SPACE MAKING,
SHARING THE PLACE

PLANDi

플랜디페이퍼에 실린 콘텐츠의 전문은 플랜디 웹사이트에서 읽으실 수 있습니다.
(https://www.plandi.co.kr/)

VOL.01

새로운 가치

플랜디는 세상을 읽습니다

editor's note

현대사회에서 부동산은 자본시장에서 거래되는 하나의 상품으로 자리매김하였습니다. 우리나라 주택시장은 이미 국민주택 보급이라는 기본 목표를 달성한지 오래되었고, 짓기만 해도 팔리는 시대는 지났습니다. 최근의 주택시장은 변화하는 인구구조와 사회, 환경의 변화와 더불어 특정 지역에 고급 커뮤니티 시설을 도입한 "하이엔드" 시장으로 거듭나면서 평당 분양가가 1억원을 넘어섰습니다.

코로나 팬데믹이라는 급격한 사회.환경적 변화와 더불어 저성장 인플레이션 시대를 맞이하며 많은 사람들이 부동산을 가장 안정적인 자산으로 인식하게 되었습니다. 또한 각종 매체의 발달 및 정보의 증가로 이전보다 훨씬 많은 사람들이 부동산에 열광하게 되었고 정부의 각종 규제에도 불구하고 아파트 가격은 급격히 상승하고, 공시지가도 급등하였습니다. 이제는 아파트 뿐만 아니라 부동산 펀드 및 개별 투자가 가능한 소규모 필지까지 그 관심과 영역이 넓어지고 있습니다.

이와같이 지가가 급등하고 금융조건이나 세금관련한 각종 규제가 생기면서 부동산과 관련한 개발과 시행에도 많은 어려움이 생겼습니다. 이전에는 저렴한 땅에 적당히 건축을 해도 적정가에 분양이 가능했지만 땅값이 오르면서 분양가도 높아지고 높은 분양가를 상쇄하기 위해 건축은 더욱 고급화 할 수밖에 없습니다. 더 이상은 기존의 방식대로 주택을 공급해서는 판매할 수 없습니다.

자본시장에서 건축과 공간은 상품이 되었습니다. 잘 팔리는 건축 또는 공간을 만들어야 수익을 창출할 수 있습니다. 사람들의 의식이나 인식 그리고 공간을 활용하는 방식이 달라졌고 부동산에 접근하거나 바라보는 시각도 많이 달라졌습니다. 이러한 사회적 변화에 따라 부동산을 개발.시행하려면 어떻게 해야할까요.

플랜디는, 이러한 사회.경제.문화.환경적 변화에 지속적인 관심을 가지고 세상과 사람들의 요구에 귀기울이며 건축과 공간을 상품으로 해석하고 다루고 있습니다.

Jihee LEE.

" DIFFERENT WAY OF LOOKING AT THE WORLD "

ABOUT US *page 2-3*
PLANDi

OUR BRAND *page 4-7*
SPACE BRANDING, THE SEOUL, MASPIS

ONGOING PROJECT 01 *page 8-11*
URBAN HOUSE #1, #2, #3 (in songpa)

ONGOING PROJECT 02 *page 12-13*
WELCOME HOUSE

ONGOING PROJECT 03 *page 14-15*
HOUSE IN HOUSE

ONGOING PROJECT 04 *page 16-17*
DUPLEX IN HOUSE

ONGOING PROJECT 05 *page 18-19*
COMMERCIAL COMMUNITY CENTRE

WHAT'S NEXT? *page 20*
NEXT STORY - VOL.02

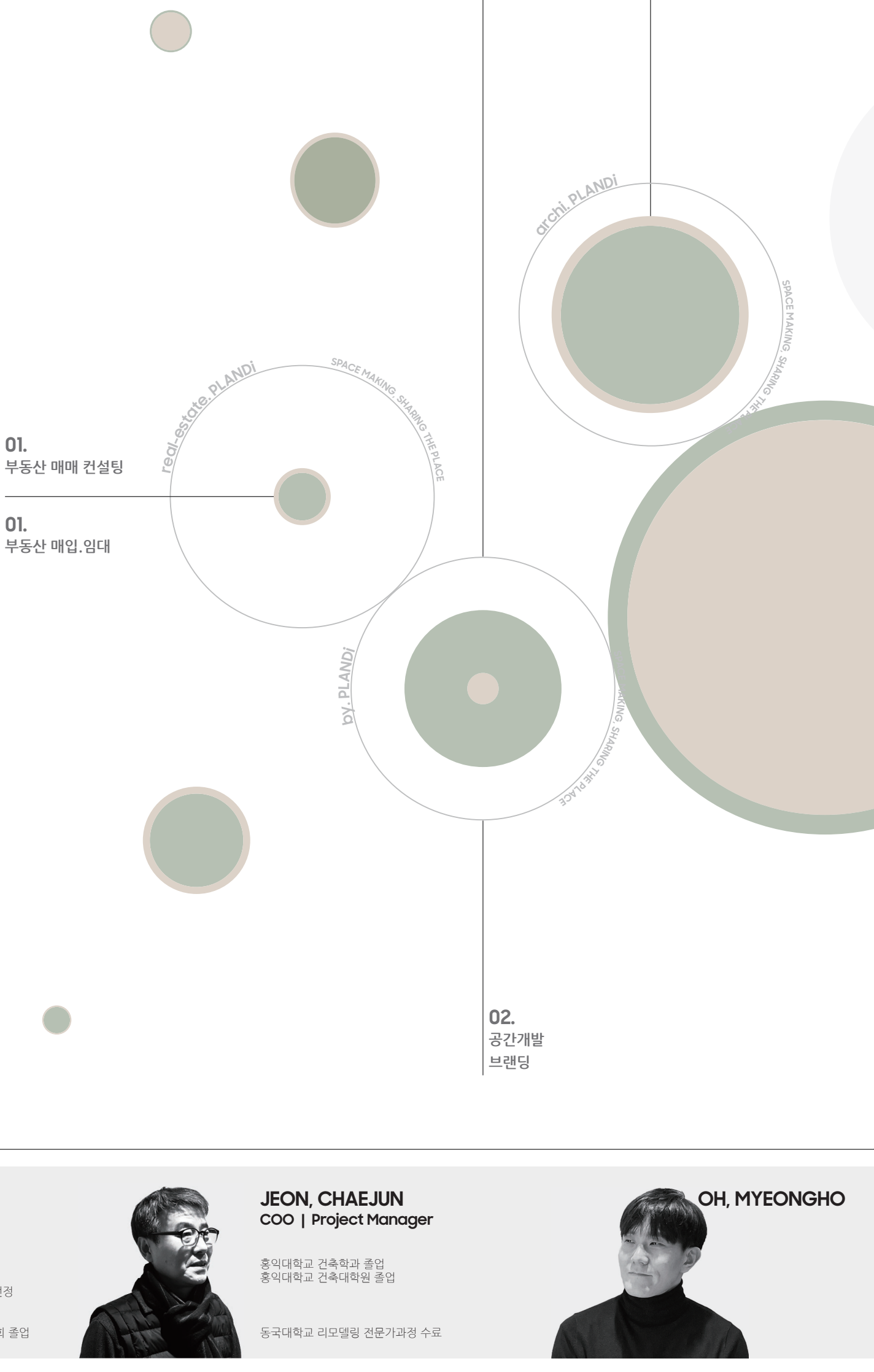
Convergence

소비시장이 세분화되고 다양해지면서 의식주와 관련한 각종 산업의 유형도 많이 달라졌습니다. 의류 시장은 새로운 스타일을 더욱 빨리 공급하는 fast fashion이 급변하는 시대의 요구를 충족시키고 있고, 카페와 식당은 단순히 먹고 마시는 기본 목적을 뛰어넘어 장소와 분위기를 함께 판매합니다. 숙박업도 일반과 고급이라는 단순 구분에서 벗어나 유니크함이 새로운 가치로 부상하면서 장소나 공간 역시 음식이나 옷처럼 가볍게 소비하는 시대가 되었습니다.

한편, 2020년대 이후 주택관련 세법과 금융조건 등 각종 정책의 변화로 인하여 주택시장이 급변하였습니다. 또한 일반인들의 부동산에 대한 관심이 아파트에서 개별단위의 필지로 넘어오면서 땅값이 급등하였습니다. 동시에 코로나 팬데믹을 겪으면서 사람들이 공간을 생각하고 사용하는 방식에도 큰 변화가 찾아왔습니다. 이와같이 사람들의 소비의식과 사회적인 조건 등이 급격하게 변화하는 상황에서, 부동산을 소유하고 있거나 부동산을 바탕으로 사업을 하는 분들에게는 또 다른 고민이 생겼습니다. 부동산을 보유하고 있지만 금리인상과 상가 임대가 안되어 수익이 안나고 있거나 개발시행을 해야하는데 땅값이 너무 높아 개발수익률이 안나오는 경우도 많습니다. 우리는 이러한 부동산 시장을 어떻게 접근해야 할까요.

모든 건축과 공간은 상품화 되어야 합니다. 요즘은 아주 작은 단위까지 공간을 세분화하여 임대하거나 운영하여 소득을 창출하기도 합니다. 그리고 작은 단위의 필지일수록 건축과 공간이 구분되기 어렵습니다, 건축은 곧 사람들이 활동하는 공간이 되며 이들이 조화를 이루며 주어진 조건 내에서 최대한의 효율을 낼 수 있도록 잘 이끌어 나가야 합니다. 그 목적이 분양이든 임대든, 운영을 위한 것이든 건축물은 그 목적과 용도, 그리고 수준에 맞추어서 공급해야 합니다.

부동산의 시작인 건축은 합리적인 계획을 바탕으로 아름다운 디자인이 더해졌을 때 비로소 완성됩니다. 합리적인 계획의 시작은 대지의 주어진 조건과 해석에서 비롯됩니다. 도심지의 경우 국가 법령 외 지자체별 별도의 기준을 마련하고 있으며, 일부 지역들은 지구단위계획구역으로 지정하여 개발에 여러 가지 제한을 두기도 합니다. 그에 의하여 겉보기에는 비슷해 보이는 조건일지라도 계획안과 그 결과물은 상당히 달라질 수 있습니다. 대지의 조건을 명확하게 파악하고 효율적으로 활용하는 방안을 찾으면서 동시에 도시적 맥락에서 멋진 구조물을 축조하고 휴먼 스케일에서 아름다운 공간을 만드는 것이 곧 건축사사무소의 역할과 책임입니다.



01.
부동산 매매 컨설팅

01.
부동산 매입.임대

02.
디자인.기획
상품개발

03.
건축설계
인허가.감리

02.
공간개발
브랜딩

PEOPLE

LEE, JIHEE
CEO | Architect (KIRA)

대한 건축사협회, 정회원
대한여성건축사회, 정회원
2021,2022 송파구 명예건축지도원 선정

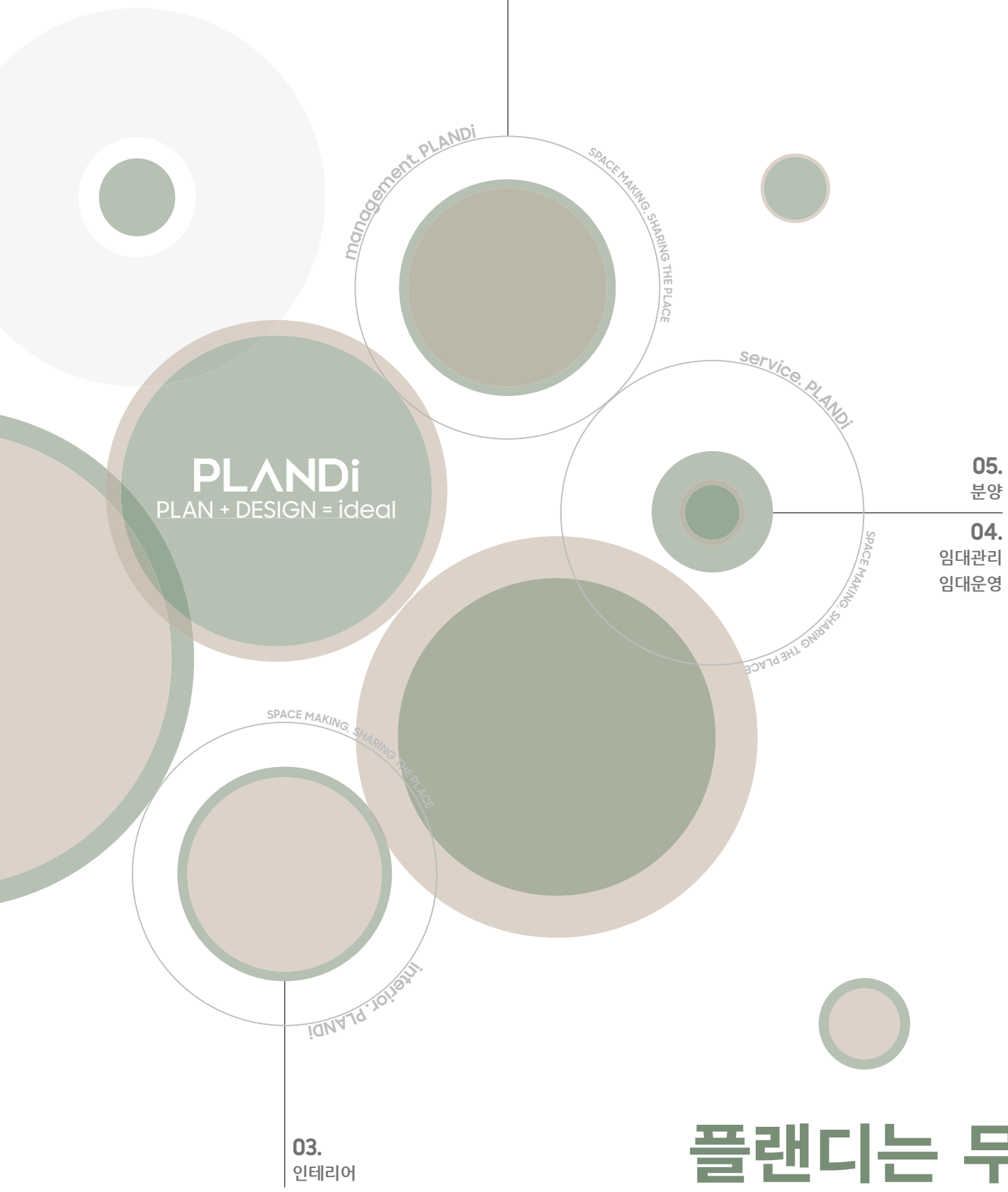
홍익대학교 건축학과 졸업
건국대학교 부동산대학원 건설개발학회 졸업

JEON, CHAEJUN
COO | Project Manager

홍익대학교 건축학과 졸업
홍익대학교 건축대학원 졸업

동국대학교 리모델링 전문가과정 수료

OH, MYEONGHO



플랜디는 무엇이 다를까요?

플랜디(PLANDi)는, 크게 두 가지 방향의 사업을 진행합니다. 첫 번째 공간기획 및 인테리어와 부동산 임대.운영사업, 두 번째 분양을 위한 상품개발 및 설계, 사업관리 및 마케팅 분야입니다.

공간기획은 공간의 사용성부터 디자인 운영방안까지 한번에 기획하고 인테리어 공사를 통해 실제 운영까지 하는 것으로, 저희가 직접 부동산을 매입하여 운영하기도 하고 유휴부동산을 갖고 계신 분들에게 컨설팅하여 저희가 임차하여 운영하기도 합니다.

분양을 위한 상품개발은 부동산을 개발.시행하는 분들의 입장에서 사업의 시작단계인 사업성 검토부터 대지의 해석 및 분석을 통한 합리적인 건축설계와 상품개발, 그리고 착공 후 공사단계를 통하여 제대로 상품이 구현될 수 있도록 사업관리를 진행합니다. 사업의 초기단계부터 끝까지 진행하기 때문에 배치 작업과 동시에 모듈을 만들어 유닛을 개발하고, 유닛을 개발하면서 인테리어를 함께 고민합니다. 또한 기획한 상품이 설계로 구현되는 과정에서는 전체 사업예산을 고려한 적정한 자재의 선정 등 디자인의 범위를 조율합니다. 설계가 완료되고 시공단계에 이르렀을 때에는 업체를 선정하는 기준을 제시하고 계약 및 내역을 검토하는 등 지속적인 공사관리업무를 통해 설계가 제대로 구현될 수 있도록 건축주를 대행하는 PROJECT MANAGEMENT업무를 진행하고 있습니다.

플랜디(PLANDi)는, 합리적인 계획에 아름다운 디자인을 더합니다. 합리적인 계획이란 주어진 조건을 효율적으로 활용하는 가치를 일컫습니다. 아름다움은 모든 인간이 공통적으로 추구하는 본질적 가치입니다. 합리적인 계획을 바탕으로 본질적 가치인 아름다움이 결합하면 비로소 이상적인 결과물이 도출됩니다. 합리성은 올바른 기준과 오랜 경험에서 비롯됩니다. 기준을 바르게 세우고 아름다움을 더하여 잘 만들어 나간다면 반드시 좋은 결과물이 나오게 됩니다.

플랜디(PLANDi)는, 건축을 디자인으로 바라보거나 부동산을 동향으로만 바라보지 않습니다. 건축과 부동산은 우리의 삶과 시대의 조건이 만들어낸 결과물입니다. 변화하는 시대의 흐름에 맞추어 수요자가 요구하는 공간을 해석하고 반영하며 이것을 상품화하여 시장에서 가치를 가질 수 있도록 만드는 일이 저희 플랜디가 추구하는 방향입니다.

플랜디(PLANDi)는, 부동산을 건축으로 해석하고 건축을 공간으로 해석하며 사회가 요구하는 것을 공간에 반영하여 상품으로 만들고 이를 브랜딩합니다.

Jihee LEE.

SPACE BRANDING

서울별장

All copyright reserved by PLANDi.

서울별장은 중구 신당동에 위치한 세컨하우스입니다. 일반적으로 서울에 거주하는 사람들에게 별장이나 세컨하우스라고 하면 보통 경기도나 강원도 등 서울에서 1-2시간 거리에 떨어진 교외에 마련하는 경우가 많습니다. 하지만, 서울별장은 반대로 뒤집어서 생각했습니다. 세컨하우스는 무엇보다 접근성이 중요하고, 언제든지 편하게 이용할 수 있어야 한다는 것입니다. 별장은 꼭 주말에 마음먹고 이용하는 것이 아니라 언제든 휴식이 필요할 때, 사용해야 가치있기 때문입니다.

서울별장은 3호선과 6호선이 만나는 약수역 인근에 위치해 있습니다. 약수역에서 동대입구역로 오르막길을 오르면 남산자락과 이어지는 다산성곽길을 맞이하게 됩니다. 서울별장은 이곳 다산성곽길에 위치해 있어, 서울 시내 한복판이지만 매우 조용하고 여유로운 입지를 자랑하고 있습니다.

처음 별장을 마련했을 때는 의도하지 않았지만, 막상 이 곳을 완성하고 직접 사용자가 되어보니, 비단 저희뿐만 아니라 사회생활을 하든, 집안일을 하든 누구나 일상에 지치고 힘들 때가 있게 마련이고, 또 가끔은 온전한 휴식이 필요하다고 생각하게 되었습니다. 비록 처음에는 개인적인 의도로 시작했지만 단지 개인적으로 활용하기에는 아깝다고 생각하였고 또 저희 생각을 다른 사람들과 공감하고 싶은 마음에, 누구든지 함께 사용할 수 있는 공유공간으로 운영하게 되었습니다. 이곳에는 모든 가구가 갖추어져 있고 취사도 가능하기 때문에, 다른 걱정은 접어두시고 몸만 들어오시면 됩니다. 잠시나마 일상을 벗어나서 오롯하게 스스로 집중할 수 있는 시간과 장소로서 언제든지 편하게 이용하시기 바랍니다.

address. 서울특별시 중구 동호로11차길 28, 301호

SEOUL VILLA

소중한 사람들과 함께 할 수 있는 집.

서울별장은, 누군가를 집에 초대한다는 부담감에서 벗어나 소중한 사람들과 함께 즐거운 시간을 보내며 관계에 집중할 수 있는 공간입니다.

나에게 집중하기 위한 집.

서울별장에는 약 1500권의 책이 있는 서재가 있습니다. 넓은 창을 통해 보이는 다산성곽길의 파노라마 뷰를 감상하며 자기만의 세계에 빠져보세요.

자연을 품은 조용하고 여유로운 집.

서울별장은, 서울시내 한복판에 위치했지만 아주 조용한 동네에 있습니다. 서울 도심이 한눈에 보이는 조용한 남산둘레 산책길을 거닐며, 자연과 함께 하는 삶의 여유를 느껴보세요.

PLANDi
910

All copyright reserved by PLANDi.

2021년 11월. 사무실을 이전하면서 새로운 시도를 하였습니다. 입지와 조건은 좋았지만, 당장 단독으로 사용하기에는 다소 큰 사무실을 임차하게 되면서 새로 인테리어를 하고 공유사무실을 함께 운영해보기로 한 것입니다. 또한 저희 플랜디가 추구하는 기본가치인 SPACE MAKING & SHARING THE PLACE라는 개념을 실현하기에 무엇보다 적합한 조건이라고 판단했습니다. 건물 위치는 8호선 몽촌토성역과 9호선 한성백제역 사이에 있고 올림픽공원 평화의 문 바로 건너편에 위치하여 교통과 자연환경이 뛰어납니다. 또한, 지하 1층~5층까지 주차장이 확보되어 있으며 1층에는 스타벅스가 있어서 상징적 입지의 장점도 있습니다. 1인 사업자나 소규모 단위의 회사가 많아지면서 큰 규모에 입지도 좋은 공유오피스는 많지만, 대부분 공간의 크기가 한정적이라 건축이나 인테리어와 같이 각종 자재 샘플이나 도면 등 짐이 많은 업종에 맞는 공유사무실을 찾기는 쉽지 않습니다. 저희는 동종 업계의 분들 중에서도 특히 프리랜서로 활동하시는 분들과 함께 자재샘플 및 회의실을 공유하고자 했습니다. 1인 오픈좌석 3개와 1인 독립실 3개, 그리고 공용 회의실로 구성하였고 저희가 사용하는 공간과는 별개로 분리하여 각각의 독립성을 유지하고자 하였습니다. 최근에는 특히 공간 플랫폼을 통하여 영화나 광고 촬영장소로도 많이 활용하고 있습니다.

address. 서울특별시 송파구 위례성대로 6, 910호

• • •

서울살롱

공간을 공유하는 문화가 보편화되고 코로나가 오랫동안 지속되면서 사람들이 모임을 하는 방식도 이전과는 많이 달라졌습니다. 코시국을 보내며, 모임의 전담 역할을 해왔던 음식점 영업에 각종 규제와 제한을 두고 사람들이 많이 모이는 장소를 자연스럽게 피하게 되면서 소규모의 모임도 파티룸과 같이 프라이빗한 공간을 빌리고 음식은 배달앱을 통하여 먹는 것이 새로운 문화로 자리 잡게 되었습니다. 서울별장 역시, 초반에는 숙박을 목적으로 하는 것이 아니라 사람들과의 모임을 주선하는 장소로 활용하다 보니 이와 같은 변화에 동참하게 되었습니다. 공간의 소비경향을 보면, 연령대별로 사람들이 원하는 공간의 특징과 성격이 다릅니다. 20대의 경우 친구들과 함께 사진을 찍었을 때 잘 나오는 예쁜 공간을 찾는 경우가 많고, 30대는 주로 아이들을 매개로 생일파티 등을 위한 장소의 수요가 높습니다. 40-50대의 경우, 조용한 곳을 선호하고 프라이빗한 모임을 필요로 하며 상대적으로 편안하게 장시간 시간을 보낼 수 있는 곳을 찾습니다. 와인바를 컨셉으로 하는 서울살롱은 40-50대를 타겟으로 하며 작은 공간이지만 영화와 음악이 함께 있는 공간으로 하여 6월 중에 오픈할 예정입니다.

address. 서울특별시 중구 동호로 11나길 65, 3층

All copyright reserved by PLANDi.

contact 010 9760 7106 http://www.plandi.co.kr/ by_pland pland_official

PLANDi, 910

차분한 분위기에서 집중할 수 있는 오피스.

PLANDi 910은 공간 전체에 방음 시공을 완료하였고, 조도를 낮추어 차분한 분위기를 연출했습니다. 공기청정기, 은은한 향초를 두어 편안한 분위기에서 업무에 집중할 수 있는 공간입니다.

독립적인 프라이빗 오피스.

독립적인 3개의 각 실은 도어락이 있어 외출시에도 안전하게 이용이 가능합니다. 각 실 천장에는 개별 냉난방기가 설치되어 있어 쾌적한 환경에서 업무가 가능하며, 디자인 가구 브랜드 Dodot의 책장, 서랍장 그리고 업무용 의자 전문 브랜드인 듀오백 체어를 구비하였습니다.

자유로운 회의가 가능한 오피스.

6인용 회의실에는 iMac이 있어, 별도의 노트북 없이 프리젠테이션이 가능합니다. 또한 인테리어 관련 자재와 각종 서적들을 구비하고 있어, 관련 업계 종사자분들에게 추천합니다.

space rental brand, THE SEOUL

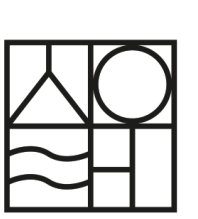
sapce.THE SEOUL은 서울지역을 중심으로, 다양한 방식으로 공간을 해석하고 개발하여 운영하는 플랜디의 공간 브랜드입니다. 지금까지 우리 사회는 공간을 사용하는 방식이 무척 제한적이었지만, 시대가 변화하고 사람들의 가치관과 생활 방식이 바뀌면서, 새로운 공간에 대한 니즈도 달라지고 있습니다. 플랜디는 변화하는 삶의 방식을 관찰하고 연구하여 공간을 직접 브랜딩하고 운영합니다.

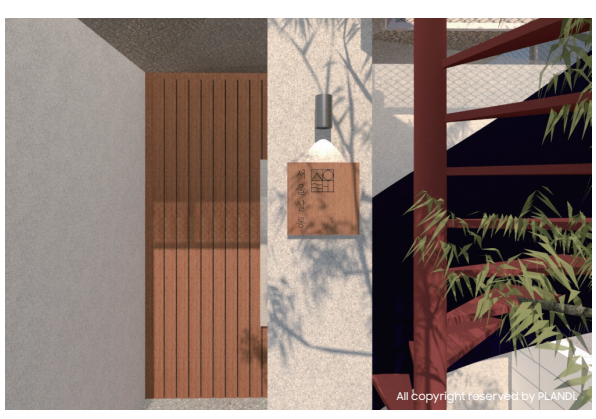
sapce.THE SEOUL의 시작은 중구 신당동을 기점으로 하였습니다. 신당동은 2호선 신당역에서 5호선 청구역과 3호선 약수역을 지나 6호선 버티고개역까지 이르는 지역으로 그 크기가 2.53km2에 이릅니다. 신당동은 1950년대부터 떡볶이타운으로 잘 알려져있으며, 최근에는 중구청사의 이전 소식과 함께 힙당동이라 불리며 제2의 성수동이나 을지로와 같은 개발가능성을 지니고 있습니다.

그동안, 구도심은 지저분하고 불편하다는 편견때문에 입지적 장점에도 불구하고 상대적으로 저평가되어 왔습니다. 하지만 지난 10여년간 도시재생에 대한 인식의 변화와 각종 사회적 지원 등을 통하여 오래된 지역에 대한 지역적 가치가 많이 상승하였습니다. 대표적으로 연남동, 성수동, 문래동, 을지로 등이 있으며 이들 지역의 공통점은, 과거에 중심을 이루던 산업이 쇠퇴하면서 본연의 기능은 상실했지만 오래된 시간의 켜를 간직한 장소와 공간은 그대로 유지하고 활용하면서 새로운 가치를 부여했다는 점입니다.

space seoul 1호점은 서울별장입니다.
서울별장은 도심내 별장컨셉의 단기임대주택입니다. 3호선, 6호선 약수역에서 도보10분 거리에 위치해 있으며 남산 다산성곽길 산책로와 인접하여 뛰어난 자연환경 입지를 장점으로 합니다. 기본적인 기능은 주택이지만 단순한 임대주택이 아닌, 누구나 원하지만 또 누구나 갖고 있는 것은 아닌, 세컨하우스를 서울도심 한복판에 만들고 또 공유하여 활용한다는 새로운 개념의 주택입니다.

space seoul 2호점은 2022년 6월 오픈을 앞둔 서울살롱입니다. 살롱이란, 본디 17-18세기 프랑스 상류사회에서 형성된 귀족들의 정기적인 사교모임을 일컫는 말로서 고급 모임을 상징합니다. 서울살롱은 사람들이 만나는 방식을 기존과 다르게 해석합니다. 장기간 이어진 코로나의 영향으로 사람들의 활동시간 및 범위에도 규제가 생기면서 특히, 소규모 집단의 모임방식이 많이 달라졌습니다. 이제는 배달이 상용화되고 장소만 마련되면 모임이 가능해지면서, 일반음식점에서 별도의 룸을 잡고 모임을 즐기던 문화에서 벗어나, 오히려 프라이빗한 공간을 대여하여 다양한 목적으로 즐기게 되었습니다. 서울살롱은 도심지에서 사교모임을 즐기는 방식으로서 새로운 가치와 활용을 기대합니다.





VALUE OF SEOUL

#1 서울은 한강과 공원 등 대형 녹지 공간이 지역 곳곳에 자리하고 있어, 도심 속 자리한 녹지는 쾌적함을 제공합니다.
#2 최근에는 '여기에 이런 곳이 있나' 싶을 만큼 깊숙한 골목 구석구석, 젊은 셰프와 마케터, 예술가들이 앞다투어 새로 문을 연 공간들로 과거에는 저평가되었던 지역이 지금은 서울에서 가장 힙한 동네로 떠오르고 있습니다.
#3 '국토계획법' 상 5년마다 재정비해야 하는 규정에 따라 2020년 서울시가 제5차 국토종합계획, '2040 서울도시 기본계획(안)'을 발표하였습니다. 이를 위해 6대 공간계획을 제시했습니다. ①'보행 일상권' 도입 ②수변 중심 공간 재편 ③중심지 기능 강화로 도시경쟁력 강화 ④다양한 도시모습, 도시계획 대전환 ⑤지상철도 지하화 ⑥미래교통 인프라 확충이 그것입니다. 지금과 다른 변화를 보일 부동산에 집중해야 합니다. 주거는 당연히 정비사업이고, 새로운 역할이 추가되는 한강변과 한강의 지류 주변의 변화에도 집중해야 합니다. 아울러 서울의 마지막 활용 부지라고 할 수 있는 지상철 구간이 지중화되는 것이 가속화될 가능성이 높아졌기 때문에 지상철 주변 지역도 주목해야 합니다.

housing brand, MASPIS

최근 몇 년간 주택관련 세법이 바뀌고 대출 및 각종 규제 등의 변화에 따라 부동산에 대한 인식도 크게 변화하였습니다. 특히 한국의 대표적인 주택유형인 아파트에 대한 규제가 강화되면서 주택이 아닌 형태의 개발 필요성이 대두되었고 높은 토지대에 따른 분양가 상승전략으로 일명 하이엔드 오피스텔과 같이 상품개발을 통한 고급화에 주력하고 있습니다. 특히 서울은 전반적으로 땅값이 상승하고, 부동산에 대한 관심이 용도지구 및 지역을 불문하고 소규모 필지 곳곳으로 이어지면서 일반주거지로 대표되는 저층주거지에 대한 인식과 개발방식도 변화하고 있습니다.

그동안 소규모 주택시장은 지역을 중심으로 소위 집장사에 의하여 단순 개발 및 공급되었고 이들의 설계와 시공 역시 허가를 위한 단순 도면을 바탕으로 별도의 품질기준 없이 지어져 왔습니다. 그리고 실제 분양가에도 한계가 있어서 어떻게든 저렴하게만 지으면 팔리는 시장이었기 때문에 이를 팔기 위한 상품으로 개발할 필요도 없었습니다.

하지만 앞으로는 지가의 상승과 개발주체 및 수요자들의 인식변화에 따라 소규모 주택시장에도 별도의 상품화 전략이 불가피해졌습니다. 브랜드 아파트의 경우, 대형 시공사에서 자체 상품개발팀을 운영하면서 지속적인 평면개발이 이루어져 왔지만 소규모 주택시장의 상황은 다릅니다. 규모는 작지만 필지별로 서로 다른 대지조건과 일반주거지역에만 적용되는 일조사선 제한, 주차배치 및 이격거리 확보로 인한 효율성 등을 검토해보면 어디나 적용할 수 있는 평면개발이란 거의 불가능합니다.

소규모 주택시장에 있어서 상품개발은 그 역할과 범위가 아파트 시장과는 다릅니다. 필지에 대한 해석을 비롯하여 사람들의 욕구와 니즈를 반영한 평면개발, 그리고 합리적인 인테리어의 구현 및 이러한 전반적인 과정이 성공적으로 완성될 수 있도록 시공관리의 역할까지 통틀어서 저희는 상품개발이라고 합니다. 건설사에 의한 집장사 시장을 탈피하여 필지의 해석부터 설계 및 준공까지 전반적인 사업관리를 통한 품질의 구현이 저희의 역할과 책임이라고 생각합니다.

이와 같은 전반적인 사업관리를 통하여 공급하는 주택에 저희는 소규모 주택이지만 특별한 설계를 진행하고 품질시공까지 구현했다는 프라이드를 담기 위하여 저희만의 주거 브랜드를 기획하였습니다.

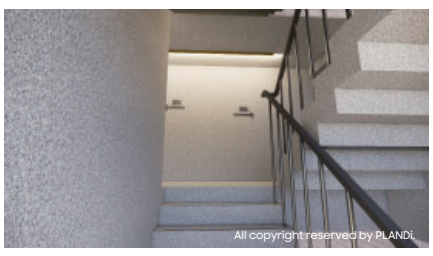
Masters Make Masterpieces 라는 의미를 담은 “MASPIS” 입니다.

전문가들이 모이면 집단이 되고, 또 그 집단이 만들어낸 결과물은 곧 작품이 됩니다. 건축에 있어서 작품은, 단순히 아름다운 그림이 아닙니다. 건축은 공급자와 수요자의 서로 다른 니즈를 반영하여 편리하고 합리적이지만 동시에 아름다운 계획이 필요합니다. 또한, 이러한 계획을 바탕으로 제대로 된 건축물이 만들어져야 비로소 완성됩니다. 마스피스는 각 분야의 전문가들이 협업하여 품질구현까지 약속한 주택을 지칭합니다.

주출입구

주차장

엘리베이터 코어부분



계단실 코어부분

EXPANDED SPACE

부동산에서 가장 기본이 되는 면적 개념은 전용면적입니다. 전용면적은 방과 거실, 화장실, 주방 등 실제로 사람이 거주하는 공간입니다. 이 전용면적에 복도나 계단, 엘리베이터와 같은 주거공용면적이 합쳐진 것이 공급면적입니다. 계약면적은 공급면적에 관리사무실, 지하주차장 등 입주민이 사용권한을 갖는 기타공용면적까지 합한 면적입니다. 이 외에 발코니처럼 용적률 산정에 포함되지 않는 서비스면적이 있습니다. 서비스면적은 용적률이나 전용면적, 계약면적 등에 포함되지 않아 서비스 면적이 넓을수록 같은 비용으로 더 넓은 생활이 가능합니다. 따라서 서비스면적 확장 공사를 통해 더 넓은 공간을 확보할 수 있습니다.

또한 ‘베이(Bay)’가 늘어날수록 채광과 통풍이 좋고, 그만큼 더욱 쾌적하게 생활할 수 있습니다. 4베이 구조는 전용면적이 더 넓어 보이는 효과가 있어 수요자들 사이에 더욱 선호되고 있습니다. 저희는 확장발코니와 4베이 구조를 도입하는 등 깊은 공간감을 느낄 수 있는 다양한 요소들로 특화설계하여 소형주택에서도 쾌적하면서 여유로운 생활이 가능한 주거공간을 제공하고, 동선과 공간의 효율성을 극대화합니다.

URBAN HOUSE #1 잠실동
(in songpa)

위 치 서울시 송파구 잠실동 247-16
대지면적 234.30㎡ (70.87평)
건축면적 140.36㎡ (42.45평)
연 면 적 468.6㎡ (141.75평)
용 도 다세대주택
규 모 지하 1층, 지상 6층
착 공 일 2022.05
세 대 수 16세대

All copyright reserved by PLANDi.

공간이 주는 Sequence

잠실동 다세대주택은 제2종 일반주거지역에 위치해 있으며, 대지면적 70평에 지하 1층, 지상 6층인 1동으로 계획하였습니다.

모든 주거지역과 근린상업지역에서는 일조 사선제한 검토가 필요한데, 이는 개구부, 즉 창이 있는 방향은 높이에 따른 일정거리를 이격시켜야 하는 사항입니다. 다세대주택이나 연립주택과 같이 소규모 공동주택은 일조 사선제한에 따라 외관이 수직으로 일자 형태가 아닌, 층마다 다양한 볼륨감이 생기게 됩니다.

송파구 다세대주택의 외형 디자인은 벽돌 디테일로 흐름은 파괴하지 않으면서 밋밋한 입면에 포인트를 두었습니다. 수평 라인은 대리석으로 설계하여 포인트를 두었지만 이 또한 흐름을 파괴하지 않습니다. 공용계단실은 큐블럭 유리로 구성하여 공간의 개방감을 더해주었고 밝고 경쾌한 분위기로 공간을 특화하였습니다.

이러한 외부공간과 공용공간은 외부와의 자연스러운 경계를 만들어 프라이빗한 공간감을 제공합니다. 큐블럭 유리로 구성한 공용계단실은 외부의 빛을 내부로 끌어들여 명상적인 진입의 시퀀스를 연출하며 생각할 수 있는 시간을 제공하는 기능으로도 활용될 수 있도록 연출하였습니다.

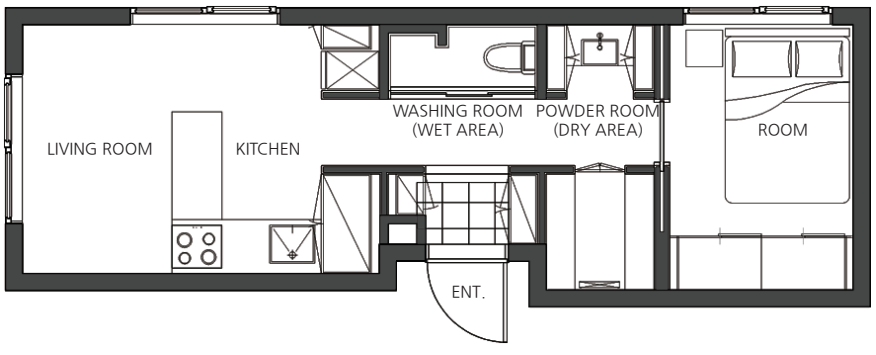
실내공간은 하이엔드 라이프스타일과 미니멀&모던 인테리어를 접목한 호텔식 공간을 집에서 만난다는 컨셉으로 연출하고자 하였습니다.

1980~1990년대 강남 청담동과 압구정동, 방배동 일대로 이동한 이들이 간결한 모던 디자인으로 공간을 만들기 시작했고 그것이 하이엔드 주거 단지의 시작이 되었습니다. 공간 디자인 역시 하이엔드에서 주도하고 이것이 퍼져나갔고, 모던 스타일이 점점 작은 평수로 내려오며 지금의 대중적 미니멀&모던 인테리어의 시작이 되었습니다.

" 집의 안락함과 호텔의 고급스러운 요소의 결합 "

ABOUT SPACE

#1 여백을 통한 여유로움. 1-2인 가구의 더 나은 주거 환경을 위해 공간 여백과 생활 동선을 분리하고, 최소한의 벽을 세움으로써 온전히 나로 채울 수 있는 집으로 꼭 필요한 것만 담습니다.
#2 안으로의 집중. 집 안으로 들어서면 입구에서부터 점진적으로 확장되는 공간과 채광을 경험할 수 있고, 도심 속 자연, 작지만 강한 공간, 온전히 나에게 집중할 수 있는 곳으로서 풍요로운 삶이 닮길 공간의 변화를 모색합니다.
#3 독립적인 공간 구성. 개별의 주호처럼 분리한 α-Room과 Bed Room, Bath Room에서 독립적이고 자유로운 공간을 즐길 수 있으며, 2020년대 라이프스타일에 맞는 고급 주거 공간으로서 오롯이 나에게 집중할 수 있는 프라이빗한 공간을 누릴 수 있을 것입니다.



‘ㅡ’자형 유닛

Terrace house

잠실동 다세대주택의 A-type 유닛인 '-'자형 유닛의 전체 공간은 약 8평의 작은 평수의 작은 집입니다. 8평이라는 것이 무색하게 현관으로 들어와 좌측 주방 겸 거실 공간으로 걸어가면 테라스와 함께 넓은 창이 있어 탁 트인 홈카페 공간이 펼쳐집니다.

작은 평수이기 때문에 수납의 불편함을 최소화하고자 현관에는 마주보고 있는 행잉 신발장, 주방은 키큰장과 하부장, 침실에는 붙박이장과 화장대를 두어 수납공간을 최대화하였습니다.

주방은 화이트 톤의 미니멀한 냉장고장과 키큰장, 아일랜드 식탁으로 구성하였고, 그 옆으로는 테라스가 펼쳐집니다. 작은 공간이지만 테라스에 앉으면 탁트인 바깥 풍경과 하늘을 볼 수 있습니다.

잠실동 다세대주택의 A-type 유닛인 '-'자형 유닛과 G-type 유닛인 복층형 유닛에서는 점진적으로 확장되는 공간을 경험할 수 있습니다. 테라스와 외기에 접한 창을 통해 유입되는 빛은 머무는 이로 하여금 분위기의 변화와 이에 따른 공간에 대한 의식을 다양하게 하며, 공간의 전개는 은밀하면서 암시적임으로써 단조로움과 피로함을 털어 버리고 '둘러싸여 있으나 결코 막히지 않는 공간'으로 기대될 수 있도록 연출하였습니다.

욕실계획에서 세면대 부분은 상, 하부장을 두어 건식으로, 샤워실은 습식으로 벽과 바닥은 포세린 타일로 계획하였으며, 우드 슬라이딩 도어로 공간을 나누었습니다. 슬라이딩 도어의 레일은 천장 상부에 숨겨 두어 고급스러운 호텔식 분리형 욕실의 컨셉으로 디자인하였습니다.

가족 구성과 라이프스타일 외에 주택의 공간 구성을 결정하는 요소는 사회적인 흐름입니다. 사회적인 흐름이 바뀔 때마다 트렌드와 함께 공간에도 변화가 생깁니다. 트렌드의 변화는 가전 시장에도 새로운 요소를 끌어내고 이는 결과적으로 공간에 영향을 미칩니다.

예전에는 세면대가 화장실 밖에 있는 것을 어색해했지만 위생에 대한 중요성이 커지고 청결에 대해 새롭게 인식하면서 요즘은 오히려 건식 세면대를 요구하는 추세입니다. 화장실을 이용할 때는 물론 외출하고 집에 돌아왔을 때, 식사 전에도 손은 씻어야 하기 때문에 잠실동 다세대주택에서도 마찬가지로 이러한 필터 공간으로서 파우더룸을 설계하였는데, 이러한 것이 변화하고 있는 공간의 모습의 일부입니다.

코로나19의 지속이 이러한 변화를 끌어내고 있는데 팬데믹 기간이 끝나더라도 사람들이 이미 적응한 생활 습관에 맞춰 청결에 더욱 신경을 쓰고, 외식을 하기보다 집에서 음식을 만들어 먹는 등의 모습이 지속될 것으로 예상합니다.

All copyright reserved by PLANDi.

Structure level plan

All copyright reserved by PLANDi.

Upper level plan

All copyright reserved by PLANDi.

Below level plan

All copyright reserved by PLANDi.

All copyright reserved by PLANDi.

G-type unit (Duplex)

입구에 들어서면 메인 동선으로 우측은 욕실과 침실, 좌측은 주방으로 이어지는 복층 구조로 설계하여 주방을 따라 복층과 테라스로 공간이 이어지면서 점진적으로 탁 트인 공간을 경험할 수 있습니다. 또한 복층의 경사지붕 천장은 마감재 안에 목구조가 있는 디자인으로 설계하였습니다.

Bar + Terrace (Hotel island kitchen)

거실은 기존의 거실 개념이 아닌 주방과 테라스를 이어주는 공간으로서 바, 홈카페의 컨셉으로 테라스와 함께 쉬는 공간으로 설계하였습니다.

SPECIAL ELEMENT

Detail of Bricks

외형 디자인은 벽돌 디테일로 흐름을 파괴하지 않으면서 밋밋한 입면에 포인트를 두었습니다. 수평 라인은 대리석으로 설계하여 포인트를 두었지만 이 또한 흐름을 파괴하지 않습니다.

Glass Blocks with Light

공용계단실은 큐블럭 유리로 구성하여 공간의 개방감을 더해주었습니다.

Bright Entrance

도심내 다세대주택의 가장 큰 특징은 대부분 1층이 주차장이라는 점입니다. 주차장 천장은 우드로 구성하고 조명을 활용하여 고급스러우면서 따뜻한 집으로 만들고자 하였습니다.

URBAN HOUSE #2 송파동
(in songpa)

위 치 서울시 송파구 송파동 118-26
대지면적 254.6m² (77.01평)
건축면적 152.56m² (46.14평)
연 면 적 468.87m² (141.83평)
용 도 다세대주택
규 모 지하 1층, 지상 5층
착 공 일 2022.05
세 대 수 14세대

" MZ세대를 위한 도심형 호텔타입의 주택공급 "

송파동 다세대주택은 제2종 일반주거지역에 위치해 있으며, 대지면적 70평에 지하 1층, 지상 5층인 1동으로 계획하였습니다.

잠실동, 송파동, 삼전동 다세대주택은 서울 도심 지역에 위치하였으며, 9호선 지하철역인 삼전역-석촌고분역-석촌역-송파나루역에 인접하여 역세권 10분 이내에 위치한, 수요자의 주거 환경 및 교통 여건이 최적화되어 있는 주택입니다.

송파구 석촌호수 인근에 자생적으로 만들어진 카페거리인 송리단길이 형성이 되고, 9호선 송파나루역이 뚫리면서 송파구의 부동산 호가가 상당히 높아졌습니다.

또한 국내 최초 100층 이상으로 세워진 마천루 롯데월드타워가 지역 랜드마크로 자리 잡아 주말이면 쇼핑과 여가생활을 즐기려는 유동인구로 통행량이 많고 교통체증이 심한 지역입니다. 인근 오피스에 근무하는 직장인들의 수요 역시 많습니다. 잠실역 동쪽으로는 올림픽공원, 서쪽으로 탄천, 남쪽으로 석촌호수, 북쪽으로 한강이 있어 자연에 둘러싸인 쾌적한 입지를 자랑합니다.

MILLENNIALS' LIFE STYLE

밀레니얼 세대의 탄생 배경에는 다섯 가지 큰 흐름이 있습니다.
#1 디지털 네이티브라는 점입니다. 미국의 교육학자 마크 프렌스키는 어린 시절부터 컴퓨터·인터넷·스마트폰과 함께 성장한 밀레니얼 세대를 '디지털 네이티브'라고 표현합니다.
디지털은 개인에게 권력을 이양시킵니다. 음악·드라마 등 모든 것을 자신이 원할 때 원하는 만큼 즐긴다. 통제권을 가지며 자유를 중시합니다.
#2 진정한 글로벌 세대라는 점입니다. 전 세계와 연결되는 것이 자연스러운 일상이 됐습니다.
#3 세계적인 금융 위기와 수축 경제를 경험하며 자본주의의 탐욕에 경계심을 갖게 됐고 공정성에 대한 관심이 많습니다.
#4 풍요롭게 성장하며 많은 경험을 했습니다. 대학을 나온 부모에게서 진로에 대해 적극적인 조언을 얻고 지원도 받았습니다.
#5 부모 세대보다 못살게 된 첫 세대입니다. 풍요롭게 자랐으나 취업이 어렵고 돈을 중요하게 생각하지만, 그만큼 돈 벌기는 어려운 세대입니다. 그래서 소유하기보다 공유를 택합니다.

URBAN HOUSE #3 삼전동
(in songpa)

위　　치　서울시 송파구 삼전동 66-12
대지면적　205.10m² (62.04평)
건축면적　122.76m² (37.13평)
연 면 적　457.84m² (138.49평)
용　　도　다세대주택
규　　모　지하 1층, 지상 6층
착 공 일　2022.05
세 대 수　12세대

삼전동 다세대주택은 제2종 일반주거지역에 위치해 있으며, 대지면적 60평에 지하 1층, 지상 6층인 1동으로 계획하였습니다.

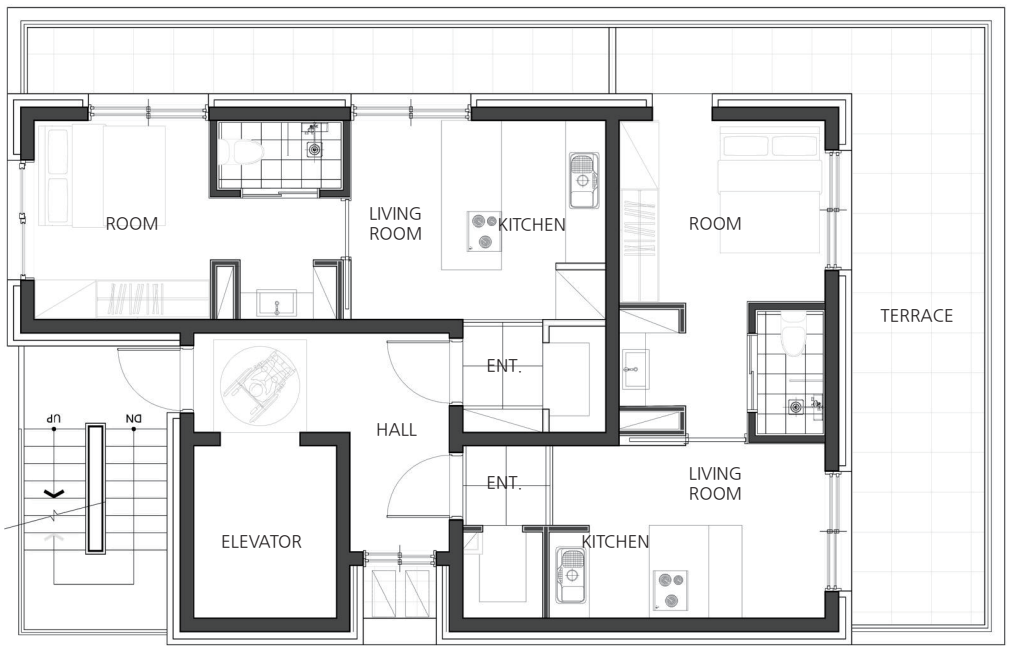
공용공간인 엘리베이터와 계단실이 있는 코어부분은 올드한 석재가 아니라, 마치 호텔과 같은 모던하면서도 고급스럽게 연출해보고자 하였습니다. 자재를 다르게 연출하고, 조명은 간접조명과 라인조명을 사용하여 일반적인 다세대 주택과는 확연하게 다른 이미지로 연출하였습니다.

외부공간은 공동주택에서의 첫 인상으로, 주출입구와 1층 필로티 주차장을 일반 주택과는 다르게 해보자는 취지로 고급스러우면서 따뜻한 집의 첫 인상을 주도록 연출하였습니다. 주차장 천장은 우드로 구성하고 조명을 활용하여 감성적이고 색다른 첫 느낌을 주고자 하였습니다.

다음은 건물의 입면 요소입니다. 건물의 입면을 결정하는 요소 중 하나인 일조 사선제한은 일조, 채광, 통풍, 미관 등의 도시환경을 고려하는 것이지만, 건축물의 높이를 제한합니다.

이러한 제한적인 상황을 각 층마다 작은 실들에서 확장되는 계단식 테라스 공간으로 탈바꿈하였습니다. 아랫집의 옥상을 윗집에서 테라스로 사용해 아늑한 정원을 꾸밀 수 있으며, 일반적인 주택에서 느낄 수 없는 탁 트인 조망과 일조권을 보장받을 수 있습니다.

평면과 매스 모두 장식을 최대한 제거해 하나의 프레임으로서 함축된 건축은 내외부가 상호적으로 관계를 맺음으로써 실내가 외부의 변화하는 자연을 최대한 수용하고, 사용자가 공간의 쓰임을 스스로 자유롭게 규정하면서 생기있게 공간을 향유할 수 있도록 하였습니다.



4층 평면도

밀레니얼 세대가 주택을 사지 못하는 이유는 무엇일까요. 우선 돈이 없습니다. 월급이 충분하지 않습니다. 월급이 오르는 속도보다 주택 가격 상승이 너무 빨라졌습니다.
하지만 똑똑한 밀레니얼 세대가 주택 매입을 포기한 건 아닙니다. 창의적인 아이디어로 주택 시장에 뛰어들고 있습니다. 최근 월스트리트저널은 'Millennials team up to fulfil the dream of homeownership'이란 기사를 냈습니다. 밀레니얼들이 내 집 마련의 꿈을 이루기 위해 친구들과 공동으로 주택을 사고 있다는 내용입니다.
부동산 데이터 분석회사인 아톰 데이터 솔루션(Attom Data Solution)에 따르면 다른 성을 가진 사람들이 공동으로 주택을 구매한 건수가 2014년과 2021년 사이에 771%나 급증했습니다. 미국 부동산중개인협회(NAR)는 "팬더믹 기간 주거지를 임대하던 사람들이 재택근무 등으로 더 넓은 공간의 필요성을 느끼면서 기존 룸메이트와 주택 구입에 나선 사례가 늘고 있다"고 밝혔습니다.

WELCOME HOUSE

위 치 서울시 서대문구 연희동 79-41
대지면적 513.70㎡ (155.39평)
건축면적 296.09㎡ (89.56평)
연 면 적 770.35㎡ (233.03평)
용 도 연립주택
규 모 지상 5층
착 공 일 2022.05
세 대 수 16세대

WELCOME 구조를 반영한 4BAY 평면

연희동 연립주택은 제1종 일반주거지역에 위치해 있으며, 대지면적 150평에 지상 5층인 1동으로 계획하였습니다. 대지면적이 150평정도 되면 2동으로 계획하는 것이 일반적이지만, 1동으로 계획하여 매스감을 강조하고 한 주호당 평면이 클 수 있도록 의도하였습니다.

연남동과 홍제동 사이의 내부순환도로와 가까이에 위치하여, 1965년 영등포구 신길동에서 재래 시장인 신풍 시장으로 시작된 연희사러가쇼핑센터와도 가까이 위치해 있습니다. 맞은편에는 화가 박서보가 후진 양성을 위해 기탁한 재원을 바탕으로 2019년에 세워진 비영리 재단법인 기지가 위치해 있습니다.

연희동 연립주택의 이전 도면은 기존의 획일화된 아파트 평면에서 벗어나지 못하였고, 저희는 이러한 진부한 평면의 틀을 깨고자 2022년 새로운 라이프스타일을 반영한 복도 축으로 실이 분리되는 리빙 구조를 저희는 welcome 구조라 명칭하기로 하고 이를 도입하였습니다. 연희동 연립주택의 내부동선은 복도를 축으로 하여 방 3개와 외기에 접한 거실 창이 한번에 보이게 연출하였고, 간접등과 핀조명은 복도를 따라 일렬로 두었습니다.

저희는 이러한 welcome 구조를 통해 소형 평수에는 드물게 적용되는 4bay 구조를 도입하여 외기에 접한 채광을 많이 받는 평면을 가능하게 하고, 공간을 미학적으로 분리함과 동시에 자유로운 활동이 가능한 공간을 만들고자 하였습니다.

1970년대에는 방 중심의 가족문화가 반영되어 아파트가 대량으로 보급되던 시기로, 거실을 중앙으로 하여 주변에 방을 많이 배치하는 평면이 보급되었고, 이 시기에는 단독주택에 살았던 사람들이므로 종전 주택보다 동선이 크게 줄어 편리하다는 반응이 많았지만 계단식에 발코니, 다용도실 등의 서비스 면적이 좁은 단점이 있습니다.

2000년대에 거실문화가 정착하면서 3bay 구조가 보급되었고, 2010년대에는 4bay 구조가 획기적인 평면 구조로 부상하여 공간 활용도도 높아 졌습니다. 하지만 기존 아파트에서 볼 수 있는 4bay 구조는 보통 거실과 방 모두가 한 방향 외기에 접하는 구조가 많아, 복도 부분을 차지하는 면적이 넓어 그 부분을 활용하지 못하는 경우나 평면이 길어지게 되는 단점이 있습니다.

" 4bay구조를 통한 깊은 공간감과 확장발코니의 최대 활용 "

PAST TREND

기존 아파트들에서는 70-80년대 주로 사용하였던 중앙에는 거실, 그 주변으로 방들이 배치되는 구조를 흔히 볼 수 있습니다. 이러한 평면은 주방에서는 벽면을 보고 요리를 하며, 거실은 전형적으로 소파와 티비가 놓여지는 공간으로써 한국 아파트의 획일적인 이미지로 자리 잡혔습니다.

2010년대에는 4BAY 구조라고 하여 거실과 방 3개가 외기에 접하여 채광을 많이 받는 평면이 나오게 되었습니다. 채광 뿐만 아니라 당시 4BAY구조가 획기적이었던 이유는 실의 구성이 외기에 접하게 됨으로써 전용면적 외에 서비스면적 즉, 발코니 면적이 포함된 실사용면적이 넓어지기 때문입니다. 또한 발코니를 확장하게 되면 실의 크기를 늘릴 수 있고, 이 면적은 바닥면적 산정에서 제외되어 거실과 방의 실사용 면적도 늘어날 수 있게 된 것입니다.

저희는 WELCOME 구조와 4BAY 구조를 보완, 적용하여 서비스면적을 극대화하고, 공간을 미학적으로 분리함과 동시에 자유로운 활동이 가능한 공간을 만들고자 하였습니다.

All copyright reserved by PLANDi.

All copyright reserved by PLANDi.

히든도어와 무문선으로 밝고 부드럽게.

프라이빗한 공간감을 제공하는 진입부는 간접조명과 히든도어, 무문선을 적용한 문으로 어느 요소 하나 튀지 않아 일체감이 있고 밝고 부드러운 분위기의 공간을 경험할 수 있습니다.

약 10m 길이의 복도 축을 통해 방 3개와 거실이 한번에 보이며, 일렬로 배치된 간접등과 핀조명으로 극적인 장면이 연출되도록 하였습니다. 공간 구성은 복도를 따라 한쪽에는 방들, 다른 한쪽에는 주방과 거실이 이어지는 미니멀한 구조로 계획하였습니다.

거실과 접한 주방은 아일랜드 키친으로 설계하여 창밖을 보면서 요리할 수 있으며, 상부장은 없이 톨장과 하부장으로 계획하고 보이는 창은 높고 크게 설계하여 주방을 홈바로, 주방과 이어지는 거실은 외부와 접한 홈카페의 공간으로 연출해보고자 하였습니다.

이러한 유기적인 공간에서는 창밖을 감상하며 휴식을 취하거나 그 공간만의 즐길 거리를 만들 수 있습니다. 휴식을 취하는 공간은 다이닝 공간도, 미디어를 볼 수 있는 공간도 될 수 있습니다. 다소 답답할 수 있었던 공간에 창을 내어 답답함도 해소할 수 있도록 계획하였습니다.

좁고 긴 통로로서 어두운 터널 같은 물리적 한계를 벗어나, 복도에 빛이라는 디자인 요소를 끌어들여 재료의 텍스처와 빛의 만남에서 생기는 다양한 모습으로 공간은 흥미롭고 감성적으로 풍부하게 변모할 수 있습니다. 이러한 복도는 지나가야 하는 통로가 아니라 걷고 싶은 감각적인 공간이 될 것입니다.

1970년대 아파트 평면 (30평형)

" 상부장을 없애고, 톨장을 배치하여 주방 공간의 활용 "

2010년대 4BAY 아파트 평면 (30평형)

TREND OF KITCHEN

Tall Storage

나누어져 있는 상, 하부장이 아닌, 톨장을 배치하면 수납 공간도 늘어남과 동시에 통일감을 주어 공간을 깔끔하고 넓게 활용할 수 있습니다.

Open Kitchen

아일랜드 주방과 함께 창밖을 바라보면서 요리를 하거나, 요리를 할 때나 식사를 할 때 마주보고 할 수 있는 오픈된 주방이 떠오르고 있습니다.

Home Bar

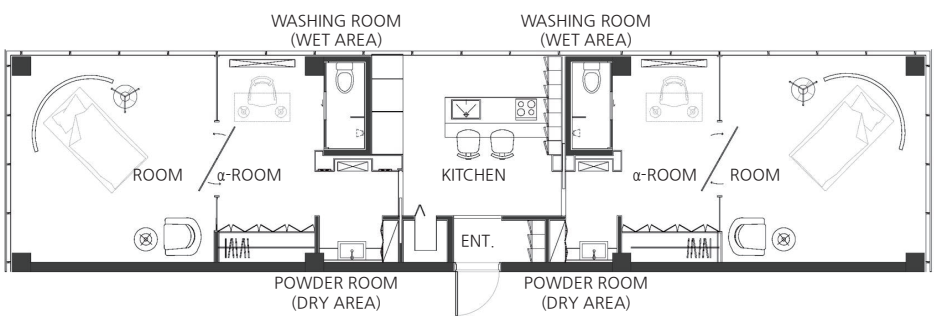
집에 머무는 시간이 많아지면서 식사와 함께 간단한 술 한잔을 할 수 는 홈바를 원하는 수요자가 늘었습니다.

HOUSE IN HOUSE

위 치 서울시 종로구 평창동 168-1
대지면적 820㎡ (248.5평)
건축면적 492㎡ (149.09평)
연 면 적 1,700㎡ (514.25평)
용 도 연립주택
규 모 지하 1층, 지상 5층
착 공 일 2022.10 (예정)
세 대 수 18세대

• • •

“건축” 으로서 평창동 연립주택은 Mies Van Der Rohe의 보편적 건축(universal space)의 주거 개념을 도입하여 현실에 적용이 가능한 3가지 형태의 유닛을 계획하였습니다.
“상품” 으로서 평창동 연립주택은 Le Corbusier의 자유로운 평면(Plan Libre) 개념을 도입하여 거실 공간을 재해석함으로써 두 개의 α -Room을 배치하고, 공용욕실을 없애 개별주호(Individual Unit)가 가능하도록 드레스룸과 연계된 개별욕실 공간을 확보하였습니다.



‘ㅡ’자형 유닛

" 건축계의 두 거장, 르 꼬르뷔제와 미스 반 데어 로에의 건축 개념을 도입 "

| Mies van der Rohe

Universal Space 보편적 건축 개념

어떠한 기능도 다 수용할 수 있으며 모든 기능을 또한 만들 수 있는 공간.

장식을 최대한 제거해 하나의 프레임으로서 함축된 건축은 내외부가 상호적으로 관계를 맺음으로써 실내가 외부의 변화하는 자연을 최대한 수용하고, 사용자가 공간의 쓰임을 스스로 자유롭게 규정하면서 생기있게 향유할 수 있는 건축공간을 말한다.

빛이 주는 Happening

#1 과감하게 없앤 거실공간으로 더 넓어진 개인공간은 사용자의 라이프스타일에 맞춰 폭넓게 사용할 수 있습니다. 두 방향으로 크게 난 통창으로 자연의 변화를 방 안에서 느낄 수 있으며, 프라이버시와 빛의 강도를 조절할 수 있는 루버로 건물의 표정을 보여줍니다.

#2 현관을 들어서자마자 탁 트이는 시선은 공간을 더 여유롭게 느껴지도록 하고 하나의 벽으로 인식되는 수납장과 가전기기는 오히려 미학적으로 다가옵니다. 소통에 용이한 대면형 주방은 브런치를 즐기는 홈카페나, 손님과 함께 어울리는 홈파티룸 등 목적에 따라 다양하게 활용하는 멀티공간으로 사용될 수 있습니다.

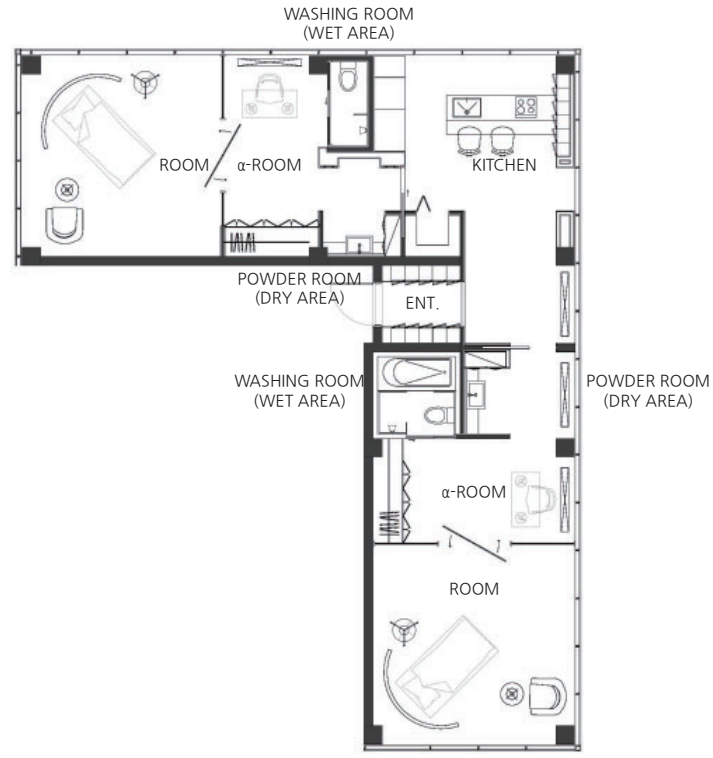
빛에 의하여 연출되는 분위기의 변화와 이에 따른 공간의식의 다양성은 끊임없이 추구해야 할 대상입니다. 평창동 연립주택은 이러한 빛을 통해 어떤 공간에서든 아늑한 분위기를 자아내며 빛이 주는 위안과 따뜻하고 아늑한 느낌을 전달하도록 연출하였습니다.

프라이빗한 일상

평창동 연립주택은 르 꼬르뷔제의 자유로운 평면 개념과 미스 반 데어 로에의 보편적 건축 개념을 도입하여 건물 내부를 개방형 평면으로 구성하고 장식을 최대한 제거하여 실내가 외부의 변화하는 자연을 최대한 수용하도록 하였습니다.

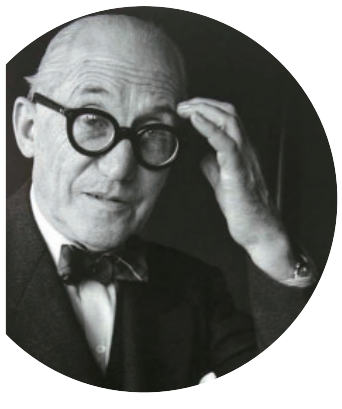
α -Room과 방 사이에는 공간에 변화와 역동성을 주기 위하여 회전문을 두어 사용자가 공간의 쓰임을 스스로 자유롭게 규정하면서 생기있게 향유할 수 있는 건축공간을 만들도록 하였습니다. 이러한 개방감과 플렉서블한 구조는 삶의 질을 끌어 올릴 것입니다.

다용도로 활용이 가능한 α -Room과 두 방향으로 크게 난 통창은 집안으로 들어오는 따스한 햇살 아래, 온전히 집중할 수 있는 나만의 공간을 경험할 수 있도록 합니다. 세상과 타인을 탐구하는 이 집중의 시간은 모든 이의 일상에 꼭 필요하며, 이 시간은 세상을 더 여유있게 볼 수 있는 넉넉한 시야를 선물할 것입니다.



‘ ㄱ ’자형 유닛

All copyright reserved by PLANDi.



| Le Corbusier

자유로운 평면 개념

건물 내부를 개방형 평면으로 구성한 뒤, 칸막이 벽 등을 활용하여 독립된 방들을 두는 방식으로 실내의 모든 바닥이 각 장들로 연결, 이런 구조가 바로 자유로운 평면이라 할 수 있다.
르 코르뷔지에는 건물 내부 공간에 변화와 역동성을 주기 위해 곡선현의 계단실, 평평한 칸막이 벽 등을 효과적으로 사용하였다.
자유로운 평면은 실내공간의 계획을 사용자에게 맡기는 취지로 철근 콘크리트의 발달로 하중을 내력벽이 아닌 기둥이 감당하여 가능해진 자유로운 평면은 불필요한 벽을 만들 필요가 없고 이로 인해서 건축 면적이 많이 줄어들음과 동시에 금전적 효과도 볼 수 있다.

DUPLEX HOUSE

위　　치　서울시 송파구 잠실동 336-15
대지면적　739㎡ (223.94평)
건축면적　443.4㎡ (134.36평)
연 면 적　2,660.4㎡ (806.18평)
용　　도　주상복합
규　　모　지하 1층, 지상 10층
착 공 일　2022.10 (예정)
세 대 수　58세대

All copyright reserved by PLANDi.

잠실동 주상복합은 준주거지역에 위치해 있으며, 대지면적 220평에 지하 1층, 지상 10층인 2동으로 계획하였습니다. 용적률 기준의 경우 준주거지역은 200% 이상 500% 이하로, 전용주거지역(50% 이상 150% 이하)이나 일반주거지역(100% 이상 300% 이하)에 비해 용적률 기준을 완화할 수 있습니다. 잠실동 주상복합의 용적률은 360%로 적용하였습니다.

공간의 역할을 규정짓던 관습에서 벗어나 한층 유연해진 집의 기능이 그 어느 때보다 주목받는 요즘입니다. 잠실동 주상복합은 머무는 이의 필요에 따라 여러 쓰임새를 갖춰 카멜레온처럼 변신하면서도 다채로운 활동을 가능하게 하는 유능한 보금자리로서의 집을 재조명하였습니다.

잠실동 주상복합의 큰 특징은 복층구조와 다락입니다. 주택 1층은 내부를 자연스럽게 드나들 수 있고, 계단을 이용하여 2층을 통해 3층으로 올라 가면 다락방 공간으로 이어져 있으며, 공동주택에서도 2층의 오픈 공간을 느낄 수 있도록 하였습니다.

다락방은 천장과 지붕 사이의 공간으로, 주로 옛날 물건들이나 잡동사니들을 보관하는 용도로 쓰였습니다. 이 다락 공간을 업무공간이나 침실로 사용하여 공간의 층별 분리를 가능하도록 하였습니다.

이러한 층별 분리한 공간은 업무와 주거의 층별 분리가 가능하도록 하고, 층별 분리한 지붕에 두 가족이 독자적인 생활이 가능하도록 연출하였습니다.

건물 내부를 개방형 평면으로 구성한 뒤, α -Room에 슬라이딩 도어를 활용하여 독립된 방을 두는 방식으로 실내의 모든 바닥이 각 장들로 연결되며, 곡선형의 계단실을 사용하여 자유로운 평면을 가능하도록 하였고, 건물 내부 공간에 변화와 역동성을 효과적으로 주었습니다.

핀조명을 따라 한쪽에는 주방, 그리고 α -Room 공간으로 이어지는 짧은 복도는 점진적으로 확장되는 공간으로 안내해줍니다.

All copyright reserved by PLANDi.

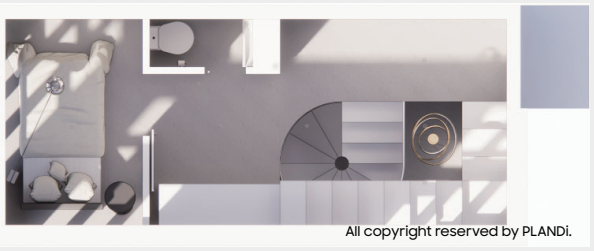
" 세대 내 복층구조와 다락을 결합한 새로운 유형의 오피스텔 "

PLAN

All copyright reserved by PLANDi.

2개 층의 오픈 공간

잠실동 주상복합 프로젝트는 이제 공동주택에서도 2층의 오픈 공간을 느낄 수 있도록 하였습니다.


All copyright reserved by PLANDi.

3개의 층

총 3개의 층으로 구성하였고, 계단을 이용하여 2층을 통해 3층으로 올라가면 다락방 공간으로 이어집니다.

다재다능한 집으로.

잠실동 주상복합의 집은 천장을 높게 올리고 층계를 두어 2층으로 지은 단순한 복층 집이 아닌, 위층과 아래층 사이의 가운데 층이 있어 한 세대 안에 복층구조와 다락의 공간이 모두 있는 집입니다.

복층구조와 다락, 이로 인해 연출되는 오픈 스페이스로 시원한 개방감과을 느끼면서 우아한 공간을 경험할 수 있도록 연출하였습니다.

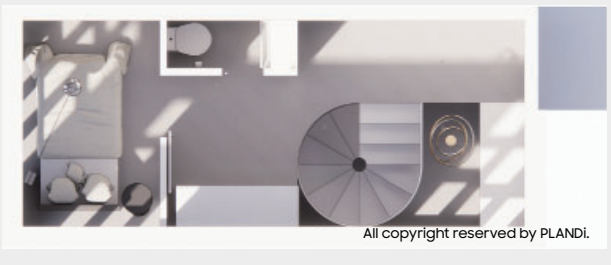
팬데믹 상황과 더불어 기술의 발전으로 인해 집은 사무실, 놀이터, 카페, 학교 등을 겸하는 공간이 되었습니다. 13~39세의 78%가 거주뿐 아니라 여행이나 유흥에 사용하던 돈을 집에 투자하고 있으며, 잠실동 주상복합은 이러한 트렌드에 맞추어 머무는 이의 '진짜' 라이프스타일을 반영한 것입니다.

All copyright reserved by PLANDi.

All copyright reserved by PLANDi.

" Double Height & Open Space "

All copyright reserved by PLANDi.


All copyright reserved by PLANDi.

업무와 주거의 분리

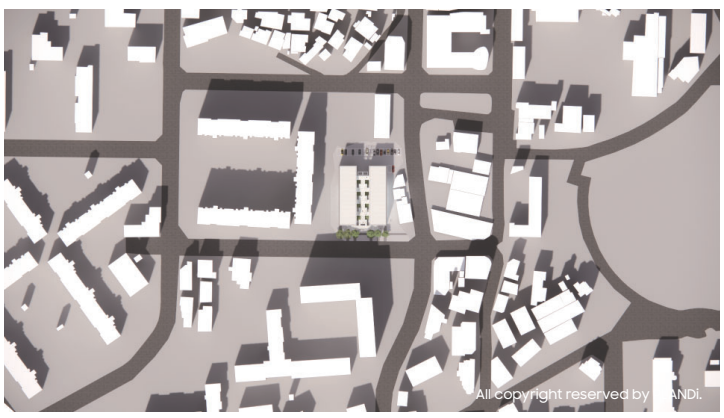
업무와 주거의 층별 분리가 가능하게 되었습니다.

All copyright reserved by PLANDi.

두 가족의 독자적 생활

층별 분리를 통해 한 지붕에 두 가족이 독자적인 생활이 가능하게 되었습니다.

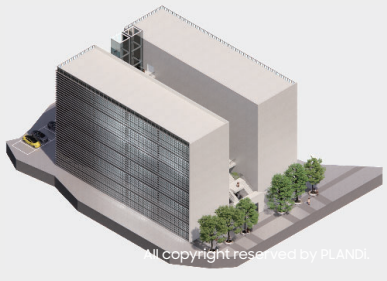
COMMERCIAL COMMUNITY CENTRE



위　　치　경기도 화성시 봉담읍 상리 24-47
대지면적　3,028㎡ (917.57평)
건축면적　1,500㎡ (454.5평)
연 면 적　7,500㎡ (2,272평)
용　　도　근린생활시설
규　　모　지하 1층, 지상 6층

" 두 개의 매스와 공간을 잇는 . . . Public Space "

EXTERIOR



2동 사이의 공용공간

두 동 사이를 연결하는 계단이 있는 공간 1층에는 나무들을 배치하여 마치 도심 속 중정처럼 계획하였습니다.

층별 접근성

두 동 사이의 외부 계단은 각 층으로 진입할 수 있도록 계획하여 실내나 엘리베이터를 이용하지 않더라도 모든 층의 접근성을 높였습니다.

Human space로 보는 근린생활시설

봉담읍 근린생활시설은 제1, 2종 일반주거지역에 위치해 있으며, 대지면적 910평에 지하 1층, 지상 6층인 2동으로 계획하였습니다.

도보로 5분 이내 거리에 봉담호수공원과 화성상리1블록 행복주택 450세대, 삼봉휴먼시아 주공아파트, 신안인스빌 632세대, 한신아파트 617세대, 삼성타운, 봉담동문 굿모닝힐아파트 442세대, 한빛타워 등 아파트와 많은 공동주택들이 입지하고 있습니다.

층별 계획은 지하1층에는 마트 및 기전실, 1층에는 은행, 편의점, 근린생활시설, 약국, 주차장 등, 2~3층에는 병원, 4층은 학원으로 계획하였습니다.

상업시설의 경우 접근성에 따라 수익성의 편차가 크기 때문에 임대료 또한 층별 편차가 심한데, 건물 두 동 사이의 외부공간인 메인 스트리트 몰에는 각 층까지 곧바로 올라갈 수 있는 외부계단을 두어 내부계단을 이용하지 않더라도 각 층의 상업시설에 대한 접근성을 용이하도록 계획하였습니다.

또한 두 동 사이의 메인 스트리트 몰은 나무와 벤치, 벤치 하부에 조명을 계획하여 쾌적한 휴식공간인 동시에 외부계단을 연출하여 어두운 분위기의 내부계단이 아닌, 인간 중심적인 감각의 공간 또는 생활과 정착될 수 있는 유기적인 공간으로 연출하여 상업 시설로의 접근을 보다 더 쾌적하도록 하였습니다.

봉담읍 근린생활시설은 외부 표면과 내부 공간이 닫히거나 열린 두 면과 두 공간으로 나뉘는데, 표면의 커튼월 측은 열린 면, 콘크리트 측은 닫힌 면으로 나누어 계획하였습니다.

내부공간은 건물 한쪽 면을 전면 커튼월 유리로 계획하여 보다 더 열린 공간으로, 외부공간인 메인 스트리트 몰은 두 건물 사이에 두어 둘러싸인 공간으로 계획하였습니다.

공간이 친근하게 분할되어 더러는 완전히 노출시키기도 하고 더러는 감추어지게도 할 것이며, 공간의 흐름이 밑으로, 옆으로, 때로는 밖으로 전개되는 수직적이며 수평적인 공간의 변화와 어느 한 통로도 뜻하지 않게 돌아서 가는 일은 발생하지 않을 것입니다.

동선에서 반복적인 순환을 가진 이러한 공간 조직은 표면과 공간 등의 요소들에 의한 변화를 줌으로써 단조로움과 피로함을 털어버리도록 하였습니다.

이러한 두 개의 매스와 공간을 잇는 퍼블릭 스페이스를 통해 주택가와 인접한 상업시설로서의 기능과 동시에 도시 속의 개방된 장소로서 많은 사람들이 모일 수 있고 자유롭게 이용할 수 있는 넓은 공간으로서 활용될 것입니다.

All copyright reserved by PLANDi.

All copyright reserved by PLANDi.

All copyright reserved by PLANDi.

All copyright reserved by PLANDi.

커튼월

건물 전면에 착색유리를 사용하여 햇빛으로 연출되는 '색의 공간'을 만들어 건물 스스로 강한 시각적 정체성을 갖게 합니다.

All copyright reserved by PLANDi.

유리 엘리베이터홀

건물 후면의 엘리베이터홀은 건물의 커튼월과 조화될 수 있도록 유리로 계획하였습니다.

" WE EXPECT TO SEE YOU
IN OUR NEXT PROJECT "

플랜디(PLANDi)는, 합리적인 계획에 아름다운 디자인을 더합니다. 합리적인 계획이란 주어진 조건을 효율적으로 활용하는 가치를 일컫습니다. 아름다움은 모든 인간이 공통적으로 추구하는 본질적 가치입니다. 합리적인 계획을 바탕으로 본질적 가치인 아름다움이 결합하면 비로소 이상적인 결과물이 도출됩니다. 합리성은 올바른 기준과 오랜 경험에서 비롯됩니다. 기준을 바르게 세우고 아름다움을 더하여 잘 만들어 나간다면 반드시 좋은 결과물이 나오게 됩니다.

플랜디(PLANDi)는, 건축을 디자인으로 바라보거나 부동산을 동향으로만 바라보지 않습니다. 건축과 부동산은 우리의 삶과 시대의 조건이 만들어낸 결과물입니다. 변화하는 시대의 흐름에 맞추어 수요자가 요구하는 공간을 해석하고 반영하며 이것을 상품화하여 시장에서 가치를 가질 수 있도록 만드는 일이 저희 플랜디가 추구하는 방향입니다.

플랜디(PLANDi)는, 부동산을 건축으로 해석하고 건축을 공간으로 해석하며 사회가 요구하는 것을 공간에 반영하여 상품으로 만들고 이를 브랜딩합니다.

Publisher. 이지희 Jihee LEE
Director. 이예은 Yeeun LEE

Communication. pland_official@naver.com

www.plandi.co.kr
pland_official@naver.com
02.2202.7106
서울시 위례성대로 6 현대토픽스 910호
2022년 5월 9일 창간

본 간행물에 관한 모든 권리는 플랜디(PLANDi)가 소유합니다. 본사의 동의 없이 본지에 실린 글과 사진, 그림 등을 사용할 수 없습니다.
Copyright © PLANDi