



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

이 홍 구 교수지도

석사학위청구논문

모델하우스에서의
디스플레이 디자인에 관한 연구

2008

성신여자대학교 아트·디자인대학원

리빙디자인 전공

강 민 영

모델하우스에서의
디스플레이 디자인에 관한 연구
- 디자인 프로세스와 연출요소를
바탕으로 한 스타일링 방법 제안 -

이 홍 구 교수지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2008년 6월

성신여자대학교 아트·디자인대학원


리빙디자인 전공

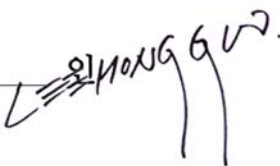
강 민 영

인 준 서

강민영의 석사학위 논문으로 인준함.

심사위원 윤영수 

심사위원 윤선영 

심사위원 이홍구 

성신여자대학교 대학원

논문개요

우리나라 사람들의 삶이 양적인 가치를 중시여기던 삶에서 질적인 가치를 중시여기는 삶으로 변해가면서 실내 공간 역시 물리적인 만족감 보다는 정서적인 만족감을 충족시키는 방향으로 전환되고 있다. 특히 요즘 처럼 아파트 주거가 가장 보편적인 주거형태로 정착되고 있는 상황에서 사람들은 주거공간을 보기 위하여 끊임없이 모델하우스를 방문한다.

방문자에게 있어 모델하우스는 주거 공간 디자인의 가이드라인으로 보여져 모델하우스 디스플레이가 전반적인 주거 공간 코디네이션에 끼치는 영향은 매우 크다.

하지만 이런 사회현상과 모델하우스 디스플레이의 중요성에 비해 이에 관한 연구는 거의 전무한 실정이다.

이러한 배경 하에 본 논문은 주거 공간 디자인의 가이드 라인이 되고 있으며 트렌드를 주도하고 있는 모델하우스 디스플레이의 중요성을 인식하고, 디스플레이 연출사례를 통하여 연출방법 및 디자인 프로세스를 체계화함과 동시에 디스플레이 방법을 제안하는데 그 목적이 있다.

2장과 3장은 기반 연구로써, 2장에서는 모델하우스에 대한 다양한 어휘를 분류하여 정리하였으며, 모델하우스의 발전과정을 시대별로 살펴보고, 모델하우스를 건립하는데 필요한 요소와 건립과정을 살펴보았다. 3장에서는 일반적인 디스플레이의 개념을 바탕으로, 모델하우스에서의 디스플레이의 역사 및 개념과 역할에 대해 구체적으로 살펴보았다.

4장과 5장은 본 연구로써, 4장에서는 연구의 가장 중요한 목적일 수 있는 디스플레이 연출방법 및 디자인 프로세스의 체계화를 위하여 본인이

연출한 디스플레이를 중심으로 하여 모델하우스 사례를 분석한 결과, 다음과 같은 정리할 수 있었다.

모델하우스 디스플레이의 디자인 프로세스는 다음과 같다.

첫 째, 건설사 현장설명을 통하여 기획할 현장에 대한 자료 및 설명을 제공받는다.

둘 째, 기획회의를 통하여 디스플레이 디자인 컨셉 및 키워드를 추출하고, 공간설정을 계획하여 도면에 가구 배치를 한다. 또한 디자인하고자 하는 공간을 예측하기 위해 이미지 콜라주를 한다.

셋 째, 기획회의에서 정했던 내용을 가지고 프레젠테이션 보드와 제안서, 견적서를 준비하여 프레젠테이션(PT)에 참여하는데, 이는 준비작업이다.

넷 째, PT 후 디스플레이 업체로 선정이 되면, 공간에 들어가는 연출요소를 구입, 제작, 발주하여 준비하는데, 이는 실제작업이라 할 수 있다. 이 과정에서 디스플레이의 연출 요소인 가구, 패브릭, 카펫, 인테리어 오브제 (조명, 아트웍, 기타소품)의 연출준비가 이루어져야 한다.

다섯째, 공간에 연출될 모든 요소가 준비되면 세팅(setting)작업을 통해 완성하는데, 이를 '워크 아웃(work out)'이라 명명한다.

또한 디자인 프로세스와 연출요소를 바탕으로 5장에서는 스타일을 강조하는 디스플레이 방법, 패턴을 강조한 디스플레이 방법, 컬러를 강조한 디스플레이 방법, 스토리를 강조한 디스플레이 방법 등의 특정 요소를 강조하는 포인트 스타일링 방법을 제안하였는데, 이는 기존 디스플레이 방법보다 효과적으로 모델하우스를 방문하는 사람들의 주목을 끌 수 있는 방법이라는 결론을 내릴 수 있었다.

본 연구는 모텔하우스가 국내 주택시장 전반에 걸쳐 트렌드를 주도하고 시장의 견인차 역할을 하고 있는 시점에서, 이제까지 잘 다루어지지 않았던 모텔하우스에서의 디스플레이 디자인을 종합적으로 정리하고, 디자인 프로세스와 연출요소 그리고 스타일링 방법을 시각적인 자료를 통하여 좀 더 효율적으로 체계화했다는 점에서 의미가 있으며, 향후 다른 분야에서의 디스플레이 작업을 연구하는데 있어 밑거름이 될 수 있을 것으로 기대한다.

목 차

논문개요

제 1 장 서론	1
1.1 연구의 배경 및 목적	1
1.1.1 연구의 배경	1
1.1.2 연구의 목적	2
1.2 연구의 내용 및 구성	4
1.3 연구의 방법 및 범위	5
제 2 장 모델하우스의 개요	6
2.1 모델하우스의 개념 및 분류	6
2.2 모델하우스의 역사	12
2.3 모델하우스의 건립과정 및 요소	15
제 3 장 모델하우스에서의 디스플레이 디자인	18
3.1 디스플레이의 개념	18
3.1.1 일반적 개념	18
3.1.2 모델하우스 디스플레이의 개념 및 역할	19
3.2 모델하우스 디스플레이의 역사	19

제 4 장 모델하우스 디스플레이 디자인의 연출방법	22
4.1 모델하우스 디스플레이의 디자인 프로세스	22
4.2 모델하우스 디스플레이의 연출 요소	32
4.2.1 기본요소	32
4.2.2 연출요소	36
제 5 장 모델하우스 디스플레이 제안사례 및 분석	46
제 6 장 결론	58

참고문헌

ABSTRACT(영문초록)

표 목 차

[표 1] 모델하우스의 유형별 분석	11
[표 2] 모델하우스의 시대별 발전 과정	15

그림 목차

[그림 1]	연구의 흐름도	3
[그림 2]	남양주 이안 모델하우스	7
[그림 3]	은평 주택전시관	8
[그림 4]	푸르지오 주택문화관	9
[그림 5]	힐스테이트 갤러리	10
[그림 6]	모델하우스 디스플레이의 변화과정	21
[그림 7]	건설사 현장설명_평면자료	22
[그림 8]	건설사 현장설명_텍스트자료	23
[그림 9]	건설사 현장설명_이미지&텍스트자료	24
[그림 10]	건설사 현장설명_3차원자료	24
[그림 11]	건설사 현장설명_마감재자료 1	24
[그림 12]	건설사 현장설명_마감재자료 2	25
[그림 13]	건설사 현장설명_마감재자료 3	25
[그림 14]	기획회의_가구평면작업	26
[그림 15]	기획회의_이미지 콜라주	27
[그림 16]	준비작업_A1 보드	28
[그림 17]	WORK OUT 1	30
[그림 18]	WORK OUT 2	30
[그림 19]	디자인 프로세스	31
[그림 20]	바닥재	33

[그림 21]	창호	33
[그림 22]	벽지	34
[그림 23]	장식디테일	34
[그림 24]	조명	35
[그림 25]	가구	37
[그림 26]	가구 도면	38
[그림 27]	패브릭 1	39
[그림 28]	패브릭 2	40
[그림 29]	패브릭 발주서	40
[그림 30]	카펫	41
[그림 31]	조명	42
[그림 32]	아트웍(Artwork)	43
[그림 33]	인테리어 오브제(Interior Objet)	44
[그림 34]	테이블 데코레이션(Table Decoration)	45
[그림 35]	플라워 데코레이션(Flower Decoration)	45
[그림 36]	캐주얼(casual) 스타일	47
[그림 37]	내추럴(natural) 스타일	47
[그림 38]	클래식(classic) 스타일	48
[그림 39]	엘레강트(elegant) 스타일	48
[그림 40]	모던(modern) 스타일	49
[그림 41]	엘레강트(elegant) 스타일 제안사례	50
[그림 42]	클래식(classic) 스타일 제안사례	51
[그림 43]	모던(modern) 스타일 제안사례	51

[그림 44]	격자 패턴	52
[그림 45]	다마스크(damask) 패턴	53
[그림 46]	플라워(flower) 패턴	53
[그림 47]	레드컬러로 포인트를 준 공간	54
[그림 48]	블랙&화이트 대비칼라로 포인트를 준 공간	55
[그림 49]	컬러의 통일성을 강조한 공간	55
[그림 50]	사진을 좋아하는 남편의 작업공간	56
[그림 51]	보석디자인을 전공하는 여자녀의 방	57
[그림 52]	미술을 전공하는 자녀의 방	57

제 1 장 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

1.1.1 연구의 배경

우리나라 사람들의 삶이 양적인 가치를 중시여기던 삶에서 질적인 가치를 중시여기는 삶으로 변해가면서 실내 공간 역시 물리적인 만족감보다는 정서적인 만족감을 충족시키는 방향으로 전환되고 있다. 특히 요즘처럼 아파트 주거가 가장 보편적인 주거형태로 정착되고 있는 상황에서 사람들은 주거공간을 보기 위하여 끊임없이 모델하우스를 방문한다.

방문자에게 있어 모델하우스는 주거 공간 디자인의 가이드라인으로 보여져 모델하우스 디스플레이가 전반적인 주거 공간 코디네이션에 끼치는 영향은 자못 크다. 또한 여기저기 여러 건설사의 모델하우스를 방문하면서 소비자들이 주거 공간 스타일을 이해하고 받아들이는 시간이 가속화되어 가고 있는 것 같다. 이제 모델하우스 디스플레이의 기능은 단지 그 아파트의 완성된 모습을 보여주는 정도가 아니라 그 시점의 주거 공간 디자인의 트렌드를 보여주는 역할을 하며, 디자인의 가이드라인이 되어 주거 공간 디자인을 주도하는 역할을 하게 되어 그 중요성이 부각되고 있다.

1.1.2 연구의 목적

본 논문은 주거 공간 디자인의 가이드라인이 되고 있는 모델하우스 디스플레이의 중요성을 인식하고, 디스플레이 디자인의 연출 사례를 통하여 연출방법 및 디자인 프로세스를 체계화함과 동시에 디스플레이 방법을 제안하는데 목적이 있다. 또한 디스플레이의 중요성에 비해, 이에 관한 연구는 거의 전무한 실정이기 때문에 이를 체계화 하고자 하였다.

위의 목적을 수행하기 위해 <그림 1>의 과정을 통해 연구를 진행하였으며, 본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다.

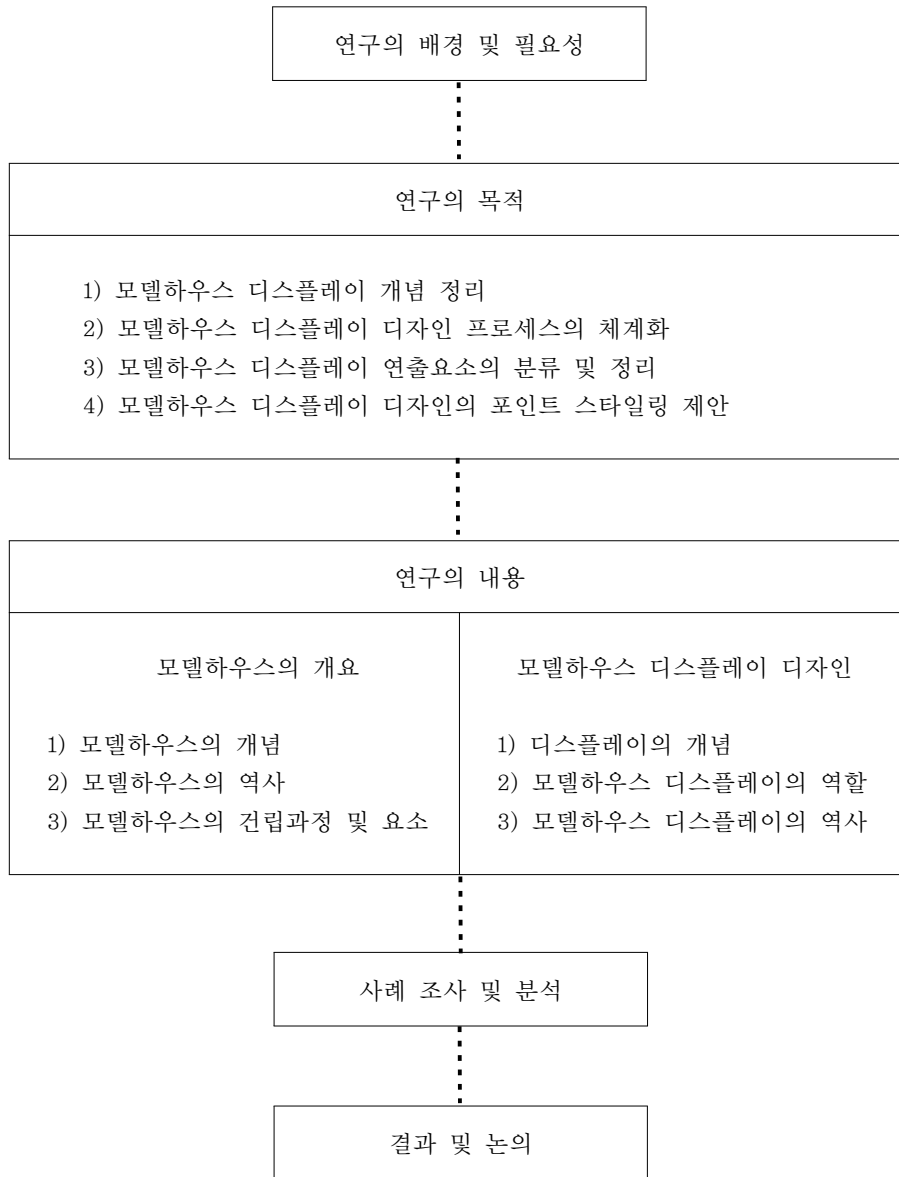
첫째, 모델하우스 디스플레이의 개념을 정리한다.

둘째, 모델하우스 디스플레이의 디자인 프로세스를 체계화한다.

셋째, 모델하우스 디스플레이의 연출 요소를 분류하고 정리한다.

넷째, 특정 요소를 강조하는 모델하우스 디스플레이 디자인의 포인트 스타일링을 제안한다.

〈그림 1〉 연구의 흐름도



1.2 연구의 내용 및 구성

본 논문은 총 6장으로 구성되었으며, 그 내용 및 구성은 다음과 같다.

제 1 장은 논문 구성상의 서론 부분으로 연구의 배경, 연구의 목적 및 내용 구성, 연구의 범위를 서술하였다.

제 2 장은 모델하우스의 다양한 어휘들을 분류하여 개념을 정리하였으며, 모델하우스의 역사를 정리하고 모델하우스를 건립하기 위한 과정 및 구성 요소들을 살펴보았다.

제 3 장은 모델하우스 디스플레이의 전반적인 내용으로, 디스플레이 개념을 정리하고 역할 및 역사를 살펴보았다.

제 4 장은 모델하우스 디스플레이 사례를 통하여 디스플레이 디자인 프로세스를 체계화하고 구체적인 연출 방법을 통하여 연출 요소를 정리하였다.

제 5 장은 모델하우스 디스플레이의 기본적인 연출방법을 바탕으로 특정요소를 강조하는 포인트 스타일링을 제안 분석하였다.

제 6 장은 결론부분으로 본론에서 서술한 내용을 요약하여 명시하였고, 마지막으로 연구의 한계점과 차후 연구를 위한 제언을 명시하였다.

1.3 연구의 방법 및 범위

본 연구는 모델하우스 디스플레이의 연출방법과 디자인 프로세스 체계화 및 스타일링 제안을 위한 연구 방법으로써 참고도서와 관련된 선행연구 논문을 통하여 이론적 고찰을 한 후에, 본인이 직접 디스플레이 연출을 했던 모델하우스를 중심으로 자료를 수집하여 사례 제안 및 분석을 하였다.

본 연구의 범위는 다음과 같다.

- 1) 본 연구는 본인이 실제 연출했던 우리나라 아파트 모델하우스를 대상으로 하며, 2006년 ~ 2008년에 개관한 것을 대상으로 한정하였다.
- 2) 모델하우스 단위세대 내 공간으로 연구 범위를 한정하였으며, 공용공간, 분양사무실 등 단위세대 외 공간은 모두 제외시켰다.
- 3) 모델하우스 단위세대 내 연출요소는 가구, 패브릭, 카펫, 조명, 아트웍(artwork), 인테리어 오브제로 한정하였으며, 기본적인 실내 마감재 등 인테리어 요소는 대상에서 제외하였다.

제 2 장 모델하우스의 개요

2.1 모델하우스의 개념 및 분류

현재의 모델하우스는 단순히 주택이 매매되는 기능을 담당하는 물리적 공간 뿐 만이 아니라 무형의 상품가치의 매매가 이루어지는 공간으로서 그 질적 향상을 꾀하고 있으며, 기능 및 사용목적, 형태에 따라 모델하우스 관련 어휘가 조금씩 다르게 사용되고 있다.

모델하우스 관련 어휘는 기능과 사용목적에 따라 크게 견본주택과 샘플하우스, 모델하우스, 주택전시관, 주택문화관, ○○○갤러리의 5가지로 구분할 수 있는데, 그 내용을 정리해보면 다음과 같다.

2.1.1 견본주택 (샘플하우스)

견본주택과 샘플하우스는 아파트 골조공사가 4~5층 정도 진행하게 되면 시공하게 된다.

샘플하우스는 모델하우스에서 지어진 집을 현장에서 그대로 지어보는 것으로 마감이나 공종별로 시공 시 문제가 없는지 사전 체크하는 기능뿐만 아니라 현장 작업자들이 미리 시공해 봄으로써 샘플하우스 자체가 작업자에 있어서는 살아 있는 도면이자 각종 마감재를 틀리게 시공하지 않도록 미리 눈으로 익힐 수 있는 자료가 될 수 있다.

또한 샘플하우스는 모델하우스 세대처럼 디스플레이 하는 경우도 있는데, 이는 미분양된 잔여 세대를 판매할 목적을 가지고 있는 경우에 이루어진다.

2.1.2 모텔하우스

〈그림 2〉 남양주 이안 모텔하우스



모텔하우스는 사전적 의미로 아파트를 지을 때, 집을 사고자 하는 사람에게 미리 보이기 위하여 실제 내부와 똑같이 지어놓은 집¹⁾을 의미한다. 또한 아파트 등을 건축할 때 원매자(願買者)들에게 보이기 위해 미리 지어놓는 견본용 집으로, 입주 후 모텔하우스와 똑같은 구조임을 확인할 때까지 일정기간 동안 이것을 철거하지 않는 주택을 의미한다.²⁾

모텔하우스는 샘플하우스의 기능과 주택상품의 홍보 및 분양 기능을 모두 포함하고 있으며, 해당 아파트의 분양 기간 동안 한시적으로 운영된다. 내부적으로 아파트의 구조 및 마감재, 인테리어의 특성, 지역의 발전 가능성 및 입지여건에 대한 홍보 등의 직접적인 분양 활동을 위한 전시, 판매, 홍보의 기능을 가지고 있으며, 소비자가 잘 인식할 수 있는 외관을 가지고 건축과 해체가 용이하도록 건립된다.³⁾

2.1.3 주택전시관

주택전시관은 한 부지 위에 여러 주택업체가 견본주택을 지어놓고, 자사의 주택을 홍보, 판매하기 위해 건립한 시설물이다. 주택전시관은 주

1) 국립국어원 (<http://www.korean.go.kr>)

2) 두산백과사전 (<http://www.encyber.com>)

3) 주경혜, 모텔하우스 디자인, 월간 인테리어 월드. 제 18권, 2003

주택문화관과 거의 같은 의미로 사용되고 있으나 최근의 주택문화관의 넓은 의미의 범주로 보았을 때 전시(展示)기능을 강조한 시설물로, 다양한 주택상품을 일반 소비자에게 알리기 위한 목적으로 운영된다. 주택전시관은 기업이미지 PR 및 공공적 성격 부여와 주택의 상담이나 서비스 등과 같은 분양활동을 통하여 서비스 교육, 봉사를 위주로 한 형태로 정의된다. 간접적으로는 기업 홍보와 분양의 목적을 가지며, 직접적으로 홍보적 차원의 교육, 이벤트를 위한 전시장 등으로 사용됨으로써 지역주민들에게 보다 친근감을 확보하고자 하는데 기여한다고 볼 수 있다.

주택전시관은 1970년대 중반 처음으로 나타나기 시작하여 현재에도 지속적으로 활용되고 있는 모델하우스의 한 형태로 그 자세한 의미는 주택문화관과 차이가 있었다. 그러나 21세기 들어 주거에 대한 인식이 높아지고 문화에 대한 관심이 커짐으로써 그 의미가 확대되어 주택문화관의 범주와 거의 비슷하게 취급하고 있어서 구분을 명확하게 짓기는 쉽지 않다.

〈그림 3〉 은평 주택전시관



공공의 경우, 1974년 대한주택공사에서 건설한 상설주택전시관이 최초라 할 수 있으며 이는 가설건축물이 아닌 철근콘크리트 건물로 지어졌다. 단독주택, 농촌주택, 연립주택, 아파트 등의 다양한 견본주택을 포함한 대규모 전시관이었으며, 주택의 판매나 홍보보다는 대중들에게 주거 유형이나 자재 등을 계몽하는 성격이 강했다. 민간의 경우, 87년 반포 모델하우스로 지어져 상설전시관으로 변한 한신공영전시관이 민간상업전시관의 효시라 할 수 있다.

2.1.4 주택문화관

〈그림 4〉 푸르지오 주택문화관



주택문화관은 1990년대 이르러 나타난 경향으로 주택건설사가 자사의 주택 홍보 및 분양촉진을 위해 자사 주택과 기업에 관한 자료를 소비자에게 직접 제시하면서 기술적인 우수성과 품질 및 시공성의 우수성을 인식시키며 재산증식의 효율성을 인식시키는 전시공간으로 정의된다. 타 건설사의 주택전시관과 차별적인 선택을 위해 경제적 효용과 함께 기업 이미지를 호소하는 공간으로 기업과 소비자가 서로 호응하고 교류하는 장이다.⁴⁾ 일반적으로 모델하우스가 가지고 있는 전시, 판매, 홍보 기능에 교육 및 문화의 기능이 추가되었으며, 상설전시관으로 이용되면서 도시민들이 쉽게 접근할 수 있는 도시 내 공간에 입지하는 것이 특징이다.

또한 주택문화관은 ‘집’이 아닌 집의 ‘이미지’만을 제시할 뿐인 기존 모델하우스 개념을 확장시켜 특정한 소수를 위한 견본주택의 전시라는 물적 목표에, 불특정 다수를 대상으로 생활문화 전반에 관한 공공(公共)서비스 제공이라는 무형의 가치를 덧붙인 형태이다. 이는 건설사 입장에서 문화의 옷을 입은 세련된 형태의 기업 및 브랜드 PR의 하나라고 할 수 있으며, 근래의 이러한 주택문화관의 보급은 소비자의 입장에서선 앞선 주거문화를 체험하고 트렌드에 대한 안목과 취향을 높이면서 양질의 문화 인프라의 밑거름이 될 수 있다.

4) 오인욱, 실내 계획론, 기문당, 1993, p397

2.1.5 000 갤러리

〈그림 5〉 힐스테이트 갤러리



갤러리는 최근에 주택문화관의 의미를 뛰어넘는 개념으로 건축, 문화적 중심에서 예술의 의미를 부과한 복합 문화체험 및 전시 공간이다. 원래 갤러리의 사전적 개념은 ‘미술품을 진열·전시하고 판매하는 장소’이지만 모델하우스 관련한 갤러리의 의미는 예술적 의미에 주목하여 새로운 기업 마케팅의 개념으로 차별성을 강조하고 있다.

‘아파트 분양을 위한 모델하우스’라는 일반적인 용도에서 탈피하여 클래스룸, 북카페, 키즈존, 씨어터, 미래주택관, 자재전시관 등 다양한 프로그램을 제공함과 동시에 사람을 배려한 복합문화공간이다. 이와 더불어 미래형 주거 유행을 나타내는 장소로 첨단과 문화가 자연스럽게 만나 는 최첨단 미래주택을 통해 브랜드의 마케팅에 집중한 것이다.⁵⁾

갤러리는 상품과 기술을 기반으로 하여 잠재적 소비공간에 주목한 과거의 모델하우스와 달리 도심 속 문화공간의 개념이 추가되면서 브랜드와 서비스 경쟁력을 바탕으로 문화와 예술에 주목하고 있다. 문화와 사람에 대한 배려가 있는 복합문화공간으로 변모하는 갤러리 개념의 모델하우스는 오늘날 우리 주거문화를 대변하는 한 단면을 보여주고 있다.

5) 신운경, 아파트 견본주택 변천과정 연구, 서울시립대학교 석사학위논문, 2008, p15-16

〈표 1〉 모델하우스의 유형별 분석

분류유형	내 용
○○○ 갤러리	<ul style="list-style-type: none"> · 주택상품의 전시, 판매, 홍보와 교육, 문화, 예술의 기능 · 주택문화관을 뛰어넘는 복합문화공간에 주목 · 미래주거문화 창출을 위한 새로운 아이템의 추구 · 감성디자인, 예술적 가치를 주거에 도입 · 차별성에 주목한 다양한 문화프로그램 및 공간 창조
주택문화관	<ul style="list-style-type: none"> · 주택상품의 전시, 판매, 홍보와 교육, 문화의 기능 · 기업의 이미지 보다 기업의 브랜드 파워 중시 · 아파트 전시와 더불어 기업의 이미지 홍보로 브랜드 인식을 높이도록 유도 · 주거 트렌드에 대한 정보 제공 외 문화시설 도입으로 소비자와의 커뮤니케이션 시도
주택전시관	<ul style="list-style-type: none"> · 주택상품의 전시, 판매, 홍보와 교육의 기능 · 기업 이미지 PR 및 공공적 성격 부여 · 기업이미지 홍보나 주택에 대한 상담이나 서비스 활동 · 분양업무 이외에 홍보적 차원의 교육, 이벤트를 위한 전시장으로서의 공공적 성격 강조됨
모델하우스	<ul style="list-style-type: none"> · 주택상품의 전시, 판매, 홍보의 기능 · 분양촉진을 목적으로 함 · 분양촉진의 수단으로 직접 소비자를 대상으로 주택과 관련된 자료를 전시하고 공개를 목적으로 하는 형태 · 아파트의 구조 및 마감재의 특성, 인테리어 디자인의 특성, 분양가, 지역 발전 가능성 및 입지여건에 대한 홍보 등의 직접적인 분양활동이 주목적
건본주택 (샘플하우스)	<ul style="list-style-type: none"> · 주택상품의 전시, 판매의 기능 · 분양촉진과 사전체크를 목적으로 함 · 아파트의 구조와 마감재에 대한 정보 제공 · 미분양 잔여 세대의 판매를 목적으로 함 · 아파트 현장 1층 또는 2층에 직접 설치

2.2 모델하우스의 역사

우리나라의 아파트 전시시설은 아파트 건립과 함께 지속적이고 다양하게 발전되어 왔다.

문헌상에 나타난 초기의 아파트 전시시설은 1971년 대한주택공사에서 건립한 한강맨션아파트의 공사현장 내의 목업룸(Mock-up Room)에서 그 예를 찾아볼 수 있다. 한강맨션아파트는 가구별 주거규모가 27평에서 55평까지로 당시로서는 지나치게 호화로운 것이어서 물의를 빚기도 했으며, 1970년대 이후 아파트의 대형화를 선도하면서, 아파트 모델하우스의 전신인 Mock-up⁶⁾ Room을 설치하여 향후 아파트 판매방법의 방향을 제시하였다.

이후 82년 10월에 등장한 개포아파트 모델하우스는 단 하루만에 2만 명의 사람들이 관람을 해 그 관심을 짐작할 만한데, 그런 수요자들의 바람을 반영해 80년대 후반부터 전국 각지에서 시작된 대규모 아파트 사업지구의 건립과 함께 건설사들의 아파트 모델하우스 건립이 활발히 추진되었다. 1987년에 모델하우스의 효시라고 볼 수 있는 한신종합전시관이 도심지역에 준공되었고 이후 전시관의 시설증가는 광범위한 변화를 가져오게 되었다.

그리고 1989년 말에 (주)건영 전시관이 건설 및 자재에 관한 다각적인 분야의 전시를 통해 보다 전문적인 전시문화 공간을 이룩하였고, 그 후 현대건설, 한신공영, (주)한영의 순서로 전문 전시관이 건립되었다.

그 후 1990년대에 들어오면서부터 대다수 아파트 상설전시관은 대기업(삼성, 현대, 대우)를 중심으로 건립되었고, 단순 전시관에서 전문 상설

6) Mock-up : 목업은 기계, 기구, 무기 따위의 외형이나 칼라 등을 직접 실물처럼 보기 위하여 디자인한 제품을 실크기 혹은 축소를 해서 제작하는 것

관으로 변화되는 양상을 보이기 시작했다.

1991년에 삼성건설이 강남구 역삼동에 주택문화관을 건립하였는데 당시 규모 상 획기적으로 연건평 1천35평의 3층 건물로 건립되었다.

1993년에는 분당 택지조성 지역 내에 대규모 통합 주택공원이 건립되었는데 정부, 주택협회, 분당시 23개 기업 등에 의해 체계적으로 구성되었다. 그 특징은 아파트 판매와 홍보를 위한 목적형 전시시설 건축물로 동양 최대 규모를 자랑하며 이전의 다른 아파트 전시관과 구별되는 특징을 보여준다. 그리고 이 시기부터 기업의 개별적 분양, 홍보정책에서 부분적으로 공동 분양방식을 취하기 시작하는 등 전시관 시설에 운영상, 규모 상 획기적인 변화와 함께 아파트 상설전시관이란 의미는 아파트의 판매와 전시의 한정적인 의미에서 역할과 기능이 대폭 변화된 개념으로 변화되어 갔다.

이밖에도 현대건설은 1994년 서울 종로구 계동에 위치한 자사 부지 내에 현대 주택문화관을 설립하였는데 이곳은 특이하게도 지하1층에서 지상1층의 규모로 250석 의 다목적 공간과 기업 전시 및 홍보공간을 갖추었다.

그 후 아파트 상설전시관이 더욱 개선되어 미래 아파트 및 주거공간의 발전적인 형태를 보여주는 전문 주택전시관이 건립되기에 이르렀다. 그러한 의미에서 1995년에 서울역 부근에 설립된 대우 주택문화관은 2000년, 2005년, 2010년, 2050년대 미래에 변화될 다양한 주거공간의 변화를 미리 보여주는 좋은 사례라 할 수 있다.⁷⁾

그러나 1990년대 말 IMF를 거치면서 2000년대에 들어 천편일률적인 주택의 대량 공급으로 인한 부정적 주거문제의 발생은 주택경기의 침체와 함께 주택시장의 구조를 공급자위주의 구조에서 소비자위주의 구조로

7) 공주석, 아파트 상설전시관의 개선방안에 관한 연구, 원광대학교 석사학위논문, 1996, p11

완벽하게 변모하게 하였고, 이러한 환경변화에 적응하지 못한 기업들은 상당수가 부도처리 되었다.

이러한 추세는 사회적 환경변화에 따른 소비자 마케팅 전략의 부재로 안이하게 주택시장에 대처한 결과일 것이다.

2000년대에 들어 현재의 소비자들이 자신의 이상적 라이프스타일과 가장 일관성 있는 이미지를 내포한 것으로 지각되는 주거공간을 선호하게 되면서 기업은 사회, 문화, 경제적 발달에 따른 다양한 기능과 형태의 공간에 대한 연구의 필요성을 인식하고 타 건설사와의 경쟁적 주택전시관을 건립하여 상품의 이미지와 함께 기업이미지의 브랜드화라는 전략적 변화를 가져오고 있다.

최근의 주택시장은 품질 면에서의 견실시공, 평면설계의 다양화, 마감재의 고급화, 옵션의 다양화, 조경의 고급화 및 차별화, 테마주택 개발, 인테리어의 다양화, 서비스의 강화 등에까지 폭넓은 마케팅으로 소비자의 구매의욕을 자극하고 있으며 기업의 차별화된 경쟁적 마케팅전략으로 주택산업과 관련한 생산, 조직, 영업 등을 소비자 중심으로 바꾸고 분양 촉진을 위한 프로그램개발과 기술개발에 전력을 기울이고 있는 실정이다. 또한 나아가 지역주민의 문화공간의 역할까지 담당하고 있는 복합문화공간의 모습으로 변모하고 있다.

모델하우스의 발전과정을 정리하면 <표 2>⁸⁾과 같다.

<표 2> 모델하우스의 시대별 발전 과정

	1970년대	1980년대	1990년대	2000년대
사회적 상황	· 집합주택단지의 급증 · 부동산 투기 및 주택의 안정적 공급	아파트 품질제고와 주거환경의 향상	주택 200만호 공급	주택의 전면일률적 양적공급으로 인한 부정적 주거문제 발생
아파트 변화양상	아파트의 대형화/고층화	아파트의 다양화/복잡화	아파트의 개성화	아파트의 차별화/고급화
모델하우스의 변화	71년 대한주택공사 한강맨션 (국내 최초 견본주택)	87년 한신종합전시관 (최초 전시관) 89년 건영전시관 (건설/자재에 관한 전문적 전시문화공간)	91년 삼성주택문화관 93년 분당주택공원 94년 현대주택문화관 95년 대우주택문화관 대기업중심의 전문상설관으로의 변화	건설사들의 경쟁적 주택문화관 건립 다양한 기능과 형태의 공간에 대한 연구의 필요성 인식

2.3 모델하우스의 건립과정 및 요소

(1) 모델하우스 부지 선정

우선 아파트 사업이 구체화되면 건설업체는 모델하우스 부지를 찾아 나선다. 서울·수도권에서는 적당한 부지를 구하기가 쉽지 않아 1년 단위로 목 좋은 곳을 계약해 내부만 리모델링하는 사례가 많고 다른 업체가 얻어 놓은 모델하우스 부지를 재임대해 사용하기도 한다.

모델하우스를 짓는데 필요한 부지는 보통 400~500평 정도이나 대형 프로젝트이거나 주차공간까지 더할 경우 1000평 이상은 확보해야 한다.

8) 박지영, VMD를 적용한 주택전시관 디스플레이디자인에 관한 연구, 계명대학교 대학원 석사학위논문, 2004, p25

(2) 기획 및 모델하우스 전문 시공업체 선정

부지가 확보되면 전반적인 기획을 통한 컨셉 설정 및 모델하우스 전문 시공업체를 선정한다. 유니트(세대), 공용홀 등 전반적인 시공을 맡는 인테리어 업체, 유니트 내 가구, 패브릭, 소품 등 전반적인 코디네이션을 책임지는 디스플레이 업체, 모델하우스 내·외부 간판·조명을 책임지는 사인업체, 단지 배치도 등 모형물을 만드는 업체 등 크게 4개 부문으로 나뉜다.

(3) 모델하우스 설계 및 건립

모델하우스의 건립기간은 보통 40-50일(요즘의 000갤러리나 주택문화관 개념에서는 기간이 길어지겠지만)로 두 달 정도이면 아무것도 없는 땅에 새로운 공간이 완성된다.

모델하우스 공사비는 평당 250만~270만원선으로 만일 3개의 평형 유니트를 지을 경우 총 10~20억 정도 예산을 잡는다. 하지만 최근에는 아파트가 고급화되면서 모델하우스 건립비용도 늘어나는 추세로 고급 주상복합의 경우에는 100억대를 훌쩍 넘어서기도 한다.

(4) 인테리어 시공 및 디스플레이

시공단계에서부터 상호업무 협의 하에 인테리어 시공 및 세대 별 디스플레이가 이루어진다.

인테리어 디자인은 다양한 기능적, 심미적 주거공간을 제시하여 직접 보여주는 역할을 담당한다면, 디스플레이 디자인은 직접적인 판매행위로 이어질 수 있는 소구점을 찾아 고객의 감성이미지를 자극함으로써 고객의 시각을 즐겁게 해줄 뿐만 아니라 기업의 이념을 하나의 이미지로 일

관되게 보여주는 전시장치로서의 역할을 담당한다.⁹⁾

(5) 품평회

시공사, 시행사 품평회를 통하여 인테리어 혹은 디스플레이가 수정되는 작업이 이루어진다.

(6) 모텔하우스 관련 인력 투입 및 오픈 운영

모텔하우스가 건립되면 운영에 필요한 인력이 투입된다. 건설사 직원에서부터 분양대행사 직원, 안내도우미, 전화 상담원까지 수십에서 수백여 명이 모텔하우스를 일터로 삼는다. 이밖에 주차나 청소를 맡는 사람들도 있다.

분양대행사 직원들은 모텔하우스 개관 1-2개월 전부터 설문조사 등 시장조사를 하고 마케팅 활동을 벌인다. 이들 중 전문상담사는 모텔하우스에서 고객을 상담하고 계약을 맺는다. 도우미는 모텔하우스 현관에서 손님을 맞거나 단지 모형도, 각 유니트 특징점 등을 소개한다. 전화상담원은 걸려오는 전화를 상담하거나 고객에게 직접 전화를 걸어 계약을 유도한다.

9) 박지영, VMD를 적용한 주택전시관 디스플레이디자인에 관한 연구, 계명대학교 대학원 석사학위논문, 2004, p25

제 3 장 모델하우스에서의 디스플레이 디자인

3.1 디스플레이의 개념

3.1.1 일반적 개념

디스플레이의 사전적 의미는 ‘선전을 목적으로 실시하는 전시(展示)·진열(陣列)·장식(裝飾)’을 뜻한다.¹⁰⁾

광의의 디스플레이의 의미는 일정한 목적·기획이나 테마를 기본으로 상품·작품·정보물과 같은 어떤 대상물을 의도적으로 관객에게 호소하여 전달하는 3차원의 시각적 조형기술을 말한다. 즉, 전시 내용물과 관객이 만나 커뮤니케이션이 이루어지는 공간의 복합적인 연출이라 할 수 있다.

협의의 디스플레이는 상품판매를 목적으로 하는 판매연출을 말한다. 그러나 단순히 상품을 효과적으로 배열하거나 판매를 촉진시키는 목적으로 단순한 진열이나 장식이라는 공간조형의 영역을 넘어서 고객들의 심리적인 조건을 기본으로 상품의 이미지나 상품의 컨셉을 한층 더 부각시키기 위한 판매연출을 의미하는 것이다

이러한 의미로서의 디스플레이를 통해 기업의 독자성을 어필하기 위해서는 명확한 목적과 의도가 있어야 하고, 장식화된 진열방법에서 탈피하여 새로운 차원의 각도에서 소비자의 욕구나 이상향을 충족시킬 수 있는 연출을 하여야 한다.¹¹⁾

10) 두산백과사전 (<http://www.encyber.com>)

11) 박지영, VMD를 적용한 주택전시관 디스플레이디자인에 관한 연구, 계명대학교 대학원 석사학위논문, 2004, p30

3.1.2 모델하우스 디스플레이의 개념 및 역할

주거 공간 측면에서 디스플레이라는 용어는 인테리어 코디네이션, 데코레이션, 스타일링 등과 비슷한 용어로 혼용되어 사용되어져 왔으며 현재도 그 부분이 명확하지는 않다.

하지만 모델하우스 쪽에서는 주로 디스플레이라는 용어를 사용하며, 앞에서 언급한 협의의 디스플레이의 개념을 적용하여 주택상품의 판매 촉진을 위하여 고객이 지향하는 이미지를 구체화하는 역할 및 기업의 전반적인 이미지를 하나로 일관되게 보여주는 전시장치로서의 역할을 담당한다.

디스플레이는 단순히 '주어진 공간에 전시물을 배치하는 행위'에서 그치는 것이 아니라 전시물과 주변 환경과의 관계 속에서 이해되어야 한다. 따라서 디스플레이는 건축, 인테리어 디자인, 제품디자인, 환경디자인 분야와도 밀접한 관련을 맺고 있다.

부분적인 장식 코디만을 디스플레이의 범위로 오해하는 경우가 있는데, 이는 디스플레이의 중요한 부분이긴 하지만 실제적으로 추구하는 범위는 건축 이전의 컨셉 작업에서부터 건축, 인테리어에 연이어 아주 작은 소품의 장식코디 작업까지를 일관되게 진행할 수 있도록 그 마감재와 칼라를 포함한 모든 디자인을 조정하고 조화할 수 있어야 한다.¹²⁾

3.2 모델하우스 디스플레이의 역사

국내의 아파트 모델하우스는 1970년대 도입되기 시작하여, 80년대에 본격적으로 아파트 보급이 이루어지면서 그 인식이 점차 확대되다가, 98년

12) 박화선, 인테리어 코디네이션, 한국실내디자인학회 학술발표대회논문집, 2003년 5월, p18

IMF라는 경제 위기 상황을 맞이하면서 새로운 국면을 맞이하게 된다. 즉 아파트의 단순한 마감 정도를 보여주던 역할에서 타 건설사와 차별적인 분양을 위한 직접적이고 적극적인 역할로 변화된 것이다. 모델하우스의 분양은 기업의 사업성패를 좌우하는 커다란 요인으로 까지 각인되기 시작했는데, 이는 디스플레이 측면에서 보자면 커튼 정도의 소극적인 장식에서 벗어나 기업의 차별화를 표현해 줄 수 있는 디스플레이를 절실하게 필요로 하는 결과를 가져왔다.

특히, 90년대 중반부터는 기존 개인 건설업체가 주로 담당하고 있는 100평형 이상의 빌라 사업에 대기업의 참여가 이루어지면서 주상복합의 출현과 더불어 고급화, 전문화되기 시작하였다.

주거공간을 대표하는 모델하우스는 국내 주택시장의 전반에 걸쳐 트렌드를 주도하며 시장의 견인차 역할을 하고 있다. 모델하우스에 디스플레이 된 가구, 패브릭, 조명 디자인 뿐 아니라 전체적으로 보여지는 트렌드는 불과 1-2년 이내에 지방에까지 나타나는 현상을 쉽게 볼 수 있다.

또한 최근에는 인테리어 디자인과 디스플레이 디자인의 경계가 매우 가까워졌다. 쉽게 말하자면 이전에는 두 분야가 수직 관계라는 이미지가 있었는데 지금은 수평관계로 바뀌었다고 할 수 있다. 일방적인 니즈의 강요가 아닌, 하나의 전문 분야로서 인정하고 서로의 디자인을 공유한다. 때문에 중요한 프로젝트의 경우에는, 초기 컨셉 도입 시점부터 건축과 인테리어, 디스플레이가 하나의 팀을 이루어 함께 박자를 맞춘다. 즉 점차적으로 디스플레이 분야가 전문성을 확보하고 있음을 보여주는 점이다.

〈그림 6〉 모델하우스 디스플레이의 변화 과정



제 4 장 모델하우스 디스플레이 디자인의 연출방법

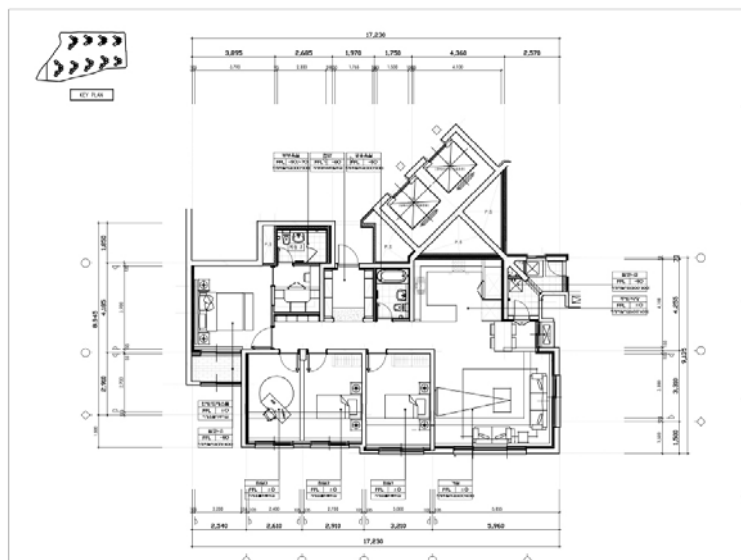
4.1 모델하우스 디스플레이의 디자인 프로세스

(1) 건설사 현설(현장설명)

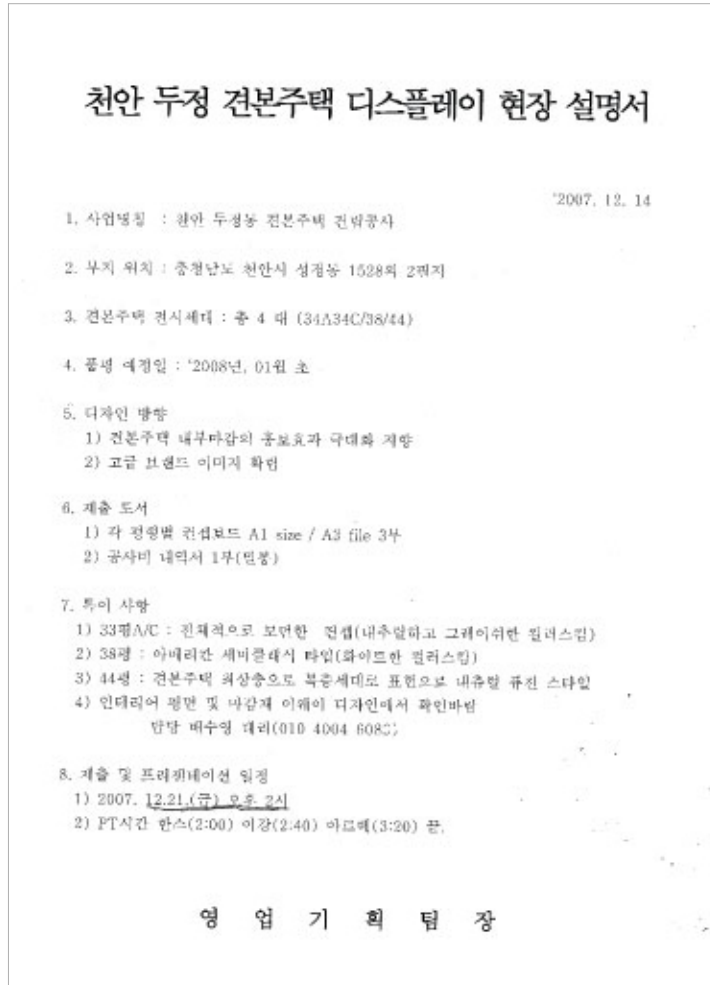
건설사 모델하우스가 완공되고 인테리어가 진행되는 과정에서 건설사의 디스플레이 PT를 위한 현장설명이 있다.

이 과정에서는 모델하우스 세대 평면과 각 평형 별 마감재 및 인테리어 컨셉에 대한 자료를 제공받는다. 각 건설사마다 자료 형태는 조금씩 다르지만 기본적으로 카드형태의 평면과 함께 컨셉 자료의 경우, 텍스트로 설명된 자료 또는 잡지 컷을 이용한 이미지사진, 3차원으로 예상 공간을 보여주는 등 다양하다. 또한 인테리어 마감재 자료를 사진이나 실물로 제공받는다.

<그림 7> 건설사 현장설명_평면 자료



<그림 8> 건설사 현장설명_텍스트자료¹³⁾



13) D사 천안 두정동 PROJECT 현설자료, 2007

〈그림 9〉 건설사 현장설명_이미지&텍스트 자료14)



〈그림 10〉 건설사 현장설명_3차원 자료15)

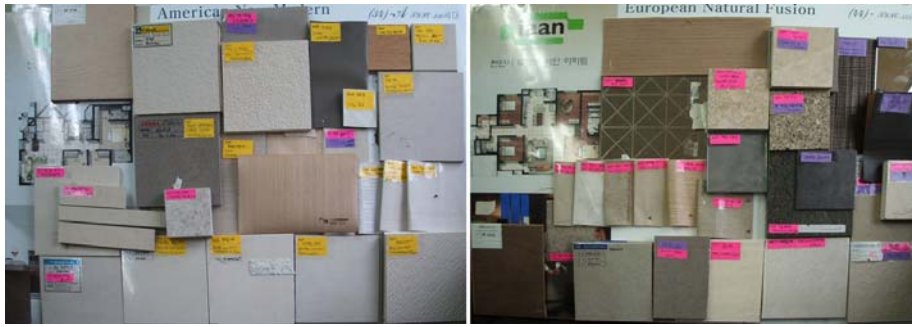


〈그림 11〉 건설사 현장설명_마감재 자료 16)



- 14) I사 서울 동선동 · 용산, 광양 PROJECT 현실자료, 2007
- 15) D사 천안 두정동 PROJECT 현실자료, 2008
- 16) I사 서울 동선동 PROJECT 마감재자료, 2007

〈그림 12〉 건설사 현장설명_마감재 자료 217)



〈그림 13〉 건설사 현장설명_마감재 자료 318)



- 17) D사 천안 두정동 PROJECT 마감재자료, 2008
- 18) D사 남양주 PROJECT 마감재자료, 2007

(2) 기획회의

실제적인 디스플레이 디자인의 첫 번째 프로세스로, 건설사 현실자료를 중심으로 디스플레이 컨셉을 도출하고 구체적인 이미지를 구상한다.

1) 디자인 컨셉 및 키워드 추출

집은 먹고, 공부하고, 교제하고, 즐기고, 운동하고, 일하고, 쉬고, 자는 등 다양한 활동이 이루어지는 곳이다. 때문에 건설사 나아가 고객이 어떤 쪽으로 특별히 강조된 공간을 필요로 하는지 분석하고 계획을 잡는 것이 중요하다. 공간의 컨셉을 잡은 후에는 존(zone) 혹은 방(room)별로 기능과 특징을 대표할 수 있는 키워드를 추출하여 실별 기능과 스타일을 정리하고 공간의 컨셉을 보강하도록 한다.

2) 키워드에 따른 디자인 발전 단계

키워드에서 감지될 수 있는 개성 있는 공간 설정(zoning)이 이루어지면 무엇보다 공간의 기분을 단순하게 정리하는 것이 우선이다.

평면도를 분석하여 정해진 컨셉에 맞는 가구를 직접 도면에 그려보거나 CAD 작업을 한다. CAD 작업 이전에 출력된 도면상에 미리 직접 그려보는 작업은 가구의 스케일 감을 알 수 있으므로 중요하다.

〈그림 14〉 기획회의_가구평면작업



또한 공간의 컬러 스킴(color scheme)을 설정하는데 메인 컬러(main color) 군과 각 실별로 연계되어 어울리면서도 독자적인 개성을 갖춘 서브 컬러(sub color) 군을 설정한다.

3) 이미지 콜라주

디자인 컨셉에 따른 실별 특징의 이해를 도모하기 위해 가장 많이 사용하는 방법은 이미지 수집이다. 공간의 사용 용도, 가구 배치, 가장 부합되는 스타일의 이해를 돕고자 사용한다. 하지만 디자이너가 생각한 복합적인 공간에 딱 떨어지는 정확한 이미지를 수집하기란 쉽지 않은 일이므로 특징적인 요소의 콜라주 형태로 이미지를 모으고 약간의 수식어로 설명을 보충하기도 한다. 또한 3차원 이미지 작업이나 디자이너의 감각이 묻어나는 실별 스케치, 드로잉으로 좀 더 스타일리시하고 정확한 예상 공간을 보여줄 수 있다.¹⁹⁾

〈그림 15〉 기획회의_이미지 콜라주



19) 이선화, 실내 코디네이션 방법론, 인테리어 제품과 코디네이션, 인테르니엔테크, 2007, p415

(3) 준비작업

기획회의에서 준비했던 컨셉, 평면도 작업, 이미지 콜라주를 가지고 프레젠테이션 보드와 세부적인 제안서를 작성하며, 이미지 보드를 설명하기 위한 패브릭과 마감재 샘플 보드도 함께 준비한다. 또한 이러한 자료들과 함께 디스플레이 작업을 실행하기 위한 예산작업, 즉 견적서를 작성해야 한다. 예산에는 실행비 전반, 즉 물품 제작비, 물품 사입비, 인건비, 출장비, 기타 공과잡비 등이 포함된다.

이렇게 준비된 자료를 가지고 건설사 프레젠테이션에 참석하게 되는데, 보통 프레젠테이션에는 건설사 담당부서, 분양관계자, 시행사, 인테리어 회사 담당자 등이 참석한다.

〈그림 16〉 준비작업_A1 보드²⁰⁾



20) D사 횡성, 남양주 PROJECT 보드자료, 2007

(4) 실제작업

프레젠테이션 후 평가 작업을 통해 디스플레이 회사가 선정이 되면 대부분 제일 먼저 하는 것이 현장 실측이다. 도면상의 스케일과 실제 디스플레이가 이루어지는 현장에서의 스케일감이 다른 경우가 일어나기 때문에 이 작업은 매우 중요하다. 또한 사이즈가 필요한 가구와 커튼 제작은 정확한 실측을 요한다.

현장 실측 후, 건설사 및 인테리어 담당자와 기존에 잡았던 컨셉의 방향과 예산을 조율하여 구체적인 디자인 방향을 결정한다. 또한 계획했던 마감재가 변경되는 경우가 있기 때문에 건설사 마감재 부분을 재확인하여 조화로운 디스플레이 연출이 되도록 한다.

공간 속에 연출되는 가구, 패브릭, 인테리어 오브제는 인테리어 마감재와 어울릴 수 있도록 조율하여 발주 및 구입을 한다. (연출요소의 구체적인 계획은 다음 장에서 살펴보도록 하겠다.)

공간 속에 사용되는 가구와 소품 등 입체물의 양감 조율과 동시에 마감재와 어울리는 커튼, 패브릭류, 컬러 등을 잘 매치하여 계획된 공간을 전체적으로 조율하고 파악해야 한다. 하나의 아이템이 멋지더라도 그 공간에 두었을 때는 조화롭지 못할 수도 있고, 또는 전혀 어울릴 것 같지 않던 컬러의 적용과 오브제의 만남에서도 의외의 매력적인 공간이 태어날 수 있다. 때문에 전체 디스플레이 작업이 완전히 끝나기 전에는 그 완성도에 대해서 말할 수 없다.

"모든 요소들의 어울림과 균형, 전체적인 모습을 상상할 수 있는 눈을 가지는 것."

이 작업에서 가장 중요한 부분이자 디스플레이 작업에서 가장 중요한 부분이라 하겠다.

(5) WORK OUT

공간에 연출될 모든 요소들이 준비가 되면 계획된 날짜에 실제적인 작업이 이루어지는데, 이는 공간 연출 혹은 공간 스타일링 등 다양한 용어가 사용되지만 업계에서는 보통 ‘세팅(setting)’ 이라 통용된다.

세팅 후 평가 작업은 건설사 품평회를 통해 이루어지고 그 결과에 따라 디스플레이가 수정, 보완되기도 한다.

〈그림 17〉 WORK OUT 121)



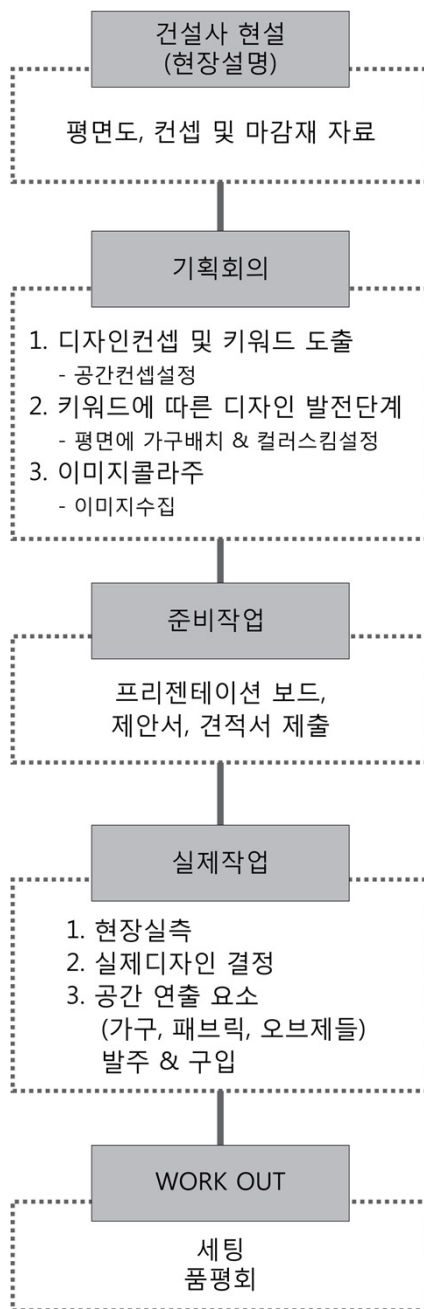
〈그림 18〉 WORK OUT 222)



21) D사 남양주 PROJECT, 2007 (이강디자인 디스플레이 작업)

22) D사 횡성 PROJECT, 2007 (이강디자인 디스플레이 작업)

〈그림 19〉 디자인 프로세스



4.2 모델하우스 디스플레이의 연출 요소

모델하우스 디스플레이의 연출요소는 크게 기본요소와 연출요소로 나누어 볼 수 있다. 기본 요소는 인테리어에서 주어지는 기본 계획으로 이를 바탕으로 디스플레이 작업에서 이루어지는 연출요소를 살펴보도록 한다.

4.2.1 기본 요소

1) 평면 계획

건물의 골조는 건축에서 계획되어지며, 인테리어에서 각 실의 구분, 빌트인(built-in) 가구, 조명 및 구체적인 평면을 계획하게 된다. 하지만 디스플레이는 기본 인테리어를 바탕으로 주로 이동형(movable) 가구 및 이동형(movable) 조명, 카펫, 아트웍 등을 중심으로 하는 평면을 계획하게 된다. 디스플레이에 의한 최종 배치로 미리 계획되어진 평면에 의해 보다 더 완성도 있는 최종의 모델하우스를 기대할 수 있는 것이다.

2) 마감재와 색채 계획

모델하우스의 외부와 내부를 이루는 모든 재료와 가구에서 소품에 이르는 모든 제품의 마감재 및 색채가 기본요소에 포함된다. 마감재 및 색채는 아래에 서술될 각 구성요소에 모두 적용되며 모든 요소의 기본이 된다.

바닥재, 창호, 벽지, 장식 디테일, 조명 등의 기본 인테리어의 마감재는 다음과 같이 디스플레이 스타일에 영향을 미친다.

■ 바닥재(Flooring) : 원목의 수종과 컬러의 짙고 흐림, 석재의 종류와 패턴 등 다양한 마감재에 대한 인식이 필요하다.

〈그림 20〉 바닥재



■ 창호(Door & window) : 바닥재와 어울리면서도 집 내부의 윤곽을 잡아주는 두 가지 요소로써 계획된 가구 마감재와 연계성을 가지고 계획하는 것이 안정적이다.

〈그림 21〉 창호²³⁾



23) 인터니엔데코, <http://www.internidecor.com>

■ 벽지(Wall covering) : 실내의 분위기를 결정하는 요소로서 이후 디스플레이에서 아트월(Artwall, Point wall), 커튼 스킴(scheme)을 잡는데 결정적인 영향을 준다.

〈그림 22〉 벽지²⁴⁾



■ 장식 디테일(Decorative Details) : 문의 패턴, 손잡이, 몰딩 등은 실내 공간을 어떤 스타일로 결정할지 실마리를 줄 수 있는 요소로서 차후, 가구나 커튼계획에 영감을 줄 수 있으므로 작지만 중요한 요소이다.

〈그림 23〉 장식 디테일²⁵⁾



24) 인터르니엔데코, <http://www.internidecor.com>

25) 인터르니엔데코, <http://www.internidecor.com>

■ 조명(Lighting) : 집안 전체의 밝고 어두움을 조절하고 3차원의 공간에 더욱 미묘한 입체감과 컬러를 부여하는 분위기 연출도구로써 장식 디테일과 함께 공간의 스타일을 결정하는 중요한 요소이다.

〈그림 24〉 조명²⁶⁾



또한 공간 요소들의 색채 구성은 중요한 의미를 갖는다. 이것은 색채가 건축적, 공간적 환경의 분위기와 질적 인상을 결정적으로 좌우하며 이를 통하여 인간에게 커다란 영향을 미치기 때문이다. 공간 조형의 모든 요소들이 서로 조화를 이루고 상호 보조 작용을 할 때에만 색채 구성은 자기의 임무를 완성한다.²⁷⁾

건축물의 외부와 내부 마감재의 질감과 칼라의 비중, 평면계획에서 결정된 가구의 마감과 패브릭, 커튼 및 침장의 스타일과 원단, 카펫의 소재와 색채, 조명의 디자인, 아트웍과 프레임, 소품의 마감과 색채 등 연출요소의 모든 부분마다 마감재와 색채 계획은 신중하게 이루어져야 한다.

26) 다운디자인, 휘경동 가정집 PROJECT 조명기구 제안서

27) 한국실내디자인학회, 실내건축을 위한 색채디자인, 서울, 기문당, 2000, p17

4.2.2 연출 요소

1) 가구 연출

주택이 자연환경과 인간과의 매개체라고 한다면 가구는 주택과 주택 사용자간의 매개체라고 할 수 있다. 가구는 기능적인 측면에서 사용자에게 수납공간을 제공하고 문화생활을 영위하게 하는 수단일 뿐 아니라 주 공간의 실내 의장적 장식품으로 사용자의 취미, 교양, 재력 등을 타인에게 과시하는 심리적인 욕구충족의 수단이 되기도 한다. ²⁸⁾

일반적인 가구의 기능을 살펴보면 다음과 같다.

- 각각의 공간을 분리하는 공간적 기능을 가진다.
- 인간의 사용행위를 고려한 가구는 인간과 밀접한 관계를 맺고 단순가구로서가 아닌 정서적 안식처를 제공하며 현대인의 심신을 달래주는 기능까지 포함한다.
- 통일성 있는 가구의 디자인과 크기는 미적 효과를 높이며 생활의 질을 높일 수 있는 환경적 기능을 가진다.
- 재료의 재순환과 대체자원의 측면에서의 사회적 여건을 고려한 가구 재료는 사회적 기능까지도 가진다. ²⁹⁾

이런 의미에서 모델하우스 연출요소로서의 가구는 공간이 상징하고 있는 컨셉을 분명히 전달할 수 있어야 하고 그 공간이 필요로 하는 기능을 만족시켜야 한다. 또한 라이프 스타일을 주도하고 제시하는 역할까지 담당한다.

가구는 실내공간을 꾸미는데 있어서 가장 중요한 핵심적인 요소로 공간

28) 한영호, 실내디자인 구성요소, 서울, 형설출판사, 2000, p23

29) 김유연, 아파트에서의 居室利用에 관한 研究, 조선대학교 석사학위논문, 2000, p13

에 부피감을 주어 같은 공간에서도 가구 계획에 따라 전혀 새로운 느낌의 공간으로 변화를 줄 수 있고, 모든 디스플레이 연출 요소들이 쉽고 무난하게 계획될 수 있다.

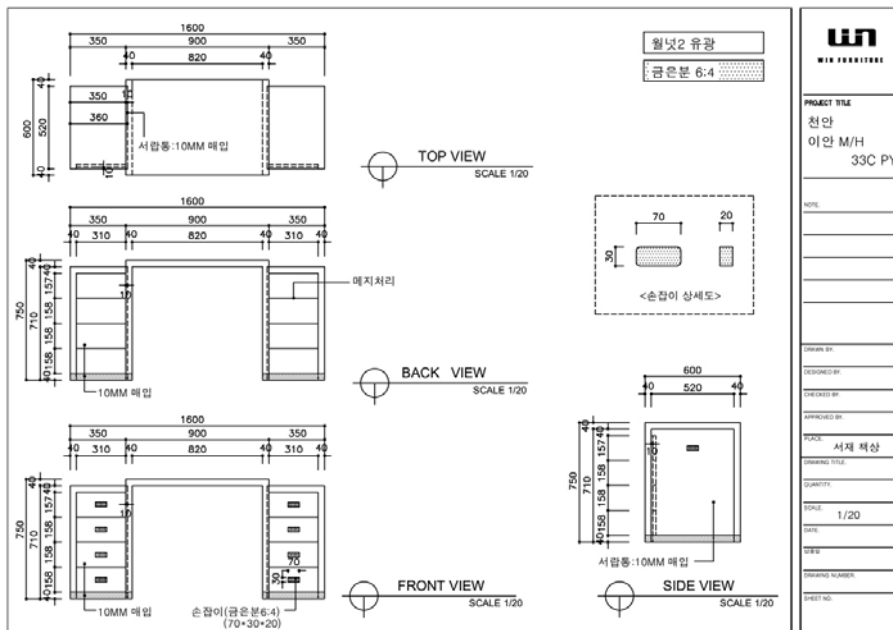
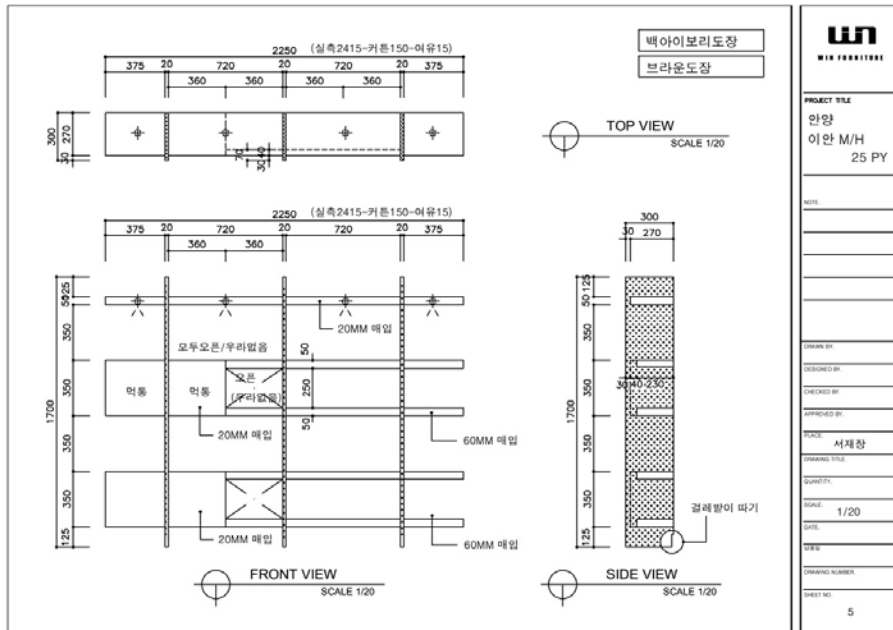
가구계획은 평면의 계획과 마감재 및 색채 계획이 끝나면 보통 제일 먼저 이루어지는 작업으로, 제작가구의 경우는 도면과 마감샘플을 결정하여 가구업체에 미리 발주하고 구입가구의 경우는 다양한 가구매장을 다니면서 컨셉 및 조건에 가장 맞는 가구를 찾아 구입한다.

〈그림 25〉 가구 130)



30) D사 천안, 안양 PROJECT, 2008 (이강디자인 디스플레이 작업)

〈그림 26〉 가구 도면



2) 패브릭 연출

패브릭은 트렌드에 주도적인 역할을 하며 컨셉 표현에 가장 큰 비중을 차지한다. 패브릭은 그 독특한 재질감 때문에 디자이너들이 공간에 자극을 주고자 할 때 즐겨 쓰는 소재이다. 하이라이트와 액센트가 필요한 공간에 패브릭을 적용하여 공간 컨셉트에 맞는 스타일과 컬러를 살려 준다. 한 가지 스타일에서도 패브릭의 선택에 따라 전혀 다른 분위기를 만들어낼 수 있는 것이 패브릭의 특성이다.

패브릭은 커튼류부터 소파, 침대 등의 가구에 적용되는 원단, 침구류, 쿠션, 테이블웨어, 목욕용품 등 그 적용범위가 광범위하다.

커튼의 경우, 현장 실측 후 소요되는 패브릭 양을 산출하고 패브릭을 선택하여 브랜드, 업체별로 발주한다. 그 외 침장이나 쿠션 등 기타 패브릭도 동일하다. 패브릭 구입 후에는 구체적인 스타일을 정리한 작업지시서를 작성해 전문 패브릭 가공소에 작업을 의뢰한다.

〈그림 27〉 패브릭 1 31)



31) TRADITIONAL HOME, NOV.2004

〈그림 28〉 패브릭 232)



〈그림 29〉 패브릭 발주서

ykang design
Interior & Display

서울시 서초구 반포동 547-6 0107(빌딩 301호)
Tel. 02-591-3102 Fax. 02-591-4102

확인

PROJECT	울산 영안대우 빌딩	DATE	2006. 3. 17
제목	거실 커튼 의뢰		

내용

SPEC

① 이타클 RE-외탄. 디에탄
② 매트베일 하노브
③ 3.5m
④ 3.5m

업체: 김연
예산금액: 1,000,000
최종실행기: 2006. 3. 17

ykang design
Interior & Display

서울시 서초구 반포동 547-6 0107(빌딩 301호)
Tel. 02-591-3102 Fax. 02-591-4102

확인

PROJECT	포항	DATE	
제목	가방커튼		

내용

SPEC

① 양탄 (100%)
② 양탄
③ 양탄
④ 양탄

업체: 김연
예산금액: 1,000,000
최종실행기: 2006. 3. 17

32) D사 울산·천안 PROJECT, 2008 (이강디자인 디스플레이 작업)

3) 카펫 연출

카펫의 경우, 과거에는 쿠션감이나 따뜻함 등의 기능적인 측면이 강조되었지만 점차 분위기를 창조하는 바탕의 역할로 비중이 높아지고 있으며, 공간을 분리·통합해주는 효과가 있다. 카펫의 경우, 사이즈는 함께 매치하는 가구의 사이즈와 맞게 지정해야 하며 색감 역시 같은 공간에 연출된 패브릭과 통일된 분위기를 연출하여야 공간의 조화가 이루어진다.

또한 일반적인 카펫 외에 송치나 지브라 등의 천연소재를 카펫으로 활용하는 경우도 많다.

카펫은 기성 제품을 구입하기도 하지만 때로는 프로젝트 성격에 맞는 디자인을 별도로 계획하여 제작할 수도 있다.

〈그림 30〉 카펫³³⁾



33) D사 남양주·횡성, I사 동선동 PROJECT, 2007-2008 (이강디자인 디스플레이 작업)

4) 인테리어 오브제(Interior Object) 연출

인테리어 오브제는 가구를 제외한, 실용적인 혹은 장식적인 목적으로 사용되는 모든 요소를 통칭한다. 실내 설계 시 계획되는 인테리어 조명 이외의 모든 이동형 조명(movable lighting), 드로잉 또는 조각 등의 아트웍, 기타 장식소품 등이 여기에 해당한다.

■ 조명 연출

디스플레이에 있어서 조명은 기능적인 역할보다는 장식적인 역할을 주로 한다. 공간에서 강조하고 싶은 곳이나 또는 극적으로 흥미롭게 하이라이트를 주고 싶은 물건이나 부분에 사용될 수 있다.

기본적으로 플로어램프(floor lamp), 테이블램프(table lamp)등의 장식조명과 팬던트 조명을 주로 이용하는데, 최근에는 파이프나 체인을 늘어뜨려 천장에 매단 형태인 팬던트 조명을 활용하여 모델하우스 공간에 포인트를 주고 있다. 이는 다른 형태의 조명에 비해 보다 다양한 디자인적 요소를 표현할 수 있고 공간을 생동감 있고 입체적으로 만들기 때문에 훌륭한 디스플레이 효과를 낼 수 있다.

조명은 기성 제품을 구입하거나 컨셉에 맞는 조명을 새로 제작하기도 한다.

〈그림 31〉 조명



■ Artwork 연출

드로잉이나 조각 등의 아트웍(artwork)은 공간의 2차원, 3차원적 측면에서 전통적으로 액센트 역할을 해왔는데, 과거에는 ‘상류층의 사치품’ 정도의 인식에서 현재는 디스플레이 분야에 있어서 필수적인 요소가 되었다. 이에 따라 모델하우스에 전문적으로 그림을 납품하는 전문업체들도 생겨났으며 화랑업계에서는 임대사업을 시작하게 하는 변화가 일어났다.

기존 작품에서 디스플레이 컨셉에 맞는 artwork을 고르기도 하지만, 그림제작업체에 이미지를 주고 컨셉에 맞는 작품을 의뢰하는 경우가 많다.

〈그림 32〉 아트웍(Artwork)³⁴⁾



34)D사 안양·천안 PROJECT, 2007-2008 (이강디자인 디스플레이 작업)

■ 기타 인테리어 오브제

인테리어 오브제는 작지만 빠져서는 안 될 긴장감을 주는 요소로써 감칠맛 나는 공간의 마무리를 이끌 수 있다. 또한 이 영역은 개성을 드러내 주는 아이템으로써 더 이상 레디메이드(ready-made)된 상품이기는 주위의 것들을 믹스 앤 매치(mix&match)하여 새롭고 하나 밖에 없는 작품의 성격을 추구하는 경향을 보여 준다.³⁵⁾

오브제 연출에서 식탁세팅과 모델하우스 요소요소에 들어가는 플라워 연출의 경우, 테이블 데코레이션과 플라워 데코레이션이라는 하나의 전문분야로 취급하여 전문가에게 의뢰하여 연출하는 경우도 많다.

〈그림 33〉 인테리어 오브제(Interior Object)



35) 이선화, 실내 코디네이션 방법론, 인테리어 제품과 코디네이션, 인테르니엔테크, 2007, p420

<그림 34> 테이블 데코레이션(Table Decoration)



<그림 35> 플라워 데코레이션(Flower Decoration)



제 5 장 모델하우스 디스플레이 제안사례 및 분석

제 4 장에서는 모델하우스 디스플레이의 디자인 프로세스와 함께 기본적인 디스플레이 연출 요소와 방법을 기존 사례를 보면서 살펴보았다면, 제 5 장은 특정한 요소를 강조한 디자인을 통하여 디스플레이 방법을 제안하고자 한다. 이러한 방법은 실제 작업의 경험을 바탕으로 하며, 본문에서 강조하고자 하는 디스플레이 방법이다.

모델하우스 디스플레이의 궁극적 목적일 수 있는 주택상품의 판매를 위하여 특정 요소를 강조하는 포인트 스타일링은 소비자들의 주목을 가장 끌 수 있는 방법이다.

따라서 본 장에서는, 기본적인 연출 요소를 바탕으로 스타일을 강조한 디스플레이 방법, 패턴을 강조한 디스플레이 방법, 컬러를 강조한 디스플레이 방법, 스토리를 강조한 디스플레이 방법에 대한 사례를 제안하고자 한다.

4.1 스타일을 강조한 디스플레이 방법

실내공간의 디자인은 유형화된 몇 가지의 이미지로 나타내어질 수 있는데, 이를 스타일이라 할 수 있다.

최근에는 다양한 스타일이 공존되고 믹스 앤 매치되는 모습을 볼 수 있지만, 기본적인 스타일은 다음과 같이 크게 나누어 볼 수 있다.

캐주얼(Casual)은 젊고 경쾌함이 느껴지는 인테리어 스타일로 밝은 콘의 색상이 경쾌하고 순수하며 신선한 분위기의 실내를 연출한다. 격식을 차리지 않는 활기찬 분위기의 캐주얼 스타일은 가볍고 산뜻한 색과 밝고

화려한 톤의 색상을 많이 사용하며 단순하고 명쾌한 이미지가 나타난다.

〈그림 36〉 캐주얼(casual) 스타일³⁶⁾



내츄럴(Natural)은 자연소재와 색감을 살린 편안한 이미지를 가지고 있으며 단순하고 투박한 형태와 원목의 질감과 색상을 살린 따뜻한 마감방법을 많이 사용한다,

〈그림 37〉 내츄럴(natural) 스타일³⁷⁾



36) 레이디경향, 5월호 2008년

37) 네이버 블로그 (<http://blog.naver.com/somnium125?Redirect=Log&logNo=120046959155>)

클래식(Classic)은 유럽의 고전적 특성을 차용한 디자인과 디테일, 고전 모티브와 복고풍 장식을 사용하며 묵직하고 중후한 부위기가 나타나며 바로크, 로코코, 신고전 양식에서 보여지는 풍요와 여유, 전통미를 느낄 수 있는 스타일이다.³⁸⁾

〈그림 38〉 클래식(classic) 스타일³⁹⁾



엘레강트(elegant)는 우아하고 풍요로운 이미지를 풍기며 부드러운 곡선적 디테일을 많이 사용하며 여성적 이미지를 많이 풍긴다. 화려하면서도 낭만적이고 여성적인 취향인 “로맨틱”을 포함하기도 한다.

〈그림 39〉 엘레강트(elegant) 스타일⁴⁰⁾



38) 민찬홍, 1999~2000 주거공간 실내디자인 트렌드에 관한 연구, 디자인포럼21 제3집
 39) ELLE DECOR, MAR 2007
 40) VERANDA, NOV-DEC 2006

모던(Modern)은 현대적이란 뜻이며 최근 100년 정도 사이에 확립된 스타일이다. 심플하고 직선적인 형태가 많으며 도시적인 세련미가 느껴진다.

〈그림 40〉 모던(modern) 스타일⁴¹⁾



스타일을 강조한 디스플레이 방법은 기본적으로 모델하우스를 방문한 소비자에게 자신이 살고픈 공간의 이미지를 뚜렷하게 전달하여 하나의 그림처럼 소비자의 머릿 속에 담겨 하여 실제 판매에 도움을 줄 수 있다.

그림 41, 42, 43에서 스타일을 강조한 디스플레이 사례를 확인할 수 있다.

41) CASAVIVA, NO.113

<그림 41> 엘레강트(elegant) 스타일 제안사례⁴²⁾



42) D사 해운대 PROJECT, 2006 (이강디자인 디스플레이 작업)

〈그림 42〉 클래식(classic)스타일 제안사례43)



〈그림 43〉 모던(modern) 스타일 제안사례44)



- 43) I사 광양·동선동, D사 울산 PROJECT, 2006-2008 (이강디자인 디스플레이 작업)
44) D사 남양주·황성 PROJECT, 2007-2008 (이강디자인 디스플레이 작업)

4.2 패턴을 강조한 디스플레이 방법

패턴을 강조한 디스플레이는 앞 장에서 설명한 스타일을 강조하는 방법과 밀접한 연관을 가지고 있다. 스타일을 보여주기 위한 가장 효과적인 방법 중 하나가 패턴을 이용하는 방법이기 때문이다.

플라워 · 페이지리 패턴은 엘레강스 또는 로맨틱 스타일에 응용이 가능하고, 다마스크 · 격자 패턴은 클래식 스타일을 표현할 때 많이 이용된다. 또한 스트라이프 · 체크 · 애니멀 패턴은 모던 스타일을 표현할 때 유용하다.

그림 44, 45, 46에서 그 사례를 살펴볼 수 있는데 비슷한 패턴을 반복적으로 한 공간에 사용하기도 하고, 아트웍을 활용하여 패턴을 보여주기도 한다.

〈그림 44〉 격자 패턴⁴⁵⁾



45) I사 광양, D사 남양주 PROJECT, 2007-2008 (이강디자인 디스플레이 작업)

〈그림 45〉 다마스크(damask) 패턴⁴⁶⁾



〈그림 46〉 플라워(flower) 패턴⁴⁷⁾



46) I사 동선동, D사 남양주 PROJECT, 2007-2008 (이강디자인 디스플레이 작업)

47) I사 동선동 PROJECT, 2007 (이강디자인 디스플레이 작업)

4.3 컬러를 강조한 디스플레이 방법

디스플레이 색채는 인테리어 마감컬러와 밀접한 관계를 가지며 인테리어 회사와 유기적인 업무협의를 통해 가구와 패브릭, 카펫, 인테리어 오브제의 컬러를 통일감 있게 계획하여야 한다.

효과적인 연출이미지는 색채에 의해 그 효과가 상승되며 소비자로 하여금 보여주고자 하는 컨셉을 컬러의 통일과 적절한 배색 컬러의 사용, 포인트 컬러의 사용으로 일관되게 표현할 수 있다.

인테리어 컬러와 디스플레이 컬러의 부조화로 공간에 혼란스럽고 강렬한 색채가 사용되면 표면적으로 시선을 끌 수 있으나 심리적으로 소비자에게 불안감을 주고 피곤함을 유발할 수 있다.

컬러를 강조한 디스플레이 방법은 모델하우스를 방문한 고객의 눈을 즐겁게 하고 공간을 더욱 돋보이게 할 수 있는 연출방법이다.

그림 47, 48, 49에서 그 컬러를 강조한 디스플레이 방법을 살펴볼 수 있다.

〈그림 47〉 레드컬러로 포인트를 준 공간⁴⁸⁾



48) D사 남양주 PROJECT, 2007 (이강디자인 디스플레이 작업)

〈그림 48〉 블랙&화이트 대비칼라로 포인트를 준 공간⁴⁹⁾



〈그림 49〉 컬러의 통일성을 강조한 공간⁵⁰⁾



-
- 49) D사 안양 PROJECT, 2008 (이강디자인 디스플레이 작업)
 - 50) D사 천안 PROJECT, 2008 (이강디자인 디스플레이 작업)

4.4 스토리를 강조한 디스플레이 방법

어떠한 공간을 하나의 테마로 기획하고 명확한 스토리를 부각시킬 경우, 모델하우스를 방문하는 고객들의 인식도와 이해도, 집중도는 현저히 상승되며 디스플레이어 역시 설계, 계획 시 하나의 소구점을 잡아 집중적으로 계획을 짤 수 있기 때문에 정보와 메시지 전달 효과도 더욱 크다. 또한 구매로 자연스럽게 이어지는 연출 스토리를 추출하는 것은 고객에게 때, 장소, 상황을 고려한 라이프 스타일을 제안함으로써 실 구매자의 욕구를 만족시킴과 동시에 실 판매에 직접적인 도움을 준다.⁵¹⁾

〈그림 50〉 사진을 좋아하는 남편의 작업공간⁵²⁾



51) 박지영, VMD를 적용한 주택전시관 디스플레이디자인에 관한 연구, 계명대학교 대학원 석사학위논문, 2004, p17

52) I사 동선동 PROJECT, 2007 (이강디자인 디스플레이 작업)

〈그림 51〉 보석디자인을 전공하는 여자녀의 방⁵³⁾



〈그림 52〉 미술을 전공하는 자녀의 방⁵⁴⁾



- 53) D사 천안 PROJECT, 2008 (이강디자인 디스플레이 작업)
54) I사 동선동 PROJECT, 2007 (이강디자인 디스플레이 작업)

제 6 장 결론

주택을 삶의 기반으로 생각하고 내 집 갖기와 내 집 늘리기를 과업으로 생각하는 우리들은 새로운 집을 보기 위하여 아파트 모델하우스를 끊임 없이 방문하고 있으며 모델하우스 측에서도 이들을 위해 계속해서 새로운 디자인을 공급하려고 노력하고 있다. 방문자에게 있어 모델하우스는 자신이 꿈꾸는 공간의 이상향이 되어 모델하우스 디스플레이가 전반적인 주거 공간 코디네이션에 끼치는 영향은 매우 크다.

본 논문은 주거 공간 디자인의 가이드 라인이 되고 있으며 트렌드를 주도하고 있는 모델하우스 디스플레이의 중요성을 인식하고, 디스플레이 연출사례를 통하여 연출방법 및 디자인 프로세스를 체계화함과 동시에 디스플레이 방법을 제안하는데 그 목적이 있다.

연구를 위한 기초자료로 먼저 모델하우스에 대한 다양한 어휘를 분류하여 정리하였으며, 모델하우스의 발전과정을 시대별로 살펴보고, 모델하우스를 건립하는데 필요한 요소와 건립과정을 살펴보았다.

또한 일반적인 디스플레이의 개념을 바탕으로, 모델하우스에서의 디스플레이의 역사 및 개념과 역할에 대해 구체적으로 살펴보고자 했다.

최종적으로 본 연구의 가장 중요한 목적일 수 있는 디스플레이 연출방법 및 디자인 프로세스의 체계화를 위하여 본인이 연출한 디스플레이를 중심으로 하여 모델하우스 사례를 분석한 결과, 다음과 같은 정리할 수 있었다.

모델하우스 디스플레이의 디자인 프로세스는 다음과 같다.

첫 째, 건설사 현장설명을 통하여 기획할 현장에 대한 자료 및 설명을 제공받는다.

- 둘째, 기획회의를 통하여 디스플레이 디자인 컨셉 및 키워드를 추출하고, 공간설정을 계획하여 도면에 가구 배치를 한다. 또한 디자인하고자 하는 공간을 예측하기 위해 이미지 콜라주를 한다.
- 셋째, 기획회의에서 정했던 내용을 가지고 프레젠테이션 보드와 제안서, 견적서를 준비하여 PT에 참여하는데, 이는 준비작업이다.
- 넷째, PT 후 디스플레이 업체로 선정이 되면, 공간에 들어가는 연출요소를 구입, 제작, 발주하여 준비하는데, 이를 실제작업이라 할 수 있다. 이 과정에서 디스플레이의 연출 요소인 가구, 패브릭, 카펫, 인테리어 오브제 (조명, 아트웍, 기타소품)의 연출준비가 이루어져야 한다.
- 다섯째, 공간에 연출될 모든 요소가 준비되면 세팅작업을 통해 완성되는데, 이를 'work out'이라 한다.

이러한 디자인 프로세스와 연출요소를 바탕으로 본 연구에서는 스타일을 강조하는 디스플레이 방법, 패턴을 강조한 디스플레이 방법, 컬러를 강조한 디스플레이 방법, 스토리를 강조한 디스플레이 방법 등의 특정요소를 강조하는 포인트 스타일링 방법을 제안하였는데, 이는 기존 디스플레이 방법보다 효과적으로 모델하우스를 방문하는 사람들의 주목을 끌 수 있다.

이상의 결과는 모델하우스가 국내 주택시장 전반에 걸쳐 트렌드를 주도하고 시장의 견인차 역할을 하고 있는 시점에서, 이제까지 잘 다루어지지 않았던 모델하우스에서의 디스플레이 디자인을 종합적으로 정리하고, 디자인 프로세스와 연출요소 그리고 스타일링 방법을 시각적인 자료를

통하여 좀 더 효율적으로 체계화했다는 점에서 의미가 있다고 하겠다.

또한 모델하우스 디스플레이 뿐만 아니라 다양한 실내공간의 코디네이션 계획을 하는데 구체적인 지침으로 활용될 수 있을 것이라 생각된다.

다만 본인의 디스플레이 작업만을 대상으로 했기 때문에 우리나라 전체의 디스플레이 회사의 공통적인 디자인 프로세스이며 체계라고 단언할 수 없다. 따라서 앞으로 진행될 연구에는 모델하우스 뿐만 아니라 다른 주거공간, 기타 상업공간에서의 디스플레이 작업을 연구하여 체계화해야 할 것이다.

참 고 문 헌

<단행본>

- 오인욱, 「실내계획론」, 기문당, 1993
민병철, 「인테리어 제품과 코디네이션」, 인테르니 & 테코, 2007
한국실내디자인학회, 「실내건축을 위한 색채디자인」, 기문당, 2000
한영호, 「실내디자인 구성요소」, 형설출판사, 2000

<학위논문>

- 공주석, 「아파트 상설전시관의 개선방안에 관한 연구」,
원광대학교 석사학위논문, 1996
김시내, 「모델하우스에 나타난 홈 텍스타일 연출에 관한 연구」,
숙명여자대학교 디자인대학원 석사학위논문, 2005
김유연, 「아파트에서의 居室利用에 관한 研究」, 조선대학교 석사학위논문, 2000
민조희, 「모델하우스에 나타난 아파트 실내마감재 사용경향에 관한 연구」,
연세대학교 석사학위논문, 2004
박지영, 「VMD를 적용한 주택전시관 디스플레이디자인에 관한 연구」,
계명대학교 석사학위논문, 2004
신운경, 「아파트 견본주택 연구」, 서울시립대학교 석사학위논문, 2008
오세길, 「아파트 구매력 향상을 위한 모델하우스 디자인 연구」,
건국대학교 산업대학원 석사학위논문, 2005
이지영, 「주거공간 인테리어 코디네이트에 관한 연구」,
건국대학교 석사학위논문, 2003
한정원, 「잡지에서의 스타일링 기능과 스타일리스트의 역할」,
숙명여자대학교 디자인대학원 석사학위논문, 2006

<학회지 및 정기간행물>

민찬홍, 「1999~2000 주거공간 실내디자인 트렌드에 관한 연구」,

디자인포럼21 제3집, 2000

박화선, 「인테리어 코디네이션」, 한국실내디자인학회 학술발표대회논문집, 2003

주경혜, 「모델하우스 디자인」, 월간 인테리어 월드, 제 18권, 2003

레이디경향 2008년 5월호

TRADITIONAL HOME, NOV.2004

ELLE DECOR, MAR 2007

VERANDA, NOV-DEC 2006

CASAVIVA, NO.113

<기타>

국립국어원 (<http://www.korean.go.kr>)

두산백과사전 (<http://encyber.com>)

인테리어엔데코 (<http://www.internidecor.com>)

<http://blog.naver.com/somnium125?Redirect=Log&logNo=120046959155>

ABSTRACT

A Study on Display Design in apartment model house

Kang, Min-Young

Living Design

Graduate school of Art & Design

Sung-shin Women's University

Directed by prof. Lee, Hong-goo

As Koreans' focus of life has moved from quantitative values to qualitative values, the priority of interiors also has shifted from the feeling of physical satisfaction to the feeling of emotional satisfaction. In particular, today's most general form of housing in Korea is apartments, and people are constantly visiting model houses of apartments to look around the residing spaces.

To the visitors, the model houses look as the guidelines of residing space design, and therefore, the display of model houses has great impact on the general coordination of residing spaces.

However, there have been very few related studies, compared with the current social phenomenon and the importance of the

displays of model houses.

Against the backdrop, this thesis is aimed at recognizing the importance of the display of model houses, which plays the role of guidelines of residing space design and leads the trends, systematizing directing methods and designing process through display direction examples, and suggesting some ways of display.

Chapter two and three are for base study. In chapter two, different terms of model houses are categorized and organized, the development process of model houses are studied according to periods, and the necessary elements for model house construction and construction process are examined. In chapter three, the history, concepts and roles of model house display are studied in detail, based on general concepts of display.

Chapter four and five are for main study. In chapter four, model house examples are analyzed, centering around the display examples of myself, so that display direction methods and designing process, which are the most important aims of this study, can be systematized. The results of the analysis are as followings.

The designing process of model house display is:

First, the information and explanation on the filed for planning are given through the field explanation of constructor.

Second, display design concepts and key words are determined in planning meetings, plans are made for space settings, and

furniture is arranged on the blueprint. Images are collaged so that the space for designing can be expected.

Third, as preparation process, what's been determined in the planning meetings are presented in PT through presentation boards, proposals, and estimates.

Fourth, when being selected as the display enterprise after PT, the elements for space display are purchased, produced, and ordered, which is a practical working process. In this stage, elements for space display, such as furniture, fabrics, carpets, interior objects (lightning, artworks, and other objects), need to be prepared for display.

Fifth, when all elements for space presentation are ready, they are completed through setting works, which is "work out."

In addition, in chapter five, displaying methods to emphasize certain elements, such as styles, patterns, colors, and stories, are suggested, based on designing process and presentation elements. These are concluded to be the way to draw the visitor's attention who come to model houses more effectively than the existing displaying methods.

This study is meaningful in that it synthetically arranges display designing of model houses, which hasn't been treated fully so far, at this point of time when model houses are leading the trend of national housing market in general and playing the role of the motive power for market, and in that it systematizes designing

process and presentation elements and styling methods with visual data more effectively. This thesis is also expected to be enhancing the studies on display in other areas hereafter.