

2025부산건축가회 추계 탐방  
서울 지역

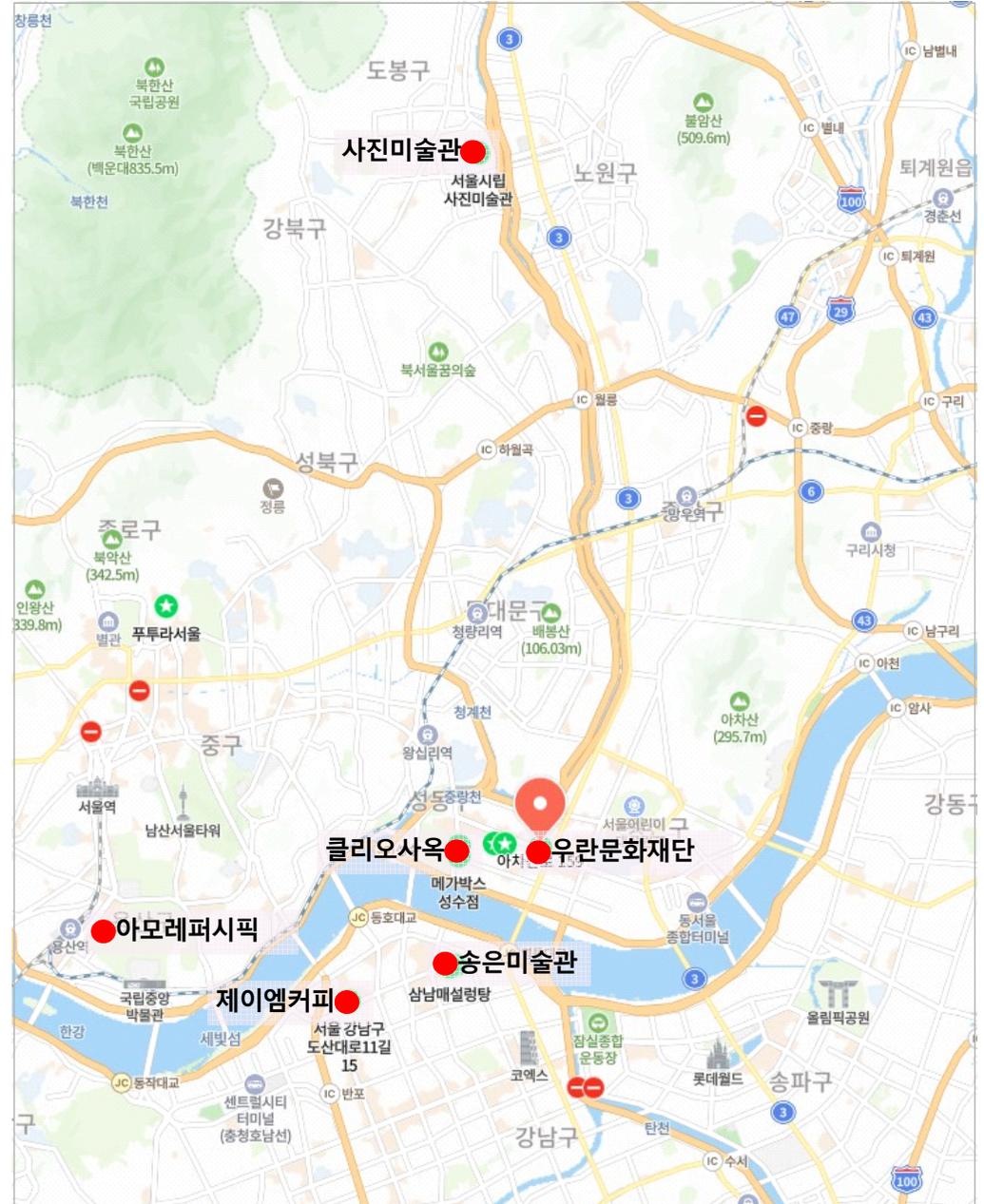


2025. 11. 15.  
부산건축가회  
건축문화(탐방)위원회

## ■ 부산건축가회 추계탐방 일정표

날 짜	지역	교통	상 세 일 정	
11/15 (토)	서울	버스	06:00	집결(수영만 요트경기장)
			06:10~10:40	이동(4시간30분)
			10:40~11:40	<u>서울시립사진미술관, 씨드큐브창동</u> 견학(60분)
			11:40~12:30	이동(50분)
			12:30~13:40	<u>아모레퍼시픽</u> 견학(70분)--용산
			13:40~14:30	점심식사(40분) 및 이동
			14:30~15:00	<u>제이엠커피신사라운지</u> 견학(30분)--도산대로
			15:00~15:20	이동(20분)
			15:20~16:00	<u>클리오사옥</u> 견학(40분)--성수
			16:00~16:15	이동 도보(15분)
			16:15~17:30	<u>디올성수/템브린즈/우란문화재단</u> 견학(75분)--성수
17:30~23:00	저녁식사 부산으로 이동(5시간30분)			
참가자	·참가자 : 총 30명			
비고	·점심식사 : 소호정(안동국수), ·저녁식사 : 곤지암IC 최미자소머리국밥			
기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 서울시립사진미술관 : &lt;사진,탐구,생활&gt; (~11/15)</li> <li>· 송은미술관 :</li> <li>· 우란문화재단 :</li> </ul>			

## ■ 서울 탐방지도



# 서울시립사진미술관 <출처:서울시립사진미술관>

건축 물라덴 야드리치와 일구구공도시건축  
 주소 서울시 도봉구 마들로13길 68  
 용도 업무시설, 판매시설, 전시시설, 근린생활시설  
 연면적 7,048㎡(지하2층, 지상4층)

서울시립 사진미술관의 건축은 장소성, 도시환경, 사진이라는 매체의 특성을 모두 아우르는 개념에서 출발하여, 사진을 건축적 언어로 재해석하는 데 중점을 두어 설계되었습니다. 건물의 외관은 카메라의 조리개가 열리고 닫히는 형태에서 착안하여, 정육면체 구조를 살짝 회전시켜 입방체의 중량감과 곡선미를 동시에 담은 독특한 형태로 구현되었습니다. 여러 직선을 층층이 쌓은 듯한 외벽은 시간에 따라 검정과 회색으로 변화하는데, 이는 사진이 빛과 시간을 포착하는 방식을 건축적으로 형상화 한 것입니다.



## 로비

살짝 비틀어진 정육면체 일부를 살짝 들어 올린듯한 형태의 입구를 지나면 천장높이 10m에 이르는 로비가 관람객을 맞이합니다. 이 곳은 미술관을 처음 마주하는 공간으로 누구나 자유롭게 미술관의 시설, 전시, 프로그램에 대한 정보를 접할 수 있습니다.

## 포토북카페 '카페 Photo SeMA'

미술관 방문객 뿐 아니라, 지역 주민들에게 커피, 포토북과 함께 하는 휴식 시간을 선사합니다. 프레임, 빨강, 녹색, 파랑(RGB색상) 등 사진의 주요 요소에서 영감을 받은 가구들이 함께 배치된 이 공간은 사진미술관을 색다르게 경험하는 시간을 선사합니다.

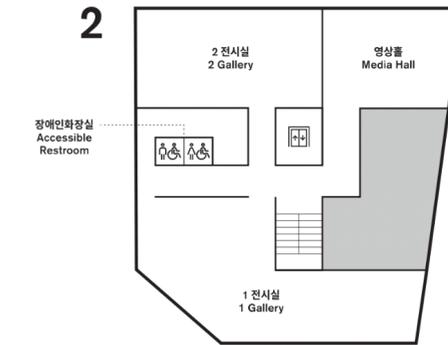
## 2층 전시공간

유려한 곡선미가 돋보이는 건물의 구조적 특성을 그대로 반영한 1전시실은 회색 콘크리트로 마감된 비정형의 공간입니다. 로비를 향해 열린 벽면과 직각 벽이 없는 독특한 구조는 작가와 관람객들에게 새로운 시각적 경험과 무한한 영감을 제공합니다.

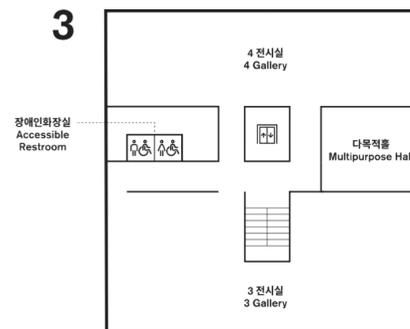
✓ 1층



✓ 2층



✓ 3층



### 3층 전시공간

흰색 정방형 공간으로 구성된 3, 4전시실은 미술관 3층에 위치합니다. 이 곳에서는 인화지 중심의 흑백사진 작업부터 동시대 사진 작업까지 폭넓은 작품들을 선보일 수 있도록 설계되었습니다.

### 포토라이브러리

4층에 위치한 포토라이브러리는 사진 전문도서관으로 한국사진사를 중심으로 사진 전반의 이해를 돕기 위한 도서와 자료를 제공합니다. 소장된 도서와 자료를 토대로 다양한 도서 연계 프로그램도 진행됩니다.

화-토 10:00-18:00 (휴일 12:00-13:00)

매주 일, 월, 공휴일 휴관

### 1, 2교육실

서울시립 사진미술관의 교육 공간에서는 강좌, 워크숍, 실습, 세미나 등 다채로운 프로그램들이 진행되어 어린이부터 시니어까지 누구나 사진매체를 직접 경험하며 사진예술에 대한 이해를 넓힐 수 있도록 설계되었습니다.

### 암실

암실 전문 특수 장비와 설비를 갖추어 사진특화 전문 미술관의 특징을 살린 공간으로 젤라틴 실버 프린트, 블루 프린트, 검프린트 등 다양한 프로세스의 프린트 실습을 통해 창의적인 매체 실험이 가능한 공간입니다.

서울사진미술관은 기획에만 5년, 공모와 설계 끝에 건물을 완성하는데 다시 5년, 총 10년이 걸린 건축물이다.

건물 외부부터 관객들과 상호작용이 가능하게 했다. 그는 "관공서이기 때문에 일주일에 한 번은 문을 닫아야 하는데 이때도 안으로 들어가진 못해도 건물을 이용하길 바랐다"며 "계단을 놓아 자연스럽게 앉기도 하고, 전시 설명을 보기도 하며 상호작용이 가능하게 했다"고 말했다.

내부에서는 천장 높이를 조정할 수 있도록 도르래를 설치했다. 전시마다 필요한 공간이 다를 수 있기 때문이다. 기본적으로도 천장은 높이 만들었다. 총 높이가 22m인데 4개 층밖에 되지 않는다. 한 층 높이가 7m 정도인 셈이다. 그는 "어떤 종류와 크기의 미디어가 전시되도 가능하도록 설계적으로 준비를 마쳤다"고 설명했다.

전 세계에서 가장 큰 수장고를 갖췄고, 하역장도 넉넉하게 만들었다. 세계적인 수준의 교류전을 염두에 둔 설계다. 그는 "넉넉한 하역장과 수장고가 있다는 것은 좋은 작품을 가져올 수 있다는 뜻이 된다"며 "미술관의 기능과 특성이 중요하다"고 강조했다.

4층

4



# ■ 씨드큐브 창동/ 창동 상계 창업 및 문화산업단지

<출처:씨애플랜 홈페이지>

건축 씨애플랜/ 히림건축

주소 서울시 도봉구 창동 1-28

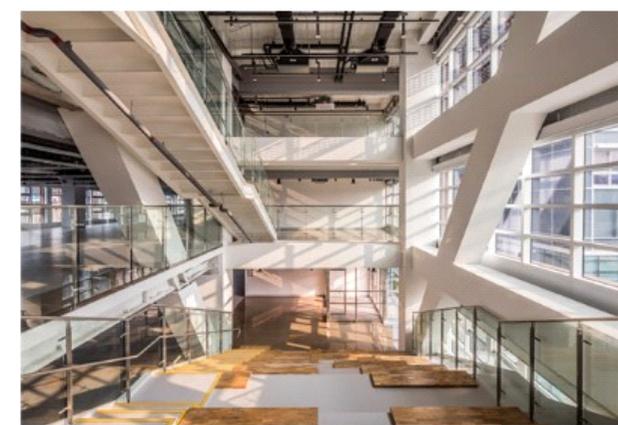
용도 오피스텔(792호), 업무시설, 상업시설, 공영주차장

연면적 143,500㎡(지하7층, 지상49층)

창동-상계 지역은 '2030서울플랜'의 동북부 광역중심지로서, 그 위상에 맞는 경제와 문화의 중심지로 도약하기 위해 '도시재생활성화지역'으로 지정되었다.

창동-상계 창업 및 문화산업단지 조성사업의 핵심은 '문화'이다. 따라서, 사업구역 내 문화컨텐츠를 분류하여 문화공간을 다핵화하고 그 각각을 잇는 연속적인 오픈공간을 계획하여 단계적으로 도시를 연결한다. 각각의 문화 코어는 키워드를 가지는 건축공간이 되고 선과과 오픈스페이스, 공원, 브리지 등의 입체적 연계 방안을 통해 향후 도시와 건축의 변화에 유기적으로 대응할 수 있는 공간을 구축하고자 한다.

씨드큐브 창동은 창동-상계 일대를 수도권 동북부 일자리, 문화 신경계 중심지로 조성하고 일자리 창출을 위한 산업기반 구축, 문화-예술기반 및 생활-여가 인프라 확충, 대규모 공연 시설 및 고용기반 지원을 위한 광역-지역 인프라를 구축하는 창동-상계 도시재생활성화 지역개발의 선두 사업이다. 히림건축은 DLE&C와 컨소시엄을 이루어 지역경제를 활성화를 위한 5개의 키워드 'START'(Signature, Together, Art & Culture, Renewal, Technology)를 제시하였다. 첫째, 동북권 지역 균형발전의 랜드마크, 둘째, 공유를 통해 새로운 가치를 창출하는 공간 조성, 셋째, 도시활성화 계획과 연계한 문화예술의 플랫폼 구축, 넷째, 사용자 편의를 고려한 공간개선으로 시설 활성화, 다섯째, 기능향상과 품질 확보로 지속가능한 성장을 통해 지역경제를 활성화이다. 히림건축은 기본설계 기술제안을 통해 국제현상공모안의 디자인 개념을 복원한 '스카이 코워' 적용을 통해 상징성을 강화하였고, 1인 창업자 및 오피스 이용자의 공유공간 조성을 위한 '비즈라이프센터', '스마트허브', 오피스-오피스텔 공용 공간 제공, 상업시설 활성화를 위한 '팝업라운지', 외부 휴게공간인 '스텝가든' 조성하였다. 씨드큐브 창동은 지역 일자리 창출 및 산업-경제, 문화-예술 기반을 마련하여 창동-상계 지역이 수도권 동북부 320만의 일자리-문화의 신(新)경제중심지로 거듭나기 위한 창동-상계 도시재생활성화 지역개발의 시작점이자 비전실현을 위한 핵심 사업이 될 것이다.



## ■ 송은미술관 <출처:SPACE>

건축 헤르조그&드 뉘롱(2021준공)  
주소 서울특별시 강남구 도산대로 441  
용도 근린생활시설, 문화 및 집회시설  
연면적 8,167 m<sup>2</sup> (지하5층, 지상11층)

HdM은 송은문화재단(이사장 유상덕)의 신사옥 디자인을 시작하면서 ‘송은(松隱)’에 담긴 ‘숨은 소나무’라는 뜻에 큰 영감을 받았다. 송은은 문화재단을 설립한 고(故) 유성연 삼탄 명예회장의 호이다. 함경남도 출신으로 개발시대에 석탄 사업에 전념하느라 젊은 시절 품었던 예술가의 꿈을 접어야 했지만 대신 뒤에서 젊은 예술가들을 지원하기 위해 문화재단을 만들었다. 드 뉘롱은 “건축 설계를 시작할 때부터 ‘숨어있는 소나무’라는 시적인 의미에 영감을 받았고 소나무를 시각화하면서 건축물의 촉각적 경험을 유도하는 방법을 다각적으로 탐구했다.”고 설명했다.

### 자본주의 도시에서 마주친 기이한 낯섶

글 장용순 홍익대학교 교수

명품숍이 즐비한 서울 청담동 거리에 무심한 돌덩이 같은 건물이 나타났다. 휴 페리스가 새로운 파르테논을 꿈꾸며 그렸던 날카로운 암석 같은 마천루와도 닮아 있다. 이 건물은 도시 이전의 익숙한 돌산의 모습이고, 마천루가 태생적으로 갖는 원초적인 모습이지만 매우 낯설고 기이하게 느껴진다. 명품 거리의 건물들은 제각각의 모습으로 브랜드로서의 가치를 뽐내고 있지만, 이 건물은 오히려 상업적 가치나 자신을 드러내는 것로부터 무심해 보임으로써 자신을 드러낸다.

### 이고성, 원시적 단일체

헤르조그&드 뉘롱(이하 H&dM)은 초창기부터 이어온 미니멀한 매스의 추구와 표면에 대한 실험을 2000년경 두 가지 방식으로 구체화한다. 첫째 사우라거 재단미술관(1998~2003), 애스톨 플레이스 호텔(2000~2001), 도쿄 프라다 아오야마(2000~2003)처럼 한 덩어리의 단일체(monolith)의 방식. 둘째 비트라하우스(2006~2009), 악텔리온 비즈니스 센터(2005~2010)처럼 섬유조직 같이 얽힌 매스들이 조합되는 통합체(overall)의 방식. 송은문화재단 신사옥(이하 송은)은 이 중 단일체적 매스와 표면에 대한 탐구가 결합된 건물이다. H&dM과 렘 콜하스가 협업한 애스톨 플레이스 호텔은 현무암 같은 단일체로 송은과 연속선상에 있다. 또 다른 단일체의 구성인 도쿄 프라다 아오야마는 구조와 공간이 하나가 된 투명한 수정체와 같아서 불투명한 송은과 대조되지만, 유럽과 다른 도시 맥락에 위치한 점, 표면이 구조와 밀접하게 연관되면서, 꾸밈(decoration)이 아닌 장식(ornament)으로 사용되고 있다는 점에서 유사하다. 단일체는 하나(mono)의 돌(lithe)을 뜻하기 때문에 고대 거석 문화와 연관되고, 자크 뤼캥은 『오늘의 건축을

규명하다』(2015)에서 이것을 ‘이고성(the archaic)’이라고 부르고, H&dM은 ‘인류학적’이라고 설명한다. 단일체의 방식은 근대적인 매스의 분절, 배치, 구성을 거부하는 현대적 방식이다. 이전 프로젝트 중 로슈 빌딩(2009~2015), 트라이앵글(2006~), 더 테이트 모던 프로젝트(2005~2016)는 삼각형 단일체라는 점에서 송은과 직접적인 연관성을 갖는다.

### 촉지적 표면, 좌우대칭 입면

송은에서 H&dM은 단일체를 선택하여 매스의 분절이라는 근대적 방식에서 벗어나고, 여기에 질감과 표면 효과를 통해 더욱 신비한 느낌을 더한다. 소나무 무늬의 거푸집으로 질감이 표현된 건물의 표면은 햇빛에 따라 모습이 변화하는데, 특히 석양에 그림자가 드리워질 때면 표면은 더 이상 콘크리트로 느껴지지 않는다. 이것이 콘크리트, 나무, 철판을 고유한 물성으로부터 벗어나게 하는 H&dM의 탈물성화 방식이다. 표면에 가까이 다가가면 질감이 변화하는데, 이 표면은 촉각적(tactile)이라기보다는 눈으로 만지는 감각을 뜻하는 촉지적(haptic)인 것이다. 콘크리트의 입면과 대조적으로 주차장의 표면은 은박지를 한 장씩 붙여서 패널이나 도장으로 느낄 수 없는 표면 효과를 낸다. 매우 고전적인 좌우대칭 입면의 서측에는 반사 표면과 상향 조명으로 미래적이고 인공적인 주차 출입구를, 동측에는 거친 콘크리트와 자연 재료의 보행자 진입구를 배치해서 좌우대칭을 깨는 운동성을 만든다.

### 내밀한 투명성, 부유하는 암석

동측으로 접근하면 투명한 1층 공간을 마주하게 된다. 매우 정교하게 구성된 공간은 외부 입면의 불투명하고 투박한 느낌과는 대조적으로, 한없이 투명하고 내밀한 느낌을 준다. 기둥은 제거되었고, 구조체가 아닌 듯이 전광판을 휘감은 벽이 건물 외벽을 넘어서 있을 뿐이다. 정원의 곡선면은 우리를 건물 가까이로 살짝 밀어주고 유리면 바깥으로 튀어나온 캔틸레버는 건물 내부로 향하는 방향성을 제시한다. 전광판 구조 벽은 건물 출입구 쪽으로 움직임을 만든다. 이런 정교한 구성은 데 스틸의 해체된 박스와 미스 반 데어 로에의 바르셀로나 파빌리온(1929) 같은 근대적 구성을 떠올리게 한다. 투명한 1층 공간은 건물의 육중한 매스를 르네 마그리트의 그림 속 부유하는 암석처럼 느껴지게 만든다.

### 충만한 계단, 태극의 나선

로비에 들어서면 공간을 짝 채우는 곡선 난간을 마주하게 된다. 나선계단은 텅 빈 공간을 충만하게 채우면서 시선을 내부에서 외부까지 확장하게 만들고, 휘감는 곡선과 부채처럼 펼쳐진 나선계단의 바닥면은 우리를 자연스럽게 2층으로 유도한다. 외부 정원의 원호가 밀어주고 나선계단이 빨아들이면서 나선의 흐름을 따라 2층으로 빨려 올라간다. 나선계단 위로 유리를 넘어 뻗어 나가는 캔틸레버 천장면과 계단 아래로 숨겨진 창틀은 내외부의 경계를 무화한다. 나선계단은 H&dM이 즐겨 사용하는 요소다. 송은의 나선계단이 이전의 계단들과 다른 점은 계단이 랜드스케이프가 되는 점이다. 내부 공간과 함께 뒤쪽 정원까지도 함께 그대로 감겨 올라가고, 2층으로 개방되면서 계단 극장으로 바뀐다. 이 나선은 내부 공간을 구성하는 중요한 주제로 확장된다. 보행자의 나선이 1~2층을 연결하는 한편, 또 하나의 나선이 존재한다. 지하1층~1층을 연결하는 주차 나선이 바로 그것이다. 주차 나선은 시계 방향으로, 1~2층을 연결하는 보행자 나선은 시계 반대 방향으로 태극처럼 두 개의 나선이 말아 올라간다. H&dM은 이 건물에서 법적 한계를 유도 선수처럼 상대방의 힘을 역이용하며 디자인의 요소로 활용한다. 일조권 제한을 삼각형의 원

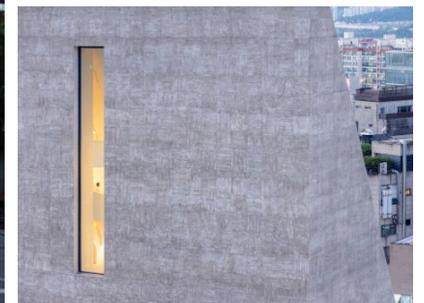
초적 매스로 승화했고, 자동차 회전 반경을 나선 구성으로 변형시켰다. 자동차 회전 반경이 건물 의 디자인에 반영된 것은 르 코르뷔지에가 설계한 빌라 사보아(1931)의 1층 곡선면을 떠올리게 한다. 나선 구성이 지하 2층까지 이어지는 것도 흥미롭다. 1층에서는 의도적으로 난간을 높게 만들어 아래를 내려다보기 어렵게 했고, 지하 2층에서 올려다볼 때는 위층에 있는 사람들이 아 닌 오롯이 곡선면과 천장을 보게 만들었다. 이런 구성은 사람들 간의 소통보다는 제임스 터렐의 작품처럼 숭고한 감정을 불러일으킨다.

### 수직과 수평의 변증법

2층 전시 공간의 벽 안쪽으로 들어가면 긴 수평창으로 열린 공간을 마주하게 된다. 수평창 끝에 3층으로 가는 숨겨진 계단을 발견한다. 수평적 공간의 반대쪽에는 수직창으로 열린 공간이 있다. 송은의 스테디 모형에는 건물을 수직적으로 분절할 것인지 수평적으로 분절할 것인지에 대해 고 민한 흔적이 남아있다. H&dM은 수직과 수평을 파사드에 따라 다르게 해석하는 방식을 선택한 다. 남측 가로에 대해서는 두 개의 수직창만이 있다. 전망과 채광을 포기하고 의도적으로 절제된 침묵하는 외관을 만들었다. 반면 북측 도시를 향해서는 층마다 수평창을 두어 공간을 열었다. 송 은은 가로를 향해서는 닫히고, 도시를 향해 열린 단일체로, 수직과 수평, 폐쇄성과 개방성, 무거 움과 부유함, 좌우대칭과 나선, 정지와 움직임이 대조를 이루면서 통합된다. 폭이 좁아지는 10 층 펜트하우스에서 남측의 수직창과 북측의 수평창이 만나게 되면서 강한 대조 효과가 생기고, 그 사이에 배치된 나선계단은 삼각형의 정점을 향해 변증법적인 통합 상승 효과를 만들어낸다.

### 미와 숭고, 증상적 낯섦

자크 뤼캉은 원초적인 단일체의 매스를 ‘숭고’의 감정과 연결한다. 에드먼드 버크, 임마누엘 칸트 가 발전시킨 ‘숭고’란 극단적 크기 앞에서 인식의 한계를 느끼고, 주체의 무능력과 상실을 경험 하는 것을 말한다. 숭고는 미와는 대조되는, 표상과 이미지가 사라지게 되는 아득한 감정이다. 장-프랑수아 리오타르는 현대미술에서 숭고를 발견한다. 마크 로스코, 아니쉬 카푸어, 제임스 터 렐의 작품 앞에서 우리는 숭고의 감정을 느낀다. 숭고는 스케일 감을 거부하고, 측정 단위를 지 워버린다. 자본주의 사회는 모든 것을 측정할 수 있는 것으로 만들었다. 미는 측정 단위 안에서 쾌감을 만들지만, 숭고는 그것을 거부한다. H&dM의 송은은 의도적으로 스케일 감을 제거하고 시각을 지움으로써, 측정될 수 있는 것로부터 벗어나고자 한다. 지그문트 프로이트는 익숙한 것 안에서 낯설게 느껴지는 섬뜩한 감정을 ‘기이한 낯섦(unheimlich)’이라고 불렀다. 송은은 원 초적인 단일체로서 명품 거리 가운데서 자본주의의 측정을 거부하는 증상적 낯섦을 만들고 있 다.



## ■ 제이엠커피신사라운지 <출처:>

건축 맵스아키텍츠 건축사사무소(김성민, 류삼열)

주소 서울 강남구 신사동 515-6

용도 제2종 근린생활시설

연면적  $m^2$  (지하1층, 지상5층)

Context - Seongsodong

가로수길 코너에 자리한 이 건물은 강렬한 조형 언어로 거리에 선명한 시각적 표지를 남겼다. 외적 형태를 내부 공간·구조와 결합해 건축적 완성도를 높였으며, 특히 코너 공간을 비워내어 공공을 위한 도시적 장소로 돌려준 전략이 돋보인다.

그러나 과도한 조형성은 양날의 검이 되었다. 내부 공간이 협소하고 활용도가 제한적이라는 점은 뚜렷한 한계로 지적됐다. 심사위원단은 “도시적 랜드마크로서는 뛰어나지만, 내부 공간의 유연성이 부족하다”는 평가를 내렸다.



## ■ 클리오사옥 <출처:SPACE>

건축 임재용(건축사사무소 O.C.A)(2019완공)

주소 서울특별시 성동구 왕십리로 66

용도 업무시설

연면적 7,089.26㎡(지하2층, 지상14층)

수상: 2020 한국건축문화대상 준공건축물부문 / 준공부문 / 우수상

### 도시 풍경을 만드는 새로운 전략: 테라피스

#### 건축의 양면: 관찰자 시점과 사용자 시점

고전적 의미에서 조각은 조각가가 작업한 작품을 의도한 장소에 설치하면 관람객이 그 상황을 경험하는 것이다. 그러나 최근에는 조각이 규모가 커지고 프로그램을 담기 시작하면서, 관람객이 스스로 작품 속으로 들어가 조각을 통해 바깥 세상을 경험하는 것이 가능해졌다. 조각과 건축의 경계가 허물어지는 상황이다. 그러나 건축은 조각과는 다른 차원에서 밖에서 관찰하는 자와 안에서 경험하는 자를 동시에 만족시켜야 한다. 건축은 주변의 스쳐 지나가는 불특정 다수들에 의해서 지속적으로 관찰되는 동시에 사용자들의 모든 필요를 충족해 주어야 한다. 결국 건축은 관찰자와 사용자의 끊임없는 평가에 노출되기 마련이다. 이것이 건축의 어려움이면서 매력이기도 하다.

#### 건축의 양면을 동시에 구축하는 새로운 전략: 테라피스

그동안 건축사사무소 O.C.A는 건축과 도시에 대한 다양한 유형과 전략을 통해 대지의 상황이나 프로그램의 종류에 따라 다양한 결과물을 선보였다. 이번 프로젝트는 도시적 스케일로 사방에서 쉽게 인지될 수 있는 대지의 조건과 불특정 다수가 아닌 모든 층의 기능을 세세히 정의해야 하는 사옥이라는 프로그램의 특성을 가지고 있다. 프로젝트를 진행하면서 이러한 특성으로 인해 외부 관찰자와 내부 경험자를 동시에 만족시킬 수 있는 새로운 전략에 대한 필요성을 느끼게 되었다. 그 결과로 내놓은 것이 테라피스 전략이다. 테라피스(Terraffice)는 땅을 의미하는 테라(terra)와 사무 공간을 의미하는 오피스(office)를 합친 합성어이다. 인간에게 삶의 터와 일터에서 땅을 밟고 사는 것은 지극히 자연스러운 일일 것이다. 그러나 우리가 많은 시간을 보내는 사무 공간이 효율 일변도의 공간으로 진화되고 점점 고층화되면서 일터에서 땅을 밟고 자연을 느끼게 하는 것은 거의 불가능한 일이 되고 있다. 일터에서 땅을 밟고 자연을 느끼게 하는 방법이 없을까? 그 해법으로 제안하는 것이 사무실의 모든 층에 테라스를 두는 새로운 유형의 사무실인 테라피스다.

테라피스는 그동안 O.C.A가 정립한 새로운 유형 중 하나다. 저층 업무시설에 매 층 테라스를 설치한 양재동프로젝트, 사무실 전면과 옥상에 테라스를 설치한 HK사옥을 시작으로, 오피스텔

건물의 중간을 비워내어 테라스를 설치한 DUO 302 프로젝트, 중층 업무시설의 각층에 테라스를 부분적으로 설치하는 레드 비주얼 프로젝트가 있었다. 이러한 실험을 거듭하며 클리오사옥은 테라피스로서 보다 완성도 있는 프로젝트가 됐다

#### 다양한 도시 풍경을 만드는 백색 프레임: 관찰자 시점

클리오 사옥의 테라스는 4개층마다 벽구조로 지지되는 비교적 큰 규모의 테라스가 엇갈리게 적층되어있고 그 사이에 각각의 층에 작은 테라스가 매달려 있는 구조로 되어있다. 이러한 테라스는 사람과 자연이 만나는 매개 공간이면서 다양한 도시의 풍경을 만드는 중요한 요소인 프레임이 된다. 프레임은 그 자체가 간결할수록 다양한 변화를 잘 담아낼 수 있다. 외부도 [백색 박판세라믹](#)과 [저철분 유글라스](#), 저철분 유리, 이렇게 세 가지 재료만조합하여 주변의 풍경을 잘 담아내도록 했다. 백색의 이미지는 색조 화장품 회사의 이미지를 잘 반영하기도 한다.

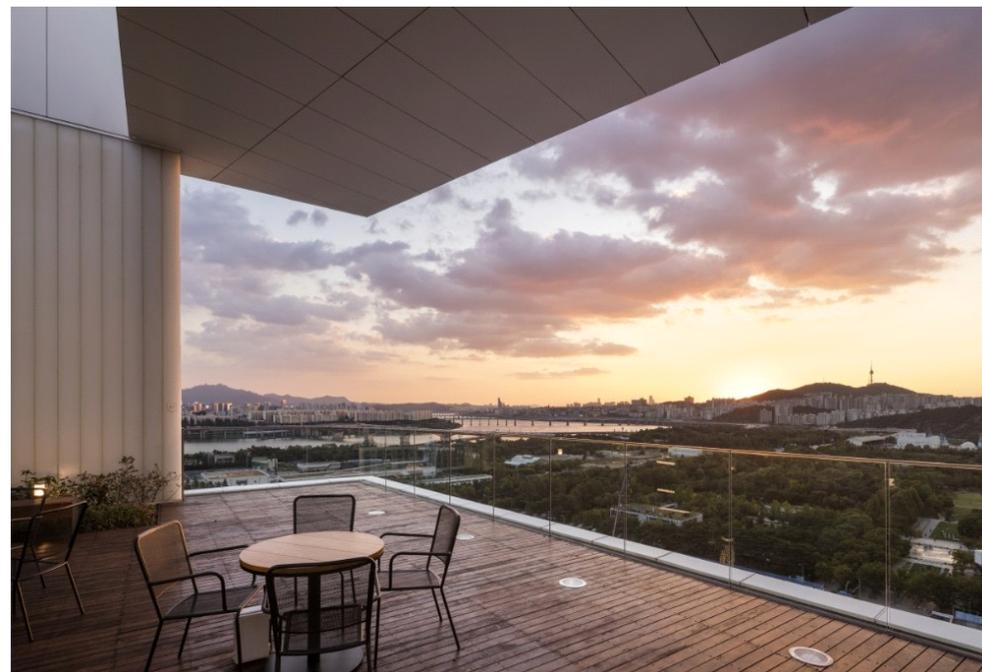
이러한 프레임이 장착된 클리오 사옥은 도시의 다양한 지점에서 관찰된다. 성수대교를 따라 북쪽으로 이동하면 서울의 숲 너머로, 왕십리로를 따라 남쪽 이동하면서 도로의 선형을 따라 다양한 표경을 가진다. 서울의 숲 거울연못과 언더스탠드에비뉴, 그리고 독섬역에서도 관찰된다. 설계 당시 의도했던 장면도 있고 뜻밖의 발견도 있다. 어차피 도시는 그런 것이 아닌가?

#### 다양한 도시 풍경을 조망할 수 있는 뷰 파인더: 사용자 시점

대지가 사방으로 열린 곳에 위치하여 다양한 도시의 풍경을 조망할 수 있다. 테라스는 다양한 도시의 풍경을 조망할 수 있는 뷰 파인더의 역할을 한다. 테라스를 통해 바라보는 도시의 풍경은 창문을 통해 바라보는 것과는 비교할 수 없다. 열린 풍경이라는 점에서도 다르지만 자연을 피부로 직접 경험하는 것과 그렇지 못한 것과는 차이가 크다. 카메라의 뷰 파인더로 도시의 풍경을 찍듯이 목표를 가지고 테라스의 위치와 방향을 설정했다. 거의 모든 층에서 남쪽으로 한강, 서쪽으로 남산, 멀리 동쪽으로 롯데타워를 조망할 수 있다.

#### 새로운 주차 전략: 시카고의 교훈

설계 당시 두 가지의 고민이 있었다. 첫째는 어떻게 하면 길 건너에 신축 중인 43층 규모의 아파트·호텔과의 높이 차이를 극복하고 존재감 있는 사옥을 건축하느냐 하는 것이었다. 제한된 용적률에 의하면 가능한 최대 층수가 10층이었기 때문이다. 두번째 고민은 법규가 허용하는 건축 가능한 지상층 면적이 필요한 면적에 비해 턱없이 부족하다는 것이었다. 이러한 고민들을 안고 설계를 진행하던 중, 다른 일로 시카고 출장 길에 올랐다가 시카고의 많은 고층건물의 저층부가 주차 공간이라는 점을 발견했다. 지하가 단단한 암반으로 이루어져있고 지하 수위가 높아서 주차 공간을 지상층으로 올리는 것이 훨씬 경제적이기 때문이다. 시카고 출장에서 돌아와 주차는 당연히 지하 주차 또는 기계식 타워 주차라는 고정관념을 버리고 과감하게 지상층 주차식 주차를 도입했다. 지상 3~6층을 자주식 주차장으로 계획하고, 원활한 차량 소통을 위하여 카 리프트 두 대를 설치했다. 건축법상 주차장은 용적률 산정에서 제외되기 때문에 지상층의 연면적을 그대로 유지하면서 지하층의 공간을 고스란히 필요한 기능으로 채워 부족한 면적 문제도 해결했다. 더불어 지상 10층짜리 건물이 14층이 되어 건물의 비례도 좋아지고 난쟁이 콤플렉스에서 어느 정도 벗어날 수도 있었다. 절실할 때 빛났던 시카고의 교훈이었다.



## ■ 디올성수/템버린즈성수 <출처:세계일보, 중앙일보>

건축 (주)더시스템랩건축사사무소(이충렬)

주소 서울 성동구 성수동2가 314-12

용도 제1종 근린생활 시설 제2종 근린생활 시설 문화 및 집회시설 업무시설

연면적 15,248.79m<sup>2</sup>(지하6층, 지상12층)

수상: (2019)제37회 서울특별시 건축상 / 우수상

조경 정영선

성수동 디올·템버린즈 상설 매장

석재 대신 철망 발코니 세운 디올  
파리 '디올 하우스' 오스만 양식 적용  
설치작품처럼 철거 쉬워 사계절 변신

콘크리트 구조만 살린 템버린즈  
지상에 구조체·관리동 최소화시켜  
지하매장 천장 유리로... 웅장함 표현

영상과 음악, 심지어 말도 짧아지는 '쇼트폼(shortform)'의 시대다. 길이가 짧아지니 화려한 효과, 강렬한 후렴, 낯선 줄임말 등 자극은 세졌다. '쇼트폼'은 한 번 만들면 쉽게 바꾸기 어려운 건축 공간에도 영향을 미쳤다. 대표적으로 짧은 기간 동안 임시로 운영되는 '팝업(pop-up) 공간'이 이런 경향을 반영한다.

몇몇 논문에 따르면 팝업 공간은 2002년 미국 대형 할인점 '타깃(Target)'이 뉴욕 맨해튼에 신규 매장을 열 적절한 장소를 찾지 못해 임시로 운영했던 매장에서 시작되었다고 한다. 초기에는 새로운 제품을 출시하기 전 소비자의 반응을 살피거나 재고 처리를 위한 임시 매장 형태였는데, 최근에는 브랜드나 서비스를 홍보하거나 고객과의 접점을 늘리는 등 다양한 목적으로 활용되고 있다. 팝업 공간의 범주도 매장에서 전시, 레스토랑으로 확대됐다.

대한민국 '팝업의 성지'는 단연 서울 성수동이다. 매주 평균 50개 정도의 팝업 매장이 생겨난다. 성수동에도 임대료와 땅값이 치솟으면서 기존 상인들이 쫓겨나는 젠트리피케이션 현상이 일어나고 있지만 신사동 가로수길처럼 상권이 침체되고 활력을 잃어가는 '고임대 화석화(High-rent blight)' 현상은 심하지 않다. 이는 팝업 공간이 여전히 성수동에 활력을 불어넣고 있기 때문이다.

사실 팝업 공간으로 쓰이는 건물이 건축적으로 특별할 필요는 없다. 천장이 높고 넓은 공간에 가급적 단층으로 이루어진 건물이면 팝업 공간으로 사용하기에 적합하다. 성수동은 과거 공장이 많았던 지역이라 자동차정비소, 인쇄소, 창고, 경량 철골조 건물이

많다. 이는 다른 지역과 비교했을 때 성수동만이 갖는 차별점이다. 많은 팝업 공간이 성수동에 생기고 사라지다 보니 이제 서울에서 유행을 가장 빨리 확인할 수 있고 그래서 가장 힙(Hip)한 동네라는 이미지를 갖게 되었다.

팝업 매장이 단기간에 이목을 끌고 고객들에게 새로운 경험을 제공한다는 장점은 있지만, 장기적으로 브랜드를 구축하고 고객과 지속적인 관계를 형성하는 데는 한계가 있다. 그래서 몇 년 전부터는 팝업 매장의 실험성과 가변성, 화제성은 취하면서 동시에 브랜드가 지닌 명확한 메시지와 정체성은 유지하는 매장 형태가 성수동에 생겨나고 있다. 성수동에서 사람들이 가장 붐비는 연무장길의 서쪽 끝에 살짝 비껴난 채 서로 마주 보고 있는 디올(Dior) 성수와 템버린즈(Tamburins) 성수가 바로 이런 형태의 매장이다.

두 건물 중 먼저 준공된 건물은 디올 성수다. 택시 회사가 있던 자리에 3년 전 들어선 디올 성수는 브랜드의 정체성이나 다름없는 파리 몽테뉴가 30번지에 있는 '디올 하우스'를 모델로 삼았다. 디올 하우스는 1946년 크리스티안 디오르(크리스찬 디올)가 자신의 패션 매장을 처음 설립한 곳이다. 건축적으로는 19세기 중반 나폴레옹 3세의 지시로 당시 파리 시장이었던 외젠 오스만이 파리를 대개조할 때 신축 건물에 적용한 '오스만 양식'을 띠고 있다

오스만 양식은 건물 높이가 비슷하고 규격화된 창문과 철제 발코니가 반복돼 있다. 지붕 아래에 하인들이 거주하는 다락 공간을 확보하기 위해 두 개의 경사로 이루어진 만사드 지붕도 특징이다. 재료는 웅장한 외관과 튼튼한 이미지를 강조하기 위해 석재를 사용했다.

한국에서 주로 활동하는 프랑스 건축가 피에르 잘리공은 석재가 아닌 철망을 사용해 디올 성수를 설계했다. 오스만 양식의 철망은 실제 건물이 아니라 안쪽에 있는 매장을 감싸는 일종의 설치 작품이기 때문이다.

디올 성수에서 확인할 수 있는 브랜드의 또 다른 유산은 건물 입구 위에 설치돼 있는 별 조형물이다. 별은 디오르가 자신의 매장을 열게 만든 결정적인 계기가 되는 일화에 등장한다. 당시 41세였던 디오르는 면직물 사업으로 성공한 마르셀 부삭으로부터 함께 일하자는 제안을 받는다. 깊은 고민에 빠진 디오르는 길을 걷다 별 장식물에 걸려 넘어질 뻔했는데, 이를 부삭의 제안을 거절하라는 신의 계시로 받아들였다고 한다.

디올 성수의 정식 명칭은 '디올 성수 콘셉트 스토어'다. 홈페이지에 따르면 디올 성수는 계절별로 달라지는 컬렉션의 콘셉트를 보여주는 공간인데 '한시적'으로 운영된다고 한다. 건물도 석재가 아닌 철망으로 만들어져 상황에 따라 쉽게 철거할 수 있다. '한시적', '쉬운 철거'는 모두 팝업 공간이 지니는 특징이다.

디올 성수가 파리의 전형적인 건축으로 브랜드의 정체성을 보여준다면 맞은편에 있는 템버린즈 성수는 예전 공장의 콘크리트 구조만 살려 "규정되지 않은 아름다움을 탐구하는 향수"라는 브랜드의 지향점을 전달한다. 설계를 맡은 더시스템랩 대표 김찬중은 지상에 최소한의 구조체와 관리동만 남긴 채 매장을 포함한 대부분을 지하에 배치했

다. 자신의 개념을 ‘미완성된 비움’으로 설명하는 김찬중은 건물에서 입면을 없앴다. 그런데 입면은 상업 공간에서 상품을 광고할 때 가장 적극적으로 활용되는 부분이다. 이런 건축가의 의도는 차치하더라도 평당 임대료가 20만원이 넘는 성수동에서 대지에 허용된 480%의 용적률을 포기한다는 건 쉬운 결정이 아니다.

지하에 있는 매장에 들어서면 유리로 된 천장을 통해 그 위에 남겨진 콘크리트 구조물을 올려다볼 수 있다. 디올 성수와는 또 다른 웅장함이 느껴진다. 더불어 예전 공장 노동자는 자신들이 쓰던 건물이 이런 장면을 보여줄 수 있을 거란 상상을 했을까라는 생각도 들었다.

남겨진 콘크리트 골조는 신제품과 어울리는 설치 작품의 무대가 되기도 한다. 2023년 11월 준공할 때만 해도 탬버린즈 성수는 “생경한 형태의 정원”이라는 주제로 꾸며져 있었다. 하지만 올 초에는 새롭게 출시한 향수에 맞는 장미 가시와 넝쿨이 매장 안과 콘크리트 골조에 설치돼 있었다.

디올 성수와 탬버린즈 성수는 모두 상설 매장이다. 하지만 새로운 제품이 출시되거나 특별한 행사를 할 때마다 매번 다른 경험을 제공하고 엄청난 주목을 끄는 점에서 팝업 공간이 갖는 특성도 지니고 있다. 두 매장은 각 브랜드의 정체성을 꾸준히 보여주면서도 성수동 특유의 고정된 건 아무것도 없다는 활동적인 느낌(Vibe)을 전달한다.

#### 방승환 도시건축작가



디올 성수 내부에서 치킴니는 공간의 백미, 장면, 풍경의 기차



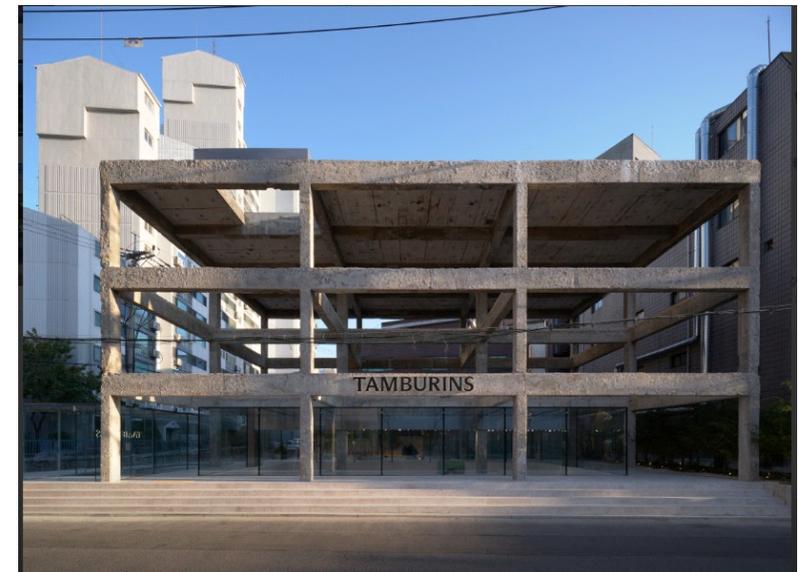
▲ 디올 성수(좌)와 탬버린즈 성수는 모두 상설 매장이지만 팝업 공간처럼 신제품 출시와 행사에 맞춰 매번 다른 모습으로 변하고 이를 통해 고객들에게 다양한 경험을 제공하며, 폭발적인 화제를 일으킨다.



지난 5월 1일 문을 연 디올의 리브 스토어 '디올 성수'. [사진 디올]



프랑스 파리 영대뉴 30거에 있는 디올하우스의 모습. [사진 디올]



## ■ 우란문화재단 <출처:AURUM>

건축 (주)더시스템랩건축사사무소(이충렬)

주소 서울 성동구 성수동2가 314-12

용도 제1종 근린생활 시설 제2종 근린생활 시설 문화 및 집회시설 업무시설

연면적 15,248.79m<sup>2</sup>(지하6층, 지상12층)

수상: (2019)제37회 서울특별시 건축상 / 우수상

### Context - Seongsodong

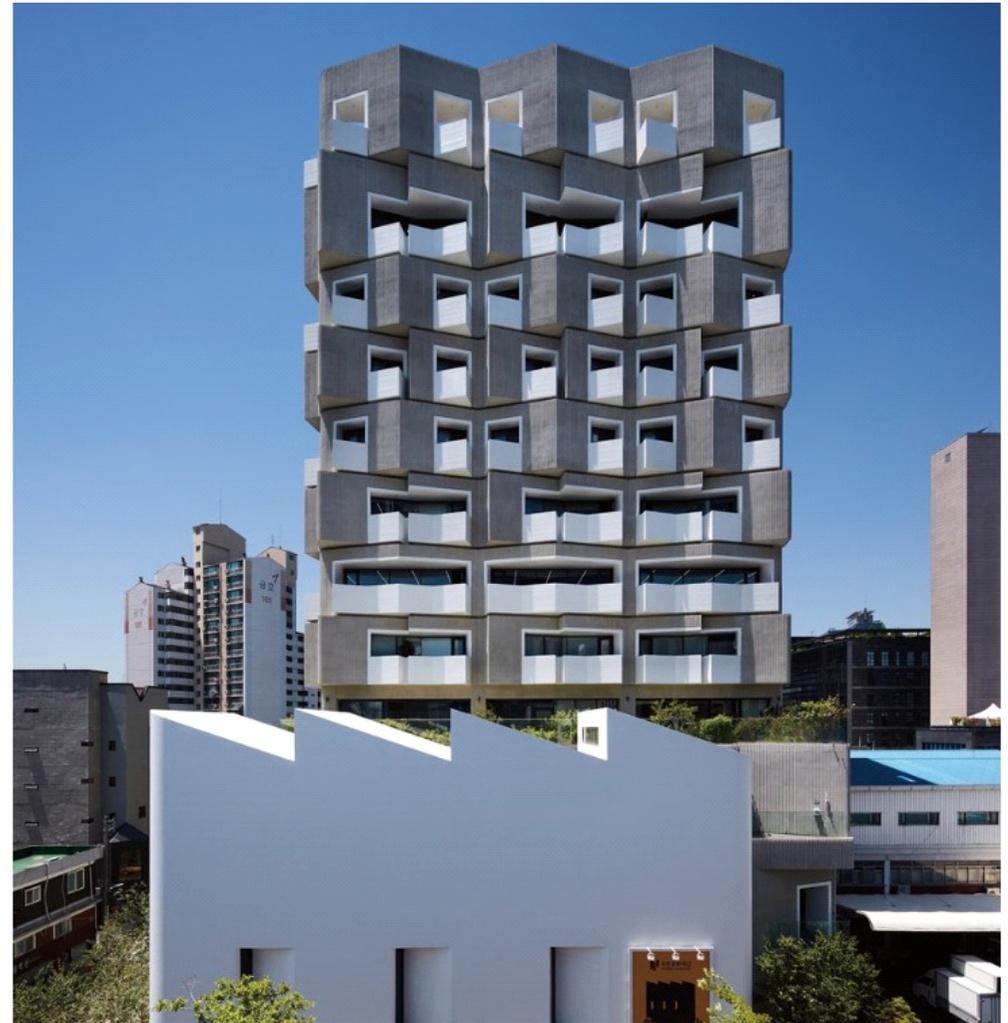
성수동은 1970년대 산업화의 흔적과 수공예 공방이 여전히 공존하는 곳이다. 성수동의 도시적 맥락은 여러 분석이 있을 수 있지만, 이 지역이 보여주는 독특한 결이나 질감(texture)과 같은 시각적 맥락은 이 프로젝트의 중요한 출발점이 되었다.

### Small Grains & Alley

본 프로젝트는 성수동 주변 건물들에 비해 상대적으로 규모가 크기 때문에 일어나는 스케일 차이로 인한 주변과의 단절을 막기 위해 시각적, 물리적인 연속성을 유지해야 했다. 단절을 막는 건축적 접근방식은 크게 두가지였다. 하나는 커다란 건물의 덩어리를 주변건물 크기에 맞는 작은 덩어리의 집합체로 만드는 방법이다. 여러 방향성을 가지고 입면에서 전개되는 발코니들은 전체 건물을 잘게 분절시켜 보이게 하는 효과를 가져옴으로써 시각적인 스케일을 조절하는 역할을 한다. 또한 발코니는 근무자가 외기에 접할 수 있는 심리적 이완장치의 기능도 담당한다. 저층부의 덩어리들 또한 분절되어 있어서 그 틈새로는 자연스럽게 성수동 기존 골목길의 맥락이 유지된다. 또 하나 주변 맥락과의 연속성을 유지하는 방법은 콘크리트 표면을 다루는 방식이었다. 일반적인 노출 콘크리트의 처리와 다르게 고밀도 스티로폼 몰드를 이용하여 수직의 홈을 만들어 냄으로써, 원경에서는 덩어리감이 느껴지나 근경에서는 수직적 결이 부각되어 스케일 조정이 이루어질 수 있도록 고려하였다.

### Organic Culture Complex

본 건물은 공연시설을 비롯하여 아티스트 레지던시와 전시장, F&B, 임대 및 공유오피스는 물론 우란문화재단의 사무실까지 들어간 복합적인 성격의 건물이다. 이것은 마치 성수동의 맥락이 공장이나 사무실은 물론, 문화시설, 그리고 리테일들이 혼재되고 있는 현상황을 반영함으로써 유기적 복합체의 새로운 유형을 제시하고자 한다.



## ■ 코어해체시스템

〈출처:대한건축사협회 건축사신문, 푸하하하건축사사무소〉

건축 (주)푸하하하건축사사무소(윤한진, 한승재, 한양규)

주소 서울 성동구 아차산로 159

용도 업무·근린생활시설

연면적 15,248.79m<sup>2</sup>(지하6층, 지상12층)

수상: 2025 제43회 서울특별시 건축상 / 대상

성수동에 들어선 ‘코어해체시스템’은 전형적인 오피스 건물의 구조적 상식을 전복한다. 일반적으로 건물의 중심에 자리 잡는 코어를 십(十)자 형태로 분할 배치하고, 교차 지점에 포스트텐션 보를 연결해 내부 기둥을 완전히 제거했다. 덕분에 넓고 기둥 없는 공간이 만들어졌으며, 빛과 시선이 가득 채우는 열린 평면이 구현됐다.

특히 ‘가위계단’이라 불리는 교차형 계단은 돌음계단과 직선 계단을 결합한 형태로, 층간 이동을 효율화하면서도 직원들이 계단을 더 적극적으로 이용하게 만든다. 단순한 수직 동선 이상의 역할을 하며, 소통과 우연한 만남을 유도하는 장치로 작동한다.

심사위원단은 이 건축이 보여준 태도를 “담백하지만 본질적인 맛”에 비유했다. 굳더더기를 덜어낸 공간 구성은 시대와 프로그램의 변화에 유연하게 대응할 수 있는 중성성을 갖추었으며 결과적으로 ‘계속 머물고 싶은 공간’으로 기억된다. 대상작으로 선정된 이유는 단순한 구조적 발명에 그치지 않고 건축의 본질적 가치-빛, 공간, 사람-를 명료하게 드러냈기 때문이다.

인터뷰 장소로 향하며 주소를 확인하는 순간부터 고정관념이 깨졌다. 이름부터 트렌디한 ‘푸하하하건축사사무소’였기에 구로디지털단지나 마곡, 상암동쯤일 거라 짐작했지만 실제 위치는 을지로3가였다. 기자에게는 유년 시절 야구 구경을 가기 위해 환승하던 역으로만 기억되던 곳이다. 오랜만에 추억에 잠겨 시간여행을 시작하려던 순간, 엘리베이터가 나타났다. 지하철역에서 불과 2분 거리, 당도한 사무실 문에는 ‘FHHH(푸하하하)’라는 작은 표식이 달려 있었다. 문을 열자 건축 모형과 다양한 소재, 여러 대의 데스크톱 컴퓨터가 자리하고 있었다. 이곳에서 만난 제43회 서울시건축상 대상 수상작 코어해체시스템(한양규 건축사, 푸하하하 건축사사무소)의 이야기는 기대 이상으로 흥미로웠다.

성수동 긴 직사각형 대지 위에 들어선 코어해체시스템은 지하 4층, 지상 10층 규모의 JKND 사옥이다. 1층은 로비, 2~3층은 ‘디사이즈네버댓’과 ‘카키스’ 매장, 4층은 미팅룸, 5층부터는 오피스가 배치됐다. 멀리서 보면 평범한 빌딩 같지만, 가까이 다가가면 중앙의 가위계단과 양 끝 엘리베이터가 드러내는 독특한 구조가 눈에 띈다.

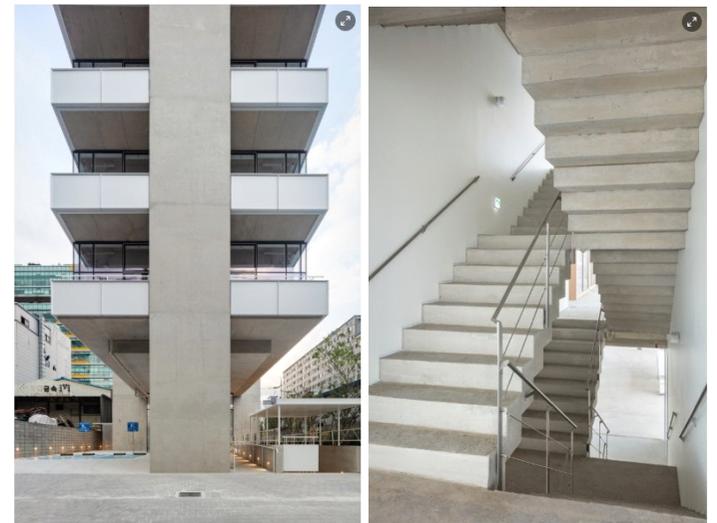
설계자 한양규 건축사는 정형화된 코어를 해체하는 방식을 선택했다. 중앙에 두던 엘리베이터를 양 끝으로 과감히 밀어내고, 중앙에는 가위계단을 배치해 층간 이동을 자유롭게 했다. 기둥이 사라진 중앙은 넓고 유연한 공간으로 바뀌었고, 부서 간 회의와 소통이 잦은 패션 회사의 리듬을 자연스럽게 담아냈다. 수시로 회의와 미팅이 이뤄지는 사무실의 특성이 설계에 반영된 것이다. 실제 이용 방식을 고려한 결과였다.

겉모습은 화려하지 않지만, 오히려 그 담백함이 성수동이라는 화려한 무대 위에서 더 크게 돋보인다. “핫한 지역일수록 기본에 충실한 건물이 더 오래 살아남습니다. 보여주기식 외관이 아니라 사람들이 오래도록 편하게 사용할 수 있는 건축이 필요합니다.” 처음에는 평범해 보였던 건물이 건축사의 설명을 통해 본질적 가치로 다가왔다.

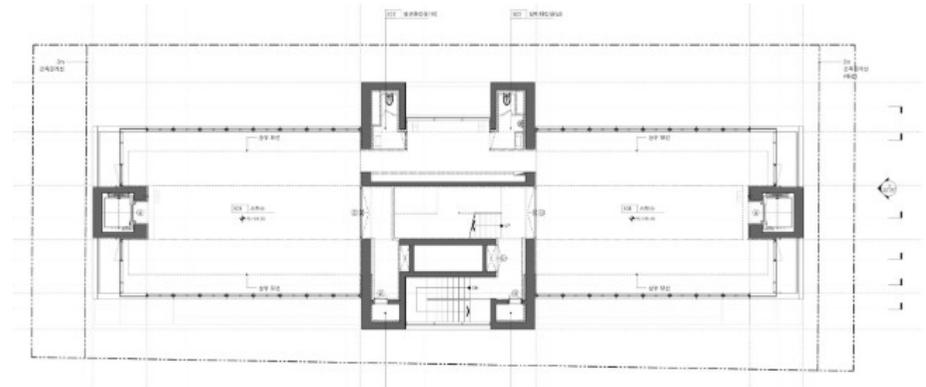
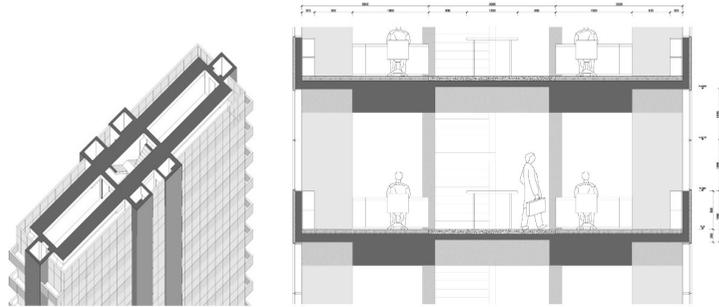
코어해체시스템은 외부 고객과 내부 직원을 위한 동선을 명확히 구분했다. 지하 2층에서 지상 3층까지는 고객 전용 공간과 전용 엘리베이터, 4층은 미팅룸과 사내 공간, 5층 이상은 직원 전용 오피스와 직원 전용 엘리베이터로 나뉜다. 1층에는 스피드 게이트를 설치해 보안을 강화했다.

한양규 건축사는 “건축에서 가장 중요한 것은 결국 안에서 살아가고 일하는 사람들”이라며 “외부에서는 잘 보이지 않더라도 실제 이용하는 사람들이 만족하는 건물을 만들고 싶었다. 앞으로도 이런 방향을 지켜가고 싶다”라고 말했다.

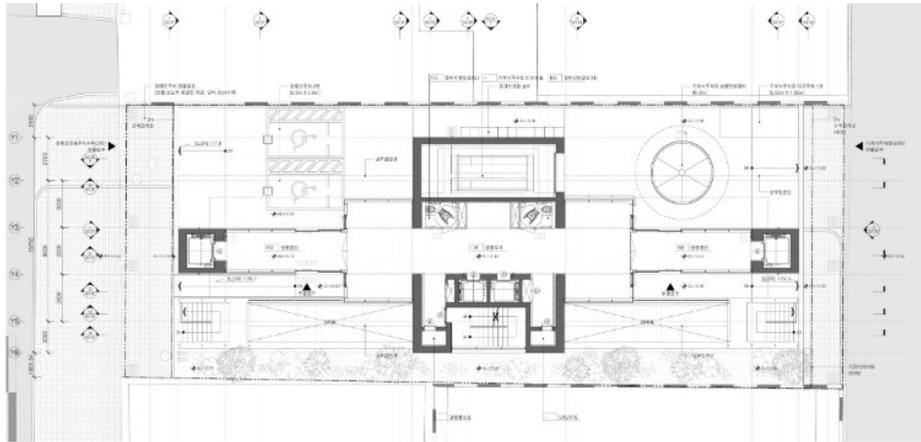
푸하하하 건축사사무소의 사무실 자리 역시 이 철학과 닮아 있다. 홍대에서 출발해 종로를 거쳐 현재의 을지로3가로 옮긴 그들은, 오래된 건물이지만 관리가 잘 되고 필요한 시설이 충분히 갖춰진 공간을 선택했다. 화려함보다 내실과 편의를 중시한다는 믿음이 사무실에도 고스란히 담겼다. 직원들의 출퇴근 거리를 고려했고, 기본에 충실한 건축인지 살폈다는 설명이다.



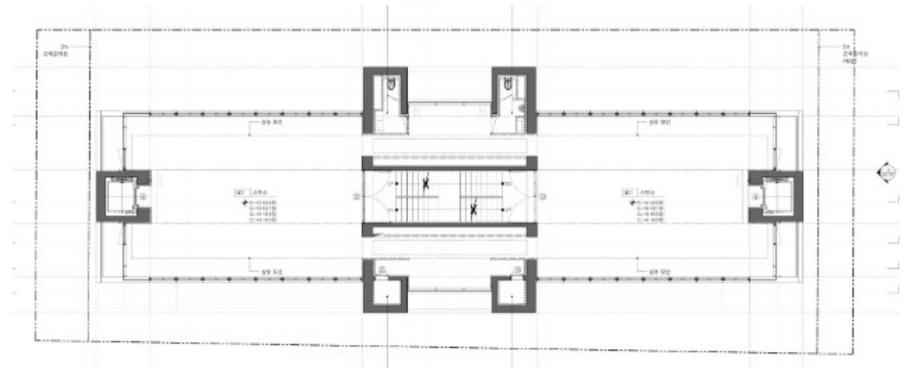
# FHHH friends



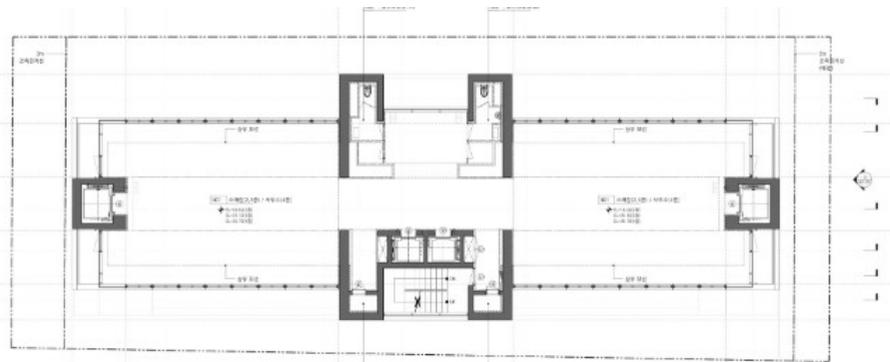
5층 평면도



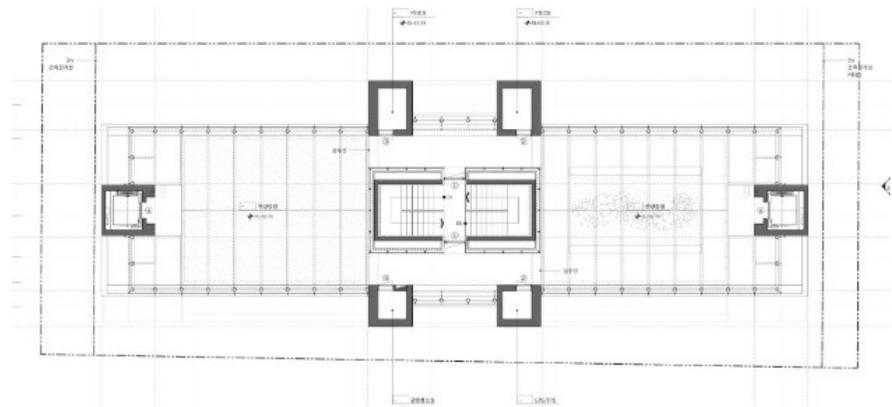
1층 평면도



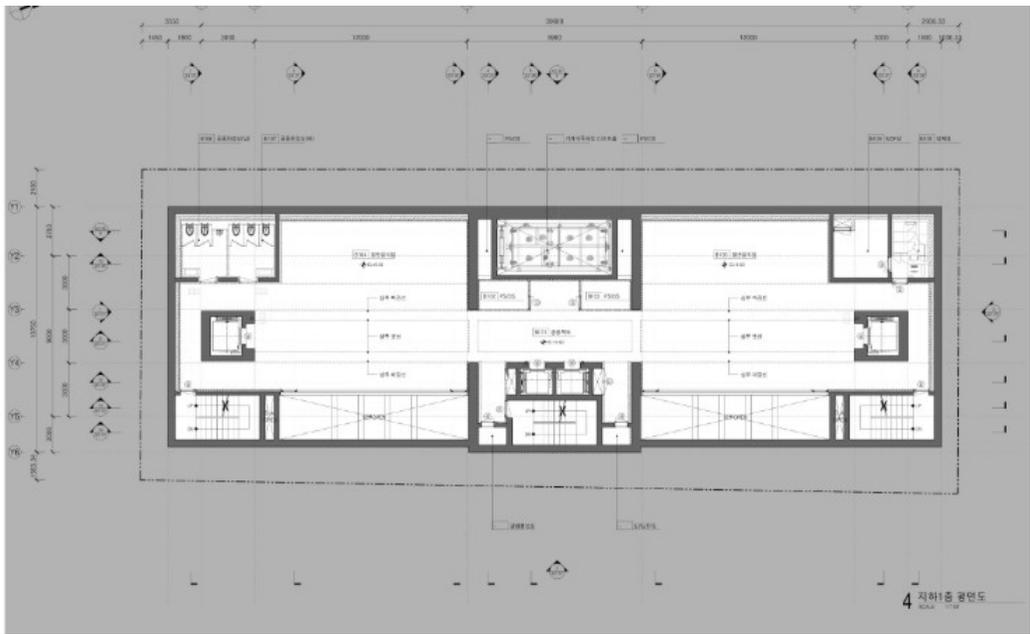
7,8,9층 평면도



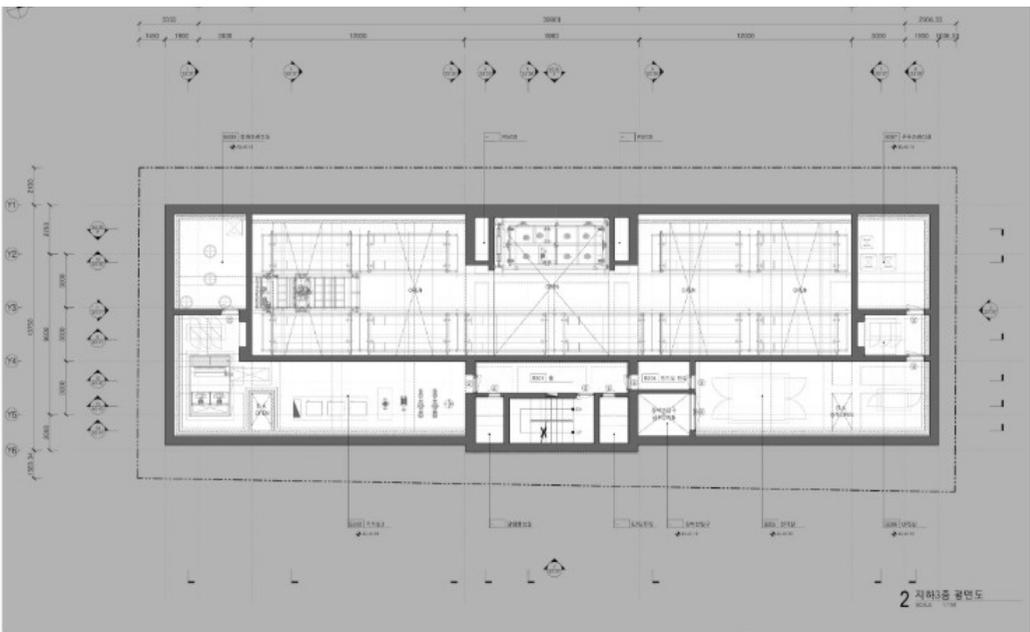
2,3,4층 평면도



11층 평면도



지하1층 평면도



지하3층 평면도

