

# 소비자 금융환경 변화에 따른 복합공간으로서의 은행 영업장 공간 계획에 관한 연구

A Study on the Space Planning of Bank Business Place as a Complex Cultural Space based on Change in Consumer Financial Environment

**Author** 황선기 Hwang, Sun-Gi / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내설계전공 석사과정  
윤은경 Yun, Yean-Kyung / 정희원, 홍익대학교 건축도시대학원 실내설계전공 교수, 건축학박사\*

**Abstract** As the development of IT technology brought a new paradigm in financial environment, various ways of financial transaction for consumers have appeared. This expended spending activity areas and brought freedom and flexibility in financial transaction regardless of the time and place. Accordingly, physical space will be needed which can be provided information of high quality financial services for consumers' desire and wide-ranging consume activity. However, the bank business place, the offline, is on trend toward reduction or disappearance because of using mobile and smart banking. Bank business place as a financial institution is important space to secure new customers, sell products to existing customers and maintain financial service. It wants to be changed as a complex space of consumer centered financial and culture. For this, the researcher uncovered the needs of consumers, identified the type of bank business place and classified facilities and spatial form accordingly. In addition, we want to identify the spatial composition factor for spatial planning with case study. The researcher, through this, has significance to the research for transforming to be a complex space which provides various programs for consumers based on change in financial environment.

**Keywords** 소비자 금융환경, 은행영업장, 복합공간  
Consumer Financial Environment, Bank Business Place, Complex Space

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경과 목적

현대사회의 변화는 정보화시대에 맞춰 급속도로 발전하고 있으며 그 위를 뛰어넘어 IT 기술로 보이지 않는 영역까지 활발히 활성화 되고 있다. 이에 미치는 영향으로 금융시장의 혁명을 불러 왔으며 다양한 금융 거래가 나타나기 시작하면서 소비자 금융생활의 변화를 가져왔다. 새로운 라이프 스타일을 추구하는 현대인들이 증가해 소비자의 니즈에 따른 금융욕구가 다양해지고 있다. 개인 금융 투자자들의 거래 방식인 인터넷 뱅크로 디지털, 사물 인터넷, 모바일, 전자 결제, 핀테크 등의 신개념이 나타나고 있다. 금융의 새로운 패러다임의 변화로 오프라인 은행의 서비스와 공간에서의 기능적 역할이 축소

되었다. 또한 정보통신의 기술인 전자 금융거래사용 증가로 인하여 대면거래가 비대면 거래로 업무처리가 이루어지면서 업무공간이 줄어들고 고객 상담실 위주로 공간을 활용하는 경우가 증가하고 있다. 소비자들의 온라인 거래와 은행영업점 거래의 비율이 10명중 8명은 비대면 방식으로 금융거래를 한다. 하지만 20%의 금융소비자들은 은행고유의 기능인 금융 매개기능과 자산관리 서비스 등의 제공을 받고자 은행영업장을 필요로 하고 있으며 소비자 중심의 열린 은행영업장이 존재하길 바란다.

이를 위한 본 연구는 은행영업장을 소비자들뿐 아니라 주민사용 개방공간으로 활성화 하여 지역에 맞춰 특화된 은행영업장을 계획되도록 하며 더불어 이를 위한 프로그램을 고려하여 교육, 예술, 전시 등의 생활편의시설을 확장하거나 소비자들의 금융 욕구에 맞춰 충족 시켜줄 수 있는 서비스 공간이 마련되는 등 복합공간으로서의 은행영업장으로 고려하여 공간을 활성화하여 참여하는데 의의가 있다.

\* 교신저자(Corresponding Author); yyk1118@hongik.ac.kr

## 1.2. 연구 방법 및 범위

소비자금융환경에 따른 변화로 기존의 시중은행영업장이 카페와 문화공간이 접목되어 복합공간으로 변화되고 있다. 이를 위해 본 연구방법으로 2000년 이후의 은행영업장의 복합공간으로서 변화하여 활성화 되어 나타나는 공간을 선정하여 국외와 국내의 사례를 통하여 살펴본다. 이와 더불어 문헌조사 및 참고자료와 사례조사를 활용하여 공간의 계획에 있어 구성하는 요소와 특성 및 표현방법을 분석한다. 이에 따른 공간계획 요소 분석을 위해 본연구자가 제안한 틀을 활용하여 공간의 특성과 표현을 살펴봄과 복합공간으로서의 은행영업장 계획에 있어서 필요한 공간구성의 계획 요소를 제안한다.

## 2. 소비자 금융환경 변화에 따른 은행 영업장과 복합공간의 이해와 고찰

### 2.1. 소비자 금융환경의 변화와 이해

#### (1) 금융환경의 발전과 소비자 행동변화

오늘날 21세기 글로벌 금융환경에 맞춰 금융 산업의 구조적 변화로 새로운 금융상품과 금융서비스가 나타나고 있다. 또한 금융자유화, 금융통합화, 금융증권화, 금융디지털화로 금융혁신을 불러 왔다.

<표 1> 시대에 따른 금융환경의 변화

시대	1950년대	1970~1980	1990년대	2000년대	2010년대
특성 변화	중앙은행인 한 국 은 행 설립	정책 금융의 시대를 거쳐 금융자유화	IT발달과 합RP 금융개발의 시대로 인터넷뱅킹 도입	금융선진화시대인 디지털시대로 금융소비자 중심의 은행 영업	정보통신 기술의 발달과 다양한 금융거래

2010년대에 소비자 중심의 패러다임으로 금융시장과 금융업 발전이 시작되었으며<sup>1)</sup> 정보통신기술의 발달을 발판으로 금융서비스의 혁신을 가져왔으며 더욱더 발달된 자유로운 전자상거래의 ATM CD기사용의 활성화를 시작하여, 사물인터넷, 모바일 뱅킹, 전자상거래, 모바일 뱅킹, 핀테크 등의 다양한 금융거래의 사용으로 소비자들의 시간과 비용을 줄이고 편리함을 가져왔다.<sup>2)</sup> 이로 인해 소비자들은 스마트 금융거래의 사용 폭이 다양해지고 발전된 방법을 사용하고 있다.



<그림 1> 스마트 금융거래

#### (2) 소비자 금융환경 변화에 따른 소비자들의 요구

변화하는 금융환경에서의 소비와 저축이라는 적절한 관계를 형성하기 위해서는 소비자들의 요구에 맞게 접근

할 수 있도록 해주는 사람과 사람으로서의 관계를 통한 오프라인 공간이 필요하다. 스마트해지는 금융환경 변화로서 소비자들의 생활에 있어서 편리성과 경제성을 추구하고 있으며 다양한 경험을 통해 만족을 얻고자 한다. 이는 소비생활의 편의시설로서 각자의 니즈에 만족을 할 수 있도록 상호 작용이 적극 이루어지는 물리적 공간으로서의 매개체가 필요하다.

## 2.2. 은행영업장의 이해와 변화

### (1) 은행영업장의 개념 및 역할

일반적으로 은행의 사전적의미로는 저축자의 예금을 맡는 한편, 대부·어음할인 및 증권의 인수 등을 업무로 하는 대표적 금융기관으로 현금 통화를 공급하는 중앙은행(한국은행)과 예금통화를 공급하는 상업은행(일반은행), 특수은행으로 구성되어 있다. 일반은행은 다시 시중은행, 지방은행, 외국은행지점으로 나누어진다.<sup>3)</sup>

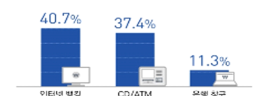
은행영업장의 유형으로는 본점, 지점, 대리점, 법인 거래점포, 소형 기계화 점포, 임시점포 외 무인 ATM, 이동식 영업소, 휴대용 단말기 등이 있으며 소비자들의 거래방법에 따라 간접적으로 거래하는 비대면 채널과 직접적인 거래의 대면채널의 수단<sup>4)</sup>으로 나누어 볼 수 있다.

### (2) 은행영업장의 기능과 공간구성

은행영업장의 공간은 업무와 기능에 따라 구성이 되고 분류된다. 행원들의 업무기능을 수행하는 작업공간과 고객의 대기공간인 객장이 카운터를 경계로 분류되며 기타 부대공간으로 구분한다. 고객공간으로의 객장은 자동화 공간, 출납, 전용창구, 대기공간, 상담실로 구성되며 행원들의 작업공간으로는 오픈 업무공간, 일반 사무공간, 임원공간으로 나누어진다. 부대공간으로 금고, 문서고, 락커룸, 탕비실 등으로 나누어볼 수 있다.

### (3) 소비자 금융환경 변화에 따른 은행영업장의 변화

은행영업장은 직접 대면접촉 거래방식으로 두고 있었으나 정보통신의 발달로 이한 전자 금융거래의 활성화로 은행영업장의 물리적인 기능은 축소되고 고객 중심의 업무를 중심으로 금융 소비자들의 다양한 욕구에 맞춘 서비스 제공을 위하여 융. 복합화 되는 새로운 공간을 창출하는데 보이고 있다. 높은 디지털 뱅킹의 사용으로 일반 은행 영업장 환경 변화로 축소되고 대신 카페나, 다양한 점포 등을 접목시켜 새로운 복합문화공간으로 창출하고자 추진하고 있다.



자료 : 한국은행 16개 시중은행 무점사업본부 고객기준 인포그래픽 공개란, 출처 : KBS

<그림 2> 입출금, 자금이체 업무처리 비중

1) 정홍주, 금융소비자학 연구동향 및 과제[초청논문], 성균관대학교, 2012, p.2  
 2) [네이버 지식백과] 금융기술(서비스) [FinTech, 金融技術] (IT용어사전, 한국정보통신기술협회)

3) [네이버 지식백과] 은행 [bank, 銀行] (한국민족문화대백과, 한국학중앙연구원)  
 4) 텔러뱅킹, 인터넷뱅킹, 모바일뱅킹, ATM 등의 비대면 채널과 은행 영업장을 직접 방문하여 금융서비스를 받는 대면채널을 말한다.

은행영업장의 변화는 내부적인 시스템의 환경변화로써 융·복합 스마트 브랜치, 소형점포, 탄력점포로 보이며 물리적 공간 변화로는 자동화기기 코너 증가, 문화공간형, 고객중심 공간형의 은행영업장으로 나타나는 것을 볼 수 있다.

**(4) 금융거래에 있어 은행영업장의 필요가치**

은행의 영업장이란 공동체를 끌어들이는 소매상점으로 고객과의 상호작용에 필요한 물리적 접점을 제공하며 서비스를 받을 수 있는 장소라고 한다.<sup>5)</sup> 또한 고객들은 대면거래를 통한 금융거래를 원하며 지역에 따라 선호도나 연령에 따라 다양한 유형의 고객들이 영업장을 방문하고 있다. 기계적인 금융환경을 대응하여 사람을 위한 사람이 중심이 되는 관계를 맺는 연결공간으로서 은행영업장이 활성화 되어야 한다.

**2.3. 복합공간으로서의 은행영업장의 이해와 고찰**

**(1) 복합공간의 개념 및 정의**

복합공간은 복합화 된 공간으로 사전적 의미로 하나의 입체 형태 안에 여러 개의 공간이 이루어진 건축 공간이라고 한다.<sup>6)</sup> 일반적인 개념으로 한 공간에 서로 다른 특성의 기능이 어우러져 서로 보완하고 새로운 것을 창출함으로서 소비자들의 다양한 욕구를 만족시켜주는 시설을 의미한다. 즉 복합공간은 여러 가지 사회적인 참여의 기능이 활발하게 이루어질 수 있도록 갖추어진 물리적인 매개체 역할의 공간이라고 본다.

오늘날 사회구성원들은 다양한 라이프스타일과 여가생활을 비롯하여 소비에 대한 욕구증가로 다기능적인 복합화 된 시설이 증가 하고 있으며 최근 복합화 공간으로 다양한 복합공간이 출현하였다.

**(2) 복합공간의 유형별 분류**

복합공간은 여러 가지 유형에 따라 공간을 나타내고 있으며 현대인들의 교류가 이루어지는 곳에서 활성화 되고 있다. 건축의 표현에 있어서 기능과 형태에 따라 예전보다 유연적인 공간으로 다양한 형태를 볼 수 있다.

복합공간은 기능에 따라 문화시설, 업무시설, 상업시설, 공공시설, 주거, 교육시설의 복합공간으로 나누어 분류되며 건축적 형태별 분류로 건물부속형, 단일건물형, 다발형 콤플렉스형, 도시 블록 연계형으로 나누어 볼 수 있다.<sup>7)</sup>

**(3) 복합공간으로서의 은행영업장의 현황**

은행 영업장의 변신은 사무적이고 딱딱한 분위기를 벗어나 고객들의 삶에 밀착된 복합문화공간으로 탈바꿈하고 있다. 우리은행은 기존의 틀을 깨고 차별화된 서비스

를 제공하도록 지역 주민을 위한 ‘사랑방’, 문화센터는 물론 외국인 고객을 위한 ‘어학당’ 등도 생겨났다. 신한은행 영업장 안에 무인 택배 보관함을 설치하였고 KEB하나은행은 다양한 문화 콘텐츠를 즐길 수 있도록 ‘컬처뱅크’로 계획진행중이다. 최근 한국SC은행영업장은 백화점이나 대형마트에 은행 업무를 볼 수 있는 ‘뱅크샵, 뱅크데스크’를 개설하여 야간, 주말에도 은행서비스를 제공하며 70곳에서 운영 중이다. KB국민·신한은행은 유희 점포를 보육센터나 사내 벤처 양성소로 활용하고 있다.




**3. 복합공간으로서 은행영업장의 공간구성 및 계획**

**3.1. 복합공간으로서 은행영업장의 공간유형에 따른 분류**

**(1) 복합공간의 공간형태에 따른 은행 영업장**

선행연구를 참고, 활용하여 복합공간으로서 은행영업장의 공간형태 3가지로 분류하여 일반 업무중심형, 소비자체험 중심형, 서비스 중심형으로 나누어 살펴보았다.

<표 2> 복합공간의 공간형태에 따른 은행 영업장

구분	내용	이미지
일반업무 중심형	일반적인 은행영업장으로 소비자들의 업무처리를 중심으로 영업 창구와 대기하는 공간이 배치되어있는 형태	
소비자 체험 중심형	은행영업장에 다양한 시설을 설치하여 소비자의 업무처리와 함께 문화 활동을 할 수 있도록 마련되는 공간 형태	
서비스 중심형	소형 은행 영업장을 중심으로 고객들의 금융 상품에 대한 서비스 상담을 위주로 갖추어진 공간의 형태	

**(2) 복합공간의 공간의 시설에 따른 은행 영업장**

복합공간으로의 은행영업장의 나타난 시설로서 휴게시설, 문화시설, 비즈니스 시설, 스토어 시설이다. 휴게시설로는 편안하게 대기하며 업무를 처리 할 수 있도록 가구와 분위기를 고려한다. 더불어 문화시설과의 연계성을 두어 동선을 자연스럽게 유도하여 문화적 경험과 여가를 즐길 수 있도록 다양한 프로그램의 시설을 배치한다. 집중적 업무처리를 위해 비즈니스 환경을 조성해주며 개인적인 업무를 할 수 있도록 사무기기를 배치한다. 스토어 시설로는 은행영업장에서 금융상품이 아닌 제2의 상품을 구매 할 수 있도록 계획하여 고려한다.

5) 크리스 스키너, 디지털 뱅크 은행의 종말을 고하다. 초판, 2017

6) [네이버 국어사전], <http://krdic.naver.com/detail.nhn?docid=17243700>

7) ©시사ON, <http://www.sisaon.co.kr>

<표 3> 복합공간의 공간형태에 따른 은행 영업장

구분		이미지
휴게시설	공동의 공간으로 자유롭게 이용 가능하며 개방된 공간으로 소비자들의 편안함이 제공되도록 마련한다.	
문화시설	사회적 참여와 소비자들의 편의시설을 위하여 다양한 프로그램을 제공 하여 접근성 확보에 응이하도록 한다.	
비즈니스 시설	소비자들의 업무처리를 위한 라운지나, 코워킹들의 비즈니스를 위한 공간을 마련 한다.	
스토어 시설	창업자들을 위한 팝업 스토어 형식과 더불어 판매를 할 수 있는 공간으로 시설을 배치한다.	

### 3.2. 복합공간으로서 은행영업장의 공간구성 계획

#### (1) 선행연구에 따른 복합공간으로서 은행 영업장의 공간구성

복합공간으로서 은행영업장의 관한 선행연구를 통하여 소비자들의 사용공간의 특성을 살펴보았으며 은행영업장의 필요한 공간구성을 파악하였다. 이정섭(2006)은 입지 특성에 따른 은행영업장의 중요성을 나타냈으며, 서익천(2014)는 상업시설의 입지와 공간의 내부 레이아웃의 계획을, 조은순(2007)은 금융환경의 변화에 따른 은행영업장의 유형별 공간구성을 연구하였다. 고객들의 트렌드와 소비성향에 관한 연구로는 김장현(2005), 임미라(2009)를 은행영업장의 아이덴티티에 관하여는 박선주(2012)를 통하여 살펴보았다. 금융환경에 변화하는 금융복합공간에 관한 박정식(2015), 박근진(2003), 서지원(2012), 이성재(2016)의 선행연구를 통하여 기능과 시설의 특성과 구성요소를 살펴보고 키워드를 도출하여 분석, 적용하고자한다. 복합공간의 연구로 서수미(2009), 이용선(2012), 박아현(2012), 박영기, 정지영(1994)을 통하여 복합화 유형에 따른 공간특성과 디자인의 표현 방법을 살펴보았다.

복합공간으로서의 은행영업장은 환경적 접근과 편의시설로서의 소비자들의 참여가 중요하며 이를 활성화 시키기 위한 공간의 물리적 공간특성의 구성요소로 소비자의 동선과 작업을 위한 시설과 서비스, 정체성을 위한 브랜드 아이덴티티 등의 변화가 적극 필요함이 나타났다. 이와 함께 은행영업장의 복합공간 활용으로서 다양한 프로그램과 공간구성을 계획하여 경험적 체험을 유도할 통해 소비자들의 욕구에 만족되도록 고려되었다.

#### (2) 복합공간으로서 나타난 은행영업장의 공간구성요소

복합공간으로서의 나타난 은행영업장의 구성요소를 살펴보기 위해 복합화 개념의 공간의 특성과 표현방법을 활용하여 3가지 측면으로 환경적, 물리적, 경험적 측면으로 나누어 연구하고자 한다.

<표 4> 복합공간으로서 은행 영업장의 공간구성 요소

환경적 측면	물리적 측면	경험적 측면
*주변 입지	*공간형태 *사용자 중심시설 *디자인	*능동적 체험 *수동적 체험
*장소성 *접근성	*유연성 *가변성 *탈경계	*문화적 체험 *심미적 체험
*개방성 *공공성	*다기능성 *다중심성	*소비적 체험 *교육적 체험

### 3.3. 복합공간으로서 은행영업장의 공간특성 및 표현

#### (1) 환경적 요소의 특성표현

\*주변 입지적 특성: 주거지와 상업지로 나누어 살펴볼 수 있으며 주변 환경과의 조화와 연계성으로 융합을 이룰 수 있어야하며 친밀성과 함께 자유로운 접근과 편리함을 고려하여야 한다. 지역의 성장과 시장규모의 적정성을 갖추어야 하며 장소성을 인식하도록 공간의 정체성을 나타낸다. 이와 더불어 지역에 따른 소비자들의 생활을 파악하여 사회적 공공 공간으로서 편의시설을 계획하여 개방되어지도록 한다. 복합공간으로서의 은행영업장의 건물형태는 건물부속형과 단일건물형, 지역연계형으로 나누어 파악하며 건물을 통해 소비자들의 자연스러운 접근과 참여를 유도한다. 소비자들의 접근에 있어 건물의 형태에 따라 수직성, 수평성, 연속성 등의 방향성을 인지하게 되며 주변지역과의 자연스러운 연계와 상호관계를 형성 하는데 영향을 미친다.



<그림 3> 용이한 환경의 접근성

<표 5> 환경적 측면의 표현특성

표현특성	내용
장소성	장소의 지형과 외관, 경제적 기능과 사회적 활동 등 장소감각 의미들을 포함하여 장소를 통한 경험적 자극을 말한다.
개방성	개인과 사회, 내부와 외부의 상호 교류가 가능한 공간으로 사용자의 행태, 사회변화에 따른 시대적 요구를 반영하여 변화 할 수 있는 성장 가능한 공간 개념이다. <sup>9)</sup>
접근성	소비자들의 편리하게 이용 할 수 있도록 위치와 교통시설의 용이함을 두어 공간의 상호작용을 극대화 시켜주며 효율성과 형평성 <sup>10)</sup> 이 고려되어야 한다.
공공성	소비자들을 포함한 지역주민들의 편리한 편의시설로 이용 가능하도록 사용자의 중심의 소통의 장으로 요구된다.

- 8) 김가영, 공감각을 통한 공간 인식의 장소성 구축에 미치는 영향에 관한 연구, 동명대 대학원 건축학과, 2017, p.34
- 9) 김선희, '랜드스케이프'공간의 표현 특성에 관한 연구, 홍익대 대학원 공간디자인학과, 2006, p.25
- 10) 서창후, 도시계획사업에 의한 문화시설 접근성 : 대전광역시 소득계층 분류를 중심으로, 한밭대 산업대학원 도시공학과, 2012, p.6

(2) 공간의 물리적 공간특성 표현

\*공간형태: 효율적인 업무처리를 위한 사무기능과 고객의 이용이 편리한 서비스 기능이 가능한 공간구성을 하며 소비자들의 다양한 요구를 충족 시켜주도록 한다. 이를 위하여 소비자들의 자유로운 흐름을 위하여 유연한 공간 활용과 가변적 공간형태, 탈 경계를 형성하며 다양한 역할의 경험을 불러오는 다기능적인, 다 중심적인 영역을 고려하여 계획한다.

\*소비자중심시설: 은행을 사용하는 소비자 중심으로 One Stop System 서비스 시설을 갖추며 차별성을 갖도록 한다. 또한 소비자대기실과 영업장의 창구를 중심으로 형성되는 시설이 아닌 소비자의 의지에 따라 자유롭게 움직일 수 있는 공간을 확보하며 자동화 기계코너와 온라인 이용공간을 설치하여 제공한다.

\*디자인: 은행영업장의 아이덴티티를 고객에게 전달하기 위한 시각적 환경서비스로 공간의 상징성을 표현하는 동시에 기존의 이미지에서 벗어난 차별성을 주는 요소이다. 이를 표현하는 도구로는 색채, 로고, 실내 마감재 등의 시각적 자극을 통한 방법으로 볼 수 있다.



<그림 4> 브랜드 아이덴티티

(3) 참여의 경험적 공간특성 표현

지역 주민이 필요로 하는 공공·문화·복지·여가서비스를 가능한 한 동일 장소에서 경험할 수 있는 것으로 다양한 소비자들의 체험과 참여를 통하여 함께 즐기고 만족하는 상호교류가 이뤄지는 역할을 가진다. 또한 자연스러운 공간이용으로 재방문 하도록 유도하며 이를 위한 시설로 문화적, 소비적, 교육적 시설 등을 구성한다. 이는 두 가지로 능동적 체험과 수동적 체험으로 나누어 볼 수 있다.



<그림 5> 소비자의 경험적 공간

\*능동적 체험으로는 주어진 공간을 통해 참여적 행동으로 이어지는 것으로 지각을 통한 행위로서 문화체험이나 소비체험과 교육체험을 볼 수 있다.

\*수동적 체험으로는 심미적 자극을 통한 감성적인 감각을 느끼는 것으로 공간 환경 조건과 공간적 배치와 기능성, 사인, 심플, 인공물과 같은 물리적 환경을 감상하는 것이다.11)


4. 소비자 금융환경 변화에 따른 복합 공간으로서의 은행 영업장 사례조사

11) 고예린, 브랜드 체험 강화를 위한 플래그쉽 스토어 공간 디자인 연구, 이화여대 공간디자인대학원, 2013, pp.16-17

4.1. 국내, 국외 사례조사 및 분석

국내와 국외 사례를 통하여 복합공간으로서 은행영업장의 공간구성과 특성 표현을 살펴보고자 한다.

<표 6> 국내 사례분석

구분	우리은행 (카페인 브랜치) / 2016			위치	서울시 용산구 이촌동 302-52			
지역 연계	문화	상업	●	건축 형태	건물 부속형	●	수평형	●
	업무	주거	●		단일 건물형	●	수직형	●
	공공	교육	●		다발형,연계형	●	혼합형	●
공간의 구성	시각적 구성			물리적 공간구성				
				(카페 + 은행) 규모:지상1층 *이종업종간의 색다른 결합, (은행+카페) / 삼인삼 (변경전) 은행 + 증권 -> (변경후) 은행 + 카페 대규모 아파트단지내 위치한 은행 지점이 주변 주민들의 모임이 많은 것을 착안하여 은행과 카페를 결합한 지점으로 탄생시킴 (변경후 고객 17% 상승 효과)				
공간 형태	일반 업무	고객 체험	서비스	공간 시설	휴게	문화	비즈 니스	스토어
	●	●	△		●	●	△	●

공간 이미지



공간의 특성표현		표현방법	
환경적 측면	장소성	●	*카페로서의 장소 인지
	개방성	●	*고객에 대한 개방성 최대한 강조
	접근성	△	*유리한 교통시설 이용의 접근 부족
물리적 측면	공공성	●	*카페 이용시 자유로운 공간 사용
	공간의 형태	●	*프랜차이즈 카페 시설에 은행을 접목 (역발상)
	사용자 중심시설	●	*세련된 카페분위기의 유연한 공간사용
경험적 측면	디자인	●	*자유로운 서비스 공간의 사용 극대화, 은행 이미지 탈피
	능동적 체험	●	
	수동적 체험	●	

> 공간의 특성 표현 : 강● 중● 약△

<표 7> 국내 사례분석

구분	하나은행 Flagship Store / 2010			위치	서울시 종로구 명동1가 65-1			
지역 연계	문화	상업	●	건축 형태	건물 부속형	●	수평형	●
	업무	주거	●		단일 건물형	●	수직형	●
	공공	교육	●		다발형,연계형	●	혼합형	●
공간의 구성	시각적 구성			물리적 공간구성				
				(전시/체험공간 + 은행) 규모:지상3층 *기업의 브랜드 성격과 이미지를 극대화, 차별화 하는 마케팅 연출 공간으로 사회공헌 구현에 포커스를 맞춘 전시 공간 디자인이다. 1층에는 전시공간과 환전센터가 위치하고 있으며, "힐링"이라는 컨셉의 도심속 휴식공간이 있다. 2층은 은행 영업장, 3층은 VIP 영업장이 있다.				
공간 형태	일반 업무	고객 체험	서비스	공간 시설	휴게	문화	비즈 니스	스토어
	●	●	△		△	△	●	△


공간 이미지



공간의 특성표현		표현방법	
환경적 측면	장소성	●	*조형적인 외형 디자인, 공공증 유발.
	개방성	●	*전시마케팅 공간연출로 인한 개방된 공간으로서의 자유로움
	접근성	●	*다양한 교통시설의 유리한 접근
물리적 측면	공공성	△	*사회공헌, 기업이미지 표현
	공간의 형태	●	*금융과 전시마케팅으로 공간 분리
	사용자 중심시설	△	*다양한 자동화 시설과 소비자맞춤 공간
경험적 측면	디자인	●	*외관전체를 빛으로 표현, 상징성 강조
	능동적 체험	●	
	수동적 체험	●	

> 공간의 특성 표현 : 강● 중● 약△

<표 8> 국외 사례분석

구분	Capital One Union Square Flagship / 2016			위치	853 Broadway, Union Square, New York			
지역 연계	문화		사업	건축 형태	건물 부속형	수평형		
	업무	●	주거			수직형	●	
	공공	●	교육			다발형,연계형	혼합형	●
공간의 구성	시각적 구성				물리적 공간구성			
	 (카페 + 은행 + 컨설팅 및 직원훈련시설) 규모:지상1~3층, 전체 12,000m2 *1층은 100% 오픈 공간, 현재 Capital One에서 미국 전역에 7개의 Capital 360 Cafe's를 운영중이며, 그중 하나인 Peet's Coffee Shop 및 공동작업공간이 배치되어 있다. 1~2층으로 통해 건물 외벽을 화려하게 장식하며, 시각적으로 가변적인 외관을 연출하고 있다. 또한 1층 공간이 2층으로 계단을 통해 확장되어 보이며, 2~3층에는 개인컨설팅공간, 사무실, 직원훈련시설 및 공공시설로 배치 되어 있다.							
공간 형태	일반 업무	고객 체험	서비스	공간 시설	휴게	문화	비즈 니스	스토어
	●	○	●		○	○	●	○


공간 이미지



공간의 특성표현		표현방법	
환경적 측면	장소성	●	*공간적 존재감
	개방성	●	*외부 시각적 개방감 탁월
	접근성	●	*원활한 교통시설로의 용이한 접근
물리적 측면	공공성	○	*다양한 공간구성으로 자유로운공간사용
	공간의 형태	●	*실내 칸막이를 가급적 배제
	사용자 중심시설	○	*다양한 기능적 공간구성 연출
경험적 측면	디자인	●	*시각적인 색채사용
	능동적 체험	●	*동선간의 자연스러운 결함을 통해 자연
	수동적 체험	●	*스러운 소비자들의 능동적, 수동적 체험

> 공간의 특성 표현 : 강● 중○ 약△

<표 9> 국외 사례분석

구분	Deutsche Bank (Quartier Zukunft) / 2016			위치	Friedrichstr. 181, 10117 Berlin Germany			
지역 연계	문화		사업	건축 형태	건물 부속형	수평형	●	
	업무	●	주거			수직형	●	
	공공	●	교육			다발형,연계형	혼합형	●
공간의 구성	시각적 구성				물리적 공간구성			
	 (은행 + 카페 + 전시공간 + 스타트업부스) 규모:전체 13,000m2 *입구쪽 카페와, 예술품 전시공간으로 배치, 출입문 맞은편엔 호텔프린트를 연상하는 안네데스카가 있으며, 뒤편엔 창구대신 회의용 테이블, 티 테이블, 소파등이 있다. 유리벽 안쪽에 은행직원 30명이 필요시 손님을 상담, 응대한다. ATM기는 실내공간엔 배치하지 않으며, 실내엔 고객을 위한 회의실, 스타트업부스도 배치되어 있다. 스타트업부스는 창업공간과 회의실로 되어 있으며, 100M2(30명) 규모로 유료 운영된다.							
공간 형태	일반 업무	고객 체험	서비스	공간 시설	휴게	문화	비즈 니스	스토어
	●	●	○		○	○	●	●

공간 이미지



공간의 특성표현		표현방법	
환경적 측면	장소성	●	*외부적 공간감을 통한 장소성 인지
	개방성	●	*소비자들의 사용을 위한 개방감
	접근성	●	*원활한 교통시설로의 용이한 접근
물리적 측면	공공성	○	*다양한시설 구성으로 용이한소비자참여
	공간의 형태	●	*공간 분할을 최소화,공간적 개방감 강조
	사용자 중심시설	○	*소비자들중심의 다양한 시설구성
경험적 측면	디자인	●	*세련된 카페분위기로서 감성 자극
	능동적 체험	●	*복잡하지 않고, 활력있는 공간 연출
	수동적 체험	●	*로 능동적, 수동적체험 가능

> 공간의 특성 표현 : 강● 중○ 약△

## 4.2. 분석의 종합

위의 국내, 국외사례분석을 통하여 3가지유형의 은행 영업장으로 분류되며 다양한 공간시설이 복합되어 은행 영업장에 나타난다. 환경적 측면에서는 국외의 경우 공간의 개방성과 자연스러운 접근성, 공공문화공간으로서 장소적 인식을 주었다. 물리적측면에서 국내보다 다양하고 유연한 공간의 형태로 자유로운 은행의 분위기를 연출하였다. 유연한 물리적 공간특성을 통해 소비자들은 다양한 체험을 할 수 도록 경험적측면이 유도된다. 국내의 경우 플래그쉽스토어로 은행영업장을 시행하였으나 운영이 중단되었다. 카페형 은행영업장이 나타나고 있으나 자유로운 공간의 이용과 활용이 부족하다.

## 5. 결론

본 연구의 분석은 다음과 같이 정리하였다. 첫째, 환경적 측면에서 소비자들의 용이한 공간사용을 위하여 장소성, 개방성, 접근성이 용이하며 다양한 시설을 자연스럽게 참여할 수 있는 공공성을 확보한다. 둘째, 물리적 측면에서는 소비자 중심의 공간형태와 자동화기기의 시설, 디자인이 고려되어 소비자의 편리한 공간이용을 도와준다. 자유로운 동선과 오픈된 공간의 공간분할을 최소화하여 유연한 경계를 형성한다. 디자인 계획 시 다양한 상징적 색채를 활용한다. 셋째, 경험적 측면에서 소비자의 체험을 위한 문화공간과 복합되어 플래그쉽 스토어 같은 다양한 문화공간과 소비자의 업무시설이나 상업시설을 배치하여 자유로운 경험이 가능한 복합공간으로서 은행영업장을 활용한다.

본 연구를 살펴본 결과 소비자유형에 따른 다양한 공간구성이 필요하며 고정관념에서 벗어나 금융과 문화의 복합 공간으로 각 지역에 맞는 다양한 콘텐츠를 준비해야 한다. 이어 소비자의 생활의 편의시설로서 새로운 금융문화의 기반이 되도록 모색되어야 한다.

## 참고문헌

1. 고예린, 브랜드 체험 강화를 위한 플래그쉽 스토어 공간 디자인 연구, 이화여대 공간디자인대학원 석사논문, 2013
2. 김가영, 공감각을 통한 공간 인식의 장소성 구축에 미치는 영향에 관한 연구, 동명대 건축학과 석사논문, 2017
3. 김선희, '랜드스케이퍼'공간의 표현 특성에 관한 연구, 홍익대 석사논문, 2006
4. 서창후, 도시계획사업에 의한 문화시설 접근성 : 대전광역시 소득계층 분류를 중심으로, 한밭대 산업대학원 석사논문, 2012
5. 정홍주, 금융소비자학 연구동향 및 과제[초청논문], 성균관대, 2012
6. 크리스 스키너, 디지털 뱅크 은행의 종말을 고하다. 초판, 2017
7. [네이버 지식백과] 금융기술(서비스) [FinTech, 金融技術] (IT 용어사전, 한국정보통신기술협회)
8. [네이버 지식백과] 은행 [bank, 銀行] (한국민족문화대백과, 한국학중앙연구원)
9. [네이버 국어사전], <http://krdic.naver.com/detail.nhn?docid=17243700>
10. 시사ON, <http://www.sisaon.co.kr>