

## UX design characteristics of family restaurants by User Analysis

**Zhaoxue Mao**

First Author. Interior Architecture Design Dept., Hanyang University

**Kyoungsook Nam**

Corresponding Author. Professor, Interior Architecture Design Dept., Hanyang University

**(Research background and purpose)** Today's spatial design has changed from an industrial society to an information society, and the paradigm of space has also changed. In the past, if the object of the design was a type of design element, namely the product and space, it should consider intangible design elements that would give users convenience and comfort, enhance usability, and, by extension, emotional satisfaction. At Family Restaurant, space should be presented as a place where communication with space can be made, not just a simple dining area, that can be experienced at all times by actively responding to users' needs. Designs centered on user experience are required to meet the diverse consumer needs of family restaurants that are spreading amid this trend of times. To this end, the purpose of the project is to derive and reflect the characteristics of the user experience-centered UX design in order to improve customer service in constructing the family restaurant space today. **(Study Method)** In order to derive a study on the characteristics of UX design in Family Restaurant, which is the purpose of this study, the progress system of this study consists largely of literature research, observation surveys for user behavior analysis, and surveys for preference surveys. For this purpose, firstly, we look at the concept of UX design, understanding of UX design and the status of development of family restaurant through literature research. Second, to analyze the UX design characteristics of a family restaurant, a user checklist is created at a family restaurant. Third, this research target conducts user observation and survey of family restaurants as a case target for three recently established family restaurants. Fourth, the characteristics of UX design in family restaurant are derived with the analyzed content. **(Result)** By case analysis of UX design characteristic, the order was case C > case B > case A, the order by group was, the middle-aged > the elderly > the children, and the order by characteristics was the association > sensory stimulation > convenience > non-dailiness. Preference was verified in order A-1 > A-2 for association, C-2 > C-1 for convenience, N-2 > N-1 for non-dailiness, and S-1 > S-2 for sensory stimulation. **(Conclusion)** First, the characteristics of UX design were divided into association convenience, non-dailiness, and sensory stimulation after considering the prior study of family restaurant. Second, in the case of Family Restaurant, user analysis shows that the preference for C case VIPS was highest in terms of UX design, and that its associativity was highest in terms of characteristics. Because it could stimulate the user's individual memory or experience through visual images, and elicit the user's emotional response. Third, middle-aged people had the highest preference by group. In particular, children preferred direct experiences that were stimulated in spaces such as vision, hearing, and touch.

**Keywords** Family Restaurant, User analysis, Space Design, User, UX Design

**Received** March. 23. 2019 **Reviewed** April. 10. 2019 **Accepted** June. 20. 2019

ISSN 1976-4405 www.kisd.or.kr

## 사용자 분석에 의한 패밀리레스토랑의 UX디자인 특성

모조설

제1저자. 한양대학교, 실내건축디자인전공

남경숙

교신저자. 교수, 한양대학교 실내건축디자인학과

**(연구배경 및 목적)** 오늘날 공간 디자인은 산업사회에서 정보화 사회로 변화하면서 공간에 대한 패러다임도 변화하게 되었다. 과거에는 디자인의 대상이 유형의 디자인 요소 즉, 제품과 공간이었다면 현재에는 사용자에게 편리함과 쾌적함을 주고 사용자 의 기능성을 향상시키며, 더 나아가 이를 통한 정서적 만족감을 줄 수 있는 무형의 디자인 요소에 대하여도 고려해야 한다. 패밀리레스토랑에서는 사용자의 요구에 능동적으로 대처하여 항상 새로움을 경험 할 수 있으며 단순한 식사만 하는 공간이 아닌 공간과의 커뮤니케이션이 이루어질 수 있는 장소로서의 공간이 제시되어야 한다. 이러한 시대적 흐름 속에 확산되어 가고 있는 패밀리 레스토랑에 관한 다양한 소비자의 니즈를 만족시키기 위해 사용자에게 좋은 경험을 줄 수 있는 디자인이 요구되어진다. 그러므로 사용자 만족 경영은 고객만족을 위한 사용자 중심의 사고를 바탕으로 한 패밀리 레스토랑의 UX 디자인이 중요하다. 이를 위하여 오늘날 패밀리 레스토랑 공간을 구성함에 있어 고객 서비스를 향상시키기 위하여 사용자 경험 중심의 UX 디자인의 특성을 도출하여 반영하는데 목적을 두고 있다. **(연구방법)** 본 연구의 목적인 패밀리레스토랑의 UX디자인의 특성에 관한 연구를 도출하기 위해서 본 연구의 진행체계는 크게 문헌연구와 사용자 행위분석을 위한 관찰 조사, 그리고 선호도조사를 위한 설문 조사로 이루어진다. 이를 위하여, 첫째, 문헌조사를 통해 UX 디자인의 개념, UX디자인의 이해, 패밀리 레스토랑의 발전 현황에 대한 내용을 살펴본다. 둘째, 패밀리 레스토랑의 UX 디자인 특성을 분석하기 위해서 패밀리 레스토랑에서의 사용자 체크리스트를 작성한다. 셋째, 본 연구대상은 패밀리 레스토랑 3개를 사례대상으로 패밀리 레스토랑에 대해 사용자의 관찰조사와 설문조사를 진행한다. 넷째, 분석된 내용으로 패밀리레스토랑에서의 UX 디자인의 특성을 도출한다. **(결과)** UX디자인 특성 분석결과 사례별로는 C사례>B사례>A사례 순서이고, 그룹별로는 중년층>노년층>아동층 순서이고, 특성별로는 연상성>감각 자극성>편의성>비 일상성> 순서로 선호하였다. 연상성에는 A-1>A-2, 편의성에는 C-2>C-1, 비일상성에는 N-2>N-1, 감각 자극성에는 S-1>S-2 순서로 나와 선호도가 검증되었다. **(결론)** 첫째, 패밀리레스토랑에 대한 선행연구를 고찰한 결과 UX디자인의 특성은 연상성, 편의성, 비 일상성, 감각자극성으로 구분하였다. 둘째, 패밀리레스토랑의 경우, 사용자분석을 통해 UX디자인 측면에서 C사례 뷔스(VIPS)에 대한 선호도가 가장 높았고, 특성별로는 연상성이 가장 높게 나타남을 알 수 있었다. 연상성은 시각적 이미지를 통한 사용자의 개별 기억 또는 경험을 자극하며, 사용자의 감성적 반응을 유도할 수 있기에 가장 선호되었다. 셋째, 그룹별로는 중년층의 선호도가 가장 높게 나타났다. 특히 아동층에서는 시각, 청각, 촉각 등 공간에서 자극을 받는 직접적인 체험을 선호하였다.

**Keywords** 패밀리 레스토랑, 사용자 행위, 공간디자인, 사용자, 경험디자인

Received March. 23. 2019 Reviewed April. 10. 2019 Accepted June. 20. 2019

ISSN 1976-4405 www.kisd.or.kr

# 1. 서론

## 1.1 연구의 배경 및 목적

오늘날 공간 디자인은 산업사회에서 정보화 사회로 변화하면서 공간에 대한 패러다임도 변화하게 되었다. 과거에는 디자인의 대상이 유형의 디자인 요소 즉, 제품과 공간이었다면 현재에는 사용자에게 편리함과 쾌적함을 주고 사용상의 기능성을 향상시키며, 더 나아가 이를 통한 정서적 만족감을 줄 수 있는 무형의 디자인 요소에 대하여도 고려해야 한다. 패밀리 레스토랑에서는 사용자의 요구에 능동적으로 대처하여 항상 새로움을 경험 할 수 있으며 단순한 식사만 하는 공간이 아닌 공간과의 커뮤니케이션이 이루어질 수 있는 장소로서의 공간이 제시되어야 한다. 이러한 시대적 흐름 속에 확산되어 가고 있는 패밀리 레스토랑에 관한 다양한 소비자의 니즈를 만족시키기 위해 사용자 경험을 중심으로 한 디자인이 요구되어진다. 이를 위하여 오늘날 패밀리 레스토랑 공간을 구성함에 있어 고객 서비스를 향상시키기 위하여 사용자 경험 중심의 UX 디자인의 특성을 도출하여 반영하는데 목적을 두고 있다.

## 1.2 연구 방법 및 범위

본 연구의 목적인 패밀리레스토랑의 UX디자인의 특성에 관한 연구를 도출하기 위해서 본 연구의 진행 체계는 크게 문헌연구와 사용자 행위분석을 위한 관찰 조사, 그리고 선호도조사를 위한 설문조사로 이루어진다. 이를 위하여,

첫째, 문헌조사를 통해 UX 디자인의 개념, UX디자인의 이해, 패밀리 레스토랑의 발전 현황에 대한 내용을 살펴본다.

둘째, 패밀리 레스토랑의 UX 디자인 특성을 분석하기 위해서 패밀리 레스토랑에서의 사용자 체크리스트를 작성한다.

셋째, 본 연구대상은 패밀리 레스토랑 3개를 사례대상으로 패밀리 레스토랑에 대해 사용자의 관찰조사와 설문조사를 진행한다.

넷째, 분석된 내용으로 패밀리레스토랑에서의 UX

디자인의 특성을 도출한다.

## 2. 이론적 고찰

### 2.1 패밀리 레스토랑의 정의

패밀리 레스토랑의 정의는 연구자에 따라 각각 다른 견해로 정의하고 있지만 그 내용의 본질은 동일하다. 패밀리 레스토랑의 정의를 정리하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 패밀리 레스토랑의 정의(Cho, 2015, p.12)

연구자	정의
이재련 (2003)	- 가족동반 고객 및 20~30대 젊은 층이 주 고객 - 양질의 테이블 서비스와 다양한 다국적 메뉴를 편안하고 이국적인 분위기의 장소 제공 - 가격대비 격식과 실속을 동시에 차릴 수 있는 즐거움을 주는 레스토랑
진양호 · 전진화 (2003)	- 패밀리 레스토랑이란 차량을 주차할 수 있는 공간을 갖추고 - 가족단위, 10대 후반~30대까지를 주 고객층 - 테이블서비스를 원칙 - 다양하게 선택할 수 있는 메뉴 - 객 단가 7천원~2만5천 원대에서 식음료를 판매하는 레스토랑
나연선 · 안성식 (2007)	- 경기변화에 영향을 덜 받으며 - 주로 20~30대 초반의 여성 고객을 중심으로 데이터베이스를 통한 퍼미션 마케팅 - 메뉴의 특정 고객층을 대상으로 하는 다양한 프로모션 등을 통해 타 업체에 비해 고객의 트랜드를 부각하며 - 밀착된 마케팅을 구사하는 레스토랑
최민우 · 양봉석 (2008)	- 패스트푸드의 객단가에 비해 두 배 이상 비싸지만 - 넓은 주차공간을 겸비하고 다양한 메뉴와 깔끔한 실내디자인 - 가족층 뿐만 아니라 연인, 장년층 등 다양한 고객을 대상으로 식음료를 판매하는 레스토랑
전유명 (2013)	- 메뉴의 선택의 폭이 넓고 - 편리한 접근성, 인테리어, 다양한 부대시설을 갖추고 차별화된 인적·물적 서비스를 제공하는 레스토랑 - 20대에서 30대의 젊은 층과 가족고객을 중심으로 - 1만원~ 2만 5천 원대의 식음료를 판매하는 전문 레스토랑

### 2.2 패밀리 레스토랑의 발전 현황

국내 패밀리 레스토랑은 2009년에 들어서 더욱 성장하락을 보이면서 전년대비 마이너스 성장으로 매출

이 감소하였다. <표 2>는 국내 패밀리 레스토랑의 연도별 매장 수 및 매출액의 현황을 나타낸 것이다.

<표 2> 패밀리 레스토랑 업계 현황(매출액)

브랜드	매출액 (억 원)								
	2006년	성장률 (%)	2007년	성장률 (%)	2008년	성장률 (%)	2009년	성장률 (%)	2010년
빽스	2400	14.6	2750	4.0	2860	-2.1	2800	7.1	3000
계절밥상	2500	8.0	2700	1.9	2750	0.0	2750	1.8	2800
애슬리	100	150.0	250	100.0	500	104.0	1020	48.0	1510
T.G.I.F	1100	0.0	1100	-44.1	615	2.4	630	12.7	710
베니건스	990	-16.2	830	13.0	938	-19.3	757	-8.9	690
씨즐러	220	-22.7	170	-17.6	140	-57.1	60	0.0	60
토니로마스	158	-24.1	120	-17.5	99	-35.4	64	0.0	64
계	7468	6.1	7920	-0.2	7902	2.3	8081	9.3	8834

## 2.3 UX디자인의 선행연구

### 2.3.1 UX디자인의 개념

경험을 위한 대상의 범위는 넓고 다양하며 이중 제품과의 상호작용을 통해 얻어지는 경험을 ‘사용자 경험’이라 명명하며, 사용자의 경험은 느낌, 기억, 만족감, 감각 등 모든 것을 의미하며 제품을 사용하면서 내재화 되어 있는 모든 것을 의미한다. 또한 사용자 경험은 한 개인이 특정한 제품이나 서비스, 그리고 그것의 전달 과정을 설계된 방식대로 상호작용 하면서 가지게 되는 모든 경험의 합을 의미한다. 관련 영역인 사용자 인터페이스(user interface) 디자인에서도 사용되는 ‘사용자(user)’라는 용어는 일반적으로 디지털 미디어, 그 중에서도 상호작용하는 소프트웨어를 지칭하는 용도로 자주 이용된다. 사용자 경험(UX)은 소프트웨어와 사업적이고 심리학적인 관심사들이 통합되어 설계된 결과물을 가리키는 가장 일반적인 용어이다.

사용자 경험은 단어 자체만으로도 직관적으로 의미를 이해하기 쉽지만 모호한 면도 있다. 간단히 표현하면 사용자가 사용하기 위해 경험하는 모든 것을 뜻하

며, 넓은 의미로 정의하자면 웹 사이트를 클릭하는 것부터 웹사이트를 통해 상품 구매에 이르기까지 폭넓은 웹 페이지를 사용하는 것이라 할 수 있다. 그러나 디자이너가 매체별로 디자인하는 서비스는 근본적으로 차이가 없다(Cho, 2011, p.53).

### 2.3.2 공간에서의 UX디자인 특성

공간에서의 UX디자인은 감각과 지각의 인지 작용을 통하여 사용자의 감성을 자극하고, 이로 인해 공간이 의미화 되는 디자인을 뜻한다.(Kim, 2006, p.113). 공간에서 인간의 인지도를 바탕으로 이를 공간화 하는 과정에서 나타나는 특성으로, 경험의 구조는 인지라는 인간의 사고체계에 의해 형성되는 것이고 공간화 과정을 통해 공간의 움직임 도입(시. 공간개념), 인간의 기억구조, 수용미학, 타 장르의 융합으로 설명 될 수 있다. 패밀리 레스토랑에서 적용될 수 있는 UX 디자인 특성을 살펴보면 다음의 <표 3>과 같다.

<표 3> 선행연구에서 나타난 사용자 경험 디자인 특성

연구자	오감	연상성	상징성	개방성	역동성	편의성	정보성	이벤트성	비일상성	상호작용	감각 자극성
김근우 (2012)		○	○	○	○				○		
김세영 (2012)			○	○		○	○		○	○	○
구선아 (2011)	○	○			○			○	○		○
이경은 (2013)		○	○	○			○		○		
이수진 (2011)		○			○			○			○
최보경 (2014)		○			○	○		○			○
자신 (2010)						○				○	○
이경은 (2013)	○	○	○	○		○		○	○		○
조동희 (2019)						○				○	
빈도	2	5	4	4	4	5	2	4	5	3	6

선행연구를 통해 패밀리 레스토랑에서의 사용자 경험디자인은 공간과 사용자행위의 긴밀한 커뮤니케이션을 통하여 사용자의 심리적 체험과 사용자 경험을 풍부하게 하는 개념을 기초로 레스토랑공간에서 나타나

는 대표적 경험디자인 표현유형은 연상성·편의성·비밀상성·감각자극성으로 분류 할 수 있다.

### 2.3.3 UX디자인 특성

UX디자인의 특성은 선행연구에 의하면 연상성, 편의성, 비밀상성, 감각자극성으로 볼 수 있다.

#### (1)연상성(Association)

연상성은 시각적 테마(Visual Identity)로써 그 공간이 갖는 성격과 특색이 드러나도록 이미지를 기획하는 것으로 인간의 개인적인 기억과 경험을 자극하여 감성적 반응을 유도하는 것을 일컬으며 반복되는 디자인을 활용하거나 직접적인 공간의 이야기를 표출하여 연상성을 높일 수 있다. 또한 형태의 접근에 있어서 사물을 은유적으로 표현하는 것은 사용자로 하여금 이미지 연출 의도를 생각하게 만들며 사용자가 가지고 있는 기억을 대상으로 비유함으로써 오래 기억할 수 있게 도와준다.

#### (2)편의성 (Convenience)

사용자가 자각하는 편의에 대한 사전적 의미는 사용자가 이용하는데 편하고 용이한 것으로 정의하고 있으며 이러한 편의성의 중요한 예로 매장을 들 수 있다. 이는 사용자로 하여금 상품의 구매가 용이하도록 구성되어 있다. 현재 매장의 서비스, 편의시설은 내부에 존재하여 잠깐 휴식을 취할 수 있는 벤치나 보조 공간으로 다른 기능 공간 사이에서 휴게공간의 범위가 확대되고 있으며, 외부에 위치하는 편의시설에도 사용자의 폭이 확대되거나 전체적인 공간디자인 계획부터 휴식 공간과 연계하여 설정하기도 한다(Bae, 2012, p.35).

#### (3)비밀상성(Non-dailiness)

비밀상성은 일상생활 속에서 쉽게 얻을 수 없는 특별한 체험을 공간에서 유도하는 것으로 상상하기 어려운 공간을 체험하게 하여 기억 속에서 오랫동안 자리 잡게 만든다. 제품의 경우 그의 용도 혹은 형태, 크기, 색 등이 사용자가 알고 있던 것과는 전혀 다르게 지각 되었을 때 느낄 수 있다. 또한 사물에 대하여 정상적인 스케일을 부여하지 않고 비논리적인 스케일을 제공함으로써 놀라움, 충격, 비밀상적 경험을 제공하기도 하며, 유희적 성격의 아이디어나 재료를 이용한 비예

측적인 특별한 경험으로 인지하게 한다. 또한 일상적인 상식을 벗어난 비밀상적인 형태의 공간을 통해 호기심을 자극하는 공간으로 표현된다.

#### (4)감각자극성(Sensory stimulation)

감각의 작용에 우선적으로 사용자로 하여금 직접적인 참여를 유발하게 하는 표현 방법을 의미한다. 주로 오관에 의존하여 유도한다. 즉, 시각, 청각, 촉각 등 공간에서 직접적으로 자극을 받는 요소들을 이용한 참여를 뜻한다. 또한 이러한 참여는 연상에 의하여 고차원적인 감각 작용에 영향을 미치며 공감각으로서 작용한다. 이러한 직접적 체험에 의한 경험의 인지 작용이 바로 공간 개념의 가치를 부여하고, 사용자의 감성을 자극함은 물론이고 공간을 의미화 하는 것이다.

〈표 4〉 패밀리 레스토랑의 UX 디자인특성

특성	분류	계획요소
연상성	A-1	시각적 이미지를 통한 사용자의 개별 기억 또는 경험자극
	A-2	한 형태를 통해 계속해서 사용자의 감성적 반응 유도
편의성	C-1	사용자에게 즐거운 놀이시설을 제공
	C-2	사용자에게 편의 시설을 제공
비밀상성	N-1	일상적이지 않은 형태, 스케일, 패턴 등을 통한 호기심 자극
	N-2	시각의 충격과 유희적 자극에 의한 특별한 경험 제공
감각 자극성	S-1	감각을 통하여 사용자의 몸이 공간을 기억하게 하는 자극을 줌
	S-2	시각, 청각, 촉각 등 공간에서 자극을 받는 직접적인 체험

## 3. 패밀리 레스토랑의 공간분석

### 3.1 패밀리 레스토랑의 공간구성

본 연구 패밀리 레스토랑 규모는 중규모형이다. 패밀리 레스토랑 공간은 도입부, 객석부, 서비스부로 구분된다. 각 부분은 여러 공간으로 구성되고 그중에 주로 대기실, 식사 공간, 바 카운터, 샐러드바, 통로가 사용자와 가장 밀접한 공간 관계가 있다. 따라서 본 연구는 사용자의 행위를 이들 공간을 위주로 분석한다.

<표 5> 패밀리 레스토랑의 공간 구분

구분	공간유형
도입 공간	방풍실, 리셉션, 대기실
객석 공간	바 카운터, 샐러드바, 식사 공간, 이동 공간(통로)
서비스 공간	계산대, 전화대, 화장실, 휴식 공간, 어린이 놀이 공간

<표 6> 본 연구의 대상 공간

구체적 공간 구분	
대기 공간	-손님이 많아 좌석이 없을 경우나 일행을 기다리는 경우를 위한 공간으로 큰 규모의 음식점이나 장사가 잘 되는 음식점에서 만들어 두는 일이 많다. -규모나 내용은 그 점포의 방침이나 실정에 의하지만, 입구 근처에 위치하며 휴식 의자, 전화 등이 구비되어 좋다.
바 카운터	-서구에서는 식사 전에 바(Bar)에서 술을 마시고 식사에 임하는 풍습이 있고, 바(Bar)만을 이용하는 손님도 많지만 별로 생산성이 기대되지 않는 공간이다. -위치를 바꾸기 힘든 점을 감안하여 점포의 성격에 따라 배치 방법, 크기, 위치 등을 선택한다.
샐러드 바	-고단위 영양식을 많이 하면서 나타난 부작용과 미용에 대한 관심 때문에 저칼로리의 채소, 과일류에 대한 관심이 높아져 설치하는 곳이 많아졌고 고객의 반응도 좋은 편이다. -샐러드 바의 이용은 셀프서비스의 방식을 취하는 것이 일반적이다. -따라서 대개 점포의 중앙에 위치하는 샐러드 바 부근의 혼잡이 예상된다. -근처의 객석이 안정감이 없어지기 쉽기 때문에 객석과의 관계를 고려한 배치가 필수적이다.
식사 공간	고객이 주로 시간을 보내는 공간으로 음식의 종류, 서비스 유형 등의 영업 방침에 따라 크기, 형태, 재료 등이 결정된다. 쾌적한 식사공간이 되기 위해서는 서비스 하는 종업원의 적절한 순환 동선과 고객의 동선을 고려한 가구 배치가 이루어져야 한다.
통로	통로는 고객이 걸어야 하는 필수적인 곳으로, 사용자의 보행 동선이다. 각 공간이 연결될 수 있다. 합리적인 통로를 고려해야하고, 사용자에게 공간 안내의 의미를 부여하여 공간을 합리적으로 구분할 수 있도록 한다.

## 4. 사례에 대한 사용자 분석

### 4.1 대상 공간 선정기준

본 연구의 사례대상 공간의 선정기준은 다음과 같다. 최근 새롭게 시장에 진입한 브랜드를 기준으로 현대의 변화에 맞춰 매장 내에 샐러드바를 보유하고, 서울에 위치한 200m<sup>2</sup>이상의 규모로써, 2010년 이후 대중적인 인기를 얻고 있는 샐러드바 패밀리 레스토랑(뷔페형)을 기준으로 선정하였다.

<표 7> 사례분석 대상 공간

사 례	애슐리 ASHLEY	계절밥상	빽스 VIPS
개장 연도	2014년	2013년	2013년
연면적	205m <sup>2</sup>	230m <sup>2</sup>	285m <sup>2</sup>
위치	서울 마포구 양화로 경남빌딩 129 B1	서울 금천구 디지털로 188 W - MALL B1	서울 영등포구 영등포동 441-10
이미지			

### 4.2 사용자 관찰조사

본 연구는 공간 사용자를 연령별로 구분하여 아동, 일반중년층, 노년층으로 하고 이들을 대표할 수 있는 사용자 그룹별 10명씩의 행위를 동선에 따라 추적 관찰조사 하였고 그 문제점을 제시하였다.

<표 8> 공간사용자별 관찰조사 내용의 틀

구분	행위분석
도입 공간	출입구-대기실
객석 공간	식사공간-샐러드바 -자리로 오기
서비스 공간	화장실-계산대-출입구

#### (1) 사용자 행위분석

사례A 애슐리(ASHLEY), 사례B 계절밥상, 사례C 빽스(VIPS)에 대한 사용자 행위분석은 다음과 같다.

<표 9> 사례A 애슐리(ASHLEY)

애슐리(ASHLEY)	
공간 이미지	
평면도	 <ul style="list-style-type: none"> <li>■도입 공간(12 m<sup>2</sup>): 대기실</li> <li>■객석 공간(140 m<sup>2</sup>): 샐러드바, 식사 공간</li> <li>■서비스 공간(7 m<sup>2</sup>):</li> </ul>

			이동 공간(통로), 계산대
그룹	동선		문제점
사용자 A	도입 공간	부모 같이 출입구 들어오기- 대기실 앉아서 대기	- 대기실에 기다리는 동안 아동의 호기심 충족을 위한 전시물 등이 요구된다.
	객석 공간	식사 공간앞기-샐러드바 가기-부모가 돕고 음식을 찾기-음식을 먹기	-좌석 배치가 좁고 보호 조치가 부족하다.
	서비스 공간	- 오락 시설을 체험하기- 놀면서 부모를 기다리기	- 아동을 위한 활동장소가 없다.
사용자 B	도입 공간	출입구 들어오기-대기실 앉아서 대기	-대기공간의 좌석배치가 부족하다.
	객석 공간	-식사공간안내 받기-식사공간 찾기-공간앞기-가방 옷 놓기-샐러드바 가기-샐러드바 빈점시찾기-출발점찾기-음식담기-자리로 오기-음식먹기-	- 테이블 사이가 가까워서 사용자들의 프라이버시가 떨어짐.
	서비스 공간	화장실이동 계산대이동 출입구로 나가기	- 테이블과 의자로 사용자의 보행이 불편함.
사용자 C	도입 공간	출입구 들어오기-대기실 앉아서 대기	-대기공간은 빛이 어둡고 노인들의 행동에 불편함.
	객석 공간	식사공간 안내 받기-식사공간 찾기-공간앞기-가방 옷 놓기-샐러드바 가기-샐러드바 빈점시찾기-출발점찾기-음식담기-선택하기-자리로 오기-음식먹기	- 샐러드바와 식사공간 거리가 멀어서 짧은 시간에 음식을 찾기 어렵다.
	서비스 공간	화장실이동 계산대이동 출입구로 나가기	- 도입공간에 자리가 부족해서 사람이 많은 경우는 노년층에 불편함.

사용자 행위 분석

<표 10> 사례B 계절밥상

			계절밥상
공간 이미지			
			
평면도			도입 공간(15m²): 대기실 객석 공간(160m²): 샐러드바, 식사 공간 서비스 공간(13m²): 이동 공간(통로), 계산대
그룹	동선		문제점
사용자 A	도입 공간	부모 같이 출입구 들어오기- 대기실 앉아서 대기	- 대기공간에 전시물이 있어 아동에게 안전성이 떨어짐.
	객석 공간	식사 공간앞기-샐러드바 가기-부모와 돕고 음식을 찾기-음식을 먹기	- 샐러드바 음식 아래에 드라이아이스를 방치해서 아동에게 위험하다.
	서비스 공간	오락 시설을 체험하기-놀면서 부모 기다리기	- 필요한 오락시설이 없다.
사용자 B	도입 공간	출입구 들어오기 대기실 앉아서 대기	-
	객석 공간	사진을 찍기-식사공간 찾기-공간 앞기-가방 옷 놓기-샐러드바 가기- 샐러드바 빈점시찾기-음식담기-자리로 오기-음식먹기(행위 반복)	- 테이블 사이가 좁아서 식사환경이 떨어짐.
	서비스 공간	복도 출입구에서 이동-계산대이동-출입구로 나가기	식사공간부터 계산대까지 복도가 부족해서 불편함.
사용자 C	도입 공간	출입구 들어오기-대기실 앉아서 대기	-
	객석 공간	식사공간안내받기-식사공간 찾기-공간앞기-가방 옷 놓기-샐러드바 가기-샐러드바 빈점시찾기-출발점찾기-음식담기-선택하기-자리로 오기-음식먹기	- 돌발 상황의 경우 바로 도움 받기 어려움. - 서비스에 대한 요구가 더 높다.
	서비스 공간	복도 출입구에서 이동-계산대이동-출입구로 나가기	- 통로가 길어서 노인이 음식을 찾을 때 불편함.

<표 11> 사례C 뷔스(VIPS)

뷔스(VIPS)				
공간 이미지				
평면도				
사용자 행위 분석	그룹	동선	문제점	
	사용자 A	도입 공간	부모와 같이 출입구 들어오기-대기실 앞에서 대기	-대기공간에서 기다리는 동안 재미있는 것이 없고 아동에게 매력이 떨어짐.
		객석 공간	식사공간 앉기-샐러드바 가기-부모 도움으로 음식을 찾기-음식 먹기	- 샐러드바 음식 아래에 드라이아이스를 방치해서 아동에게 위험.
		서비스 공간	오락 시설을 체험하기-놀면서 부모 기다리기	- 아동을 위한 활동장소가 없다.
	사용자 B	도입 공간	출입구 들어오기-대기실 앞에서 대기	- 대기 공간이 적어서 의자 사용에 불편함
		객석 공간	식사 공간 안내받기-식사공간 찾기-공간 앉기-가방 옷 놓기-샐러드바 가기-샐러드바 빈점사 찾기-출발점 찾기-음식 담기- 자리로 오기-음식먹기- 음식의 사진을 찍기-다시 음식찾기	- 명확한 공간구분이 없고 사적공간이 부족함.
		서비스 공간	계산대 이동-출입구로 나가기	-
	사용자 C	도입 공간	출입구 들어오기-대기실 앞에서 대기	- 바 카운터와 테이블이 가까워서 식사할 때 환경이 시끄러움.
		객석 공간	-식사공간 안내받기-식사공간 찾기-공간 앉기-가방 옷 놓기-샐러드바 가기-샐러드바 빈점사 찾기-출발점 찾기-음식 담기-음식 선택하기-자리로 오기-음식 먹기	- 노인 전용편의 시설 없고 가까운 거리에서 도움 지원이 없다.

서비스 공간	계산대이동 공간	출입구로 나가기	-
--------	----------	----------	---

(2) 사용자 행위분석결과

사용자 행위분석 결과에 따라 그룹A 아동을 위한 활동장소가 필요하고, 대기실에 기다리는 동안 아동의 호기심 충족을 위한 전시물, 오락시설 등이 필요하다. 그룹B 일반중년층의 경우, 테이블 사이가 가까워서 사용자들의 프라이버시가 떨어지고, 보행에 불편함을 느끼므로, 사용자별 공간 구분이 필요하고 명확한 동선 계획을 필요로 한다. 그룹C 노년층의 경우는 노인 전용 편의시설이 없고, 통로가 길어서 음식을 찾을 때 불편함을 느끼며, 돌발 상황의 경우 바로 도움을 받을 수 있는 지원이 요구된다.

4.3 사용자 설문조사

3개 사례의 아동층, 중년층, 노년층 3 그룹의 사용자 분석 내용은 다음과 같고 설문조사 내용에 사례대 상지의 상세 이미지를 첨가하였다.

<표 12> UX디자인 특성의 선호도에 관한 설문조사 내용의 틀

특성	분류	설문 문항 내용	5	4	3	2	1
연상성	A-1	사진, 영상 등 시각적 자극 방식을 통한 과거에 대한 어떤 추억이나 경험을 연상시킬 수 있는나?					
	A-2	형태의 반복적인 재현을 통해 시각을 자극하고 이러한 형태에 대해 연상을 일으키느냐?					
편의성	C-1	레스토랑은 오락 시설의 제공을 통해 식사를 하는 사람이나 아이에게 편리함을 줄 수 있는나?					
	C-2	레스토랑이 휴식 구역을 확보하고 대기 또는 휴식 구역에서 소파, 벤치 등의 시설이 제공되어 사용자에게 편리함을 줄 수 있는나?					
비밀상성	N-1	실내에 비정상적인 비율의 물건을 배치하여 독특한 공간을 조성하여 사용자의 호기심을 자극하는 경향이 있는나?					
	N-2	독특한 디자인 재료와 디자인 요소를 사용하여 사람들에게 시각적인 충격과 새로운 인식 남기기를 시도하느냐?					
감각 자극성	S-1	감각, 시각, 청각, 촉각 등 신체의 자극을 통하여 당신의 심리에 자극을 줄 수 있다고 생각하느냐?					
	S-2	감각 자극을 통해 기억이나 경험을 자극할 수 있다고 생각하느냐?					

매우 그렇다: 5점, 그렇다: 4점, 보통: 3점, 그렇지 않다: 2점 전혀 그렇지 않다: 1점

(1) 사례별 설문조사

설문조사로 UX 디자인의 특성에 따른 선호도를 평가하였다. 평가항목은 5점 척도로 나타내었다. 연구대상은 설문 응답자 200명중 유효해답자 180명을 대상으로 1,2차로 나누어 각 아동10명(사용자 A그룹), 일 반중년층 10명(사용자 B그룹), 노년층 10명(사용자 C그룹)으로 하고 이를 3개 사례에 적용하였다. 조사방법은 인터넷 설문조사를 하였고, 조사기간은 2018년 11월20일~11월28일, 2차는 2019년4월16일이었다. 아동의 경우 부모님의 도움으로 설문조사를 진행하였다.

〈표 13〉 사례A 애슐리(ASHLEY)

	항목	사례A 평가 척도					
		5	4	3	2	1	
UX 디자인 특성 별 분석	A-1		A B C				
	A-2		B A C				
	C-1	A		B C			
	C-2			B A	C		
	N-1			C	B A		
	N-2				C	B A	
	S-1		C B		A		
	S-2		B		A C		
			A	아동층	B	중년층	C

〈표 14〉 사례B 계절밥상

	항목	사례B 평가 척도				
		5	4	3	2	1
UX 디자인 특성 별 분석	A-1	A B C				
	A-2	B	C A			
	C-1			B	C A	
	C-2		B C		A	
	N-1				C	B A
	N-2		B		C A	
	S-1	C	B	A		
	S-2	A	B C			

〈표 15〉 사례C 빙스(VIPS)

	항목	사례C 평가 척도				
		5	4	3	2	1
UX디	A-1					

자인 특성 별 분석		B	C A			
	A-2	B	C A			
	C-1				B C	A
	C-2		B C	A		
	N-1			B	A C	
	N-2		C	A B		
	S-1	C B	A			
	S-2	B	A C			

(3) 사용자 그룹별 설문조사 결과

사용자 그룹별 UX디자인 선호도 분석 결과는 다음과 같다.

〈표 16〉 사용자 그룹별 UX디자인 선호도 분석 결과

	분류	사용자그룹별 평가				평균(%)
		아동층	중년층	노년층	평균(%)	
연상성	A-1	13	14	13	13.33	13
	A-2	12	14	12	12.66	
편의성	C-1	8	8	9	8.33	9.33
	C-2	10	11	10	10.33	
비일상성	N-1	5	6	7	6.0	6.66
	N-2	6	8	8	7.33	
감각자극성	S-1	9	13	14	12.0	11.6
	S-2	11	13	10	11.33	
평균		9.25	10.87	10.37	10.16	

UX디자인 특성 분석결과는 중년층>노년층>아동층 순서이고, 특성별로는 연상성>감각 자극성>편의성>비 일상성> 순서로 선호하였다. 사례별 특성에서와 동일 하게 연상성에는 A-1>A-2, 편의성에는 C-2>C-1, 비일상성에는 N-2>N-1, 감각 자극성에는 S-1>S-2 순서로 나와 선호도가 검증되었다.

5. 결론

본 연구는 패밀리레스토랑에서의 사용자분석을 통한 UX디자인의 특성분석에 관한 연구로 2010년 이후 오픈하고 대중적인 인지도가 있는 샐러드바 패밀리 레스토랑 3개 사례를 대상으로 사용자 관찰조사 및 설문 조사를 하였으며, 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 패밀리레스토랑에 대한 선행연구를 고찰한 결과 UX디자인의 특성은 연상성, 편의성, 비 일상성, 감각자극성으로 구분하였다. 그리고 공간 내 사용자의

행위 및 심리활동에 따라 UX디자인의 특성과 사용자 행위, 니즈를 결합하여 구체적 세부항목을 정리하였고, 이를 근거로 사용자 분석을 하였다.

둘째, 패밀리레스토랑의 경우, 사용자분석을 통해 UX디자인 측면에서 C사례 빅스(VIPS)에 대한 선호도가 가장 높았고, 특성별로는 연상성이 가장 높게 나타남을 알 수 있었다.

셋째, 그룹별로는 중년층의 선호도가 가장 높게 나타났다. 시각적 이미지를 통한 사용자의 개별 기억 또는 경험을 자극하며, 사용자의 감성적 반응을 유도할 수 있는 연상성을 가장 선호하였다. 특히 아동층에서는 시각, 청각, 촉각 등 공간에서 자극을 받는 직접적인 체험을 선호하였다.

현재 다양한 분야에서 UX 디자인에 대한 연구가 활발히 이루어지고 있으므로 공간을 계획할 시에도 사용자의 행위와 니즈를 고려하여 사용자가 공간에서 좋은 기억과 경험을 체험할 수 있도록 하여야할 것이다.

## References

Bae, Insook, (2012). A Study on the Publicness in Hyundai Plauship Store. *Konkuk University Graduate School, Master's Dissertation.* / 배인숙, (2012). 현대 플래시업 스토어에 나타난 공공성에 관한 연구. *건국대학교 대학원, 석사학위 논문.*

Cho, Dong Hee, (2019). Research on factors that affect user satisfaction toward continuous usage of AI speakers : focusing on the mediation effect of emotional attachment. *Hongik University Graduate School, Master Dissertation.* / 조동희, (2012). 인공지능 스피커의 사용자 만족이 지속적 사용의도에 미치는 영향 -감정적 애착의 매개효과를 중심으로. *홍익대학교 대학원, 석사학위 논문.*

Cho, Youngseo, (2016). A Study on the Customer Choice Attributes and Satisfaction of the Family Restaurant Side Menu. *Yongsan University Graduate School, Master's Dissertation.* / 조영서, (2016). 패밀리 레스토랑 사이드 메뉴의 중요도가 고객 선택속성 및 만족에 관한 연구. *영산대학교 대학원, 석사학위 논문.*

Cho, Jinkyung, (2011). A study on user satisfaction for UX design of convergence content based on N-Screen. *Dankook University Graduate School, Master's Dissertation.* / 조진경, (2011). N-Screen 기반하에서 융합형 콘텐츠의 UX 디자인이 이용자 만족도에

미치는 영향에 관한 연구. *단국대학교 대학원, 박사학위 논문.*

Dong, Minlee, Jeonbuk Hyun, (2013). A Study on the Design Development Direction with the Characteristics of UX (User Experience). *Journal of the Korea Society of Korea, 29(4).*

Kim, Keunwoo, (2012). An External Public Space Design Using Perceptual Affordability A Study. *Kookmin University Graduate School, Master's Dissertation.* / 김근우, (2012). 시각적 어포던스 특성을 적용한 외부 공공장소 디자인에 관한 연구. *국민대학교 대학원, 석사학위 논문.*

Kang, Sukhwan, (2006). A study of Family Restaurant Space for the Customer. *Hongik University Graduate School, Master's Dissertation.* / 강석환, (2006). 패밀리레스토랑의 고객지향 공간 디자인 연구. *홍익대학교 대학원, 석사학위 논문.*

Kim, Seyoung, (2012). A Study on Expression of Interaction Space Design for User Experience. *Korean Society of Interior Design, Vol21, No4.*

Koo, SunAh, (2011). A Study on Application of Appropriation Design for User-Centered Experience Space. *Seoul National University Graduate School, Master's Dissertation.* / 구선아, (2011). 사용자 중심의 경험공간을 위한 어포던스디자인 적용에 관한 연구. *서울시립대 대학원, 석사학위 논문.*

Kwon, Changhee, (1995). A Study on the Relationship between Family Restaurant Choice Behavior and Involvement. *Sejong University Graduate School, Master's Dissertation.* / 권창희, (1995). 패밀리 레스토랑 선택행동과 관여도의 관계에 관한 연구. *세종대학교 대학원, 석사학위 논문.*

Lee, KyungEun, (2013). A Study on Spatial Marketing of Enterprise through Experiential Design. *Hanyang University Graduate School, Master's Dissertation.* / 이경은, (2013). 경험디자인을 통한 기업의 공간마케팅에 관한 연구. *한양대학교 대학원, 석사학위 논문.*

Lee, MiRim, (2011). Fun Experience Applying the Characteristics Of The Study On Public Space Design. *Hongik University Graduate School, Master's Dissertation.* / 이미림, (2011). 펀(Fun)경험의 특성을 적용한 공공 공간디자인에 관한 연구. *홍익대학교 대학원, 석사학위 논문.*

Lee, SooJin, (2011). A Study on the Interior Space of Tourist Information Center with User Experience Design. *Hongik University Graduate School, Master Dissertation.* / 이수진, (2011). 사용자 경험 디자인을 적용한 관광정보센터 실내공간에 관한 연구. *홍익대학교*

대학원, 석사학위 논문.

- Lee, Kyungeun, (2013). A Study on Spatial Marketing of Enterprise through Experiential Design. *Hanyang University Graduate School*, Master's Dissertation. / 이경은, (2013). 경험디자인을 통한 기업의 공간마케팅에 관한 연구, *한양대학교 대학원*, 석사학위 논문.
- Nam, Gungyoung, (2003). Developing Website usability assessment model for Customer-Oriented Family restaurant websites. *Yonsei University Graduate School*, Master's Dissertation. / 남건영, (2003). 고객 지향적 웹사이트 운영을 위한 패밀리 레스토랑 웹사이트 유용성 평가 모형 설계. *연세대학교 대학원*, 석사학위 논문.
- Park, Namchun, (2018). A Study on Context-oriented Persona Modeling Method in UX Design. *Seoul National University of Science and Technology*, Master's Dissertation. / 박남춘, (2018). UX디자인에 있어서 컨텍스트 중심의 퍼소나 모델링 방법에 관한 연구. *서울과학기술대학교*, 석사학위 논문.
- Za Xin, (2010). A Study on the availability of products based on the user behavior : focused on the interface design of metro ticket vending machine. *Kookmin University Graduate School*, Master's Dissertation. / 자신, (2010). 사용자행동요인에 따른 사용편의성에 관한 연구 : 지하철 티켓 발매기 조작 패널디자인을 중심. *국민대학교 대학원*, 석사학위 논문.

