

워크스마트를 위한 감성적 '어메니티 퍼니처' 특성에 관한 연구

신 응 선, 송 은 정[†], 나 혜 정

보루네오가구 연구소

A Study on Design Concepts of Emotional Amenity Furniture for Work Smart

Eungsun Shin, Eunchung Song[†], Heajeong Na

Furniture Design Factory, BIF Borneo, Incheon 405-816, Korea

Abstract: In the recent society of knowledge industry, a changed phenomenon of domestic corporate culture, Work Smart working in creative and various ways beyond time and space is emerged from Work Hard working just hard. Thus, many corporations are trying to configure the emotional space beside the work space to make effective and creative achievements in free work environment out of rigid organizational culture in the past. This space is called Amenity space which enables to implement physical and psychological healings simultaneously and this is not a place for rest like in the past industry society. This research suggests distinctive characteristics of other amenity furniture unlike general furniture by analyzing the variously suggested change of forms of amenity furniture for Work Smart and the changes of configuring key factors such as forms, structures and functions of amenity furniture.

Keywords: work smart, amenity, furniture

1. 서 론

1.1. 연구배경 및 목적

최근 지식산업사회를 맞아 국내 기업문화의 변화적 현상으로 무조건 열심히 일하는 워크하드(Work hard)에서 벗어나 시간과 공간에 얽매이지 않고 창의적이고 다양한 방법으로 일하는 워크스마트(Work smart)가 부각되고 있다. 이에 따라, 과거의 경직된 조직문화의 배경에서 벗어나 자유로운 업무환경에서 효율적으로 일하고 창의적인 성과를 만들어 내고자 많은 기업에서 업무공간 외 감성적 공간의 구성을 시도하고 있다. 이러한 공간

은 과거 산업사회에서의 휴게공간과는 달리 육체적, 심리적 힐링을 동시에 구현할 수 있는 공간으로 이를 어메니티 스페이스(Amenity space)라 한다. 인간의 감성충족요감과 공감각의 만족이라는 측면에서 어메니티의 개념은 감성충족이라는 개념을 포괄한다고 하겠다. 어메니티의 어원은 아마레(사랑하다)이다. 어메니티는 문화 개념이라고 하지만 근본적으로는 사랑의 개념이다. 생존의 개념이나 생활의 개념이다(임 2001).

본 연구에서는 워크스마트를 위해 다양하게 제안되고 있는 감성적 공간, 즉 어메니티 스페이스의 형태의 변화와 이를 구성하고 있는 중요 요소인 어메니티 퍼니처(Amenity furniture)의 형태, 구조, 기능의 변화에 대해 분석하여, 일반 사무용 가구와는 다른 어메니티 퍼니처의 차별적 특성을 제시하

2013년 10월 2일 접수; 2013년 10월 22일 수정; 2013년 10월 22일 게재확정

[†] 교신저자 : 송 은 정 (dreamaker100@naver.com)

<워크스마트를 통해 업무성과를 향상시킬 수 있다고 생각하십니까?(%)>

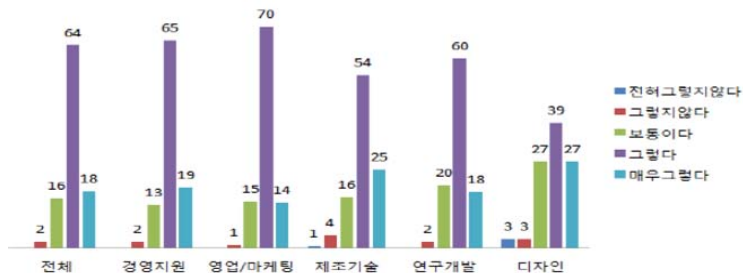


Fig. 1. Work smart.

고자 한다.

1.2. 연구범위 및 방법

본 연구의 범위는 2000년도 이후 제안 및 제시된 국내외 오피스 공간의 어메니티 스페이스와 이를 구성하는 어메니티 퍼니처로 한다. 연구방법은 관련 문헌과 다양한 미디어 자료를 통해 어메니티 스페이스와 어메니티 퍼니처의 이론적 고찰 및 선행디자인의 사례분석을 한다. 또한 실제적 현상 연구를 위해 국내의 사례를 분석한 후, 어메니티 퍼니처의 차별적 특성을 제시한다.



Fig. 2. Poreka in Posco.

2. 워크스마트를 위한 감성적 공간의 제안

2.1. 워크스마트 개념 및 발생 배경

산업의 패러다임 변화에 따라 과거 산업시대처럼 열심히 일하는 것만으로는 글로벌 경쟁 환경에 살아남을 수 없게 되었다. 이에 따라 창의성을 기반으로 하는 창조경영 시대에 지식근로자의 생산성 향상을 위한 워크스마트가 대두되고 있으며, 선진기업으로 도약하기 위한 필수 조건이 되고 있다. 워크스마트란 말 그대로 ‘똑똑하게 일한다’는 뜻이다. 2009년에 대기업 CEO들이 워크하드에 대비되는 개념으로 워크스마트를 요구하는 목소리를 내면서 기업사회에 알려지기 시작했다(서울경제 2009). 일반적 의미로 워크스마트는 시간과 공간에 얽매어 있지 않고, 창의적인 아이디어나 방법의 다양화를 통해 효율적으로 똑똑하게 일할 수 있도록 하는 근무형태를 말한다. 실제 조사를 통해 Fig. 1

에서 나타나는 결과에서도 대부분의 응답자는 워크스마트 형식의 업무의 혁신이 업무효율에도 영향을 미친다고 생각하고 있었다.

2.2. 워크스마트 환경 구축을 위한 감성적 공간의 중요성

최근 몇 년간 국내 많은 기업에서는 워크스마트 추진으로 ‘시간’과 ‘환경’이라는 변수에 주목했으며 특히, 지식창조활동을 위한 오피스 공간에 감성적 커뮤니케이션 공간 변화에 노력해왔다(신 2012). 이에 창의적이 되려면 현재 집중하는 일 외에 주위를 돌아보며 생각할 여유를 얻을 수 있는 시간의 확보가 필요하다는 판단을 했고 불합리한 프로세스나 야근 관행 등 업무 효율화를 위한 노력을 기울였다.

국내 기업인 포스코의 포레카와 같이 사내에 새로운 형태의 휴게공간 및 카페테리아를 두어 이를

Table 1. Amenity furniture for domestic case

기업명	참고 이미지	공간 특성	어메니티 퍼니처 특성
포스코		휴식과 재미뿐만 아니라 직원들의 잠재된 창의력을 자극, 계발하고 창조적인 조직문화를 조성하기 위한 공간	전신을 감싸는 불형태의 안락 의자. 천장에 매달려있는 스윙 체어의 구조. 비스듬하게 앉아 천천히 움직이며 편안한 리듬 감 형성
유한 김벌리		회의 방식과 기법의 변화 유도를 위해 열린 공간 제공. 빠르고 핵심적인 회의 진행 가능	밝은 플라스틱 컬러의 의자와 테이블. 가벼운 소재의 사용으로 사용집기의 이동이 용이. 가볍고 빠른 회의의 진행으로 회의의 부담을 경감시킴
국 내 DAUM		로비를 놀이와 휴식공간으로 조성. 시민에게도 개방을 하여 기업 가치와 문화를 공유하는 소통의 공간으로 사용	로비 전면에 이동이 용이한 가벼운 운동집기와 더불어 안락한 소파를 배치. 놀이 집기 주변으로 모듈소파를 배치함으로써 자연스러운 놀이 참여 유도. 직원들의 운동과 놀이를 장려함
NHN		업무공간의 중심에 광장 형태로 제공하는 자유 토론이 가능한 회의공간. 특별한 목적을 가지지 않고도 편안한 커뮤니케이션 가능	자연그대로의 통나무를 스톨로 배치. 높낮이가 다양하여 획일적이지 않은 이미지 전달. 다양한 높낮이의 통나무 스톨은 시각적 즐거움뿐만 아니라 다수의 신체조건이 고려된 배치를 보임
한국 동서발전		층마다 배치되어 있는 오픈형 휴게공간은 자유로운 분위기 속에서 간단한 소그룹 미팅과 외부손님 응대까지 가능한 기능성 공간	낮은 좌방석과 등받이가 적용된 소파로 시각적으로 시원한 공간 형성 비비드하고 컬러감으로 경쾌한 이미지. 사다리꼴 형태의 소파의 연장으로 배치에 따라 다양한 커뮤니케이션 유도 가능

통해 창의성을 진작시키려는 감성적 접근방법을 시도해오고 있다(삼성경제연구소 2011). 이러한 변화를 바탕으로 사무실 휴게공간에 관련된 흥미로운 조사결과를 볼 수 있었다. 오피스 환경 중 가장 불만족스러운 항목으로는 65.2%가 ‘휴식을 취할만한 장소가 미흡하다’를 꼽았다. 이어 ‘회의나 대화

할 수 있는 공간 부족’은 21.8%이었다. 이에 불만족스러운 오피스 환경이 끼치는 영향은 ‘업무 효율성이 떨어진다’가 64.8%로 가장 많았으며 ‘일하는데 스트레스가 더해진다’는 60.4%를 차지하고 있었다(아주경제 2012). 이러한 배경을 바탕으로 오늘날의 기업은 업무 효율을 높이기 위해 근무자들

Table 2. Amenity furniture for international case

기업명	참고 이미지	공간 특성	어메니티 퍼니처 특성
Google		대학 기숙사 느낌의 폐쇄형 좌식 공간 연출. 개발자들이 개인의 성향에 따라 업무를 집중 할 수 있는 공간을 선택가능	노트북을 주로 사용하는 구글 개발자들의 특성을 반영. 다수의 1인 소파를 작은 공간에 제공함으로써 ‘일하는 기업’이 아닌 ‘공부하는 캠퍼스’ 분위기 형성
IBM		“Smarter Planet”이라는 컨셉으로 원형 라인을 따라 공간 구성. 이동 통로를 따라 어메니티를 구성함으로써 유연성을 지닌 커뮤니케이션 활성화 공간	화이트톤의 메스형태 소파를 2인 세트로 구성. 가변이 어려운 소파의 선정으로 대화의 주체를 2인으로 고정. 이는 실내의 정숙성 확보와 동시에 무거운 회의의 보다는 가벼운 대화나 개인의 휴식 유도
해 의 FaceBook		개방형 좌식공간 연출. 개발자들간의 스터디 유도. 자유로운 회사분위기 반영하여 창의적인 지식활동을 할 수 있도록 지원하는 공간	다수가 쉽게 모일 수 있는 평상 형태의 소파 제공. 비비드한 컬러감으로 밝고 경쾌한 이미지 전달. 평상 이용을 위해 ‘신발을 벗는’ 행위를 유도함으로써 회사의 개방적 성향을 어필
TBWA		Townscape 공간구성으로 오피스 전체가 하나의 마을처럼 구획. 오피스 동 상단을 직원 휴게공간으로, 하단 중앙을 내방객 휴게공간으로 구성	인조잔디와 하늘사다리의 적용으로 자연적이고 동화적인 분위기를 연출. 오피스동 위에 휴게공간이 마련되어 자연스럽게 팀단위의 휴식처가 형성
Lego		회의용 공간과 업무 공간을 따로 구분하지 않고 사용자 편의에 맞게 사용하도록 배려. 곳곳에 배치된 PLAY 요소들이 직원들의 창의적 활동을 지원	놀이적 요소역시 우리나라와 차별성을 보임. 가변적인 기구를 설치하는 우리나라와는 달리 고정적이고 상징성이 강한 요소가 공간을 가로지름

의 편의를 위한 감성적 공간의 필요성에 큰 의미를 두고 있다. 따라서 감성적 공간(휴게공간, 로비, 식당 등)의 제안은 워크스마트 구축을 위한 중요한 필수적 요소가 될 것이다.

3. 감성적 공간의 어메니티 퍼니처 디자인

3.1. 국내외 사례를 통한 ‘어메니티 퍼니처’ 디자인의 특성

과거와 달리 지식창조활동이 중요해지면서 그 공간을 구성하고 있는 어메니티 퍼니처의 디자인 또한 다양하고 특별하게 제안되고 있다(Table 3).

Table 3. Changing concepts of amenity furniture

공간	공간별 기능의 변화	어메니티 퍼니처 특성	
로비	 <p>태평양화학 용산사옥(2005) 외부인 대기장소 기업이미지 전달을 위한 공간</p>	 <p>현대카드 양재사옥(2013) 소극장, 콘서트홀, 웨딩홀 등으로 활용 기업 문화 및 홍보를 위한 공간</p>	작은 모듈형으로 자유롭게 배치 가능한 세트구성
식당	 <p>농협 중앙회(2011) 최소공간에 최대인원 수용 목적 빠른 회전율을 고려한 레이아웃</p>	 <p>현대카드 양재사옥(2013) 커뮤니케이션 활성화 유도. 여유로운 식사 환경 제공</p>	편안하게 소통 가능한 그룹형 모듈구성
휴게 공간	 <p>AIG 생명보험(2006) 건물 코너의 Dead Sapce 공간을 활용 한 좁은 휴게공간</p>	 <p>NHN 분당사옥(2013) 커뮤니케이션 활성화를 위한 공간 제한 된 형태가 아닌 오픈형 구조</p>	커뮤니케이션 활성화를 위한 정형화되지 않은 가변적 구조

따라서 국내외 창의적 발상을 위한 기업의 휴게공간에 변화를 시도한 기업의 사례를 선별하여 어메니티 퍼니처의 특징적 요소에 대해 정리하고자 한다. Table 1에서 보여지는 포스코, 유한킴벌리, DAUM, NHN과 한국동서발전의 사례에서도 특징적 요소를 발견할 수 있다. 첫째, 오픈된 공간에서 자연스럽게 흡수될 수 있는 유기적인 라인의 작고 가벼운 형태감으로 자연 느낌의 모티브 디자인으로 연출되었다. 둘째, 전형적 세트 느낌보다는 각각의 모듈로써도 기능적이며 모듈의 조합으로는 새로운 구성과 다양한 연출이 가능한 구조였다. 셋째, 가변적 요소의 증가로 기존의 폐쇄적인 회의공간이

경쾌한 분위기와 카페테리아 같은 자연스럽게 커뮤니케이션이 가능한 공간으로 진화하여 휴식과 업무 공간의 공존하고 있었다. 반면에 Table 2 해외사례는 창의적인 기업문화를 기본으로 활발한 커뮤니케이션 활동으로 혁신적 업무 프로세스를 제안하고 있는 기업들로 선정하였다. 첫째, 자연의 이미지를 모티브로한 형태가 대부분을 차지하고 있었다. 심플하지만 자연스런 소재의 느낌을 담아 낼 수 있는 형태로 디자인이라고 말할 수 있다. 둘째, 공간과 공간의 사이에 스쳐지나갈 수 있는 공간에도 제안가능한 간편한 구조와 모듈형 디자인이 많이 보여져 어떠한 공간에서도 다양하게 연출



Fig. 3. Research center in Sungkyunkwan university (2011).



Fig. 4. Open lobby and Communication Space (EWP 2013).

이 가능한 모듈형 디자인이었다. 셋째, 과도한 시스템 오피스환경 보다는 자연스럽게 연출되어 내 집 같은 분위기에서 편안하게 업무에 집중할 수 있도록 연출되었다.

3.2. 보루네오가구 제안사례

최근 주식회사 보루네오가구에서 감성적 어메니티 퍼니처를 제안했던 납품사례를 중심으로 감성적 공간에 대한 필요성 그 공간을 구성하기 위한 어메니티 퍼니처의 특징적 요소에 대한 심층적인 분석 내용을 제시하고자 한다.

3.2.1. 성균관대학교 삼성학술정보관(2011)

성균관대학교 삼성학술정보관의 공간구성은 ICT

기술을 중심으로 오픈된 공간의 대부분은 새로운 감성적 공간 구성으로 진행되었다. 학생들의 스마트 집중 연구활동을 위해 자연스럽게 소통하며 정보를 교환할 수 있는 가치창조 공간으로의 변화를 의뢰받은 사례이다(Fig. 3). 제안된 어메니티 퍼니처의 특징적 요소로는 가변성 있는 모듈 구성으로 부드러운 유선형 형태로 다양한 오픈된 공간에서 적용가능할 수 있도록 디자인 되었다.

3.2.2. 한국동서발전(2013)

한국동서발전 울산 신사옥 스마트오피스 공간의 구성안에는 Fig. 4에서 보여지는 이미지와 같이 휴게공간과 커뮤니케이션 공간에 대한 직원들의 요구가 다양한 디자인이 제안되었다. 현 오피스 환경

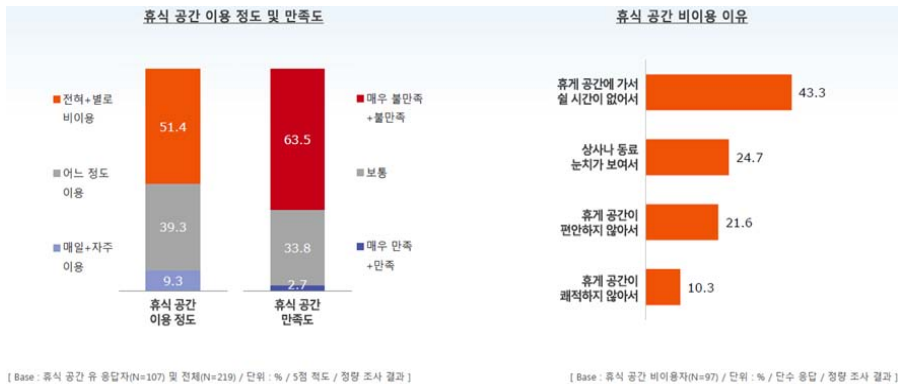


Fig. 5. Satisfaction level of Amenity Spaces (EWP 2013).

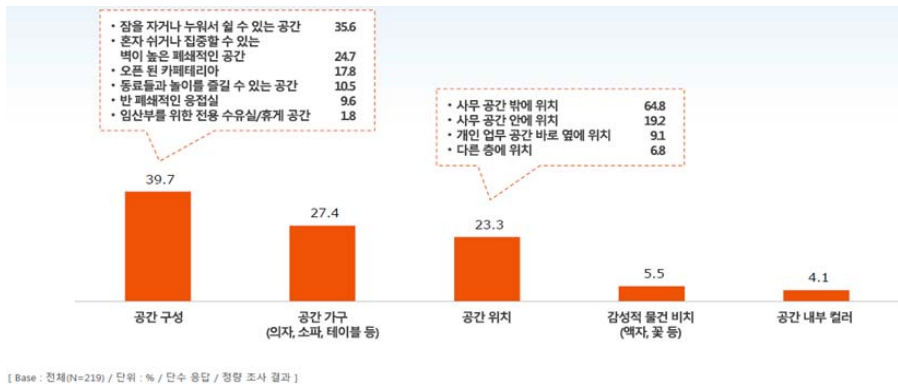


Fig. 6. Demands for Creating New Amenity Spaces (EWP 2013).

을 위한 진단과정에서는 업무 중 휴식 방법으로는 다른 공간에서 주변 동료들과 대화하거나 인터넷 검색을 주로 하고 있었으며, 주된 방법으로 남성은 ‘흡연’, 여성은 ‘화장실’ 이용, 점심시간에는 식사 후 본인의 자리에서 휴식을 취하는 형태를 확인할 수 있었다. Fig. 5는 휴식공간에 대한 이용 정도 및 만족도 결과에 대한 자료이다. 과반수 이상의 직원들이 휴식공간을 이용하지 않거나 간헐적으로 이용하고 있었으며, 휴식 공간 자체 관련 기능적 요인 보다는 업무 또는 사내 분위기와 같은 정서적 요인이 휴식공간의 낮은 이용에 영향을 미치게 된다고 응답 했다. 이러한 내용을 근거로 이상적인 휴식 공간 형태(Fig. 6)에 대한 질문에는 누워서 쉴 수 있고 많이 오픈되지 않은 형태의 공간구성의 휴식 공간에 대한 필요성을 다시 언급하였다. 이에 따라 제안된 어메니티 퍼니처는 오픈형과 세미오픈형으로 두

가지 특징적 구조의 형태를 시작으로 디자인 전개 되었다. 컨셉 부분에서 가장 중요하게 반영되었던 것은 공공기관이라는 조직문화(Fig. 7)를 반영하여 짧은 휴식시간 동안만이라도 주변의 환경을 의식하지 않고 육체의 휴식과 정신적 건강을 위한 차별화된 제품의 제안이었다.

3.2.3. 정보통신정책연구원(2013)

정보통신정책연구원의 제안 사례는 대부분이 연구원들로 구성되어 있었기 때문에 어메니티 퍼니처를 위한 높은 퀄리티와 차별화된 컨셉을 기본으로 제안되었다. 어메니티 퍼니처 제안을 위한 조사를 통해 중요한 요소로 카페테리아 형식의 휴게공간에 대한 필요성이 확인되었다(Fig. 8). 대부분의 시간을 연구 활동으로 공간에 머물기 때문에 연구실 내 다양한 방법으로 힐링이 될 수 있는 독특한



Fig. 7. Reason for Opened Amenity Spaces in New Office (EWP 2013).

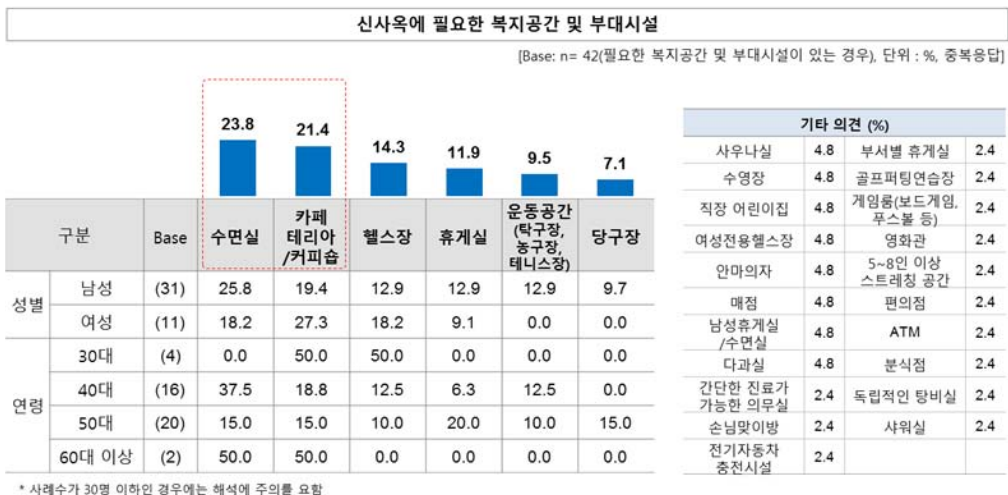


Fig. 8. Cafeteria and Restaurant (KISDI 2013).

어메니티 퍼니처를 제시하였다. Fig. 9의 제안이미지와 같이 연구원들 간의 커뮤니케이션 및 외부인과의 협의 장소에 대한 편안한 휴게공간과 회의공간도 구성 제안하였다. 이에 자연스러운 내추럴 컬러를 바탕으로 오랜 시간 머물게 되는 공간에서도 편안하게 연구활동이 이루어질 수 있는 분위기 연출을 유도하였다.

4. 결 론

오늘날의 창조경영시대는 새로운 형태의 업무방식의 요구되며, 이러한 급변하는 환경의 변화 속에 창의적인 성과를 위한 차별화된 감성적 공간인 어메니티 스페이스 구성의 다양한 시도는 빠른 속도

로 나아가고 있다. 이는 다양한 최근 국내외 오피스 사례와 보루네오 실제 납품사례를 통해서도 증명되었다. 이를 통해 그 공간의 구성에 제안된 어메니티 퍼니처의 특징적 요소들에 대해 정리하고자 한다. 첫째, 형태적 요소로는 자유로운 업무환경의 변화로 효율적으로 일하며 소통할 수 있는 공간을 위해 이동이 편리한 가변적 기능을 중심으로 디자인되었다. 둘째, 구조적 요소는 작은 모듈 구조와 포인트 컬러의 믹스매치로 오픈된 공간에서 차별화된 분위기로 쉽게 연출 가능한 가구로써 업무공간과는 자연스러운 영역으로 나뉘어져 휴식을 위한 공간으로 세미오픈형 구조가 가능한 디자인이 대부분을 이루고 있었다. 셋째, 이러한 모든 요소들의 결합으로 제안된 오늘날의 어메니티 퍼



Fig. 9. Needs of Amenity Spaces in New Office (KISDI 2013).

니쳐는 결국 단순한 기능의 사무용 가구가 아닌 육체와 정신이 동시에 힐링될 수 있는 감성적 공간 안에 휴식과 건강을 위한 차별화된 기능이 필수요소가 되어야 한다는 것을 발견하게 되었다. 이어, 향후에 본 연구의 결과를 토대로 가시적 연구 진행으로 감성적 어메니티 퍼니처의 디자인을 제안하고자 한다.

참 고 문 헌

삼성경제연구소. 2011. 워크스마트 실천전략 연구.
 신동관. 2012. 창의적 업무지원을 위한 공용공간 활성화 현황조사에 관한 연구. 20-25쪽.

손지민. 2012. 21세기 오피스 신개념을 적용한 창의적 업무공간의 공간표현 특성에 관한 연구.
 아주경제. 2012. 사무실 휴식공간 없다.
 임지혜. 2001. 실내공간에 있어서 테크놀로지의 감성적 구현에 관한 연구. 47-49쪽.
 서울경제. 2009. 재계 ‘Work Smart’ 열풍 거세다.
 한겨레신문. 2012. <http://www.hani.co.kr/arti/economy/consumer/498047.html>
 IBM/Google/TBWA. <http://chuknum.com/category/office/Facebook/Lego>
<http://www.home-designing.com/2012/02/lego-office-denmark>