한다. 인터넷 세대, 에코붐 세대, Boomlet, Nexters, Y세대, 닌텐도 세대라고도 불리며, 캐나다에서는 선샤인 세대로 정의하며, 미국에서는 Lynne C(2010)에 의하여 밀레니얼 세대라고 정의하고 있다(손정민, 2015).

에코부머 세대는 부모 세대에서의 경제적 고도성장으로 인한 소득 증가를 함께 공유했기 때문에 이전 세대보다 경제적으로 풍요롭게 자랐다. 기존 세대와는 다르게 각기 다른 개성과 특성을 가지고 있으며, 디지털 기기에 익숙하고, 좋은 여건에서 수준 높은 교육을 받은 세대이다(손정민, 2015).

(2) 에코부머 세대의 특징

우리나라의 에코부머 세대는 998만 명으로 전체 인구의 19.3%를 차지한다. 서울의 에코부머 세대는 20만 명으로 서울 인구의 약 21.3%를 차지한다. 에코 부머의 주요 특징을 [표 2-2]에 제시했다.

[표 2-2] 에코부머 세대의 주요 특징

	현황 요약
출생연도	1979-1992
인구 규모	전국 9,985,872명, 서울 2,045,668명
교육 정도	85.5% 전문대졸 이상, 대학원 이상 졸업자 10.7%
혼인상태	미혼 69.8%(2015년 기준)
1인 가구 규모	약 140만 명 (2020 통계청)

*출처: 주민등록 인구 통계, 2021

서울연구원, 2020, 「서울의 '에코세대' 어떻게 살아가나?」

이들의 특징으로는 첫째로는 부모 세대와는 다른 새로운 가치관을 가지고 있고, 둘째로는 높은 교육 수준을 보이며 셋째로는 안정적인 삶(주거, 결혼, 직업)에 대한 열망이 있다는 것이다. 이들은 베이비 부머들의 고도성장이 이들의 성장기를 뒷받침했고, 그들의 증가한 소득을 가지고 높은 소비생활과 높은 수준의 교육을 받았다(현대경제연구원, 2012). 또, 인터넷 등 디지털 환경을 많이 접하며 새로운 가치관 또한 형성되었다. 최근에는 소유형 소비 트렌드가 아닌 '스트리밍 라이프', '구독경제'를 이끌어 가고 있다.

2) 에코부머 세대의 주거 현황 및 주거 선호

(1) 주거 현황

2021 주민등록인구통계 자료에 의하면, 이들은 현재 1인 가구의 수가 비율이 가장 높고, 그다음 자녀가 있는 부부, 자녀가 없는 부부가 차지했다. 30세에서 34세의 그룹에서는 1인 가구가 460,777명, 2인 가구는 248,270명, 3인 가구는 95,115명 순으로 많았다. 35세에서 39세의 그룹에서는 1인 가구가 236,825명, 3인 가구가 270,058명, 2인 가구가 236,825명이었다. 40세에서 44세의 그룹에서는 1인 가구가 347,662명, 3인 가구가 261,646명, 2인 가구가 226,318명 순으로 차지했다. 이를 보면 에코부머 세대는 1인 가구의 비율이 가장 높고, 나이가 증가해 결혼을 한 가구일수록 자녀가 있다는 것을 나타낸다.

[표 2-3] 2021 에코부머 세대 가구 유형별 인구 수

	1인 가구	2인 가구	3인 가구
30-34세	460,777명	248,270명	95,115명
35-39세	236,825명	236,825명	270,058명
40-44세	347,662명	226,318명	261,646명

*출처: 주민등록 인구 통계, 2021

오픈서베이의 2020 주거생활 트렌드 리포트에 의하면, 2020년 기준, 에코부머 세대의 대부분을 차지하는 1983-1992년생은 현재 '아파트/주상복합(62.8%)'에 가장 많이 거주하고, 거주 유형은 '자가(48.8%)'가 가장 많았다. 또한, 이들이 현재 집을 선택할 때 가격이 가장 큰 영향을 끼쳤다고 답했다.

(2) 주거 선호

에코부머 세대가 향후 희망하는 주택 형태는 ‘아파트’가 가장 우세하고 그다음은 단독 주택이었다. 또, 향후 3년 내 거주를 희망하는 면적으로 30평대를 가장 많이 꼽았다(김희정, 2020). 이들은 향후 거주를 희망하는 동네에는 ‘편리한 교통’이 우선적으로 갖추어져야 하고, 그 외, ‘상업/편의시설’과 ‘자연환경’이 좋은 ‘안전한 동네’ 순으로 희망했다. 또, 주택 내에 있어야 할 공간으로는 ‘드레스룸’, ‘다용도실’, ‘베란다’ 순으로 꼽았다(오픈서베이, 2019).



3_2010년 이후 아파트 평면의 특성

1) 2010년 이후 중소형 APT 평면 특성

2010년 이후 지어진 건설사 아파트의 평면 중 85m², 59m²의 보편적인 평면을 분석하였다.

2010년 이후 분양된 85m² 평면은 대부분 침실 3개, 화장실 2개의 전형적인 구조이다. 대부분 4 베이의 구조이고, 알파룸이 없는 평면이 더 많았다. 또한, 대부분의 집이 가변형이 아니었고, 침실 안에 드레스룸이 존재하였다. 2010년 이후 분양된 59m² 평면 또한 대부분 침실 3개, 화장실 2개의 전형적 구조이다. 3베이의 구조가 우세했고, 알파룸은 없는 평면이 많았다. 또한, 대부분의 집은 가변형이 아니었고 방 안 드레스룸이 없는 평면이 우세했다.

다음 [표 2-4]에서 2010년 이후 각 건설사의 대표적인 중소형 아파트 평면의 특징을 정리하였다.

[표 2-4] 최근(2010년 이후) 중소형 APT 평면

	래미안 리더스원 (85m ²)	힐스테이트 대명 센트럴 (85m ²)	e편한세상 영종 국제도시 센텀베뉴 (85m ²)	래미안 대치 팰리스 (59m ²)
평면				
위치	서울특별시 서초구 서운로 62	대구광역시 남구 대명동 221-1번지 일원	인천광역시 중구 중산동 1871-1번지 일원	서울특별시 강남구 대치동 633번지 일대
세대	총 1,317세대 (일반분양 232세대)	1,089세대	총 1,409세대	총 1,608세대 (일반분양 162세대)
입주일	2020년 9월	2024년 12월 예정	2023년 3월 예정	2015년 9월

		래미안 리더스원 (85m ²)	힐스테이트 대명 센트럴 (85m ²)	e편한세상 영종 국제도시 센텀베뉴 (85m ²)	래미안 대치 팰리스 (59m ²)
방의 크기, 구조	베이	4베이	4베이	4베이	3베이
	방 개수	3개	3개	3개	3개
	규모	85m ²	85m ²	85m ²	59m ²
	거실과 주방 연결성	완전히 트여 있음	완전히 트여 있음	완전히 트여 있음	완전히 트여 있음
	가변형	아님	침실 두 개 합칠 수 있음	없음	없음
	알파룸	없음	팬트리, 현관 옆 창고, 다용도실	팬트리	없음
	중문	있음	유상 옵션	옵션	옵션
	현관 벤치	없음	없음	없음	없음
거실	거실 면	1면 트여 있음	1면 트여 있음	1면 트여 있음, 1면은 전용정원과 연결	1면 트여 있고 1면은 발코니와 연결
	아트월	주방 아트월 연장 가능	없음	있음	없음
부엌 및 식당	부엌 형태	ㄷ형	ㄷ형	형	—형
	부엌 타입	오픈형	오픈형 (보조주방 옵션)	오픈형	오픈형
	식사 공간	LDK 형태 (약간 분리)	LDK 형태 (약간 분리)	LDK 형태 (약간 분리)	없음
화장실	화장실 개수	2개	2개	2개	2개
	화장실 타입	습식	습식	습식	습식
	욕조	현관 옆 화장실에 있음	현관 옆 화장실에 있음	현관 옆 화장실에 있음	현관 옆 화장실에 있음
	세면대와의 분리	합쳐진 형태	합쳐진 형태	합쳐진 형태	합쳐진 형태
침실	침실 개수	3개	3개	3개	3개
	드레스룸	침실 안	침실 안	침실 안	없음

2) 건설사들의 특화 평면 특성

최근 각 건설사들은 주거 트렌드에 맞는 특화 평면을 개발 중이다. 코로나19 이후의 변화된 라이프 스타일을 반영한 평면이 많았다. 이 평면은 바이러스 살균 등 쾌적성을 높이는 구조와 재택근무를 위한 공간이 있는 등, 코로나19 이후 바뀐 라이프 스타일을 반영해 평면이 설계되어 있다.

코로나19 이외에도 현재 주부들의 주거 요구와 현재의 트렌드를 반영한 특화 평면 또한 있었다. 특히 SK 건설의 ‘캥거루 하우스’는 육아를 하는 맞벌이 부부와 부모와 같이 사는 30~40대 자녀 비율이 높아지고 있는 트렌드를 반영해 삼대가 같이 살 수 있는 구조를 설계하였다. 다음 [표 2-5]는 건설사에서 2010년 이후 분양 중인 특화 평면을 나타낸다.

[표 2-5] 건설사의 특화 평면

	금호산업 ‘CURE SPACE’	SK건설 ‘캥거루 하우스’	대우산업 ‘살림착착’
평면			
특징	- Cure pantry(클린룸 + 팬트리 공간), 현관에서 거실로 들어서는 길목에 별도의 공간 조성. - 팬트리를 비롯한 에어샤워 청정기, 브러시 청정기, 의류관리기 등이 설치되어 집 안으로 들어서기 전에 옷과 몸에 묻었던 먼지, 이물질 등을 미리 세탁하고 바이러스를 차단 가능 - 내부에는 ‘CURE OFFICE’를 배치해 홈 오피스를 조성할 수 있도록 조성. 업무 공간과 집 안을 분리해 쾌적한 오피스 환경을 만들어 주며, 홈 스쿨링을 위한 공간으로도 사용 가능	- 육아를 하는 맞벌이 부부와 부모와 같이 사는 30~40대 자녀 비율이 높아지고 있는 트렌드를 반영해 캥거루 하우스 평면도 도입 - 이 평면은 84㎡ 평형 5베이 판상형 구조로, 단위세대 실 사용 면적을 극대화하고, 원·투룸 옵션을 적용하면 별도의 독립공간으로 생활할 수 있음 - 소형가구, 청년층 위주로 세대 분리형 임대도 가능	- 대형 창고와 세탁실, 그리고 주방을 원스톱으로 연결해 주부의 가사 동선을 최적화할 수 있도록 설계 - 현관, 복도, 주방, 침실, 욕실, 발코니 등에는 이안 수납 시스템이 적용되어 입주민의 편의성을 높임

*출처: 금호산업, SK건설, 대우산업 공식 홈페이지

4_주거 기능에 대한 선행연구 고찰

1) 주거 기능의 정의

주거 기능이란 초기에는 가장 기본적인 기능인 보호와 안전, 부부 생활과 자녀 양육 및 교육, 가족 간의 결합과 단란 등의 기능들을 축으로, 최근에는 기본적인 안전성뿐만 아니라 생활환경의 쾌적성과 편리성 그리고 자아실현, 자기표현 등에 관한 기능도 중요시되고 있다.

2) 주거 기능 선행연구 고찰

국내 주거 기능에 관해 선행연구를 진행한 결과[표 2-5], 대부분의 주거 기능은 뉴노멀 시대 이전의 주거 기능을 나타냈다. 선행연구에서의 주거 기능은 가장 기본적인 기능인 보호와 안전과 더불어 생활의 쾌적성, 편리성, 자아실현, 경제성 등의 기능 또한 중요시되고 있었다(박종혜, 신경주, 2012).

하지만, 최근 사회환경이 급변하고 집에서의 시간이 늘어나며 라이프 스타일이 변화한 것이 반영된 기능은 없었다. 재택근무, 온라인 수업, 홈 짐 등 원래는 '집 밖'에서 수행되었던 기능들을 반영하는 주거 기능은 없었다.

[표 2-6] 주거 기능 선행연구 고찰

연도	저자	주거 기능에 관한 문헌 고찰
1976	조성기·김일진	안전성, 쾌적하고 건강한 환경, 휴양과 위락, 능률적인 가사 처리, 단란과 독립성, 개개인의 인격 형성에 기여, 경제적인 주택
1982	윤장섭	가족생활의 보호와 유지, 가족의 결합과 단란, 부부 생활과 양육 및 인간 형성, 가족의 보건과 휴식 및 재생산, 가사 노동의 터전
1986	박병전	부부 생활과 자녀 양육, 가족 구성원의 정서적 안정
1987	신경주	가족의 외적 약조건에서의 보호, 생업의 장소, 가족 단란, 가족 교육, 부부 생활과 자녀 교육장소, 가족 휴양 및 보호의 기능, 가족을 위한 가사노동
1995	윤정숙	안전성, 보건성, 편리성, 쾌적성
1997	윤복자 교수 연구실	보호처, 안전, 공간, 프라이버시, 사회적 상호작용, 가족의 결속력, 경제성, 자기표현, 창의성과 미, 존중감, 자아실현
1997 /2005	강순주·김상희 /신경주	매슬로의 욕구위계론에 따른 생리적인 욕구, 보호와 안전 욕구, 사회적 욕구, 자아 존중 욕구 (쾌적성, 안전성, 편리성, 표현성)
2011	윤정숙·최윤정	안전성, 보건성, 편리성, 쾌적성, 경제성, 사회성
2012	박종혜·신경주	안전성, 쾌적성, 편리성, 독립성, 경제성, 사회성, 휴식성, 표현성
2018	김진수	안전성, 쾌적성, 편리성, 독립성, 경제성, 사회성, 휴식성, 표현성

03. 심층 인터뷰

1_심층 인터뷰

심층 인터뷰는 조사 도구 개발 전 예비 조사와 에코부머 세대의 개괄적인 뉴노멀 시대의 주거에 대해 의견을 듣기 위한 목적으로 진행되었다. 조사는 2021년 7월 9일부터 7월 21일까지 실시되었다. 조사 대상은 에코부머 세대 중 지배적인 유형이었던 1인 가구, 자녀 없는 부부, 자녀 있는 부부를 각 두 팀씩 조사하였다. 조사는 대면 및 화상 인터뷰를 통해 한 시간 정도 대화를 나누는 형식으로 진행되었다.

[표 3-1] 심층 인터뷰 개요

구분	내용
대상	- 에코부머 세대(1979-1992) 6팀 - 1인 가구(2인), 자녀 없는 부부(2팀), 자녀 있는 부부(2팀)
모집	- 지인 추천 등으로 섭외
기간	- 2021년 7월 9일 - 7월 21일
방법	- 대면 및 화상 인터뷰 진행(60분 내외) - 질문에 자유롭게 응답하고 부부는 서로 대화하는 방식으로 진행
내용	- 코로나19 이후 집에서의 일상생활 변화 - 코로나19 이후 심리적 변화 및 불편 사항 - 코로나19 이후 주거 선호 등

1) 1인 가구(2인)

- 연령: 1987년생(A 씨) & 1981년생(B 씨)
- 거주 지역: 서울시(A 씨) & 경기도(B 씨)
- 주택 유형: 오피스텔(A 씨) & 오피스텔(B 씨)
- 점유 형태: 월세(A 씨) & 전세(B 씨)

- 집에 있는 시간이 증가해 취미생활을 위한 공간 필요

“취미생활을 하는 공간이 (필요하다는 게) 이것도 100% 공감을 하는 게 예전에는 몰랐는데 요즘에는 집에 있는 시간이 있으니까, 집이 공간이 분리가 안 되어 있잖아요. 공간을 아예 분리하고 싶어서 이사 가면 공간 분리된 곳으로 가려고요. 그래서 저는 공간이랑 취미생활하는 공간을 아예 (분리하고 싶어요). 운동을 하는 방이 만약에 필요하다고 하고 계속 이런 형태가 계속된다고 하면, 그렇게 집을 구해야 될 것 같다는 생각이 들고...”

- B 씨

- 집 안에 외부 공간 선호

“집에서 아무래도 모이는 시간이 많다 보니까 텍크, 루프탑, 발코니 이런 게 있으면 참 좋겠다는 생각을 했었어요. 베란다도 없고 오피스텔이어서 베란다가 있을 수는 없지만... 날씨 좋은 날은 밖에서 놀고 싶을 때도 있고 한테 (집 안에서는) 그렇게 할 수가 없으니까 조금 아쉽기는 하더라고요.”

- A 씨

2) 자녀 없는 부부(2팀)

- 연령: 1983년생, 1984년생(C 부부) & 1990년생, 1990년생(D 부부)
- 거주 지역: 서울시 용산구(C 부부) & 서울시 종로구(D 부부)
- 주택 유형: 아파트(C 부부) & 아파트(D 부부)
- 점유 형태: 전세(C 부부) & 자가(D 부부)

• 재택근무를 위한 환경 필요

“방음이 조금 덜 되기는 하죠. 사실 아내가 밖에 있을 때 전화 소리가 들리니까 그런 제 방음 문제가...” - C 부부

“만약에 확진자가 나와서 재택근무를 하라고 하면은 당황스러운 것 같기는 해요. 왜냐하면 당장 집에 사무공간이 있는 것도 아니고 그냥 갖춰져 있지 않기 때문에 조금 당황스러운 것 같아요.”

- D 부부

• 개인 공간의 필요성 증가

“예전보다는 제 방 욕구, 방이 하나씩 더 있었으면 좋겠어요. 코로나 19 이후로 집이 더 넓어졌으면 좋겠다는 생각이 듭니다.” - C 부부

“그것도 일을 하다 보니까 개인 공간은 확실히 필요한 것 같아요. 진짜 뭐 그냥 블라인드 천막이라도 쳐주던가 그런 거라도 필요한 것 같아요.” - D 부부

• 같이 있는 시간이 늘수록 심리적 스트레스 증가

“저희 둘만 있어도 소음이 섞이는 거에 대한 스트레스가 되게 큰데 만약에 애들이랑 같이 생활하면 정말 이제는 각방을 써야 되지 않을까(애들끼리도). 그런 생각이 들어요. 너무 하루 종일 같이 있으니까 힘들다는 거예요. 근데 이것을 터를 낼 수가 없잖아요. 정 없어 보이니까.”

- D 부부

3) 자녀 있는 부부(2팀)

- 연령: 1981년생, 1982년생(E 부부) & 1986년생, 1988년생(F 부부)
- 자녀 연령: 8세, 5세(E 부부) & 2세(F 부부)
- 거주 지역: 경기도 시흥시(E 부부) & 서울시(F 부부)
- 주택 유형: 아파트(E 부부) & 아파트(F 부부)
- 점유 형태: 전세(E 부부) & 월세(F 부부)

• 가사 일에 대한 부담 증가

“아시다시피 회사에서 회식을 금지해서 밖에서 저녁 먹고 그런 것은 없으니까 집에서 더 식사하는 것은 늘어난 것 같아요. 설거지나 요리가 당연히 늘어서 그런 가사 일에 대한 부담이 는 것은 사실인 것 같아요.”
- E 부부

• 쾌적성을 높여주는 가구의 필요성 증가

“너무 설거지를 많이 해야 돼요. 삼시 세끼를 해 먹잖아요, 요즘에. 그래서 그거는(식기세척기) 너무 가지고 싶은데.”
- E 부부

“이제 침대에 누워서 빔 프로젝터가 거실에 있어서 아쉬워서 침대에 누워서도 볼 수 있는 작은 빔 프로젝터가 있으면 좋겠다.”
- E 부부

“저는 그냥 제 작은방에다가 그 파워랙이라고 헬스장 가면 뭔지 아시죠? 폭 들어가서 하는 것. 그거 하나 놓을 것 같아요. 다 할 수 있는.”
- F 부부

• 넓은 야외공간(베란다)의 필요성 증가

“저희가 대부분 발코니 확장이 되어 있으니까 침실에만 있어요. (발코니가) 빨래 건조대까지 있어서 굉장히 협소한데 그 공간이 조금 더 유일하게 외부와 만날 수 있는 공간이니까 그 공간을 어떻게든 꾸며보려고 애를 썼는데 너무 좁아서 각이 안 나오더라고요. 사실 거기를 저는 약간의 홈 바처럼 꾸미고 싶었거든요. 그런데 너무 공간이 협소해서 그냥 안 했습니다.”
- E 부부

4) 인터뷰 종합

설문 도구 개발을 위해 진행하였던 6팀의 의견을 종합해 보자면 다음 [표 3-2]와 같다. 가구 유형별로 두드러지는 특징은 없었지만, 이들 모두 코로나19 이후 주생활에서 불편한 점이 증가했다고 토로했다. 모든 유형의 공통점으로는 집의 공간 분리를 원하는 것, 집 안에 야외와 접할 수 있는 공간을 희망하는 것, 개인 공간이 더욱 필요해진 것이 있었다.

[표 3-2] 심층 인터뷰 종합 의견

가구 유형	인터뷰 내용
1인 가구	• 집의 크기가 커지는 것을 원함 • 재택근무를 위한 공간을 원함 • 집에 있는 시간이 증가해 취미생활을 위한 공간 필요 • 집 안에 외부 공간 선호
자녀 없는 부부	• 개인 공간의 필요성이 더욱 커진 것을 느낌 • 재택근무를 위한 환경 필요 • 같이 있는 시간이 늘수록 심리적 스트레스 증가
자녀 있는 부부	• 집에서 자녀와 보내는 시간 매우 증가함 • 친목 활동 매우 감소 • 쾌적성을 높여주는 가구의 필요성 증가 • 넓은 야외공간(베란다)의 필요성 증가 • 가사 일에 대한 부담 증가

2_조사 도구 개발

에코부머 세대의 코로나19 이후 뉴노멀 시대에 주거 문제에 대한 생각을 6팀의 심층 인터뷰를 통해 알 수 있었다. 본 연구에서는 연구의 목적과 심층 인터뷰 결과를 토대로 설문조사 도구를 개발하였다.

1) 조사 도구의 구성

설문지는 뉴노멀 시대의 주거 기능을 정립하기 위한 질문과 평면을 제안하기 위한 질문으로 구성하였다. 주거 기능을 정립하기 위해서 코로나19 이후 일상생활 행위 변화에 관해 설문지를 구성하였다. 평면을 제안하기 위해서는 심리적 변화 및 주거공간 선호, 세대 평면 선호에 관해 설문지를 구성하였다.

뉴노멀 시대의 주거 기능을 정립하기 위한 항목으로는 일상생활 행위 변화 59문항으로 구성하였다. 이때, 일상 행위 59문항은 통계청의 2019 생활시간 조사를 참고해 주거공간에서 행해지는 행위를 추리고 본 연구의 목적에 맞게 보완해 개인 유지에 관해 8문항, 업무 및 학습 활동에 관해 10문항, 가정 관리 활동에 관해 12문항, 가족 및 가구원 돌보기 활동에 관해 10문항, 문화, 여가 및 친목 활동에 관해 19문항으로 구성하였다.

평면을 제안하기 위한 항목으로는 주거공간 선호에 관한 문항 15문항, 심리적 변화에 관한 21문항, 세대 평면 선호에 관해 30문항을 구성했다. 이때, 세대 평면 선호에 관한 문항은 집의 구조, 크기에 관해 9문항, 거실에 관해 5문항, 부엌 및 식사 공간에 관해 7문항, 침실에 관해 4문항, 화장실에 관해 5문항으로 구성했다. 그리고 사회·인구학적 및 주거 특성 9문항으로 구성했다.

코로나19 이후 심리적 변화 및 주거공간 선호의 항목은 앞의 심층 인터뷰와 선행연구를 참고해 구성하였다. 심리적 변화에 관한 항목은 주거 생활과 관련된 심리적 변화에 관한 문항으로 구성하였다. 주거공간 선호에 관한 항목은 선행연구를 통해 개방 추구, 가변 추구, 장식 추구, 다기능 추구의 4가지 요인에 관해 질문하였다(모정현 외, 2013). 세대 평면 선호에 관해서는 선행연구를 통해 집의 구조 및 크기, 거실, 식당 및 주방, 침실, 화장실의 다섯 가지 영역에 관해 질문하였다.

본 설문의 문항 구성은 다음과 같다.

[표 3-3] 조사 도구의 문항 구성

측정 변인		조사 도구의 문항	문항 수
조사 대상자 특성	사회인구학적 특징 (5)	성별/평균연령/학력/연령집단/월 소득	5
	주거 특성 (4)	주택 유형/점유 형태/주택 규모/거주 기간	4
주거 기능 정립	일상생활 행위 변화 (88)	개인 유지	8
		업무/학습 활동	10
		가정 관리	12
		가족 및 가구원 돌보기	10
		문화, 여가 및 친목	19
		보유/희망 가전	29
	심리변화 및 주거공간 선호 (21)	심리적 측면	6
		주거공간 선호와 태도 변화	15
평면 제안	세대 평면 선호 (30)	집의 구조 크기	9
		거실	5
		식당 및 주방	7
		침실	4
		화장실	5
전체 문항 수			148

04. 연구 결과 및 해석 Part 1: 뉴노멀 시대의 주거 기능

1_조사 대상자의 사회·인구학적 특성

서울시에 거주하는 에코부머 세대 300명을 대상으로 설문을 진행했다. 이때, 설문 대상은 에코부머 세대의 가장 대표적인 유형인 1인 가구, 자녀 없는 부부, 자녀 있는 부부로 각 100명씩 구성했다.

1) 조사 대상자의 사회·인구학적 특성

사회 인구학적 특성은 여성이 남성보다 많았고, 성별은 35세부터 39세까지가 가장 많이 분포했다. 월 가구 소득은 300만 원 이상에서 500만 원 미만이 가장 많았다.

이들의 주거 특성은 주택 유형은 '아파트'가 압도적으로 많았고, 점유 형태는 '자가주택'이 가장 많았다. 주택 규모는 '20평대'가 가장 많았고 거주 기간은 '2년 이상 5년 미만'의 거주 기간이 가장 많았다.

조사 대상자의 사회·인구학적 특성은 다음 [표 4-1]과 같다.

[표 4-1] 사회·인구학적 특성

(n=300)

		1인 가구 (n ₁ =100)	자녀 없는 부부 (n ₂ =100)	자녀 있는 부부 (n ₃ =100)	전체
성별	남	46	39	48	133
	여	54	61	52	167
나이	30~34	39	32	15	86
	35~39	37	41	40	118
	40~43	24	27	45	96
	평균연령	36.3	36.9	38.2	37.1
월 소득	200만 원 미만	9	2	2	13
	200만 원 이상 300만 원 미만	28	8	3	39
	300만 원 이상 500만 원 미만	42	25	31	98
	500만 원 이상 700만 원 미만	14	34	32	80
	700만 원 이상	7	31	32	70
주택 유형	일반단독	12	3	4	19
	다가구, 다세대	28	23	11	62
	아파트	35	67	78	180
	연립주택	8	6	7	21
	오피스	14	1	0	15
	기타	3	0	0	3
점유 형태	자가주택	36	43	70	149
	전세	41	54	27	122
	월세	21	3	3	27
	무상	2	0	0	2
주택 규모	10평대 미만	50	26	4	80
	20평대	31	45	40	116
	30평대	16	25	44	85
	40평대 이상	3	4	12	19
거주 기간	1년 미만	16	19	6	41
	1년 이상 2년 미만	26	27	15	68
	2년 이상 5년 미만	34	36	31	101
	5년 이상 7년 미만	9	13	22	44
	7년 이상	15	5	26	46

2_코로나19 이후 일상생활 행위 변화

일상생활 행위 변화의 항목은 코로나19 이전과 이후의 변화를 물어보는 설문으로 구성했다. 척도는 -2점에서 2점으로, -2점은 코로나19 이후 매우 줄어듦, -1점은 조금 줄어듦, 0점은 변화 없음, 1점은 조금 늘어남, 2점은 매우 늘어남이다.

1) 코로나19 이후 개인 유지 활동의 변화

코로나19 이후 개인 유지 활동은 '환기, 소독, 살균 등의 빈도'와 '개인위생(샤워, 목욕 등) 관리 정도'가 각각 0.96점과 0.70 정도가 증가해 눈에 띄게 증가한 것을 알 수 있다. 이후 '간식 및 음료를 섭취하는 빈도', '위생 관련 가전(의류 관리기, 공기청정기 등)을 구입', '식사하는 빈도', '수면시간', '한 끼 식사하는 시간' 순으로 코로나19 이후 개인 유지 활동의 빈도가 증가했다. '병원 가는 횟수'는 코로나19 이후 감소한 유일한 개인 유지 활동이었다(표 4-2).

코로나19 이후 확실히 사람들은 개인위생과 바이러스에 대해 대비하려는 것을 알 수 있었다. 환기, 소독, 살균 등의 빈도가 늘어난 것, 이와 관련된 위생 가전을 구입한 것 등을 보면 알 수 있다. 또, 이와 같은 맥락으로 병원 가는 횟수는 감소한 것임을 알 수 있다.

주거공간에서도 환기, 소독, 살균 등이 더욱 편리하게 진행될 수 있도록 개선될 것이 필요한 것으로 보인다. 편리한 환기 시스템, 현관의 소독, 살균 시스템 등이 그 예가 될 수 있다.

[표 4-2] 코로나19 이후 집에서 하는 개인 유지 활동 변화

개인 유지 활동	매우 줄어듦	조금 줄어듦	변화 없음	조금 늘어남	매우 늘어남	전체	평균
수면시간	6 (2.0)	49 (16.3)	139 (46.3)	90 (30.0)	16 (5.3)	300 100.0	0.20
한 끼 식사하는 시간	7 (2.3)	41 (13.7)	152 (50.7)	86 (28.7)	14 (4.7)	300 100.0	0.20
식사하는 빈도	5 (1.7)	31 (10.3)	142 (47.3)	101 (33.7)	21 (7.0)	300 100.0	0.34
간식 및 음료를 섭취하는 빈도	3 (1.0)	34 (11.3)	109 (36.3)	133 (44.3)	21 (7.0)	300 100.0	0.45
개인위생(샤워, 목욕 등) 관리 정도	1 (0.3)	11 (3.7)	105 (35.0)	144 (48.0)	39 (13.0)	300 100.0	0.70
환기, 소독, 살균 등의 빈도	1 (0.3)	9 (3.0)	65 (21.7)	150 (50.0)	75 (25.0)	300 100.0	0.96
병원 방문 횟수	18 (6.0)	85 (28.3)	134 (44.7)	51 (17.0)	12 (4.0)	300 100.0	-0.15
위생 관련 가전 구입	1 (0.3)	12 (4.0)	175 (58.3)	97 (32.3)	15 (5.0)	300 100.0	0.38
전체 평균							0.38

*-2(매우 줄어듦), -1(조금 줄어듦), 0(변화 없음), 1(조금 늘어남), 2(매우 늘어남) 으로 측정하였음

2) 코로나19 이후 업무 및 학습 활동의 변화

코로나19 이후 집에서의 업무 및 학습 행위 중 ‘일, 회의’의 빈도가 0.40으로 가장 크게 증가했다. 이후 ‘온라인 플랫폼을 통해 강의 수강’, ‘학원 수업, 온라인 강의를 수강’, ‘학습 활동을 위한 공간 마련’, ‘업무를 위한 공간, 가구, 가전을 마련’, ‘자율 학습’, ‘구직활동’, ‘학교 수업을 들음’ 순으로 증가했다. ‘창업 활동’과 ‘학교 수업 중 휴식’은 코로나19 이후 오히려 감소했다(표 4-3).

늘어난 비대면 업무와 화상 회의 등으로 인해 집에서의 업무/학습 빈도가 증가한 것을 알 수 있다. 다만, 온라인 설문의 대상이 에코부머 세대(1979-1992년생)이기 때문에 학습과 관련된 행위는 변화가 많이 없는 것으로 예상된다.

집에서의 업무, 학습 빈도가 늘어났고, 업무를 위한 공간을 마련한 빈도가 늘어난 것으로 보아 앞으로의 주거공간에서도 이를 위한 공간이 필요할 것으로 보인다.

[표 4-3] 코로나19 이후 집에서 하는 업무 및 학습 활동 변화

업무 및 학습	매우 줄어듦	조금 줄어듦	변화 없음	조금 늘어남	매우 늘어남	전체	해당 없음	평균
일, 회의 등	14 (4.7)	25 (8.3)	79 (26.3)	81 (27.0)	32 (10.7)	231 (77.0)	69 (23.0)	0.40
업무를 위한 공간, 가구, 가전 마련	7 (2.3)	25 (8.3)	122 (40.7)	71 (23.7)	6 (2.0)	231 (77.0)	69 (23.0)	0.19
구직활동	5 (1.7)	25 (8.3)	126 (42.0)	42 (14.0)	4 (1.3)	202 (67.3)	98 (32.7)	0.07
창업 활동	10 (3.3)	20 (6.7)	123 (41.0)	33 (11.0)	2 (0.7)	188 (62.7)	112 (37.3)	-0.02
학교 수업 들음	8 (2.7)	21 (7.0)	109 (36.3)	22 (7.3)	8 (2.7)	168 (56.0)	132 (44.0)	0.01
학교 수업 중 휴식	9 (3.0)	26 (8.7)	104 (34.7)	24 (8.0)	5 (1.7)	168 (56.0)	132 (44.0)	-0.06
자율 학습	9 (3.0)	15 (5.00)	98 (32.7)	43 (14.3)	10 (3.3)	175 (58.3)	125 (41.7)	0.17
학습 활동을 위한 공간 마련	7 (2.3)	14 (4.7)	111 (37.0)	53 (17.7)	6 (2.0)	191 (63.7)	109 (36.3)	0.19
학원 수업, 온라인 강의 수강	10 (3.3)	23 (7.7)	91 (30.3)	61 (20.3)	13 (4.3)	198 (66.0)	102 (34.0)	0.22
온라인 플랫폼 통해 강의 수강	9 (3.0)	16 (5.3)	94 (31.3)	74 (24.7)	16 (5.3)	209 (69.7)	91 (30.3)	0.34
전체 평균								0.21

*-2(매우 줄어듦), -1(조금 줄어듦), 0(변화 없음), 1(조금 늘어남), 2(매우 늘어남) 으로 측정하였음

3) 코로나19 이후 가정 관리 활동의 변화

코로나19 이후 가정 관리 활동은 ‘배달음식 주문’ 0.97점, ‘온라인으로 장보기’ 0.92점, ‘온라인 쇼핑(장보기 제외)’ 0.75점, ‘가정식을 만들’ 0.61점, ‘식사 준비, 식후 정리’ 0.59점, ‘청소 및 정리정돈’ 0.55점, ‘쓰레기(음식물 쓰레기 포함)를 분리수거 및 버리기’ 0.50점, ‘청소 세탁기 등 가정용품을 관리’ 0.50점으로 0.5 이상 증가하여 눈에 띄게 증가했다. 이후에는 ‘의류를 세탁, 건조, 다림질 및 옷 정리’, ‘간식/비일상적 음식을 만들’, ‘가구, 배치 등 인테리어 교체’, ‘주거 및 가정용품 관련 서비스를 받음’ 순으로 증가했다. 코로나19 이후 가정 관리 활동의 빈도는 모두 증가했고 감소한 항목은 없었다(표 4-4).

가정 관리 활동의 빈도가 모두 증가한 것으로 보아 코로나19 이후 확실히 사람들의 집에 있는 시간이 증가한 것을 알 수 있다. 또, 배달음식을 주문하는 빈도나 온라인 장보기나 쇼핑의 빈도가 매우 증가한 것으로 보아 외부와 접촉하며 식사하는 것을 꺼리는 것을 알 수 있고, 집에서 간편히 먹을 수 있고 장을 볼 수 있는 편리함을 추구하는 것을 알 수 있다. 다만, 이 설문은 에코부머 세대를 대상으로 진행한 것이기 때문에 편리함을 추구하는 것은 에코부머의 특성일 수 있다.

이를 보면 집에서 배달음식이나 택배를 받는 빈도가 매우 증가할 것을 알 수 있는데, 이러한 택배나 배달음식의 내용물을 잘 받을 수 있는 공간의 마련이 필요함을 알 수 있다. 현관이나 현관 앞쪽의 배달, 택배 받는 시스템의 설치와 이로 인해 늘어난 쓰레기에 대한 대책이 필요함을 알 수 있다.

[표 4-4] 코로나19 이후 가정 관리 활동의 변화

가정 관리	매우 줄어듦	조금 줄어듦	변화 없음	조금 늘어남	매우 늘어남	전체	평균
식사 준비, 식후 정리	2 (0.7)	11 (3.7)	129 (43.0)	123 (41.0)	35 (11.7)	300 (100.0)	0.59
배달음식을 주문	0 (0.0)	16 (5.3)	54 (18.0)	154 (51.3)	76 (25.3)	300 (100.0)	0.97
가정식을 만들	0 (0.0)	20 (6.7)	110 (36.7)	137 (45.7)	33 (11.0)	300 (100.0)	0.61
간식 만들	1 (0.3)	22 (7.3)	147 (49.0)	113 (37.7)	17 (5.7)	300 (100.0)	0.41
의류를 세탁, 건조, 다림질 및 옷 정리 등	2 (0.7)	19 (6.3)	149 (49.7)	110 (36.7)	20 (6.7)	300 (100.0)	0.42
청소 및 정리정돈	1 (0.3)	10 (3.3)	141 (47.0)	121 (40.3)	27 (9.0)	300 (100.0)	0.55
쓰레기(음식물 쓰레기 포함)를 분리수거 및 버리기	1 (0.3)	11 (3.7)	140 (46.7)	118 (39.3)	30 (10.0)	300 (100.0)	0.50
청소기, 세탁기 등 가정용품 관리	0 (0.0)	8 (2.7)	158 (52.7)	111 (37.0)	23 (7.7)	300 (100.0)	0.50
온라인 쇼핑 (장보기 제외)	1 (0.3)	14 (4.7)	95 (31.7)	138 (46.0)	52 (17.3)	300 (100.0)	0.75
온라인으로 장보기	0 (0.0)	12 (4.0)	73 (24.3)	141 (47.0)	74 (24.7)	300 (100.0)	0.92
주거 및 가정용품 관련 관리 서비스를 받음	2 (0.7)	12 (4.0)	201 (67.0)	70 (23.3)	15 (5.0)	300 (100.0)	0.28
가구, 배치 등 인테리어 교체	2 (0.7)	15 (5.0)	181 (60.3)	85 (28.3)	17 (5.7)	300 (100.0)	0.33
전체 평균							0.57

* -2(매우 줄어듦), -1(조금 줄어듦), 0(변화 없음), 1(조금 늘어남), 2(매우 늘어남) 으로 측정하였음

4) 코로나19 이후 가족 및 가구원 돌보기 변화

가족 및 가구원 돌보기 활동의 항목에서는 에코부머 세대 중 자녀가 있는 세대 100명을 대상으로만 설문을 진행했다. 설문의 결과로는 코로나19 이후 ‘영유아와 놀아주거나 함께 스포츠 활동을 함’ 0.95점, ‘초등생과 놀아주거나 스포츠 활동을 함’ 0.88점, ‘영유아를 훈육하거나 공부를 가르침’ 0.78점, ‘영유아를 돌봄’ 0.70점, ‘중고생 아이를 훈육, 공부 지도, 학습지원을 함’ 0.70점, ‘초등생을 훈육, 공부 지도, 학습지원을 함’ 0.68점, ‘초등생을 돌봄’ 0.64점으로 0.5점 이상 눈에 띄게 증가한 것을 알 수 있다. 이후 ‘독립적인 성인이나 노인을 돌봄(일시적 또는 장기적인 질병 등의 이유로)’, ‘중고생 아이를 돌봄’ 순으로 증가했다. ‘중고생 아이와 놀아주거나 스포츠 활동을 함’의 빈도는 변화가 없었다(표 4-5).

가족 및 가구원 돌보기 항목은 다른 일상 행위에 비해 코로나19 이후 현저히 증가된 항목이 많았다. 이는 코로나19 이후 에코부머의 자녀들이 학교 또는 기관을 가지 못해 집에 있는 시간이 늘어나 이러한 결과가 나온 것으로 예상된다.

이를 보면 집에서 가족과 함께 있는 시간이 증가했기 때문에 주거공간에서 가족과 함께 있는 공간과 더불어 각자의 공간이 더욱 중요해짐을 알 수 있다. 가족과 같이 있을 때는 즐겁게 대화 또는 일상적 행위를 할 수 있고, 각자의 시간이 필요할 때는 프라이버시를 지켜주는 공간의 필요성이 증가할 것으로 예상된다.

[표 4-5] 코로나19 이후 가족 및 가구원 돌보기 변화

가구원 돌보기	매우 줄어듦	조금 줄어듦	변화 없음	조금 늘어남	매우 늘어남	전체	해당 없음	Mean
영유아를 돌봄	1 (0.3)	3 (1.0)	25 (8.3)	29 (9.7)	13 (4.3)	71 (23.7)	229 (76.3)	0.70
영유아를 훈육하거나 공부를 가르침	1 (0.3)	0 (0.0)	21 (7.0)	31 (10.3)	10 (3.3)	63 (21.0)	237 (79.0)	0.78
영유아와 놀아주거나 함께 스포츠 활동 함	0 (0.0)	2 (0.7)	16 (5.3)	28 (9.3)	17 (5.7)	63 (21.0)	237 (79.0)	0.95
초등생을 돌봄	1 (0.3)	4 (1.3)	16 (5.3)	12 (4.0)	11 (3.7)	44 (14.7)	256 (85.3)	0.64
초등생을 훈육, 공부 지도, 학습지원을 함	0 (0.0)	5 (1.7)	9 (3.0)	21 (7.0)	6 (2.0)	41 (13.7)	259 (86.3)	0.68
초등생과 놀아주거나 스포츠 활동을 함	0 (0.0)	2 (0.7)	12 (4.0)	16 (5.3)	11 (3.7)	41 (13.7)	259 (86.3)	0.88
중고생 아이를 돌봄	1 (0.3)	1 (0.3)	2 (0.7)	5 (1.7)	0 (0.0)	9 (3.0)	291 (97.0)	0.22
중고생 아이를 훈 육, 공부 지도, 학습 지원을 함	0 (0.0)	1 (0.3)	3 (1.0)	4 (1.3)	2 (0.7)	10 (3.3)	290 (96.7)	0.70
중고생 아이와 놀아 주거나 스포츠 활동 을 함	1 (0.3)	0 (0.0)	7 (2.3)	2 (0.7)	0 (0.0)	10 (3.3)	290 (96.7)	0.00
독립적인 성인이나 노인을 돌봄	2 (0.7)	5 (1.7)	23 (7.7)	13 (4.3)	4 (1.3)	47 (15.7)	253 (84.3)	0.26
전체 평균								0.58

*조사 대상자 중 자녀가 있는 경우만 응답하였음

*-2(매우 줄어듦), -1(조금 줄어듦), 0(변화 없음), 1(조금 늘어남), 2(매우 늘어남) 으로 측정하였음

5) 코로나19 이후 문화/여가 및 친목의 변화

코로나19 이후 ‘동영상 플랫폼(유튜브, 넷플릭스 등)을 시청’, ‘TV 시청’, ‘인터넷 정보 검색’ 이후 ‘아무것도 안 하고 쉬’의 빈도가 각각 0.91, 0.73, 0.72, 0.51점으로 눈에 띄게 증가했다. ‘홈 트레이닝’, ‘가족과 시간을 보냄’, 라디오, 음원, 음반 등 음악을 청취’, ‘SNS 활동’, ‘비대면(줌 미팅 등을 활용)으로 지인들과 시간을 보냄’, ‘온라인 게임’, ‘책, 신문, 잡지 등을 읽음’, ‘식물 기르기, 원예 활동’, ‘반려동물 돌봄’, ‘여가시간에 교양을 목적으로 학습’ 순으로 증가했다. 눈에 띄게 감소한 행위는 ‘공연, 전시 스포츠 경기 등 관람’ -0.71점, ‘영화관람’ -0.58점 순이다. 이후 ‘기타 문화, 취미활동(공예, 만들기 등)’, 집에 가족 및 지인(친구, 이웃 등) 초대해서 시간을 보냄’, ‘집단 게임 및 놀이(예시. 보드게임)’ 순으로 감소했다(표 4-6).

집에서 동영상 플랫폼 시청과 TV 시청, 인터넷 정보검색이 가장 많이 증가한 것으로 보아 사람들이 집에서 특별한 문화활동을 하지 않는 것으로 예상되었다. 또, 주목할 만한 결과로는 ‘홈 트레이닝’과 ‘비대면(줌 미팅 등을 활용)’으로 지인들과 시간을 보냄’의 빈도가 증가한 것인데, 코로나19 이전에는 일상적으로 하지 않는 주거공간에서의 행위여서 뉴노멀 시대의 새로운 주거 기능과 연결이 될 수 있다.

집에서 특별한 활동을 하지 않고 동영상 플랫폼이나 TV 시청, 인터넷 정보검색의 빈도가 가장 증가한 것으로 보아 집에서 취미활동을 할 수 있는 환경제공이 필요함을 알 수 있다. 집에서 수동적인 문화/여가 활동보다는 홈 트레이닝이나 다른 능동적인 취미 활동 등을 위한 공간이 필요함을 알 수 있다.

[표 4-6] 코로나19 이후 문화/여가 및 친목의 변화

문화/여가 및 친목	매우 줄어듦	조금 줄어듦	변화 없음	조금 늘어남	매우 늘어남	하지 않음	전체	평균
영화관람	104 (34.7)	33 (11.0)	58 (19.3)	54 (18.0)	16 (5.3)	35 (11.7)	300 (100.0)	-0.58
TV 시청	8 (2.7)	23 (7.7)	62 (20.7)	146 (48.7)	52 (17.3)	9 (3.0)	300 (100.0)	0.73
공연, 전시, 스포츠 경기 등 관람	97 (32.3)	45 (15.0)	64 (21.3)	42 (14.0)	8 (2.7)	44 (14.7)	300 (100.0)	-0.71
기타 문화, 취미활동 (공예, 만들기 등)	59 (19.7)	49 (16.3)	110 (36.7)	43 (14.3)	7 (2.3)	32 (10.7)	300 (100.0)	-0.41
책, 신문, 잡지 등을 읽음	13 (4.3)	38 (12.7)	127 (42.3)	96 (32.0)	14 (4.7)	12 (4.0)	300 (100.0)	0.21

문화/여가 및 친목	매우 줄어듦	조금 줄어듦	변화 없음	조금 늘어남	매우 늘어남	하지 않음	전체	평균
여가시간에 교양을 목적으로 학습	11 (3.7)	29 (9.7)	151 (50.3)	67 (22.3)	10 (3.3)	32 (10.7)	300 (100.0)	0.13
동영상 플랫폼을 시청	5 (1.7)	16 (5.3)	66 (22.0)	125 (41.7)	86 (28.7)	2 (0.7)	300 (100.0)	0.91
라디오, 음원, 음반 등 음악을 청취	3 (1.0)	22 (7.3)	136 (45.3)	106 (35.3)	23 (7.7)	10 (3.3)	300 (100.0)	0.43
인터넷 정보검색	3 (1.0)	5 (1.7)	113 (37.7)	127 (42.3)	50 (16.7)	2 (0.7)	300 (100.0)	0.72
SNS 활동	7 (2.33)	26 (8.67)	129 (43.00)	100 (33.33)	24 (8.00)	14 (4.67)	300 (100.0)	0.38
홈 트레이닝	7 (2.33)	24 (8.00)	109 (36.33)	104 (34.67)	32 (10.67)	24 (8.00)	300 (100.0)	0.47
온라인 게임	5 (1.67)	20 (6.67)	134 (44.67)	83 (27.67)	14 (4.67)	44 (14.67)	300 (100.0)	0.32
집단 게임 및 놀이 (다른 사람들과 하 는 게임)	25 (8.33)	33 (11.00)	120 (40.00)	51 (17.00)	7 (2.33)	64 (21.33)	300 (100.0)	-0.08
식물 기르기, 원예 활동	10 (3.33)	17 (5.67)	133 (44.33)	67 (22.33)	9 (3.00)	64 (21.33)	300 (100.0)	0.20
반려동물을 돌봄	4 (1.33)	27 (9.00)	105 (35.00)	46 (15.33)	8 (2.67)	110 (36.67)	300 (100.0)	0.14
아무것도 안 하고 쉬	8 (2.67)	22 (7.33)	111 (37.00)	108 (36.00)	38 (12.67)	13 (4.33)	300 (100.0)	0.51
가족과 시간을 보냄	13 (4.33)	23 (7.67)	104 (34.67)	123 (41.00)	29 (9.67)	8 (2.67)	300 (100.0)	0.45
집에 가족 및 지인을 초대해 시간을 보냄	48 (16.00)	39 (13.00)	106 (35.33)	55 (18.33)	13 (4.33)	39 (13.00)	300 (100.0)	-0.21
비대면으로(줌 미팅 등) 지인들과 시간을 보냄	6 (2.00)	15 (5.00)	126 (42.00)	76 (25.33)	18 (6.0)	59 (19.67)	300 (100.0)	0.35
전체 평균								0.23

*-2(매우 줄어듦), -1(조금 줄어듦), 0(변화 없음), 1(조금 늘어남), 2(매우 늘어남) 으로 측정하였음

6) 코로나19 이후 일상생활 행위 변화 종합

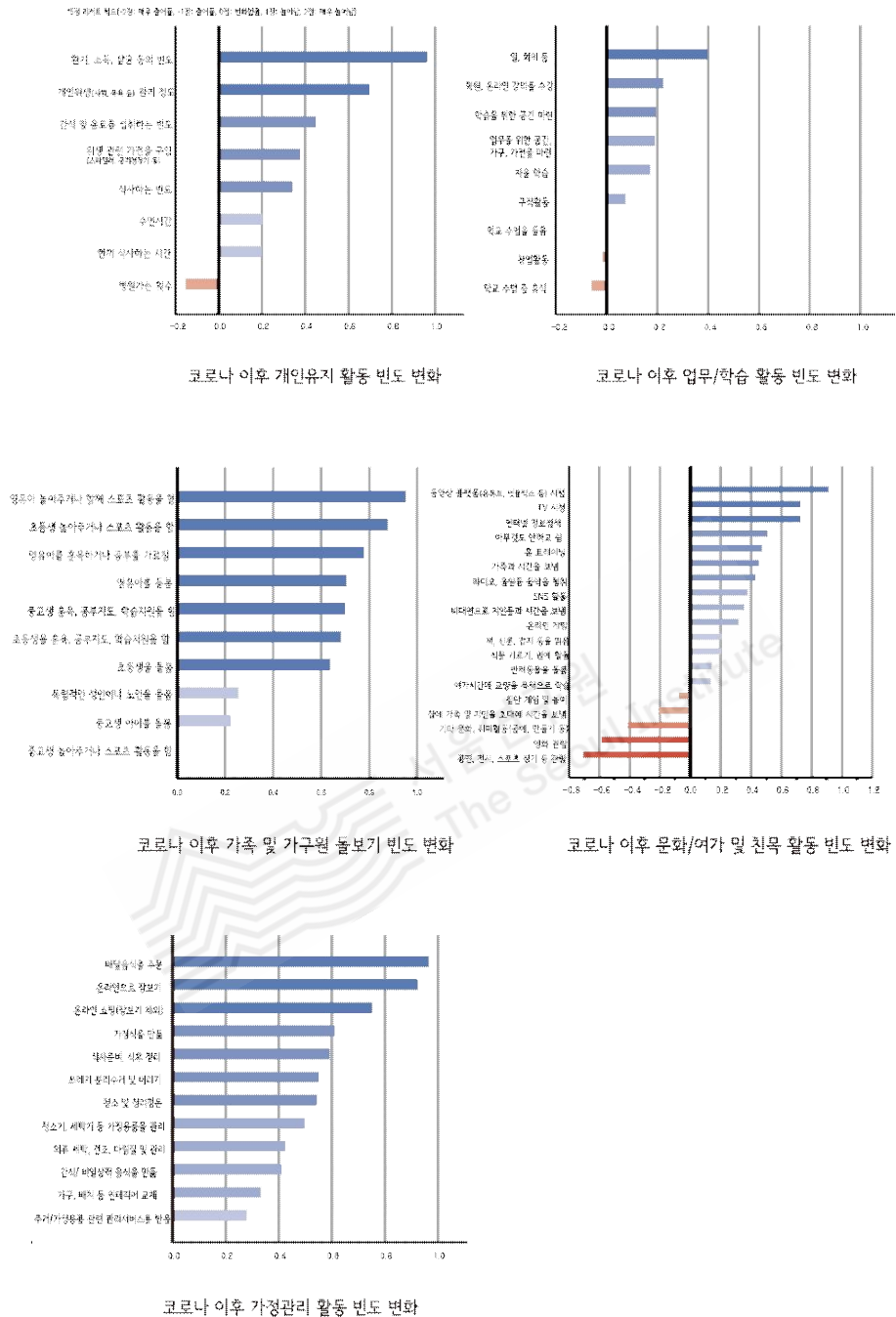
코로나19 이후 각 항목의 평균은 각각 개인 유지 0.38점, 업무 및 학습 활동 0.21점, 가정 관리 활동 0.57점, 가족 및 가구원 돌보기 0.58점, 문화/여가 및 친목활동 0.38점 증가했다. 세부 항목별로 감소하거나 변화가 없는 항목도 있지만, 모든 항목의 평균이 증가한 것을 보아 집에서의 활동이 모두 증가했음을 알 수 있다.

일상 행위 전체 항목 중 변화가 가장 큰 일상 행위 5가지는 ‘배달음식 주문’, ‘환기, 소독, 살균의 빈도’, ‘영유아와 놀아주거나 함께 스포츠 활동을 함’, ‘온라인 장보기’, ‘동영상 플랫폼 시청’ 순이다(표 4-7).

[표 4-7] 일상생활 행위 중 빈도 증가의 변화가 가장 큰 일상 행위

순위	행위	일상 행위	기능	평균
1	배달음식 주문	가정 관리	쾌적성	0.97
2	환기, 소독 살균의 빈도	개인 유지	쾌적성	0.96
3	영유아와 놀아주거나 함께 스포츠 활동을 함	가족 및 가구원 돌보기	사회성	0.95
4	온라인 장보기	가정 관리	쾌적성	0.92
5	동영상 플랫폼 시청	문화/여가 및 친목	휴식성	0.91

코로나19 이후 일상생활 행위 변화를 그래프로 나타낸 결과는 다음 [그림 4-1]과 같다.



[그림 4-1] 코로나19 이후 일상생활 행위 빈도 변화 그래프

3. 가구 유형별 코로나19 이후 일상생활 행위 변화 차이

에코부머 세대 가구 유형별(1인 가구, 자녀 없는 부부, 자녀 있는 부부)로 코로나19 이후 일상생활 행위의 차이를 알아보기 위해 일원 분산 분석과 Duncan's Multiple Range test를 실시하였다. 코로나19 이후 일상생활 행위에서는 업무 및 학습 활동, 가정 관리, 문화/여가 및 친목 활동 부분에서 가구 유형별로 유의미한 차이가 나타났다.

1) 가구 유형별 코로나19 이후 업무 및 학습 활동 변화 차이

코로나19 이후 업무 및 학습 활동에 차이가 있는지 살펴본 결과, '구직활동'(F = 3.398*), '자율 학습'(F = 4.257*) 항목에서 그룹별 유의미한 차이가 나타났다.

구직활동의 경우, 1인 가구는 그 빈도가 감소한 반면, 자녀 있는 부부는 빈도가 오히려 증가하였다. 자율 학습 활동의 경우, 1인 가구는 감소, 자녀 있는 부부와 자녀 없는 부부 세대는 증가하는 경향을 보였다.

[표 4-8] 코로나19 이후 업무 및 학습 활동 빈도 변화 차이

업무/학습	1인 가구 (n ₁ =100)		자녀 없는 부부 (n ₂ =100)		자녀 있는 부부 (n ₃ =100)		F
	M	D	M	D	M	D	
구직 활동	-0.1	a	0.14	ab	0.19	b	3.398*
자율 학습	-0.08	a	0.28	b	0.33	b	4.257*

a) M: Mean 평균 (-2점~2점)

b) D: Duncan's Multiple Range test

*p<.05

2) 가구 유형별 코로나19 가정 관리 활동 변화 차이

가구 유형별로 코로나19 이후 가정 관리 활동 변화에 차이가 있는지 살펴본 결과, '배달음식을 주문'(F = 3.876*)과 '온라인 쇼핑(장보기 제외)'(F = 2.436)의 항목에서 유의미한 차이가 나타났다.

배달음식 주문의 경우, 자녀 유무와 상관없이 부부 세대가 1인 가구에 비해 상대적으로 더 많이 하는 것으로 나타났고, 장보기를 제외한 온라인 쇼핑은 자녀가 없는 부부

세대보다 자녀 있는 부부 세대가 더 많이 하는 것으로 나타났다.

[표 4-9] 코로나19 이후 가정 관리 활동 빈도 변화 차이

가정 관리	1인 가구 (n ₁ =100)		자녀 없는 부부 (n ₂ =100)		자녀 있는 부부 (n ₃ =100)		F
	M	D	M	D	M	D	
배달음식 주문	0.79	a	1.02	b	1.09	b	3.876*
온라인 쇼핑 (장보기 제외)	0.75	ab	0.63	a	0.88	b	2.436

a) M: Mean 평균 (-2점~2점)

b) D: Duncan's Multiple Range test

*p<.05

3) 가구 유형별 코로나19 이후 문화/여가 및 친목 활동의 변화 차이

가구 유형별로 코로나19 이후 문화/여가 및 친목 활동에 차이가 있는지 살펴본 결과, 'SNS 활동'(F = 4.146*), '홈 트레이닝'(F = 4.443*), '집단 게임 및 놀이(예. 보드게임)'(F = 4.907**), '반려동물 돌봄'(F = 3.596*), '가족과 시간을 보냄'(F = 13.683***) 항목에서 유의미한 차이가 나타났다. 전체적으로는 F비가 4.295**로 문화/여가 및 친목 활동에서 그룹 간 유의미한 차이가 나타났다.

'인터넷 정보검색'(F = 2.915)과 '집단 게임 및 놀이(예. 보드게임)'(F = 4.907**)의 경우, 1인 가구와 자녀 없는 부부에 비해 자녀 있는 부부에서 그 빈도가 증가하는 경향을 보였다.

'SNS 활동'(F = 4.146*) '반려동물 돌봄'(F = 3.586*)의 항목에서는 1인 가구에 비해 자녀 있는 부부 세대의 빈도가 더 증가한 경향을 보였다.

'홈 트레이닝'(F = 4.443*)과 '가족과 시간을 보냄'(F = 13.683***)의 항목에서는 1인 가구에 비해 자녀 없는 부부와 자녀 있는 부부 세대의 빈도가 더 증가하는 경향을 보였다.

[표 4-10] 코로나19 이후 문화/여가 및 친목 활동 빈도 변화 차이

문화/여가 및 친목 활동	1인 가구 (n ₁ =100)		자녀 없는 부부 (n ₂ =100)		자녀 있는 부부 (n ₃ =100)		F
	M	D	M	D	M	D	
인터넷 정보검색	0.65	a	0.64	a	0.88	b	2.915
SNS 활동	0.22	a	0.33	ab	0.57	b	4.146*
홈 트레이닝	0.25	a	0.58	b	0.59	b	4.443*
집단 게임 및 놀이 (예. 보드게임)	-0.2	a	-0.23	a	0.18	b	4.907**
반려동물 돌봄	-0.04	a	0.17	ab	0.32	b	3.596*
가족과 시간을 보냄	0.05	a	0.6	b	0.68	b	13.683***

a) M: Mean 평균 (-2점~2점)

b) D: Duncan's Multiple Range test

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

4) 가구 유형별 코로나19 이후 일상생활 행위 변화

코로나19 이후 가구 유형별로 일상생활 행위의 빈도 변화가 상이하였다. 1인 가구는 ‘온라인 장보기’가 가장 증가하였고, 자녀 없는 부부와 자녀 있는 부부는 모두 ‘배달음식 주문’이 가장 증가하였다. 각 가구 유형별로 가장 증가한 상위 5가지 일상생활 행위는 다음 [표 4-11]과 같다.

[표 4-11] 가구 유형별 코로나19 이후 변화가 큰 일상생활 행위의 순위

가구 유형	순위	일상생활 행위	일상생활 행위 분류	증감
1인 가구	1	온라인으로 장보기	가정 관리	0.86
	2	환기, 소독, 살균 등의 빈도	개인 유지	0.84
	3	동영상 플랫폼 시청	문화/여가 및 친목	0.81
	4	배달음식 주문	가정 관리	0.79
	5	온라인 쇼핑(장보기 제외)	가정 관리	0.75
자녀 없는 부부	1	배달음식 주문	가정 관리	1.02
	2	환기, 소독, 살균 등의 빈도	개인 유지	1
	3	온라인으로 장보기	가정 관리	0.96
	4	동영상플랫폼 시청	문화/여가 및 친목	0.96
	5	TV 시청	문화/여가 및 친목	0.74

가구 유형	순위	일상생활 행위	일상생활 행위 분류	증감
자녀 있는 부부	1	배달음식 주문	가정 관리	1.09
	2	환기, 소독, 살균 등의 빈도	개인 유지	1.05
	3	동영상 플랫폼 시청	문화/여가 및 친목	0.96
	4	온라인으로 장보기	가정 관리	0.95
	5	인터넷 정보검색	문화/여가 및 친목	0.88



4_주거 기능의 정의와 일상생활 행위의 주거 기능별 재분류

1) 본 연구에서의 주거 기능의 정의

뉴노멀 시대의 주거 기능의 변화 정도를 재정립하기 위해 본 연구에서의 주거 기능을 정의하고, 정의에 따라 일상생활 행위를 주거 기능별로 재분류하였다.

본 연구에서의 주거 기능은 총 여섯 가지로, 안전성, 쾌적성, 편리성, 사회성, 휴식성, 다기능성이 그것이다. 이때 다기능성이란 선행연구에서는 다뤄지지 않았던 새로운 주거의 기능으로, 코로나19 이후 집의 기능이 늘어남에 따라 추가된 주거 기능이다. 본 연구에서의 주거 기능은 [표 4-12]와 같다.

[표 4-12] 본 연구에서의 주거 기능

주거 기능	정의
안전성	기본적 의식주를 해결해 주는 집의 기능. 기후적 위험, 물리적 위험, 사회적 위험 등 인간이 기본적인 생활을 안전하게 영위하게 해주는 기능.
쾌적성	인간이 집에서 이루어지는 생활에 대해 긍정적이고 기쁜 느낌을 주는 기능.
편리성	주거에서 영위되는 다양한 행위를 기능적으로 편리하게 해주는 것. 집의 편리한 동선, 알맞은 공간 구성 등을 포함함.
사회성	주거를 기반으로 가족 간, 이웃 간 상호작용을 할 수 있게 하는 기능.
휴식성	주거공간에서 알맞은 휴식과 여가생활 등을 가능하게 하는 기능.
다기능성	코로나19 이후 원래는 '집 밖'의 수행 활동이었던 것이 '집 안'으로 들어와 이를 수행할 수 있게 하는 기능. 집 안에서의 재택근무, 온라인 수업, 운동, 몇몇 문화생활 등이 이에 포함.

2) 일상생활 행위의 주거 기능에 따른 재분류

이러한 주거 기능에 따라 집에서의 일상생활 행위를 재분류했다. 안전성은 기본적인 의식주를 해결해 주는 집의 기능으로, '수면시간', '가정식을 만듦' 외 7가지 항목이 분류되었다. 쾌적성은 인간이 집에서 이루어지는 생활에 대해 긍정적이고 기쁜 느낌을 주는 기능으로, '환기, 소독, 살균 등의 빈도', '배달음식 주문' 외 8가지 항목이 분류되었다. 편리성은 주거에서의 행위를 기능적으로 편리하게 해주는 기능으로, '업무를 위한 공간, 가구, 가전을 마련', '학습 활동을 위한 공간 마련' 외 5가지 항목이 분류되었다.

사회성은 주거를 기반으로 가족 간, 이웃 간 상호작용을 할 수 있는 기능으로, ‘집에 가족 및 지인을 초대해 시간을 보냄’, ‘영유아를 돌봄’ 외 13가지 항목이 분류되었다. 휴식성은 주거공간에서 알맞은 휴식과 여가생활 등을 가능하게 하는 기능으로, ‘영화 관람’, ‘TV 시청’ 외 16가지 항목이 분류되었다. 다기능성은 코로나19 이후 원래는 집 밖의 수행 활동이었던 것이 ‘집 안’으로 들어와 이를 수행할 수 있게 하는 기능으로, ‘일, 회의 등’, ‘학원 수업, 온라인 강의를 수강’ 외 8가지 항목이 분류되었다. 전체 일상생활 행위의 분류는 [표 4-13]과 같다.

[표 4-13] 집에서의 일상생활 행위의 주거 기능에 따른 재분류

		1	2	3	4	5	6
개인 유지 (7)	수면시간	●					
	한 끼 식사하는 시간	●					
	식사하는 빈도	●					
	간식 및 음료를 섭취하는 빈도		●				
	개인위생(샤워, 목욕 등) 관리 정도		●				
	환기, 소독, 살균 등의 빈도		●				
	위생 관련 가전(스타일러, 공기청정기 등)을 구입		●				
업무/학습 (10)	일, 회의 등						●
	업무를 위한 공간, 가구, 가전을 마련			●			
	구직활동						●
	창업 활동						●
	학교 수업을 들음						●
	학교 수업 중 휴식						●
	자율 학습						●
	학습 활동을 위한 공간 마련			●			
	학원 수업, 온라인 강의를 수강						●
	온라인 플랫폼(유튜브 등)을 통해 강의 수강						●
가정 관리 (12)	식사 준비, 식후 정리	●					
	배달음식을 주문		●				
	가정식을 만듦	●					
	간식 만듦						
	의류를 세탁, 건조, 다림질 및 옷 정리 등	●					
	청소 및 정리정돈	●					
	쓰레기(음식물 쓰레기 포함)를 분리수거 및 버리기			●			
	청소기, 세탁기 등 가정용품 관리			●			

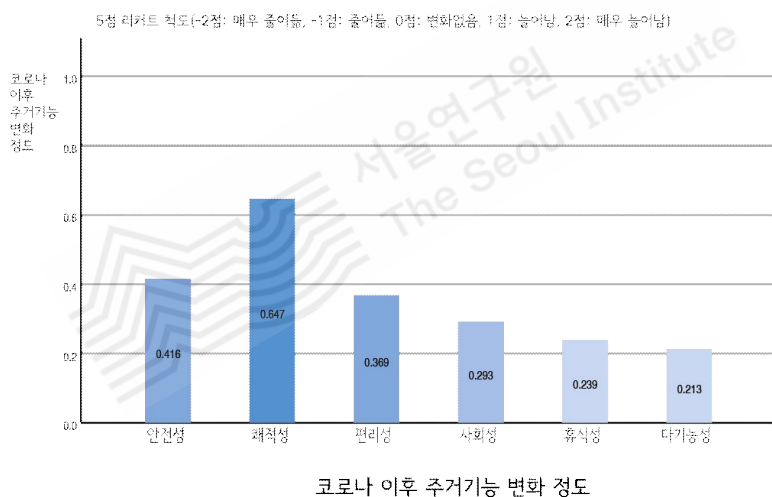
1= 안전성, 2= 쾌적성, 3= 편리성, 4= 사회성, 5= 휴식성, 6= 다기능성

5_뉴노멀 시대의 주거 기능 변화

1) 뉴노멀 시대의 주거 기능 변화

코로나19 이후 뉴노멀 시대의 주거 기능 변화는 다음 [그림 4-2]와 같다. 뉴노멀 시대의 주거 기능은 모두 코로나19 이전보다 증가했다. 쾌적성 0.65점, 안전성 0.42점, 편리성 0.37점, 사회성 0.30점, 휴식성 0.24점, 다기능성 0.21점 순으로 증가했다. 이때, 다기능성은 코로나19 이전에는 없던 기능이어서 가장 낮게 증가했어도 의미가 새로운 기능이 생긴 것이기 때문에 의미가 있다.

뉴노멀 시대에 가장 많이 증가한 주거 기능은 ‘쾌적성’이다. 코로나19 이후 에코부머 세대는 집에 있는 시간이 늘어나면서, 집에서 ‘쾌적감’, 즉 집에서의 긍정적이고 기쁜 느낌을 주는 기능을 중시한다고 해석할 수 있다.



[그림 4-2] 코로나19 이후 주거 기능 변화

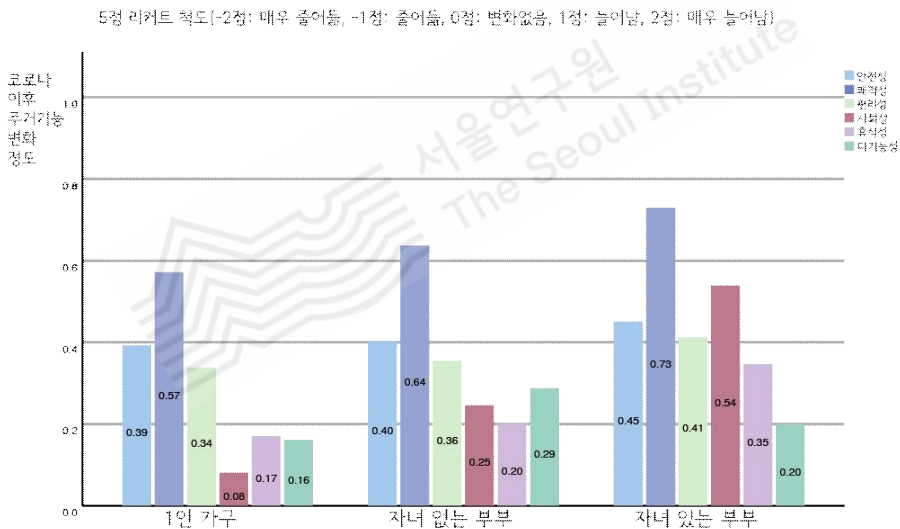
2) 가구 유형별 뉴노멀 시대의 주거 기능 변화

가구 유형별 코로나19 이후 뉴노멀 시대의 주거 기능 변화는 [그림 4-3]과 같다. 모든 그룹에서 ‘쾌적성’이 가장 높게 나왔고, 자녀 있는 부부의 쾌적성이 0.73점으로 가장 높았다. 가구 유형별 코로나19 이후 뉴노멀 시대의 주거 기능 변화의 순위는 1인 가구는 쾌적성, 안정성, 편리성, 휴식성, 다기능성, 사회성이다. 자녀 없는 부부는 쾌적성,

안전성, 편리성, 다기능성, 사회성, 휴식성 순으로 증가했다. 자녀 있는 부부는 쾌적성, 사회성, 안전성, 편리성, 휴식성, 다기능성 순으로 증가했다.

모든 가구 유형에서 '쾌적성'이 가장 증가했다. 이 중에서도 자녀 있는 부부 세대의 '쾌적성'이 가장 많이 증가했다. 또, 자녀 있는 부부 세대의 '사회성'이 두드러지게 증가했다. 이는 자녀 있는 부부 세대가 집에 있는 시간이 증가하고 가족원과 함께하는 시간이 길어져 뉴노멀 시대의 주생활에서 가장 많은 영향을 받은 것으로 해석했다(그림 4-3). 또한, 코로나19 이후 가구 유형별로 주거 기능 변화에 차이가 있는지 살펴본 결과, 쾌적성($F = 3.31^*$), 사회성($F = 11.36^{**}$), 휴식성($F = 3.81^*$)의 항목에서 유의미한 차이가 있었다.

쾌적성의 경우 1인 가구에 비해 자녀 있는 부부가 그 기능을 더 추구하는 것으로 나타났다. 휴식성과 다기능성의 경우, 1인 가구, 자녀 없는 부부에 비해 자녀 있는 부부가 그 기능을 더 추구하는 경향이 있었다(표 4-14).



[그림 4-3] 코로나19 이후 가구 유형별 주거 기능 변화 그래프

[표 4-14] 코로나19 이후 가구 유형별 주거 기능 변화

주거 기능	1인 가구 (N ₁ =100)		자녀 없는 부부 (N ₂ =100)		자녀 있는 부부 (N ₃ =100)		F비	전체 평균
	M	D	M	D	M	D		
안전성	0.39		0.40		0.45		0.41	0.42 △
쾌적성	0.57	a	0.64	ab	0.73	b	3.31*	0.65 ▲
편리성	0.34		0.36		0.41		0.60	0.37 △
사회성	0.08	a	0.25	a	0.54	b	11.36***	0.29 △
휴식성	0.17	a	0.20	a	0.35	b	3.81*	0.24 △
다기능성	0.16		0.29		0.20		0.78	0.21 △

3) 뉴노멀 시대 ‘쾌적성’의 증가

코로나19 이후 가장 증가한 주거 기능은 ‘쾌적성’이다. [표 4-15]는 가장 많이 증가한 ‘쾌적성’ 항목 중, 일상생활 행위 상위 5가지를 나타낸 것이다. ‘배달음식 주문’이 가장 증가했고, 그 뒤 ‘환기, 소독 살균의 빈도’, ‘온라인 장보기’ 등이 뒤따랐다.

[표 4-15] ‘쾌적성’ 중 가장 많이 증가한 행위 Top 5

순위	일상생활 행위	일상 행위 분류	주거 기능	증감
1	배달음식 주문	가정 관리	쾌적성	0.97
2	환기, 소독 살균의 빈도	개인 유지	쾌적성	0.96
3	온라인 장보기	가정 관리	쾌적성	0.92
4	온라인 쇼핑(장보기 제외)	가정 관리	쾌적성	0.75
5	개인위생(샤워, 목욕 등) 관리	개인 유지	쾌적성	0.7

코로나19 이전에는 외식 비중이 높았던 것이 코로나19 이후에는 집 안에서 배달음식을 많이 시키는 형태로 변했다. 또, 코로나19 이전 마스크뿐 아니라 환기 위생에 대한 중요성이 낮았는데, 코로나19 이후에는 집 안에서 환기하는 빈도가 늘었고, 스타일러와 손 소독제같이 개인 유지 활동을 돕는 가구 및 가전의 소비도 증가했다. 코로나19 이전 대형 마트나 시장 등을 직접 이용했다면, 코로나19 이후에는 온라인 장보기의 빈도가 현저히 증가했다. 이외에도 온라인 쇼핑의 증가, 개인위생 관리 또한 증가하였다.

주생활 행위	 가정관리	 개인 유지	 가정관리	 가정관리	 개인유지
Before Normal	외식 비중 높음 식당의 직접이용, 외식 비중 높음	위생 중요도 낮음 마스크, 썬기 등 위생에 대한 중요 도 적음	대형마트, 시장 이용 장볼 때 대형마트, 시장 등 직접이용	오프라인 쇼핑 백화점, 쇼핑 몰 등 직접 이용	개인 위생 경각심 낮음 개인 위생에 관 한 경각심 현저 보다 낮음
After New Normal	배달음식 주문 집 안에서 먹는 횟 수 증가함에 따라 배달음식의 비중 커짐	환기, 소독 살균의 빈도 증가 집안의 환기, 스타일 러의 대중화 등 위생 의 중요도 증가	온라인 장보기 장보기 앱 등을 이 용해 온라인 장보 기 급증	온라인 쇼핑 온라인 쇼핑 이용 급증	개인위생(샤워, 목욕 등) 관리 위생에 대한 관심이 중요 해지면서 개인 위생관리 증가

[그림 4-4] 코로나19 이전과 이후 주거 기능 중 '쾌적성'의 변화

05. 연구 결과 및 해석 Part 2: 에코부머 세대의 공간 선호 및 심리적 변화

1_코로나19 이후 주거공간 선호

1) 코로나19 이후 주거공간 선호의 요인 분석

코로나19 이후 어떠한 주거공간을 선호하게 되었는지를 알아보기 위해 15가지의 문항⁵⁾을 개발하고 이에 대해 질문하였다. 이후 요인 분석(주성분 분석, 베리맥스 회전)을 통해 불필요한 문항을 제거하여 최종적으로 11개 문항을 4개의 요인으로 정리하였고 이를 각각 개방 추구형, 변화 추구형, 미니멀리즘 추구형, 레이어드 홈 추구형으로 명명하였다. 이 문항들의 평균 Cronbach 알파값은 0.893으로 신뢰할 만한 수준이었다. 개방 추구형의 문항에는 ‘집이 오픈되고 밝은 것을 선호하게 되었다’, ‘집에 베란다가 따로 있는 것을 선호하게 되었다’, ‘집에 창문이 많은 것을 선호하게 되었다’, ‘집 안 침실에 빛이 많이 들어오는 것을 선호하게 되었다’ 네 가지가 위 요인으로 묶였다. 변화 추구형의 문항에는 ‘환경보호를 위해 철저한 분리수거, 배달음식 자제하기 등의 행위를 하게 되었다’, ‘집 안에서 주기적으로 가구의 위치 등을 바꿔 변화를 주게 되었다’, ‘집이 공간의 용도(기능)을 변경할 수 있는 가변형 구조를 선호하게 되었다’의 세 가지 문항이 위 요인으로 묶였다.

미니멀리즘 추구형의 문항에는 ‘빌트인/붙박이 가구를 선호하게 되었다’, ‘집에 필요한 최소한의 가전/가구 등만 남기고 장식적인 요소나 가구들을 털어내 미니멀한 인테리어를 선호하게 되었다’의 두 가지 문항이 위 요인으로 묶였다.

레이어드 홈 선호형의 문항에는 ‘집 안에 재택근무할 수 있는 공간이 필요하다고 생각하게 되었다’, ‘집 안에 공부 또는 취미생활을 하기 위한 공간이 별도로 필요하다고 생각

5) 모정현 외, 2013, “주생활양식 유형별 소형아파트 LDK 선호특성 분석”, 『한국주거학회논문집』, 24(4), pp.83~96.
한국주거학회의 LDK 선호도 문항을 측정하기 위한 주생활양식 측정요인을 본 연구에 맞게 재구성함.

하게 되었다'의 두 가지 문항이 위 요인으로 묶였다.
각 요인별 문항과 결맞음은 [표 5-1]과 같다.

[표 5-1] 코로나19 이후 주거공간 선호 요인 분석

코로나19 이후 주거공간 선호		1	2	3	4	Cronbach 알파
Factor 1. 개방 추구형	집 안 침실에 빛이 많이 들어오는 것을 선호 하게 되었다	.773				.893
	집에 창문이 많은 것을 선호하게 되었다	.769				.892
	집에 베란다가 따로 있는 것을 더 선호하게 되었다	.724				.891
	집이 오픈되고 밝은 것을 선호하게 되었다	.623				.892
Factor 2. 변화 추구형	집 안에서 주기적으로 가구의 위치 등을 바꿔 변화를 주게 되었다		.779			.892
	집이 공간의 용도(기능)를 변경할 수 있는 가 변형 구조를 선호하게 되었다		.671			.890
	환경보호를 위해 철저한 분리수거, 배달음식 자제하기 등의 행위를 하게 되었다		.618			.893
Factor 3. 레이어드 홈 선호형	집 안에 공부 또는 취미생활을 하기 위한 공 간이 별도로 필요하다고 생각하게 되었다			.820		.893
	집 안에 재택근무할 수 있는 공간이 필요하 다고 생각하게 되었다			.791		.893
Factor 4. 미니멀리즘 추구형	집에 필요한 최소한의 가전/가구 등만 남기 고 장식적인 요소나 가구들을 덜어내 미니멀 한 인테리어를 선호하게 되었다.				.820	.894
	빌트인/붙박이 가구를 선호하게 되었다				.622	.894
Cronbach 알파 전체 평균						.893

2) 1인 가구의 주거공간 선호

1인 가구의 주거공간 선호는 개방 추구형 0.57점, 레이어드 홈 선호형 0.54점, 변화 추구형 0.40점, 미니멀리즘 추구형 0.27점 순이었다.

개방 추구형의 문항 중에서 '집에 베란다가 따로 있는 것을 더 선호하게 되었다(0.62)', '집에 창문이 많은 것을 더 선호하게 되었다(0.62)'의 선호가 가장 높았다.

레이어드 홈 선호형의 문항 중에서는 '집 안에 재택근무할 수 있는 공간이 필요하다고

생각하게 되었다(0.60점)’의 선호가 가장 높았다.

변화 추구형의 문항 중에서는 ‘환경보호를 위해 철저한 분리수거, 배달음식 자제하기 등의 행위를 하게 되었다(0.62)’의 선호가 가장 높았다.

미니멀리즘 추구형의 문항 중에서는 ‘집에 필요한 최소한의 가전/가구 등만 남기고 장식적인 요소나 가구들을 덜어내 미니멀한 인테리어를 선호하게 되었다(0.33)’의 선호가 가장 높았다.

종합적으로 1인 가구의 주거공간 태도는 개방 추구형과 레이어드 홈 선호형의 평균점수가 높게 나온 것으로 보아 집 안에 야외공간의 필요성, 집에서 학업, 업무, 취미활동 등 여러 가지 기능을 수행할 수 있는 것이 필요할 것으로 보였다. 이 중에서도 1인 가구는 집 안의 베란다와 창문 등이 필요하다는 문항에 높은 선호를 보였다.

[표 5-2] 1인 가구의 코로나19 이후 주거공간 선호

코로나19 이후 주거공간 선호		1인 가구 (N=100)
		평균
개방 추구형	집이 오픈되고 밝은 것을 선호하게 되었다	0.46
	집에 베란다가 따로 있는 것을 더 선호하게 되었다	0.62
	집에 창문이 많은 것을 선호하게 되었다	0.62
	집 안 침실에 빛이 많이 들어오는 것을 선호하게 되었다	0.59
	전체 평균	0.57
변화 추구형	환경보호를 위해 철저한 분리수거, 배달음식 자제하기 등의 행위를 하게 되었다	0.62
	집 안에서 주기적으로 가구의 위치 등을 바꿔 변화를 주게 되었다	0.30
	집이 공간의 용도(기능)를 변경할 수 있는 가변형 구조를 선호하게 되었다	0.27
	전체 평균	0.40
미니멀리즘 추구형	빌트인/붙박이 가구를 선호하게 되었다	0.21
	집에 필요한 최소한의 가전/가구 등만 남기고 장식적인 요소나 가구들을 덜어내 미니멀한 인테리어를 선호하게 되었다.	0.33
	전체 평균	0.27
레이어드홈 선호형	집 안에 재택근무할 수 있는 공간이 필요하다고 생각하게 되었다	0.60
	집 안에 공부 또는 취미생활을 하기 위한 공간이 별도로 필요하다고 생각하게 되었다	0.48
	전체 평균	0.54

*-2(매우 줄어듦), -1(조금 줄어듦), 0(변화 없음), 1(조금 늘어남), 2(매우 늘어남) 으로 측정하였음

3) 자녀 없는 부부의 주거공간 선호

자녀 없는 부부의 주거공간 태도 및 선호는 개방 추구형 0.59점, 레이어드 홈 선호형 0.50점, 미니멀리즘 추구형 0.40점, 변화 추구형 0.34점 순이었다.

개방 추구형의 문항 중에서 ‘집에 창문이 많은 것을 더 선호하게 되었다(0.66)’, ‘집에 베란다가 따로 있는 것을 더 선호하게 되었다(0.59)’의 선호가 가장 높았다.

레이어드 홈 선호형의 문항 중에서 ‘집 안에 재택근무할 수 있는 공간이 필요하다고 생각하게 되었다(0.50)’, ‘집 안에 공부 또는 취미생활을 하기 위한 공간이 별도로 필요하다고 생각하게 되었다(0.50)’의 선호가 가장 높았다.

미니멀리즘 추구형의 문항 중에서 ‘집에 필요한 최소한의 가전/가구 등만 남기고 장식적인 요소나 가구들을 털어내 미니멀한 인테리어를 선호하게 되었다(0.49)’의 선호가 가장 높았다.

변화 추구형의 문항은 ‘환경보호를 위해 철저한 분리수거, 배달음식 자제하기 등의 행위를 하게 되었다(0.45)’의 선호가 가장 높았다.

종합적으로 자녀 없는 부부 세대의 주거공간 태도는 개방 추구형과 레이어드 홈 선호형의 평균점수가 높게 나왔고, 1인 가구와는 다르게 미니멀리즘 추구형의 평균점수가 높게 나왔다. 이는 자녀 없는 부부 세대의 주거공간은 집 안에 야외공간의 필요성과 집의 다기능성의 증가, 미니멀리즘을 선호한다는 것을 나타낸다.

[표 5-3] 자녀 없는 부부의 코로나19 이후 주거공간 선호

코로나19 이후 주거공간 선호		자녀 없는 부부 (N=100)
		평균
개방 추구형	집이 오픈되고 밝은 것을 선호하게 되었다	0.53
	집에 베란다가 따로 있는 것을 더 선호하게 되었다	0.59
	집에 창문이 많은 것을 선호하게 되었다	0.66
	집 안 침실에 빛이 많이 들어오는 것을 선호하게 되었다	0.59
	전체 평균	0.59
변화 추구형	환경보호를 위해 철저한 분리수거, 배달음식 자제하기 등의 행위를 하게 되었다	0.45
	집 안에서 주기적으로 가구의 위치 등을 바꿔 변화를 주게 되었다	0.18
	집이 공간의 용도(기능)를 변경할 수 있는 가변형 구조를 선호하게 되었다	0.39
	전체 평균	0.34
미니멀리즘 추구형	빌트인/붙박이 가구를 선호하게 되었다	0.30
	집에 필요한 최소한의 가전/가구 등만 남기고 장식적인 요소나 가구들을 털어내 미니멀한 인테리어를 선호하게 되었다.	0.49
	전체 평균	0.40
레이어드홈 선호형	집 안에 재택근무할 수 있는 공간이 필요하다고 생각하게 되었다	0.50
	집 안에 공부 또는 취미생활을 하기 위한 공간이 별도로 필요하다고 생각하게 되었다	0.50
	전체 평균	0.50

*-2(매우 줄어듦), -1(조금 줄어듦), 0(변화 없음), 1(조금 늘어남), 2(매우 늘어남) 으로 측정하였음

4) 자녀 있는 부부의 주거공간 선호

자녀 있는 부부의 주거공간 태도 및 선호는 개방 추구형 0.68점, 레이어드 홈 선호형 0.62점, 미니멀리즘 추구형 0.43점, 변화 추구형 0.43점 순이었다.

개방 추구형의 문항 중에서 ‘집에 베란다가 따로 있는 것을 더 선호하게 되었다(0.75)’, ‘집 안 침실에 빛이 더 많이 들어오는 것을 선호하게 되었다(0.72)’의 선호가 가장 높았다.

레이어드 홈 선호형의 문항은 ‘집 안에 재택근무할 수 있는 공간이 필요하다고 생각하게 되었다(0.62)’의 선호가 가장 높았다.

미니멀리즘 추구형의 문항은 ‘집에 필요한 최소한의 가전/가구 등만 남기고 장식적인 요소나 가구들을 털어내 미니멀한 인테리어를 선호하게 되었다(0.53)’의 선호가 가장 높았다.

변화 추구형의 문항은 ‘환경보호를 위해 철저한 분리수거, 배달음식 자제하기 등의 행위를 하게 되었다(0.46)’의 선호가 가장 높았다.

종합적으로 자녀 있는 부부 세대의 주거공간 태도 및 선호는 개방 추구형과 레이어드 홈 선호형의 평균점수가 높게 나타났다. 특히, 개방 추구형의 문항 중 ‘집에 베란다가 따로 있는 것을 선호하게 되었다’와 ‘집 안 침실에 빛이 많이 들어오는 것을 선호하게 되었다’의 평균점수는 각각 0.75점과 0.72점으로 월등히 높았다. 자녀 있는 부부 세대의 주거공간에는 베란다와 창문, 집의 다기능성이 중요한 것으로 파악할 수 있다.

[표 5-4] 자녀 있는 부부의 코로나19 이후 주거공간 선호

코로나19 이후 주거공간 선호		자녀 있는 부부 (N=100)
		평균
개방 추구형	집이 오픈되고 밝은 것을 선호하게 되었다	0.58
	집에 베란다가 따로 있는 것을 더 선호하게 되었다	0.75
	집에 창문이 많은 것을 선호하게 되었다	0.67
	집 안 침실에 빛이 많이 들어오는 것을 선호하게 되었다	0.72
	전체 평균	0.68
변화 추구형	환경보호를 위해 철저한 분리수거, 배달음식 자제하기 등의 행위를 하게 되었다	0.46
	집 안에서 주기적으로 가구의 위치 등을 바꿔 변화를 주게 되었다	0.40
	집이 공간의 용도(기능)를 변경할 수 있는 가변형 구조를 선호하게 되었다	0.43
	전체 평균	0.43
미니멀리즘 추구형	빌트인/붙박이 가구를 선호하게 되었다	0.33
	집에 필요한 최소한의 가전/가구 등만 남기고 장식적인 요소나 가구들을 털어내 미니멀한 인테리어를 선호하게 되었다.	0.53
	전체 평균	0.43
레이어드홈 선호형	집 안에 재택근무할 수 있는 공간이 필요하다고 생각하게 되었다	0.62
	집 안에 공부 또는 취미생활을 하기 위한 공간이 별도로 필요하다고 생각하게 되었다	0.61
	전체 평균	0.62

*-2(매우 줄어듦), -1(조금 줄어듦), 0(변화 없음), 1(조금 늘어남), 2(매우 늘어남) 으로 측정하였음

5) 코로나19 이후 주거공간 선호 종합

코로나19 이후 주거공간 태도 및 선호에서는 세 그룹별 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 하지만 이들의 주거공간 태도 및 선호가 모두 비슷하게 나타난 것으로 보아 앞으로의 주거공간에 대한 방향성을 알 수 있다.

एको부머 세대의 모든 가구 유형이 개방 추구형이 가장 많았고, 그 뒤 레이어드 홈 선호형이 많았다. 따라서 앞으로의 주거공간에는 베란다, 테라스, 넓은 창 등 야외와 접하는 공간이 있어야 할 것이고, 기존의 주거 기능 외에 업무, 학업, 취미활동 등 여러 가지 기능을 수행할 수 있어야 할 것이다.

[표 5-5] 에코부머 세대의 코로나19 이후 주거공간 선호

주거공간 선호	전체 평균 (N=300)	1인 가구 (N ₁ =100)		자녀 없는 부부 (N ₂ =100)		자녀 있는 부부 (N ₃ =100)		F 비
		M	D	M	D	M	D	
요인1: 개방 추구형	0.62	0.57		0.59		0.68		0.718
요인2: 변화 추구형	0.39	0.40		0.34		0.43		0.446
요인3: 레이어드 홈 선호형	0.55	0.54		0.50		0.62		0.669
요인4: 미니멀리즘 추구형	0.37	0.27		0.40		0.43		1.370

a) M: Mean 평균(-2점~2점)

b) D: Duncan's Multiple Range

2_심리적 변화

1) 코로나19 이후 심리적 변화

에코부머 세대의 코로나19 이후 주거공간과 관련해 여섯 가지 항목에 대해 질문했다. 설문은 5점 척도로 구성되어 점수가 높을수록 조사 대상자의 부정적인 변화를 나타낸다. ‘코로나19 감염 등의 걱정으로 집 밖을 나가기 두렵다(2.97)’의 항목에서 가장 높은 점수가 나타났다. 그 뒤에는 ‘마음껏 외부 활동을 하지 못해 우울하다(2.95)’, ‘집 안에 있는 것이 답답하다(2.76)’, ‘집에서의 가사 노동이 늘어 힘들다(2.63)’, ‘근무형태의 변화로 스트레스를 받는다(2.46)’, ‘집에서 가족들과 부딪히는 시간이 많아져 스트레스를 받는다(2.44)’ 순이었다.

조사 대상자는 외부 활동에 제약이 있는 것과, 이에 따라 집에 있는 시간이 늘어난 것에서 큰 스트레스를 받는 것으로 보였다.

[표 5-6] 코로나19 이후 에코부머 세대의 심리적 변화

심리적 변화	평균 (N=300)
코로나19 감염 등의 걱정으로 집 밖을 나가기 두렵다	2.97
집에서 가족들과 부딪히는 시간이 많아져 스트레스를 받는다	2.44
근무형태의 변화로 스트레스를 받는다	2.46
집 안에 있는 것이 답답하다	2.76
마음껏 외부 활동을 하지 못해 우울하다	2.95
집에서의 가사 노동이 늘어 힘들다	2.63
전체 평균	2.65

*점수가 높을수록 부정적인 심리변화를 나타냄

*평균점수는 5점(-2점~2점) Likert 척도임

2) 코로나19 이후 가구 유형별 심리적 변화

코로나19 이후 가구 유형별로 심리적 변화에 차이가 있는지 살펴본 결과, 3가지 항목에 대해 유의미한 차이를 보였다.

먼저, 자녀 있는 부부는 1인 가구나 자녀 없는 부부에 비해 ‘집에서 가족들과 부딪히는 시간이 많아져 스트레스를 받는다’(F = 12.033^{***}) 경향이 더 높았다.

또, 자녀 있는 부부는 자녀 없는 부부에 비해 ‘근무형태의 변화로 스트레스를 받고’(F = 4.671^{*}), ‘집에서의 가사 노동이 늘어 힘들다’(F = 2.591^{*})고 느끼는 경향이 더 높았다. 전체적으로 자녀 있는 부부는 자녀 없는 부부에 비해 심리적 스트레스 변화를 다른 두 집단에 비해 더 많이 느끼는 것으로 나타났다.

[표 5-7] 코로나19 이후 예코부머 세대의 가구 유형별 심리적 변화

코로나19 이후 심리적 변화	가구 유형						F 비
	1인 가구 (N ₁ =100)		자녀 없는 부부 (N ₂ =100)		자녀 있는 부부 (N ₃ =100)		
	M	D	M	D	M	D	
코로나19 감염 등의 걱정으로 집 밖을 나가기 두렵다	3.00		2.95		2.95		0.188
집에서 가족들과 부딪히는 시간이 많아져 스트레스를 받는다	2.31	a	2.26	a	2.74	b	12.033***
근무형태의 변화로 스트레스를 받는다	2.46	ab	2.30	a	2.63	b	4.671*
집 안에 있는 것이 답답하다	2.70		2.81		2.77		0.517
마음껏 외부 활동을 하지 못해 우울하다	3.01		2.93		2.91		0.556
집에서의 가사 노동이 늘어 힘들다	2.67	ab	2.49	a	2.73	b	2.591*
전체(전체 평균 = 2.65)	2.63	ab	2.56	a	2.76	b	3.578*

a) M: Mean 평균 (-2점~2점)

b) D: Duncan's Multiple Range test

*p<.05 ***p<.001

*점수가 높을수록 부정적인 심리변화를 나타냄

3_세대 평면 선호

세대 평면 선호⁶⁾를 조사하기 위해 주거공간을 실별로 5개 구역(방의 크기, 구조, 거실, 부엌 및 식당, 화장실, 침실)을 나누고 각 공간에 대해 질문하였다. 방의 크기, 구조의 항목은 베이(bay), 방 개수, 집의 규모, 거실과 주방의 연결성, 가변형, 알파룸, 중문, 현관 벤치의 선호로 구성했다. 거실 항목은 거실 면, 아트월, 거실 TV의 선호로 구성했다. 부엌 및 식당은 식탁 사이즈, 식탁 용도, 주방 형태, 주방 타입, 식사 공간의 선호로 구성했다. 화장실은 욕실 타입, 욕조, 세면대와의 분리의 선호로 구성했다. 침실 항목은 침실 개수, 드레스룸의 선호로 구성했다.

1) 방의 크기 및 구조의 선호

(1) 1인 가구의 선호

1인 가구는 집의 구조와 크기의 선호는 2베이, 2개 이하의 방 개수, 20평대 이하의 주택 규모, 거실과 주방은 부분적으로 트여 있는 것을 선호했다. 또, 이들은 가변형 구조를 선호했고, 알파룸은 필요하고, 현관의 중문과 벤치 또한 선호했다. 특히, 1인 가구 중 2베이를 선호하는 표본은 기대빈도보다 20% 이상 높게 나타났다, 방 2개 이하를 선호하는 표본과 20평대 이하의 주택 규모를 선호하는 표본은 기대빈도보다 30% 이상 높게 나타났다.

(2) 자녀 없는 부부의 선호

자녀 없는 부부의 집의 구조와 크기 선호는 4베이, 3개의 방 개수, 30평대의 주택 규모, 거실과 주방은 부분적으로 트여 있는 것을 선호했다. 또, 이들은 가변형 구조를 선호했고, 알파룸은 필요하고, 현관의 중문과 벤치 또한 선호했다. 특히, 자녀 없는 부부 중 방 3개를 선호하는 표본은 기대빈도보다 20% 이상 높게 나타났다.

(3) 자녀 있는 부부의 선호

자녀 있는 부부의 집의 구조와 크기 선호는 3, 4베이, 3개의 방 개수, 30평대 이상의

⁶⁾ 모정현 외, 2013, “주생활양식 유형별 소형아파트 LDK 선호특성 분석”, 『한국주거학회논문집』, 24(4), pp.83~96, 한국주거학회의 LDK 선호도 문항을 본 연구에 맞게 재구성함.

주택 규모, 거실과 주방은 부분적으로 트여 있는 것을 선호했다. 또, 이들은 가변형 구조를 선호했고, 알파룸은 필요하고, 현관의 중문과 벤치 또한 선호했다. 특히, 자녀 있는 부부 중 방 4개 이상을 선호하고, 30평대 이상의 주택 규모를 선호하는 표본은 기대빈도보다 20% 이상 높게 나타났다.

[표 5-8] 집의 구조와 크기의 선호

집의 구조 크기의 선호	1인 가구 (N ₁ =100)	자녀 없는 부부 (N ₂ =100)	자녀 있는 부부 (N ₃ =100)	계	χ^2
베 이	2베이 (44.0)	27 (27.0)	19 (19.0)	90 (30.0)	20.590***
	3베이 (38.0)	35 (35.0)	41 (41.0)	114 (38.0)	
	4베이 (18.0)	38 (38.0)	40 (40.0)	96 (32.0)	
	전체 (100.0)	100 (100.0)	100 (100.0)	300 (100.0)	
방 개 수	2개 이하 (51.0)	22 (22.0)	12 (12.0)	85 (28.3)	46.869***
	3개 (39.0)	65 (65.0)	60 (60.0)	164 (54.7)	
	4개 이상 (10.0)	13 (13.0)	28 (28.0)	51 (17.0)	
	전체 (100.0)	100 (100.0)	100 (100.0)	300 (100.0)	
주 택 규 모	20평대 이하 (64.0)	41 (41.0)	9 (9.0)	114 (38.0)	67.504***
	30평대 (27.0)	46 (46.0)	61 (61.0)	134 (44.7)	
	40평대 이상 (9.0)	13 (13.0)	30 (30.0)	52 (17.3)	
	전체 (100.0)	100 (100.0)	100 (100.0)	300 (100.0)	
거 실 주 방 연 결 성	완전히 트여 있는 것 선호 (31.0)	36 (36.0)	37 (37.0)	104 (34.7)	3.804
	부분적으로 트여 있는 것 선호 (54.0)	51 (51.0)	56 (56.0)	161 (53.7)	
	완전히 분리된 것 선호 (15.0)	13 (13.0)	7 (7.0)	35 (11.7)	
	전체 (100.0)	100 (100.0)	100 (100.0)	300 (100.0)	

	1인 가구		자녀 없는 부부		자녀 있는 부부		전체 평균	F 비
	M	D	M	D	M	D		
가변형 구조 필요	2.71		2.72		2.8		2.74	0.641
알파룸 필요	2.89		2.97		2.97		2.94	0.663
현관 중문 선호	2.86		2.94		2.85		2.88	0.456
현관 벤치 선호	2.75		2.85		2.78		2.79	0.617

a) M: Mean 평균(-2점~2점)

b) D: Duncan's Multiple Range test

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

□ : 관측빈도가 기대빈도보다 높음

■ : 관측빈도가 기대빈도보다 20% 이상 높음

■ : 관측빈도가 기대빈도보다 30% 이상 높음

2) 거실의 선호

(1) 1인 가구의 선호

1인 가구의 거실에 관한 선호는 거실 2면이 트여 있는 것, 아트월과 수납공간이 같이 있는 것, 거실에 TV가 있는 것을 선호했다.

(2) 자녀 없는 부부의 선호

자녀 없는 부부의 거실에 관한 선호는 거실 2면이 트여 있는 것, 아트월은 비선호, 거실에 TV가 있는 것을 선호했다.

(3) 자녀 있는 부부의 선호

자녀 있는 부부의 거실에 관한 선호는 거실 3면 이상이 트여 있는 것, 아트월과 수납공간이 같이 있는 것, 거실에 TV가 있는 것을 선호했다.

[표 5-9] 거실의 선호

거실		1인 가구 (N ₁ =100)		자녀 없는 부부 (N ₂ =100)		자녀 있는 부부 (N ₃ =100)		계	χ ²
거 실 면	1면	13 (13.0)		7 (7.0)		7 (7.0)		27 (9.0)	4.433
	2면	50 (50.0)		50 (50.0)		45 (45.0)		145 (48.3)	
	3면 이상	37 (37.0)		43 (43.0)		48 (48.0)		128 (42.7)	
	전체	100 (100.0)		100 (100.0)		100 (100.0)		300 (100.0)	
아 트 월	아트월만 선호	11 (11.0)		13 (13.0)		10 (10.0)		34 (11.3)	8.422
	아트월과 수납공간 선호	46 (46.0)		33 (33.0)		53 (53.0)		132 (44.0)	
	아트월 선호하지 않는다	43 (43.0)		54 (54.0)		37 (37.0)		134 (44.7)	
	전체	100 (100.0)		100 (100.0)		100 (100.0)		300 (100.0)	
		1인 가구		자녀 없는 부부		자녀 있는 부부		전체 평균	F 비
		M	D	M	D	M	D		
거실에 TV 선호		2.87		2.97		3		2.95	0.848
TV 대신 다른 가구 선호		2.24		2.27		2.4		2.3	1.679

a) M: Mean 평균 (-2점~2점)

b) D: Duncan's Multiple Range test

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

■ : 관측빈도가 기대빈도보다 높음

3) 부엌 및 식사 공간의 선호

(1) 1인 가구의 선호

1인 가구의 부엌 및 식사 공간에 관한 선호는 다용도의 4인용 식탁, ㄱ형의 오픈형 주방, 식사 공간이 별도로 있는 것을 선호했다. 특히, 1인 가구 중 2인용 식탁을 선호하는 표본은 기대빈도보다 20% 이상 높게 나타났다.

(2) 자녀 없는 부부의 선호

자녀 없는 부부의 부엌 및 식사 공간에 관한 선호는 다용도의 4인용 식탁, ㄴ형의 오픈형 주방, 식사 공간이 별도로 있는 것을 선호했다.

(3) 자녀 있는 부부의 선호

자녀 있는 부부의 부엌 및 식사 공간에 관한 선호는 다용도의 6인용 이상의 식탁, ㄴ형의 오픈형 주방, 식사 공간이 별도로 있는 것을 선호했다. 특히, 자녀 없는 부부 중 6인용 이상의 식탁을 선호하는 표본은 기대빈도보다 20% 이상 높게 나타났다.

[표 5-10] 부엌 및 식사 공간의 선호

부엌 및 식사 공간		1인 가구 (N ₁ =100)	자녀 없는 부부 (N ₂ =100)	자녀 있는 부부 (N ₃ =100)	계	χ^2
식 탁 사 이 즈	2인용	24 (24.0)	8 (8.0)	3 (3.0)	35 (11.7)	40.702***
	4인용	52 (52.0)	57 (57.0)	40 (40.0)	149 (49.7)	
	6인용 이상	24 (24.0)	35 (35.0)	55 (55.0)	114 (38.0)	
	필요 없음	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (2.0)	2 (0.7)	
	전체	100 (100.0)	100 (100.0)	100 (100.0)	300 (100.0)	
식 탁 용 도	식사, 취식의 용도로만	42 (42.0)	38 (38.0)	26 (26.0)	106 (35.3)	6.137
	취식 이외 다양한 용도	56 (62.7)	60 (62.7)	72 (62.7)	188 (62.7)	
	식탁 없음	2 (2.0)	2 (2.0)	2 (2.0)	6 (2.0)	
	전체	100 (100.0)	100 (100.0)	100 (100.0)	300 (100.0)	

부엌 및 식사 공간		1인 가구 (N ₁ =100)		자녀 없는 부부 (N ₂ =100)		자녀 있는 부부 (N ₃ =100)		계	x ²
주 방 개 방 정 도	오픈형 주방	67 (67.0)		67 (67.0)		66 (66.0)		200 (66.7)	.030
	별도의 공간으로 분리됨	33 (33.0)		33 (33.0)		34 (34.0)		100 (33.3)	
	전체	100 (100.0)		100 (100.0)		100 (100.0)		300 (100.0)	
	ㄱ형	43 (43.0)		31 (31.0)		36 (36.0)		110 (36.7)	
주 방 타 입	ㄷ형	38 (38.0)		53 (53.0)		44 (44.0)		135 (45.0)	4.988
	—형 또는 11형	19 (19.0)		16 (16.0)		20 (20.0)		55 (18.3)	
	전체	100 (100.0)		100 (100.0)		100 (100.0)		300 (100.0)	
		1인 가구		자녀 없는 부부		자녀 있는 부부		전체 평균	F 비
		M	D	M	D	M	D		
식사 공간이 별도로 필요함		2.79		2.82		2.93		2.85	1.346

a) M: Mean 평균(-2점~2점)

b) D: Duncan's Multiple Range test

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

□ : 관측빈도가 기대빈도보다 높음

■ : 관측빈도가 기대빈도보다 20% 이상 높음

4) 침실 및 화장실의 선호

(1) 1인 가구의 선호

1인 가구의 침실 및 화장실에 관한 선호는 건식 화장실, 2개의 화장실, 욕조가 있는 것을 선호, 세면대와 화장실의 분리를 선호했다. 또, 이들은 구성원당 하나의 침실이 있는 것을 선호했고 침실 안에 드레스룸이 있는 것을 선호했다. 특히, 1인 가구 중 1개의 화장실 개수를 선호하는 표본은 기대빈도보다 30% 이상 높게 나타났다.

(2) 자녀 없는 부부의 선호

자녀 없는 부부의 침실 및 화장실에 관한 선호는 건식 화장실, 2개의 화장실, 욕조가 있는 것을 선호, 세면대와 화장실의 분리를 선호했다. 또, 이들은 구성원당 하나의 침실이 있는 것을 선호했고 침실 안에 드레스룸이 있는 것을 선호했다.

(3) 자녀 있는 부부의 선호

자녀 있는 부부의 침실 및 화장실에 관한 선호는 건식 화장실, 2개의 화장실, 욕조가 있는 것을 선호, 세면대와 화장실의 분리를 선호했다. 이들은 구성원당 하나의 침실이 있는 것을 선호했고 침실 안에 드레스룸이 있는 것을 선호했다. 또, 자녀가 있는 부부는 자녀 방이 기능별로 분리되기보다는 각자의 방인 것을 선호했다.

[표 5-11] 침실 및 화장실의 선호

침실 및 화장실		1인 가구 (N ₁ =100)		자녀 없는 부부 (N ₂ =100)		자녀 있는 부부 (N ₃ =100)		계	χ ²
자 녀 방	각자의 방	0 (0.0)		0 (0.0)		60 (60.0)		60 (20.0)	282.353***
	기능별	0 (0.0)		0 (0.0)		36 (36.0)		36 (12.0)	
	자녀 없음	100 (100.0)		100 (100.0)		4 (4.0)		204 (68.0)	
	전체	100 (100.0)		100 (100.0)		100 (100.0)		300 (100.0)	
화 장 실 개 수	1개	47 (47.0)		18 (18.0)		2 (2.0)		67 (22.3)	65.757***
	2개	48 (48.0)		79 (79.0)		85 (85.0)		212 (70.7)	
	3개 이상	5 (5.0)		3 (3.0)		13 (13.0)		21 (7.0)	
	전체	100 (100.0)		100 (100.0)		100 (100.0)		300 (100.0)	
화 장 실 타 입	습식	43 (43.0)		40 (40.0)		45 (45.0)		128 (42.7)	0.518
	건식	57 (43.0)		60 (40.0)		55 (45.0)		172 (42.7)	
	전체	100 (100.0)		100 (100.0)		100 (100.0)		300 (100.0)	

침실 및 화장실	1인 가구		자녀 없는 부부		자녀 있는 부부		전체 평균	F 비
	M	D	M	D	M	D		
화장실 욕조 선호	2.54	a	2.8	b	2.86	b	2.73	5.409**
세면대와 화장실 분리 선호	2.52	a	2.77	b	2.73	b	2.67	3.659*
현관 앞 별도의 세면대 선호	2.5		2.52		2.51		2.51	0.021
가구 구성원당 하나의 침실 필요	2.98	b	2.79	a	3.03	b	2.93	3.568*
침실 안 드레스룸 선호	2.7		2.76		2.83		2.76	0.943

a) M: Mean 평균(-2점~2점) b) D: Duncan's Multiple Range test

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

□ : 관측빈도가 기대빈도보다 높음

□ : 관측빈도가 기대빈도보다 20% 이상 높음

□ : 관측빈도가 기대빈도보다 30% 이상 높음

5) 세대 평면 선호 종합

코로나19 이후 에코부머의 세대 평면 선호 조사 결과, 대부분의 항목에서 유의미한 차이가 없었다. 베이, 방 개수, 집의 규모, 식탁 사이즈, 주방 타입의 항목에서는 가구 유형별로 차이가 있었는데, 이것은 조사 대상자들의 가구 구성원 수에 따른 결과로 여겨진다.

[표 5-12] 세대 평면 선호 종합

가구 유형	방의 크기, 구조							
	베이	방 개수	규모	거실, 주방 연결성	가변형	알파룸	중문	현관 벤치
1인 가구	2베이	1,2개	~20평대	부분적 트임	선호	필요	선호	선호
자녀 없는 부부	4베이	3개	30평대	부분적 트임	선호	필요	선호	선호
자녀 있는 부부	3,4베이	3개	30평대~	부분적 트임	선호	필요	선호	선호
가구 유형	거실			부엌 및 식사 공간				
	거실 면	아트월	거실 TV	식탁 크기	식탁용도	주방 개방정도		
1인 가구	2면	아트월과 수납공간	선호	4인용	다용도	오픈형		
자녀 없는 부부	2면	아트월 비선호	선호	4인용	다용도	오픈형		
자녀 있는 부부	3면 이상	아트월과 수납공간	선호	6인용 이상	다용도	오픈형		
가구 유형	부엌 및 식사 공간		화장실					
	주방 타입	식사 공간	화장실 개수	화장실 타입	욕조	세면대와의 분리		
1인 가구	ㄱ형	별도 필요	2개	건식	선호	분리 선호		
자녀 없는 부부	ㄷ형	별도 필요	2개	건식	선호	분리 선호		
자녀 있는 부부	ㄷ형	별도 필요	2개	건식	선호	분리 선호		

06. 뉴노멀 시대의 평면 제안

뉴노멀 시대의 에코부머 세대에게 있어 가장 증가한 주거 기능은 ‘쾌적성’이었으며, 이들이 가장 선호하는 공간은 ‘개방형 공간’과 ‘레이어드 홈’이었다. 또, 에코부머 세대는 자유롭게 외부 활동을 하지 못하고 집 안에 있는 시간이 증가하는 것에 가장 큰 스트레스를 받았다.

이에 따라, 에코부머 세대가 가장 선호하는 평면의 규모인 59m²와 85m² 크기의 평면을 제안하였다. 각 평면은 가변형 벽체를 사용해, 생애 주기에 따라 공간의 구성에 변화를 줄 수 있다. 59m² 크기의 평면은 1인 가구가 거주하다가 생애 주기에 따라 자녀 없는 부부가 살 수 있다. 85m² 크기의 평면은 자녀 없는 부부가 거주하다가 생애 주기에 따라 자녀와 같이 거주할 수 있다.



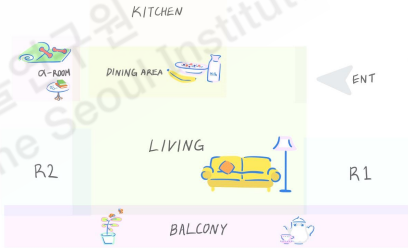
[그림 6-1] 생애 주기에 따른 평면 제안

1_1인 가구를 위한 평면 제안

1) 1인 가구의 공간 요구

1인 가구의 공간 선호는 개방 추구형과 레이어드 홈 추구형이 가장 많았다. 따라서 집
에 야외공간과 공간의 구획이 가장 필요했다. 코로나19 이후 1인 가구의 증가한 일상
생활 행위는 온라인 장보기, 환기 소독·살균 등, 동영상 플랫폼 시청 순으로 증가했다.
따라서 택배 및 배달을 위한 공간과 택배 및 배달을 위한 편리한 동선, 현관의 소독
및 살균을 위한 공간, 야외공간을 위한 확장된 베란다, 1인 가구 혼자서도 동영상 플랫
폼 시청이 아닌 다양한 취미활동 등을 하면서 보낼 수 있는 공간이 필요했다.

[표 6-1] 1인 가구의 공간 요구

	1인 가구 공간 요구	Space Needs
스페이스 타입	Living + 2Room + Kitchen (with Dining) + alpha room + Entrance area(+Terrace)	
공간 선호	개방 추구형 > 레이어드 홈 추구형 > 변화 추구형 > 미니멀리즘 추구형	• 집에 야외공간 필요 (발코니 또는 테라스) • 집 안 업무공간 구성 (업무 또는 취미) • 집의 공간 분리 필요
라이프 스타일	온라인 장보기 > 환기, 소독, 살균 등의 빈도 > 동영상 플랫폼 시청 > 배달음식 주문 > 온라인 쇼핑(장보기 제외)	• 배달을 위한 동선, 위치 고려 • 배달/택배/온라인 장보기 받는 공간 필요 • 현관에 소독 살균을 위한 공간 필요 • 집에서 취미활동 위한 공간 필요
주거 기능	쾌적성 > 안전성 > 편리성 > 휴식성 > 다기능성 > 사회성	

2) 1인 가구를 위한 평면 요소

1인 가구의 공간 요구를 기반으로 평면 요소와 각 실의 역할을 도출했다. 거실은 전형적인 공간보다는 다양한 활동을 할 수 있고 휴식을 취할 수 있는 공간이 되는 것이 필요하다. 부엌 및 식사 공간은 배달음식과 온라인 장비의 주문이 증가함에 따라 현관에서의 용이한 동선과 분리배출이 편리한 시스템의 도입이 필요하다. 또한, 식사 공간은 거실과 부엌과는 어느 정도 기능적으로 분리가 되는 것이 좋다. 침실은 휴식을 위한 공간으로, 동영상 플랫폼을 즐길 수 있는 환경과, 베란다나 큰 창문 등을 배치해 외부와 쉽게 접할 수 있는 것이 필요하다. 침실 이외에 취미생활이나 재택근무 등을 할 수 있는 방 또는 알파룸이 필요하다.

[표 6-2] 1인 가구를 위한 평면 요소 제안

	Living	TV, 동영상 플랫폼을 즐기는 공간보다는 다양한 행동을 하며 휴식을 취할 수 있는 공간
	Kitchen (+ Dining)	- 배달음식/온라인 장비 등 간편하게 보관할 수 있는 공간, 쉽게 옮길 수 있는 동선 필요 - 식사 공간과 어느 정도 분리 - 거실과 어느 정도 분리
	Room	- 침실 안에 드레스룸 - 침실 안에서 온라인, 동영상 플랫폼을 편리하게 즐길 수 있는 환경 (메인) 침실의 테라스 또는 큰 창으로 외부와 접하는 환경 필요
	Balcony (+ Terrace)	- 발코니 확장이 아닌 발코니 자체를 쾌적하게 만들어 집에서도 외부와 접할 수 있게 구성 - 홈 카페, 홈 가든 등을 구성할 수 있는 공간 필요 - 수시로 환기할 수 있는 시스템 필요
	Entrance	- 집에 진입하자마자 소독, 살균을 위한 공간 필요(세면대, 스타일러 공간 등) - 배달 혹은 택배를 보관할 수 있는 수납공간 필요 - 현관과 주방의 간편한 동선 필요
	Alpha Room	- 업무, 학습, 취미활동을 위한 알파룸 필요 - 알파룸의 위치는 거실과 인접하지만, 공간의 구획은 필요

3) 1인 가구를 위한 59m² 평면 제안: 59m² A타입

위 결과를 토대로 1인 가구를 위한 평면을 제안했다. 1인 가구를 위한 평면의 개념은 'Home-ludens'로, 집이 단순한 휴식공간을 넘어 집에서 취미와 취향을 실현할 수 있는 공간이다.

1인 가구를 위해 집에서도 여러 가지 취미생활을 할 수 있도록 취미룸을 배치했다. 온라인 쇼핑과 장보기의 비중이 높은 1인 가구를 위해 현관에서 팬트리, 그리고 주방까지의 동선을 편리하게 연결했다. 베란다를 넓혀 홈 카페와 홈 텃밭을 배치했고, 침실에도 베란다를 그대로 두었다. 현관에도 바로 옆 의류 관리기와 건식 세면대가 있어 집의 중문을 넘어가기 전에 한 차례 소독 및 살균을 할 수 있다.



[표 6-3] 1인 가구를 위한 평면 제안

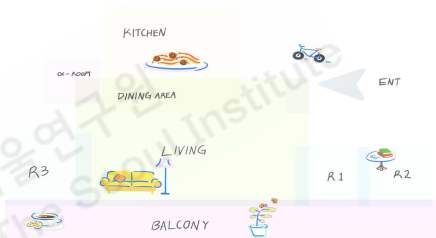
타겟층	1인 가구, 59m ² A타입
컨셉트	Home-ludens
평면	
Key Point	A. VIRUS-FREE ZONE B. EASY DELIVERY C. HOME LUDENS ① 택배 및 배달 이동 용이 온라인 쇼핑, 배달음식 등 현관에서 바로 이동 가능 ② 팬트리 현관과 가까워 수납 및 보관 편리 ③ 편리한 동선 주방, 현관과 이중 연결 ① 의류 관리기 위생적 동선 및 보관 용이 ② 건식 세면대 집 안에 들어와 바로 위생 관리 ③ 편리한 동선 현관과 거실, 화장실과 연결됨 ① 넓어진 베란다 집 안의 야외공간으로 개방형 공간 ② 홈 카페 홈 루덴스 족을 위한 집 안의 홈 카페 ③ 홈 텃밭 취미를 위한 공간

2_자녀 없는 부부를 위한 평면 제안

1) 자녀 없는 부부의 공간 요구

자녀 없는 부부의 공간 선호는 개방 추구형과 레이어드 홈 추구형이 가장 많았다. 따라서 집에 야외공간과 공간의 구획이 필요했다. 코로나19 이후 자녀 없는 부부의 증가한 일상생활 행위는 배달음식 주문, 환기 소독·살균 등, 온라인 장보기 순이다. 따라서 집에서 여러 가지 기능을 위한 방(예. 재택근무 공간, 홈 집 등), 현관의 소독 및 살균을 위한 공간, 야외공간을 위한 넓어진 베란다, 부부를 위한 공간이 필요했다.

[표 6-4] 자녀 없는 부부의 공간 요구

자녀 없는 부부의 공간 요구		Space Needs
스페이스 타입	Living + 3 Room + Kitchen (with Dining) + alpha room + Entrance area + Balcony	
공간 선호	개방 추구형 > 레이어드 홈 추구형 > 미니멀리즘 추구형 > 변화 추구형	• 집에 야외공간, 창문 필요 (balcony 또는 테라스) • 집 안 업무/취미 공간 구성 • 집의 공간 분리 필요(레이어드 홈)
라이프 스타일	배달음식 주문 > 환기, 소독, 살균 등의 빈도 > 온라인 장보기 > 동영상 플랫폼 시청 > TV 시청	• 배달을 위한 동선, 위치 고려 • 배달/택배/온라인 장보기 받는 공간 필요 • 현관에 소독 살균을 위한 공간 필요 • 집에서 취미활동 위한 공간 필요
주거 기능	쾌적성 > 안전성 > 편리성 > 다기능성 > 사회성 > 휴식성	

2) 자녀 없는 부부를 위한 평면 요소

자녀 없는 부부의 공간 요구를 기반으로 평면 요소와 각 실의 역할을 도출했다. 거실은 TV 등의 동영상 플랫폼을 즐기는 공간보다는 다양한 활동을 하며 휴식을 취할 수 있는 공간이 되는 것이 필요하다. 부엌 및 식사 공간은 배달음식과 온라인 장보기의 주문이 증가함에 따라 현관에서의 용이한 동선과 분리배출이 편리한 시스템의 도입과 더불어 쾌적하고 공간 분리가 된 식사 공간이 필요하다. 침실은 자녀가 생겼을 경우를 위한 가변형 구조가 필요하다. 또한, 부부가 같이 시간을 보낼 수 있는 공간과 각자의 시간도 쾌적하게 보낼 수 있는 공간과 공간 구성이 필요하다.

[표 6-5] 자녀 없는 부부를 위한 평면 요소 제안

 Living	• TV, 동영상 플랫폼을 즐기는 공간보다는 다양한 행동을 하며 휴식을 취할 수 있는 공간
 Kitchen (+ Dining)	• 배달음식/온라인 장보기 등 간편하게 보관할 수 있는 공간, 쉽게 옮길 수 있는 동선 필요 • 쾌적한 식사 공간 필요 • 거실과 어느 정도 분리
 Room	• 침실의 테라스 또는 큰 창으로 외부와 접하는 환경 필요 • 자녀가 생겼을 경우를 위해 방을 구획할 수 있는 가변형 구조 필요
 Balcony (+ Terrace)	• 발코니 확장이 아닌 발코니 자체를 쾌적하게 만들어 집에서도 외부와 접할 수 있게 구성 • 홈 카페, 홈 가든 등을 구성할 수 있는 공간 필요 • 수시로 환기할 수 있는 시스템 필요
 Entrance	• 집에 진입하자마자 소독, 살균을 위한 공간 필요(세면대, 스타일러 공간 등) • 배달 혹은 택배를 보관할 수 있는 수납공간 필요 • 현관과 주방의 간편한 동선 필요
 Alpha Room	• 업무, 학습, 취미활동을 위한 알파룸 필요 • 알파룸의 위치는 거실과 인접하지만, 공간의 구획은 필요

3) 자녀 없는 부부를 위한 59m² 평면 제안: 59m² B타입

자녀 없는 부부를 위한 평면의 콘셉트는 ‘따로 또 같이’로 공간을 기능별, 개인별로 나누어 불편함을 없애 따로 또 같이 지낼 수 있는 공간이다. 베란다가 있는 두 개의 침실로, 개인별 공간 분리를 통해 각자의 공간이 필요할 때 사용이 가능하다. 기능으로 분리된 또 다른 방은 재택근무 공간 등 다용도로 사용이 가능하다. 또한, 현관의 클린존이 존재해 쾌적성을 높였다.

이 평면은 1인 가구를 위한 59m² A타입 평면과 같은 골격으로, 생애 주기가 바뀔 시 구조에 변화를 줄 수 있다. 거실이 넓었던 59m² A타입 평면과는 달리 거실의 면적을 줄이고 재택근무 공간을 구성했다. 또한, 부엌 또한 ㄱ형에서 ㄷ형으로 변경되어 자녀 없는 부부를 위한 부엌이 완성된다.



[표 6-6] 자녀 없는 부부를 위한 평면 제안 1

타깃층	자녀 없는 부부, 59m ² B타입
컨셉트	따로 또 같이
평면	
Key Point	A. PERSONAL SPACE B. VIRUS-FREE ZONE C. WORK SPACE
	① 개인별 공간 분리 개인의 공간이 존재해 쾌적성 증가 ② 휴식 가능한 베란다 공간 충분히 넓은 베란다 공간으로 각 침실에서 휴식 가능 ① 현관 옆 클린존 집 안에 들어와 바로 위생 관리 ② 의류 관리기 의류관리기를 위한 공간으로 '쾌적성'을 높여주는 가전 배치 가능 ① 기능별 공간 분리 재택근무 등의 업무 및 다용도 방으로 기능별 이용 가능

4) 자녀 없는 부부를 위한 85m² 평면 제안: 85m² A타입

자녀 없는 부부를 위한 평면의 콘셉트는 ‘Work & Life’로 집에서 일과 휴식을 동시에 취할 수 있다. 부부의 침실 외에도 두 개의 방이 있어 하나는 업무를 위한 공간, 다른 하나는 홈 짐 등 취미생활을 위한 공간으로 구성했다. 부부 침실 안에 동영상 플랫폼, 영화 등을 시청할 수 있는 부부만의 공간도 따로 두었다. 위 평면도 역시 넓어진 베란다와 현관의 클린존이 있어 뉴노멀 시대의 요구를 반영했다.

[표 6-7] 자녀 없는 부부를 위한 평면 제안 2

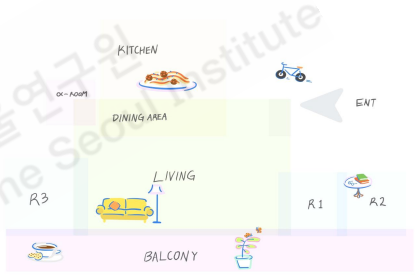
타깃층	자녀 없는 부부, 85m ² A타입		
콘셉트	Work & Life		
평면			
Key Point	A. HOME TRAINING	B. HOME BAR	C. HOME CINEMA
	① 홈 트레이닝 집 안 취미활동을 위한 공간 ② 베란다 스트레칭 공간 야외공간에서도 운동을 할 수 있게 구성	① 넓어진 베란다 넓어진 베란다와 폴딩 도어로 야외와 접할 수 있는 장점과 넓은 거실 또한 기능 ② 홈 바 부부를 위한 공간	① 홈 시네마 부부 침실의 창문 쪽 스크린을 설치 시 영화를 볼 수 있게 구성

3_자녀 있는 부부를 위한 평면 제안

1) 자녀 있는 부부의 공간 요구

자녀 있는 부부의 공간 선호는 개방 추구형과 레이어드 홈 추구형이 가장 많았다. 따라서 집에 야외공간과 공간의 구획이 필요했다. 코로나19 이후 자녀 있는 부부의 증가한 일상생활 행위는 배달음식 주문, 환기 소독·살균 등, 동영상 플랫폼 시청 순이었다. 따라서 아이를 위해 특별히 큰 현관의 소독 및 살균 공간, 아이들에게 방해받지 않고 재택근무 등 업무를 볼 수 있는 공간, 아이들에게 방해받지 않고 쉴 수 있는 부부만의 공간, 야외공간을 위한 넓어진 베란다가 필요했다.

[표 6-8] 자녀 있는 부부의 공간 요구

자녀 있는 부부의 공간 요구		Space Needs
스페이스 타입	Living + 3Room + Kitchen (with Dining) + alpha room + Entrance area + Balcony(+Terrace)	
공간 선호	개방 추구형 > 레이어드 홈 추구형 > 미니멀리즘 추구형 = 변화 추구형	• 집에 야외공간, 창문 필요(발코니 또는 테라스) • 집 안 업무/취미 공간 구성 • 집의 공간 분리 필요(레이어드 홈)
라이프 스타일	배달음식 주문 > 환기, 소독, 살균 등의 빈도 > 동영상 플랫폼 시청 > 온라인 정보기 = 영유아와 놀아주거나 함께 스포츠 활동을 함	• 배달을 위한 동선, 위치 고려 • 배달/택배/온라인 정보기 받는 공간 필요 • 현관에 소독 살균을 위한 공간 필요 • 집에서 자녀와 함께 있을 공간 필요
주거 기능	쾌적성 > 사회성 > 안전성 > 편리성 > 휴식성 > 다기능성	

2) 자녀 있는 부부를 위한 평면 요소

자녀 있는 부부의 공간 요구를 기반으로 평면 요소와 각 실의 역할을 도출했다. 거실은 TV 등의 동영상 플랫폼을 즐기는 공간보다는 가족과 시간을 보내며 즐길 수 있는 공간이 필요하다. 부엌 및 식사 공간은 넓은 수납공간과 자녀와 함께 식사하고 다용도로 쓸 수 있는 넓은 식사 공간이 필요하다. 침실은 자녀의 성장에 따른 공간의 구획(가변형 구조)이 필요하고, 부부만을 위한 공간도 필요하다. 또한, 쾌적한 욕아를 위한 세면과 살균 시설이 필요하다.

[표 6-9] 자녀 있는 부부를 위한 평면 요소 제안

	Living	TV, 동영상 플랫폼을 즐기는 공간보다는 가족과 시간을 보내며 같이 즐길 수 있는 공간
	Kitchen (+ Dining)	- 배달음식/온라인 장비 등 간편하게 보관할 수 있는 공간, 쉽게 옮길 수 있는 동선 필요 - 자녀와 함께 식사, 다용도로 쓸 수 있는 넓은 식사 공간 필요, 거실과 어느 정도 분리
	Room	(메인) 침실의 테라스 또는 큰 창으로 외부와 접하는 환경 필요 - 자녀의 성장에 따라 공간 구획 필요 (가변형 구조)
	Balcony (+ Terrace)	- 발코니 확장이 아닌 발코니 자체를 쾌적하게 만들어 집에서도 외부와 접할 수 있게 구성 - 홈 카페, 홈 가든 등을 구성할 수 있는 공간 필요 - 수시로 환기할 수 있는 시스템 필요
	Entrance	- 집에 진입하자마자 소독, 살균을 위한 공간 필요(세면대, 스타일러 공간 등) - 배달 혹은 택배를 보관할 수 있는 수납공간 필요 - 현관과 주방의 간편한 동선 필요
	Alpha Room	- 업무, 학습, 취미활동을 위한 알파룸 필요 - 알파룸의 위치는 거실과 인접하지만, 공간의 구획은 필요

3) 자녀 있는 부부를 위한 85m² 평면 제안: 85m² B타입

자녀 있는 부부를 위한 평면의 콘셉트는 ‘Clean & Nurture’로 깨끗한 환경에서 자녀를 기를 수 있다. 현관에 건식 세면대와 의류 관리기를 배치해 소독 및 살균을 할 수 있는 공간과 그 옆에 아이를 편리하게 씻길 수 있는 습식 화장실을 배치했다. 또, 부부 침실 안에 베란다를 두어 쉴 수 있는 공간과 가벽으로 업무 공간을 배치해 방해받지 않고 집중할 수 있는 공간을 구성했다. 위 평면도 역시 넓어진 베란다로 개방된 공간을 구성했다.

이 평면은 자녀 없는 부부를 위한 85m² A타입 평면과 같은 골격으로, 생애 주기가 바뀔 시 구조에 변화를 줄 수 있다. 현관 옆방의 베란다를 확장해 자녀 방을 넓혔고, 부엌 옆방 또한 부부 침실의 드레스룸을 확장하여 넓은 방 면적을 확보했다. 부엌도 팬트리 공간을 추가해 넓은 수납공간을 마련하였다.



[표 6-10] 자녀 있는 부부를 위한 평면 제안

타깃층	자녀 있는 부부, 85m ² B타입		
컨셉트	Clean & Nurture		
평면			
Key Point			
	A. KIDS SAFE ZONE ① 다양한 동선 현관 바로 앞 두 개의 씻는 공간으로 청결함 유지 ② 간식 세면대 간단한 위생 관리 가능 ③ 분리된 화장실 아이를 키우기 용이한 분리된 습식 화장실	B. WORKING ZONE ① 업무 공간 집중할 수 있는 업무 공간으로, 부부 침실 안 업무 공간을 가벽으로 분리 ② 가벽 설치 가벽이 있어 공간이 분리돼 업무와 침, 서로 구분됨	C. HEALING ZONE ① 힐링 존 에코부머가 선호하는 가정 중 하나인 안마의자 공간을 만들어 피로를 풀 수 있음

07. 결론 및 정책 제언

1_결론 및 정책 제언

1) 결론

본 연구는 코로나19 이후 앞당겨진 뉴노멀 시대의 새로운 주거 기능을 정립하고 그에 맞는 평면을 제안한다. 연구 과정에서 얻은 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 뉴노멀 시대의 일상생활 행위 변화 중 ‘쾌적성’의 기능에 해당하는 행위의 빈도가 가장 많이 증가했다. ‘배달음식 시키기’, ‘온라인 장보기’ 등 집 안에서 쾌적하게 지낼 수 있는 행위의 빈도가 증가했다. 이에 따라 뉴노멀 시대에는 집의 ‘쾌적성’을 높이기 위한 요구가 더욱 늘어날 것임을 알 수 있다.

둘째, 뉴노멀 시대의 에코부머 세대의 주거공간 선호는 ‘개방형 공간 선호형’과 ‘레이어드 홈 선호형’이 가장 많았다. 집에서도 야외공간의 필요성이 대두되고, 집에서도 여러 가지 기능을 수행할 수 있는 ‘레이어드 홈’이 되어야 함을 알 수 있다. 이에 따라 앞으로의 주거공간은 단순한 휴식의 공간을 넘어, 집에서도 쾌적하게 환기가 가능하고 야외 공기를 쉴 수 있는 ‘개방형 공간’이 되어야 하고, 기존에는 ‘집 밖’에서 행해지던 다양한 기능을 집 안에서 수행할 수 있어야 한다.

셋째, 뉴노멀 시대의 에코부머 세대가 요구하는 평면은 각 가구 유형마다 세부 요구사항에는 차이가 있었지만, 큰 맥락은 같았다. 앞으로의 평면에는 집의 위생, 살균을 위한 공간, 기능에 따른 공간의 분리 및 구획, 집 안에서도 충분히 밖의 공기를 느낄 수 있는 공간의 개방성, 배달 및 택배를 위한 편리한 동선 등이 요구된다.

본 연구의 결과는 사회의 주력 계층이 될 에코부머 세대를 중심으로 뉴노멀 시대의 달라진 주거 기능 및 주거공간 선호를 제시하고, 개발된 새로운 평면 요소를 통해 주거 시장에 참고할 수 있는 연구로서 의의가 있다.

2) 정책 제언

본 연구의 연구 결과가 뉴노멀 시대의 주거 시장에서 효과적으로 적용될 수 있는 방안으로 세 가지 정책을 제안한다.

(1) 쾌적성을 높이는 가전/구조/시스템의 개발과 도입 필요

뉴노멀 시대의 가장 증가한 주거 기능은 ‘쾌적성’이었다. 이에 따라 앞으로의 아파트 평면에는 쾌적성을 높여주는 가전⁷⁾과 구조, 시스템의 개발과 도입이 필요하다. 환기가 잘 되는 구조, 일반 아파트에서의 개별 세대 내 자동환기시스템 등의 시스템 개발을 제안한다. 또한, 세면과 위생 공간의 위치 재고, 의류 관리기, 안마의자, 건조기, 음식물 쓰레기 처리기 등 쾌적성을 올려주는 가전을 위한 공간과 빌트인 공간의 도입이 필요하다.

(2) 민간 주택에서 인센티브 제공을 통한 가변형 평면 도입 유도

심층 인터뷰와 설문조사를 통하여, 에코부머 세대의 요구가 다양한 것이 나타났고, 이에 따라 이들은 자신들의 라이프 스타일과 생애 주기에 따라 평면의 변화를 주는 것을 선호하는 것이 나타났다. 이에 따라 민간 주택에서의 인센티브 제공을 통한 가변형 평면 도입 추진이 필요하다. 가변형 구조를 보편화하기 위해, 벽식 구조가 아닌 기둥식 구조의 시공 및 건축 시 인센티브를 제공하는 것을 제안한다.

(3) 뉴노멀 시대의 평면을 공공주택에서 선도적으로 도입

위생 공간의 재고, 넓어진 베란다 등 뉴노멀 시대의 에코부머 세대의 요구가 반영된 뉴노멀 시대의 평면을 공공임대 주택에서 선도적으로 도입하는 정책을 제안한다. 이를 통해 공공임대 주택뿐만 아니라 민간 주택에서도 획일화된 평면이 아닌 라이프 스타일과 사람들의 요구가 반영된 다양화된 평면 보급이 증가할 수 있다.

7) [부록 1-1], 에코부머 세대가 보유하고 구입을 희망하는 가전

2_한계점 및 후속 연구 제안

본 연구는 주거 시장의 주 소비계층이 될 에코부머 세대를 대상으로 뉴노멀 시대의 새로운 주거 기능을 정립하고 그에 따른 평면을 제안하였다. 따라서 본 연구의 결과를 뉴노멀 시대의 전 세대에 적용하기에는 한계점이 있다.

본 연구의 후속 연구로 에코부머 세대가 아닌 전 세대에서 확장하는 것을 제안한다. 또한, 본 연구의 평면 제안은 59m²와 85m² 규모를 제안하였지만, 현재 1인 가구가 늘어나는 추세를 따라, 1인 가구를 위해 뉴노멀 시대의 주거 기능과 요구를 조사하고, 소형 평면을 제안하는 것을 후속 연구로 제안한다.



부록

[부록 1~1] 에코부머 세대가 보유하고 구입을 희망하는 가전

(100 %)

가전	1인 가구 (N ₁ =100)		자녀 없는 부부 (N ₂ =100)		자녀 있는 부부 (N ₃ =100)	
	보유	희망	보유	희망	보유	희망
TV	78	6	86	0	87	8
사운드바/빔 프로젝터	16	28	24	14	27	29
냉장고/냉동고	82	12	90	9	82	8
김치냉장고	31	16	34	17	59	21
세탁기	81	14	90	5	86	9
건조기	28	38	43	26	52	32
의류 관리기	20	44	26	33	22	42
신발관리기(슈드레서)	14	29	7	20	15	26
전자레인지/오븐	79	6	79	5	76	9
가스/전기레인지/인덕션	68	5	75	3	73	13
식기세척기/건조기	23	25	23	25	31	30
정수기	35	31	41	20	59	18
식품 조리기(전기 그릴, 에어 프라이어, 토스터 등)	42	23	48	10	51	22
음식물 쓰레기 처리기	15	35	12	28	17	34
안마의자	9	28	16	21	25	43
좌욕기/반신욕기	9	27	8	14	16	28
공기청정기	45	24	76	14	72	13
에어컨	77	13	85	7	86	13
선풍기	69	8	82	6	81	13
가습기	27	20	45	11	55	15
제습기	24	30	50	15	45	20
온풍기/히터/전기장판/온수 매트	36	15	44	12	42	18
노트북/태블릿PC	69	13	77	11	77	21
데스크톱	51	17	63	9	55	18
주변기기(프린터/스피커 등)	39	20	43	14	49	20
조명(스탠드, 등의 별도 조명)	42	18	42	16	39	23
반려동물 가구/가전기기	13	22	11	15	18	22
홈 트레이닝 기구(파워랙, 실내자전거, 러닝머신 등)	24	35	24	32	30	35

*이 중 보유 가전은 70% 이상, 구입 희망 가전은 30% 이상인 항목을 음영 표시한 것임

참고문헌

- 권오정·이용민·하해화·신혜인·김형우, 2011, “노인단독가구 유형별 주거 공간 사용 특성 생활시간조사 분석을 중심으로”, 「한국주거학회논문집」, 22(4), pp.33~41, 한국주거학회.
- 김경혜, 2009, “경제위기 시대의 사회안전망·정책대상과 정책방향”, 「서울도시연구」, 제10권 제3호, pp.23~36, 서울연구원.
- 김지은·변서경, 2016, “미래 주거트렌드 연구”, 「주택산업연구원 보고서」, 2016:1, pp.54~59, 주택산업연구원.
- 김현수 외 11인, 2021, 「포스트 코로나 도시가 바뀐다」, 기문당, 대한민국·도시계획학회.
- 서울의 ‘에코세대’ 어떻게 살아가나? (2018). 서울연구원.
- 김희정, 2020, “2020주거공간 트렌드 전망 -Covid19, 일상의 변화-”, 「한국주거학회지」, 15(1), pp.7~11, 한국주거학회.
- 모정현·강순주·권오정·최정민·김수진, 2013, “주생활양식 유형별 소형아파트 LDK 선호특성 분석”, 「한국주거학회논문집」, 24(4), pp.83~96, 한국주거학회.
- 박종혜·신경주, 2012, “국내 미래주택관을 통해서 본 미래 주거기능 경향 연구 수도권 미래주택관 5곳을 중심으로”, 「한국실내디자인학회 논문집」, 21(2), pp.3~13, 한국실내디자인학회.
- 방송희, 2020, 「미래 주거트렌드, 생애주기별 주택 수요분석을 통한 신상품 개발 및 제도 개선」, 한국주택금융공사.
- 배연희, 2020, “소형주택의 적정주거 평가지표 개발에 관한 연구 - 서울시 다세대주택을 중심으로 -”, 「한국주거학회논문집」, 32(2), pp.51~100, 한국주거학회.
- 손정민, 2015, 「에코부머 세대의 심리사회적 기능 변화궤적과 예측요인」.
- 오픈서베이, 2019, 「주거생활 트렌드 리포트」.
- 신민영, 2020, “코로나 19로 또다시 타격입은 세계화, 탈세계화 흐름 당분간 이어질 듯”, 「나라경제」, 2020. 12월호, pp.26~27, 경제정보센터.
- 전수연, 「밀레니얼에 주목하라-주거 형태의 변화와 기회-」, 2018.03.02. 디지에코보고서, kt 경제경영연구소.

전수영·박승환·김성화·최무혁, 2006, “라이프스타일에 따른 공동주택 단위평면 공간구성방식에 관한 선호도 조사연구”, 「한국주거학회논문집」, 17(5), pp.147~157, 한국주거학회.

최권종·진정, 2015, “국민주택(전용 85㎡ 이하) 아파트평면의 변화에 대한 연구 -제도적 변화와 사회적 변화를 중심으로-”, 「한국주거학회논문집」, 26(5), pp.123~131, 한국주거학회.

최정민, 2006, “국민주택규모의 공동주택 리모델링 평면개발을 위한 거주자 성향 분석”, 「한국실내디자인학회 논문집」, 15(6), pp.255~263, 한국실내디자인학회.

현대경제연구원, 2012, “एको부머 세대의 3대 경제난”, 「지속가능 성장을 위한 경제주평」, 통권 제 491호, 12~20, 현대경제연구원.

EY 한영 산업연구원, 2020, 「비욘드 코로나' 시대, 4대 뉴노멀에 대비해야」.

조선비즈, 2020.09.04., “코로나 사태가 불러온 '뉴노멀' 시대의 5대 트렌드”,
https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2020/09/03/2020090303654.htm.

한국일보, 2020.02.14.. “एको세대에 집이란? 재테크 수단이기보단 행복 공간”,
<https://www.hankookilbo.com/News/Read/202002131738359327>.

[https://jumin.mois.go.kr/\(주민등록 인구통계\)](https://jumin.mois.go.kr/(주민등록 인구통계)).

[http://hillstate.co.kr/\(힐스테이트\)](http://hillstate.co.kr/(힐스테이트)).

[http://kosis.kr/\(국가통계포털\)](http://kosis.kr/(국가통계포털)).

[http://lofin.moi.go.kr/portal/main.do\(지방재정365\)](http://lofin.moi.go.kr/portal/main.do(지방재정365)).

[http://openfinance.seoul.go.kr/main.do?localGovCd=00\(서울재정포털\)](http://openfinance.seoul.go.kr/main.do?localGovCd=00(서울재정포털)).

[http://stat.seoul.go.kr/jsp3/\(서울통계\)](http://stat.seoul.go.kr/jsp3/(서울통계)).

[http://www.dwconstruction.co.kr/Mnmn_main.action\(대우산업개발\)](http://www.dwconstruction.co.kr/Mnmn_main.action(대우산업개발)).

[https://www.elif.co.kr/Mnmn_main.action\(이편한세상\)](https://www.elif.co.kr/Mnmn_main.action(이편한세상)).

[https://www.kumhoenc.com/main/index.asp\(금호건설\)](https://www.kumhoenc.com/main/index.asp(금호건설)).

[http://www.law.go.kr/\(국가법령정보센터\)](http://www.law.go.kr/(국가법령정보센터)).

[https://www.mk.co.kr/dic/\(매일경제 경제용어사전\)](https://www.mk.co.kr/dic/(매일경제 경제용어사전)).

[https://www.raemian.co.kr/main.do\(래미안\)](https://www.raemian.co.kr/main.do(래미안)).

[https://www.si.re.kr/\(서울연구원\)](https://www.si.re.kr/(서울연구원)).

작은연구 좋은서울 21-02

뉴노멀 시대의 새로운 주거 기능과 평면 제안
- 에코부머 세대를 대상으로 -

발행인 유기영

발행일 2021년 11월 9일

발행처 서울연구원

비매품

06756 서울특별시 서초구 남부순환로 340길 57

이 출판물의 판권은 서울연구원에 속합니다.