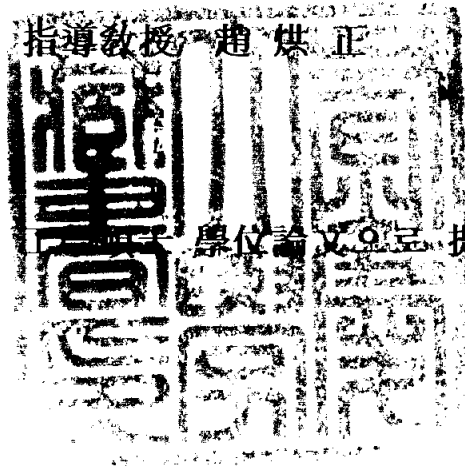


工學碩士 學位論文

도심지 백화점건축 외관 디자인
경향에 관한 연구

이 論文을 指導教授 趙 煥 正 學位論文으로 提出함



2004年 2月

釜慶大學校 大學院

建築工學科

羅 富 敬

羅富敬의 工學碩士 學位論文을 인준함

2003년 12월 26일

주 심 공학박사 김 기 환 (인)

위 원 공학박사 오 장 환 (인)

위 원 공학박사 조 홍 정 (인)

목 차

I. 서 론	1
1.1 연구 배경 및 목적	1
1.2 연구 범위 및 방법	3
II. 백화점건축의 이론적 고찰	5
2.1 백화점의 개념 및 특성	5
2.1.1 백화점의 개념	5
2.1.2 백화점의 특징	6
2.1.3 백화점의 특성별 분류	7
2.2 백화점의 역사	8
2.2.1 백화점의 기원과 발전	8
2.2.2 우리나라 백화점의 발전과정	9
III. 백화점건축의 외관 디자인 결정요인 및 외관디자인 구성요소	13
3.1 백화점건축의 외관 디자인 결정요인	13
3.1.1 백화점 환경의 변화	14
3.1.2 건축적 요인	16
3.1.3 기능적 요인	19
3.2 외관디자인 구성요소	20
3.2.1 형태	20
3.2.2 출입구	24
3.2.3 창	27

3.2.4 장식	29
3.2.5 재료 및 색채	31
IV. 백화점건축의 외관 디자인 사례분석을 통한 외관디자인의 특성	37
4.1 조사대상 사례 선정 및 분석방법	37
4.2 분석틀에 의한 사례분석 결과	40
4.3 사례분석에 따른 외관 디자인의 특성	61
4.3.1 양식과 근대성의 혼재기	61
4.3.2 현대 백화점 형태의 인식기	63
4.3.3 외관 디자인의 발전기	65
4.3.4 차별화에 대한 외관 디자인의 표현기	67
V. 백화점건축의 외관 디자인 경향	69
5.1 시대에 따른 다변화된 형태	70
5.2 대형화에 따른 출입구의 확대	72
5.3 창 의 변화에서 본 건축의 형태	74
5.4 장식의 다양화와 증가	77
5.5 건축 재료의 발달과 색채의 충족	81
VI. 결론	83
참고문헌	86
Abstract	89

그 림 목 차

그림 1 연구흐름의 진행도	4
그림 2 기본형태	22
그림 3 삭제적 변형	23
그림 4 부가적 변형	24

사 진 목 차

사진 1 봉마르세 백화점	8
사진 2 신세계 백화점	41
사진 3 미도파 백화점	42
사진 4 태화쇼핑	43
사진 5 신세계 영등포점	44
사진 6 현대 압구정점	45
사진 7 그랜드 백화점	46
사진 8 현대 무역센터점	47
사진 9 한신코아 백화점	48
사진 10 삼풍 백화점	49
사진 11 해태 백화점	50
사진 12 건영옴니 백화점	51

사진 13 미도파 백화점	52
사진 14 그레이스 백화점	53
사진 15 애경 백화점	54
사진 16경방필 백화점	55
사진 17 현대 부산점	56
사진 18 롯데 부산점	57
사진 19 현대 천호점	58
사진 20 신세계 강남점	58
사진 21 현대 미아점	59

표 목 차

표 1 백화점의 특성별 분류	7
표 2 우리나라 백화점의 발전과정	12
표 3 출입구의 형태	25
표 4 출입구의 위치	26
표 5 창 의 형태	28
표 6 재료의 인상특성	32
표 7 배색 부위별 유형	36
표 8 분석대상 백화점 개요	38
표 9 외관 디자인 분석의 틀	39
표 10 백화점 외관 디자인 사례분석표	60
표 11 제1세대 백화점 -양식과 근대성의 혼재기-	62
표 12 제2세대 백화점 -현대 백화점 형태의 인식기-	64
표 13 제3대 백화점 -외관 디자인의 발전기-	66
표 14 제4세대 백화점 -차별화에 대한 외관 디자인의 표현기-	68
표 15 대형화에 따른 출입구의 확대 형태	73
표 16 창 의 변화	75
표 17 위치별 장식요소	79

I. 서론

1.1 연구 배경 및 목적

백화점은 산업혁명 이후 근대 자본주의의 산물로 다양한 상품들이 한곳에 집중되어 관리되고, 체계화되며, 조직화된 대규모 소매점이다. 우리나라는 1930년 최초로 백화점이 생긴 이후로 현재까지도 많은 백화점들이 개점되고 있다. 백화점은 상품의 공급과 소비를 연결하는 매개체로서 사회와 시대적 변화에 유기적인 관계를 가지며, 백화점의 목적은 건축물 내에 많은 고객을 맞아들여 상품과 서비스의 구매를 유도하는 것이다. 따라서 건물외관에서부터 기업 이미지를 부각시키고 건물 접근도 용이하게 하는 등 인지성, 식별성 등이 요구된다.

백화점의 외관 디자인은 백화점의 환경 변화(소비문화의 변화와 유통의 변화 등)와 건축적 요인(건축가의 디자인 성향, 시대나 지역성, 문화, 법규, 경제적 요인)등에 인해 변화되어 왔다. 또한 현재의 백화점은 단순히 상품을 전시하고 판매하는 공간의 개념을 탈피하여 문화·휴식공간 등 다양한 접근으로 건축적 의미가 높아지고 있다. 현재 사회적 변화로 인해 백화점은 새로운 전환기를 맞이하는 시점으로 이러한 변화는 백화점건축 외관 디자인에 영향을 미칠 것이며, 외관 디자인의 변화는 필연적이라 할 수 있다.

외관 디자인은 보는 시각에 따라 또는 보는 사람의 심리상태에 따라, 美·醜가 결정되어질 수 있는 모호한 면이 있으며 시대나 지역성, 문화 등에 따

라 달라지므로 확실한 기준을 정하기는 힘들다. 하지만 그렇다고 외관 디자인을 아무렇게나 계획할 수 없다. 왜냐하면 건축이라는 것이 잘못 되었다 하더라도 손쉽게 지워버릴수 없는 재화적 속성을 지니고 있고, 한번 세워지면 적어도 한 세대의 많은 시간을 그 사회와 시대에 직접적·간접적으로 영향을 끼치게 되는 문화적 특성이기 때문이다. 따라서 가능하다면 그 시행착오를 줄여야 할 필요성이 있다.¹⁾

또한 외관디자인의 양·부에 따라 주변 환경에 많은 영향을 미치며, 한번 디자인 되면 장기적으로 유지되므로 초기 계획에서부터 고려되어야 한다.

경향은 그 시대를 반영하면서 공통적으로 나타나는 흐름이라 말할 수 있다. 이러한 경향은 시대의 문화·환경적 요인, 기타요인들과 긴밀한 연관 속에서 변화·발전되어 나타난다. 이처럼 백화점건축의 외관디자인에 있어서 경향은 초기의 백화점부터 현재에 이르기까지 변화·발전되어온 배경과 디자인요소의 변천사항, 특성을 알 수 있다. 이러한 경향은 시대의 문화·환경적 요인과 사용되어진 형태, 재료, 장식 등을 파악함으로써 유추할 수 있다.

따라서 본 연구는 국내 백화점의 사례분석을 토대로 하여 시대에 따른 백화점건축의 외관 디자인 특성 및 경향을 밝히는데 있다.

이에 국내 백화점의 발전과정을 고찰하고, 백화점건축에 나타난 외관 디자인을 분석하여 그 특성과 경향을 정리함으로써 현재의 백화점건축 외관디자인을 이해할 수 있는 바탕을 형성할 수 있다. 또한 향후 백화점 건축 외관 디자인 연구에 기초 자료를 제시하고자 한다.

1) 최영집, 우리의 가로건축-혼돈속의 새로운 질서, 그 바람직한 진화를 위하여, 건축과 환경 89.01, P.81

1.2 연구 범위 및 방법

본 연구는 백화점의 외관디자인에 있어서 형태, 출입구, 창, 장식, 재료, 색채에 대한 분석을 중심으로 백화점 외관 디자인의 특성과 경향을 파악하고자 한다.

또한 조사대상이 되는 백화점은 서울·부산지역의 중(15,000㎡~30,000㎡)·대규모(30,000㎡ 이상) 백화점으로 한정하였다.

분석대상의 자료는 건축전문잡지와 단행본, 학위논문, 현장조사를 통해 수집·조사하였다.

본 연구의 진행방법은 다음과 같다.

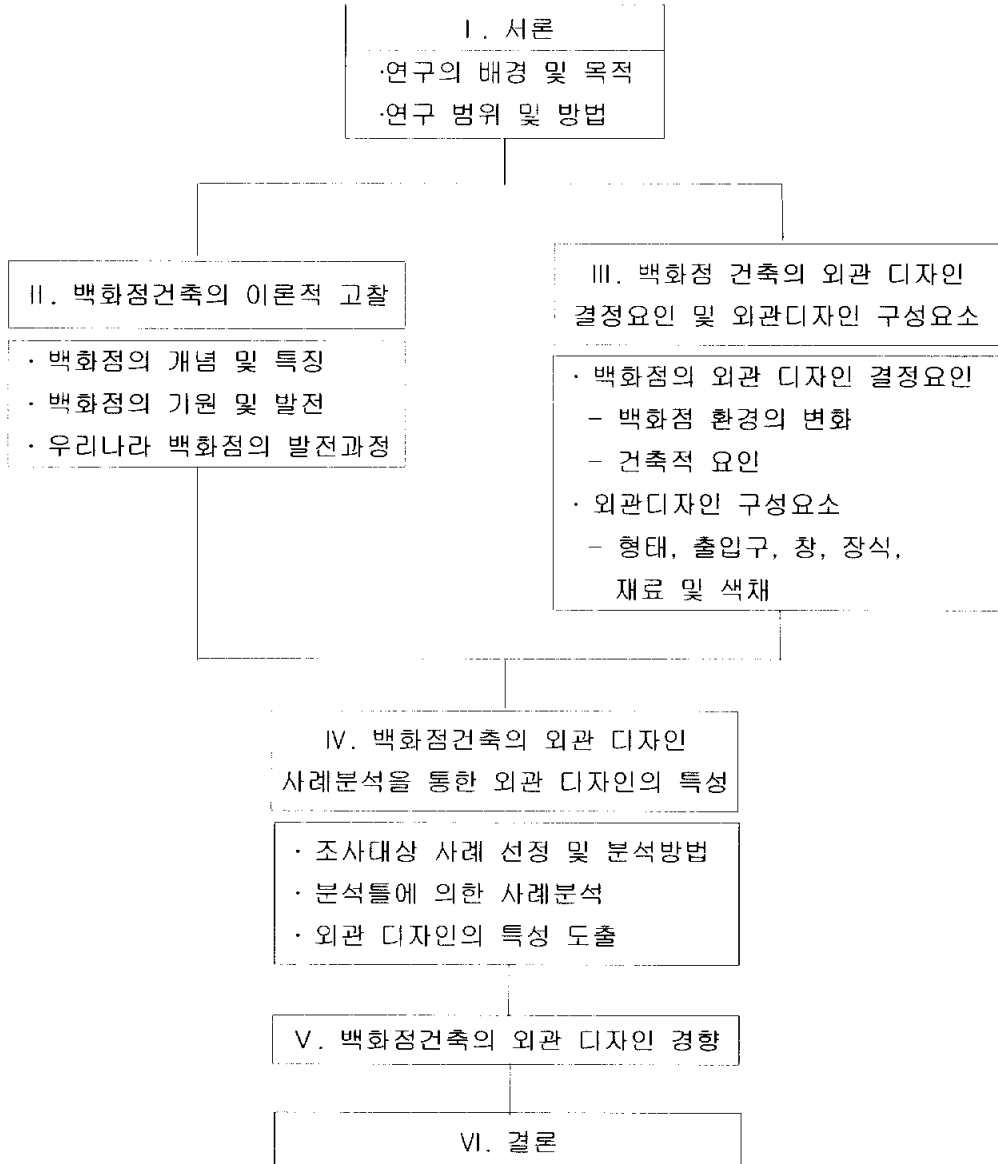
첫째, II장에서는 백화점건축에 대한 일반적 고찰 단계로서 백화점의 개념 및 특징, 백화점의 역사를 문헌을 통하여 고찰한다.

둘째, III장에서는 외관 디자인 특성을 분석하기 위해 백화점건축 외관 디자인의 결정요인을 정리하고 외관 디자인상의 구성요소를 분류하여 특성에 대해 예비적 고찰을 한다.

셋째, IV장에서는 조사대상 사례를 선정하여 분석틀을 이용하여 분석하고, 조사대상을 분석한 자료를 토대로 시대별로 분류하여 백화점건축 외관디자인에 나타난 특성을 분석하고 시대별로 분류하여 경향분석을 한다.

넷째, V장에서는 II장, III장, IV장을 토대로 백화점건축에 나타난 외관 디자인 경향을 도출한다.

그림 1 연구흐름의 진행도



II. 백화점건축의 이론적 고찰

본 장에서는 백화점건축 외관 디자인 경향을 분석하기 위한 기초 자료로서 백화점건축에 대한 이론부분을 고찰한다.

백화점건축을 이해하기 위한 백화점의 개념과 특징, 분류에 대해 고찰한다. 또한 시대별 외관 디자인 경향 분석에 있어 토대가 되는 백화점의 역사를 고찰한다.

2.1 백화점의 개념 및 특징

2.1.1 백화점의 개념

백화점의 개념에 대해서는 논자에 따라 조금씩 차이가 있는데 대체적으로 다음과 같이 말할 수 있다. “백화점이란 다수의 상품을 하나의 건물 안에서 부문별로 나누어 통일적으로 경영하는 대규모 소매점이다.” 또는 1987년 7월 1일 공포된 ‘도소매업진흥법’에 따르면, 백화점은 ‘각종 상품을 부문별로 구성하여 최종 소비자로 하여금 일괄 구매할 수 있도록 직영 위주로 운영하는 대규모 점포’라고 되어 있으며 ‘매장면적은 서울의 경우 3천㎡ 이상, 기타 지역은 2천㎡ 이상으로 50% 이상 직영인 점포’를 말한다.

백화점에 대한 용어도 나라마다 조금씩 다른데, 이는 그 나라의 사회·경제적인 발전과정이나 수준이 다르기 때문이다.

영어로는 ‘Department Store’라고 하여 부문별로 운영하는 점포라는 뜻으로 쓰이고 있으며, 프랑스어로는 ‘Grand Magasin’이라고 하여 대형 점포를 의미한다. 독일에서는 ‘Waren haus’라 하여 ‘상품의 집’이라는 의미로 쓰이고

있다. 동양에서는 ‘百貨店’이라고 하여 ‘많은 상품(百貨)이 갖춰져 있는 점포’라는 뜻으로 쓰이고 있다.¹⁾

2.1.2 백화점의 특징

백화점은 불특정 다수의 고객을 상대로 하여 소비활동이 이루어지는 곳이다. 과거의 재래시장의 경영 체제에서 벗어나 소비자가 신뢰를 바탕으로 상품을 구입하고 쇼핑을 하기 위한 공간이다.

백화점은 취급상품이 다양하고 풍부하며 원 스톱 쇼핑(one stop shopping)과 비교 구매가 가능토록 되어있으며, 양질의 상품 공급과 교환·반품·수리 등으로 고객으로부터 높은 신용도를 유지하고 있다.

또한 상품을 선보이는 상품전시장의 역할과 더불어 패션의 리더로서 새로운 소재, 새로운 패턴의 유행을 창조·보급하고 상품의 개발 등을 통해 소비자의 욕구에 부응하고 있다.

근래에 들어서는 백화점이 단순히 물건을 파는 장소가 아니라 소비자의 소비변화에 따라 즐거움도 함께 제공하는 장소가 되기 위해 볼거리 제공, 냉·난방, 주차장, 휴게실, 이벤트 홀 등을 갖추어 쾌적한 쇼핑 분위기를 조성하기 위한 서비스에 충실하고 있다.

또한 생활문화의 전당으로서 기획·문화 행사 등을 정기적으로 마련하여 새로운 생활문화를 창조하고 있다.²⁾

최근에는 유통의 변화와 함께 인터넷 판매, 통신 판매, 제휴점과의 연동 등 상품 판매 이외의 경영사업과의 연계 등으로 다양한 고객 만족 경영체계를

1) 신세계 25년의 발자취, 신세계백화점, 1987, pp.28~29

2) 백화점 건축계획, 전병직, 세진사, 1996, pp.12~13

추구하고 있으며, 고객의 개성과 그 기업의 아이덴티티가 강조된 환경을 조성해 나가고 있다.³⁾

2.1.3 백화점의 특성별 분류

백화점의 분류는 크게 경영특성에 의한 분류와 입지에 의한 분류로 나눌 수 있다.

표 1 백화점의 특성별 분류

경영 특성 ⁴⁾	종합백화점	매장면적 1,500㎡(대도시에서는 3,000㎡) 이상의 물품판매장으로 의식주관계의 많은 상품을 취급한다.
	부문백화점	구매객층별로 관련 상품을 구비한 상점이다.
	협업백화점	구매업자가 공동으로 만든 백화점으로 일괄 종합쇼핑의 판매 행위에 호소하는 형태가 많다.
	월부백화점	할부판매의 규정에 의한 판매를 원칙으로 하는 4가지로 분류 가능하다.
입지 특성 ⁵⁾	도심형백화점	도시의 중심상업지역에 위치한 것으로 가장 전형적인 형태이다. 풍부한 상품을 폭넓게 취급하며 유통영업시설의 기능이 큰 비중을 차지한다. 특히 도시 환경적 기능을 수행한다.
	터미널형백화점	대도시에서의 교외 교통기관과 시내 교통기관과의 접속점을 중심으로 한 상업지역에 있는 것으로 터미널 빌딩과 결합되는 경우가 있다.
	교외형백화점	교외나 도심 외부에 있으며 교통이 원활한 곳에 위치한다. 교외에 대규모 주차장을 수반하며, 복합적인 상업공간으로서 쇼핑과 문화, 레저를 함께 즐길 수 있는 것이 특징이다.

3) 이기웅, 백화점 건축의 현대적 기능 수용에 관한 연구, 중앙대 건설대학원, 1998.6, p.11

4) 건축실개자료집성 제8권, 건우사, 1983, pp.57~58

2.2 백화점의 역사

2.2.1 백화점의 기원과 발전

백화점의 기원은 잡화점 기원설과 복지점(dry goods) 기원설로 크게 두 가지로 나눌 수 있다. 전자는 많은 상품을 취급한다는 점에서, 후자는 도심백화점의 역사를 비추어볼 때 의복류가 선대품의 중심이었던 점에서 착안한 견해일 것이다. 어느 설이 옳은가 하는 문제는 차치하고 세계 최초의 백화점은 1852년 프랑스 파리에 설립된 봉 마르세(Bon Marche)衣料品점이 통설이다.

이를 창업한 사람은 衣料品 행상인이었던 브시코(A. Boucicaut)이었는데 그는 종전 오랜 세월에 걸친 인습적인 영업활동에서 벗어나 근대 소매업에 있어 혁신적인 경영원리를 창안하고 실천하였던 상업사상 획기적인 인물이 되었다. 그에 의한 혁신적인 원리관, 현금판매, 정가판매, 품질보장, 반품·환불의 4가지를 가리키는데, 이와 같은 새로운 영업방식에 의해 低마진·高回轉으로 저가격판매와 대량판매를 당시의 도시인 기호에 합치하는 방향으로 실현할 수 있었다는 점에 백화점의 역사적 의의를 찾을 수 있는 것이다.⁵⁾



사진 1 봉마르세 백화점

그 이후 구미에서는 계속하여 백화점이 발전하였는데, 그 요인 및 배경은 근대

5) 진계서, pp.57~58

6) 정순태, 마케팅 원론, 법문사, 1988, pp.222~225

적 도시의 발달, 교통 및 통신의 발달, 자본주의적 기업형태 및 경영기술의 발달, 자본주의적 생산체제의 발달과 근대적 산업기술의 발달 등을 들 수 있다.⁷⁾

2.2.2 우리나라 백화점의 발전과정

우리나라 백화점의 기원은 상업의 발달에 의한 시장형성에서 비롯되었으며, 사회생활에 의한 정착 및 분업화된 생산 활동은 소매점의 출현을 가능하게 하였다.⁸⁾ 근대적 의미의 백화점은 1930년 일본자본에 의해 설립된 일본의 미쓰코시 백화점의 경성지점이 그 효시이다. 당시 미쓰코시 백화점은 국내에서 가장 큰 상가였으며, 매매되는 상품도 다양했을 뿐 아니라 철저한 가격 표시제, 반품, 환급제, 계산기에 의한 영수증 발급 등으로 서유럽 백화점의 영업 형태를 갖춘 근대적 의미의 백화점이다.⁹⁾ 해방이후 동화백화점으로 존속하다가 1969년 신세계백화점으로 개칭되면서 직영체제를 갖추어 본격적인 백화점으로 출범하였다.¹⁰⁾ 국내 자본으로는 1931년 세워진 박흥식씨의 화신백화점, 1935년 미도파의 전신인 정자옥이 세워졌다.

우리나라 백화점의 발전과정은 논자에 따라 약간씩 차이가 있는데 대한상공회의소에서는 역사적 시기별로 1900년대 초부터 현재에 이르기까지 크게 5 단계로 구분하고 있다.¹¹⁾

첫 번째 단계는 암흑기(1876~1945)로, 이 시기는 조선 식민지화 과정에 의해 민족 상업자본이 형성되지 못하였고 일제하에 형성된 유통구조는 1930년

7) 전계서, pp.223~224

8) 이기웅, 백화점 건축의 현대적 기능 수용에 관한 연구, 중앙대 석논, 1998, p.6

9) 金鉉貫, 우리나라 주요 도심 백화점의 차별화 전략에 따른 디자인 특성에 관한 연구-1990년대 이후 현재까지 사례분석을 중심으로-, 중앙대 석논, 2002.6, p.21

10) 대한상공회의소, 한국의 유통산업, 1985, p.259

11) 전계서, pp.24~25, 71~76 요약

대 이후의 전시경제 체제에 편입되어 위축·왜곡되었다. 상거래는 5일장 등의 재래시장을 중심으로 이루어졌다. 1930년에는 일본 자본에 의해 일본 미쓰코시(三越)백화점 경성지점이 개점되었고, 1931년에는 민족자본에 의해 화신백화점이 창업하였다.

두 번째 단계는 혼란기(1945~1961)로, 해방, 6·25동란, 사회격변기의 과정을 정치·경제의 혼란과 함께, 밀수품·원조 물품의 대량 유입으로 정상적 유통산업이 형성될 수 없는 혼란기였다. 또한 근대적인 소매기구의 형태로 출발한 화신 주도의 백화점, 연쇄점 상업은 직영체제에서 전근대적인 임대체제로 전락하였다.

세 번째 단계는 여명기(1962~1973)로, 제1,2차 경제개발계획이 성공적으로 추진되어 경제규모가 확대되었으며, 공로 수송의 획기적 전기를 마련한 고속도로의 기본골격이 동기간에 구축되었다. 상적 유통으로는 백화점, 슈퍼체인, 연쇄점 등의 근대적 유통기구가 태동하기 시작했다. 신세계 백화점이 1969년 직영체제로 전환하고, 1973년 미도파 백화점이 직영체제로 경영함으로써 백화점다운 면모를 갖춘 백화점이 생성, 발전하였다.

네 번째 단계는 인식기(1974~1979)로, 제 1차 오일쇼크에 의해 유통근대화에 관한 논의가 활발히 전개되기 시작하였다. 하지만 유통기본법규의 정비도 이루어지지 못했고 산업정책 기조는 수출주도형 산업, 중화학공업의 육성에 치우쳐 유통부분은 정책적 투자지원에서 소외되었다. 상적 유통으로는 직영 백화점이 급성장하고 임대백화점이 약화되었으며, 대기업의 유통업 진출이 개시되었다.

다섯 번째 단계는 발전·도약기(1980~)로, 제2차 오일 쇼크와 정치변혁으로 유통근대화에 관한 논의가 부분적으로 결실을 맺게 되었다. 유통기본법규

가 정비되었으며, 유통근대화기본계획이 수립·시행되어 유통산업에 대한 체계적 지원체제가 구축되었다. 상적 유통으로는 전문백화점이 출현·번성하였고, 지방 직영백화점이 출현하였다.

한편 구자영¹²⁾은 백화점의 기능 및 역할 면에서 제1세대 재래식 백화점시대(1979이전), 제2세대 현대식 백화점시대(1980~1987), 제3세대 미래형 백화점시대(1988년 이후)로 분류하였다.

제1세대 백화점은 백화점의 기능에 대한 인식이 제대로 확립되지 않은 시기로서 단순히 대규모시설에 다양한 상품을 종합적으로 판매하는 장소의 개념을 크게 벗어나지 못했다. 대부분의 백화점은 종합임대백화점이 주종을 이루었으며 소수의 백화점만이 직영체제를 유지하였다.

제2세대 백화점은 수차례 걸친 경제개발계획과 수출·건설경기의 호조로 사회전반에 걸친 소득수준이 급격히 향상 되었으며, 유통업의 중요성에 대한 관심과 인식이 고조되어 유통근대시책이 본격적으로 수립 시행되었다. 제1세대 백화점에 비하여 제2세대 백화점의 가장 두드러진 특성은 ‘기능면에서의 서비스체제 강화’, ‘시설 면에서의 현대화’, ‘규모면에서의 확대’라 할 수 있다. 또한 일반인들의 백화점에 대한 인식이 대중화·보편화 되었다.

제3세대 백화점의 두드러진 특징은 기능면에서 기존 백화점의 기능으로서 보편화되어 있던 상품의 판매기능 및 다양한 서비스에서 한 차원 발전하여 대규모 휴식공간, 레저·스포츠 시설, 문화공연장, Community시설, 증권, 금융, 보험안내, 식당가 등을 갖추고 고객들에게 보다 높은 수준의 생활문화 서비스를 제공함으로써 1차기능인 상품판매기능과 결합하여 그 기능면에서 Synergy효과를 발휘하였다.

12) 구자영, ‘백화점의 概念이 바뀌고 있다.’, 백화점협회보, 1988.2, pp.15~21

따라서 제3세대 백화점들은 규모나 시설 면에서도 대규모화·최고급화를 추구하고 있으며, 호텔, 전문점, 대형위락시설 등 연관기능의 시설과의 복합단지를 구성하는 것이 일반적인 추세이다.

이처럼 논자에 따라 우리나라 백화점의 발전과정에 대해서는 약간의 차이가 있으며 본 연구에서는 백화점의 기능 및 역할 면에서 분류한 구자영의 이론을 토대로 하되 1990년대의 변화, 즉 유통시장의 개방으로 각 백화점간·이종업체와의 경쟁, 대기업을 중심으로 한 지방백화점의 성장기를 고려하여 1995년 이후를 분류하였다.

1995년 이후의 시기는 유통시장의 개방, 각 백화점간·이종업체와 경쟁 등으로 소규모 백화점들은 타격을 받게 되었고, 특히 1997년 말에 터진 IMF는 전국의 유통업체를 부도의 위기로 몰아갔다. 이에 많은 백화점이 연속 부도가 났으며, 이러한 변화에 백화점은 살아남기 위해 ‘빅3’라고 불리는 대규모 백화점인 현대, 롯데, 신세계로 재편되고 있다. 또한 새로 개점된 백화점 또한 ‘빅3’ 위주로 개점되고 있다. 이들 백화점은 고급화, 전문화, 복합화 등의 차별화 전략으로 강구되고 있다.

표 2 우리나라 백화점의 발전과정

1979 이전	제1세대 재래식 백화점시대	종합임대백화점이 주종, 소수의 백화점만이 직영체제를 유지
1980~ 1987	제2세대 현대식 백화점시대	서비스체제 강화, 시설의 현대화, 규모의 확대, 백화점에 대한 인식 대중화, 보편화
1988~ 1994	제3세대 미래형 백화점시대	대규모화, 최고급화 추구, 복합단지를 구성
1995~현재		유통시장의 개방, 각 백화점간·이종업체와 경쟁, 지방의 성장기

Ⅲ. 백화점건축의 외관 디자인 결정요인 및 외관 디자인 구성요소

백화점건축에 있어서 외관 디자인은 상업적 가치를 나타내며, 대규모 건축물로서 주변 환경에 많은 영향을 미친다.

본 장에서는 이러한 외관 디자인을 결정하게 되는 요인을 정리하고 외관 디자인을 구성하는 요소들에 대해 고찰한다.

3.1 백화점건축의 외관 디자인 결정요인

1930년 최초로 우리나라에 백화점이 생긴 이후 현재까지 백화점건축의 외관 디자인은 많이 변화되어 왔다. 외관 디자인의 변화를 초래하는 요인으로 크게 세 가지로 분류할 수 있다.

첫 번째로 백화점의 환경변화이다. 소비자의 의식변화, 소득수준 향상 등에 따른 소비문화와 재래시장부터 현재의 백화점에 이르기까지의 유통 변화는 백화점건축 외관 디자인을 결정하는 중요한 요인이 되었다.

두 번째는 건축적 요인이다. 백화점은 상업건축물의 대표적인 건축물로서 대형건축물에 속한다. 도시나 가로변의 경관에 비교적 넓은 면적으로 점유되어 건축가의 디자인 성향, 사회적 요인, 새로운 재료와 기술의 발달, 경제적 요인으로 외관 디자인의 결정요인에 크게 영향을 받는다.

세 번째는 기능적 요인이다. 백화점의 환경변화, 건축적 요인 등에 의해 백화점의 기능은 변화되어 왔으며, 이러한 기능의 변화는 외관 디자인으로 나타나며 이는 외관 디자인을 결정하는 중요한 요인이다.

이러한 요인들은 백화점건축의 외관 디자인 결정에 있어서 직·간접적으로 영향을 미친다. 각 요인들에 대한 충분한 고려가 선행된 후에야 좋은 디자인이 도출될 수 있다.

본 절에서는 백화점건축의 외관 디자인 결정요인으로 백화점의 환경변화와 건축적 요인, 기능적 요인으로 크게 분류하였으며 다음과 같다.

3.1.1 백화점의 환경변화

(1) 소비문화의 변화

소득수준이 향상되고 사회·문화적 변화에 따라 라이프스타일의 변화를 초래하였고, 이는 소비자 의식에 많은 영향을 끼쳤다.

이러한 소득의 증가와 소비자의 의식 변화가 소비지출의 변화와 라이프스타일의 변화가 연계되어 실제적으로 소비패턴의 변화현상을 초래하였다. 즉, 소비자의 교육수준과 소득수준이 향상됨에 따라 고급화, 다양화된 새로운 상품 및 서비스를 추구하게 되었고, 문화·오락·취미생활 등에 대한 소비욕구의 증대로 이러한 부분의 소비지출이 늘어났다.¹³⁾

또한 소비경향의 변화로서 화이트칼라층과 블루칼라층의 구분이 모호해지고 노동보다는 여가시간을 더욱 중요시하는 경향이 나타나고 있으며 여유 있는 실버 계층이 증가하고 있다.¹⁴⁾

특히 최근 들어 소비패턴의 다양화와 개성화가 급진전되므로써 고가품 선

13) 송승원, 한국 백화점건축의 발전방향에 관한 연구, 한국외국어대 세계경영대학원, 1998, pp.24~26

14) 노순규, 신소비성향과 유통업의 발전방향, 마케팅월간지, 1998.11

호와 가격파괴라는 양극화 현상이 동시에 진행¹⁵⁾되고 있으며 편리성 위주의 소비가 늘어나고 있다. 또한 목적구매성향이 증가하고, 점포 충성도가 중요해지며, 상품선택이 까다로워지게 되었다.

전체적으로 소비패턴은 무형재인 서비스의 소비증가, 연령별 소비시장성립, 대중매체의 영향력 증가, 서구문화의 수용, 수입상품의 증대, 소비자 금융의 증가, 여성 및 노인의 경제활동 증가 등으로 소비의 고급화 및 전문화 경향을 보이고 있다.

(2) 유통의 변화

유통이란 상품을 생산자로부터 소비자에게 전해지는 과정이다. 이 과정에서 다양한 정보, 기술 및 시스템의 개발로 유통환경도 점차 변화하고 있다.

우리나라는 1996년 우르과이라운드(UR)결과 유통시장의 전면 개방에 이어 서 97년 유통산업발전법이라든지 기타 유통산업 관련 법률의 전면 개정을 통하여 진입장벽이나 영업활동 관련 규제가 대폭 완화 내지 철폐됨으로써 우리나라 유통산업은 전 분야에 걸쳐 급격한 구조변화를 보이고 있다.¹⁶⁾ 선진 다국적 유통기업의 국내진출로 외국계 대형 할인점, 창고형 도소매업 등 신업태의 등장으로 업태간 차별화, 개성화, 전문화 경쟁이 가속화되고 있다.

지금까지 소수의 대규모업체 주도하에 과점적 지위를 누려왔던 백화점업체는 이러한 환경변화에 대응하기 위하여 상품의 품질, 가격 및 서비스 차원에서 고객만족을 내세우고 있으며, 고급화, 전문화, 복합화 등의 대응방안을 강구하고 있다.

15) 박명호, 21세기 소매유통산업의 발전과제, 마케팅월간지, 2001.01

16) 유병우, 국내 대형할인점의 출점과 마케팅 전략, 마케팅월간지, 2003.04

3.1.2 건축적 요인

(1) 건축가의 디자인 성향

건축이란 효과적인 사용을 위하여 공간을 둘러싸는 예술이다. 그러므로 건축의 속성은 공간과 형태로 나타난다. 공간적으로 백화점건축은 그 안에서 많은 고객을 맞아들여 가능한 한 많은 상품을 판매하는 것이 목적이다. 그러기 위해서는 건축물의 외관에서부터 상업 가치를 필요로 하게 된다. 즉 항상 신선한 감을 주고 화려한 모습을 과시할 필요가 있게 된다.¹⁷⁾

이렇게 함으로서 멀리서도 눈에 띌 필요가 있고, 건물에 접근한 도로에는 점 내 전체가 밝고 개방적일 필요가 있다. 백화점에 들어오면 무엇이든지 구비하여 놓고 있다는 느낌을 주어 고객을 심리적으로 유도하려는 내부공간의 구성이 필연적이다. 또한 건축물의 형태, 사용되는 재료 등은 건축가의 디자인 취향에 영향을 받으므로 외부공간의 구성미와 전체적으로 조화를 이룰 때 백화점건축의 예술적 가치를 발휘하게 된다.

따라서 건축가는 백화점 건축의 목적이 가지는 건축물의 내부와 이를 시각적으로 충족될 수 있는 외부가 통합되어 아름다움을 가질 수 있도록 하기 위한 독창성에 전념한다고 볼 수 있다.

(2) 사회적 요인

건축물은 그 시대의 양식, 문화, 지역적 특성을 반영하는 대표적인 산물이다.

건축물은 그 시대의 문화와 생활양식이 반영되며, 유행하는 외부마감재료, 장식, 시공법 등의 사용으로 공통된 성격을 가지는 건축양식으로 나타나기도 한다.

17) 金正秀 외4인, 建築計劃各論, 문운당, 1980, p.3-54

물리적 풍토성은 그 지방의 기후와 지리적 환경 등에 의해 발생하는 지역적 특성으로서 건물의 시공 난이도와 비용, 이용과 관리의 효율 등에 직결되기도 한다. 예를 들면, 비, 바람, 일사, 기온과 같은 기후조건에 따른 내구성 등을 고려한 외벽의 처리방식, 그 지역의 건축재료 생산성을 고려한 재료의 선정 등으로 디자인에 영향을 미친다.

(3) 새로운 재료와 기술의 발달

건축은 단순한 자연미가 아니라 고도의 기술과 복합적인 재료를 바탕으로 하는 일종의 기술미라고 할 수 있다.

새로운 재료의 개발과 새로운 공법의 발달은 건축 외관 디자인에 영향을 준다. 이러한 재료와 기술은 독립된 영역이 아닌 건축 계획적 측면에서 이해되어야 하며, 건축의 기능과 미학적 측면과 연계되어 외관의 조형적 형태로 나타난다. 최근에는 공장에서 생산된 구성재와 기계화에 의한 조립방식을 사용하게 됨으로써 종전의 현장시공에서 행하여온 수작업은 주로 장치나 조립으로 변모하게 되었다. 이러한 공업화에 대응한 디자인 방법의 모색이 이루어졌다.¹⁸⁾ 또한 백화점건축에 있어 공조기술, 난방기술의 발전은 무창건축이라는 새로운 건축형태를 가능하게 하였다.

새로운 재료와 가공 기법, 신제품 등을 생산함으로써 벽면구성의 다양함을 구현한다. 특히 외관 이미지에 많은 영향을 끼치는 것이 벽면 마감재이다. 다양한 종류의 마감재는 나름대로의 특징을 가지고 사용되어 벽면에 성격을 부여한다. 또한 우수한 시공성과 내구성, 경제성을 보조하며 외관 디자인의 다양성과 과거에 경험하지 못했던 새로운 디자인을 가능케 하고 있다.

18) 채대웅, 고층 사무소 건축 외관 디자인의 특성에 관한 연구-80년대 이후 국내의 사례를 중심으로-, 서울대 석논, 1993. p.58

(4) 경제적 요인

건축은 최대한의 건축적 기능과 구성요소를 최소한의 돈으로 어떻게 가장 창의적이고 아름다운 건축으로 디자인 하느냐 에서 건축의 경제성이 중요하다는 것을 알 수가 있다. 건축이 생활을 담는 공간으로서 다른 미술이나 음악, 문학 등과 더불어 예술의 분야이면서도 경제성이란 또 다른 제약 속에서 공간의 기능과 공학적 측면을 동시에 생각하면서 창의적인 공간행태를 디자인하는 분야이다.¹⁹⁾

이러한 경제성은 건축의 구조, 향, 채광, 통풍, 조망감, 온도감, 쾌적감, 형태감 등을 모두 고려하여 종합한 것이어야 되며, 이는 주로 건축물의 외관 디자인을 한정하는 요소로 작용한다.

건축물이 완성되기 위해서는 각 가격대별 재료, 시공법, 구조, 인건비 등 폭넓은 측면에서 경제성이 요구된다. 따라서 이를 지원하는 건축주의 경제력은 디자인의 제약적 요소가 되지만, 건축가는 경제성에 입각한 여러 가지 조건에 적응할 수 있는 건축적 방법과 각기 내재하고 있는 특유한 방법을 모색하여 이를 해결할 것이 요구된다.

(5) 법규적 요인

건축 디자인은 건축에 관련된 각종 사회의 제약을 받는다. 건축은 우리 모든 인간의 사회적, 환경적 이익을 우선으로 해야 하기 때문에 여기에 위배되는 일체의 행위를 법령으로 다스림을 받게 된다.

건축주는 주어진 대지에 최대한 넓고, 경제적인 건축물을 짓고 싶어 하지만, 건폐율, 용적률 등 법규적인 조건을 맞추다보면 건축주의 요구에 합당한

19) 유희준, 건축디자인 이야기, 문운당, 1999, pp.781~782

건축물을 만들기가 쉬운 일이 아니다.

또한 도로에 의한 사선제한으로 인해 더 이상 높은 건물을 건설할 수 없을 경우 상층부는 경사지게 하거나 뒤로 후퇴되어 디자인하기도 한다. 그 외 대지와 도로와의 관계, 공개공지, 조경 등은 외관 디자인에 영향을 미친다.

3.1.3 기능적 요인

백화점의 여러 가지 환경에 의해 백화점의 기능은 변화되어 왔으며, 이러한 기능의 변화는 외관디자인에 영향을 미친다.

초기의 백화점은 단순한 판매시설의 개념으로 많은 상품을 구비할 수 있는 창고와 같은 대규모 소매점으로 공간의 효율을 최대한 효과적으로 사용할 수 있는 BOX형태를 유지하고 있다. 백화점에 대한 인식이 보편화되고 기술이 발달함에 따라 백화점의 기능이 단순한 판매시설이 아닌 문화, 휴식공간 등의 기능이 추가되어 이러한 기능의 복합화에 의해 외관디자인이 변화되어 왔다. 또한 기술의 발달로 인하여 인공조명의 사용으로 인해 백화점의 기능에 적합한 무창형태의 외관디자인이 나타나게 되었다.

이러한 기능의 변화, 다양화에 따라 외관디자인은 변화되고 있으며 이는 기술의 발달에 의해 뒷받침되고 있다.

3.2 외관 디자인 구성요소

백화점에 있어서 외관 디자인은 고객들이 맨 처음 보는 것으로 백화점의 첫인상을 결정하는 요소가 된다. 따라서 백화점의 이미지를 효과적으로 표출하여 백화점에 호감을 갖도록 하려면 전체 외부요소에 각별히 주의를 기울여야 한다. 특히 백화점은 이용자들이 쉽게 찾을 수 있어야 하고, 고객들로 하여금 숙지되도록 디자인되어야 한다. 또한 도시경관과 주변경관을 구성하는 중요한 요소이며, 공간 내부의 종합적인 표현이다.

백화점건축의 외관 디자인은 형태·벽·창·쇼윈도·네온사인·간판·재료·색채 등의 많은 요소로 구성된다. 이러한 요소들의 상호작용으로 외관 디자인이 형성된다. 각각의 요소들을 분리하여 언급하는 것은 건축 외관 디자인에 있어 불합리한 방법으로 생각되지만, 각각의 요소가 전체적인 건축형태에 미치는 영향 또한 무시할 수 없다고 생각되어 본 논문에서는 디자인 요소를 구분하였다.

본 절에서는 백화점건축 외관 디자인 구성요소로 크게 형태, 출입구, 창, 장식, 재료 및 색채로 구분하였다.

3.2.1 형태

형태는 점과 선에서 얻어지는 마지막 한 형이며, 시각적 지각의 대상이 되는 물건의 윤곽이나 3차원의 mass, volume을 뜻하며 철학적 개념으로는 물체의 실체적 본질에 대한 외형적인 양식을 의미한다.²⁰⁾

형태는 주로 인간의 감각 중에서 시각과 촉각에 의해 지각되기 때문에, 색

20) 도규환, 건축조형의상, 도서출판 서우, 1999, pp.60~62

과 함께 대상의 감각적 경험을 형성하는 중요한 요소이다. 모든 형태는 크기와 그들이 차지하는 공간에 의해 다양해진다.

건축에서의 형태의 의미는 건물의 외부 형태에 대한 것뿐만 아니라, 건축물의 내부에 형성하는 공간의 형태를 어떻게 구축하느냐에 따라 건축물의 우수성이 판가름 난다. 인간의 시지각에 가장 확실히 드러나는 기본적 형태, 즉 이상적 형태는 그 명료한 특성으로 인해 항상 즐겨 사용되지만, 주로 건물의 외관을 형성하는데 이용되는 것이 대부분이다.²¹⁾

(1) 기본 형태

건축에서 응용되고 있는 형태는 도형과 각형에 의해서 조합되는 선과 면들의 구성이다. 건축형태의 기본형은 원, 삼각형, 사각형의 기본적 형을 공간으로 확장시킨 구, 원통, 피라미드, 육면체로 분류할 수 있다.

많은 건축가와 철학자들이 기본형태에 대한 아름다움을 찬미하였으며, 플라톤이 정육면체와 피라미드형과 같은 원초적 기하학이 미학적으로 가장 아름답다는 표현을 사용함에 따라 이러한 원초적 형태들을 플라토닉 폼(Platonic form)이라고 부른다.

르 꼬르뷔제는 “원, 정사각형, 정삼각형 등과 같은 가장 원초적인 형태들이 가장 아름답고 훌륭한 형태이다. 우리가 명확하게 형태를 이해할 수 있기 때문이다.” 라고 하였으며, 육면체의 기본형태를 애호하였다.²²⁾

① 구는 중심적이고 응집된 형태이다. 공간상으로는 어느 위치에서 보아도 형태상의 변함이 없다.

21) 金正在, 建築意匠論, 技文堂, 2000, pp.45~62

22) 김홍기, 건축조형 디자인론, 기문당, 2001, p.41

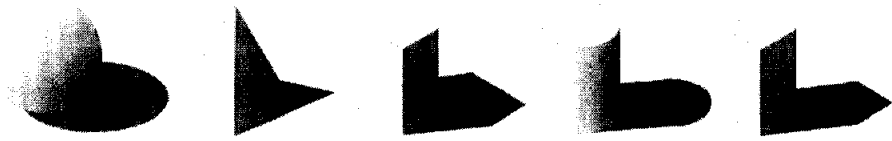


그림 2 기본형태

② 원통은 원을 확장시킨 형으로 볼 수 있으며, 바라보는 위치에 따라 다양한 면으로 보여진다. 즉 보는 위치에 따라 사각형, 원형으로 보인다.

③ 피라미드는 밑면이 사각형이고 4개의 경사면들이 삼각형으로 구성된 입체이다. 사각형 밑면이 바닥에 닿아있는 경우 가장 안전하고 강하게 보인다. 그러나 한 모서리 또는 꼭지점으로 바닥에 세웠을 때는 가장 불안하고 힘이 보인다. 따라서 피라미드는 측면각이 대단히 강하기 때문에 매우 안전하게 놓일 수 있고 尖峰(cone)은 부드러운면서도 분명한 선을 형성하게 된다.

④ 육면체는 매우 정적인 느낌을 주는 입체로 안정적이다. 인간에 의해 지어진 인공적 환경에서는 흔하게 찾아볼 수 있는 입체이다.

(2) 형태의 변형

위에서 살펴본 기본 형태들을 조합하거나 변형함으로써 다양한 형태를 창조할 수 있다. 이러한 형태의 변형은 차원의 변형, 삭제적 변형, 부가적 변형으로 분류²³⁾할 수 있다.

① 차원의 변형

기본형태의 한 부분이나 길이를 축소, 확장시키는 것을 말한다. 형태는 하

23) 金正在, 建築意匠論, 技文堂, 2000, pp.55~61

나 이상의 차원변화에 따라 변형된다. 예를 들어, 육면체는 높이, 넓이, 길이를 변형시킴으로써 사각기둥 형태로 변형시킬 수 있으며, 그것을 선형이나 평면형으로 바꿀 수 있다.

② 삭제적 변형

입체의 한 부분을 잘라버림으로써 형태를 변형시키는 것을 말한다. 이는 삭제 정도에 따라 원래 형태의 보존이 가능한지, 아니면 다른 형태로 바뀌는지가 결정된다. 예를 들면 그림3²⁴⁾과 같이 육면체의 일부를 제거할 경우는 육면체의 형태를 유지하지만, 삭제하면 할수록 구와 비슷해진다. 즉, 육면체의 모서리, 테두리 등을 없애지 않은 채 삭제된다면 형태적 동일성은 유지하게 되지만, 모서리가 잘려져 형태가 변형되면 형태의 동일성은 모호해진다.

삭제된 형태는 출입구나 중정, 또는 수직·수평면에 가려진 창문 등을 만들기 위해 잘려 나간다. 이 같은 변형은 도시가로에서 시각적 접근성을 높이기 위해 의도적으로 변형함으로서 접근의 용이함과 도시 오픈 스페이스로서의 효과를 가진다.

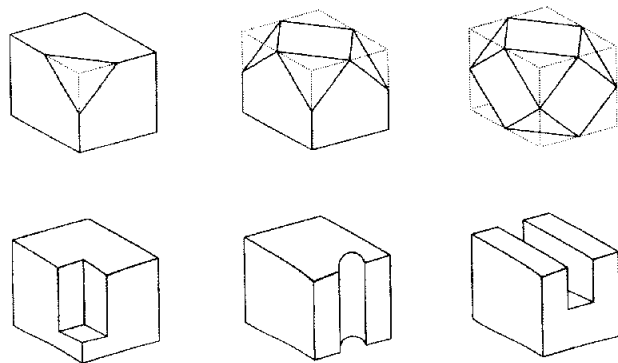


그림 3 삭제적 변형

24) 도규환, 건축조형의장, 도서출판 서우,1999, p.67

③ 부가적 변형

입체에 요소들을 첨가함으로써 변형시키는 것을 말한다. 이때 부가과정과 부가요소의 수, 부가 형태 등에 따라 그림425)와 같이 다양한 형태를 창조한다.

이 같은 전체적인 변형은 건물로 하여금 조각과 같은 이미지를 부각시킴으로서 조형성을 더욱 강조하며, 기념비성을 가지게끔 한다.

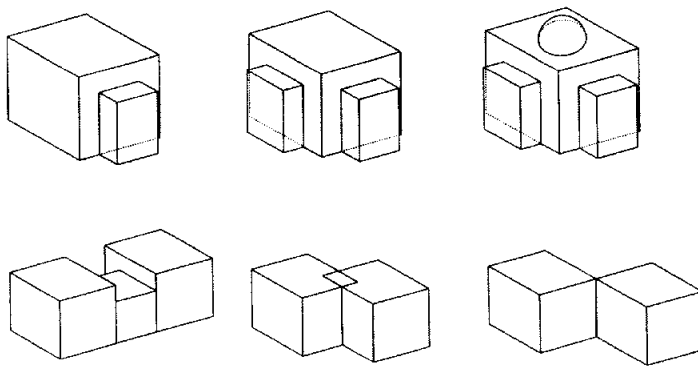


그림 4 부가적 변형

3.2.2 출입구

백화점건축은 가능한 한 많은 상품을 판매하는 것이 목적이므로 그 안에서 많은 고객을 맞아들이는 것이 중요하다. 이러한 의미에서 출입구는 내부와 외부의 공간을 연결·분리하여 주는 곳이며 백화점으로의 출입하는 위치를 명확하게 표현하는 곳이다.

출입구는 고객의 동선이 자연스럽게 이루어지도록 계획해야하며, 상품구매를 목적으로 한다거나 아이쇼핑 등을 위해 백화점 안으로 들어가는 동

25) 전제서, p 67

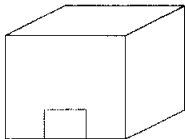
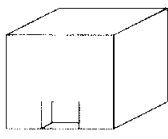
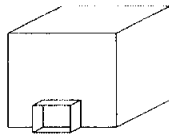
기를 유발시키는 요인이 요구된다. 또한 만남의 장소로 인지되거나 간이판매 등을 함으로 고객 이동의 기능, 서비스 공간의 제공, 판매를 위한 기능을 하고 있다.²⁶⁾

(1) 출입구의 형태²⁷⁾

출입구의 형태는 건물로서의 접근시에 식별을 쉽게 할 수 있는 형태를 취하여야 하며, 미적으로도 호감이 가게 디자인 되어야 한다. 또한 건축물의 크기와도 밀접한 관계를 가진다.

출입구의 형태는 평출입구, 돌출한 출입구, 후퇴한 출입구 등 세 가지로 나누어진다.

표 3 출입구의 형태

유 형	평출입구	후퇴한 출입구	돌출한 출입구
형 태			
건축적 치 리	소규모 건물	비교적 규모가 큰 건물	독자적 성격을 가진 건축물
형 성 요 인	· 경제성 · 연속성	· 외부공간의 영역 내 유입 · 전이공간의 확보 · 개성이 강조	· 강한 주체성 표현 · 전이공간의 확보 · 피난처 제공

26) 박선영, 백화점 공간 디자인과 소비자 라이프스타일의 연계성 연구, 서울산업대 석논, 2000, p.16

27) 박재평, 商業建築物 正面의 構成要素와 特徵에 關한 研究 -淸州市 商業建築物을 中心으로-, 홍익대 석논, 1988, p.17

(2) 출입구의 위치²⁸⁾

백화점 건축의 출입구의 위치 결정은 실내공간의 이동과 전면도로의 보행 교통량과 대지의 위치에 따른 진입동선에 따라 달라진다. 또한 건물의 규모와 점내 진입의 편의성 등을 충분히 고려하여야 한다.

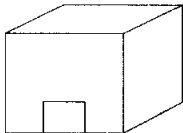
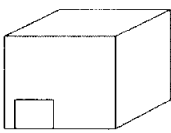
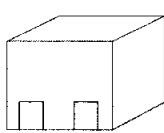
출입구의 위치는 건물 정면의 중앙부에 위치, 한쪽 끝에 위치, 두 곳 이상 위치하는 경우로 분류할 수 있다.

출입구가 건축물의 중앙에 위치할 때 이것은 공간을 둘로 분할하며, 그 한쪽에 매달리는 공간이 적절하게 사용되기 위해서는 그 규모가 어느 정도 커야 효율적이므로 전면의 길이가 중규모 일 때 사용된다.

한쪽 끝에 위치하는 경우는 공간을 하나로 규정하게 된다. 그러므로 이것은 전면의 길이가 소규모이거나 수용되어지는 시설의 규모가 비교적 큰 공간을 요구할 때 사용되어진다.

출입구를 두 곳 이상 위치하는 경우는 건축전면의 규모가 커서 공간을 여럿으로 분할해야 할 필요가 있을 때 사용되어진다.

표 4 출입구의 위치

	중심에 위치	한쪽 끝에 위치	두 곳 이상 위치
유 형			

28) 전제서, pp.17~18

3.2.3 창

창은 건축물에 있어 기능뿐만 아니라 외관에 영향을 주는 중요한 요소이다.

백화점건축은 매장 내의 자연광 도입으로 인한 상품의 손상과 상품 강조에 대한 역효과 등을 가져올 수 있다. 이에 자연광의 유입을 억제시키며 벽면에 상품의 장식을 원활하게 하기위해 창을 두지 않는 것이 보통이다. 거의 인공조명을 원칙으로 하여 무창건축이라 불리기도 한다.

창은 건축물의 채광·환기·조망 등의 기능을 하며 외관에 영향을 주는 중요한 요소로 작용한다. 백화점건축에 있어서는 공간의 목적에 의해 일반적인 기능 중에서 일부만 필요한 경우도 있다. 백화점건축은 이러한 창요구기능에 입각하여 창의 조형이 이루어진다.

(1) 창의 형태

창의 형태는 건축물의 외관을 결정짓는 중요한 요소이며 인간의 시각적 감응을 유발시킨다. 이러한 시각적 감응은 창의 형태에 따라 다르게 느껴진다.

① 수평형 : 유리나 혼용재료가 한 층을 단위로 수평선을 이루면서 사용된 유형이다²⁹⁾. 창이 독립되어 수평형을 나타내는 형태와 건물의 옆면으로 계속 이어지는 연속된 형태로 나눌 수 있다. 수평형 창은 뚜렷한 감응을 주지는 못하나 안락감을 준다.

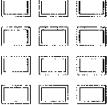
② 수직형 : 유리나 혼용재료가 수직선을 이루면서 서로 교대로 사용된 유형이다³⁰⁾. 창이 독립적으로 수직형을 나타내는 형태와 건물의 상하로 계속 이어지는 연속된 형태로 나눌 수 있다. 수직형 창은 활력감과 쾌적감을 준다.

29) 채대웅, 고층 사무소 건축 외관 디자인의 특성에 관한 연구, 서울대학교 석논, 1993, p.44

30) 전계서, p.45

③ 격자형 : 가로와 세로로 구성된 형태이다. 격자형은 창이 각각 독립된 형태와 연속된 커튼월의 격자형으로 나눌 수 있다.

표 5 창의 형태

형 태	독립된 형태	연속된 형태	
수평형			안락감
수직형			활력감과 쾌적감
격자형			격자의 크기와 간격에 따라 다름
기타형태 31)	정방형	특정한 감응을 주지 않으며 창호형상 자체만으로는 이미지를 줄 수 없고 이것을 구성하는 원리에 의해 이미지 특성이 주어짐	
	수직 장방형	정방형창과 같이 특정한 감응을 나타내지 않음	
	수평 장방형	뚜렷한 감응은 나타내지 않으나 약간의 쾌적감과 개성 감을 보임	
	오각형	활력감과 흥미감, 약간의 친근감을 줌	
	아치형	안락감과 친근감을 줌	
	수직 아치형	수직적인 상승감에 따르는 활력감, 흥미와 개성감	
	원형	약간의 활력감을 줌	
	삼각형	개성감과 활력감, 흥미감을 유발시키나 불안감과 배타적으로 느끼게 함	

31) 林正培, 百貨店建築 外觀 構成要素에 關한 研究, 고려대 대학원, 1993, p37

3.2.4 장식

넓은 의미에서 '장식'이란 미화, 즉 대상을 미화해서 풍부하게 하는 것을 말한다.³²⁾ 건축에서의 장식은 부가된 어떤 것이며, 이는 형태를 강조하는 것과 그것이 지니는 의미를 밝혀주는 것에 이르기까지 건축의 미와 결합되어있다.

이러한 장식은 건축의 표현을 풍부하게 하고 형태를 눈에 띄게 하지만, 지나칠 경우에는 건축 본래의 표현을 약화시키고 본질적인 형태인식을 어렵게 하는 결과를 가져오기도 한다. 이러한 이유로 모더니즘 양식에서는 장식을 완전히 배제하기도 하였다.

전통적으로 장식은 건축에 있어 중요한 요소로서 인식되어 왔다. 고전 건축에 있어서 장식은 권위, 신성 또는 부의 상징으로 간주되어 생활도구는 물론, 건축물의 벽체, 기둥, 주두(capital), 수평 돌림띠(entablature), 아치(arch), 돔(dome) 등에 이용되어왔다. 또한 건축 문화의 기교적인 부분을 담당하면서 건축물을 예술 작품으로 까지 승화시켰다.³³⁾

전환기적 상황마다 장식에 대한 보호와 금지에 상반된 견해는 끊임없이 제기되고 있다. 그럼에도 불구하고, 건축의 역사를 살펴볼 때 장식은 건축과 밀접한 관계를 지니며 발전되어 왔고 또 끊임없이 적용되고 있다.

(1) 건축적 장식의 관점

시각표현에 대한 보호와 금지는 시대상황과 건축 상황에 맞물려 각기 상이

32) 정광용, 고층 사무소 건축의 외부형태에 나타난 소형적 장식표현의 유형 -1980년 이후 국내 사례를 중심으로-, 경북대 석논, 2000, p.21

33) 도규환, 건축조형의장, 도서출판 서우, 1999, P.84

한 관점에서 제시되고 주장되었다. 건축적 장식론을 크게 구조화된 표현으로서의 관점과, 장식화된 표현으로서의 관점으로 나눌 수 있다.³⁴⁾

구조화된 표현으로서의 관점은 건물 표면에 드러나지 않으나, 내면화되어 평면에 적용됨으로써 나타나는 장식을 말한다.

장식화된 표현으로서의 관점은 건물 표면에 아름다움을 더하거나 강조하기 위해서 나타나는 장식을 말한다.

(2) 백화점건축에 있어서의 장식의 의미

백화점건축에 있어서의 장식은 건축물의 성격과 의미를 대변해준다. 백화점은 대규모 상업건축물로서 건축물의 외관에서부터 상업 가치를 필요로 한다. 이에 항상 신선한 감을 주고 화려한 모습을 과시할 필요가 있다. 장식적 요소를 사용함으로써 멀리서도 지각 할 수 있으며, 고객을 백화점 안으로 유인할 수 있다. 즉 그 건축물이 무엇을 말하는지 알 수 있으며, 어떻게 그 안으로 들어갈 수 있는지 알 수 있게 된다.

또한 장식은 상징성의 의미를 내포하고 있다. 장식이 갖는 힘은 대상이나 건축물의 실질적 시간, 장소 혹은 초월하는 의미를 전달해 준다. 장식의 상징적 힘은 과거와의 연결고리로서 역할을 하면서 장식적 몰딩, 아치, 페디먼트, 돔 등은 건축물의 분명한 정체성을 부여하기도 한다.

백화점건축에서 주로 사용되는 장식의 형태유형은 필로티, 캐노피, 발코니, 고전 모티브 사용, 철골 프레임 사용 등이 사용되고 있다.

34) 정광용, 고층 사무소 건축의 외부형태에 나타난 조형적 장식표현의 유형 -1980년 이후 국내 사례를 중심으로-, 경북대 석논, 2000, pp.24~39

3.2.5 재료 및 색채

(1) 재료

외관 이미지에 많은 영향을 끼치는 것이 외부 마감재로서 새로운 재료는 벽면구성의 다양함을 구현한다. 다양한 종류의 마감재는 나름대로의 특징을 가지고 사용되어 벽면에 성격을 부여한다.

건축 형태가 공간을 구성함으로서 건축은 존재하여 건축형태는 건축 재료를 통해서 구성된다. 따라서 우리가 한 건축물을 보고 어떤 이미지를 받았다면 그 이미지는 그 건물의 벽체 재료에서 받을 수 있는 이미지와 밀접한 관계가 있음을 알 수 있다. 동일한 건축 재료라도 설계표현, 즉 디자인 방법에 따라 그 질감을 달리 표현할 수 있다. 재료 그 자체만으로 건축물을 예술로 끌어올릴 수는 없지만 평범한 것에서 특별한 것으로 올려놓을 수는 있다. 질감의 차이에 따라 인간의 감정 정도가 다르게 나타나므로, 디자인에서 어떻게 반영하느냐가 중요한 과정이 된다.³⁵⁾

① 재료에서 나타나는 질감

어떠한 재료와 그에 의해서 구성된 형태에는 특유의 질감이 존재하게 된다. 그 재료들은 모두 그 나름대로의 독특한 질감을 지니게 되는데 재료 상호간의 질감의 대비에 대한 조화에 따라 형태미는 더욱 시지각적 쾌감을 보여주는 디자인 역할을 한다.³⁶⁾

질감의 효과는 재료의 표면구성에 따라 달라지므로 구성 재료는 중요한 요

35) 남상은, 建築物 外觀 形態構成에 있어서 이미지 表現에 관한 研究, 중앙대 석논, 1988, p.20

36) 유희준, 건축디자인 이야기, 문운당, 1999, p.638

소가 되며, 또한 동일한 재료라도 그 표면의 기술상의 처리방식에 따라 달라진다.³⁷⁾ 예를 들면 색상이나 명도조건이 동일한 모르타르라 할지라도 그 표면처리를 문지르기, 긁어내기, 구르기, 다져내기 등 어떤 기법으로 하느냐에 따라서 그 효과가 전혀 다르다.

또한 거리감에 따라 전혀 다른 느낌을 주기도 한다. 질감은 공간에 있어서의 형태의 위치를 강조하고 원근의 인상을 주며, 디자인을 통일시키거나 파괴할 수 있다.

일반적으로 질감이란 재료의 솔직한 표현에서 얻어지며 질감대조를 통한 변화 및 다양성을 얻을 수 있다. 그러므로 적절한 스케일과 적절한 재료의 선택을 통해 효과적인 질감을 느끼도록 하는 것이 디자인의 목표라 할 수 있다.

② 외부 마감 재료에 따른 인상특성³⁸⁾

외부 마감의 질감은 재료에 따른 질감 외에 반복되는 줄눈의 간격, 줄눈의 크기, 보이는 거리, 외벽의 패턴 등에 의해 달라질 수 있다. 줄눈에 관한 사항은 건축가의 취향 또는 여러 가지 상황으로 그 선택의 폭이 상당히 넓다.

따라서 재료의 질감에서 느껴지는 인상특성에 대해서만 언급하자면 다음 표와 같다.

표 6 재료의 인상특성

외부 마감재료	인상특성	비 고
벽 돌	친근감 안락감	매끄러움 벽돌은 활력감·쾌적감, 벽돌의 요철을 이용하여 벽면에 변화
노출 콘크리트	약간의 흥미감	중력적이고 彫彫적인 재료, 질감위주의 표현이 가능

37) 金正在, 建築意匠論, 技文堂, 2000, p.109

38) 林正培, 百貨店建築 外觀 構成要素에 關한 研究, 고려대 대학원, 1993, p.30

자연	식재	안락감 친근감	표면 마무리정도에 따라 다름
유	리	활력감 쾌적감	전면 커튼월을 사용하여 주변 환경 뿐 아니라 인위적인 변화도 날카롭게 표현
타	일	쾌적감	비교적 색채를 자유로이 낼 수 있음, 문양 적용가능, 적절한 광택
금	속	활력감 개성감	다양한 색상과 시공의 용이성을 많이 사용

(2) 색채

인간의 오감 중에서 시각이 사물감지 능력 중 전체의 83%를 차지하고 있는 것을 보면 시각이 인간생활에 미치는 비중과 영향의 중요성을 알게 되며 시각인지요소 중 색채는 가장 효과적인 수단이다.³⁹⁾

건축물의 색채는 일상생활과 밀접한 관계가 있어 심리적으로도 큰 영향을 주지만, 건축물의 성격을 표출하는 중요한 요소이다.

건축의 외부색채는 색채의 명시성과 주목성에 의해 특정색채가 흥미를 끄는 현상을 이용하여 장식적인 기능을 한다. 또한 건축의 용도에 맞게 재료와 기술방법을 이용하여 기능과 형태를 표현하는데 색채가 활용되기도 한다.

① 건축색채의 특성

건축색채는 건축물이 공익적 차원의 실용적 목적을 위한 창조 행위의 산물이라는 관점에서 건축의 과학적·기능적, 사회적·경제적, 문화적 측면으로 다음과 같은 특성을 가지고 있다.

i) 과학적·기능적 측면

색채는 동서양을 막론하고 고대에는 상징적, 종교적, 주술적으로 사용되어

39) 김문덕, 근·현대건축에 있어서 색채, 건축문화 9505, p.129

왔다. 중세에는 장식적인 경향이 강하게 나타났으나, 근세 이후에는 이러한 기능이 약화되었다. 건축에서 색채가 과학적으로 연구되기 시작한 것은 19세기로 색채학의 연구가 활발해지면서 색의 성질과 여러 가지 조화론이 발표되었다. 이에 색채사용에 있어 이론적 근거가 부여되었으며, 색채 심리적, 생리적 효과를 이용하여 공장에서 능률향상과 재해방지까지 기여하게 되었다.⁴⁰⁾

이처럼 사람이 일을 하고, 휴식하고, 오락하는 장소는 각각의 기능에 맞는 적당한 색을 과학적 근거에 따라 선택하여야 한다.

ii) 사회적·경제적 측면

배색에 있어 도시의 공공건물은 물론 사무소, 공장, 상점 등은 다양한 계층의 불특정 다수인을 위한 시설이므로, 많은 사람들의 시각적인 배려를 하여 이용자층의 색의 호감이나 주위에 미치는 영향 등을 객관적인 자료에 의하여 계획되어야 한다.

또한 색채의 내구성, 시공비등이 고려되어야 하며 조명 효율의 증대를 꾀할 수 있는 경제성이 요구된다.

iii) 문화적 측면

인간은 환경에 대한 적응방법과 목적에 있어 유기체와는 다른 특성을 가지고 있다. 다른 유기체들은 생존을 위한 적응 수단이 형태학적(morphological), 생리학적(physiological), 유전적(genetic)인 특성으로 제한되어 있다. 그러나 인간은 이러한 생물학적 수단 외에도 문화적인 적응수단을 가지며, 적응목적에 있어서도 단순한 생존을 초월하여 갖고 있던 사회문화를 계속 유지해 나가는 것이 인간의 특성이다.⁴¹⁾

40) 金正在, 建築意匠論, 技文堂, 2000, p.80

41) 宋雄, 都心百貨店建築 外部色彩計劃에 관한 研究 서울 시내 백화점을 중심으로-, 고려대 석논, 1990.2, pp.41~43

따라서 서양과 동양이라는 지역성과 민족성, 한대와 열대·건조지역과 습윤 지역의 기후라는 풍토성은 각각의 독자적인 생활양식이나 생활감정을 낳았다. 이러한 측면에서 인간이 환경에 적응하기 위한 노력의 대표적 산물인 건축물이 색채에 영향을 미치는 것은 필연적이라고 할 수 있다.

② Judd의 색채조화 원리⁴²⁾

색채조화란 두 가지 이상의 배색이 동시에 시야에 들어올 때 사람에게 시각적 쾌감을 주는 것이다. 조화를 좁은 의미로 말할 때는 여러 요소들이 서로 화합해서 다툼이나 대립이 없이 편안한 느낌을 주는 상태를 가리키고, 넓은 의미로는 위의 상태는 물론이고 대립을 하더라도 사람에게 쾌감을 주는 상태까지 포함하는 것이다. 색채조화는 통상 넓은 의미를 가리킨다.

저드(D.B. Judd)라는 색채학자가 주장한 색채조화의 원리는 질서의 원리, 친근성의 원리, 공통성의 원리, 비모호성의 원리로 분류되어 있다. 이것은 정성적인 색채조화론으로 그 사람의 독창적인 이론이라기보다 이제까지의 조화론을 종합·정리한 것이라 할 수 있다.

i) 질서의 원리(Principle of Order)는 색채의 조합에 어떤 법칙이나 질서를 부여하면 조화된다는 원리이다.

ii) 친근성의 원리(Principle of Familiarity)는 사람의 눈에 친숙하고 익숙한 배색은 조화된다는 원리이다.

iii) 공통성의 원리(Principle of Similarity)는 배색된 색채들이 서로 공통되는 상태와 유사성을 가질 때 조화된다는 원리이다.

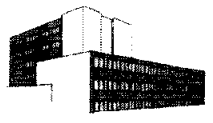
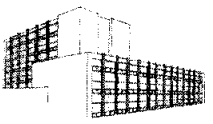
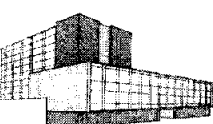
iv) 비모호성의 원리(Principle of Unambiguity)는 배색된 색 사이에 차이가 애매하지 않고 명료하면 조화된다는 원리이다.

42) 박돈서, 건축의 색·도시의 색, 기문당, 1996, pp.191~193

③ 배색 부위별 유형

건축 외장색을 배색하는 수법은 다양하며 한 건물에 두 가지 이상의 수법을 복합적으로 쓸 수도 있다. 배색 부위별 유형을 표7⁴³⁾과 같다.

표 7 배색 부위별 유형

	배색 방법	특 징
	단색배색 외관의 대부분을 단일색으로 배색하는 방법	단조로운 느낌 밝은색, 청결·깔끔함 어두운색, 중후한 이미지
	수평선 배색 벽에 띠를 둘러 수평선을 강조하는 배색	안정감 친근감
	수직선 배색 기둥, 벽체, 멀리온 등으로 수직선을 강조하는 배색	
	매스·요철에 의한 배색 매스와 기타 건물의 요철에 따라 색채를 달리하는 배색	건물의 높이가 강조 상승감 위압감을 줄 수 있음
	악센트 배색 장식부분 등의 좁은 면, 점·선의 형태로 벽색과 대비되게 배색	변화감 입체감의 강조
		현대적 느낌 건물에 생기를 줌

43) 박돈서, 건축의 색·도시의 색, 기문당, 1996, pp.25~28

Ⅳ. 백화점건축의 외관 디자인

사례분석을 통한 외관 디자인의 특성

본 장에서는 백화점건축의 외관 디자인 경향 분석에 앞서 조사대상 사례를 선정하고 외관 디자인 구성요소에 대한 고찰을 토대로 조사대상을 분석한다. 조사대상을 분석한 자료를 토대로 세대별로 분류하여 백화점건축의 외관 디자인 경향을 분석한다.

4.1 조사대상 사례 선정 및 분석방법

4.1.1 조사대상 사례 선정

2장 2절에서 우리나라 백화점의 발전과정을 고찰하였고, 이를 기준으로 이들 백화점 중 서울·부산에 있는 백화점의 외관 디자인 특성에 대해 사례조사 및 분석을 하였다.

조사대상 백화점으로는 서울·부산지역에 개점된 연면적 15000~30000m²의 중규모 백화점, 연면적 30000m²이상의 대규모 백화점으로 한정하였다.

또한 경영방식에 있어 직영으로 운영하는 백화점으로 한정하였다.

조사대상 백화점의 개요는 표844)과 같다.

표8 분석대상 백화점 개요(m²)

개점년도	명칭	연면적	매장면적	건물 규모
1969	신세계	19,072	12,146	지상05/지하01
1973	미도파	14,712	12,844	지상05/지하01
83.05	태화쇼핑	-	12,142	지상06/지하03
84.05	신세계 영등포점	18,142	12,433	지상07/지하03
85.12	현대 압구정점	49,395	24,942	지상05/지하04
86.04	그랜드백화점	26,270	20,455	지상08/지하03
88.09	현대 무역센터점	69,820	31,858	지상09/지하04
88.12	한신코아 중계점	21,110	10,209	지상05/지하02
89.12	삼풍백화점	73,205	13,731	지상05/지하03
90.06	해태백화점	26,043	10,728	지상06/지하04
91.06	건영옴니백화점	59,338	17,287	지상08/지하04
92.09	미도파 상계점	72,366	34,476	지상11/지하04
92.11	그레이스백화점	53,947	19,731	지상10/지하06
93.09	애경백화점	94,080	22,388	지상08/지하05
94.08	경방 필백화점	58,238	16,530	지상10/지하04
95.08	현대 부산점	60,562	24,830	지상09/지하06
95.12	롯데 부산점	151,900	15,360	지상10/지하06
97.08	현대 천호점	72,678	36,056	지상14/지하07
00.10	신세계 강남점	48,106	32,397	지상10/지하04
01.08	현대 미아점	88,702	37,864	지상10/지하05

44) 한수협 출판부, 1996 유통업체 연감, 한수협 출판부, 1996, pp.602~627

한수협 출판부, 2000 유통업체 연감, 한수협 출판부, 2000, pp.426~438

현대백화점, 현대백화점 30년사, 현대백화점, 2001, pp.560~585

신세계백화점, 신세계 25년의 발자취, 신세계, 2000, pp.324~331

을 참고로 하여 표로 재작성

4.1.2 분석방법

분석의 방법은 3장 2절 외관 디자인 요소에서 고찰한 형태, 개구부, 장식, 재료, 색채를 기준으로 선정된 조사대상 백화점의 외관 디자인을 분석한다.

형태는 전체적인 건물의 형태를 분석한다.

출입구와 창은 위치 및 형태로 나누어 분석하되 창은 형태는 정면에서 보이는 외관상의 형태로 규정한다.

장식은 장식의 유·무와 사용된 장식요소를 분석한다. 이때 장식의 개념은 장식화된 표현으로서의 관점으로 건물 표면에 아름다움을 더하거나 강조하기 위해서 나타나는 장식으로 규정한다.

재료는 주로 사용되는 재료를 나타내며 세부적인 재료는 제외하였다.

색채는 사용된 재료의 색채로 R, YR, Y, GY, BG, B, PB, P, PR, W(white), BK(black), Gy(gray)로 분류하였으며, 색채의 절대치에 대한 표현이나 표시는 하지 않았다.

표 9 외관 디자인 분석의 틀

디자인 요소	분류 요인	
형 태	전체적인 건물의 형태	
출입구	위 치	중심에 위치, 한쪽 끝에 위치, 두 곳 이상 위치
	형 태	평출입구, 후퇴가 출입구, 돌출한 출입구
창	위 치	저층부, 벽면부, 상층부
	형 태	독립창, 연속창, 기타 형태
장 식	장식의 유·무	
	사용된 위치 및 장식요소	
재 료 및 색 채	사용재료	
	재료에 따른 색채 (R, YR, Y, GY, BG, B, PB, P, PR, W, BK, Gy)	
	색채의 배색 부위별 유형	단색배색, 수평선배색, 수직선배색, 악센트배색 매스·요철에 의한 배색,

4.2 분석틀에 의한 사례분석 결과

4.2.1 분석틀에 의한 사례분석

선정된 20개의 백화점을 본 논문의 2.2.2 우리나라 백화점의 발전과정을 토대로 크게 제1세대 백화점, 제2세대 백화점, 제3세대 백화점, 제4세대 백화점으로 분류하였다. 여기서 사용하는 세대에 따른 구별은 구자영의 백화점 기능 및 역할 면에서 분류한 이론을 토대로 하였으며, 시대를 분류하는 요소로 사용하였다.

선정된 백화점을 세대에 따라 분류하여 분석틀에 의해 분석한 결과 다음과 같이 정리 할 수 있다.

(1) 제1세대 백화점

제1세대 백화점은 재래식 백화점 시대로 1979년 이전에 개점된 백화점이다. 1969년 직영화된 신세계 백화점과 1973년 직영화된 미도파 백화점을 분석하였다.

① 신세계

일본자본에 의해 설립된 미쓰코시 경성점이 지금의 신세계 본점이다. 미쓰코시 京城府廳이 사용하다가 빈터로 남아있던 부지를 택하여, 三越건축사무소 林幸平의 설계 하에 철근콘크리트조의 지하1층, 지상4층 규모로 건립되었다. 해방 후에는 동화백화점으로 운영되다 1963년 신세계로 바뀌었으며, 1969년 직영백화점으로 출발하였다.

평면은 격임대지에 맞춰서 매장을 도로변에 길게 배치했다. 옥상에는 르 꼬르뷔제식의 ‘옥상정원’을 설치하였다.⁴⁵⁾

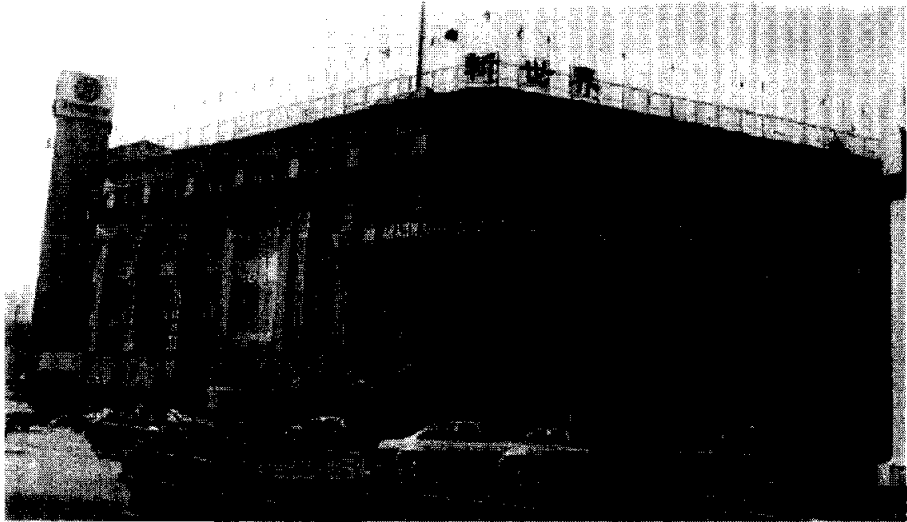


사진 2 신세계 백화점

모서리에 주 현관을 배치하였고 모서리를 중심으로 좌우의 각부에도 현관을 두어 접근을 용이하게 하였다. 건물 전면에 격자창을 두고 있다.

전체적인 외부마감은 흰색타일을 사용하였고, 중앙과 좌우의 현관부에는 화강석을 사용하였다.

건물의 외부양식은 르네상스식을 위주로 하는 절충식으로 수평선을 강조하고 있다. 또한 벽면의 장식과 4층 굴곡부의 발코니, 옥상 파라펫의 수평대의 사용으로 건물에 중후함을 안겨주고 있다.

② 미도파

1939년에 완공된 조지아(丁字屋)백화점이 미도파의 전신이며, 철근콘크리트조의 지하1층, 지상5층 규모의 건물이다. 8·15해방이후 ‘미도파’로 店號를 고치고, 1973년 직영백화점으로 재개점 하였다.

45) 張墉太, 日帝強占期 南大門路 일대의 백화점건축에 관한 연구, 서울시립대 석논, 2001.11, pp.51~52

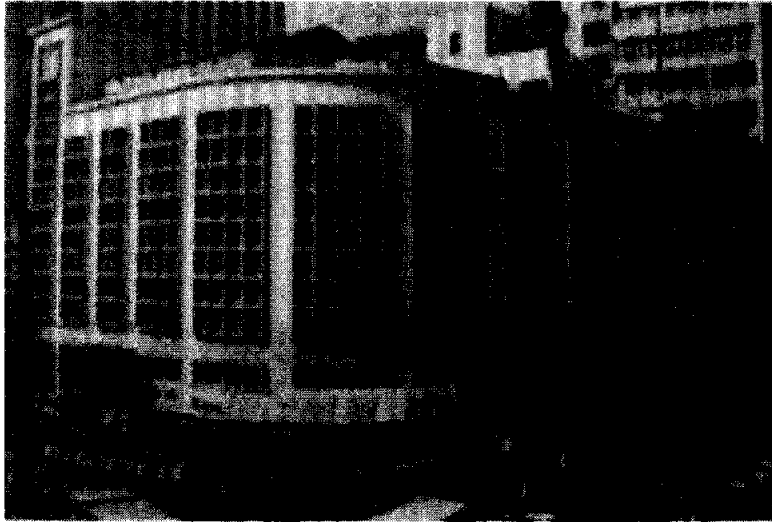


사진 3 미도파 백화점

평면은 ㄱ자형으로 4거리의 각부를 모두 차지 절각시켜 곡면으로 처리하였다. 출입구는 북쪽과 동쪽 면에 설치하였으며 건물 전면에 창을 두고 있다. 이 창은 1,2층 이외에는 층별 구분이 불가능하게 격자창으로 처리하여 오피스적인 분위기를 나타내었다.

굵은 띠의 기둥선은 옥상부 파라펫선에 주렁주렁 매달린 듯한 느낌을 주고 있다.⁴⁶⁾

(2) 제2세대 백화점

제2세대 백화점은 현대식 백화점시대로 1980~1987년에 개점된 백화점이다.

이 시기에는 부산의 태화쇼핑과 서울에는 신세계 영등포점, 현대 압구정점, 그랜드 백화점이 개점되었다.

46) 김정봉, 韓國 近代建築의 再照明, 건축사 89. 02, pp.47~48

① 태화쇼핑

부산에서는 1981년 6월 광복동에 '유나백화점'이 처음으로 개점한 이후 83년 5월 부전동에 태화쇼핑을 개점하였다. 철근콘크리트조의 지하1층, 지상6층 규모의 건물이다. 부산에서 가장 규모가 크고 현대화된 시설을 갖춘 백화점인 동시에 7층 옥상 위의 노천홀인 루프 가든을 만들어 도심속의 공원으로 각광 받았다. 루프 가든의 등장은 백화점이 단순히 물건을 사고파는 곳이 아니라 다양한 커뮤니케이션의 공간을 갖추었다⁴⁷⁾는 점에서 현대식 백화점으로 발돋움하는 것을 볼 수 있다.



사진4 태화 쇼핑

형태는 BOX형 건물에 모서리·옥상층 부분을 삭제하여 매스의 변화를 주었다.

출입구는 평출입구로 중심에 위치하고 있다. 상층부의 격자창, 벽면부 일부에 종연창을 두고 있으며 벽면에서 창이 차지하는 부분이 감소하였다.

전체적인 외부마감은 흰색타일을 사용하였고, 벽면의 상층부분에 돌출패턴을 사용하여 벽면을 장식하고 있다. 창이 감소한 벽면에 광고물을 부착하고 있다.

47) 태화쇼핑, 태화쇼핑10년사, 태화쇼핑, 1993, pp.67~70

② 신세계 영등포점

1984년 5월 영등포에 지하3층, 지상7층의 규모로 신세계백화점 영등포점이 개점하였다.

형태는 모서리를 라운드 처리한 조형적 형태와 입면의 Stripe를 통한 강한 개성으로 표현되고 있다. 비정형인 대지에 계획된 비정형의 평면과 기능적으로 불필요한 외장을 없앤 과감한 벽면처리가 오히려 이러한 Massive Volume을 창안하는데 상승적 역할을 하고 있다.⁴⁸⁾

전체적인 외부마감은 타일을 사용하고 있으며 색상차가 있는 두 가지의 YR계통의 타일을 사용하여 수평선 배색을 하고 있다.

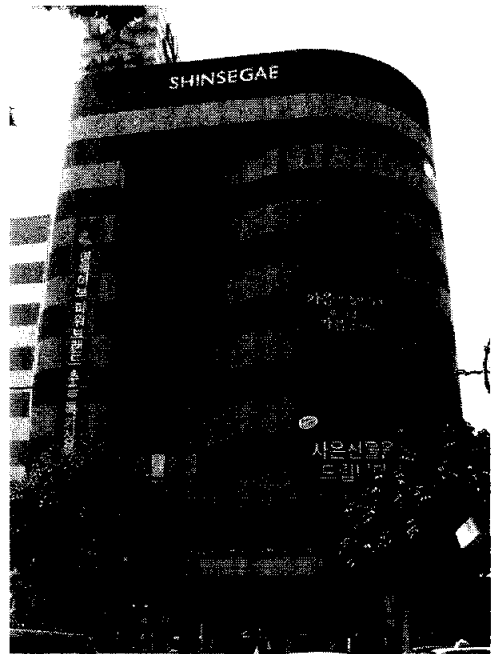


사진5 신세계 영등포점

③ 현대 압구정점

1985년 12월 압구정동에 지하4층, 지상5층의 규모로 현대백화점 압구정점이 개점하였다. 현대백화점 압구정점은 기본계획에서 유통업의 선진국적인 진정한 소비자를 위한 공간으로 문화공간과 오픈스페이스의 확대를 꾀하였다. 이에 지하2층에서 지상1층까지의 쉼튼가든과 쇼핑 몰로서 형성된 휴식공간인 인공폭포와 음악분수를 조성하고 있다. 또한 소극장, 문화교실 등의 문화시설이 지하2층에 쇼핑몰과 연계되어 있어 Community적인 요소가 부각되고 있다.

48) 한국의 현대건축⑧ 상업건축 I, 월간건축문화, 산업도서출판공사, 1994, pp.114~115

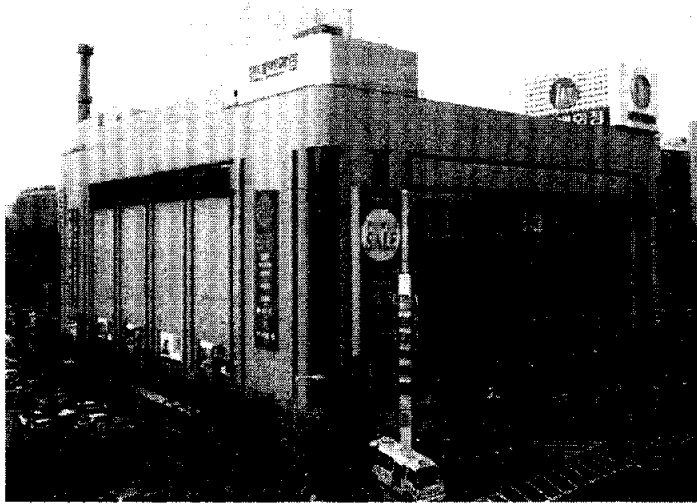


사진6 현대 압구정점

외부형태는 정4면체로 단조로운 형태를 하고 있지만, 전면에 복층 반사유리의 사용으로 모던한 이미지를 나타냈다.

주출입구는 정면의 중심부에 평출입구로 장식요소는 배제하였으며 전면에 유리 커튼월을 사용하여 개방감을 확보하고 있다. 상층부에 횡연창, 모서리부분에 종연창을 사용하였다.

외부 마감재료는 R계열의 외벽타일로 깨끗한 이미지를 주고 있다.

④ 그랜드

1986년 4월 대치동에 지하2층, 지상4층의 규모로 개점하였다.

외부형태는 BOX형으로 한쪽 모서리에 계단실을 두어 코어를 부각시키고 있다.

주출입구는 모서리부분에 후퇴한 출입구와 측면에 2개의 부출입구를 두고 있다. 상층부의 횡연창과 코어부분의 종연창 외 벽면은 무창구조를 하고 있

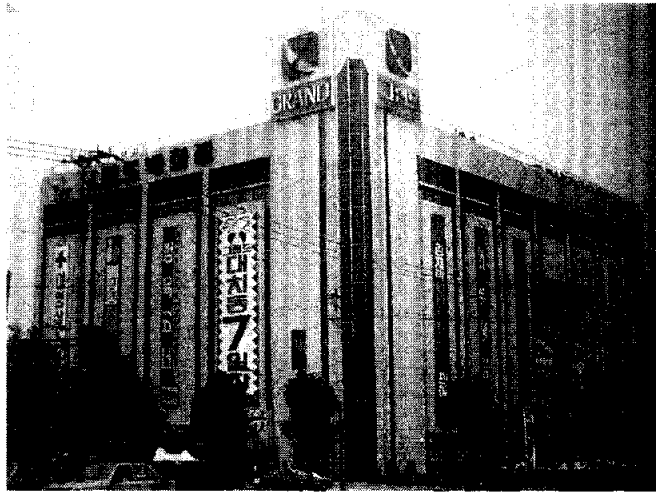


사진7 그랜드 백화점

으며, 벽면부엔 주로 광고물을 부착하였다.

외부마감은 R계열 외장타일을 사용하고 있으며 단색배색을 하여 단조로운 느낌이 든다.

(3) 3세대 백화점

제3세대 백화점은 미래형 백화점시대로 1988~1994년에 개점한 백화점이다.

이 시기는 백화점이 전국적으로 많이 개점되었으며 현대 무역센터점, 한신 코아, 삼풍, 해태, 건영옴니, 미도파 상계점, 그레이스, 애경, 경방필 백화점이 개점되었다.

① 현대 무역센터점

1988년 6월 삼성동에 지하4층, 지상9층의 규모로 현대백화점 무역센터점이 개점하였다. 기본계획은 쇼핑을 즐거운 경험으로 이끌기 위한 제반시설, 즉 보다 넓은 보행자 동선, 서비스 공간, 휴식 및 위락공간을 할애함으로써 판매 시설의 유기적 복합화를 시도하였다.

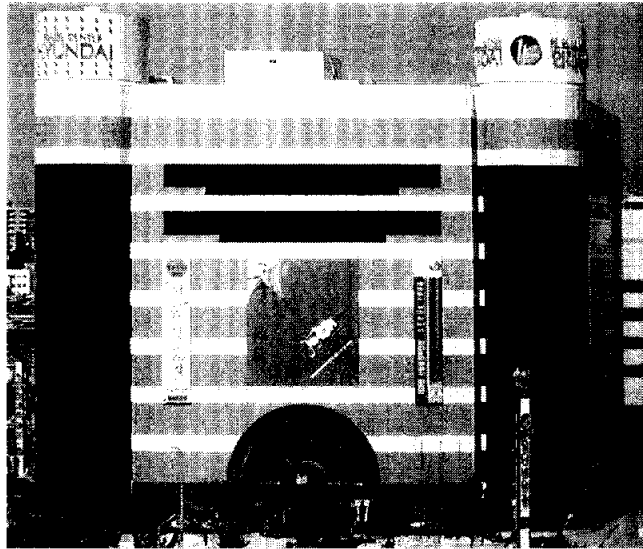


사진8 현대 무역센터점

형태는 BOX형에 두개의 원형 글래스로 된 구조매스가 부가된 형으로 매스의 변화를 꾀하였다. 이 두개의 원형 글래스로 된 구조매스를 통하여 무창화된 벽면의 폐쇄성을 배제시키고 있다.

주출입구는 건물전면에, 부출입구는 후면에 위치하고 있으며, 출입구 위에 유리화 아치형 장식으로 인해 더욱더 고급스럽게 보이면서 확대되어 보이도록 하였다.

외부 마감 재료는 알루미늄 판넬로서 W와 R계열을 사용하여 수평선 배색으로 하였다.

② 한신코아

1988년 12월 도봉구 중계동에 지하2층, 지상5층의 규모로 개점하였다.

코어를 건물의 수직축으로 설정하여 무게중심을 잡고 이것이 전체 입면상

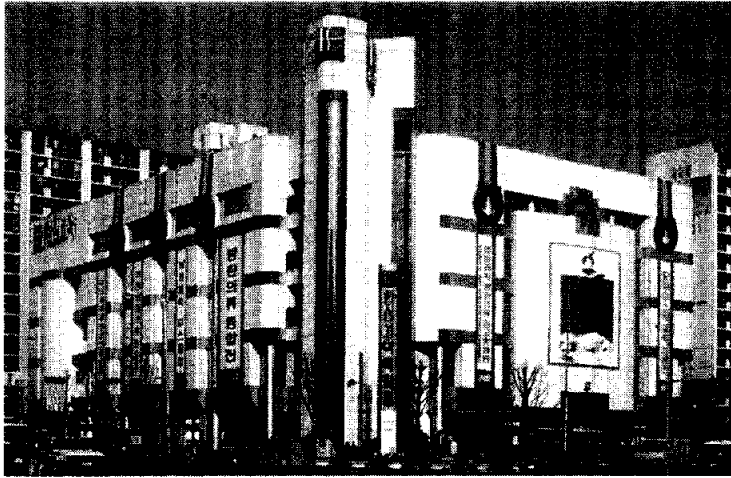


사진9 한신코아 백화점

의 포인트가 되도록 하였다. 건물의 정면은 Solid와 Void의 개념으로 Solid한 곡면으로 부드러운 느낌을 주도록 계획되었다. 또한 건물의 통일성을 피하기 위해 모서리·기둥·벽체 등에도 곡면으로 처리하였다.

코어부분에 종연창의 벽면 창은 가급적 배제시켰으며 벽면에 원형창 등을 사용하여 다양한 변화를 추구하였다.

장식요소로서 건물 연결부분의 발코니와 피막에서 분리된 기둥을 원형으로 노출시켜 강조함과 동시에 기둥의 길이를 서로 달리하여 리듬감 있게 처리하였다.⁴⁹⁾

외부 마감 재료는 알루미늄 복합판넬을 사용하였으며 B 계열의 수평 띠를 사용하여 단조로움을 배제하였다.

49) 한국의 현대건축⑧ 상업건축 I, 월간건축문화, 산업도서출판공사, 1994, pp.132~135

③ 삼풍

1989년 12월 서초동에 지하3층, 지상5층의 규모로 개점하였다.



사진 10 삼풍백화점

두개의 분절된 건물동을 커튼월의 유리면으로 연결하여 단순한 BOX형태에 변화를 주었다.

출입구는 건물의 사면으로부터 출입을 가능케 하였으며 주출입구는 유리커튼월로 인해 확대되어 보인다. 창고 면적은 가급적 줄였으며 상층부에 횡연창을 두었다.

전면에 수평으로 된 긴 장식물을 설치하여 건물의 외관을 안정감 있게 하고 벽면에 장식물을 부착하여 단조로움을 배제하였다.

외부 마감재료는 G.R.C 위 페인팅 하였으며 W바탕에 B계열로 악센트배색을 하여 변화를 주었다.

④ 해태

1990년 6월 강동구 명일동에 지하4층, 지상5층의 규모로 개점하였다.

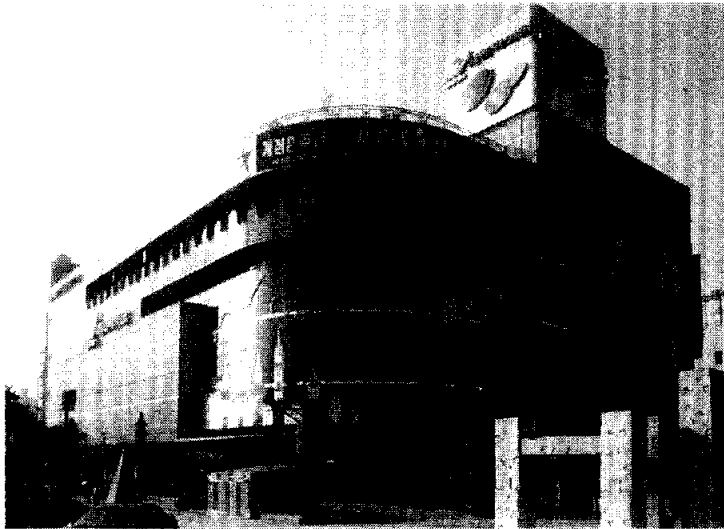


사진11 해태백화점

25m 도로가 십자로 만나는 사거리에 위치하여 수평방향의 매스와 수직방향의 매스가 접하는 부분에 주출입구를 형성하고 있다. 도로에서의 진입공간을 상징조형물과 입면의 곡면화로 보행자의 시각적, 심리적 유도를 이끌어내고 입면에 독자성을 부여하였다.

또한 백화점이 가지는 무창의 개념을 탈피하여 일부에 창을 뚫으로써 내부 인테리어와의 조화를 추구하며 이에 따른 입면의 수평적 효과를 추구하였다.

출입구는 개방감을 연장하기 위해 1층의 반자높이를 높이고 에스컬레이터와 접한 부분은 오픈시켜 실내에서의 개방감을 확보하여 답답함을 해소하고 2층으로의 연계성을 유도하였다.⁵⁰⁾

외부 마감재료는 G.R.C 위 불소수지 마감으로 R계열의 단색배색을 사용하였다.

50) 전계시, 1994, pp.136~141

⑤ 건영옴니

1991년 6월 노원구 하계동에 지하4층, 지상8층의 규모로 개점하였다.

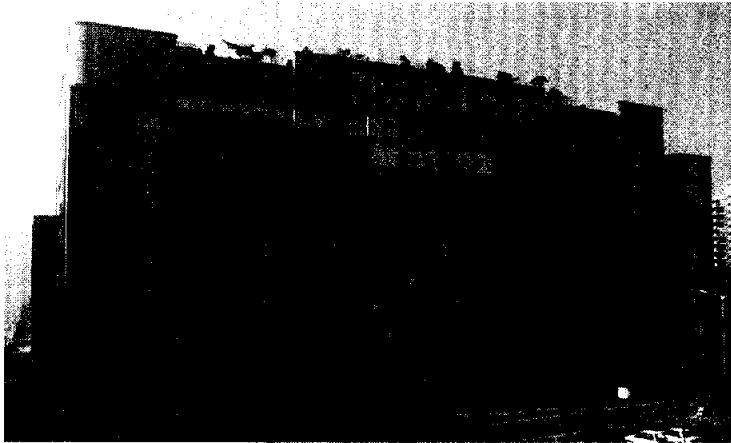


사진12 건영옴니 백화점

건영옴니 백화점은 중심상업지역에 위치하여 일차적 목적인 지역상권 형성이라는 소비적 차원에서 탈피하여, 도심 외곽의 소외된 주민들에 대한 문화적 욕구까지로 충족시킨다는 한 차원 높은 안목으로 계획되었다. 이에 매장 시설에 치중하기 보다는 좀 더 문화적 요소를 지닌 레포즈 및 극장, 음식점 등을 우선 계획하였다.⁵¹⁾

형태는 모서리부분의 곡면화로 주변 불암산의 완만한 형세를 공유함으로써 일반적으로 mammoth한 건물이 주는 중압감에서 벗어나려고 한다. 벽면의 분절로 단조로움을 배제하였다.

출입구는 전면에 두 곳을 두고 있으며, 중·상층부 벽면은 횡연창, 모서리 부분은 종연창을 사용하였다.

외부 마감재료는 R계열 타일을 사용하여 고객에게 온화한 느낌을 갖도록 했다.

51) 전계서, 1994, pp.24~29

⑥ 미도파 상계점

1992년 9월 노원구 상계동에 지하4층, 지상11층의 규모로 개점하였다.

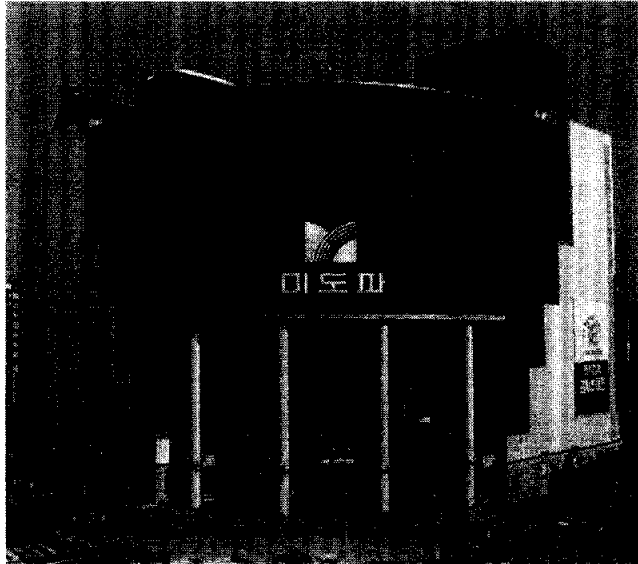


사진13 미도파 백화점

미도파 상계점은 외관 및 외부공간을 주변 지역사회와 유기적 연대환경으로 이어지게 하여 함께 호흡하는 보행도로 공원화 현관입구의 행사광장을 두어 다변화 기능을 갖도록 하였다. 조작 다변화 되는 외형을 벗어나 지역사회 주변과 친근한 인지도가 높은 시각전달 개념의 입면구성으로써 외관의 단순 명확성은 물론 공연장·수영장의 내부 조망으로 인한 외관은 전체 건물의 상징으로 표현되는 요소로 정리되었다.⁵²⁾

전면을 곡면으로 하고 출입구 부분의 삭제로 매스의 변화를 추구하였으며 파사드 전면을 유리커튼월로 하여 개방감을 확보하였다.

출입구 부분의 톱니모양 매스와 Void한 공간으로 인지성을 높이고 있다.

외부 마감재료는 G.R.C 불소수지도장과 AL커튼월, 화강석을 사용하였다.

52) 전게서, 1994, pp.74~87

⑦ 그레이스

1992년 11월 서대문구 창천동에 지하6층, 지상10층의 규모로 개점하였다.

입면은 BOX형 건물에 모서리를 삭제한 형태로 모든 면을 Solid처리하여 부분적으로 창을 사용함으로써 변화를 꾀하였다.

사면이 도로에 접한 특성으로 건물은 주도로 앞으로 배치하고, 출입구는 크게 4개로 구분하여 전면, 후면, 우측은 고객동선, 좌측면은 직원 출입 동선으로 구분하였다. 주출입구는 후퇴

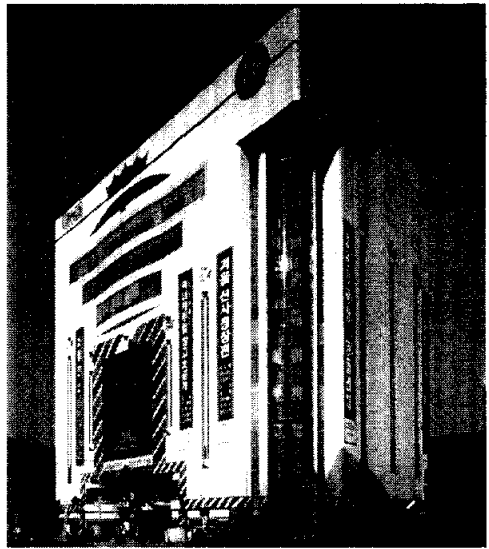


사진14 그레이스 백화점

한 형태로 출입구 위를 장식하여 출입구의 확대를 꾀하였다. 상층부에 횡연창과 삭제된 모서리 부분에 횡연창을 두었다.

벽면에 돌출된 장식요소를 부착하여 벽면에 변화를 주었다.

외부 마감재료는 범랑판넬과 복층유리, 화강석 등이 사용되었다.

⑧ 애경

1993년 9월 지하5층, 지상8층의 규모로 개점하였다.

삼풍백화점과 비슷한 형태로 2개의 BOX형 건물을 유리카튼월 부분으로 연결한 형태이다.

주출입구는 상부의 유리카튼월과의 연계로 개방감을 확보하고 있다. 좌측 건물 벽면에 유리카튼월로 개방감을 확보하고 있으며 우측 건물벽면은 상층부 일부를 횡연창을 갖는 형태로 대비되는 입면형태를 하고 있다.



사진15 에경 백화점

벽면에 돌출되는 장식요소를 부착하고, 캐노피 등을 설치하여 벽면에 변화를 꾀하고 있다.

외부 마감재료는 PC판위 타일과 복층유리를 사용하고 있으며 수평선 배색을 하고 있다⁵³⁾.

⑨ 경방필

1994년 8월 영등포구 여의도동에 지하4층, 지상10층의 규모로 개점하였다.

대지형태에 맞춰 BOX형에서 삭제된 형태로 모서리부분은 곡선으로 처리되었다.

출입구는 중심에 위치하고 있으며 평출입구로 출입구 상부에 아치형장식으로 출입구를 확대되어 보이도록 하였으며 측면에 2층 높이까지 쇼윈도를 설치하였다. 벽면에 창호 형태를 변화시켜 중연창과 모서리부분에 횡연창으로 변화를 추구하고 있다.

53) 한국의 현대건축② 상업건축, 월간건축문화, 산업도서출판공사, 1995, pp.36~41

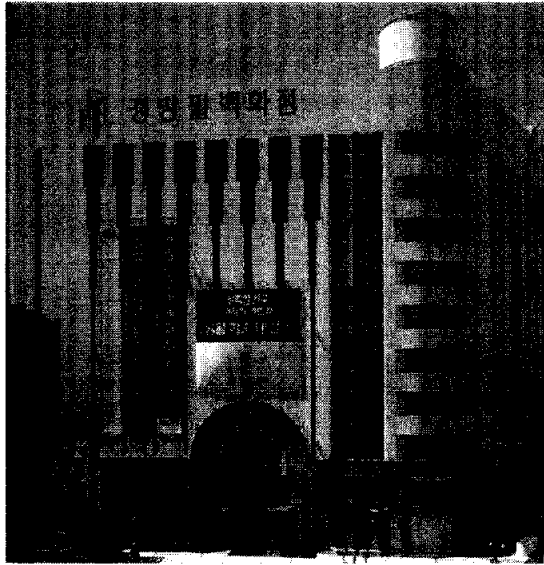


사진16 경방필 백화점

외부 마감재료는 PC판위 타일을 사용하고 있으며 하층부는 대리석을 사용하여 세련되고 품위있는 클래식한 분위기를 나타낸다.

(4) 4세대 백화점

제4세대 백화점은 1995년 이후부터 현재까지 개점한 백화점이다.

이 시기는 유통시장의 개방, 각 백화점간·이종업태와의 경쟁으로 많은 백화점이 연속 부도사태가 일어났다. 이에 백화점은 살아남기 위해 ‘빅3’라고 불리는 대규모 백화점인 현대, 롯데, 신세계로 재편되고 있으며, 새로 개점된 백화점 또한 ‘빅3’ 위주로 개점되고 있다.

부산은 95년도에 현대백화점, 롯데백화점이 개점되어 부산 상권에 큰 변화를 주었으며, 서울은 현대 천호점, 신세계 강남점, 현대 미아점이 개점되었다.

① 현대 부산점

1995년 8월 부산시 범일동에 지하6층, 지상9층의 규모로 현대백화점 부산점이 개점하였다.

형태는 대지형에 맞춘 형태로 정면에 반원이 부가된 형태로 되어있으며 전체적으로 3부분으로 구성되어 있다.

주출입구는 정면의 중앙부에 위치하고 있으며 2층 부분까지 유리로 오픈하고 있어 인지성을 높이고 있다. 정면부에는 창을 배제시키고 있으며 측면부의 상층부에 격자창을 두고 있다.

외부 마감재료는 화강석을 사용하고 있으며 기단부분은 R계열의 화강석을 사용하고 중·상층부는 유백색의 화강석을 사용하여 대비되는 효과를 나타내었다.

최상층부에 고전적 모티브의 장식요소와 벽면에 돌출된 장식요소의 부착으로 고급스러운 분위기를 나타내고 있다.



사진17 현대 부산점

② 롯데 부산점

1995년 12월 부산시 서면에 지하6층, 지상10층의 규모로 롯데 호텔과 연계된 형태로 롯데백화점 부산점이 개점하였다.

형태는 BOX형의 건물에 벽면의 분절로 매스의 변화를 꾀하고 있다.

출입구는 건물 정면에 여러 곳을 두어 접근성을 용이하게 하였으며 출입구 상부에 아치형 장식과 발코니를 연상시키는 라운딩 장식으로 출입구를 클래식



사진18 롯데 부산점

식한 분위기로 화려하게 장식하고 있다. 반면 상부 벽면은 모던한 형태를 중
복하여 사용함으로써 클래식과 모던형태의 중복성을 띄고 있다.

건물 정면의 중앙부는 E.V부분으로 Void처리하였으며 최상부의 기업 상징
요소와 연계하여 상승적인 효과를 나타내고 있다.

외부 마감재료는 PC타일 판넬과 R계열 화강석을 사용하고 있다.

③ 현대 천호점

1997년 8월 강동구 천호동에 지하7층, 지상14층의 규모로 현대백화점 천호
점이 개점하였다.

전면은 두개의 원형 매스를 부가하였으며, 곡면의 유리면과 벽체면을 조합
한 형태로 매스의 변화를 추구하고 있다.

주출입구는 정면의 중심에 위치하고 있으며 두개의 원형 매스의 곡면 유리
면과 연계되어 있다. 원형의 매스는 유리 커튼월로 마감되어 있으며 측면에

는 쇼윈도를 2층 부분까지 배치하였다.

벽면부분의 돌출된 장식과 상층부의 스틸 오브제를 이용하여 현대적 감각과 더불어 High Tech의 이미지를 나타내고 있다.

외부 마감재료는 알루미늄 복합판넬과 R계열의 화강석을 사용하고 있다.

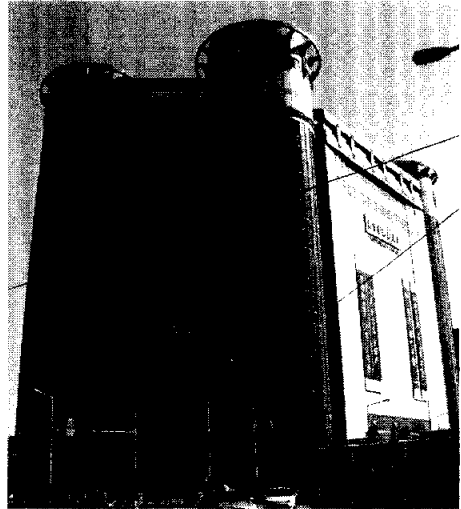


사진19 현대 천호점

④ 신세계 강남점

2000년 10월 서초구 잠원동에 지하4층, 지상10층의 규모로 신세계백화점 강남점이 개점하였다. 매장은 지하연결통로로 영풍문고와 센트럴 씨네마, 지상 통로로 고속터미널, 메리어트 호텔과 연결되어 있다.⁵⁴⁾

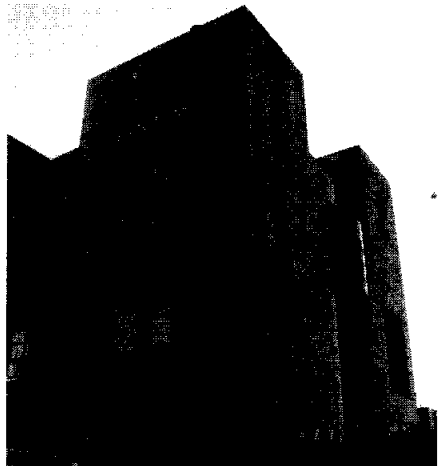


사진20 신세계 강남점

주출입구는 정면 중앙에 위치해 있고, 부 출입구는 측면 양쪽과 후면의 중

54) 金鉉貫, 우리나라 주요 도심 백화점의 차별화 전략에 따른 디자인 특성에 관한 연구-1990년대 이후 현재까지 사례분석을 중심으로-, 중앙대 석논, 2002.6, p.156

양에 각각 위치해있다. 주출입구 부분은 중앙의 강화 유리마감을 따라 재료의 연속성을 보이며, 필로티를 설치하여 인지성을 높였다. 벽면에는 창을 배치시켰으며 중앙부분을 유리박스로 개방감을 확보하고 있다.

외부 마감재료는 R계열의 대리석과 화강석을 사용하고 있으며 수평선 띠를 형성하고 있다.

⑤ 현대 미아점

2001년 8월에 개점한 현대백화점 미아점은 인구200만의 서울 동북부지역과 도심을 연결하는 교통의 중심지인 미아사거리에 위치하고 있다.

형태는 BOX형으로 벽면의 상층부와 모서리부분 등을 분절하여 매스의 변화를 꾀하고 있다.

출입구는 정면의 중심에 위치하고 있으며, 페디먼트와 기둥을 이용하여 고전적인 분위기를 연출하고 있다. 상층부에 횡연창과 정면 모서리 부분에 종연창을 사용하고 있다.



사진21 현대 미아점

전체적으로 그리스의 신전건축양식을 응용하여 벽면의 몰딩, 페디먼트, 기둥, 벽면의 아치 장식 등을 이용하여 고풍스러운 느낌을 나타내고 있다.

외부 마감재료는 대리석을 이용하여 외관을 고급스러운 느낌을 나타내고 있다.

표 10 백화점 외관 디자인 사례분석표

		메 스	개 구 부	장 식	재 료·색 채
제 1 세 대	신세계	격인 대지에 맞춰 도로변에 길게 배치	모서리에 주출입구, 건물 전면에 격자창	분광부의 발코니, 벽면장식	타일, 화강석 W, 단색배색
	미도파	격인 대지에 맞춰 곡면 형태	도로변에 주출입구, 건물 전면에 격자창		타일, 화강석 W, 단색배색
제 2 세 대	대화 쇼핑	BOX형 건물, 모서리 부분 삭제	상층부 격자창, 벽면부 종연상형태	벽면 장식	타일, W, 단색배색
	신세계 영동포점	곡면 라운드 처리, 매스의 변화	모서리 부분 횡연창 와 벽면 무창	-	타일, YR계열, 수평선 배색
	현대 압구정점	BOX형	파사드부분 유리커튼월 측면 상층부 횡연창	-	타일, R 계열, 단색배색
	그랜드	BOX형	상층부 격자창, 모서리 종연창	-	타일, R 계열, 단색배색
제 3 세 대	현대 무역센터	BOX형 건물에 두개의 원형 매스 부가	상층부 횡연창, 파사드 양쪽 전면 유리커튼월	출입구 부분 아치형 장식	알루미늄 판넬, 화강석, W, R 계열, 수평선배색
	한신코아	벽면의 분절로 변화효과, 코어부분 부가	코어부분 종연창 와 벽면 무창구조	발코니, 기둥을 원형으로 노출	알루미늄 복합판넬, W, B 계열, 수평선배색
	삼풍	두개의 분절된 건물 동을 커튼월의 유리벽으로 연결	출입구부분 유리커튼월 상층부 횡연창	전면에 수평의 긴 장식물, 벽면장식	GRC 불소수지도장, W바탕에 B계열로 액센트배색
	해내	입면의 곡면화	최상층 횡연창, 전면 커튼월 처리로 개방감	출입구 부분	GRC 불소수지도장, R계열, 단색배색
	건영오피니	BOX형에 벽면 분할 모서리 부분 곡선처리	중·상층부 벽면은 횡연창, 모서리 부분 종연창	-	타일, R 계열, 단색배색
	미도파 상계점	전면을 곡면, 출입구부분 삭제로 매스의 변화추구	파사드 전면, 출입구부분 유리커튼월로 개방감 확보	출입구부분의 돌니모양 매스	GRC 불소수지도장, AL커튼월, 화강석, W, B계열액센트배색
	그레이트	BOX형 건물, 모서리 부분 삭제로 변화효과	파사드 상층부 횡연창, 모서리 종연창 와 벽면은 무창	출입구부분, 벽면 장식	법랑 판넬, 복층유리, 화강석 W, R계열 단색배색
	에경	2개의 BOX형 건물을 커튼월 유리벽으로 연결	출입구의 전면창, 벽면의 일부 전면창	벽면 장식, 측면부분 캐노피	PC판위 타일, 복층유리 W, Gy계열 수평선배색
	경방원	대지형에 맞춘 형태, 모서리 부분은 곡선으로 처리	상층부와 모서리 부분에 횡연창 설치	창의 형태변화, 출입구 부분 아치형 장식	PC판위 타일 W, R계열 매스·요천에 의한 배색
	현대 부산점	대지형에 맞춘 형태로 전면에 반원형 부가	벽면 무창구조, 출입구 부분 전면창	벽면, 최상부 장식, 고전적 모티프 사용	화강석, W, R계열, 매스·요천에 의한 배색
제 4 세 대	롯데 부산점	BOX형 건물, 벽면의 분절로 변화효과	파사드 중심에 EV 부분 종연창으로 개방	출입구의 아치형 장식, 상층부 기암 상징요소	PC타일 판넬, 화강석 R계열, 매스·요천에 의한 배색
	현대 전호점	전면에 원형 매스 부가	파사드 양쪽 둥근 구조 부분, 출입구에 전면창으로 개방감 확보	현대적 이미지 추구, 상층부 스틸 오브제	알루미늄 복합판넬, 화강석, R계열 매스·요천에 의한 배색
	신세계 강남점	BOX형 분절, 부가로 매스의 변화	벽면 중심부분 유리커튼월처리	벽면장식, 출입구장식	대리석, 화강석, R계열, 수평선 배색
	현대 미아점	BOX형 건물, 벽면의 분절	상층부 횡연창 설치, 파사드 양쪽 종연창	벽면과 출입구 장식 고전적 모티프 사용	대리석 W계열, 단색배색

4.3 사례분석에 따른 외관디자인 특성

조사대상을 분석틀에 따라 세대별로 나누어 분석한 결과 백화점건축 외관 디자인의 변천사항을 알 수 있었다.

또한 각각의 백화점건축에 사용되는 외관디자인 요소 중 공통되는 요소와 그렇지 않은 요소들을 찾을 수 있었으며 내용은 다음과 같다.

4.3.1 양식과 근대성의 혼재기 (1979년 이전)

백화점의 기능에 대한 일반인의 인식이 거의 확립되지 않은 시기로 단순히 대규모 판매시설의 개념을 크게 벗어나지 못했으며, 소수의 백화점만이 직영 백화점 체제를 유지하는 시기였다.

이 시기의 백화점은 주로 도로변에 위치하여 대지의 형태에 따른 매스를 취하고 있다.

신세계의 경우는 르네상스식을 주로한 절충식으로 수평선을 강조하고 벽면에 몰딩과 발코니 등으로 상업건물로서의 화려한 모습을 하고 있다.

반면 미도파의 경우는 1,2층을 제외한 층 구분이 불가능한 격자창으로 모던하면서 오피스적인 이미지를 추구하고 있다.

이 시기의 공통점은 백화점의 외관에 있어서 창이 필요 이상으로 많다는 점이다. 이러한 점은 백화점의 기능에 대한 일반인의 인식이 확립되지 않아 단순히 상품을 파는 대규모 상점으로 백화점 안의 상품을 잘 보이게 해야 했고 백화점 안을 환하게 해야 했기 때문으로 사료된다.

또 하나는 대로변에 위치하여 저층부에 쇼윈도를 위한 커다란 개구부를 두고 있으며, 출입구를 2개 이상으로 계획하고 있다는 점이다. 이는 최대한 사람들을 끌어들이야 한다는 기능상의 전제 때문에 누구라도 쉽게 접근할 수 있고 자연스럽게 흘러들 수 있게 하기 위함으로 사료된다.

재료는 주로 타일과 석재를 사용하고 있으며, 색채는 무채색 계열로 재료 자체의 색을 사용하고 있다.

위와 같이 이 시기는 백화점건축이 가지는 특징적인 외관 디자인이 아닌 업무관련 건축이나 상점건축 등에서 나타나는 일반적인 외관과 유사한 경향을 보이고 있다. 이는 백화점의 기능이 제대로 인식되지 못한 점과 더불어 외적인 영향이 컸음을 말해준다.

또한 백화점 외관 디자인에 있어서 신세계 백화점은 양식주의의 절충적인 경향을 나타내며, 미도와 백화점은 양식주의에서 탈피하여 근대적인 외관을 나타내고 있다.

따라서 이 시기는 양식주의와 근대성이 혼재하는 시기로 말할 수 있다.

표 11 제1세대 백화점 -양식과 근대성의 혼재기- (1979년 이전)

백화점의 환경		· 백화점 기능에 대한 인식 미확립 · 대규모 판매시설의 개념 · 소수 만이 직영체제를 유지	
건축적 특징	신 세 계	· 르네상스식을 주로한 절충식 · 수평선 강조 · 벽면 몰딩과 발코니, 벽면 장식	
	미 도 파	· 1,2층을 제외한 층 구분 불가능한 격자창 · 오피스적 이미지	
공통적 특징		· 창이 필요 이상 많이 존재 · 출입구를 2개 이상으로 계획 · 타일과 석재 사용, 재료 자체의 색 사용	

4.3.2 현대 백화점 형태의 인식기 (1980 ~ 1987년)

백화점에 대한 인식이 대중화, 보편화되었으며 제1세대 백화점에 비하여 ‘서비스체제 강화’, ‘시설의 현대화’, ‘규모의 확대’ 라는 두드러진 특징을 보이는 시기였다.

이 시기 백화점의 형태는 주로 BOX형으로 태화, 현대 압구정점, 그랜드 백화점에서 나타나고 있으며, 매스의 모서리 부분을 삭제(태화)하거나 라운딩(현대 압구정점)하는 등 일부 변화의 요소를 보이고 있다.

반면 신세계 영등포점의 경우는 다른 백화점과는 다르게 조형적 형태로 과감한 매스의 변화를 추구하고 있다.

출입구는 정면 중심에 위치하여 평출입구가 대부분이나, 그랜드 백화점의 경우는 모서리 부분에 후퇴한 출입구의 형식을 하고 있다.

1세대 백화점에 비하여 창 의 면적이 감소한 경향이 뚜렷하여 무창건축의 형태를 취하고 있다. 주로 상층부와 모서리 부분의 일부에 창을 두고 있다. 이는 백화점의 기능에 대한 인식이 보편화 되어 인공조명의 사용이 증가하고 벽면에 상품을 진열하기 위함으로 보인다.

현대 압구정점의 경우는 전면에 유리커튼월을 사용함으로써 무창건축의 폐쇄성을 배제하고 있다.

장식요소는 절제되고 있으며 태화쇼핑의 경우 상층부 창 의 주위에 덧붙여진 장식요소가 사용되고 있으며 이는 창 의 면적이 줄어들어 따라 허전해진 벽면을 장식하기 위함으로 보인다.

외부 마감재료로는 타일을 사용하고 있으며, 태화쇼핑은 흰색타일로 단색배

색을 사용하였고, 신세계 영등포점, 현대 압구정점, 그랜드 백화점은 R계열을 사용하였다. 신세계 영등포점의 경우는 색상차가 나는 타일을 수평선으로 배색하여 개성이 돋보이고 있다.

따라서 제2세대 백화점 형태의 변화를 시도하고 있으며, 무창건축화의 형태가 나타나는 등 기능과 역할, 외관 디자인에서 현대화된 백화점건축이 나타나는 시기이다. 이는 백화점건축이 가지는 기본적이며, 특징적인 형태로서 현대 백화점 형태의 인식기라 할 수 있다.

표 12 제2세대 백화점 -현대 백화점 형태의 인식기- (1980~1987년)

백화점의 환경		· 백화점에 대한 인식의 대중화, 보편화 · 서비스체제 강화, 시설의 현대화, 규모의 확대
형 태	공통적 특징	· BOX형태에 모서리 부분 삭제, 라운딩 등 일부 변화요소
	비 고	· 신세계 영등포점은 조형적 형태로 형태의 변화
창	공통적 특징	· 창면적이 감소, 무창건축의 형태
	비 고	· 현대 압구정점은 전면 유리커튼월 사용
장 식	공통적 특징	· 장식요소 절제
	비 고	· 태화쇼핑은 소극적인 벽면장식
재료 · 색채		· 타일을 사용 · W, R계열 사용 , 단색배색, 수평선배색

4.3.3 외관 디자인의 발전기 (1988 ~ 1994년)

제3세대 백화점의 두드러진 특징은 기능면에서 상품의 판매기능 및 다양한 서비스에서 한 차원 발전하여 고객들에게 보다 수준 높은 생활문화서비스를 제공함으로써 1차기능인 상품판매기능과 결합하여 그 기능면에서 시너지 효과를 발휘하였다. 규모나 시설면에서 대규모화·최고급화를 추구하고 있으며, 복합단지를 구성하는 것이 일반적인 추세이다.

매스의 형태는 BOX형을 기본으로 하지만 2세대와는 부가적 변형과 삭제적 변형 등으로 전체 형태에 변형을 주었다. 또한 벽면의 분절과 모서리 부분의 곡면화 등을 이용하여 다양한 변화를 추구하고 있다.

벽면의 제2세대 백화점에 나타난 무창건축화 경향은 계속하여 나타나고 있으며, 제2세대 백화점인 현대 압구정점에 나타난 전면 유리커튼월의 사용이 제3세대 백화점인 해태, 미도파 상계점에서 전면 유리커튼월이 사용되고 있다. 모서리부분이나 출입구 부분 일부를 넓은 면적으로 유리커튼월을 사용한 사례(현대 무역센터점, 삼풍, 그레이스, 애경)가 증가하였다.

또한 출입구의 상부를 장식하거나 Void처리하여 규모를 확대하는 경향이 나타났다. 이는 백화점이 대규모화 되면서 인식성을 높이고, 보행자의 가시성을 높이기 위함으로 사료된다.

제2세대 백화점의 경우 장식요소가 절제되고 있으나 제3세대의 경우는 전체적으로 장식요소가 증가한 경향을 보이고 있다. 현대 무역센터점, 경방필 백화점은 출입구 상부에 아치형 장식으로 출입구를 확대하고 있다. 한신코아, 삼풍, 그레이스, 애경, 경방필 백화점은 벽면에 돌출된 장식요소를 부가하고

있으며 창·의 형태 변화로 입면의 다양성을 추구하고 있다. 이는 소비문화가 발달하고 경제적, 정신적 여유에서 오는 생활의 여유로 인한 여유심리가 형태화 된 것이라고 생각된다.

외부 마감 재료는 타일, 철재패널, 페인트 마감 등 다양한 재료가 사용되며 색채는 W, R, B계열로 단색배색, 수평선배색, 악센트 배색이 주로 사용되고 있다.

따라서 제3세대 백화점은 건축 형태의 다양화와 무창건축화, 장식요소의 증가, 재료 및 색채의 다양화 등 백화점건축의 외관 디자인이 다양하게 표현되고 있다. 이는 제2세대 백화점의 시기에서 나타난 현대 백화점 형태를 토대로, 기능의 다양화와 대규모화·최고급화를 추구하는 환경적 변화 등이 외관 디자인에 나타나는 시기로 외관 디자인의 발전기라 말할 수 있다.

표 13 제3세대 백화점 -외관 디자인의 발전기- (1988~1994년)

백화점의 환경	· 상품의 판매기능 외 생활문화서비스 제공 · 대규모화, 최고급화 추구
형 태	· BOX형태에 부가적 변형, 삭제적 변형 등을 사용한 변화 · 벽면의 분절, 모서리의 곡면화
출입구 · 창	· 출입구의 확대 · 무창건축화 · 전면 유리커튼월 사용 (해태, 미도파 상계점) · 모서리, 출입구 일부에 유리커튼월 사용 (현대 무역센터, 삼풍, 그레이스, 애경)
장 식	· 장식요소의 증가
재료·색채	· 타일, 철재패널, 페인트 마감 등 다양한 재료 사용 · W, R, B계열 사용 , 단색배색, 수평선배색, 악센트 배색

4.3.4 차별화에 대한 외관 디자인의 표현기 (1995 ~ 현재)

유통시장의 개방, 각 백화점간·이종업태와 경쟁 등으로 소규모 백화점들은 타격을 받게 되었고, 특히 1997년 말에 터진 IMF는 전국의 유통업체를 부도의 위기로 몰아갔다. 이에 많은 백화점이 연속 부도가 났으며 대기업을 중심으로 지방백화점이 성장하는 시기이다.

이러한 변화에 백화점은 살아남기 위해 ‘빅3’라고 불리는 대규모 백화점인 현대, 롯데, 신세계로 재편되고 있으며, 새로 개점된 백화점 또한 ‘빅3’ 위주로 개점되고 있다. 이들 백화점은 고급화, 전문화, 복합화 등의 차별화 전략으로 강구되고 있다.

제3세대에서 나타나는 출입구의 확대, 장식요소의 증가 등은 제4세대 백화점에서도 계속 사용되고 있으며, ‘빅3’ 백화점이 추구하는 전략에 따라 외관 디자인에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

롯데 부산점은 호텔과 연계되어 복합단지를 구성하고 있으며, 출입구 부분의 클래식한 분위기와 상부 벽면의 모던한 형태를 중복하여 사용함으로써 클래식과 모던형태의 중복성을 띄고 있다. 또한 상층부에 기업 상징 요소를 부착함으로써 기업의 이미지를 부각시키고 있다.

현대 부산점과 비아점은 고전적 모티브의 장식요소와 외부 마감재료를 화강석, 대리석을 사용함으로써 유럽풍의 클래식한 디자인을 유지하고 있다.

현대 천호점은 유리커튼월을 사용하여 Solid와 Void효과를 나타내고 있으며 상층부의 스틸 오브제를 사용하여 High Tech적 이미지와 모던함을 추구하여 현대적인 감각을 느끼게 하는 고품격 전략을 추구하고 있다.

신세계 강남점은 유럽의 성을 옮긴 듯한 형태로 1층부터 10층까지 중앙부

를 Void처리하고 모서리 부분을 Cubic Box의 상호 관입 형상을 좌우대칭형으로 하여 현대적 감각으로 재구성하였다.

적색 계열의 대리석과 화강석을 주재료로 한 고풍스러운 색조가 심플하고 모던한 건물형태와 조화를 이루고 있다. 이는 신세계 백화점의 전통적인 격조에 미래지향적인 디자인이 반영된 것이다.

따라서 제4세대 백화점은 '빅3' 위주로 개점되는 백화점으로 각 백화점간의 차별화된 전략으로 시대에 대응하고 있다. 이에 백화점 간의 차별화된 이미지를 부각시키기 위한 방법으로 외관 디자인을 클래식한 이미지, 모던한 이미지, 이를 혼합한 이미지 등으로 나타내고 있다.

따라서 이 시기는 차별화에 대한 외관 디자인의 표현기라 말할 수 있다.

표 14 제4세대 백화점 -차별화에 대한 외관 디자인의 표현기- (1995~현재)

백화점의 환경			· 유통시장의 개방 · 각 백화점간, 이종업태와의 경쟁 · IMF이후 연속 부도 · '빅3' 위주로 백화점 재편, 개점
건축적 특징	롯데		· 호텔과 연계되어 복합단지 구성 · 클래식과 모던형태의 중복성 · 기업의 이미지 부각
	현대	부산점 비아점	· 고전적 모티브의 장식요소 사용 · 화강석, 대리석 사용 · 클래식한 이미지 부각
		천호점	· 유리커튼월 사용하여 Solid와 Void 효과 · 스틸 오브제 사용 · High Tech적 이미지, 모던함 추구
	신세계		· 중앙부 Void처리, 모서리부분 Cubic Box의 상호 관입 형상을 좌우대칭 한 형태 · 화강석, 대리석 사용 · 모던한 이미지

V. 백화점건축의 외관 디자인 경향

II장의 이론적 고찰을 토대로 III장의 백화점건축의 외관 디자인 결정요인 및 외관 디자인 구성요소에 대해 고찰하고, IV장에서 백화점건축 외관 디자인 사례분석을 통하여 백화점 외관 디자인의 변천과정과 특성을 알 수 있었다.

본 장에서는 이러한 이론 및 사례분석을 토대로 백화점건축 외관 디자인의 경향을 도출하였다.

경향은 그 시대를 반영하면서 공통적으로 나타나는 흐름으로 시대의 문화·환경적 요인과 사용되어진 형태, 재료, 장식 등을 파악함으로써 경향을 유추할 수 있다.

백화점건축은 상업건축물의 대표적인 예로서 대규모 건축물로 주변의 환경에 많은 영향을 미치며 소규모 상업건축물과는 다른 특징을 가지고 있다.

현재 사회적 변화로 인해 백화점은 새로운 전환기를 맞이하는 시점으로 이러한 변화는 백화점건축 외관디자인에 영향을 미칠 것이다. 이에 초기의 백화점건축부터 현재 개점된 백화점건축의 경향을 파악하여 외관 디자인에 영향을 미치는 요인과 외관 디자인의 특성에 대해 고찰하여 앞으로 행해질 백화점건축의 외관 디자인의 기초 자료를 제시하고자한다.

백화점건축의 외관 디자인 경향을 외관 디자인 구성 요소로써 형태, 출입구, 창, 장식, 재료, 색채를 기준으로 분류하면 다음과 같다.

5.1 시대에 따른 다변화된 형태

건축은 조형예술로서 형태를 만들어가는 것이다. 실용적인 면을 가져야 하는 일종의 응용 예술로서 회화나 조각과 같은 조형예술과는 본질적으로 다르다.

초기 백화점의 형태는 대지형에 맞춘 형태로 주로 도로 2면 이상을 접하고 있다. 이는 백화점의 상업적 기능으로 인해 접근성이 용이하고, 교통이 편리한 곳에 위치함에 있다. 현재의 백화점의 경우도 접근성이 용이하고 교통이 편리한 곳에 위치하거나, 백화점이 생김으로 해서 새로운 상권을 형성하기도 한다.

80년대에 들어와서 백화점에 대한 인식이 보편화되고 대중화되면서 백화점에 대한 수요가 늘어났으며 BOX형태의 건물이 주를 이루게 되었다. 이 BOX형 형태는 기술적, 구조적으로 우수하면서 공간의 효율성을 최대로 발휘할 수 있는 형태로 많은 건축물에 적용되었다. 백화점의 경우는 대규모의 판매시설로서 다양한 상품의 진열과 다수 불특정인의 유입을 위한 실속적인 공간으로 공간의 효율을 극대화하기 위해 BOX형태가 사용된 것으로 보인다.

80년대 중반 이후에는 이러한 BOX형태에 매스의 부가, 삭제, 라운딩 등 다양한 매스가 나타난다. 이는 소비성향의 변화로 문화·오락·취미 생활 등에 대한 소비욕구의 증가로 이러한 제반시설을 마련하게 되었다. 즉 백화점이 단순히 판매시설이 아닌 문화·오락 등의 복합화된 공간으로 기능이 다양화되었으며 이에 공간의 분화, 다양화, 복합화가 외관 디자인에 나타난 결과라 할 수 있다. 또한 단순히 대형 창고와 같은 백화점이 이러한 변화들에 의해 형태·매스·공간 등이 백화점의 개성을 찾아 백화점의 형태를 찾았다고 할 수 있다.

현재에 나타나는 백화점의 형태는 크게 고전주의 양식을 추구하는 형태와 모던한 형태 등으로 나타나고 있다. 이는 백화점의 차별화된 전략으로 인해 고전건축에서 나타나는 고풍적인 분위기를 이용한 고품격 백화점의 이미지를 나타내고 있으며, 모던한 형태는 현재의 건축양식을 그대로 반영하는 형태로 복합화, 전문화된 백화점의 이미지를 나타내고 있다.

이 외에도 건축가의 디자인 성향, 법규적인 요인, 경제적인 요인 등에 의해 형태가 변화되어 왔으며 앞으로도 이러한 변화상황에 덧붙여 백화점의 형태는 변화되어 갈 것이다.

5.2 대형화에 따른 출입구의 확대

백화점은 가능한 많은 상품을 판매하는 것이 목적으로 점내로 많은 고객을 맞아들이는 것이 중요하다. 출입구는 공간의 내부와 외부를 연결·분리하여 주는 곳으로 백화점으로서의 출입하는 위치를 명확하게 표현해주는 것이 중요하다.

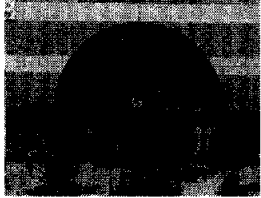
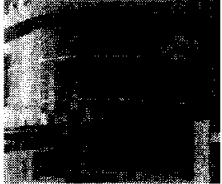
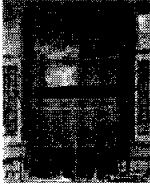
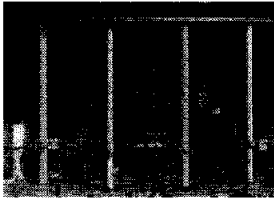
초기의 백화점에서도 그러한 부분이 중요시 생각되어 도로면에 가능한 많은 출입구를 두고 있는 것을 볼 수 있었다. 이는 현재와 같이 건물의 규모 등을 고려한 요소라기보다는 많은 출입구를 두어 최대한 사람들을 끌어들이야 한다는 기능상의 전제로 누구라도 쉽게 접근할 수 있고 자연스럽게 흘러들 수 있게 하기 위함이다.

현재는 건물의 규모, 점내 진입의 편의성, 실내공간의 이동 등을 고려하여 출입구의 개소와 위치를 결정하고 있다.

특징은 시대에 따라 현재까지 오면서 출입구의 확대가 되고 있는 점이다. 이것은 건물의 규모가 점점 대규모화 되면서 자연히 출입구가 확대될 수 있는 요소이다. 출입구의 확대란 개소의 확대, 출입구의 크기의 확대가 아닌 전체적인 건물의 규모에 비례한 출입구가 차지하는 크기를 말한다.

백화점의 경우는 대규모화 되면서 규모에 비례하여 시각적으로 인지성을 높이고, 보행자의 가시성을 높임으로써 백화점으로서의 고객 유치를 유도하기 위함으로 사료된다. 출입구 확대의 형태는 출입구 상부 또는 측면을 장식요소를 사용하여 확대하거나, 상부를 유리마감으로 오픈하여 시각적으로 출입구 부분이 눈에 떨어 수 있게 한 형태가 대부분이다.

표 15 대형화에 따른 출입구의 확대 형태

구 분	특 징		
장식형	· 출입구의 상충부, 측면을 아치형, 페티먼트, 캐노피, 기타 장식요소의 사용으로 출입구를 확대		
	아치형		
	현대 무역센터	경방필	롯데 부산점
			
	기타	캐노피	페티먼트
	그레이스	신세계 강남점	현대 미아점
개방형			
	· 출입구의 상충부를 유리마감으로 오픈하여 시각적으로 출입구를 확대		
	삼풍	해태	애경
			
	미도파 상계점	현대 부산점	현대 천호점
			

5.3 창 의 변화에서 본 건축의 형태

창은 건축물에 있어 기능적인 역할 뿐만 아니라 외관에 영향을 주는 중요한 요소이다. 특히 백화점건축에 있어서 창은 뚜렷한 변화를 나타내고 있는 요소로서 창 의 기능과 기술력, 미적인 요인으로 인해 시대별로 많은 변화가 있었다.

초기 백화점의 경우는 필요 이상으로 많은 창을 전면에 둔 형태로 현재의 백화점과는 확실한 차이가 있다. 이는 백화점의 기능에 대한 인식의 부족과 기술적 측면이 부족한 것으로 사료된다. 초기의 백화점은 단순히 대규모 판매시설의 개념으로 인식되어 백화점 안을 환하게 하여 백화점 안의 상품을 잘 보이게 해야 했다. 이는 또한 기술적 측면이 부족하여 인공조명과 공조기술이 미흡하여 창을 통하여 채광·환기 등을 하여 창 의 필요성이 부각되었던 시기이다. 따라서 백화점건축 외관에 창은 기능에 충실한 창으로서 존재하였다.

70년대 후반부터는 벽면에서 창이 차지하는 면적이 감소하는 것을 볼 수 있다. 이는 매장 내의 자연광 도입으로 인하여 상품의 손상과 상품강조에 대한 역효과 등이 나타남에 따라 이러한 변화가 나타났다. 이에 자연광의 유입을 억제시키며 벽면에 상품의 장식을 원활하게 하기 위해 창을 두지 않고 인공조명을 원칙으로 하고 있다. 즉 인공조명과 공조기술이 발달함에 의해 가능했던 요소이다.

80년대 중반에는 이러한 무창건축과 더불어 유리커튼월이 등장하고 있다. 이 유리커튼월은 반사유리, 불투명유리 등을 사용하여 내부가 보이지 않는다. 이러한 유리커튼월의 사용은 무창으로 인한 무표정한 건축물에 대한 대안으로 나타나고 있다. 다른 측면으로는 건축의 전통적인 입면형태, 즉 벽과 출입

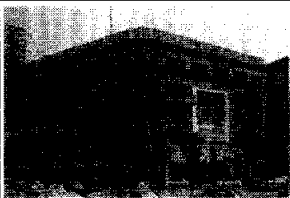
구, 창으로 입면을 구성하는 형태에서 벗어나지 못하여 형식적으로 수용하려는 의도에서 창 기능은 할 수 없지만 입면에서 창의 역할을 할 수 있는 일종의 장식적인 요소로도 생각할 수 있다.

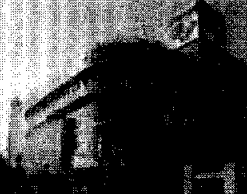
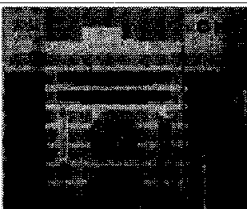
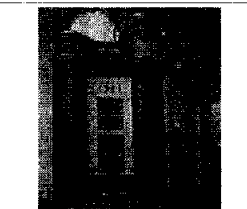
또한 상층부나 모서리부분에 일부 사용되는 창은 외관을 고려하여 디자인 요소로서 다양한 창의 형태를 사용하고 있는 것을 볼 수 있다.

현재까지도 무창건축과 더불어 유리커튼월은 사용되어지고 있으며, 현재에는 코어부분, E.V 홀 등 일부를 오픈하는 형식으로 유리커튼월이 사용되어지고 있다. 이는 무창건축의 폐쇄성을 배제하기 위한 노력으로 개방감을 확보하려는 의도와 Solid와 Void를 효과적으로 사용하여 도시 내·외부의 정보교환의 역할을 하기도 한다.

이렇게 창은 기능적 측면, 기술적 측면, 디자인의 요소로서 많은 변화가 있어 왔으며 변해가는 백화점의 기능적 측면과 기술의 발달로 인해 창의 형태나 디자인 요소는 변화되어 갈 것이다.

표 16 창의 변화

구 분	특 정	사 진	
		신세계	미도파
기능적 역할의 창	· 백화점 기능 인식부족 · 기술적 측면 부족		

구 분	특 정		
무창건축	· 자연광 도입에 따른 상품손상, 상품강조 역효과에 따라 무창건축화 · 인공조명, 공조기술 발달		
	태화 쇼핑	신세계 영등포점	롯데 부산점
			
	· 무창으로 인한 무표정한 건축물에 대한 대안 · 건축의 전통적인 입면형태를 형식적으로 수용하려는 의도 · Solid와 Void의 효과적인 사용으로 도시 내·외부의 정보 교환의 역할		
무창건축 · 개방감 확보	현대 압구정점	해태	미도파 상계점
			
	현대 무역센터점	현대 천호점	신세계 강남점
			

5.4 장식의 다양화와 증가

백화점건축은 대규모 상업건축물로서 건축물의 외관에서부터 상업 가치를 필요로 한다. 이에 항상 신선한 감을 주고 화려한 모습을 과시할 필요가 있다. 백화점건축에 있어서의 장식은 건축물의 성격과 의미를 대변해주며, 멀리서도 지각 할 수 있는 인지성과 가시성을 높여준다. 또한 장식요소는 상징성을 표현하는 요소로 건축물의 분명한 정체성을 부여하기도 한다.

장식에 대한 보호와 금지에 상반된 견해는 끊임없이 제기되고 있으며 백화점건축에서도 이러한 장식의 사용과 절제는 나타나고 있다.

초기의 백화점인 신세계 백화점의 경우는 르네상스양식의 절충식으로 고전적 모티브의 장식요소를 사용하였으며, 미도파 백화점의 경우는 오피스적 이미지가 강하며 장식요소를 배제하고 있는 것을 볼 수 있다.

80년도 중반까지는 장식요소를 배제한 형태로 단순하고 심플한 디자인을 나타내고 있으며, 80년도 중반 이후에는 다양한 장식요소를 사용하여 건축물의 개성을 표현하고 있다.

장식요소가 사용되는 부분을 크게 저층부 부분, 벽면 부분, 상층부 부분으로 나누어 볼 때 초기는 일부 벽면 장식요소가 보이나 소극적인 형태이며, 80년대 중반 이후에는 저층부의 출입구 부분을 장식하는 경향이 뚜렷하게 나타나고 있다. 더불어 벽면 부분의 장식과 상층부 부분의 장식도 혼재하여 나타나고 있으며 현재에는 이러한 장식요소들의 효과적인 사용으로 각각의 백화점건축에 외관 디자인의 특성을 나타내고 있다.

출입구 부분의 장식은 출입구의 확대에 따른 요소로 형태는 다음과 같다.

상충부를 아치형, 페디먼트 등을 사용하거나 캐노피와 캔틸레버 등의 사용으로 출입구를 뚜렷하게 인식할 수 있도록 하였다. 또는 상충부를 유리마감으로 오픈 시켜 개방감에 따른 출입구의 확대를 꾀하였다. 상충부뿐만 아니라 측면에도 기둥과 공지를 확보함 하여 출입구를 강조하고 있다.

벽면의 경우 초기에는 몰딩과 창 주위에 덧붙여진 형태로 장식되는 외에 장식요소가 생략되는 경우가 대부분이었다. 이는 벽이 플랜카드 등의 상품을 선전하기 위한 광고물을 부착하여 벽면의 대부분을 채우고 있어 벽면의 장식요소가 제 기능을 다하지 못했다.

이후에 플랜카드를 고려하여 디자인하게 되면서 벽면에 장식요소가 사용되고 있다. 현대는 물질적으로 부족함을 느끼지 않는 현대인을 어필하기 위해 상품에 대한 직접적인 홍보 보다는 전체적인 백화점의 이미지 즉 백화점 간의 차별화된 이미지를 표출하는 것이 더 중요한 요소로 부각되고 있음을 보여준다.

상충부의 장식은 주로 기업의 로고나 기업 상징요소, 돌출 장식, 스틸 오브제 등 다양하게 사용되고 있다. 이는 백화점의 규모가 대규모화·고층화되면서 멀리서도 인식이 가능하도록 하기 위함으로 사료된다.

현재에는 크게 고전적 이미지와 모던한 이미지를 추구하는 경향으로 두가지로 분류할 수 있으며, 이에 따라 추구하는 이미지에 대한 장식요소가 사용되고 있다. 고전적 이미지를 추구하는 경우는 아치, 고전양식의 기둥, 페디먼트, 몰딩 등이 주로 사용되고 있으며, 모던한 이미지를 추구하는 경우는 캐노피, 스틸 오브제 등이 사용되고 있다.

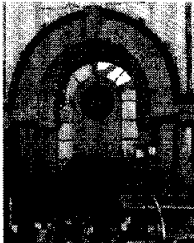
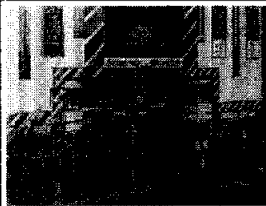
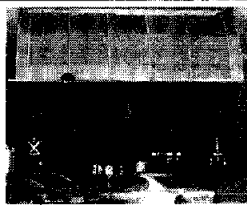
이러한 장식요소는 소비문화의 발달과 경제적 여유에서 오는 생활의 여유

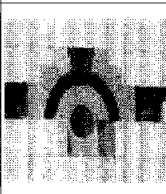
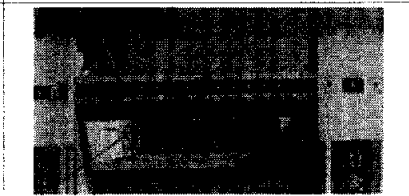
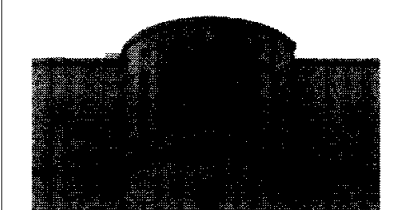
심리가 형태화 되었다고 말할 수 있다.

또한 물질적으로 풍부한 현대인을 어필하기 위해 상품에 대한 직접적인 홍보 보다는 백화점의 차별화된 이미지를 표출하기 위함으로 사료된다.

이는 인지성과 가시성을 높이며 백화점의 이미지를 표출하는 기능으로 앞으로 다양한 장식요소가 사용될 것으로 보인다.

표 17 위치별 장식요소

구 분	특 정			
저층부	· 저층부의 장식은 주로 출입구의 확대에 의한 장식요소가 주를 이루며, 아치형, 캐노피, 페디먼트 등의 장식요소를 사용			
	애경	경방필	롯데 부산점	현대 천호점
				
	그레이스	신세계 강남점		현대 미아점
				

구 분	특 징				
벽면부	· 초기는 몰딩과 창 주위에 덧붙여진 형태로 장식, 상품을 선전하기 위한 광고물의 부착으로 벽면 장식요소가 제 기능을 다하지 못함 · 이후 벽면에 광고물 부착위치에 대한 고려로 벽면 장식요소가 증가 · 백화점의 이미지를 표출하기 위한 장식요소가 사용				
	태화쇼핑	한신코아	미도파 상계점	신세계 강남점	현대 미아점
					
상층부	· 백화점의 규모가 대규모화 · 고층화 되면서 멀리서도 인식이 가능하도록 상층부의 장식요소가 증가 · 기업의 로고 또는 상징요소, 돌출 장식, 스틸 오브제 등이 사용				
	애경		삼풍		
					
	현대 부산점		현대 천호점		
					

5.5 건축 재료의 발달과 색채의 충족

건축 형태가 공간을 구성함으로서 건축은 존재하며 건축형태는 건축 재료와 색채를 통해서 구성된다. 인간의 오감 중에서 시각이 사물감지 능력 중 전체의 83%를 차지하고 있어 시각이 인간생활에 미치는 비중과 영향은 크다.

건축물에 사용된 재료와 색채는 재료에서 나타나는 질감과 색채의 명시성과 주목성에 의해 흥미를 끄는 현상을 이용하여 장식적인 기능을 한다. 또한 장식적인 기능 외에 건축물의 내구성을 연장시키고, 외관을 결정하는 디자인 요소로 중요한 역할을 한다.

재료의 사용은 초기에는 타일과 석재를 주로 사용하였다. 타일은 비교적 색채를 자유로이 낼 수 있으며 경제성을 고려하여 많이 사용되었다.

재료의 발달로 80년 중반부터 타일, 철재패널, 페인트 마감 등으로 다양하게 사용되었다.

현재에도 이러한 재료들이 사용되고 있으며, 특히 대리석과 화강석, 유리커튼월의 사용이 증가하고 있다. 이는 석재의 안락함과 친근감이 있는 재료로서 가공정도에 따라 다양한 질감을 표현할 수 있다. 또한 중량감이 있어 고급재료로 사용되어 고품격 이미지에 적합한 재료로 사용되고 있다.

색채는 초기에는 타일의 경우 흰색 타일을 주로 사용하였고, 석재의 사용으로 재료 자체의 색을 사용하였다. 80년대 들어와서는 색채에 대한 관심의 증가로 채색된 타일을 사용하여 주로 YR계열, R계열의 색을 사용하였다.

백화점건축물은 상업건축물로서 눈에 튀어야 한다는 생각으로 인한 색채의 남용으로 인해 채도가 높은 R계열의 색채를 사용하여 주변의 경관과 어울리지 않는 경우도 있었다.

또한 무창건축과 더불어 유리커튼월을 사용하면서 창 의 색채로 B계열과 G계열의 사용이 증가하였다.

색의 연상으로 볼 때 YR계열의 색은 밝고 선명한 이미지를 주며, R계열의 색은 화려하고 강렬한 이미지로 상업건축의 특징과 잘 부합되는 색이다. B계열은 투명함을 나타내며, G계열은 선명한 느낌으로 개방감을 주는 요소의 색채로 적당하다.

현재에도 이러한 색채들이 많이 사용되고 있으나 무분별한 색채 사용에 대한 반성과 벽면에 부착되는 광고물에 대한 고려로 색채의 명도, 채도 등을 낮추어 자연스러운 색채를 사용하고 있으며, 재료가 가지는 본래의 색도 많이 사용되고 있다.

배색 부위별 유형으로 살펴볼 때 초기에는 주로 단색배색을 사용하여 단순하고 청결, 깔끔한 이미지를 주었다.

80년대 초반에는 백화점이 대중화 되면서 수평선 배색을 많이 사용하여 안정감과 더불어 친근감을 주어 백화점으로서의 유입이 자연스럽게 하였다.

80년대 후반에는 수평선배색, 악센트배색, 매스·요철에 의한 배색 등이 다양하게 사용되고 있다. 이는 형태의 다양화와 더불어 장식요소의 증가로 변화감 있고, 입체감을 강조하며, 생동감 등을 주어 현대적 감각으로 건축물에 생기를 주기 위함이다.

VI. 결 론

백화점 건축은 대규모 건축물로 주변의 환경에 많은 영향을 미치며, 한번 세워지면 장기적으로 유지되므로 그 사회와 시대에 직접적·간접적으로 영향을 끼치게 된다.

이와 더불어 백화점건축은 상업건축물의 대표적인 예로서 상품의 소비가 이루어지는 소비 공간이기 때문에, 생활과 문화의 변화를 말해주는 지표라고 할 수 있다.

또한 백화점은 여러 요인 등에 의해 변화·발전 되어 왔으며 이러한 요인들은 외관 디자인에 나타나고 있다.

이를 근거하여 본 논문은 도심지 백화점건축의 외관 디자인 경향을 파악하기 위하여 초기의 백화점건축부터 현재 개점된 백화점 건축의 외관디자인을 분석하여 외관 디자인 특성을 도출하고, 외관 디자인 형성에 영향을 미치는 요인을 분석하였다.

백화점건축의 외관 디자인은 백화점 환경의 변화와 건축적 측면의 변화 등에 의해 형태, 개구부, 장식, 재료 및 색채가 변화되어왔으며, 그에 따른 외관 디자인 경향은 아래와 같이 정리할 수 있다.

첫째, 백화점건축의 형태는 공간 기능변화, 즉 기능의 다양화로 인한 분화와 차별화 전략에 의해 다변화 되어 왔다.

따라서 초기의 통일성을 강조한 대지형에 맞춘 형태에서 기술적, 구조적으로 우수하면서 공간의 효율을 극대화 시킬 수 있는 BOX형태가 보편화 되었다. 근래에 와서는 백화점이 단순한 판매시설이 아닌 복합화된 공간으로 기능이 다양화됨에 따라 BOX형태에 매스의 부가·삭제 또는 조형적 형태를 사용하고 있다.

둘째, 백화점에 있어 출입구는 공간의 내·외부를 연결·분리하는 곳이며 고객을 맞이하는 곳으로 중요한 요소이다.

초기의 백화점건축은 이러한 출입구의 중요성을 백화점의 각부에 출입구를 설치하여 개소를 늘림으로써 충족시키고 있다.

현재 백화점은 건물의 규모, 점내 진입의 편의성, 실내공간의 이동 등을 고려하여 적절한 출입구의 개소와 위치를 결정하고 있다.

또한 대규모화·고층화 되면서 출입구의 확대가 뚜렷한 경향으로 나타나고 있으며, 이는 시각적인 인지성을 높이고 보행자의 가시성을 높이기 위함으로 사료된다.

셋째, 창은 기능적인 역할 뿐만 아니라 외관에 영향을 주는 중요한 요소로 백화점 건축에 있어 창은 뚜렷한 변화를 나타내고 있다.

초기의 백화점은 백화점의 인식부족과 기술의 부족으로 인해 기능적인 역할을 하는 창으로서 현재와는 다른 모습으로 건축물 전반에 창을 두고 있다.

70년대 후반, 80년대 초반부터는 백화점이 대중화·보편화 되었으며, 기술의 발달에 의해 벽면에서 창이 차지하는 면적이 감소하는 경향이 뚜렷하게 나타난다.

80년대 중반에는 무창건축에 의한 벽면의 무표정과 건축의 전통적인 입면 형태를 형식적으로 수용하려는 의도, 폐쇄성에 대한 개방감의 확보 등에 의해 유리 커튼월의 사용이 증가하고 있다.

넷째, 백화점은 건축물의 외관에서부터 상업 가치를 필요로 하고 있다. 이에 장식적인 요소를 사용하여 건축물의 성격과 의미를 대변하고 있으며, 인지성과 가시성을 높이며 또한 상징성을 표현하여 건축물의 분명한 정체성을 부여하고 있다.

장식되는 위치는 출입구 부분, 벽면 부분, 상층부 부분으로 다양하게 장식되고 있다. 장식요소로는 출입구 부분은 아치형, 페디먼트, 캔틸레버, 캐노피 등이 사용되고 있으며, 벽면과 상층부는 기둥, 돌출 장식, 스틸 오브제 등이 사용되고 있다.

이러한 장식의 증가와 여유심리가 형태화 되었다고 말할 수 있으며, 백화점의 차별화된 이미지를 표출하는데 사용된다.

다섯째, 건축의 재료와 색채는 건축물의 형태를 분명하게 하며 내구성을 연장시키고 장식적인 기능을 하는 등 외관을 결정하는 디자인 요소로 중요한 역할을 한다.

초기 백화점은 타일과 석재를 주로 사용하며 흰색과 재료 자체의 색채를 사용하고 있었다. 80년대 들어와서는 재료의 발달로 다양한 재료들을 사용하게 되었으며, 색채에 대한 관심의 증대로 YR계열, R계열, B계열, G계열의 색채가 다양하게 사용되고 있다.

현재에는 재료와 색채의 사용으로 건축 외관의 표현성을 극대화시키고 있으며, 재료와 색채가 가지고 있는 이미지를 활용하여 다양한 외관 디자인과 새로운 디자인을 가능케 하고 있다.

이상과 같이 백화점건축 외관 디자인의 구성요소와 디자인 요소에 영향을 미치는 요인을 중심으로 분석을 통해 외관 디자인 경향을 고찰해 보았다.

이와 같은 경향을 통해 현재 백화점건축 외관디자인의 형성을 이해할 수 있는 바탕을 형성할 수 있으며, 향후 백화점 외관디자인 연구에 대한 기초 자료를 제시하는데도 의의를 지닌다.

백화점건축 외관 디자인은 많은 요소들에 의해 결정되어지며, 대규모 건축물로서 건축물의 목적과 기능에 부합됨은 물론 상업건축의 목적에 맞는 외관디자인으로 계획되어야 한다.

현재의 유통의 변화와 사회적 변화 등에 의해 백화점은 생존하기 위한 대응방안으로 복합화, 고급화, 전문화를 추진하고 있으며, 각 백화점의 전략에 따라 고풍적인 분위기, 모던한 분위기, 미래지향적 분위기로 계획되어지고 있다. 이러한 경향은 앞으로도 계속되어질 것으로 보이며, 이에 따라 외관디자인 또한 변화될 것이다.

참고문헌

< 논문 >

1. 金鉉貫, 우리나라 주요 도심 백화점의 차별화 전략에 따른 디자인 특성에 관한 연구-1990년대 이후 현재까지 사례분석을 중심으로-, 중앙대 석논, 2002.6
2. 남상은, 建築物 外觀 形態構成에 있어서 이미지 表現에 관한 研究, 중앙대 석논, 1988, p20
3. 박기석, 상업건축물의 표현성을 고려한 외관 리노베이션 계획에 관한 연구, 연세대 석논, 2000
4. 박선영, 백화점 공간 디자인과 소비자 라이프스타일의 연계성 연구, 서울산업대 석논, 2000
5. 朴一雨, 小規模 商業建築物의 外觀形態 分析에 관한 연구, 연세대 대학원, 1991
6. 박재평, 商業建築物 正面의 構成要素와 特徵에 關한 研究 -淸州市 商業建築物를 中心으로-, 홍익대 석논, 1988
7. 朴正培, 百貨店建築 外觀 構成要素에 關한 研究, 고려대 대학원, 1993
8. 송승원, 한국 백화점건축의 발전방향에 관한 연구, 한국외국어대 세계경영대학원, 1998
9. 宋雄, 都心 百貨店建築 外部色彩計劃에 관한 研究 -서울 시내 백화점을 중심으로-, 고려대 석논, 1990.2
10. 이기웅, 백화점 건축의 현대적 기능 수용에 관한 연구, 중앙대 건설대학원, 1998.6
11. 張墉太, 日帝強占期 南大門路 일대의 백화점건축에 관한 연구, 서울시립

대 석논, 2001.11

12. 정광용, 고층 사무소 건축의 외부형태에 나타난 조형적 장식표현의 유형 -1980년 이후 국내 사례를 중심으로-, 경북대 석논, 2000

13. 채대웅, 고층 사무소 건축 외관 디자인의 특성에 관한 연구 -80년대 이후 국내의 사례를 중심으로-, 서울대 석논, 1993. p60

14. 허준회, 청주시 가로변 상업건축물의 입면 형태 비교분석, 충북대 석논, 1995

< 단행본 >

1. S.Giedion 저, 김경준 옮김, Space, Time and Architecture, 시공문화사, 1996

2. 金正秀 외4인, 建築計劃各論, 문운당, 1980

3. 金正在, 建築意匠論, 技文堂, 2000

4. 김홍기, 건축조형 디자인론, 기문당, 2001

5. 박돈서, 건축의 색·도시의 색, 기문당, 1996

6. 백화점 건축계획, 전병직, 세진사, 1996

7. 신세계 개점 70주년 기념화보집, 신세계, 2000

8. 신세계 25년의 발자취, 신세계백화점, 1987

9. 유희준, 건축디자인 이야기, 문운당, 1999

10. 2000 유통업체 연감, 한수협 출판부, 2000

11. 윤명길, 백화점인과 관련 협력업체를 위한 백화점유통 쉽게 알기, 동인, 1996

12. 정순태, 마아케팅 원론, 법문사, 1988

13. 태화쇼핑, 태화쇼핑 10년사, 태화쇼핑, 1993

14. 한국백화점협회, 유통경제 핸드북, 한국백화점협회, 1997,
15. 한국의 현대건축② 상업건축, 월간건축문화, 산업도서출판공사, 1995
16. 한국의 현대건축⑧ 상업건축, 월간건축문화, 산업도서출판공사, 1994
17. 현대백화점 30년사, 현대백화점, 2001

< 정기간행물 >

1. 구자영, “백화점의 概念이 바뀌고 있다”, 백화점협회보, 1988
2. 김광현(서울 시립대학교 부교수), 건축형태의 이해, 건축사 89. 01
3. 김광현, 건축형태의 분석방법, 건축사 89. 02
4. 김문덕, 근·현대건축에 있어 색채, 건축문화 95. 05
5. 김정동, 韓國 近代建築의 再照明, 건축사 89. 02
6. 노순규, 소비자성향과 유통업의 발전방향, 마케팅월간지, 98. 11
7. 박명호, 21세기 소매유통산업의 발전과제, 마케팅월간지, 01. 01
8. 유병우, 국내 대형할인점의 출점과 마케팅 전략, 마케팅월간지, 03. 04
9. 최영집 (탐 건축사 사무소), 우리의 가로건축 -혼돈속의 새로운 질서, 그 바람직한 진화를 위하여, 건축과 환경 89. 01

Abstract

A Study on the Design Tendency of The Exterior View of The Downtown Department Store Building

By Na, Bu Kyoung

**Department of Architectural Engineering
Graduate School of Industry, Pukyong National University
Busan, Korea**

The purpose of this study contributes that support to architects and helps based on this study creative variable ideas for the design of department store.

Also this study begun expressed the aim of living cultural change in commercial building as a consumption space.

Department store stands on commercial building as a large store and changed by several factors. Especially it's effects to surrounding environmental factors and department's exterior design as a commercial building, the value of commercial, large building.

Therefore the impact of this study is analyzed characteristics and tendency of department store exterior design.

Study on the domestic exterior department store design development progress and study domestic department store according to architectural

magazines, architectural dissertations, papers through the department exterior design building form, entrance form, window form and decoration including color and finished materials.

The result of this is as follows;

First, the department store building's exterior design form changed space functions, it means changed to multiple function by a distinction strategies of Korean main city society and culture.

Therefore, early design's accent is harmony of department store and an extremely excellent with structural, technically and mostly BOX style of building.

Second, department entrance facade located between interior and exterior that meet the customers and this is very important part of department store. An early stage design of department store was expressed multiple entrances with importance of main entrance.

Third, the window is including functional factor and effects to exterior design directly and the changed form is very clear in domestic department store. An early stage of department store window located facade of department store due to lack of technical skill and recognition.

Beginning of 70's and 80's decrease the window space of department store and recognition popularization and generalization. The middle of 80's department store is an expressionless face and acceptsthe traditional facade and form and increase glass certain wall style for secure open-heart feeling.

Increase these kinds of decorations and a mental space of reserve to be a aspect and expressing different images of department store.

Fourth, decoration of department is effects to the exterior department store and commercial value. Thus express characteristics of building and announced meanings also cognitive function and visibility using the decoration factor. The location of decoration is main entrance, wall, and top of the department store. Main entrance the factors of decoration are use to by arch, pediment, Cantilever, canopy. and the wall and top of the department store factors of decoration are use to by column, projecting decoration, still objet.

Fifth, the architectural finished material and color effects to the building formation clearly and extend durability, decoration functions as well. The early department store's finished material is tile and stone and using their own color, in 80's produced various and multiple building materials the using these kind new materials for the department store. and increase interested of building color. The main color using for the department store was YR, Y, B and using multiple color.

The framework is to clear the direction of character of design for department stores in Korea.

The external factor of department store building divided into the outward appearance, main entrance facade, and show window, and these factors depend on the location strategy and high-class strategy. The external factor of building is decided with the concept of design, division

of space and plan of flow line.

I have analyzed the differentiation strategy from the department stores in Korea, and each factors from the aspect of design, based on the analysis by cases each cities, which among each factor of design. I wish the result of this study would provide directions in forecasting of progress and grasping of problems in the planning and designing of department stores.

The purpose of this study is contributes that support to architects and helps based on this study creative variable form intermediates ways for who design department store.

감사의글

논문을 마치고 이렇게 감사의 글을 적으려니 지나왔던 날들이 새록새록 생각납니다.
그동안 정말 많은 일들이 있었던 것 같은데...
벌써 2년이라는 시간이 지났습니다.

학부를 졸업하고 석사과정으로 바로 진학하여 많이 부족한 저에게
항상 따뜻한 미소로 감싸주신 조홍정 지도교수님이 있었기에 대학원 생활이 힘들지
않았던 것 같습니다. 교수님 감사드립니다.

이 논문이 있기까지 충고와 격려로서 이끌어주시며 논문을 심사해주신 김기환교수님,
오장환교수님께 감사드립니다.

또한 수업을 통해 또는 세미나를 통해 많은 가르침을 주신 류종우교수님, 신용재교수
님, 임영빈교수님, 이수용교수님, 박천석교수님, 김영찬교수님, 이재용교수님, 조영행교
수님, 홍성민교수님께도 감사드립니다.

그리고 항상 옆에서 격려해주고 같이 고민해준 선배님들과,
정말 사랑하는 동기들과 친구들,
부족한 나를 선배로서 대해준 후배님들,
늘 옆에서 조용히 도와주는 오빠와 그 외 논문을 위해 도움주신 모든 분들이 있었기
에 지금의 제가 있다고 생각합니다.

마지막으로 무엇보다도 저를 믿어주고 사랑으로 감싸준 부모님, 동생이 있어 항상 든
든했고, 더욱 열심히 할 수 있었습니다.

많이 부족한 논문이지만 많은 분들의 격려와 도움이 있었기에 논문을 잘 마무리할 수
있었습니다.

다시한번 마음속 깊이 감사드리며 항상 건강하시고 행복하시길 바랍니다.

2004년 건축도시연구실에서...