

같이 보기

: 소통N공감

주거지 변화의 시대

지금까지

이런 집은 없었다

코로나19가 장기화되고 있는 지금, 가장 큰 변화를 겪게 된 공간은 무엇일까?
정답은 '집'이다. 외출을 자제하는 분위기가 형성되면서 대다수의 사람들이 집이라는 물리적 플랫폼에서 업무, 운동 등 모든 생활을 이어나가야 하는 상황이 됐다. 단순 휴식 공간을 넘어 다양한 역할을 하는 집의 변화된 모습을 살펴본다.

글 편집실





새해 트렌드로 지목된 ‘레이어드 홈’

‘레이어드 홈’이라는 낯선 개념이 최근 심심찮게 사람들의 입에 오르내리고 있다. <트렌드 코리아 2021>의 대표 저자인 김난도 교수가 그의 저서에서 집의 기능이 다층적으로 형성된다는 의미의 ‘레이어드 홈’을 새해 트렌드로 전망했기 때문이다.

레이어드 홈은 외부 활동을 자제하는 분위기 속에서 집이 단순 휴식 공간을 넘어 레스토랑, 피트니스 센터, 콘서트홀 등 다양한 역할을 하는 것을 뜻한다. 옷을 여러 벌 겹쳐 입어 멋을 부리는 레이어드 룩 패션처럼 집의 기본 기능 위에 새로운 기능들이 더해진다는 것이다. 김난도 교수는 집에서 보내는 시간이 증가함에 따라 공간에 대한 사람들의 인식이 점차 변화할 것이라고 내다봤다.

코로나19로 사람들은 대부분의 일을 집에서 해나가는 독특한 경험을 하고 있다. 원격 및 재택근무로 집에서 일을 하면서, 영화관을 찾는 대신 침대에 누워 휴대폰이나 PC로 넷플릭스나 왓챠플레이와 같은 OTT 플랫폼을 통해 여가생활을 즐기고 있다. 또 다중이용시설인 헬스장이 휴관하면서, 집 안에서 간단한 소도구를 사용해 근력을 키우는 홈 트레이닝이 일반적인 생활상이 됐다. 외식을 자제하고 집에서 밥과 술, 커피를 즐기는 홈콕, 홈술, 홈카페 문화도 트렌드가 됐다. 주목할 점은 이러한 것들이 코로나19로 인한 ‘일시적 현상’이 아닌 새로운 문화가 되고 있다는 점이다. 그리고 이 모든 활동은 놀랍게도 집이라는 한 공간에서 이뤄지고 있다.



집 꾸미는 인테리어도 가지각색

코로나19 장기화로 집콕하는 소비자들이 늘어나면서 홈퍼니싱 시장도 확대되고 있다. 앱·리테일 분석 서비스 와이즈앱에 따르면 한샘, 이케아, 오늘의 집, 현대리바트, 모던하우스, 까사미아 등 6개 온라인, 오프라인 집 꾸미기 브랜드에서 결제한 추정금액은 지난해 1월부터 11월까지의 2조 1,814억 원에서 올해 같은 기간 3조 3,659억 원으로 54% 증가한 것으로 나타났다.

이에 발맞춰 인테리어와 가구 업체들 역시 집 꾸미기 수요를 고려한 다양한 제품을 출시하기 시작했다. 좁은 방에서 재택근무를 해야 하지만, 여건상 큰 책상을 설치할 수 없는 근로자들을 위해 침대 위에 놓을 수 있게 만들어진 책상이 등장했으며 집에서도 영화관과 같은 분위기를 연출할 수 있는 미니 빔프로젝터 역시 인기를 끌고 있다. 뿐만 아니라 스테퍼 등 가정용 운동 기구 판매 또한 증가하고 있다.

홈쇼핑 업계에서도 리빙 부문을 대폭 강화하고 있는데, 최근에는 집 안을 갤러리처럼 꾸미는 이들이 늘어남에 따라 고희·클림트 등 유명 작가의 명화 라이선스를 취득해 원본을 재현해낸 홈 갤러리 상품을 내놓기도 했다.

코로나19 확산 이후 집이 가장 안전한 안식처가 됨에 따라 집안 공간 활용에 대한 사람들의 관심은 2021년도에도 쭉 이어질 것으로 전망된다. 🍷