

유희재생공간의 이용자 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향 요인 분석: 전국 단위 조사 데이터를 활용하여

윤서원 · 이윤석

[국문초록]

최근 유희재생공간의 전국적 확산과 함께, 재정비나 폐쇄하는 사례도 늘어나면서 지속가능한 운영에 대한 재검토가 필요하다. 이에 본 연구는 전국 단위의 정부기관 조사인 「유희재생공간 이용자 만족도 및 방문자 조사 2023」 데이터를 활용해, 공간디자인, 프로그램, 접근성, 편의시설, 정보제공·홍보 요인이 이용자 만족도와 재방문의도에 미치는 영향력의 크기를 실증 분석하였다. 분석결과, 첫째, 프로그램은 공간디자인보다 만족도와 재방문의도 모두에서 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타나, 이용자 수요를 반영한 프로그램의 설계와 운영이 지속가능한 유희재생공간의 핵심임이 밝혀졌다. 둘째, 접근성 역시 만족도와 재방문의도 모두에서 유의미한 영향을 보여, 지속적인 재방문을 유도하기 위해서는 물리적 접근성이 중요한 요인임이 확인되었다. 셋째, 방문 목적, 방문 횟수, 평균 체류시간 등 방문 특성도 만족도와 재방문의도에서 유의하게 나타났는데, 이 결과는 이용자가 주로 전시·공연, 교육·체험을 목적으로 방문하며, 1~2시간 구간에서 만족도와 재방문의도가 제일 높다는 점을 보여주었다. 본 연구는 대표성과 신뢰성을 갖춘 데이터를 통해 이용자 만족도와 재방문의도에 미치는 영향 요인을 비교·분석함으로써, 유희재생공간의 조성 및 운영 전략 수립에 실증적 근거를 마련하였다는 점에서 의의가 있다.

[주제어] 유희재생공간, 이용자, 만족도, 재방문의도, 영향요인

*이 논문은 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2020S1A3A2A03096777).

투고일: 2025. 6. 5 심사일: 2025. 6. 26. 게재 확정일: 2025. 8. 12.
<https://doi.org/10.16937/jcp.2025.39.2.5>

윤서원_서울시립대학교 도시사회학과 박사수료/제1저자(won668801@uos.ac.kr)

이윤석_서울시립대학교 도시사회학과 교수/교신저자(yslee@uos.ac.kr)

I. 서론

2022년 말, 서울 마포구에 위치한 문화비축기지는 대대적인 재정비 계획을 발표했다. 2017년 약 400억 원의 대규모 예산을 들여 복합문화공간으로 재탄생한 대표적인 유휴공간 재생사업임에도, 접근성이 떨어지고 즐길 만한 콘텐츠가 부족하다는 이유로 이용자의 지속적인 방문이 이뤄지지 않았기 때문이다(윤보람, 2022.11.27). 이처럼 유휴공간의 문화적 재생이 전국적으로 확산되고 있지만, 실제로는 이용자의 참여와 재방문을 유도하지 못하는 사례가 다수 발생하고 있다. 이는 유휴재생공간의 개소를 넘어, 지속가능한 유휴재생공간에 대해 되돌아보고 점검할 시점임을 시사한다.

유휴공간은 과거 산업구조 및 도시 패러다임의 변화로 기능을 잃거나 방치되면서, 도시 미관을 해치고 슬럼화를 초래하는 원인으로 인식되었다. 하지만 최근 도시재생과 맞물려 지역의 역사와 정체성을 담은 잠재적 자원으로 재평가됨에 따라(김현주·이상호, 2011; 박미라·김문덕, 2014), 문화공간으로 전환되는 시도가 활발하게 이뤄지고 있다. 이러한 배경에서 문화적 도시재생이 도시재생의 핵심 방법론으로 자리잡게 되었고(황동호·채정우, 2018), 2013년 도시재생특별법, 2014년 폐산업시설 문화재생 사업 등 제도적 장치가 체계적으로 마련되면서, 이후 재생사업의 종류와 수가 급격히 증가하였다. 재생사업의 추진 과정에서도 주체와 범위, 활용 방식이 점차 다양해졌다. 사업 초기에는 관 주도 또는 민관 협력으로 폐교, 유휴청사 등을 활용해 주민복지시설 보충의 역할에 중점을 두었으나, 이후 유휴산업시설을 문화예술공간으로 조성해 문화향유 기회를 제공하는 방향으로 발전하였다. 최근에는 공공 주도의 재생사업뿐만 아니라, 민간에서도 소규모 단위의 빈집, 창고를 카페, 책방 등 일상생활과 밀접한 공간으로 재생하면서 다양한 형태의 유휴공간재생이 이뤄지고 있다(신재령·이정교, 2021).

이러한 과정을 거치면서 유휴공간재생에 관한 기존 연구는 사례분석을 중심으로 공간의 재구성과 지역 재활성화와 연결되어 논의되어 왔다. 예를 들어, 산업시설의 재활용과 유지관리를 통해 지역재생의 가설적 시스템이 제안되었으며(강동진, 2010), 역사성과 지역성에 기반한 리모델링이 유휴재생공간의 지속가능한 활용 모델임이 강조되었다(도준석·오광석, 2019). 또한 유휴공간재생을 통한 지역활성화 방안을 모색할 때 지역 고유의 문화를 활용한 프로그램의 중요성이 부각되기도 했다(서금홍, 2021). 이들 연구

는 공통적으로 공급자적 관점에서 공간의 재활용 혹은 재생의 목적에 초점을 맞춰 공간의 지속가능성을 모색해 왔다. 하지만 이런 연구 성과에도 불구하고, 이용자의 실증적 평가가 미흡한 상태에서 유사한 재생공간이 반복적으로 조성되어 재방문을 이끌어내지 못하고 폐쇄하는 사례도 발생하였다. 이로 인해 공간의 지속가능성 문제가 지속적으로 제기되었다(이상균 · 이금진, 2019).

유휴재생공간이 조성되고 지속가능하게 유지되기 위해서는, 이용자가 공간을 어떻게 인식하고 경험하는지를 파악하는 것이 중요하다(최병성 · 김성균 · 장청진, 2024). 다시 말해, 이용자 관점에서 공간을 바라보고 경험을 창출하는 것에 초점을 둘 필요가 있다. 이는 문화 향유의 방식이 단순 관람에서 참여와 경험으로 전환(송현나 · 구자준, 2020; Pine & Gilmore, 1998)되는 흐름과 맞물려, ‘누구에 의해, 어떻게 경험되는가’라는 이용자 관점으로의 전환을 요구한다. 이러한 맥락에서 최근 이용자 경험을 중시하는 실증 연구들도 꾸준히 증가하고 있다. 대표적인 예로, 재생공간의 물리적 재생은 지역의 정체성을 담은 문화적 차원을 먼저 고려해야 한다는 점이 제시되었고(최진욱 · 이주형, 2016a), 공간환경과 프로그램 중 어떤 요인이 만족도에 더 큰 영향을 미치는지 분석이 이뤄졌으며(이상숙 · 이재수, 2023; 류가연, 2019), 접근성이 재생공간의 이용자 이용 의도를 높일 수 있음이 확인되었다(최재현, 2021). 이처럼 기존 연구들은 이용자 중심의 유휴재생공간의 만족에 관한 이해도를 높이고 있지만, 임의표집 기반이나 특정 지역 중심의 연구이기 때문에 그 결과를 신뢰하거나 일반화하기에는 한계가 있다. 이로 인해 이용자 만족도에 영향을 주는 실제 요인을 정확히 파악하는데 어려움이 있으며, 이는 유휴재생공간의 지속가능성 논의를 제한한다.

그렇다면 이용자 만족에 영향을 주는 실제 요인은 무엇일까? 나아가 이 요인은 공간의 지속가능성과 어떤 관련이 있을까? 유휴재생공간은 단순히 조성하는 것뿐만 아니라, 이용자의 자발적인 참여와 재방문을 통해 유지될 때 지속가능해진다. 따라서 지속가능성을 논할 때, 만족도와 재방문의도를 동시에 고려할 필요가 있다. 만족도가 현재의 만족 여부에 대한 평가라면, 재방문은 미래에 다시 방문할 의지나 태도를 의미하기 때문이다. 이러한 이유로 유휴재생공간의 이해당사자인 이용자를 대상으로 만족도와 재방문의도에 미치는 영향 요인을 함께 파악하고, 이를 비교 · 분석하는 실증연구가 필요하다.

이에 본 연구는 만족도와 재방문의도를 종합적이고 심층적으로 평가할 수 있는 공간 디자인, 프로그램, 접근성, 편의시설, 정보제공 · 홍보라는 다섯 가지 요인을 제시한다.

이를 바탕으로 이용자 만족도와 재방문의도에 영향을 미치는 실증 요인을 밝혀내어 이를 체계적으로 비교·분석하고, 특히 어떤 요인이 만족도와 재방문 의도에 가장 큰 영향을 미치는지를 파악하고자 한다. 또한 유희재생공간을 대상으로 하는 전국 단위의 유일한 정부기관 조사 데이터를 활용하여, 기존 연구와 달리 분석결과의 신뢰성과 대표성을 높이려고 한다. 이를 통해 유희재생공간의 조성 및 지속가능한 운영을 위한 실증적 근거를 제공하며, 향후 지속가능한 공간 정책 수립에 실질적으로 기여하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 이용자 중심의 유희공간재생

유희재생공간이란 산업구조 및 패러디임의 변화로 제 기능을 잃거나 방치된 유희공간을 문화적으로 재생한 공간을 의미한다(지역문화진흥원, 2023; 서금홍, 2021). 유희공간은 폐산업시설, 폐교, 면사무소, 병원, 빈집, 창고 등 원래의 쓰임을 다해 사용성이 없어진 공간을 의미하며, 재생사업 초기단계에는 주로 유희산업시설과 관련된 경우를 일컬었다(한국공예디자인문화진흥원, 2014). 과거 유희공간은 탈산업화 과정에서 도시의 미관을 해치고 지역과 장소들을 황폐화하며 슬럼화시키는 원인으로 간주되었지만, 최근에는 도시 재생의 잠재적 자원으로 재평가받고 있다(김현주·이상호, 2011; 이덕진, 2014; 황동호·채정우, 2018; Evans, 2001). 이는 유희재생공간이 지역사회와의 오랜 상호작용을 통해 형성된 역사적, 상징적, 사회문화적 가치뿐만 아니라(조연주·신경주, 2011), 이를 바탕으로 독특한 지역문화자산으로 재활용됨으로써 지역 활성화에 기여하는 경제적 가치도 지니고 있기 때문이다(전영훈·신동철, 2010).

이러한 변화는 1980년대 우리보다 먼저 탈산업화를 경험한 유럽에서 유희산업시설의 문화적 재생으로 도시재생에 성공한 사례를 기반으로 이루어졌다(Bianchini, 1999; Garcia, 2004). 유럽의 성공사례를 국내에 도입하는 과정에서는 물리적 공간 개선에 초점을 두고 시작되었으며(조명래, 2011), 특히 2010년대 도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법(2013), 폐산업시설 문화재생 사업(2014) 등 법제와 정책적 지원이 마련되면서 재생사업이 활성화되었다. 이에 따라 관련 연구 역시 공간 중심에서 점차 다른 분야로 확장되었다. 지금까지의 유희재생공간 연구를 살펴보면, 산업 유산으로 등록된

유휴산업시설의 개념과 가치를 정의내리면서 보전과 활용방안을 모색한 연구(강동진·이석환·최동식, 2003)를 시작으로 건축, 도시계획, 디자인, 문화예술, 관광, 경영 등 다양한 분야에서 연구되어져 왔다.

유휴공간재생과 관련된 기존 연구에서 가장 특징적으로 나타나는 것은 문헌연구와 재생사례 분석을 통해 물리적·기능적 재생, 공간 특성 평가 등 공간 재활용을 강조한다는 점이다. 강동진(2010)은 산업유산의 유형과 잠재자원을 파악하고 재활용 특성을 분석한 뒤, 산업유산의 활용과 유지관리를 위한 이론적 체계와 원칙을 마련하는데 기여하였다. 김현주·이상호(2011)는 도시재생과 연계된 유휴공간 재활용 계획이 단순한 물리적 시설의 확충을 넘어 지역 재생을 위한 새로운 공간 창출이라는 점을 강조하면서, 다양한 프로그램을 제공할 수 있도록 기능적 재생이 필요하다고 덧붙였다. 이러한 논의의 확장에 따라 유휴공간의 복합문화공간화가 추진되어 왔는데, 관련 연구에서는 기존 유휴재생공간의 디자인 특성을 파악하고 세부요소를 도출해 향후 재생공간의 디자인 방향을 제안해 왔다(김인호·윤재은, 2016; 박미라·김문덕, 2014; 최병성·김성균·장청진, 2024). 이들 연구는 건축, 도시계획, 디자인 분야에서 주로 지역적 맥락과 장소성을 고려해 공간을 ‘어떻게 재구성할 것인가’에 초점이 맞춰졌다.

다른 한편으로는 지역 활성화를 위한 문화 거점을 조성하고, 이를 기반으로 문화적·경제적 가치 창출에 주목한다는 점이다. 이덕진(2014)은 유휴재생공간이 다양한 문화의 생산과 수용이 일어나는 장이며, 공간을 작동시키는 프로그램을 통해 지역사회를 변화시키는 지속가능한 시스템이 될 수 있음을 주장하였다. 박선미(2013) 역시 유휴공간이 지역주민의 참여와 역사성에 기반해 문화 거점으로 재조성될 때, 지역의 주요한 장소자산이 되며 지역경제 활성화 및 관광객 유치 효과를 창출할 수 있음을 강조했다. 최근에는 문화적 가치뿐만 아니라 경제적 가치에 주목하여, 유휴산업시설이 도시 경쟁력 향상을 위한 장소자산으로 인식됨에 따라 방문객 중심의 도시브랜딩 방향을 제시하는 연구(신재령·이정교, 2020)도 꾸준히 증가하고 있다. 이러한 연구들은 문화재생공간이 지역 경제 활성화와 지역 경쟁력의 중요한 자원으로 활용되려면 지역적 특성과 요구를 반영한 콘텐츠 개발이 필요하며(김용남, 2020), 이용자의 참여와 경험에 대한 고려가 수반되어야 한다는 것을 보여준다. 이와 더불어, 문화예술, 관광, 경영 등 분야에서 ‘왜 재생하는가’에 집중해 공간의 활용성과 지속가능성을 논의해 왔다.

이상의 선행 연구를 종합하면, 대부분의 연구가 재생사례 분석에 기반해 유휴공간

의 활용 계획이나 지역 재활성화를 위한 새로운 지역자원으로 접근하는데 초점을 맞추고 있다. 부수적 효과로 커뮤니티 활성화라는 사회적 재생의 측면도 언급하였으나, 이러한 차원 역시 여전히 공급자 중심의 가치에 중심이 맞춰졌다. 또한 이용자의 참여와 경험에 고려된 연구에서도, 이용자 관점이 분석의 핵심으로 다뤄지지는 않았다. 다시 말해 ‘누구에 의해, 어떻게 경험되는가’에 대한 이용자의 수요를 직접적이고 실증적으로 파악하려는 연구는 상대적으로 미흡하였다. 그 결과, 유사한 재생공간이 반복적으로 조성되거나 개소 이후 이용자의 재방문과 참여가 저조하다는 문제가 발생하였다. 이러한 연구의 경향은 재생 사업 초기 관 주도 또는 민관 협력 중심의 사업 특성에도 맥락을 같이 한다. 하지만 최근 지역의 문화시설 조성이 이용자 중심으로 전환되면서(서우석·이경원, 2018; 최지혜·이신행, 2024), 유희재생공간의 범위 역시 복합문화공간형태뿐만 아니라 여가와 문화 취향을 고려한 소규모 공간으로까지 확장되는 추세다. 예컨대 빈집, 창고 등과 같은 유희공간이 카페, 책방, 라이프스타일숍 등 일상생활과 밀접한 환경으로 변화하고 있는 것인데(이창현·박지영, 2024), 이는 유희공간재생이 기존의 공급자 중심에서 이용자 중심으로 전환되고 있음을 보여준다.

이러한 공간 조성의 흐름에 맞춰, 최근 유희공간재생에 관한 연구 역시 이용자 경험을 증시하는 실증적 연구가 꾸준히 증가하고 있다. 윤한·윤희정(2018)은 장소성 형용사를 활용해 장소성 요인을 매력성·의미성·역사성으로 도출해, 문래예술창작촌의 이용자를 대상으로 장소성에 따른 체류시간과 만족도를 정량적으로 측정하였다. 분석 결과, 매력성과 의미성이 체류시간과 방문만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 유희공간재생의 조성계획에서 장소성이 중요하게 고려될 필요가 있음을 실증적으로 확인하였다. 이찬민(2019)은 F1963의 이용자를 대상으로 복합문화공간의 브랜드 자산 요인을 이용해 만족도와 지역발전에 미치는 영향 관계를 파악하고자 하였다. 연구 결과, 브랜드 자산 요인이 이용자 만족도와 지역발전에 유의한 영향을 미치며 만족도가 이들 간의 매개 효과를 지니고 있음이 확인되었는데, 이를 통해 공간 만족도가 높을수록 이용자의 공간 이용 빈도가 증가하고 지역 경제 발전에 기여함을 보여주었다. 문흥현·이정교(2025)는 대림창고, 아트벙커 B39, F1963의 3곳을 대상으로, 재생된 유희공간이 지역공동체에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다. 유희재생공간이 지역공동체 회복에 유의한 영향을 미치지만 지속가능성의 매개효과는 유의하지 않음을 밝혔는데, 이는 공간재생이 이용자뿐만 아니라 지역사회에 미치는 직접적인 영향 관계

를 보여주는 유의미한 정량적 결과다.

이상의 연구들은 유휴재생공간을 이용자 관점 중심으로 실증 분석하였으며, 재생공간과 이용자 간의 직접적인 영향관계를 입증하였다는데 의의가 있다. 하지만 임의표집 기반이나 특정 사례 중심으로 이뤄지면서, 각 재생공간의 특징이나 방문 이용자 특성에 따라 분석 결과가 다르게 나타날 수 있어 이를 신뢰하거나 일반화하기 어렵다는 한계를 보인다. 따라서 지역간 비교와 일반화 가능한 전국 조사 단위의 대표성 있는 실증 분석이 요구된다.

2. 만족도 및 재방문의도

최근 문화예술에 대한 관심과 요구가 증가하면서 문화향유의 방식이 단순 방문이나 관람에서 벗어나, 참여와 경험을 추구하는 방식으로 전환(송현나 · 구자준, 2020)되고 있다. 이에 따라 다양한 문화공간에서는 방문객의 차별화된 경험을 위한 체험 요소를 강조하고 있으며, 이러한 접근이 방문객의 만족도를 높이는데 효과적인 전략(Pine & Gilmore 1998)임이 밝혀지고 있다. 이러한 흐름에 맞춰, 유휴재생공간 역시 이용자의 공간 만족도를 높이려는 다양한 시도를 통해, 단순한 공간이 아닌 체험과 참여 방식으로 만족도를 향상시키고자 한다.

한편 만족도와 재방문의도에 관한 기존의 연구들은 주로 미술관, 테마파크, 카페 등 상업시설 중심으로 이뤄져 왔다. 이러한 연구들은 영향 요인이 만족도에 미치는 영향 또는 재방문에 미치는 영향을 분석하거나(송현나 · 구자준, 2020; 황진영 · 한정민 · 강혜승, 2016) 만족도와 재방문의도에 미치는 영향을 함께 실증함으로써 만족도 향상이 재방문의도에 유의미한 영향을 준다(김동준 · 이상규, 2012; 황미선 · 안선정, 2023; 황진하 · 김기영, 2024)는 경향을 보인다. 이와 비교하면, 유휴재생공간 관련 연구는 이용자 만족에 대한 실증 연구 자체도 미흡하며, 특히 재방문의도에 대한 실증 분석은 거의 이뤄지지 않은 상황이다. 따라서 재생공간의 만족도와 재방문의도를 향상시키려면 관련 영향요인을 실증적으로 평가하는 연구가 필요하며, 이를 위해서 만족도의 개념부터 명확히 정의해 보고자 한다. 고객만족은 기업이 제공하는 제품과 서비스에 대한 소비자의 인지적 평가를 의미한다(Haward & Sheth, 1969). Oliver(1980)는 소비자가 제품이나 서비스를 경험한 후, 자신의 욕구가 얼마만큼 충족되었는지를 지각하는 감정을 통해 기대 일치와 불일치를 인식한다고 설명하였다. 또한 만족은 기대를 초과하여 고객의

만족을 충족시키는 것(황수정 · 정의영, 2005)으로, 소비자가 구매행위뿐만 아니라 제품 및 서비스를 통한 전체 소비 경험에 대한 총체적인 경험(Fornell, 1992)으로도 이해할 수 있다. 즉 고객 만족은 개별 경험 요인에 의해 결정되는 것이 아니라, 경험 전후의 기대를 기준으로 소비자가 마음속에서 전체적인 경험 요인을 총합하고 평가함으로써 이뤄진다고 할 수 있다. 이러한 일반적인 만족도 개념은 유희재생공간의 공간 만족도에도 적용된다. 공간 만족도란 공간의 다양한 만족 요인을 경험한 뒤, 이용자가 기존에 가지고 있던 기대와 실제 경험을 통해 얻게 되는 가치를 결합한 총체적인 평가라고 정의내릴 수 있다.

그다음 만족도와 유사하지만, 구분해서 살펴봐야 할 개념인 재방문의도가 있다. 재방문의도는 소비자가 특정 상품이나 서비스를 경험한 뒤 이를 다시 이용하거나 지속적으로 이용하려는 의도를 의미하는 것(안성숙, 2018 ; Oliver & Swan, 1988)이다. 미래 행동에 대한 의지나 태도라는 점을 고려할 때, 재생공간의 재방문의도는 이용자가 공간의 만족 요인을 향후 지속적으로 이용하고자 하는 의지라고 설명할 수 있다. 한편 재방문의도는 상품이나 서비스에 대한 고객의 평가를 가장 직접적으로 나타내주는 지표로 인식된다(박종원 · 윤성준 · 최동춘, 2003). 실제로 재방문의도는 제품과 서비스의 구전효과, 충성도 등과 함께 만족도의 결과로서 다뤄져 왔으며, 기존 고객 유지를 위해 수익창출과 마케팅 영역에서 중요하게 인식되어 왔다(안성숙, 2018). 이처럼 만족도와 재방문의도가 서로 밀접한 연관이 있으나, 현재에 대한 만족과 미래에 대한 행동의지라는 측면에서 별개의 개념으로 이해될 필요가 있다. 이러한 구분은 유희재생공간의 만족도와 재방문의도에도 적용될 수 있다.

하지만 그동안 유희공간과 관련된 실증 기반 연구들은 이용자의 만족에만 초점을 맞춘 경우가 많으며, 재방문의도에는 크게 주목하지 않았다. 또한 이용자의 만족도를 결정하는 요인에 대한 실증적 분석도 부족하여, 이로 인해 유사한 재생공간이 반복적으로 조성되고 이용자의 재방문을 유도하지 못하는 문제가 발생하고 있다(신재령 · 이정교, 2021). 유희재생공간의 경우 공간의 최초 개소뿐만 아니라 이용자의 자발적인 참여를 통해 지속적인 재방문을 유도해야 하는 공간 특성을 지니고 있다. 이점을 고려하면, 만족도와 재방문의도의 영향 요인을 따로 구분해 비교 · 분석하는 것은 신규 공간의 조성이나 기존 공간의 차별화된 운영 전략을 제고함으로써 지속가능한 유희재생공간 전략을 수립할 수 있기에 중요하다. 하지만 이와 같은 관점에서 실제 이용자의 만족도와 재방

문의도를 비교한 연구는 매우 제한적이다. 따라서 만족도와 재방문의도의 영향 요인의 차이가 존재할 것이라는 인식 하에, 이용자의 평가에 대한 비교·분석 연구가 필요하다.

3. 영향 요인

유휴재생공간이 개소되고 지속적으로 운영되려면, 실제 이용자에게 어떻게 평가되고 인식되는지가 중요한 출발점이다. 최근 유휴공간이 지닌 잠재적 가치로 인해 이를 활용한 문화재생공간이 늘어나고 있으나, 지속가능한 운영을 위한 이용자 평가에 관한 연구는 여전히 미비하다. 따라서 이용자의 평가를 정량적으로 측정하고 분석할 수 있는 요인이 무엇인지를 파악하는 연구가 필요하다. 특히 유휴공간이 지닌 공간 특성을 고려할 때, 만족도뿐만 아니라 재방문의도에 영향을 주는 구체적인 요인을 도출하는 것이 무엇보다 중요하다. 하지만 기존의 경험적 연구들은 임의표집이나 특정지역 기반 연구로서, 각 공간에 적합한 만족도를 측정하는 요인들을 도출했기 때문에(김영은·김신원, 2023; 김유림, 2021; 김혜영, 2022; 윤한·윤희정, 2018; 이상숙·이재수, 2023; 이은성, 2021; 이유리, 2014; 이찬민, 2019), 요인들 간의 공통점을 찾는데 한계가 있다. 이에 본 연구는 기존의 유휴재생공간 만족도 조사에 포함된 다양한 영향 요인 중에서, 선행 연구에 근거한 이론적 고찰을 통해 도출한 다섯 가지 요인만을 분석 대상으로 선정하였다. 선정된 변수들은 기존 연구에서 반복적으로 중요하게 다뤄진 항목들로, 이들이 일반화 가능한 측정 요인인지를 선행연구 특히 실증 연구 중심으로 비교·분석하여 확인해 보고자 한다. 이를 위해 이용자가 유휴재생공간에서의 경험을 어떻게 인식하는지에 초점을 맞춰, 먼저 이용자 경험의 핵심 요소인 공간과 프로그램부터 살펴볼 것이다.

공간과 프로그램은 전반적으로 이용자의 경험을 이루는 주요 중심축으로, 재생공간의 경험만족과 재방문 여부를 결정하는 요인으로 연구되어 왔다. 따라서 기존 연구들은 공간과 프로그램 중 어느 요인이 더 우선순위에 있는지 또는 두 요인의 조화가 이용자 만족에 어떤 영향을 미치는지 밝히고자 하였다. 공간의 경우, 이전 시설의 원형을 보존하고 재생공간 특유의 분위기를 경험할 수 있다는 점에서 유휴재생공간에서 가장 강조되어 왔다. 이는 유휴공간재생이 공간이라는 물리적 특성을 기반으로 하기 때문인데, 선행 연구의 대부분이 건축과 디자인 분야라는 점(신재령·이정교, 2021)을 통해서도 이해할 수 있다. 예를 들어 이상숙·이재수(2023)는 문화재생시설의 방문객이 만족도를 평가할 때 관람환경요인이 체험프로그램보다 우선시되며, 전반적인 만족도에 영향을

미치는 점을 확인하였다. 이는 특히 유희공간이 미술관과 같이 공간디자인을 강조하는 문화시설로 재생될 경우, 방문결정요인 중에서 공간디자인이 전시콘텐츠보다 관람객 만족도에 훨씬 더 큰 영향을 미칠 수 있음을 보여준다(황진영 · 한정민 · 강혜승, 2016).

반면 프로그램의 중요성을 밝힌 연구들도 있다. 이러한 연구들은 주로 사례분석 위주로 논의를 진행하여, 프로그램 및 콘텐츠의 운영이나 개선 방안을 주요 내용으로 다루는 경향을 보였다. 하지만 일부 연구는 정량적 분석을 통해 문화재생공간에서 프로그램의 중요성을 입증하였다. 류가연(2019)은 「2016 문화향수실태조사」를 활용해 인천지역 문화예술공간 이용자를 대상으로 공간 환경과 프로그램 만족도 차이를 조사하였는데, 분석 결과 프로그램 참여가 공간환경보다 만족도에 더 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 이유리(2014)는 커뮤니티 공간으로 재생된 문화예술공간 방문객의 충성도 측정을 위해 프로그램의 만족요인을 세분화하였는데, 공간이용 프로그램보다는 전시·상영 프로그램이 만족도와 재방문의도에 더 큰 영향을 주는 요인임을 밝혔다. 한편 공간과 프로그램의 조화에 초점을 두는 연구들도 있다. 주로 유희재생공간의 지속가능성을 높이기 위해 이용자의 자발적 참여를 유도하는 프로그램에 적합한 공간 설계 지침을 제공한다거나(김현주 · 이상호, 2012), 지역적 특색을 반영한 프로그램을 위한 유희공간의 재생 방향을 제안하는(도준석 · 오광석, 2019) 내용을 중심으로 하고 있다. 실증 연구로는 최진옥 · 이주형(2016a)이 대표적인데, 해당 연구는 유희재생공간의 문화적 차원이 물리적 차원보다 더 큰 영향력을 지니고 있으므로 공간의 재생은 지역의 역사, 문화를 반영한 문화적 차원에 대한 고려가 선행될 필요가 있음을 밝혔다. 이상의 논의를 종합해 볼 때, 공간과 프로그램은 이용자의 공간 만족도와 재방문의도에 영향을 미치는 주요 요인임을 이해할 수 있다.

그 다음, 접근성은 전통적으로 문화시설 연구에서 중요하게 다뤄져 왔다(강동진 2010; 임상연 · 이세영 · 김현중 2023; 오지운 · 성진 · 정주철, 2023). 물리적 접근성이 떨어질 경우 이용자의 공간 방문 빈도와 횟수에 영향을 줄 수 있기 때문에(최지혜 · 이신행, 2023; 최찬양 · 진동석 · 이윤석, 2025), 유희공간 재생에서 접근성은 이용자 만족 요인으로 해석될 수 있다. 이는 최재현(2021)의 연구를 통해서도 확인되는데, 재생공간의 이용자 의도를 높이기 위해서는 물리적 정비요인 중 교통과 보행 환경 측면이 고려될 필요가 있음이 실증적으로 밝혀졌다.

또한 편의시설은 다양한 이용자의 요구를 충족시킬 수 있다는 점에서 최근 주목받고

있다(도준석·오광석, 2019; 이덕진, 2014; 이상균·이금진, 2019). 유휴재생공간의 복합문화공간화가 주요한 흐름으로 자리잡으면서, 공간의 다양한 편의시설 확충이 강조되고 있는 추세다. 편의시설은 이용자의 자발적이고 지속적인 참여 유도가 가능하며(박수린·이정교, 2018), 공간의 지속가능성에도 영향을 미친다고 이해할 수 있다. 실제로 김혜영(2022)은 산업유산을 활용한 유휴재생공간의 방문동기 측정 요소에 편의시설을 포함하였고, 황동호(2019)도 폐산업시설 문화재생 공간 16곳의 이용자 만족도 평가 분석에서 공간 편의시설을 종합만족도 요소로 분류하였다. 따라서 편의시설도 이용자의 공간 만족에 영향을 미치는 요인으로 분류할 수 있다.

끝으로 정보제공·홍보 요인을 살펴보고자 한다. 일반적으로 정보제공·홍보는 공간만족의 직접적인 영향요인이라기보다는 간접적이거나 부수적인 요인으로 이해된다. 하지만 여전히 만족 요인의 일부로 포함될 수 있는 이유는, 기존 연구들에서 만족요인의 일부 요소로 검토되거나 활용되기 때문이다. 이는 재생공간의 전반적 만족도를 측정하는 평가 요인에 정보획득 용이성이 포함된 황동호(2019)의 연구 등에서 확인된다.

이상의 분석결과를 종합하면, 유휴재공간의 만족도와 재방문의도에 영향을 미치는 요인 다섯 가지 모두 정량적으로 측정가능하며 일반화가 가능한 것으로 확인되었다. 이는 공간의 이용자 경험이 물리적 공간환경, 프로그램, 접근성, 편의시설, 정보제공·홍보라는 다각적인 측면에서 복합적으로 작용한다는 것을 보여준다. 또한 만족요인의 측정 기준을 단순히 공간환경이나 프로그램에 초점을 둔 이전 연구들과 달리, 다양한 요인에 의해서 평가될 필요가 있음을 시사한다. 본 연구에서 도출한 다섯 가지 평가 요소는 다양한 유형의 유휴재생공간에 적용 가능한 공통의 기준으로 활용될 수 있어, 유휴재생공간의 공간 설계와 지속가능한 운영 전략의 실제적인 근거를 제공할 수 있다. 또한 향후 지역별 만족 요인이나 재방문 요인의 차이를 비교분석함으로써, 지역 커뮤니티 중심의 재생공간 정책수립을 위한 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

Ⅲ. 연구방법

1. 자료

본 연구의 분석 자료는 「유휴공간 문화재생 공간 이용자 만족도 및 방문자 조사」(이하 이용자 만족도 조사)이다. 이용자 만족도 조사는 산업 및 사회적 구조 변화로 인해 기

능을 잃은 유휴공간을 지속가능한 커뮤니티 공간으로 활성화하기 위해, 재생 공간 이용자의 만족도와 방문자 특성을 조사하고 분석하는 것을 목적으로 한다(지역문화진흥원, 2023).

이 조사는 2016년부터 문화체육관광부 사업으로 ‘산업단지 및 폐산업시설 문화재 생사업 수혜자 만족 조사’라는 명칭으로 시작되었고, 2017년부터 조사 대상을 공간 이용자와 사업 관계자로 분리하면서 표본수도 구분하기 시작했다. 2018년부터는 조사명을 ‘문화재생공간 이용실태 및 만족도 조사’로 변경했으며, 2019년부터는 운영기관을 한국공예디자인문화진흥원에서 지역문화진흥원으로 이관했다. 이러한 과정을 거치는 동안 공간 이용자 만족도 조사는 2018년부터 2021년까지 매년 실시되었으며, 2022년은 제외하고 2023년까지 조사가 진행되었다. 가장 최근에 실시된 2021년과 2023년의 조사를 비교해 보면, 표본규모가 1,005명에서 3,182명으로 약 3배 이상 증가하였고 조사대상지도 19곳에서 27곳으로 확대되었다. 본 연구는 2021년과 2023년의 데이터를 연속적으로 비교·분석하는 경우, 조사 대상지역의 수와 구성이 일치하지 않아 연도 간 횡단 비교가 어렵다는 점을 고려하였다. 이에 따라 가장 최신의 데이터를 활용하고 더 큰 표본 규모와 확대된 지역적 범위를 반영하여, 2023년 이용자 만족도 조사 결과를 분석 대상으로 선정하였다. 해당 조사는 유휴재생공간을 대상으로 진행되는 전국 단위의 유일한 정부기관 주도 조사로서, 임의표집 기반의 연구(최진옥·이주형 2016a, 2016b)나 특정 지역만을 다룬 연구(김영은·김신원, 2023; 김유림, 2021; 김혜영, 2022; 윤한·윤희정, 2018; 이상숙·이재수, 2023; 이은성, 2021; 이유리, 2014; 이찬민, 2019)와 달리, 높은 신뢰도와 대표성을 갖추고 있다. 따라서 이러한 자료를 이용한 본 연구는 공간 이용자 만족도와 방문 특성을 종합적이고 심층적으로 분석함으로써, 지역 간 비교와 일반화 가능한 결과를 도출한다는 점에서 기존 연구와 차별성을 지닌다.

2023년 이용자 만족도 조사는 2023년 7월 1일부터 9월 4일까지 약 8주 동안, 전국 27개 사업 대상지에서 진행되었다. 공간방문자 3,182명을 대상으로, 설문지를 배포해 자기기입식의 대면 설문조사와 온라인 조사가 병행되었다. 27개 공간은 문화체육관광부에서 추진한 유휴공간 문화재생 사업의 일환으로, 사업이 시작된 2014년부터 2023년까지 조성되어 운영 중인 29개 시설 전체를 포함하였다. 하지만 29개 공간 중에서 조사 당시 공간 운영을 하지 않았던 수창청춘맨숀과 프로그램 정비 중인 갤러리온팩토리 2개소를 제외하여, 최종적으로 27개 공간이 연구대상으로 선정되었다. 해당 공간의 세

부 정보는 <표 1>에서 정리하였다. 한편 조사 항목은 응답자 정보, 공간이용행태, 공간 만족도, 문화공간재생 인지 및 필요성, 공간이용자 특성, 인구통계문항으로 구성되었다. 특히 공간만족도의 경우 전반적 만족도, 재방문의향, 추천의향, 만족요인 5개 요소로 구분해 이용자 만족도를 다각도에서 평가할 수 있도록 설계되었다. 본 연구의 대상은 이 조사에 응답한 전체 응답자 3,182명이며, 이들이 방문한 공간은 거주지역을 중심으로 위치한다.

<표 1> 전국 27개소 유휴재생공간 현황

개관 연도	지역	공간명	공간조성 연면적	기존용도	현재용도
2015 (6개소)	경기 광명	광명업사이클아트센터	1,947m ²	광명시자원회수시설 홍보동	전시장, 창작공간
	강원 영월	갤러리 온 팩토리	385m ²	영월군 북면 농공단지 관리사무소	교육관
	전남 담양	담빛예술창고	4,500m ²	정부 양곡 보관창고	갤러리, 카페, 역사박물관, 체험 공간 등
	경기 안산	안산시산업단지 근로복지관	1,000m ²	공단근로복지관	교육관
	충북 청주	동부창고	30,655m ²	청주연초제조창 담뱃잎 보관창고	다목적복합시설
	광주 광산구	소촌아트팩토리	104m ²	민방위비상대피시설, 아시아문화중심도시 홍보관	전시장, 공연연습공간, 작은 도서관 등
2016 (3개소)	경기 시흥	시흥문화발전소 창공	728m ²	시화 공구상가 내 유휴목욕탕 시설	복합시설
	경기 수원	경기상상캠퍼스	152,070m ²	서울대학교 농생명과학대학	다목적복합시설
	경남 창원	문화대장간 풀무	1,074m ²	창원산단 내 공장 복지동	다목적복합시설
2017 (8개소)	전북 완주	삼례책마을	1,016m ²	삼례농협 비료 창고	고서점, 헌책방, 카페, 갤러리, 책박물관, 그림책 미술관
	제주	예술공간 이아	2,462m ²	제주대학교병원	복합문화예술공간
	경기 파주	캠프그리브스	118,714m ²	DMZ 내 군부대시설	전시, 체험 및 숙박시설
	경북 영주	148아트스퀘어	4,800m ²	KT&G 영주공장	다목적복합시설
2017 (8개소)	전남 나주	나빌레라문화센터	3,863m ²	나주잠사공장	전시장, 소극장, 음악연습실, 공연창작소 등
	경기 수원	고색뉴지움	1,402m ²	수원산단 내 폐수처리장	전시관
	대구	수창청순맨손	400m ²	KT&G 관사아파트	다목적복합시설
2018 (3개소)	부산	F1963	8,621m ²	고려제강 수영공장	다목적복합시설
	전북 전주	팔복예술공장	4,322m ²	카세프테이프 공장(쓰렉스)	문화예술공간
	경기 부천	부천아트벙커B39	8,364m ²	삼경동 쓰레기 소각장	다목적복합시설
2019 (2개소)	전북 완주	복합문화지구 누에	3,790m ²	잠동장(혼남잠종장)	복합문화공간
	전남 담양	해동문화예술촌	4,753m ²	해동주조장, 을교회, 담양의원	전시장, 아트숍, 작은도서관 등
2021 (4개소)	세종	조치원문화정원	880m ²	조치원 정수장	다목적복합시설
	전남 광양	광양예술창고	902m ²	구)광양역 폐물류창고	복합문화공간
	울산	장생포문화창고	6,275m ²	냉동창고(남양냉동, 세창냉동)	복합문화공간
	강원 동해	무릉별유전지	1,570m ²	폐쇄식장	건강복합체험 관광단지
2022 (3개소)	전북 순창	순화문화창고	330m ²	농협 순화창고	문화예술공간
	충남 논산	연산문화창고	1,332m ²	연산 농협창고	복합예술공간
	세종	조치원1927아트센터	2,387m ²	한림제지	복합문화공간
	전북 남원	남원아트센터	4,585m ²	KBS 남원방송국	문화예술공간

출처: 지역문화진흥원, 「2023 유휴공간 문화재생 공간 이용자 만족도 및 방문자 조사」.

2. 변수

본 연구의 종속변수는 이용자의 만족도와 재방문의도다. 만족도와 재방문의도는 5점 리커트 척도로 측정하였다. 1점은 전혀 그렇지 않다, 2점은 그렇지 않다, 3점은 보통, 4점은 그렇다, 5점은 매우 그렇다로, 점수가 높을수록 만족도와 재방문 의도가 증가함을 의미한다. 사실 많은 연구에서 만족도가 높으면 재방문의도가 증가한다는 결론을 제시하고 있어(김다솜·김형일, 2022; 김동준·이상규, 2012; 윤한·윤희정, 2018; 황미선·안선정, 2023; 황진하·김기영, 2024), 두 개념은 유사하게 이해되고 있다. 하지만 본 연구에서 종속변수를 만족도와 재방문의도로 구분한 이유는, 유희재생공간은 최초 개소 이후 지속적인 재방문을 유도해야 하는 공간 특성을 지녔기 때문이다. 따라서 본 연구에서는 최초 방문의 만족도에 미치는 영향요인과 재방문 의도에 영향을 미치는 요인이 어떻게 다른지를 분석하고자 하였다.

종속변수에 영향을 주는 독립변수로는 공간디자인, 프로그램, 접근성, 편의시설, 정보제공·홍보가 있다. 이 변수들은 2023년 만족도 조사 설문지의 공간이용 만족도를 측정하는 주요 요인으로 포함되어 있으며, 이전의 만족도 조사 설문지에서도 공통 측정되는 항목이다(지역문화진흥원, 2021a, 2021b; 2020). 이에 본 연구는 만족도 조사의 여러 만족 요인 중 선행 연구의 이론적 고찰을 바탕으로 다섯 가지 주요 변수를 도출하였으며, 이들 변수는 일반화 가능한 측정 기준임을 전제로 선정하였다. 이를 세부적으로 살펴보면, 공간디자인은 공간의 디자인·분위기 등을 포함한 매력적인 시설 환경을 의미하고, 프로그램은 공간에서 제공되는 전시·공연, 교육·체험으로 다양한 문화·예술·교육적 활동을 포괄하는 개념으로 정의하였다. 접근성은 물리적 접근의 편리성을 의미하고, 편의시설은 카페, 식당, 주차장 등의 부대시설을 포함하며, 정보제공·홍보는 공간에 대한 정보나 홍보가 적절하게 이뤄지고 있는지를 의미한다. 다섯 개 주요 독립변수는 모두 5점 리커트 척도로 측정하였으며, 점수가 높을수록 각 항목에 대한 만족도 및 재방문의도가 증가함을 의미한다.

통제변수는 선행연구를 기반으로 인구사회학적 특성과 방문자 이용 특성을 반영하는 변인으로 구분하여 선정하였다(서정희·장민숙·박상욱, 2019; 이유리, 2014; 이찬민, 2019; 이상숙·이재수, 2023; 이창현·박지영, 2024). 조사대상의 인구사회학적 특성에는 성별, 연령, 지역, 직업, 가구 월소득을 포함하였고, 방문자 이용 특성에는 방문목적, 동행자, 방문횟수, 체류시간을 고려하였다. 먼저 인구사회학적 특성의 세부

변인은 다음과 같이 범주화였다. 성별은 남녀로 구분하였으며, 연령은 10대 이하부터 60대 이상까지 6개로 구분하였다. 지역의 경우는 전국 권역을 수도권, 세종/충청권, 대구/경상권, 광주/전라권, 강원/제주권 5개 범주로, 직업은 자영업/프리랜서, 판매직, 사무직, 노동직, 관리자/전문직, 학생, 주부, 무직 7개 범주로, 가구월소득은 200만 원 이하, 200~400만 원, 400~600만 원, 600~800만 원, 800만 원 이상 5개 범주로 분류하였다. 그 다음 방문자 이용 특성의 세부 변인은 다음과 같이 구성하였다. 방문목적은 전시·공연, 교육·체험, 공간이용, 상업시설 이용, 휴식·기타 5개 범주로 구분하였다. 특히 ‘휴식·기타’는 기타 항목에서 가장 높은 비율(41%)을 차지한 ‘휴식’을 포함하여 방문 목적의 다양성을 반영하기 위해 설정하였다. 동행자는 혼자, 가족, 친구·기타 3개 범주로 분류하였다. 가족의 경우 부모, 자녀, 형제·자매, 연인·배우자가 포함되었으며, 동행자 중복 응답이 포함되었다. 732명(전체의 23%)의 동행자 중복 응답자가 가족과 친구·기타 그룹을 중복 응답을 할 경우, 가족주의 가치관(오현경·이윤석, 2023)에 근거해 가족으로 응답 처리하였다. 친구·기타의 경우, 친구와 기타 그룹을 한 범주로 분류하였다. 방문횟수의 경우 1회, 2~3회, 4~10회, 11회 이상으로 통합하였다. 체류시간은 1시간 이하, 1~2시간, 2~3시간, 3시간 이상으로 구분해 범주화하여 분석에 활용하였다.

3. 방법

〈표 2〉 및 〈표 3〉에서는 조사 대상자의 인구사회학적 특성과 방문자 이용 특성을 확인하기 위해 빈도 분석을 살펴보았다. 그 다음으로 〈표 4〉는 종속변수와 독립변수에 대한 기술통계 분석과 크론바흐 알파계수(Cronbach's α)를 이용한 신뢰도 분석을 수행하였으며, 〈표 5〉는 종속변수와 독립변수간의 상관관계 분석을 통해 다중공선성 문제를 검토하였다. 마지막으로 유휴재생공간 만족 요인의 영향력 크기를 파악하기 위해, 위계적 회귀분석(hierarchical regression analysis)을 실시하였다. 위계적 회귀분석은 변수를 단계적으로 추가하면서 각 단계 변수의 상대적 중요도를 평가할 수 있는 회귀 분석 방법이다. 모델 1은 통제변수인 인구사회학적 특성을, 모델 2는 또다른 통제변수인 방문자 이용 특성을 투입하였다. 모델 3에서는 만족요인 5개 변인을 추가 투입하여 각 요인이 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향을 분석하였다. 모델 1, 2, 3에서 서열변수인 연령, 소득, 방문횟수, 체류시간은 선형적 효과가 나타나지 않고 특정 구간에서 차이를 보였기 때문에, 이들 변수를 범주화하여 분석을 진행하였다.

〈표 2〉 일반적 특성 (N=3,182)

변수	범주	빈도	비율(%)
성별	남성	1,121	35.2
	여성	2,061	64.8
연령	10대 이하	290	9.1
	20대	770	24.2
	30대	890	28.0
	40대	786	24.7
	50대	335	10.5
	60대 이상	111	3.5
지역	수도권	1,233	38.8
	세종/충청권	439	13.8
	광주/전라권	784	24.6
	경상권	604	19.0
	강원/제주권	122	3.8
직업	자영업/프리랜서	410	12.9
	판매직	141	4.4
	사무직	1,136	35.7
	노동직	101	3.2
	관리자/전문직	161	5.1
	학생	691	21.7
	주부	443	13.9
	무직	99	3.1
가구 월소득	200 이하	428	13.5
	200-400	1,038	32.6
	400-600	800	25.1
	600-800	593	18.6
	800 이상	323	10.2

IV. 연구 결과

1. 일반적 특성

분석에 사용된 응답자의 일반적인 특성은 〈표 2〉와 같다. 성별은 여성이 64.8%로,

남성(35.2%) 대비 약 2배 정도 높은 비율을 보였다. 이는 대한민국의 전체 평균인 남성 49.7%, 여성 50.3%(통계청, 2023) 비율과 비교해 큰 차이를 보인다. 하지만 이 결과는 특정 지역 기반의 연구(김혜영, 2022; 김유림, 2021; 이유리, 2014; 이찬민, 2019; 윤한·윤희정, 2018)가 지역 사례를 넘어, 유휴재생공간 이용자의 남녀 성비를 비교적 포괄적으로 반영하고 있음을 확인시켜준다.

연령별로는 30대가 28.0%로 가장 높은 비율을 차지했고, 40대(24.7%)와 20대(24.2%)가 유사한 비율을 보였으며, 50대는 10.5%, 10대 이하는 9.1%, 60대 이상은 3.5%를 차지한 것으로 나타났다. 이는 대부분의 이전 연구(이유리, 2014; 윤한·윤희정, 2018; 이찬민, 2019; 김유림, 2021; 쉬지아량·윤지영, 2021; 이은성, 2021; 김혜영, 2022; 문흥현·이정교, 2025)와 일치하는 결과다. 유휴재생공간에서 젊은층 이용 비율이 높은 현상은 대한민국의 전체 연령 비율 구조와는 상반된 양상을 보인다. 대한민국 인구 전체를 보면, 20대(12.07%), 30대(12.81%), 40대(15.44%)보다 50대(16.94%)와 60대(14.87%)비율이 더 높다(행정안전부, 2023). 이에 대해 심가인(2023)은 독특한 분위기를 지닌 유휴재생공간은 젊은층, 특히 20~30대에게 핫플레이스로 인식되기 때문이라고 설명하였다. 실제로 20~30대는 새로운 공간과 경험을 추구하는 경향을 보이며(임한희·구유리, 2022), 문화공간의 물리적·비물리적 요소의 변화를 주도하고 있다. 한편 40대의 경우 특히 기혼 그룹은 문화재생공간 방문시 자녀를 동반해 방문하는 경향을 보이며, 체험 프로그램을 선호하는 방식으로 재생 공간을 이용한다(이상숙·이재수, 2023).

응답자의 거주지역은 수도권(38.8%), 광주/전라권(24.6%), 경상권(19.0%), 세종/충청권(13.8%), 강원도/제주권(3.8%) 순으로 분석되었다. 이는 인구주택총조사(통계청, 2023) 기준 수도권(50.7%)과 비수도권(49.3%) 인구 분포와 차이를 보인다. 본 연구의 27개 재생공간의 지역 분포가 수도권 26%(7곳), 비수도권 74%(20곳)라는 점을 고려하면, 공간의 이용자 비율은 수도권이 더 높다는 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 수도권의 인구 밀도와 접근성, 문화공간 이용 패턴 등 복합적인 요인이 작용한 것으로 해석된다.

직업별로는 사무직이 35.7%로 가장 많았으며, 특히 학생(21.7%), 주부(13.9%)의 비율도 높은 것으로 나타났다. 이 결과는 김유림(2021)·윤한·윤희정(2018)·이은성(2021)의 연구에서 사무직의 비율이 가장 높다고 밝힌 내용을 설명한다. 또한 이유리

(2014)와 이찬민(2019)의 연구에서 제시된 주부의 방문 비율이 높다는 점도 확인시켜 준다. 2023년 통계청의 경제활동인구조사와 비교해 보면, 유희재생공간에서는 경제활동인구(63.8%) 1순위 전문직(23.3%)보다 2순위 사무직(18.0%)의 방문 비율이 더 높은 것으로 나타났다. 또한 비경제활동인구로 분류되는 주부와 학생의 방문 비율도 높은 것으로 확인되었다. 이는 유희재생공간의 경우 대체로 젊은층이 방문하며 특히 학생, 주부 등 다양한 직업군에게도 유의미한 커뮤니티 공간으로 작용한다는 것을 보여준다.

다만, <표 2>의 분석 결과는 조사에 응답한 표본의 특성을 나타내는 것으로, 유희재생공간 이용자 모집단 전체의 특성으로 일반화하는 데에는 한계가 있음을 밝힌다.

2. 방문 특성

이용자의 방문 특성을 보면, 방문목적은 전시·공연(55.2%), 교육·체험(22.1%), 상업시설 이용(13.6%), 공간이용(6.6%), 휴식·기타(2.6%) 순으로 나타났다(<표 3>).

<표 3> 방문 특성 (N=3,182)

변수	범주	빈도	비율(%)
방문목적	전시 및 공연	1,756	55.2
	교육 및 체험	703	22.1
	공간 이용	209	6.6
	상업 시설 이용	433	13.6
	휴식 및 기타	81	2.6
동행자	혼자	352	11.1
	가족	1,921	60.4
	친구 및 기타	909	28.6
방문횟수	1	1,770	55.6
	2-3	809	25.4
	4-10	433	13.6
	11+	170	5.3
평균체류시간	1시간 이하	1,490	46.8
	1~2시간	1,173	36.9
	2~3시간	331	10.4
	3시간 이상	188	5.9

전시·공연과 교육·체험이 방문 목적의 대부분을 차지하며, 주요 방문 요인임을 알 수 있다. 이는 유휴재생공간의 방문 목적 1순위가 문화예술프로그램이라는 점을 밝힌 김혜영(2022)과 이유리(2014)의 연구 내용을 뒷받침한다. 특히 이유리(2014)의 연구는 공간 이용이나 편의시설보다 문화예술프로그램이 이용자 방문의 주요 요인임을 명확히 밝혔다.

동행자는 가족(60.4%)이 가장 높은 비율을 차지했으며, 친구·기타(28.6%), 혼자(11.1%) 순으로 조사되었다. 가족의 경우는 부모, 자녀, 형제/자매, 연인/배우자를 모두 포함하고 있어 다른 그룹보다 비율이 높게 나타났다. 이러한 결과는 김혜영(2022)의 연구와 일치한다. 김혜영(2022)의 연구에서는 방문자를 크게 가족, 친구, 동료, 혼자 등으로 구분했는데, 가족(연인·배우자 포함)과 함께 오는 방문자의 비율이 48%로 제일 많으며, 그 다음 친구·동료 32%, 혼자 20%순으로 나타났다. 동반자 방문 대비 혼자 오는 비율은 대체적으로 낮는데, 이는 재생공간의 주요 방문 목적이 문화예술활동 참여에 있기 때문으로 보인다. 실제로 문화예술활동은 가족, 친구 등과 함께 참여하는 경향성을 보인다(문화체육관광부, 2023).

방문 횟수는 1회가 55.6%로 절반 이상을 차지했으며, 2~3회(25.4%), 4-10회(13.6%), 11회 이상(5.3%) 순으로 나타났다. 방문 횟수는 주요 종속변수인 만족도와 재방문의도와 밀접한 관련이 있는데, 최초 1회 방문 이후의 방문이 재방문 횟수에 해당하기 때문이다. 본 연구의 결과는 1회 방문 횟수(37.6%)가 가장 높은 비율을 차지하며, 2회 방문(28.1%) 이후 3회 방문(15.2%)부터는 하향세를 보이는 김혜영(2022)의 연구와 유사하다. 반면 이와 다른 양상을 보이는 연구들도 존재한다. 윤한·윤희정(2018)의 연구에서는 2회 방문(31.68%)이 1회 방문(26.96%) 비율보다 높았으며, 이유리(2014)의 연구에서도 1회 방문(19.7%)보다 3회 이상 방문(63.6%) 비율이 높은 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과를 고려해 보면 공간의 방문 횟수의 증가 또는 감소 추세 차이는 만족도와 관련 있는 것으로 보이는데, 이는 향후 본 연구 결과에서 확인해 보고자 한다.

평균체류시간은 1시간 이하가 46.8%로 가장 많았고, 1~2시간(36.9%), 2~3시간(10.4%), 3시간 이상(5.9%) 순으로 나타났다. 이는 이용자의 대부분이 1시간 이하 또는 1~2시간 동안 유휴재생공간에 머무르는 것을 보여준다. 이러한 결과는 유휴재생공간에서의 체류시간이 평균적으로 113.35분, 즉 1~2시간 사이라고 밝힌 윤한·윤희정(2018)의 연구 내용을 뒷받침해준다. 이를 기준으로 볼 때, 본 연구에서 1시간 이하의

공간 이용 시간 비중이 50%에 가깝다고 나타난 점은 이용자의 전체 평균체류시간이 짧다는 것을 의미한다고 할 수 있다.

이상의 분석 결과는 본 연구 표본의 특성을 보여주는 것으로, 모집단 전체의 특성으로 일반화하기에는 한계가 있음을 지적한다.

3. 주요 변수의 통계적 특성

종속변수인 만족도와 재방문 의도, 그리고 이에 영향을 미치는 5개의 독립변수들의 기술통계 특성은 <표 4>와 같다. 모든 변수들의 최소값은 1이며, 최대값은 5로 나타났다. 7개 변수들에 대한 신뢰도 검정결과, Cronbach's α 값이 0.862에서 0.875로 나타나 높은 내적 일관성을 보였다. 변수들의 평균값을 살펴보면, 만족도가 4.270으로 가장 높았으며, 재방문 의도(4.262), 공간디자인(4.213), 프로그램(4.131), 접근성(3.924), 편의시설(3.867), 정보제공·홍보(3.576) 순으로 나타났다. 정보제공·홍보가 가장 낮은 평균값을 보인 반면, 공간디자인과 프로그램은 상대적으로 높은 평가를 받았다. 이는 관련 만족도 조사(지역문화진흥원, 2021; 2023)에서 공간디자인이 프로그램보다 더 높은 만족도를 보였다는 결과와 일치하는데, 본 연구는 이러한 결과를 다시 확인하고자 한다.

표준편차는 0.800에서 1.075 사이에 분포하며, 최소값과 최대값의 차이는 0.275로 나타나 각 변수들의 분산 정도가 크지 않은 것으로 분석되었다. 변수들 간의 상관관계 분석 결과는 <표 5>와 같다. 종속변수인 만족도와 재방문의도는 각 독립변수들은 모두 유의미한(+) 상관관계를 보였으며, 이는 통계적으로 유의한 수준($p < .001$)으로 나타났다. 만족도는 프로그램(0.629), 공간디자인(0.611), 접근성(0.498), 편의시설(0.480) 순으로 높은 상관관계를 보였으며, 재방문 의도는 프로그램(0.590), 공간디자인(0.558), 접근성(0.479) 순으로 상관관계가 높은 것으로 나타났다.

〈표 4〉 주요 변수의 기술통계 (N=3,182)

변수	평균	표준편차	최소값	최대값	크론바흐 알파
공간디자인	4.213	0.804	1	5	0.863
프로그램	4.131	0.815	1	5	0.858
접근성	3.924	0.938	1	5	0.862
편의시설	3.867	0.982	1	5	0.866
정보제공·홍보	3.576	1.075	1	5	0.875
만족도	4.270	0.800	1	5	0.857
재방문의도	4.262	0.824	1	5	0.863

〈표 5〉 주요 변수의 상관관계 (N=3,182)

변수	공간디자인	프로그램	접근성	편의시설	정보제공·홍보	만족도	재방문의도
공간디자인	1.000						
프로그램	0.590***	1.000					
접근성	0.467***	0.523***	1.000				
편의시설	0.521***	0.486***	0.606***	1.000			
정보제공·홍보	0.427***	0.516***	0.541***	0.506***	1.000		
만족도	0.611***	0.629***	0.498***	0.480***	0.447***	1.000	
재방문의도	0.558***	0.590***	0.479***	0.417***	0.405***	0.743***	1.000

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

4. 만족도와 재방문의도에 영향을 주는 요인

전체적인 만족도에 영향을 미치는 만족 요인을 분석하기 위해 만족도와 재방문의도를 종속변수로 설정하고 위계적 회귀분석을 실시하였다. 분석결과는 〈표 6〉 및 〈표 7〉에 제시하였으며, 값은 표준화 계수(β)로 표기하였다. 결과를 해석하기에 앞서 지적할 사항이 있다. 독립변수들 간의 다중공선성이 존재하는지 살펴보기 위해 분산확대지수(VIF)를 확인한 결과, 지수의 분포가 거의 대부분 1.06~2.81 사이에 위치했으나 연령의 경우 2.04~6.50사이, 직업의 경우 2.05~8.61 사이에 위치했다. 연령과 직업의 경우는 다른 변수와 비교해 범주를 더 세분화하여 다중공선성이 높게 측정된 것으로 보인다. 하지만 이는 집단 간 비교를 통해 만족요인을 더 구체적으로 분석하기 위한 조치였으며 해당 VIF 값 역시 허용 가능한 범위 내에 있어, 분석 결과에는 큰 영향을 미치지 않

〈표 6〉 만족도에 대한 위계적 회귀분석

변수	범주	모델 1			모델 2			모델 3		
		β	t	SE	β	t	SE	β	t	SE
성별 (기준=남성)	여성	0.012	0.640	0.031	0.002	0.120	0.031	-0.005	-0.400	0.222
연령 (기준=10대 이하)	20대	0.101	2.940**	0.064	0.061	1.750	0.065	0.024	0.920	0.048
	30대	0.088	1.980*	0.079	0.038	0.860	0.079	0.035	1.070	0.058
	40대	0.076	1.730	0.081	0.018	0.420	0.081	0.041	1.270	0.059
	50대	0.100	2.980**	0.088	0.057	1.680	0.088	0.062	2.530*	0.064
	60대 이상	0.056	2.240*	0.108	0.025	1.020	0.107	0.016	0.900	0.078
지역 (기준=수도권)	세종/충청권	0.072	3.780***	0.044	0.039	2.030*	0.045	0.018	1.270	0.033
	광주/전라권	0.091	4.640***	0.036	0.064	3.300**	0.036	0.006	0.420	0.026
	경상권	0.079	4.100***	0.039	0.049	2.560*	0.039	0.019	1.370	0.028
	강원/제주권	-0.000	0.000	0.075	-0.006	-0.330	0.073	-0.012	-0.930	0.053
직업 (기준=무직)	자영업/프리랜서	-0.029	-0.760	0.089	-0.031	-0.840	0.087	-0.001	-0.030	0.064
	판매직	0.030	1.120	0.105	0.035	1.340	0.102	0.016	0.840	0.074
	사무직	0.020	0.400	0.085	0.023	0.470	0.083	0.012	0.330	0.061
	노동직	-0.014	-0.560	0.113	-0.010	-0.430	0.111	0.005	0.250	0.081
	관리자/전문직	-0.013	-0.440	0.103	-0.014	-0.510	0.101	-0.001	-0.050	0.073
	학생	0.163	3.240**	0.098	0.119	2.400*	0.096	0.053	1.470	0.070
	주부	-0.014	-0.350	0.091	-0.008	-0.210	0.089	0.019	0.690	0.065
월가구소득 (기준=200만 원 이하)	200~400	0.067	2.360*	0.048	0.052	1.870	0.047	0.022	1.080	0.034
	400~600	0.032	1.180	0.050	0.025	0.950	0.048	0.006	0.330	0.035
	600~800	0.092	3.550***	0.053	0.057	2.200*	0.053	0.014	0.760	0.039
	800 이상	0.034	1.490	0.060	0.023	1.060	0.058	0.008	0.480	0.043
방문목적 (기준=전시·공연)	교육·체험				-0.058	-3.130**	0.036	-0.018	-1.350	0.026
	공간 이용				-0.050	-2.700**	0.060	-0.006	-0.480	0.044
	상업 시설 이용				0.013	0.710	0.044	0.030	2.140*	0.032
	휴식·기타				-0.067	-3.870***	0.088	-0.015	-1.200	0.065
동반자 (기준=혼자)	가족				-0.007	-0.240	0.046	0.006	0.280	0.034
	친구·기타				0.058	2.040*	0.050	0.048	2.340*	0.036
방문횟수 (기준=1회)	2~3회				0.070	3.860***	0.034	0.003	0.210	0.025
	4~10회				0.055	2.960**	0.043	0.019	1.370	0.032
	11회				0.067	3.660***	0.065	0.020	1.510	0.048
평균체류시간 (기준=1시간 이하)	1~2시간				0.164	8.890***	0.031	0.065	4.790***	0.023
	2~3시간				0.140	7.720***	0.047	0.067	5.070***	0.035
	3시간 이상				0.101	5.60***	0.061	0.035	2.640**	0.045
공간디자인							0.301	18.190***	0.016	
프로그램							0.319	18.630***	0.017	
접근성							0.108	6.260***	0.015	
편의시설							0.064	3.760***	0.014	
정보제공·홍보							0.043	2.670**	0.012	
$R^2/\text{Adj } R^2$		0.044***/0.038***			0.098***/0.089***			0.522***/0.516***		
F		6.99***			10.35***			90.31***		

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

은 것으로 판단된다.

첫째, 이용자 경험을 측정하는 공간디자인, 프로그램, 접근성, 편의시설, 정보제공·홍보의 다섯 가지 영향 요인이 만족도에 미치는 영향을 분석하였다. 그 결과, 전체적으로 설명력(R^2)은 52.2%, F 값은 90.31($p=0.000$)로 모델의 적합도가 확보된 것으로 나타났다(〈표 6〉). 우선 모델 1에서는 성별, 연령, 지역, 직업, 가구월소득과 같은 통제변수를 투입하였으며, 설명력(R^2)은 4.4%, F 값은 6.99($p=0.000$)로 확인되었다. 분석결과 연령, 지역, 직업, 월가구소득은 만족도가 전반적으로 유의하게 나타났으며 세부 범주별로는 차이를 보였다. 대체로 연령이 적거나 혹은 많을수록, 비수도권일수록, 가구소득이 낮거나 높을수록 만족도가 높았는데, 이는 해당 집단에서 재생공간의 경험을 긍정적으로 평가하는 것으로 해석할 수 있다. 한편 직업에서는 학생 집단의 만족도만 유의하게 나타났다. 이는 학생이 10대~20대 초중반으로 상대적으로 문화경험이 많지 않다는 점을 고려할 때, 새로운 문화경험에 대한 만족도가 높을 수 있다(최명일·이귀옥·박조원 2017; Bourdieu 1984; DiMaggio & Useem 1978)는 이전 연구와 맥을 같이 한다. 또한 비수도권 이용자의 만족도가 수도권 대비 높게 나타났는데, 앞선 방문특성 분석과는 차이가 나는 결과로 향후 추가적인 심층분석 통해 그 원인을 확인해볼 필요가 있다.

그다음 모델 2의 설명력(R^2)은 9.8%로 증가, F 값은 10.35($p=0.000$)로 나타났으며, 포함된 통제변수인 방문목적, 동반자, 방문횟수, 평균체류시간 모두 통계적으로 유의하게 확인되었다. 방문 목적의 분석결과를 살펴보면, 만족도에 가장 큰 영향을 주는 방문 목적은 전시·공연이며 그 다음으로 공간이용, 교육·체험, 휴식·기타 순으로 나타났다. 이는 문화재생공간의 주요 방문 목적이 문화예술프로그램과 공간 이용이라는 이전 연구(이유리, 2014)와 유사한 결과다. 동반자의 경우는 혼자 방문하는 것에 비해 친구·기타 그룹과 함께 방문할 때 만족도가 유의하게 나타났다. 방문특성 분석에서는 가족과 함께 오는 경우가 가장 많은데도 불구하고, 돌봄을 주는 가족보다는 상대적으로 돌봄에서 자유로운 친구·기타 그룹이나 혼자 방문할 때 만족도가 높은 것으로 해석된다. 방문횟수와 평균이용시간은 만족도와 재방문의도를 평가할 수 있는 척도라고 할 수 있기 때문에(심가인, 2023; 쉬지아량·윤지영, 2021; 윤한·윤희정, 2018; 이상숙·이재수, 2023) 함께 고려될 필요가 있다. 방문횟수는 최초 방문 대비 재방문의 만족도가 유의하게 나타났는데, 이는 두 가지로 해석될 가능성이 있다. 한편으로는 최초 방문시 기대에 부합하는 공간 경험을 하면, 재방문으로 이어지는 경우다(Oliver, 1980). 다른 한편

〈표 7〉 재방문의도에 대한 위계적 회귀분석

변수	범주	모델 1			모델 2			모델 3		
		β	t	SE	β	t	SE	β	t	SE
성별 (기준=남성)	여성	0.042	2.210*	0.033	0.033	1.780	0.032	0.026	1.830	0.024
연령 (기준=10대 이하)	20대	0.088	2.540*	0.067	0.061	1.730	0.068	0.027	1.000	0.052
	30대	0.091	2.040*	0.082	0.054	1.210	0.082	0.051	1.480	0.063
	40대	0.104	2.350*	0.085	0.055	1.250	0.084	0.074	2.210*	0.064
	50대	0.100	2.950**	0.091	0.060	1.770	0.091	0.065	2.500*	0.070
	60대 이상	0.061	2.40*	0.113	0.033	1.360	0.111	0.025	1.310	0.085
지역 (기준=수도권)	세종/충청권	0.078	4.090***	0.046	0.042	2.130*	0.047	0.020	1.340	0.036
	광주/전라권	0.105	5.320***	0.038	0.073	3.760***	0.037	0.016	1.050	0.029
	경상권	0.090	4.640***	0.041	0.051	2.650**	0.040	0.020	1.370	0.031
	강원/제주권	0.040	2.190*	0.078	0.030	1.700	0.076	0.022	1.650	0.058
직업 (기준=무직)	자영업/프리랜서	-0.017	-0.460	0.093	-0.030	-0.830	0.090	-0.002	-0.080	0.069
	판매직	0.026	0.950	0.109	0.028	1.060	0.105	0.009	0.460	0.081
	사무직	-0.003	-0.060	0.089	-0.002	-0.050	0.086	-0.012	-0.320	0.066
	노동직	-0.025	-1.000	0.118	-0.025	-1.010	0.114	-0.011	-0.570	0.088
	관리자/전문직	0.002	0.080	0.108	-0.001	-0.020	0.104	0.011	0.540	0.080
	학생	0.083	1.630	0.102	0.045	0.910	0.099	-0.016	-0.420	0.076
	주부	-0.020	-0.500	0.094	-0.018	-0.460	0.091	0.007	-0.240	0.070
월가구소득 (기준=200만 원 이하)	200~400	0.030	1.060	0.050	0.018	0.650	0.049	-0.012	-0.560	0.037
	400~600	0.019	0.710	0.052	0.018	0.690	0.050	-0.001	-0.030	0.038
	600~800	0.052	1.980*	0.055	0.025	0.960	0.054	-0.015	-0.760	0.042
	800 이상	-0.002	-0.080	0.062	-0.010	-0.460	0.060	-0.026	-1.510	0.046
방문목적 (기준=전시·공연)	교육·체험				-0.063	-3.420**	0.037	-0.027	-1.900	0.028
	공간 이용				-0.040	-2.150*	0.062	0.001	0.040	0.047
	상업 시설 이용				0.005	0.270	0.045	0.020	1.380	0.035
	휴식·기타				-0.061	-3.520***	0.091	-0.014	-1.020	0.070
동반자 (기준=혼자)	가족				-0.036	-1.260	0.048	-0.024	-1.080	0.037
	친구·기타				0.010	0.350	0.052	0.002	0.100	0.040
방문횟수 (기준=1회)	2~3회				0.105	5.770***	0.035	0.041	2.900**	0.027
	4~10회				0.113	6.090***	0.045	0.077	5.430***	0.034
	11회				0.117	6.380***	0.067	0.071	5.040***	0.052
평균체류시간 (기준=1시간 이하)	1~2시간				0.162	8.770***	0.032	0.068	4.750***	0.024
	2~3시간				0.144	7.930***	0.049	0.076	5.420***	0.038
	3시간 이상				0.118	6.560***	0.063	0.055	3.990***	0.049
공간디자인							0.279	15.980***	0.018	
프로그램							0.301	16.680***	0.018	
접근성							0.144	7.910***	0.016	
편의시설							0.023	1.300	0.015	
정보제공·홍보							0.033	1.920	0.013	
$R^2/\text{Adj } R^2$		0.025***/0.019***			0.097***/0.087***			0.469***/0.463***		
F		3.89***			10.23***			73.1***		

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

으로는 지역 응답자의 비율과 관련이 있다. 전체 응답자의 약 60%를 차지하는 비수도권 응답자는 수도권 대비 문화향유 선택의 폭이 제한되기 때문에(오지운·성진·정주철, 2023; 양혜원, 2016), 재생 공간을 지속적으로 방문하게 되면서 장소애착이 형성된 것으로 볼 수 있다(박은이·이승곤, 2022). 평균체류시간의 경우 실제 평균이용시간은 1시간 이하 비율이 50%에 가까우나, 만족도는 1~2시간이 가장 높은 것으로 나타났다. 이 결과는 이용자가 1~2시간 머무르는 동안 프로그램, 상업시설, 공간이용 등 다양한 경험을 추구한다는 것을 보여주며, 재생공간이 매력적인 만족요인을 지닐 때 방문만족도와 체류시간이 증가한다는 점(윤한·윤희정 2018)을 다시 확인시켜주고 있다.

마지막으로 공간디자인, 프로그램, 접근성, 편의시설, 정보제공·홍보를 독립변수로 포함한 모델 3에서는 설명력(R^2)이 52.2%로 크게 증가하였고 F 값은 90.31($p=0.000$)로 확인되었다. 이처럼 최종모델 3에서 설명력이 약 50%에 해당한다는 점은, 종속변수인 만족도를 설명하는 독립변수의 설명력이 매우 높다는 것을 의미한다. 분석 결과, 만족도에 영향을 주는 다섯 가지 영향 요인 모두 통계적으로 유의하게 나타났다. 표준화 회귀계수를 통해 각 요인이 만족도에 미치는 영향력의 크기를 비교해 보면, 프로그램 0.319, 공간디자인 0.301, 접근성 0.108, 편의시설 0.064, 정보제공·홍보 0.043 순으로 나타났다. 이러한 결과는 프로그램과 공간디자인이 이용자인 커뮤니티의 만족도에 가장 큰 영향을 주는 요인이며, 편의시설과 정보제공·홍보는 영향력이 상대적으로 낮다는 점을 설명해준다.

구체적으로 살펴보면, 공간디자인과 프로그램의 경우는 프로그램이 공간디자인보다 만족도에 더 큰 영향력을 미치는 것으로 확인되었다. 이는 유휴공간 재생에서 가장 중요한 부분이 공간 환경임을 밝힌 대부분의 이전 연구(강동진, 2010; 김현정·황연숙, 2017; 심가인, 2023; 왕발부·윤지영, 2016; 최재현, 2021)와는 다른 결과를 보여준다. 또한 공간디자인이 가장 중요한 만족요인으로 파악된 관련 만족도 조사(지역문화진흥원, 2021; 2023)와도 차이를 보인다. 하지만 재생공간의 방문 목적이 문화예술 프로그램이라는 점을 밝힌 이전 연구(김혜영, 2022; 박지원·류승완, 2020; 이유리, 2014), 문화예술공간에서 공간 환경보다 프로그램이 우선 만족요인이라고 실증한 류가연(2019)의 연구와 맥을 같이 한다. 이러한 결과는 공간재생은 단순히 물리적 환경의 개선뿐만 아니라 장소감을 창출한다는 측면에서 프로그램 설계도 중요하다(최강림, 2012; 문일요, 2020.2.25; PPS, 2008)점을 시사한다. 따라서 공간과 프로그램은 별개

로 분리되는 요소가 아니라 유기적으로 통합되어야 하며, 공간을 이용하는 이용자의 요구를 중심에 두고 설계될 필요가 있다. 이러한 맥락에서 프로그램이 공간디자인보다 이용자 만족도에 더 중요한 역할을 한다는 것을 실증적으로 밝혀낸 본 연구 결과는 매우 유의미하다. 더불어 임의표집 분석이나 특정 지역 기반의 연구가 아닌 전국 단위의 정부 기관 조사 데이터를 통해 검증했다는 점에서 신뢰성이 높은 결과라고 할 수 있다.

공간디자인과 프로그램 다음으로 중요한 만족요인은 접근성이다. 접근성의 경우 정적(+) 영향을 미치는 것으로 확인되었는데, 이는 유희재생공간이 이용자의 만족도를 높여 지속적으로 이용되는 공간이 되기 위해서는 물리적인 접근성이 높아야함을 의미한다. 특히 대부분의 이용자가 거주지역 인근의 재생공간을 이용한다는 점을 고려할 때, 커뮤니티 공간으로서의 유희공간 재생에서는 대중교통 접근성과 보행환경 중심의 접근성 개선이 중요하다는 이전 연구 결과(최재현, 2021)와도 일치한다. 또한 분석 결과는 접근성이 공간과 프로그램의 만족도를 향상시켜주는 보완적 역할을 한다고 해석할 수 있으며, 이는 높은 접근성이 다양한 프로그램 또는 공간디자인과 함께 결합될 때 시너지 효과를 창출한다는 기존 연구결과(최병성 · 김성균 · 장청진, 2024)를 지지한다.

같은 맥락에서 편의시설의 분석 결과도 이해할 수 있다. 편의시설 역시 정적(+) 영향을 보였지만, 접근성보다도 만족도에 덜 영향을 주는 것으로 나타났다. 이점을 감안하면 편의시설도 그 자체가 주요 만족요인이라기보다는 프로그램과 공간디자인의 보완재 역할을 한다고 해석할 수 있다. 이는 유희재생공간의 경우는 커뮤니티를 위해 다양한 목적으로 활용될 필요성에 따라 식음공간, 갤러리, 체험장 등의 여러 편의시설과 결합해 복합문화공간 형태로 조성될 필요가 있다는 대부분의 이전 연구(김지영 · 김경순, 2023; 도준석 · 오광석, 2018; 박수린 · 이정교, 2018; 이상균 · 이금진, 2019; 이찬민, 2019; 지역문화진흥원, 2023)와는 차이를 보인다. 실제로 여러 편의시설이 재생공간에 포함되더라도 차별화되지 못할 경우 이용자의 만족도가 저조할 수 있기 때문에, 실제 이용자가 원하는 편의시설을 밝혀 선택과 집중을 할 필요가 있다.

정보제공 · 홍보는 통계적으로 유의하게 나타났으나, 앞선 기술통계분석의 결과와 같이 만족도에 제일 영향력이 낮은 요인으로 확인되었다. 이 결과는 정보습득 채널의 다양성과 연관해서 유추해 볼 수 있다. 아마도 만족도에서 크게 중요하지 않기 때문에, 재생공간의 정보습득 채널의 최우선 순위가 이전 연구마다 지인추천(황동호, 2019) 또는 SNS(김혜영, 2022), 지인추천 및 모임(이유리, 2014) 등으로 일치하지 않는다고 이해

할 수 있을 것이다.

둘째, 이용자 경험을 측정하는 공간디자인, 프로그램, 접근성, 편의시설, 정보제공·홍보의 다섯 가지 영향 요인이 재방문의도에 미치는 영향을 분석하였다. 그 결과 역시, 모델의 적합도가 확보된 것으로 나타났다. 재방문의도에도 만족도와 동일 변수를 투입하였으므로, 재방문의도는 대체적으로 만족도와 유사한 경향성을 보였으나 일부 변수에서는 유의미한 차이가 나타났다. 우선, 모델 1의 설명력(R^2)은 2.5%로 F 값은 3.89 ($p=0.000$)로 확인되었으며 성별, 연령, 지역, 월가구소득 변수가 통계적으로 유의하게 나타났다.

만족도와 다른 분석 결과를 중심으로 살펴보면, 연령의 경우 40대가 정적(+) 영향을 보였으며 영향력도 가장 큰 것으로 나타났다. 이 결과는 특히 40대 기혼자의 경우는 공간에 대한 전반적인 만족도가 높지 않더라도, 동반 자녀의 문화체험활동을 위해(이상숙·이재수, 2023) 재방문할 의도를 지닌 것으로 해석할 수 있다. 한편 만족도에서는 영향력이 가장 컸던 20대의 경우 재방문의도에서 그 비중이 세 번째로 낮아졌는데, 이는 새로운 문화경험을 추구하는 20대의 재방문을 자극할만한 요소가 부족하다는 점을 보여준다. 이러한 결과는 직업의 세부 범주인 학생의 재방문의도가 만족도와 달리 통계적으로 유의하지 않게 나타난 점과도 연결시켜 이해할 수 있다. 즉 학생 그룹은 새로운 문화경험의 참여도가 높은 편인데(문화체육관광부, 2023), 유휴재생공간에서 이러한 영향을 지속시킬 요소가 필요하다는 것을 보여준다.

그다음 모델 2의 설명력(R^2)은 9.7%, F 값은 10.23($p=0.000$)으로 나타났고 방문 목적, 방문 횟수, 평균 체류시간의 재방문의도가 통계적으로 유의하게 나타났다. 방문 목적은 전시·공연, 교육·체험, 휴식·기타, 공간이용 순으로 재방문의도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 만족도와 달리 교육체험이 전시공연 다음으로 재방문의도에 영향을 주는 것으로 확인되어, 앞서 해석한 40대 기혼자 그룹의 재방문의도가 유의하게 나타난 내용을 뒷받침해주는 결과라고 이해할 수 있다. 동반자의 경우, 만족도와 달리 친구·기타 그룹의 재방문의도도 유의하지 않게 나타났다. 이는 돌봄의 역할에서는 자유롭다고 해도, 친구·기타 그룹과 동반해 함께 즐길 수 있는 프로그램의 부족할 경우 재방문을 유도하기 어렵다는 의미로 해석할 수 있다.

방문횟수와 평균이용시간에 대한 재방문의도는 모두 정적(+) 영향으로 나타났으며, 분석 결과는 만족도와 전반적으로 유사하게 나타났다. 평균이용시간의 경우, 만족도와

마찬가지로 1~2시간 구간에서 재방문의도가 가장 높은 것으로 확인되었다. 다만 방문 횟수에서는 영향력의 방향성 차이를 보였다. 만족도에서는 방문횟수가 증가함에 따라 비선형적인 형태 즉 최초 방문보다 2~3회 방문에서 증가하다가 4~10회에서는 감소한 뒤, 11회 이상에서는 다시 증가하는 것으로 나타났지만, 재방문의도에서는 영향력이 선형적으로 증가하는 것으로 확인되었다. 또한 방문횟수가 만족도에 미치는 영향력보다 재방문의도에 미치는 영향력이 전반적으로 더 크게 나타났는데, 이는 재방문의사를 결정하는데 만족도도 중요하지만 기존의 방문 횟수가 더 큰 영향을 미치는 것으로 이해할 수 있다.

마지막으로 모델 3의 설명력(R^2)은 46.9%로 크게 향상되었으며, F 값은 73.1($p=0.000$)로 확인되었다. 이는 독립변수가 종속변수인 재방문의도에 유의미한 영향을 미치며, 특히 최종 모델 3에서 설명력이 약 50%에 해당한다는 점은 독립변수의 설명력이 매우 높다는 것을 의미한다. 재방문의도는 만족도와 달리 공간디자인, 프로그램, 접근성 요인만 통계적으로 유의하게 나타났다. 표준화 회귀계수를 통해 재방문의도의 영향을 미치는 요인의 영향력 크기를 살펴보면, 프로그램 0.301, 공간디자인 0.279, 접근성 0.144 순으로 나타났다. 이 결과는 재방문의도에서 프로그램이 공간디자인보다 더 큰 영향력을 지닌다는 점을 확인해 주며, 만족도뿐만 아니라 재방문의도에서도 가장 중요한 영향 요인이 프로그램이라는 점을 실증적으로 밝혀낸 매우 의미있는 결과라고 할 수 있다.

또한 편의시설이 아닌 접근성이 통계적으로 유의하게 나타난 것은, 재방문을 유도하기 위해서는 물리적 접근성이 중요하다는 것을 설명해준다. 이는 만족도에서는 공간디자인과 프로그램의 보완재 역할이 더 클 수 있지만, 재방문에서는 필수적인 요소로 작용한다는 이전 연구 결과(유명희, 2012)를 지지한다. 즉 지속적으로 재방문을 이끌어내기 위해서는 접근성이라는 기본 조건이 먼저 갖춰질 때, 공간디자인과 프로그램의 만족도 효과가 충분히 발휘되거나 향상되고 공간에 대한 장소애착이 형성될 가능성도 높아진다는 것이다.

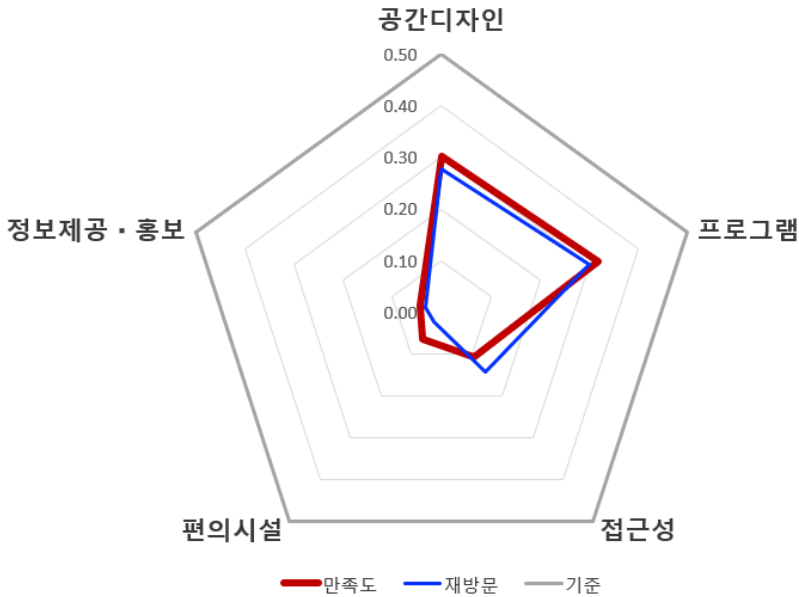
이상의 분석 결과들을 종합해 보면, 지속적인 재방문을 유도하기 위해서는 이용자의 재방문 욕구를 자극하고 장소애착을 형성시킬 수 있는 프로그램의 역할이 중요하다는 것을 알 수 있다. 이는 특정지역 기반의 이전 연구에서 재생공간 충성도에 프로그램이 유의한 영향을 미친다는 결과(이유리, 2014)와 일치하고 재방문의도에 공간환경이

유의한 영향을 미친다는 결과(이상숙·이재수, 2023)와는 차이를 보이는데, 전국 조사를 통해 확인된 본 분석 결과의 대표성을 강조해준다.

편의시설과 정보제공·홍보는 만족도와 달리 재방문의도에서 통계적으로 유의하지 않게 나타났다. 이러한 결과는 편의시설이 주된 방문 목적이라기보다는, 프로그램 참여와 공간이용을 위한 부수적인 역할을 하기 때문으로 해석할 수 있다. 즉 이용자가 편의시설에 만족하더라도, 주요 영향 요인처럼 재방문의도에 영향을 미치지 않음을 시사한다. 이런 맥락에서 정보제공·홍보도 최초방문의 만족도에는 유효할 수 있으나 그 자체가 재방문의 동기로 이어지지 않는다고 볼 수 있다. 결국 편의시설 확충이나 홍보 활동보다는, 실제로 매력있는 프로그램과 공간디자인 설계 및 개선이 이용자 만족도와 재방문의도를 높이는 핵심 요인이라는 점을 보여준다.

이상의 내용을 종합해 보면, 만족도와 재방문의도의 분석결과는 대체적으로 유사한 경향을 보였지만 두 변수에 영향을 미치는 요인에서는 차이를 드러냈다(그림 1).

[그림 1] 유희재생공간의 만족도 및 재방문의도 영향 요인 비교



주 : 0.00~0.50은 영향요인의 표준화 회귀계수(β)를 의미함

만족도에서는 공간디자인, 프로그램, 편의시설, 접근성, 정보제공·홍보라는 영향 요인 전체가 유의미한 영향을 미친 반면, 재방문의도에서는 공간디자인, 프로그램, 접근성만 통계적으로 유의하게 나타났다. 특히 만족도와 재방문의도 모두에서 프로그램이 공간보다 더 큰 영향력을 지닌 것으로 나타나, 지속적인 재방문을 유도하기 위해서는 프로그램의 역할이 공간 환경보다 더 중요하다는 점이 실증적으로 확인되었다. 이러한 결과는 지속가능한 공간 조성과 운영을 위해서는 만족도와 재방문의도를 별개의 개념으로 구별해 접근할 필요가 있음을 시사한다.

V. 결론 및 함의

본 연구는 「유휴재생공간 이용자 만족도 및 방문자 조사 2023」 데이터를 통해, 이용자 만족도와 재방문의도에 영향을 미치는 요인을 비교·분석함으로써, 지속가능한 유휴재생공간 정책 수립의 기초를 마련하였다. 연구 결과에 따른 함의는 다음과 같다.

첫째, 공간디자인, 프로그램, 접근성, 편의시설, 정보제공·홍보는 만족도와 재방문의도에서 유의미한 차이를 보였다. 만족도에서는 프로그램, 공간디자인, 편의시설, 접근성, 정보제공·홍보 순으로 모두 유의미한 영향을 보인 반면, 재방문의도에서는 프로그램, 공간디자인, 접근성만 통계적으로 유의하게 나타났다. 특히 프로그램은 공간디자인보다 만족도와 재방문의도에서 더 큰 영향력을 지닌 것으로 나타났으며, 전체 영향 요인 중에서 가장 큰 영향력을 보였다. 이러한 결과는 유휴공간재생에서 공간 환경의 중요성을 주장하는 기존 연구(강동진, 2010; 김현정·황연숙, 2017; 심가인, 2023; 왕발부·윤지영, 2016; 최재현, 2021)와는 차이를 보이지만, 프로그램이 공간 환경보다 중요하다고 밝힌 연구(김혜영, 2022; 류가연, 2019; 박지원·류승완, 2020; 이유리, 2014)와는 일치하며, 전국 조사 데이터를 통해 실증한 본 연구 결과의 대표성과 신뢰성을 강조해준다. 또한 프로그램 기획과 운영이 유휴공간의 지속가능성에 핵심 역할을 한다는 점을 실증적으로 보여준다. 이는 이용자의 만족도와 재방문을 유도하기 위해서는 단순한 물리적 공간 재생을 넘어 그 안에서의 장소감을 창출하는 프로그램 설계와 운영에 더욱 중점을 둘 필요가 있음을 시사한다.

둘째, 접근성의 경우 만족도와 재방문의도 모두에서 유의미하게 나타났다. 특히 재

방문의도에서는 편의시설이 아닌 접근성이 유의하게 나타났는데, 이는 물리적 접근성이 만족도에서는 공간디자인과 프로그램 효과를 보완하는 역할을 하지만, 지속적인 재방문을 유도하기 위해서는 필수 조건에 해당한다는 점을 보여준다. 다시 말해 이용자의 재방문을 위해서는 대중교통과 보행 환경 등 물리적 접근성이 보장되거나 개선되어야 한다고 이해할 수 있다.

셋째, 편의시설과 정보제공·홍보는 만족도에는 유의한 영향을 보였지만, 그 영향력은 상대적으로 낮게 나타났다. 반면 재방문의도에서는 통계적으로도 유의하지 않은 것으로 분석되었다. 이는 편의시설, 정보제공·홍보는 최초 방문의 만족도에는 유효할 수 있으나, 그 자체로 재방문의 동기로 이어지지 못한다는 점을 의미한다. 따라서 유휴공간재생의 만족도나 재방문의도를 높이기 위해서는, 단순한 물리적 편의시설의 확충은 지양하고, 이용자 수요에 적합한 시설을 조사하고 조성하는 것이 필요하다. 또한 정보제공·홍보의 분석결과는 유휴재생공간에 대한 정보가 이용자에게 충분히 전달되지 않고 있음을 시사한다. 따라서 파급효과를 높이려면, 지인추천과 SNS채널을 통한 입소문을 활용하는 등 다양한 채널을 통합적으로 관리하는 전략이 요구된다.

넷째, 성별, 연령, 지역, 직업, 가구월소득은 만족도와 재방문의도에 모두 전반적으로 유의한 영향을 미쳤으나, 세부 범주별로 차이를 보였다. 20~30대는 만족도와 재방문의도에서 모두 유의한 영향을 보였으며, 학생 집단은 만족도에서만 유의한 영향을 나타냈다. 반면 40대는 재방문의도에서만 유의미한 영향을 보였는데, 특히 기혼자 그룹의 경우 동반 자녀의 문화체험 활동을 중요시하기 때문으로 해석된다. 이러한 결과는 유휴재생공간의 주요 이용층이 기존 20~30대 젊은층뿐만 아니라, 40대 가족단위 그룹까지로 포함됨을 보여준다. 두 집단 모두 새로운 경험을 요구하기 때문에, 각 집단의 특성을 반영한 맞춤형 프로그램과 운영 전략이 필요하다.

방문 목적, 동행자, 방문 횟수, 평균 체류시간 등의 방문자 특성 역시 만족도와 재방문의도에서 대체적으로 유사한 경향을 보였으나, 세부 범주별로는 차이가 확인되었다. 방문 목적의 경우, 만족도에서는 전시·공연이 가장 큰 영향을 주는 요인이며, 그 다음 공간이용, 교육·체험, 휴식·기타 순으로 확인되었다. 반면, 재방문의도에서는 교육·체험 목적이 전시·공연 다음으로 높은 영향력을 보였는데, 이는 자녀의 문화체험교육을 중요하게 여기는 40대의 재방문의도가 통계적으로 유의하게 나타난 결과와 연결된다. 방문 횟수와 평균 체류시간의 경우 만족도와 재방문의도 모두에서 유의한 영향을 보

였다. 평균체류시간의 경우 1~2시간 구간에서 만족도와 재방문의도가 가장 높은 것으로 나타났는데, 해당 구간이 이용자가 프로그램, 상업시설, 공간 이용 등을 복합적으로 경험하기에 가장 적합하다는 것을 보여준다. 방문 횟수의 경우, 횟수가 늘어날수록 만족도와 재방문의도가 증가하는 경향을 보였지만, 만족도에서는 2~3회까지는 증가하다가 4~10회에서는 감소를 거쳐, 11회 이상에서는 다시 증가하는 비선형 패턴을 보였다. 이러한 사실은 재생공간에서 매력적인 전시·공연, 교육·체험 등의 프로그램이 부족할 경우 일시적인 만족도나 재방문은 가능하나, 지속적인 재방문을 유도하기는 어렵다는 점을 보여준다. 반대로 재생공간이 매력적인 프로그램을 지닐 때 방문만족도와 체류시간이 늘어나고(윤한·윤희정, 2018; 김혜영, 2022), 재생공간의 충성도에 영향을 미친다(이유리, 2014)는 이전 연구와도 맥을 같이 한다. 따라서 방문시 1-2시간 이내에 이용자를 만족시킬 수 있는 매력적이고 의미있는 다양한 프로그램 개발을 통해, 이용자의 자발적인 참여와 장소애착을 이끌어내는 운영 전략이 요구된다.

본 연구는 임의표집 기반이나 특정 사례 중심의 기존 연구와 달리, 전국 단위의 정부 기관 조사 데이터를 활용해 결과의 신뢰성과 대표성을 높였다는 점에서 의미를 지닌다. 특히 공간디자인, 프로그램, 접근성, 편의시설, 정보제공·홍보라는 다섯 가지의 영향 요인을 도출해 이용자의 만족여부를 측정할 수 있는 일반화된 분석틀을 제시함으로써, 다양한 유형의 유휴재생공간에 실질적으로 적용할 수 있는 기준을 마련하였다. 또한 현재의 만족 여부를 평가하는 만족도와 미래의 재이용 의지를 확인하는 재방문의도를 별개의 개념으로 구분하고, 각각에 미치는 영향 요인을 파악해 체계적으로 비교·분석하였다. 이를 통해 유휴재생공간의 조성과 지속가능한 운영을 위한 실증적 근거를 제공하며, 향후 정책 수립의 기초자료로 활용될 수 있다는 점에서 의의가 있다.

하지만 본 연구는 만족도와 재방문의도를 별개의 개념으로 다루기 위해 위계적 회귀 분석을 활용했기 때문에, 만족도가 재방문의도에 미치는 매개효과를 직접적으로 검증하지는 못했다. 향후 구조방정식 모형(SEM)이나 매개회귀분석 등의 방법을 적용해, 만족도가 재방문의도에 미치는 영향 관계와 그 매개효과를 구체적으로 파악해볼 필요가 있다. 또한 다양한 유형의 유휴재생공간을 종합적으로 분석하기 위해 공간별 규모, 용도, 프로그램의 종류, 지역적 맥락 등 세부적인 특성을 충분히 반영하지 못하고 분석이 이루어졌다. 이에 프로그램이 만족도와 재방문의도에 가장 큰 영향을 미친다는 결론에는 한계가 존재할 수 있다. 한편 본 연구는 이용자 경험에 영향을 주는 다섯 가지 요인

을 중심으로 분석하였으나 운영방식, 전문기획가 유무 등 실제 재생공간을 구성하는 구체적 영향 요인이 무엇인지까지 반영하지 못했다는 한계를 지닌다. 따라서 후속 연구에서는 공간 특성을 고려한 세부 요인들을 추가로 파악하고, 이들 요인이 이용자 만족과 재방문에 어떤 영향을 미치는지를 분석할 필요가 있다.○

[참고문헌]

- 강동진(2010), 산업유산 재활용을 통한 지역재생 방법론 연구-산업 유형별 비교를 중심으로, 「도시설계」, 11권 1호, 157-178.
- 강동진 · 이석환 · 최동식(2003), 산업유산의 개념과 보전방법 분석, 「국토계획」, 38권 2호, 7-20.
- 김다솜 · 김형일(2022), 디저트카페의 고객접점서비스가 고객만족과 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구, 「외식경영연구」, 25권 4호, 7-27.
- 김동준 · 이상규(2012), 테마파크 구성요소가 만족과 재방문의도에 미치는 영향 연구: 중국 유학생의 E테마파크 방문객을 중심으로, 「호텔경영학연구」, 21권 4호, 201-213.
- 김용남(2020), 유휴산업시설을 활용한 지역문화공간의 특성 및 지역민들의 인식연구-경북 영주148아트스퀘어 사례를 중심으로-, 「인문사회 21」, 11권 2호, 1089-1102.
- 김영은 · 김신원(2023), 유휴공간 활용을 재생된 공원의 조성실태 및 공간 특성 사례분석 연구 -시흥갯골생태공원, 인천 소래습지생태공원을 중심으로-, 「한국디자인문화학회지」, 29권 3호, 65-80.
- 김유림(2021), 「유휴공간 활성화 사업에 따른 지각된 가치가 만족, 장소 애착, 행동의도 및 지지에 미치는 영향- 전라남도 목포시 구도심 ‘괭잡아마을’을 중심으로」, 경희대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김인호 · 윤재은(2016), 유휴 산업시설을 활용한 국내 전시관의 재생사례 연구 , 「한국공간디자인학회 논문집」, 11권 3호, 131-142.
- 김지영 · 김경순(2012), 지속가능성을 고려한 유휴산업시설 활용계획에 대한 연구: 복합문화공간으로 활용된 사례를 중심으로, 「대한건축학회 추계학술대회 발표집」, 43권 2호, 1-4.
- 김현정 · 황연숙(2017), 유휴시설을 활용한 전시공간 재생디자인 특성에 관한 연구-유휴 산업시설과 유휴 비산업시설을 중심으로-, 「한국실내디자인학회논문집」, 26권 6호, 145-154.
- 김현주 · 이상호(2011), 유휴공간 재활용 획에 나타나는 도시재생개념의 영향 분석-기존 연구에 등장하는 계획 사례를 중심으로-, 「대한건축학회연합논문집」, 27권 6호,

103-112.

김현주·이상호(2012), 입지 유형에 따른 유휴 산업시설의 재활용 계획 특성 연구-문화공간을 통한 소프트웨어적 활용을 중심으로-, 「대한건축학회연합논문집」, 28권 4호, 119-126.

김혜영(2022), 「산업유산을 활용한 복합문화공간의 브랜드 자산이 방문객 만족도에 미치는 영향에 관한 연구」, 중앙대학교 대학원 석사학위 논문.

도준석·오광석(2019), 사례 분석을 통한 폐 산업시설 및 유휴공간 재생 방향 연구-국내 폐 산업지 재생사례를 중심으로-, 「대한건축학회연합논문집」, 21권 2호, 17-25.

류가연(2019), 지역성을 기반으로 한 인천 문화예술 공간 활용 및 활성화 방안 연구, 「지역산업연구」, 42권 2호, 101-119.

문일요(2020.2.25), 시설만 지으면 문화 소외 해결?... 지방 전시장·공연장 텅 비었다, 「조선미디어」.

문화체육관광부(2023), 「2023 국민문화예술활동조사」.

박미라·김문덕(2014), 유휴산업시설 재생을 통한 상하이 창의공간에 나타난 디자인 표현 특성, 「한국실내디자인학회집 논문집」, 23권 6호, 33-41.

박선미(2013), ‘遊休空間’의 역사·문화성을 활용한 콘텐츠화 방안-신안 증도 폐염전 및 소금창고 활용사례를 중심으로-, 「인문콘텐츠」, 161-189.

박수린·이정교(2018), 유휴산업시설을 활용한 복합문화공간의 공간적 특성에 관한 연구, 「한국공간디자인학회 논문집」, 13권 6호, 155-164.

박종원·윤성준·최동춘(2003), 의류서비스품질과 이미지가 고객만족과 재이용의사에 미치는 영향에 관한 연구, 「서비스경영학회지」, 4권 1호, 57-81.

박지원·류승완(2021), 유휴공간을 활용한 복합문화공간의 장소성 형성에 관한 연구, 「관광경영연구」, 24권 4호, 163-185.

서금홍(2021), 유휴공간의 문화적 재생을 통한 지역 활성화에 관한 사례연구-울산시(중구 ‘문화의 거리’, 남구 ‘김유신 문화거리’, ‘장생포 문화창고’)사례를 중심으로-, 「대한건축학회연합논문집」, 23권 5호, 57-64.

서우석·이경원(2018), 문화예술회관 수요에 대한 시론적 분석과 정책적 시사점, 「문화정책논총」, 32권 1호, 5-29.

서정희·장민숙·박상욱(2012), 근린공원 구성요소가 이용자 만족에 미치는 영향, 「휴양 및경관연구」, 13권 2호, 59-66.

- 송현나·구자준(2020), 공연예술박물관 전시의 체험특성이 관람객 재방문의도에 미치는 영향, 「기초조형학연구」, 21권 2호, 145-159.
- 쉬지아람·윤지영(2021), 유희산업시설 재생을 통한 복합문화공간의 지속가능성 연구-부산 키스라이어센터를 중심으로-, 「한국공간디자인학회 논문집」, 16권 4호, 381-394.
- 신재령·이정교(2020), 유희산업시설의 장소 자산화를 통한 도시브랜드 전략, 「한국공간디자인학회 논문집」, 15권 7호, 129-140.
- 신재령·이정교(2021), 국내 유희공간재생관련 연구 비교분석을 통한 지속가능한 재생 방향 연구-2000년 이후의 연구를 중심으로-, 「한국공간디자인학회 논문집」, 16권 3호, 23-34.
- 심가인(2023), 재생건축 카페 서비스스케이프의 MZ세대 소비자 경험에 관한 연구-프랜차이즈 카페와의 비교를 중심으로-, 「한국공간디자인학회 논문집」, 18권 5호, 97-110.
- 안성숙(2018), 서비스 진정성이 고객만족과 구전 및 재이용의도에 미치는 영향-항공사 서비스를 중심으로-, 「한국항공경영학회지」, 16권 1호, 91-105.
- 양혜원(2016), 「지역특성을 고려한 문화기반시설 배치 방안 연구」, 한국문화관광연구원 기본연구 (2015), 41.
- 오지운·성진·정주철(2023), 문화기반시설의 지역간 격차와 영향요인 분석, 「국토계획」, 58권 1호, 5-15.
- 오현경·이윤석(2023), 한국의 가족 가치관에 영향을 미치는 요인, 「인문사회 21」, 14권 1호, 1779-1794.
- 유명희(2012), 테마파크의 서비스 품질과 이용성이 재방문의도에 미치는 영향연구, 「경관과 지리」, 22권 1호, 53-64.
- 윤보람(2022.11.27), 박원순표 문화비축기지 2026년까지 재정비...대형 랜드마크 건립 검토, 「연합뉴스」.
- 이덕진(2014), 「유희공간을 재활용한 문화공간 구축에 관한 연구」, 경성대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이상숙·이재수(2023), 유희공간을 활용한 문화재생시설 방문객의 특성이 만족도와 재방문의도에 미치는 영향, 「도시부동산연구」, 14권 4호, 5-28.

- 이유리(2014), 「지역 공공예술창작공간 방문객의 충성도에 영향을 미치는 요인 연구 -서울시창작공간 성북예술창작센터를 중심으로-」, 가톨릭대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이은성(2021), 「사회적 기업이 운영하는 커뮤니티 시설의 이용 만족도가 사회적 자본 형성에 미치는 영향 분석」, 한양대학교 대학원 석사학위 논문.
- 임상연 · 이세영 · 김현중(2023), 도시재생사업의 생활SOC 공급 효과: 문화시설의 입지 효율성 및 접근성 개선을 중심으로, 「GRI연구논총」, 25권 3호, 77-98.
- 임한희 · 구유리(2023), MZ세대 참여를 위한 경험 디자인의 전략적 방향성에 관한 연구, 「브랜드디자인학연구」, 20권 3호, 1425-440.
- 전영훈 · 신동철(2010), 산업유산의 재생을 통한 공공영역 구축방식에 관한 연구, 「대한건축학회논문집」, 26권 9호, 11-20.
- 조명래(2011), 문화적 도시재생과 공공성의 회복 : 한국적 도시재생에 관한 비판적 성찰, 「공간과 사회」, 21권 3호, 39-65.
- 조연주 · 신경주(2011), 유희산업시설의 컨버전 사례 분석, 「한국실내디자인학회 논문집」, 20권 3호, 59-68.
- 지역문화진흥원(2020), 「유희공간문화재생사업성과요인분석연구」.
- 지역문화진흥원(2021a), 「유희공간문화재생사업공간운영실태조사」.
- 지역문화진흥원(2021b), 「유희공간문화재생활성화방안연구」.
- 지역문화진흥원(2023), 「2023 유희공간 문화재생 공간 이용자 만족도 및 방문자 조사」.
- 최명일 · 이귀옥 · 박조원(2017), 문화 자원이 미술관 체험 만족 및 관람 후 행동 의도에 미치는 영향, 「문화정책논총」, 31권 2호, 54-73.
- 최병성 · 김성군 · 장칭건(2024), 유희산업시설을 재활용한 복합문화공간의 경험 디자인 특성 연구, 「일러스트레이션 포럼」, 25권 78호, 21-33.
- 최재현(2021), 유희공간의 도시재생을 위한 물리적 정비요인이 이용의도에 관한 연구: 장소 애착의 매개효과를 중심으로, 「한국산학기술학회논문지」, 22권 8호, 450-463.
- 최지혜 · 이신행(2023), 문화예술회관과 구분되는 산업유산을 활용한 문화주도 재생시설 방문객의 장소감 비교: 온라인 리뷰와 바이텀 토픽모델(BTM)을 활용하여, 「문화정책논총」, 37권 2호, 89-129.
- 최진욱 · 이주형(2016a), 유희공간의 재생이 주민 삶의 질 및 지역경제 활성화에 미치는 영

- 향구조 분석, 「한국콘텐츠학회 논문지」, 16권 2호, 129-142.
- 최진욱·이주형(2016b), 유휴공간의 유형별 재생이 지역 활성화에 미치는 영향 분석, 「한국산학기술학회논문지」, 17권 5호, 478-489.
- 최찬양·진동석·이윤석(2023), 2SFCA 기법을 활용한 서울시 문화공간 보행 접근성 분석, 「문화정책논총」, 39권 1호, 127-162.
- 통계청(2024), 2023 인구주택총조사 등록센서스 방식 결과, Available: https://kostat.go.kr/board.es?mid=a10301010000&bid=203&act=view&list_no=431972 (2025.3.20.검색)
- 한국공예디자인문화진흥원(2014), 「폐산업시설 등 유휴공간의 문화예술공간 조성방안 연구」.
- 행정안전부(2023), 주민등록 인구통계, Available: <https://jumin.mois.go.kr> (2025.3.21.검색)
- 황동호·채정우(2018), 국내 유휴공간의 문화적 재생을 위한 공간디자인정책 현황 연구, 「한국공간디자인학회 논문집」, 13권 6호, 31-40.
- 황동호(2019), 문화재생 공간디자인에 대한 이용자 평가 연구, 「한국공간디자인학회 논문집」, 14권 4호, 33-42.
- 황미선·안선정(2023), 베이커리카페의 선택속성이 이용만족과 재이용의도에 미치는 영향, 「산업혁신연구」, 39권 4호, 311-320.
- 황수정·정의영(2023), 패밀리 레스토랑의 물리적 환경이 서비스 품질 및 고객만족에 미치는 영향, 「제58차 경기국제관광학술대회」, 303-313.
- 황진하·김기영(2024), 베이커리카페의 물리적 환경이 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향 -수도권 윈도우 베이커리카페 중심으로-, 「외식경영연구」, 27권 5호, 51-72.
- Bianchini, F.(1999), Cultural planning for urban sustainability. In Nyström, L. & Fudge, C.(Eds.), Culture and cities: Cultural processes and urban sustainability(34-51), Stockholm: The Swedish Urban Development Council.
- Bourdieu,P.(1984), Distinction: A social critique of the judgement of taste, Cambridge, MA: Harvard University.
- DiMaggio, P., & Useem, M.(1978). Social class and arts consumption: The origins

- and consequences of class difference in exposure to the arts in America, *Theory and Society*, 5(2), 141-161.
- Evans, G.(2001), Cultural planning: An Urban Renaissance? London: Routledge.
- Fornell, C.(1992), A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience, *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21.
- Garcia, B.(2004), Cultural policy and urban regeneration in Western European cities: Lessons from experience, prospects for the future, *Local Economy*, 19(4), 312-326.
- Howard, J., & Sheth, J.(1969), The theory of buyer behavior, New York: John Wiley & Sons.
- Oliver, R. L., & Swan, J. E.(1989), Consumer perceptions of interpersonal equity and satisfaction in transactions: A field survey approach, *Journal of Marketing*, 53(2), 21-35.
- Pine, B. J. II, & Gilmore, J. H.(1998), Welcome to the experience economy, *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105.
- PPS(2000), How to Turn a Place Around, 김봉원 역(2008), 「좋은 장소를 만드는 방법」, 태림문화사.

[Abstract]

Factors Influencing User Satisfaction and Revisit Intention in Idle Space Regeneration: Evidence from a Nationwide Survey in South Korea

Yun, Seo-Won · Lee, Yun-Suk

From 2018 to 2023, idle regeneration spaces, including disused industrial facilities, closed schools, and warehouses, have proliferated nationwide. Meanwhile, cases of facility renovation and closure have also increased, highlighting the need to reassess strategies for sustainable operation. This study utilizes data from the representative, government-led, nationwide survey on idle regeneration spaces in South Korea, the “2023 User Satisfaction and Visitor Survey of Idle Regeneration Spaces,” to empirically analyze the relative influence of five factors—space design, programming, accessibility, amenities, and information and promotion—on user satisfaction and revisit intention. Three key findings are identified. First, programming exerts a stronger effect than space design on both user satisfaction and revisit intention, indicating that designing and operating programs tailored to user needs are central to the sustainability of regenerated spaces. Second, accessibility significantly affects both the outcome variables, namely user satisfaction and revisit intention, confirming that physical access is critical for encouraging repeat visits. Third, visitor attributes—such as visit purpose, frequency, and average duration—significantly influence both user satisfaction and revisit intention; the highest user satisfaction and revisit intention were observed among those visiting for 1 to 2 h to attend exhibitions or gain educational experiences. By comparing and analyzing these determinants—affecting not only user satisfaction but also revisit intention—using reliable, large-scale data, this study provides empirical evidence to inform the planning

and management strategies of idle space regeneration projects.

[Keywords] idle space regeneration, user, satisfaction, revisit intention, determinants

Yun, Seo-Won_Ph.D. Candidate, Department of Urban Sociology, University of Seoul / First Author(won668801@uos.ac.kr)

Lee, Yun-Suk_Professor, Department of Urban Sociology, University of Seoul / Corresponding Author(yslee@uos.ac.kr)

