

2018년 요즘의 크리에이터들은 어디서 일할까?  
영감을 자극하는 업무 공간과 연대적 커뮤니티로 스타벅스의 대안으로 떠오른 코워킹 스페이스.  
[크리에이터들의 새로운 아지트]에서 소개하는 일곱 번째 코워킹 스페이스는  
국내 최초로 여성 전용 공간을 운영하는 '빌딩블럭스'다.

스타트업 얼라이언스가 발간한 코워킹 스페이스 트렌드 리포트에 따르면 2015년 2곳에 불과하던 코워킹 스페이스는 2018년 5월 기준 51곳까지 늘어났다고 한다. 이처럼 매달 새로운 코워킹 스페이스가 생겨나고 있지만 대부분 젊은 남성 창업가 위주로 설계됐다는 점은 아쉬움으로 꼽힌다. 지난 6월 오픈한 빌딩블럭스는 국내에서는 처음으로 여성 창업자를 배려한 코워킹 스페이스다. 여성 전용 공간과 수유실을 마련했으며, 조만간 입주 멤버의 자녀를 맡길 수 있는 키즈룸도 선보일 계획이다.



#### 빌딩블럭스

2018년 6월 서울 강남에 문을 연 빌딩블럭스는 모든 크리에이터가 상생하며 공존하는 비즈니스 플랫폼을 만들기 위해 시작했다. 다양한 색과 형태의 블록들이 조화롭게 쌓여 아름답고 견고한 성이 완성되듯, 꿈을 가진 크리에이터가 모여 더 큰 비전을 나누며 발전해 나간다는 의미를 담았다. 강남대로 511 타워의 14층부터 16층까지 총 3개 층을 사용하며 360평 규모로 조성됐다. 제공하는 멤버십은 3가지다. 독립 공간인 1인실~6인실용 프라이빗 오피스, 고정석 없이 자유로운 이용이 가능한 핫 데스크, 빌딩블럭스를 사업장 소재지로 등록할 수 있는 버추얼 오피스가 있다.



라운지



(좌) 팬트리. 매일 아침 조식 서비스와 매주 1회 다과가 제공된다. (우) 프린트존

갤러리 같기도, 카페 같기도 한 세련된 디자인

창의적인 산업군의 프리랜서, 스타트업 종사자들을 대상으로 하는 빌딩블럭스는 세련되고 감성적인 디자인이 특징이다. 흥대 라이즈RYSE 호텔의 설계를 총괄한 SCAAA가 인테리어를 담당했다. 화이트를 메인 컬러로 핑크와 블루를 포인트 컬러로 활용했으며, 탁 트인 통창을 이용해 자연 채광을 극대화했다. 전체적으로 심플하고 모던한 북유럽스타일의 디자인을 추구했으며, 고급스러운 분위기를 강조하기 위해 대리석 테이블과 벨벳 의자를 선택했다. 국내외 유명 작가들의 작품을 곳곳에 배치해 갤러리와 카페 같은 편안하고 안락한 분위기도 연출했다. 그린테리어를 적극 활용한 것 또한 빌딩블럭스만의 특징이다. 밀레니엄 서울 힐튼 호텔의 플라워숍 수렴에서 진행했다.



라운지



라운지

여성 전용 구역



여성 전용 구역은 15층에 위치해 있다.

빌딩블럭스의 가장 큰 차별화 포인트다. 여성 전용의 라운지와 사무실이 독립적으로 분리돼 있으며, 총 7개의 프라이빗 룸과 6개의 핫 데스크를 갖추고 있다. 두 번의 보안 과정을 거쳐 입실할 수 있도록 설계됐고, 늦게까지 일하는 여성들을 배려해 이동식 비상벨을 별도로 구비했다.

수유실 & 샤워실

멤버들은 독립된 공간에서 편안하게 수유할 수 있는 수유실과 드라이어 및 고급 어매니티가 갖춰진 샤워실을 자유롭게 이용할 수 있다.

프라이빗 오피스 & 핫 데스크



## 프라이빗 오피스

프라이빗 오피스의 경우 90% 이상이 창가에 배치돼 있어 쾌적한 자연광을 느낄 수 있으며, 완벽한 방음 시설을 갖추고 있어 업무에 더욱 집중할 수 있다. 가구에도 신경을 많이 썼다. 특별 제작된 책상은 600X1200mm, 800X1200mm, 1000X1200mm 총 3가지 사이즈로 제공되며, 프라이빗 오피스에 있는 선반은 모듈형으로 높이를 조절할 수 있다.

### 매터리얼 라이브러리 & 워크샵



매터리얼 라이브러리와 워크샵

매터리얼 라이브러리는 패브릭 등의 작업소재를 비치하고 공유할 수 있으며, 수납 공간이 넉넉해 포트폴리오나 도면을 보관하기에도 용이하다. 워크샵에는 다양한 작업툴이 준비돼 있어 언제든지 디자인 작업이 가능하다.

### 포토 스튜디오 & 쇼룸



## PHOTO STUDIO

포토 스튜디오. 시간당 2만 원의 비용을 지불하고 이용할 수 있다.

전문 포토그래퍼의 자문을 통해 완성된 포토 스튜디오와 입주사의 작품 및 상품을 전시할 수 있는 쇼룸 또한 크리에이터에게는 없어서는 안 될 공간이다.

다음은 빌딩블럭스 김희영 대표, 그리고 입주사인 네오 보보스와의 일문일답.

인터뷰 1. 빌딩블럭스 김희영 대표



## 빌딩블럭스 김희영 대표

빌딩블럭스의 설립 취지는 무엇인가?

코워킹 스페이스 창업을 준비하며 국내 사례를 조사했더니 대부분 IT 중심이었고 남성 직원 위주로 설계돼 있었다. 당연히 여성에 대한 배려가 부족해 보였다. 또한 획일화된 국내의 코워킹 스페이스는 모든 산업군의 스타트업이나 프리랜서를 서포트하지 못한다고 판단했고, 기존의 환경에서 작업이 불가능한 직업군을 자세히 살펴봤다.

주로 어떤 사람들이 기존의 업무 환경에서 불편함을 느끼던가?

팀의 규모가 작으면서도 플렉서블하며 모바일한 집단, 좀더 나은 인프라가 구축돼 있는 공간에서 자극을 받기도, 협업할 수도 있는 사람들. 우리는 이 그룹을 '모던 크리에이티브스'라고 명명하고 그들의 업무 환경, 프로세스, 요구사항 등을 관찰했다. 일러스트레이터, 의상 디자이너, 건축가, 인테리어 디자이너, 웹 디자이너, 브랜딩 디자이너들을 만나 인터뷰를 진행하면서 그들이 필요로 하는 것들을 파악했고 이를 토대로 공간을 기획했다.

일본의 해치 코워킹 스페이스를 참고했다고 들었다.

해치 코워킹 스페이스만을 모델로 삼은 것은 아니다. 워라벨, 라이프스타일, 크리에이터, 여성 친화적 등의 키워드를 가지고 공간을 기획하려다 보니 자연스럽게 해외에서 사례를 찾았고, 그중 미취학 자녀들을 대상으로 '데이케어' 시스템을 제공하는 일본의 해치 코워킹 스페이스가 눈에 띄었다. 카타야마 유시 대표에게 여러 가지 조언을 들었는데, 기존 시스템과 사회적 통념을 변화시켜 일본을 모두가 살기 좋은 나라로 만들고 싶다는 이야기가 인상적이었다.

빌딩블럭스도 키즈존을 준비 중이다. 언제쯤 오픈 예정인가?

올해 하반기 또는 내년 상반기에 같은 건물 4층에 키즈존을 포함한 다양한 라이프스타일 시설들을 선보이려고 한다. 현재 기획 중에 있다. 인테리어 스튜디오, 건축사무소, 구청 등과 논의하고 있는 상황이라 구체적인 운영 방안을 이야기하기는 어렵지만 기대해달라.

공간 인테리어에서 가장 신경을 쓴 부분은 무엇인가?

크리에이터들에게 꼭 필요한 공간을 구성하려고 노력했다. 본인의 작품이나 상품을 전시할 쇼룸, 포트폴리오나 도면 등을 적재할 공간, 소재를 공유하고 작업할 수 있는 작업실, 넓은 크기의 책상, 창의력을 자극하는 예술가의 작품과 인테리어, 포토 스튜디오 등이다.

또한 각각의 시설이 제 역할을 할 수 있도록 공간을 기획했다. 오피스 공간은 14층, 16층에 배치하고 미팅룸, 멀티룸, 라운지, 쇼룸 등의 공용 시설은 15층에 두어, 업무에 집중할 수 있는 공간과 휴식을 취하는 공간을 확실히 나누었다.

입주 멤버를 소개해준다면? 특별한 입주 조건이 있는지도 궁금하다.

현재는 디자이너 슈즈 브랜드 네오 보보스, IT 계열 기업, 마케팅, 회계사, 법률사무소 등 시너지를 낼 수 있는 업체들이 입주해 있다. 입주 신청서를 작성해 제출하면 내부적인 심사를 통해 서로 협력하며 성장할 수 있는 업체들을 우선 순위로 선정, 입주를 받고 있다.

기획하고 있는 네트워킹 프로그램은 어떤 것들이 있나?

얼마전 기사에서 코워킹 스페이스의 사용자 59.8%가 커뮤니티 네트워킹 행사에 참여하고 있지 않다는 내용을 접했다. 심지어 행사 소음으로 업무에 방해 받고 있다는 응답자도 있었다. 우리는 구색을 맞추기 위한 행사보다는 멤버들에게 실질적으로 도움을 줄 수 있는 프로그램을 진행할 계획이다. 우선 9월에 빌딩블럭스 공간의 향을 디렉팅한 전문 조향사와 함께 본인에게 어울리는 향을 찾는 향기 클래스를 준비하고 있다.

인터뷰 2. 네오 보보스 이한나 대표



# NEO BOBOS

네오 보보스는 어떤 브랜드인가?

네오 보보스는 어머니가 운영해온 구두 브랜드 도나 보보스의 세컨드 브랜드다. 도나 보보스의 콘셉트가 커리어우먼을 위한 슈즈 브랜드라면, 네오 보보스는 좀더 활동적이고 젊은 감각의 디자인이 특징이다. 현재 어머니와 함께 브랜드를 운영하고 있다.

빌딩블럭스에 입주한 계기는 무엇인가?

슈즈를 포함한 패션 산업이 매장이 아닌 쇼룸으로 이동하는 추세다. 여심을 저격하는 인테리어와 마차 카페에 와 있는 것 같은 아늑한 분위기가 마음에 들어 입주했다. 단골 고객들도 좋아한다.



빌딩블럭스 쇼룸에서 전시 중인 네오보보스의 슈즈

실제로 공간을 사용해보니 어떤 점이 가장 만족스러우나? 아쉬운 점도 있나?

단연 여성 전용 공간이다. 보안이 잘 갖춰져 있으며 비상벨도 별도로 준비되어 있어 늦은 시간까지 안심하고 일할 수 있다. 반면, 쇼룸 활용에 제한이 조금 있어서 많은 제품을 전시할 수 없다는 점은 아쉬운 부분이다.

추후 다른 입주사와 진행하고 싶은 협업이 있다면?

같은 패션 업계 중사자들과 시너지를 낼 수 있는 프로젝트를 시도해보고 싶다. 다양한 브랜드가 참여하는 플라마켓이나 뜻이 맞는 크리에이터와의 콜라보레이션 등을 생각하고 있다.

글 | 디자인프레스 객원 에디터 추은희

사진 및 자료 협조 | 빌딩블럭스, 네오보보스

세상을 바꾸자!  
창작자들의  
플레이그라운드

**N 디자인**

클릭해서 바로가기 >