

중국 키즈카페를 위한 디자인 전략 연구  
- 복합문화시설형을 중심으로 -

A Study on the Design Strategy for Chinese Kids Cafe  
- Focused on Play Space of Complex Cultural Facility Type -

주저자

진 척 진 Chen, Dichen

성균관대학교 일반대학원 디자인학과 박사수료 | Ph.D. Course Completion in Dept. of Design, Sungkyunkwan University  
paradc@nate.com

교신저자

김 면 Kim, Myoun

성균관대학교 디자인학과 교수 | Professor of Sungkyunkwan University  
mykim@skku.edu

투고일	2019.02.28	심사일	2019.04.26	게재확정일	2019.04.27
-----	------------	-----	------------	-------	------------

## 목 차

1. 서론
    - 1.1. 연구배경 및 연구목적
    - 1.2. 연구방법 및 연구범위
  2. 이론적 배경
    - 2.1. 키즈카페의 개념
    - 2.2. 키즈카페의 종류
    - 2.3. 복합문화시설형의 조건
  3. 키즈카페 해외 사례조사
    - 3.1. 한국 슈슈봉봉 키즈카페
    - 3.2. 호주 누보 키즈카페
    - 3.3. 일본 마마 스마일 키즈카페
  4. 중국 키즈카페의 현황 및 문제점 분석
    - 4.1. 추추(Choochoo) 키즈카페
    - 4.2. 락즈맘맘(Lazyroo) 키즈카페
    - 4.3. 샤희저우(Little Oasis) 키즈카페
    - 4.4. 소비자 태도 비교
    - 4.5. 문제점 분석
  5. 키즈카페 디자인 전략
  6. 결론
- 참고문헌

### Keyword

키즈카페, 디자인 전략, 복합문화시설형  
Kids Cafe, Design Stratgey, Play Space of  
Complex Cultural Facility Type

## Abstract

The Kids Cafe began to appear as an indoor playground in 1990, and now it has begun to change into a space where children and parents can enjoy leisure time together. This study analyzed the present condition of domestic and overseas Kids cafe by analyzing the Play Space of Complex Cultural Facility Type. After researching Kids cafe cases in China, we compared the attitudes of consumers and extracted the problems of Chinese Kids cafes and developed a design strategy to apply them to the development of Chinese kids' cafes. In conclusion, First, the safety of food and play facilities should be design and ensured. Second, design thinking is needed for concept differentiation. Third, it is necessary to provide customized education and experience programs for kids. Fourth, simultaneous provision of general play facilities and special organic equipment is both important. Finally, it is necessary to establish a brand design strategy to promote these contents.

## 논문요약

키즈카페는 1990년 실내놀이터로 나타나기 시작하여, 현재는 아동과 부모가 함께 여가를 즐길 수 있는 공간으로 변화하기 시작하였다. 본 연구는 복합문화시설형 키즈카페의 본질적 특성과 기능을 중심으로 분석하여 국내외 키즈카페의 현황을 조사 분석하였다. 또한 중국 키즈카페 사례를 조사 한 후 소비자 태도를 비교하여 중국 키즈카페의 문제점을 추출하여 중국의 키즈카페 발전에 적용할 수 있는 디자인 전략을 수립하였다. 연구결과 나타난 결론은 다음과 같다. 첫째, 식품 및 놀이 시설의 안전성을 보장하도록 디자인 한다. 둘째, 콘셉트 차별화를 위한 디자인사고가 필요하다. 셋째, 아동을 위한 맞춤형 교육 및 체험 프로그램을 제공해야 한다. 넷째, 일반 놀이시설 및 특별한 유기기구의 동시제공이 중요하다. 마지막으로 이런 내용들을 홍보할 수 있는 브랜드 디자인 전략의 수립필요하다.

## 1. 서론

### 1.1. 연구배경 및 연구목적

최근 중국에서는 자녀양육에 대한 관심이 증가하면서 아이에게 적절한 놀이와 교육환경 제공에 대한 부모들의 관심이 높아지고 있다. 아동에게 놀이는 삶 자체이며 즐거움을 주는 동시에 아동의 성장발달에 영향을 주는 중요한 학습활동이다. 특히 요즘에 경제의 발전으로 대가족제도 중심에서 핵가족구조 중심으로 변화되어 자녀의 양육 및 교육에 대한 관심도가 높아지고 있다. 또한, 자녀들에게 사용하는 여러 형태의 소비가 증가하는 것을 알 수가 있다. 특히 어린이를 대상으로 한 어린이 공간들도 확대되고 있다. 이에 따라 어린 자녀와 부모가 함께 즐길 수 있는 키즈카페의 놀이 환경이 중요시되고 있으며 최근 중국에서 키즈카페의 수는 더욱 증가하고 있다.

중국 국가통계국의 데이터에 따르면 두 자녀 정책을 전면적으로 실시한 뒤 앞으로 4년 동안 5,212만 명의 신생아가 증가할 것이고 어린이를 대상으로 한 요식업종 서비스가 빠른 속도로 발전할 것이며 2020년에 중국내 키즈카페는 350곳을 넘을 것으로 예상된다. 그러나 키즈카페의 소비자 층의 잠재력은 거대하지만 현재 특색 있는 키즈카페는 흔치 않다. 또한 요식업종 분야에서 키즈카페가 차지하는 비중도 매우 적다. 통계에 따르면 현재 어린이 소비지출은 가정 총 소비지출의 40% 가량을 차지하고 있으며 해마다 증가 추세를 보이고 있는 것으로 나타났다. 이러한 배경을 감안할 때 키즈카페는 매력적인 비즈니스의 가능성이 있다. 조사에 따르면 현재 20%의 부모님들이 아이를 데리고 키즈카페를 찾는 것으로 나타났다. 만약 키즈카페의 등급, 제품, 서비스, 창의력이 향상되면 키즈카페의 고객집단이 한층 더 많아질 것이다. 쇼핑센터에서 집중적으로 관심을 가지고 있는 새로운 비즈니스 경영 방식 중 하나로 시장은 대량의 우수한 키즈카페 브랜드를 필요로 하고 이런 새로운 분야의 창업이 성장하고 있는 추세다. 따라서 키즈카페로 중국 시장에서 성공하려면, 차별화된 디자인 전략을 세워야 한다.

최근 몇 년간 어린이에 관한 키즈카페가 새로운 분야로 떠오르면서 어린이 놀이 문화를 풍요롭게 하는 동시에 고객들에게 즐거운 볼거리를 제공하고 있다. 최근 몇 년간 중국국내에서 일반 놀이시설 강화형 키즈카페와 레스토랑 강화형 키즈카페 그리고 교육 프로그램 강화형 키즈카페 보다 세 가지 기능이 합쳐진 복합문화 시설형 키즈카페가 제일 인기가 많다.<sup>1)</sup> 이곳에 가면 아이들이만 놀 수 있는 곳이 아니라 부모도 휴식을 할 수 있는 곳이다. 그래서 환경 좋은 카페 및 레스토랑 공간을 가지고 있는 복합문화 시설형 키즈카페는 인기가 더 많다. 또한 여기서는 놀이만 하는게 아니라 교육 및 체험 프로그램도 같이 할 수 있다는 점에서 부모들이 욕심을 낸다. 그러나 키즈카페는 그 진입장벽이 낮고 돈이 많이 들지 않아 키즈카페가 우후죽순 번성하면서 경쟁자는 많고 경험은 부족해 여러가지 문제가 속출하고 있다.

이에 본 연구는 중국의 키즈카페의 문제점을 찾아보고 한국과 호주, 일본의 유명 키즈카페를 분석하여 중국의 키즈카페 발전을 위한 디자인 전략을 수립하는 데 목적을 두었다.

### 1.2. 연구방법 및 연구범위

본 연구는 키즈카페를 복합문화시설형의 본질적 특성과 기능을 중심으로 분석하여 연구하였으며 세 단계로 나누어 시행되었다. 첫째, 키즈카페의 개념과 유형의 특징을 파악하고, 둘째, 해외의 복합문화시설형 키즈카페의 현황을 조사 및 분석한다. 셋째, 키즈카페의 중국사례를 조사 한 후 소비자의 태도와 비교 분석을 한다. 나아가 중국 키즈카페의 문제점을 추출하여 중국의 키즈카페에 적용할 수 있는 디자인 전략을 도출한다. 마지막으로, 기존 참고문헌과 기본적인 조사를 마친 후 해당 복합문화 시설형 키즈카페를 직접 방문하여 중국 진출을 위한 디자인 전략을 수립한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 키즈카페의 개념

키즈카페는 실내놀이터와 카페를 접목시킨 놀

1) 虞一纯, 王永峰. (2012) 亲子空间设计, 江苏人民出版社, p.49

이공간이다. 1990년 실내놀이터로 나타나기 시작하여, 현재는 아동과 부모가 함께 여가를 즐길 수 있는 공간으로 변화하기 시작하였다. 부모들은 휴식을, 아이들은 교육과 놀이를 통해 적성과 감성을 키울 수 있는 곳으로 이처럼 키즈카페는 발전된 생활수준과 새로운 문화의 반영으로 볼 수 있으며, 시대가 변함에 동반하여 나타나고 있는 새로운 문화공간을 의미한다.<sup>2)</sup> 영유아 및 어린이가 실내에서 다양한 놀이기구와 시설을 체험하고 보호자는 식음료를 먹으며 휴식을 취하는 등 아이와 부모가 같이 즐길 수 있는 곳으로, 어린이놀이기구와 유키기구가 설치되어 있으며 이용에 대한 입장료를 받으면서 부모가 함께 즐길 수 있는 시설을 ‘키즈카페’라고 한다.

## 2.2. 키즈카페의 유형구성

키즈카페의 유형을 조사해보면 네 가지로 분류할 수 있다. 첫째, 놀이 강화형이다. 다양한 놀이터를 제공하고 놀이 공간이 따로 있고 아동 놀이 중심으로 만들어진 키즈카페이다. 둘째, 카페 및 레스토랑 강화형이다. 놀이 공간과 레스토랑이 함께 제공되고 카페 안에 부모와 아이가 주로 식사할 목적으로 가는 키즈카페이다. 셋째, 교육 강화형이다. 기본적으로 놀이와 카페 교육이 통합적으로 이루어지나 교육 목적을 위해 만들어진 키즈카페이다. 넷째, 복합문화시설형이다. 여기서는 놀이 시설 및 카페와 다양한 교육 및 체험 프로그램이 복합적으로 이루어지고 있다.

[Table 1] 키즈카페의 유형 특징<sup>3)</sup>

유형	특징
놀이 강화형	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 놀이 ≥ 카페 &gt; 교육</li> <li>- 세 기능이 통합적으로 이루어져 있으나 그 시작은 놀이에 초점을 둔 공간으로서 카페와 교육의 기능보다는 놀이에 목적이 더 강화된 유형</li> <li>- 현재는 놀이와 카페의 적절한 균형점을 찾고 있으나 교육 프로그램 수준은 높지 않음</li> </ul>

2) 문자영, 신경주. (2011) 키즈카페의 유형별 실내공간구성현황과 특성분석, 실내디자인학회, No.13, p.54

3) 문자영, 신경주. (2011) 키즈카페의 이용자 만족도에 관한 연구, 실내디자인학회, No.14, p.149

카페 및 레스토랑 강화형	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 놀이 &lt; 카페</li> <li>- 음식의 맛과 질의 중요도를 높이고 레스토랑의 기능과 분위기에 더 목적을 둔 유형</li> <li>- 어른에게 맞춰진 인테리어와 고급화된 음식이 특징</li> </ul>
교육 강화형	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 놀이, 카페 ≤ 교육</li> <li>- 기본적으로 놀이와 카페 교육이 통합적으로 이루어지나 그중에서 교육의 목적에 비중을 높인 유형</li> <li>- 교육프로그램을 회원제를 통해 운영하는 것이 특징</li> </ul>
복합문화시설형	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 놀이 + 카페 + 교육</li> <li>- 강화된 놀이시설 및 카페와 다양한 교육 및 체험 프로그램이 복합적으로 이루어진 유형</li> <li>- 유형 중 가장 규모가 크고, 세 기능의 수준이 강화됨</li> </ul>

## 2.3. 복합문화시설형 키즈카페의 조건

복합문화시설형 키즈카페는 놀이와 카페, 그리고 교육 및 체험이 한층 강화되어 복합적으로 이루어지며, 어느 한 기능에 중점을 두기보다는 모든 기능이 함께 이루어지는 유형이다. 놀이 강화형 키즈카페와 큰 차이점은 놀이시설이 더 강화되고 규모가 큰 놀이 기구들이 설치되어 있는 것이 특징이다. 교육 프로그램에 있어서는 아이들이 직접 여러 가지 체험을 할 수 있도록 하고 있으며, 카페 기능 역시 레스토랑급으로 변화된 형태로 나타났다. 이러한 키즈카페를 복합문화시설형 키즈카페라 칭한다.<sup>4)</sup>

## 3. 키즈카페 해외 사례조사 및 분석

[Table 2] 해외 키즈카페의 유형별 기본자료

키즈카페명	슈슈봉봉 (CHOUCHOU BONBON)	누보 (NUBO)	마마 스마일 (Mama Smile)
위치	한국 인천시	호주 시드니	일본 미토
면적	100평	230평	140평
가격/h	12000원	12000원	7000원
층수	1층	1층	1층
개장일	2015년	2017년	2014년
운영시간	10:30-20:00	09:00-16:00	10:00-18:00

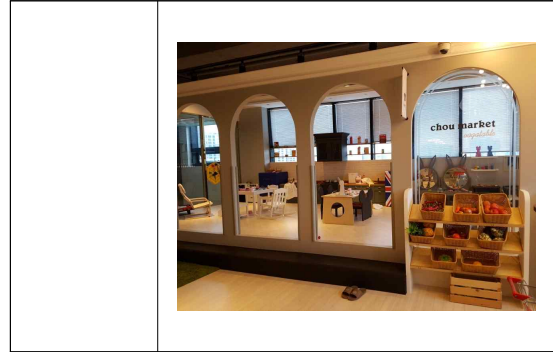
4) 문자영, 신경주. (2012) 키즈카페의 유형별 공간특성과 이용자 만족도 분석 연구, 실내디자인학회, No.21, p.28

### 3.1. 한국 슈슈봉봉 CHOUCHOBONBON 키즈카페

본 키즈카페는 어린이들의 호기심과 창조력을 자극할 만한 공간이라고 할 수 있다. 2015년 처음으로 개장하여 한국에서 세 번째로 인기가 있으며 전국 15개의 프랜차이즈 키즈카페이다. 복합문화시설형의 특징은 아이들이 즐길 수 있는 어트랙션 요소가 많이 있다는 것이다. 강화된 놀이시설을 가지고 있는 슈슈봉봉 키즈카페는 기존 키즈카페와는 달리 부모님들과 아이들이 함께 쉬며 즐기는 공간이며, 육아에 지쳐가는 부모에게 편안한 휴식처를 제공하고 아이들의 흥미를 유발시킬 수 있는 테마들을 선정하여 구성했다. 주로 식사 라운지와 어린이 놀이 공간으로 나뉘며 시설과 환경은 좋은 편이다. 심플하고 모던한 장식 스타일과 천장부터 바닥까지의 디자인이 결합된 카페 환경은 밝고 편안하다. 식사에는 커피 음료와 많은 종류의 볶음밥 등 가벼운 한국식 식사가 다양하다. 볼풀, 트랩펠린 및 나무 장난감 풀과 다양한 놀이 시설이 있으며, 이층까지 어린이 놀이터이고 다양한 종류의 장난감 및 모델을 제공한다. 여자 아이들이 좋아하는 부엌과 미니 마트가 있고 남자 아이를 위해 밴드가 설치되어 있다. 여기서는 다양한 장소에 서로 다른 훌륭한 놀이기구가 설치되어 있어서 부모와 아이들이 함께 사진 촬영을 할 수 있다.

[Table 3] 한국 슈슈봉봉(CHOUCHOBONBON) 특성

구분	슈슈봉봉
특성	테마성, 비독창성, 통일성, 교육성, 체험성, 상호작용성
테마	부모님들과 아이들이 함께 쉬며 즐기는 공간을 제공하고 아이들이 흥미를 유발함
공간구성	볼풀, 트랩펠린, 나무 장난감 풀, 카페, 미니 부엌, 미니 마트, 밴드 룸, 스튜디오
구성내용	



### 3.2. 호주 누보(NUBO) 키즈카페

누보(NUBO) 키즈카페는 호주 시드니에 위치하고 있으며, 호주에서 인기가 제일 있는 키즈카페이다. 놀이라는 학습을 통한 조기 어린이교육을 실천하기 위한 탐구와 상호 연결을 통해 놀이 및 교육적 성장에 도움을 준다. 230평의 공간 안에 회귀하는 동심을 중심으로 0~10세의 아이들을 위한 놀이 세계를 설계했고, 놀이 센터에서 밝은 색상의 플라스틱 완구와 컴퓨터 플라즈마 디스플레이 패널(PDP)의 화려한 이미지를 부각시켜, 부모와 아이들의 공감을 끌어내는 역할을 하고자 하였다.<sup>5)</sup> 강화된 놀이시설 및 카페 그리고 다양한 교육 및 체험 프로그램을 모두 제공하여 민감한 학습 단계에 있는 아이들이 재미있는 공간에 모여 독서를 하고 있다는 점을 알려 준다. 또 잡티 하나 없는 거대한 블루칩으로 다양한 아이들을 안전한 환경에서 자유롭게 탐색할 수 있다. 누보 키즈카페는 다채로운 색상과 플라스틱 장난감, 큰 투영 화면 등을 연상시키면서 일반적인 놀이 공간과 차별화되었다. 디자이너는 아름답고 깨끗하면서도 여러 가지를 고려한 공간을 통해 ‘정말 재미있게 놀 수 있도록’ 배려했다. 부모와 아이들은 이곳에서 즐거운 시간을 보내며 서로 소통도 할 수 있다고 인식하게 만든다.

[Table 4] 호주 누보(NUBO) 특성

구분	누보(NUBO)
특성	테마성, 독특성, 통일성, 교육성, 탐구성, 상호작용성
테마	심플하고 깨끗한 공간에서 다양한 놀이터를 제공함

5) 디엠피 편집부. (2018) 스페이스 포 키즈=Space for kids, 서울: 디엠피, p.56

공간구성	리셉션, 라이브러리, 아트 스튜디오, 블루 룸, 드라마틱 플레이 룸, 로프, 볼풀, 카페
구성내용	 

### 3.3. 일본 마마 스마일(Mama Smile) 키즈카페

일본 이바라키에 위치한 마마 스마일(Mama Smile) 키즈카페는 일본에서 인기가 제일 많은 키즈카페이다. 다양한 놀이 기구를 배치하고 다양한 교육 및 체험 프로그램이 풍부하여 카페공간도 넓고 어린이를 위하여 특별한 영양 메뉴를 제공한다. 놀이 공간을 파스텔 톤 디자인으로 장식하여 부모와 아이들이 마음이 편안하고 따스한 느낌을 받을 수 있다. 입구는 노란색, 분홍색, 녹색, 남색 등의 일곱 가지 색깔의 미니타운이다.<sup>6)</sup> 배치 공간을 나눠서 전체 공간은 보이지 않고 사람들의 호기심을 자극하기 때문이다. 또한 오감의 공간이 아이들의 사고력 확산에 도움이 된다. 놀이 공간은 다양한 기능의 몇 개 지역으로 구성되어 있다.

‘무제한 해방구’에서는 생일 파티 등의 행사를 할 수 있고 놀이와 춤을 즐길 수 있는 공간을 제공한다. 보호 매트가 배치된 영유아 구역은 아이들을 돌보는 부모들을 위해 마련된 공간이다. 여러 공간은 부모들이 여가 시간을 보내는 동시에 서로의 존재를 느낄 수 있는 공간이기도 하다. 아이들이 자유롭게 즐길 수 있고 놀이 시간에 창의력도 키울 수 있도록 도안되었다.

6) HKASP先锋空间. (2016) 儿童乐园设计手册, 中国林业出版社, p.87

[Table 5] 일본 마마 스마일(Mama Smile) 특성

구분	마마 스마일 Mama Smile
특성	테마성, 가정성, 통일성, 교육성, 캐주얼성, 상호작용성
테마	파스텔 톤 공간으로 디자인하여 마음이 편안함
공간구성	플레이 룸, 이벤트 스페이스, 카페, 휴식실, 수유실
구성내용	 

## 4. 중국 키즈카페의 현황 및 문제점 분석

[Table 6] 중국 키즈카페의 유형별 기본자료

키즈카페명	추추(Choochoo)	락즈맘(Lazy mom)	샤오뤄저우(Little Oasis)
위치	중국 상하이	중국 베이징	중국 베이징
면적	40평	100평	140평
가격/h	18000원	20000원	9000원
층수	1층	1층	1층
개장일	2016년	2016년	2014년
운영시간	09:30-20:30	09:00-20:00	10:00-18:00


### 4.1. 추추(Choochoo) 키즈카페

추추(Choochoo) 키즈카페는 중국 상하이에 위치하고 있고 2016년 8월 오픈했다. 최근에 샤오홍슈(小红书)라는 중국 인기 어플에서 상하이 지역에 인기 탑3 안에 드는 키즈카페로 선정되었다. 추추 키즈카페는 레스토랑, 볼풀, 레고(LEGO) 룸, 짐(GYM) 룸, 샌드풀, 하이브 룸, 워싱 룸, 총 7개 구역으로 나뉜다. 여기서 인

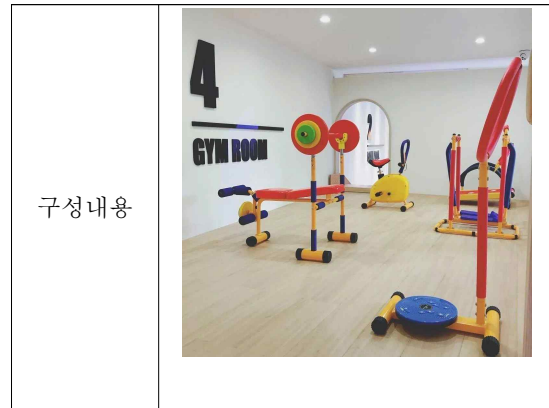
기가 제일 많은 이용 품목은 바로 어린이 메뉴이다. 화려한 음식외관은 부모와 아이들이 모두 선호했다. “아이들은 플레이, 부모들은 릴렉스”라는 개념으로 아이에게 재미를 주고 건강한 식사 환경도 제공한다.<sup>7)</sup> 부모와 아기는 함께 놀 수 있고 식사도 같이 할 수 있는 복합 문화시설형 키즈카페이다.

추추 키즈카페를 방문한 후 발견한 문제점을 다음과 같이 정리하였다. 첫째, 어린이 메뉴는 외관디자인만 중시하는 경향이 있고 영양적 가치를 소홀히 하며 주로 서양식 패스트푸드와 당류, 양 많은 디저트 등 어린이에게 적합하지 못한 음식을 제공하고 있다. 식품안전법에 따른 안전성의 문제가 있다. 둘째, 추추 키즈카페는 사업자 개인취향으로 통일성 없이 공간을 디자인하고 놀이 시설은 높고 위험한 기구를 많이 설치하였다. 셋째, 40평의 공간에서 카페 공간 10평과 실외 공간 5평을 빼고 25평 안에 7개 구역을 구분하여 한 구역의 공간 크기 평균이 3.5평 정도밖에 되지 않아 아이들이 편리하고 안전하게 활동하기에 너무 무리가 있다. 마지막으로 이용요금이 일반 키즈카페보다 두 배로 비싸다.

[Table 7] 중국 추추(Choochoo) 키즈카페 특성

구분	추추(Choochoo) 키즈카페
특성	가정성, 일상성, 비통일성, 단일성, 배타성, 상호작용성
테마	사업자 개인취향으로 디자인 함 일상적인 공간
공간구성	레스토랑, 볼풀, 레고(LEGO) 룸, 짐(GYM) 룸, 샌드풀, 하이브 룸, 와싱 룸
구성내용	

7) 朱科特尼克. (2012) 儿童学习空间设计, 广西师范大学出版社, p.34



#### 4.2. 락즈맘(Lazyroo) 키즈카페

락즈맘(Lazyroo) 키즈카페는 중국 베이징에 위치하고 있고 2016년 9월에 오픈했다. 웨이보(微博)의 인기 키즈카페 리스트에서 높은 순위인 키즈카페이다. “아기의 해피 타임, 나의 Lazy 라이프”라는 개념으로 아이에게 재미있고 건강한 식사 환경을 제공한다.<sup>8)</sup> 또한 전문가 아기 보호자도 있고 풍부한 놀이 테마도 있다. 부모와 아기는 함께 놀 수 있고 식사도 같이 할 수 있는 복합문화시설형 키즈카페이다. 키즈카페 안에서 카페 공간은 반 정도 되고 나머지 공간은 모두 아기 놀이 시설 공간이다.<sup>9)</sup> 레스토랑, 모유 수유실, 수면실, 어린이 도서관, 영상실 등 다용도 공간이 설치되어 있다. 또한 파티 룸이 따로 있어서 어린이 생일 파티를 할 수 있다. 여러 가지 파티 테마와 독창적인 놀이 공간이 배치되어 있다. 또한 어린이 회전목마가 설치되어 있어 어린이들이 이용할 수 있다. 락즈맘 키즈카페는 다양한 기능을 갖춘 인형 집, 인테리어, 쇼핑 놀이, 소꿉장난, 바투 스포츠, 놀이터, 볼풀 등이 있는 복합문화시설형 키즈카페이다.

락즈맘 키즈카페 방문 후 발견한 문제점을 다음과 같이 정리하였다. 첫째, 각 구역에 직원이 2명밖에 없어서 직원 수가 부족하다. 둘째, 높은 미끄럼틀 옆에 어떠한 안전시설도 직원도 없어서 안전성이 떨어진다. 셋째, 유아 전문 선생님이 있다는 홍보를 하였지만 현장에 오면 찾을 수 없다. 교육 프로그램이 다양하다고 소개했지만 실제로 어린이 애니메이션 중심으로 구성되어서 너무 단순하다. 넷째, 키즈카페 안에 놀이기구들의 청결도 문제가 있다고 보인다. 대부분 놀이기구

8) 虞一纯, 王永峰. (2012) 亲子空间设计, 江苏人民出版社, p.49

9) <http://www.lazyroo.com.cn>

가 깨끗하지 않게 보여 만지면 찝득한 느낌이 있다. 또한 다른 공간 및 구역에서도 청결도가 어린이 놀이 공간으로서 다소 떨어진다고 보인다. 마지막으로 어린이 메뉴는 풍부하지 않고 비싼 가격에 비해서 양도 적고 맛도 떨어진다. 심지어 성인들이 먹는 기름이 많은 서양식 패스트푸드를 많이 제공한다.

[Table 8] 중국 락즈맘(Lazyroo) 키즈카페 특성

구분	락즈맘(Lazyroo) 키즈카페
특성	비밀상성, 비통일성, 비독창성, 배타성, 교육성, 상호작용성
테마	“아기의 해피 타임, 나의 Lazy 라이프” 라는 개념으로 아이에게 재미있고 건강한 식사 환경을 제공한 공간이다
공간구성	어린이 회전목마, 도서관, 식당, 모의 도시, 파티 룸
구성내용	

**4.3. 샤오뤄저우(Little Oasis) 키즈카페**

중국 베이징에 위치하고 현재 4개 매장이 있는 프랜차이즈 샤오뤄저우(Little Oasis) 키즈카페는 어린이들이 활동할 넓은 공간을 갖고 있어 부모와 아이들이 함께 놀 수 있다. 그리고 전문적인 교육 프로그램이 발달하여 모든 아이들이 참여할 수 있다. 샤오뤄저우 키즈카페는 유아 구역, 놀이방, 미니 도서관, 휴게실 등 다양한 기능을 갖추었다. 또 다른 특징은 부모와 아이들이 즐겨 찾는 모의 골프장이 있어 개인이 누구나 쉽게 스윙을 연습할 수 있다는 점이다. 리틀 골프 아카데미라는 아이들을 위한 특별 프로그램을 마련해 골프에 대한 관심을

키웠다. 또한 각종 다양한 체험 시설이 있어서 베이징에서 제일 인기 많은 키즈카페 중 하나이다.

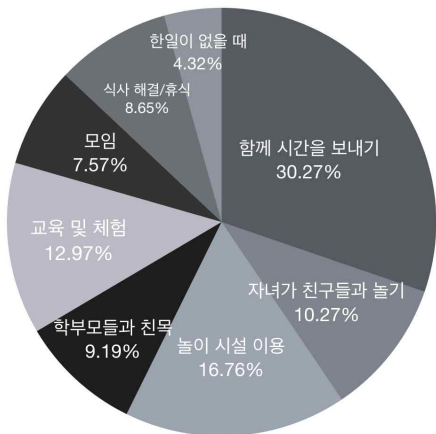
샤오뤄저우 키즈카페 방문 후 발견한 문제점이 다음과 같이 정리하였다. 첫째, 다양한 놀이 기구가 많지만 대형 놀이 기구 및 높은 놀이 시설이 너무 많아서 안전성에서 보면 문제가 있어 보인다. 둘째, 아이들의 놀이 공간보다 부모들의 휴식 및 카페공간이 더 많다. 셋째, 주로 신체발달을 위한 교육 프로그램 위주로 실시하여 인지발달, 정서발달, 언어발달에 관한 프로그램이 없다. 넷째, 샤오뤄저우 키즈카페는 콘셉트는 약하고 주로 놀이 기구만 배치했으며 놀이공간 간의 연관성이 없고 시설구성이 혼란스럽다. 또한 놀이 환경도 뛰어나지 않다. 넷째, 키즈카페의 바닥은 어린이한테 맞지 않은 부드럽지 않고 위험한 대리석등 재료를 사용했다. 마지막으로 샤오뤄저우의 홍보 방식이 전단지 밖에 없어서 너무 단순하고 효과도 적다.

[Table 9] 중국 샤오뤄저우(Little Oasis) 키즈카페 특성

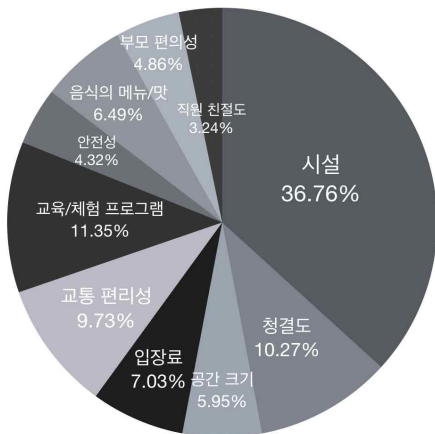
구분	샤오뤄저우(Little Oasis) 키즈카페
특성	비테마성, 비밀상성, 비통일성, 비독창성, 교육성, 배타성, 상호작용성
테마	다양한 놀이 기구 많은 복합적인 놀이 공간
공간구성	작은 오아시스는 카페, 유아 구역, 놀이방, 미니 도서관, 휴게실
구성내용	

#### 4.4. 소비자 태도 비교

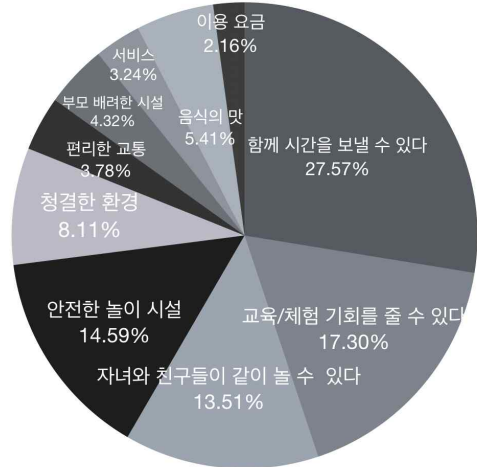
중국 내 키즈카페 창업을 위한 키즈카페 대한 실제 소비자 태도를 분석하기 위해, 중국 각 지역 만20대~40대의 자녀가 있는 여성을 대상으로 총 200명의 소비자와 사전 인터뷰를, 问卷调查(설문조사-인터넷 사이트)를 통해 온라인 설문지를 작성하였다. 200명 중에서 키즈카페를 이용해 본인인 185명을 대상으로 키즈카페에 대한 태도를 파악하였고 문헌 《亲子空间设计》을 참조하여 설문조사를 실시하였다. 조사 대상 인원은 총 185명이었으며, 연구문제에 맞는 문항은 총 네 항목으로 구성되었다. 첫째, 키즈카페의 이용 목적은 무엇입니까?(이용 목적) 둘째, 키즈카페 이용 시 주요 고려 요인은 무엇이라고 생각하십니까? 셋째, 키즈카페를 이용함으로써 얻는 만족감이나 좋은 점이 무엇이라고 생각하십니까?(이용 만족) 넷째, 키즈카페를 이용함으로써 초래되는 불만족이나 불편한 점이 무엇이라고 생각하십니까?(이용 불만) 등의 개방형 질문이었으며, 응답한 내용에 대해서 분석하여 다음과 같이 정리하였다.



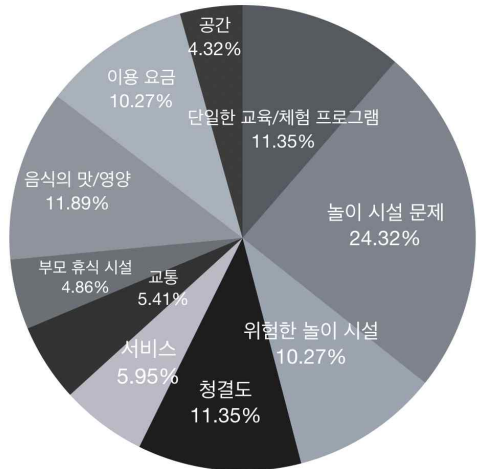
[Fig. 1] 키즈카페 이용목적



[Fig. 2] 키즈카페 이용시 고려 요인



[Fig. 3] 키즈카페 이용시 만족감



[Fig. 4] 키즈카페 이용시 불만족 내용

소비자 태도 비교 설문조사 결과를 보면 “키즈카페의 이용 목적은 무엇입니까?(이용 목적)?”에 대한 여덟 가지 이용 목적 가운데 제일 많이 대답한 목적은 ‘아이와 함께 시간을 보내기 위해(56명)’이다. 두 번째는 ‘놀이 시설을 이용하기 위해(31명)’이다. 세 번째는 ‘아이의 교육 및 체험 프로그램을 위해(24명)’이다. 이 세 가지 이용 목적이 바로 부모들이 키즈카페에 가는 주요 이유였다.

“키즈카페 이용 시 주요 고려 요인은 무엇이라고 생각하십니까?”에 대해서는 ‘키즈카페 시설(68명)’이 제일 주요한 고려 요인이었다. ‘교육/체험 프로그램(21명)’은 다음 주요 고려 요인이다. ‘청결도(19명)’는 세 번째로 높은 응답률을 보이고 있다.

다음으로 “키즈카페를 이용함으로써 얻는 만족

감이나 좋은 점이 무엇이라고 생각하십니까?”에 대해서는 ‘자녀와 함께 시간을 보낼 수 있다(51명)’를 가장 선호하였다. ‘자녀에게 교육 및 체험의 기회를 줄 수 있다(32명)’는 점은 두 번째로 선호하였다. ‘안전한 놀이시설이 있다(27명)’는 세 번째로 높은 응답률을 보이고 있다.

마지막으로 “키즈카페를 이용함으로써 초래되는 불만족이나 불편한 점이 무엇이라고 생각하십니까?”에 대해서는 ‘놀이 시설 문제(45명)’를 가장 불만스러운 점으로 꼽았다. ‘음식의 맛 및 영양(22명)’은 두 번째 이용 불만이고, ‘단일한 교육 및 체험 프로그램의(21명)’과 ‘청결도(21명)’는 같이 세 번째로 높은 응답률을 보이고 있다.

#### 4.5. 문제점 분석

여러 키즈카페를 방문하여 사례를 조사한 후 소비자들의 태도와 비교하여 중국 내 키즈카페의 문제점을 다음과 같이 정리하였다. 첫째, 안전성을 고려하지 못한 디자인 문제들이 많다. 우선 식품 영양과 식품 안전 문제가 빈번히 발생한다. 0~12세 어린이는 키즈카페의 주요 대상이다. 이 시기는 성장하고 발달하는 중요한 시기여서 충분한 영양이 필요하다. 게다가 현재 사회에서는 어린이들의 음식안전과 영양 문제에 대한 관심이 높다. 현재 일부 키즈카페의 메뉴는 외관디자인만 중시하는 경향이 있고 영양적 가치를 소홀히 하며 심지어는 성인이 먹는 기름이 많은 서양식 패스트푸드와 탄산음료까지 지나치게 제공하고 있다. 일부 키즈카페는 환경위생에 신경을 쓰지 않고 감시가 부족해 안전 측면에서 위험이 잠복해 있다. 놀이 공간의 청결도도 낮아 보인다. 더욱 걱정스러운 것은 최근 몇 년간 식품 안전 문제가 빈번히 발생하고 있고 일부 상인들은 더 많은 이익을 얻기 위해 어린이 건강 문제를 하찮게 여기며 식재료 선택과 제작 과정에서 엉성하게 만들고 있다는 것이다. 또한 놀이 시설의 안전성과 실내공간의 안전문제도 부모한테 가장 중요하다고 보인다. 놀이기구가 어린이들에게 맞지 않게 설치되거나 너무 단단하거나 모서리가 뾰족한 기구는 설치하지 말아야 한다. 또한 키즈카페의 바닥도 부드럽지 않고 위험한 재료를 사용하지 않은 디자인을 해야 한다. 공간 인테리어 디자인도

친환경적으로 어린이 건강을 고려해야 한다. 둘째, 콘셉트의 차별화가 부족하다. 지금까지 기존 키즈카페의 테마와 경영 관리 패러다임에는 중국다운 특색이 부족하고 기업 문화도 부족하다. 디자인 측면에서 독창성이나 통일성도 없다. 현재 상황에서 보자면 이런 디자인사고가 부족한 경영 패러다임은 소비자들의 환영을 받지 못할 뿐만 아니라 자신의 창업 가치를 떨어뜨린다. 그래서 키즈카페를 창업할 때 창업자 개인 관리 경영 패러다임을 만들어야만 독창적인 통일성 있는 키즈카페가 가능하다. 고객들로 하여금 소비하게 하는 동시에 특색 있는 매력을 경험할 수 있게 해야 한다.

셋째, 교육 및 체험 프로그램이 단순하고 풍부하지 않다. 중국의 여러 복합문화시설형 키즈카페에서는 신체발달, 인지발달, 정서발달, 언어발달의 여러 요소를 통합적으로 운영하지 못하여 프로그램은 불완전하였다.

넷째, 놀이 시설 문제. 대부분 키즈카페의 놀이기구는 대동소이하고 다양하지 않으며 또한 너무 단순하다는 점이다. 키즈카페에 설치된 어린이 놀이기구는 정글짐, 오르는 기구, 회전 놀이기구, 흔들 놀이기구, 폐쇄형 놀이기구(트램블린, 볼풀장) 등이 대부분이었다. 어린이들은 재미를 느끼지 못하고 금방 실증을 낸다.

마지막으로 브랜드 디자인 전략이 부족하다. 일반 키즈카페는 주로 홈페이지이나 전단지 통해 광고만하고 홍보 방식이 너무 단순하여 효과도 좋지 않다. 키즈카페의 인지도와 영향력을 적극적으로 홍보하지 못하는 문제점이 있다.

### 5. 키즈카페 디자인 전략

여러 키즈카페의 사례를 조사하고 소비자 태도를 비교한 다음에 문제점을 분석하여 키즈카페 발전을 위한 디자인 전략을 다음과 같이 정리하였다.

첫째, 놀이 시설의 안전성을 디자인하여야 한다. 놀이기구는 어린이들이 맞게 설치해야 하고 단단한 놀이 기구나 특히 뾰족하고 위험성 있는 기구를 설치 않아야 한다. 키즈카페의 바닥 디자인도 어린이를 고려해 미끄럽거나 넘어지기 쉬운 위험한 재료를 사용하면 안 된다. 높은 놀이 기구 근처에서 안전관리를 담당하는 요원이

있어야 한다. 영상, 복잡한 체험시설, 전자 시설 등 안전 문제가 발생할 수 있는 놀이 기구는 항상 직원과 함께 사용해야 한다.

둘째, 콘셉트 차별화를 위한 디자인사고가 있어야 한다. 키즈카페를 설립할 때 창의성 있는 공간 디자인과 어린이가 좋아하는 색채 또는 캐릭터를 찾아보아 지역에 맞게 테마성 있는 독창적인 어린이 놀이 공간을 추구한다. 예를 들면 다양한 애니메이션 테마는 어린이들의 주의력을 끌기에 좋고 시각적 특색이 있다. 더 많은 부모님들과 어린이들의 선택을 받기 위해서 차별화된 콘셉트를 선택해야 한다. 또한 키즈카페의 장소를 선택할 때에는 지역에 따라 다양한 소비층이 있는지 검토해야 한다. 대형 마트와 슈퍼마켓, 백화점 또한 키즈카페 창업 시 알맞은 주변상권으로서 고려되어야 할 부분이다. 가능하면 키즈카페에 실외공간을 만들어 아이들이 좋아하는 놀이 기구들을 배치하면 경쟁력이 강화될 수 있다. 어린이들은 새로운 사물에 호기심이 가득하고 키즈카페의 각종 환경에 매료되기 쉽다. 이런 특성상 키즈카페의 새로운 콘셉트는 소비자들의 흥미를 끌기에 충분하다. 해외사례에서 살펴보면 한국의 슈슈봉봉 키즈카페는 코스프레 스튜디오가 있고 부모와 아이들이 함께 사진 촬영을 할 수 있다는 점이 특색이었고 호주 누보 키즈카페는 다채로운 색상과 플라스틱 장난감, 큰 영상화면 등을 준비하여 일반적인 놀이 공간과 차별화하는 창의적인 모델이다. 일본 마마 스마일 키즈카페는 파스텔 톤으로 디자인하여 입구는 노란색, 분홍색, 녹색, 남색 등의 일곱 가지 색깔의 미니타운이다. 이곳은 배치 공간을 나누면서 전체 공간은 보이지 않도록 하여 사람들의 호기심을 자극한다. 이런 차별화가 바로 고객들의 이용 욕구를 충족시킬 뿐만 아니라 고객에게도 큰 즐거움을 주고 있다. 키즈카페에서는 계절, 명절, 유행, 어린이들의 선호도 등에 따라 변할 수도 있고 맞춤형 이벤트를 조직하여 작은 선물을 줄 수 있다는 점도 어린이들의 주의력을 끌 수 있고 홍보 효과도 낼 수 있는 방법이다.

셋째, 맞춤형 교육 및 체험 프로그램의 제공이 필요하다. 연령별로 구분하여 낱아, 여아에 맞게 구성한다. 주로 어린 아이들의 호기심을 끌 수 있는 애니메이션과 간단한 인지 프로그램을

설치하고, 나이 많은 아이들은 신체적인, 인지적인, 정서적인, 언어적인 교육 및 체험 프로그램을 모두 활용할 수 있게 만든다. 주로 아트 그라운드, 아트 워크샵, 스튜디오, 미니 경찰서, 미니 소방서, 미니 팩토리 등의 생활 체험 시설도 제공할 수 있다.

넷째, 일반 놀이시설 및 특별한 유기기구의 동시 제공 최근 키즈카페의 놀이 시설은 배터리카, 미니기차, 미니부엌, 미니마트, 트램펄린, 에어바운스와 같은 유기기구가 인기 아이템이다. '유기시설 또는 유기기구'라 함은 이용자에게 재미, 즐거움, 스틸을 제공할 목적으로 기계, 전기, 전자 장치 등을 활용하여 일정 공간 내에서 정형화된 방법으로 이용하도록 설치된 시설 또는 기구 등을 말한다.<sup>10)</sup> 키즈카페의 유기기구는 주로 어린이들에게 즐거움과 재미, 또는 스틸을 제공하려는 목적이 있다. 키즈카페에서 그네, 미끄럼틀, 정글짐, 흔들 놀이기구(시소), 오르는 기구(그림벽 타기), 회전 놀이기구(회전목마), 폐쇄형 놀이기구(트램펄린, 볼풀), 모래놀이기구, 모래집, 어린이 헬스기구 등 다양한 놀이 시설을 제공하면서 특별한 유기기구도 같이 배치하면 어린이들에게 인기가 더 많이 있을 것으로 보인다.

마지막으로 브랜드 디자인전략의 수립이 필요하다. 즉, 브랜드에 영향을 주는 문화적 의미를 개선하고 풍부하게 하여 홍보하면서 기업의 인지도와 영향력을 높여야 한다. 키즈카페의 브랜드 이미지를 제고하고 내적으로는 키즈카페의 퀄리티와 우수한 서비스에 신경을 써야 하며 외적으로는 마케팅 측면에서 효과적인 홍보에 신경을 써야 한다. 또한 인미디어 홍보 전략으로 키즈카페 브랜드의 사회적 인지도를 높이려면 각종 홍보 수단으로 프로젝트에 대해 홍보를 진행해야 한다. 해당 키즈카페의 웨이신(微信) 공식계정을 만들어 웨이신으로 온라인 홍보를 진행할 수 있도록 하고 수많은 팬들이 있는 웨이보(微博)를 통해 기업의 제품을 홍보한다. 또한 현재 발전이 가장 빠른 인터넷 생방송 플랫폼을 통해 키즈카페를 홍보할 수 있도록 디자인 한다. 이를 통해 소비자들의 이용 욕구를 자극시키고 키즈카페의 이미지를 홍보하고 발전시켜야 한다.

10) <http://www.google.com>

## 6. 결론

키즈카페는 꿈과 혁신이 가득하며 개척을 기다리고 있는 업종이다. 신흥 산업으로 각광 받고 있는 키즈카페는 사람들의 환영을 받으면서 중국 어린이들과 부모님들의 수요를 만족시켰을 뿐만 아니라 많은 아이들에게 어린 시절의 추억을 만들어준다. 하지만 중국의 키즈카페는 아직도 발전 단계에 머물러 있고 여전히 해결되지 못하고 보완되어야 할 문제점들이 많다. 본 연구에서는 우선 국내외 키즈카페의 사례분석을 통하여 중국 키즈카페의 문제점을 파악하였으며 설문문을 통해 키즈카페에 대한 소비자 태도를 이용 목적 측면, 이용 만족 측면, 이용 불만 측면에서 조사하였고 결론은 다음과 같다. 첫째, 부모가 키즈카페에 가장 많이 가는 이유가 “아이와 함께 시간을 보내기 위해”라는 것이다. 부모와 아이들이 어떤 환경에서 어떻게 보내는지는 키즈카페의 놀이시설, 교육/체험 프로그램, 청결도, 음식의 맛 및 영양, 서비스의 양과 질, 식품의 양과 질 및 고객만족도 등과 연관성이 많다. 이 모든 요소들을 개선해야 한다. 특히 놀이시설 및 식품의 안전성 문제를 중요시해야 한다. 둘째, 현재 키즈카페의 콘셉트 차별화를 위한 디자인사고의 필요성이 가장 절박하다는 점을 알아냈다. 각 지역에 맞게 독창적인 창의성 있는 어린이 놀이 공간이 만들어져야 하기 때문이다. 어린이들의 호기심을 끌어내기 위해서는 신선한 사물, 혹은 재미있는 캐릭터를 이용하여 키즈카페 실내 공간을 어린이들이 좋아하는 색채, 모양, 환경으로 만들어야 한다. 셋째, 키즈카페에서 각 어린이의 연령에 맞는 프로그램을 개발하여 교육 및 체험의 다양한 활동을 진행한다. 어린이는 신체발달, 인지발달, 정서발달, 언어발달의 모든 측면에서 발전시켜야 한다. 넷째, 다양한 놀이 시설을 제공하면서 특별한 유기기구도 같이 배치하면 일반 키즈카페와 놀이 시설과 차별화되어 부모와 아이들에게 더 매력적일 수 있다. 마지막으로 인터넷 시대에서 홍보 방식에 창의성이 부족하면 홍보 효과가 많이 떨어지게 된다. 모바일 인터넷은 소비자 개인이나 집단이 지식을 얻을 수 있는 수단으로 소비자들의 인식을 향상시킨다. 또한 키즈카페 본연

의 문화적 정취, 문화적 요구, 소비자 체험 등에 대한 욕구가 끊임없이 높아지고 있어서 새로운 관념과 서비스를 쉽게 받아들일 수 있다. 그러나 중국의 키즈카페는 모바일 인터넷이라는 사회적 조류에 대한 효과적인 대응 방식이 부족해 인터넷을 통한 브랜드디자인 전략을 연구해야 한다. 키즈카페 발전을 위해서는 해외 키즈카페 성공 사례를 분석하여 현재 키즈카페의 상황과 시장 수요를 결합하고 맞는 발전 경로를 찾아야 하며 혁신적이고 자신만의 특색이 있어야 한다. 비록 이 업종의 문턱은 낮지만 프로젝트 경영 단계에서 여전히 리스크가 적지 않다. 창업 초기 단계에서 가장 도전적인 리스크는 동종 업계의 경쟁에서 비롯된다. 특히 산업 효율성이 좋은 것은 일련의 유사한 업종의 탄생을 가져와 경쟁적 압력을 가중시킬 수 있다. 기회와 디자인 전략을 통한 도전이 병존한다면 키즈카페 산업의 발전을 도모할 수 있다. 키즈카페에서 가족들은 아이와 함께 시간을 보내기를 원하기 때문에 차별화된 키즈카페는 반드시 큰 시장으로 발전할 것이며 그 전망은 밝다.

## 참고문헌

- 디엠피 편집부.(2018) 스페이스 포 키즈=Space for kids, 서울:디엠피
- 문자영, 신경주.(2011) 키즈카페의 유형별 실내공간구성현황과 특성분석, *실내디자인학회 No.13*, 54-58.
- 문자영, 신경주.(2011) 키즈카페의 이용자 만족도에 관한 연구, *실내디자인학회 No.14*, 148-152.
- 문자영, 신경주.(2012) 키즈카페의 유형별 공간특성과 이용자 만족도 분석 연구, *실내디자인학회 No.21*, 23-34.
- 虞一纯, 王永峰.(2012) 亲子空间设计. 江苏人民出版社
- 朱科特尼克.(2012) 儿童学习空间设计. 广西师范大学出版社
- HKASP先锋空间.(2016) 儿童乐园设计手册. 中国林业出版社
- <http://www.lazyroo.com.cn>
- <http://www.google.com>

