

# 부평아트센터 3층 음악문화공간 조성 공간컨설팅, 실시설계

공간 컨설팅 보고서

2025. 9. 2.

JWY (주)제이건축사사무소

 ARVID  
ACOUSTIC

## 부평아트센터를 중심으로 부평구 문화예술의 주요 거점 역할을 수행할 음악문화공간 조성을 위한, 공간 디자인 개발 및 기본·실시설계, 용도변경 및 감리업무 등 추진

### 과업배경 및 목적

- 부평아트센터 3층 내 지역의 음악자원을 활용한 음악문화 특성화 공간 조성
- 청음, 음악 관련 전시, 교육 등 프로그램 제공, 식음 및 휴게시설, 기타 음악 관련 콘텐츠 등으로 구성된 창의적인 음악 공간 조성
- 문화도시부평의 브랜드와 실용적인 공간 구성 등을 통해 이용자 편의 제공 및 공간 활성화

### 주요 과업 내용

- 음악문화공간의 기본디자인 및 공간 디자인 개발
- 공유재산(식음시설)의 종류, 적정 규모(면적) 등 디자인 개발
- 공간 별 구성 물품(장비, 가구 등) 세부내역서 및 시방서 제출
- 인테리어 디자인 설계 및 설계도서 제작 납품
- 실시설계도서 제작 및 납품
- 비상주 감리 관련 업무

### 부평아트센터 3층 음악문화공간 조성 사업개요

- 위치 : 부평아트센터 3층
- 과업대상 총 면적 : 606.12㎡
- 공사 예정금액 : 6억 2,000만원(부가세 포함)
- 자산취득 예정금액 : 7,000만원(부가세 포함)
- 현행건축용도 : 문화및집회시설(공연장), 제2종 근린생활시설(일반음식점)



### 과업 기간

- 착수일로부터 100일('25. 5. 26. ~ '25. 9. 2.)



## 공간 디자인 계획 | 사전 브랜드 컨설팅 분석

# WEST CLUB HOUSE '사람들이 함께 모여 사교를 즐기고 음악에 대해 이야기를 나누다'

[1. 컨시어지\_Checkpoint]



과거와 현재가 교차하는 첫 만남의 장

- 50~70년대 레트로한 분위기 재현 및 음악 큐레이션 계획
- 부평의 로컬리티, 근대 음악유산의 색다른 경험의 시작

[5. 무대,홀\_Social Hall]



음악과 이야기를 나누는 문화적 교류의 장

- 방문객들이 직접 활용할 수 있는 커뮤니티 공간
- 음악과 문화에 대한 감정과 이야기를 공유

[2. 굿즈샵\_Records Archive]



과거와 현재를 잇는 매개체

- 단순화·상점을 넘어 과거의 유산과 역사를 소장
- 지역 아티스트, 소상공인 협업 제품 제공

[3. 카페\_Music Bridge]



음악과 이야기가 흐르는 감성의 공간

- 음악적 교류와 다양한 이야기가 오가는 장소
- 카페를 비롯한 시대를 느낄 수 있는 메뉴 개발 및 음악 경험

[4. 캠프 베이커리\_Camp Bakery]



과거의 온기를 품고 있는 베이커리

- 50~70년대의 디저트 문화를 재현하여 문화적 공감 형성
- 클럽하우스에서 대표했던 다양한 베이커리 재현

[7. 히든도어\_Executive Lounge]



과거 비밀스러운 시간 여행의 출발점

- 전용 프라이빗 라운지에 입장하기 위한 비밀스러운 공간
- 시간을 잇는 상징적인 요소 기대감 상승

[8. 프라이빗 라운지\_Executive Lounge]



시간을 초월한 감동의 공간

- 워크샵 및 토크쇼, 고전 영화 큐레이션 등 창작적 물인 경험 제공
- 스피커를 통해 전달되는 사운드는 특별하고 풍성한 경험을 만들



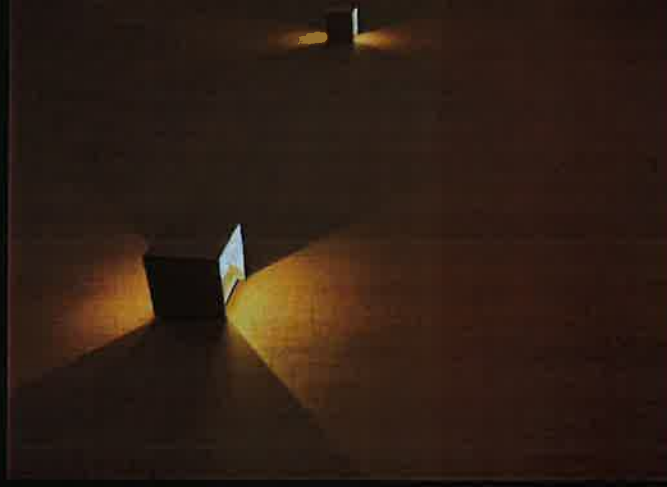
Space design

---

Process

## Tone & Mood

이곳의 따뜻하고 고전적인 우드톤과 품격있는 블랙톤이 방문객을 과거의 어느 한 순간으로 돌아가게 합니다.



TONE

우드톤

블랙톤

빈티지한  
색감

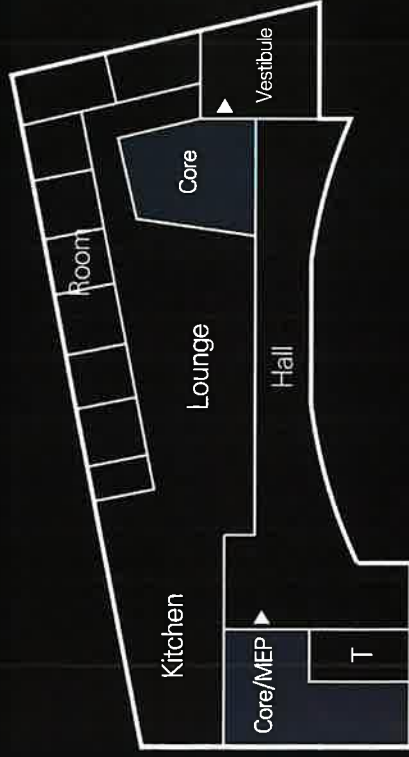
따뜻하고  
치밀한

고전적인

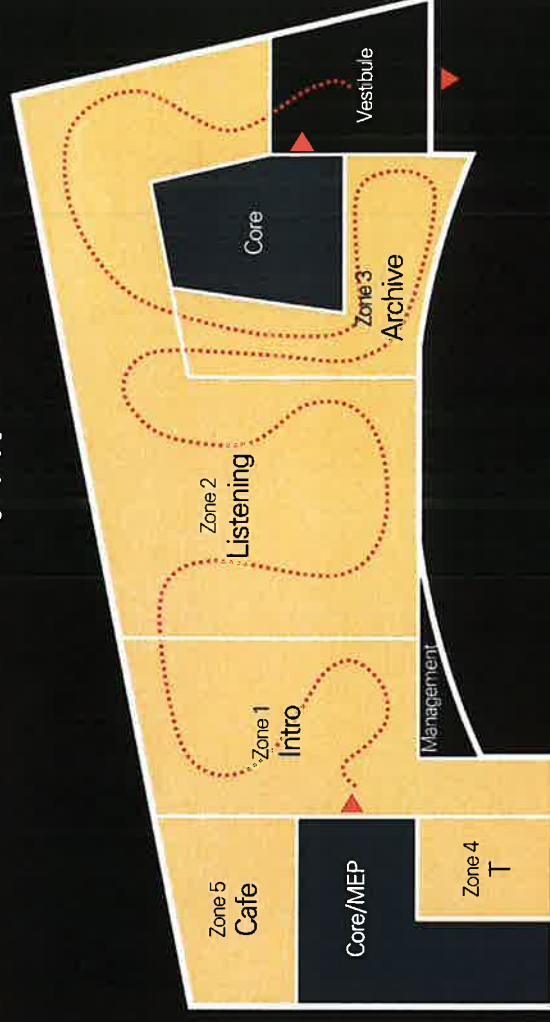
품격있는

MOOD

[ 현재 ]



[ 계획 ]

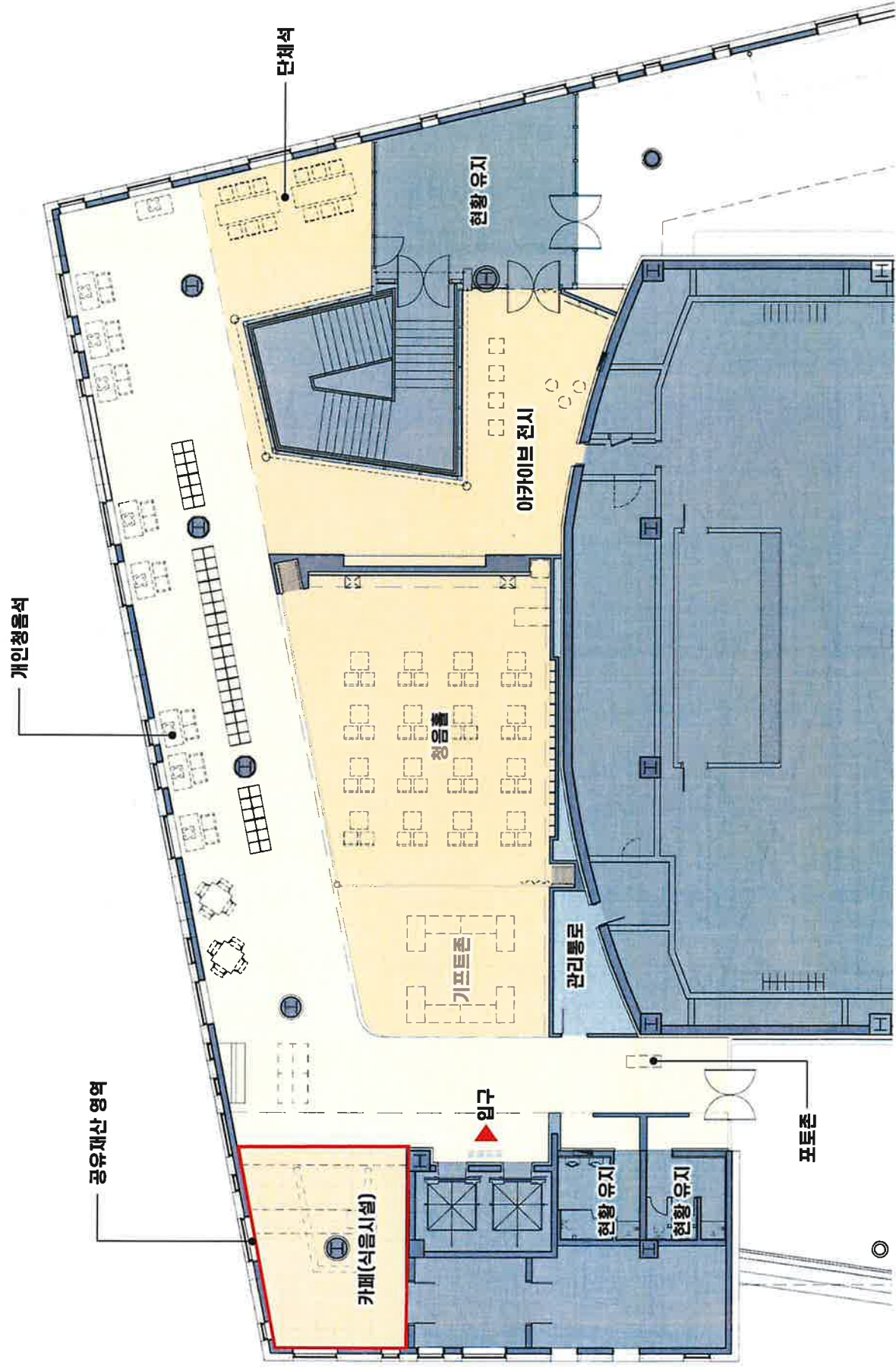


Zone 1 : 컨시어지, 기프트샵, 포토존  
 Zone 2 : 청음홀, 개인청음, 단체석  
 Zone 3 : 이카이브 전시  
 Zone 4 : 화장실  
 Zone 5 : 카페

## [ 조닝계획 ]

현재 작은 방들로 쪼개진 부평아트센터 3층 내부공간을 오픈플랜 기반으로 새로이 변경하되  
 각각의 영역들이 연속적으로 경험될 수 있도록 계획

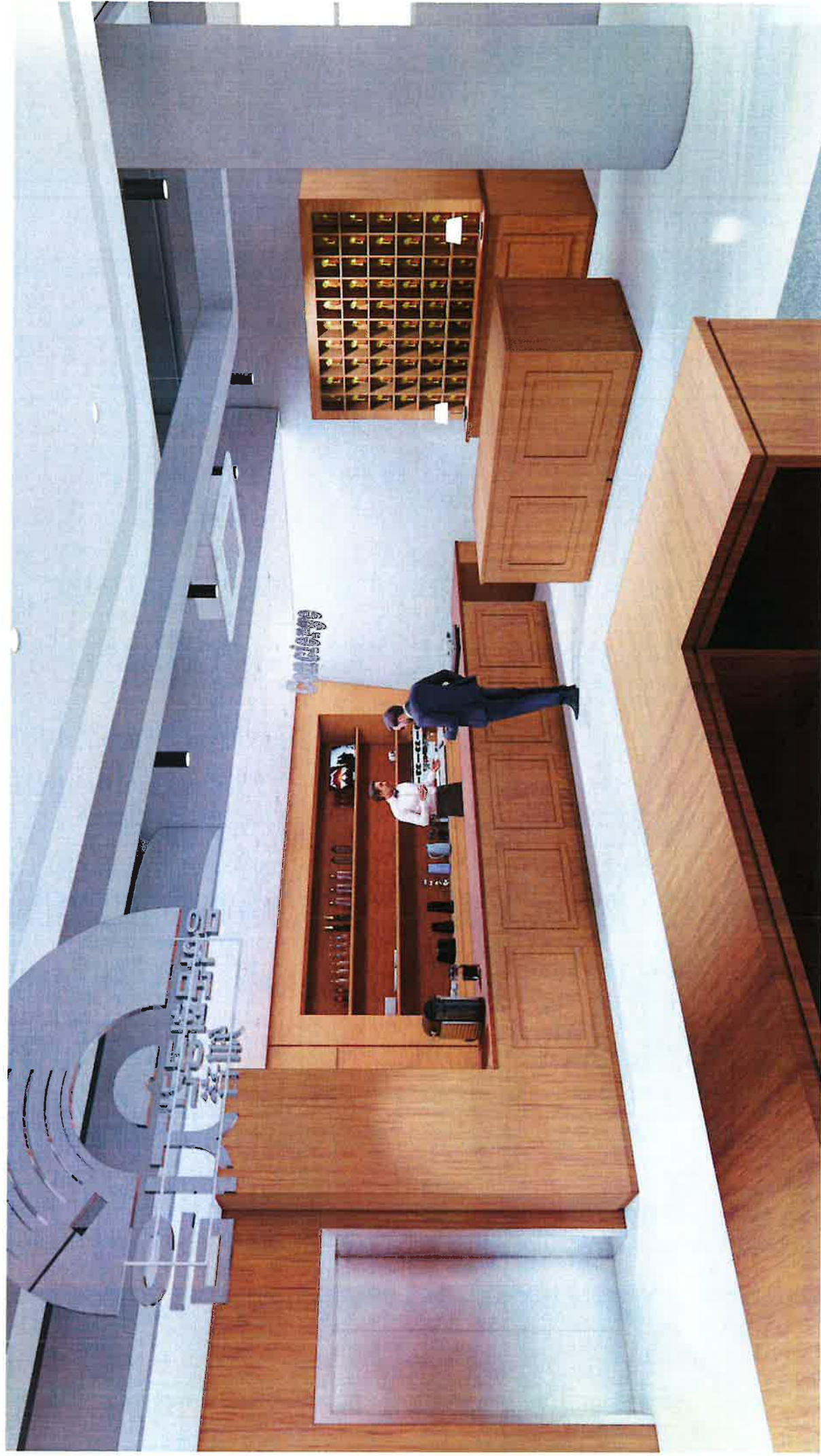
## 공간 디자인 계획 I 부분별 계획





공간 디자인 계획 | 부분별 계획

# 카페, 컨시어지





Branding

---

Corporate Identity

음악 문화 공간

# 지음(知音)

‘지음’은 사자성어 ‘지음지교(知音之交)’에서 비롯된 말로

직역하면 ‘소리를 알아주는 친구와의 사귄’을 뜻하고, 더 깊이 해석하자면 ‘자신의 내면과 뜻을 깊이 이해해주는 벗’을 의미합니다.

이 개념은 부평과 시민을, 그리고 부평아트센터와 방문객을 서로를 깊이 이해해주는 벗으로 이어줍니다.

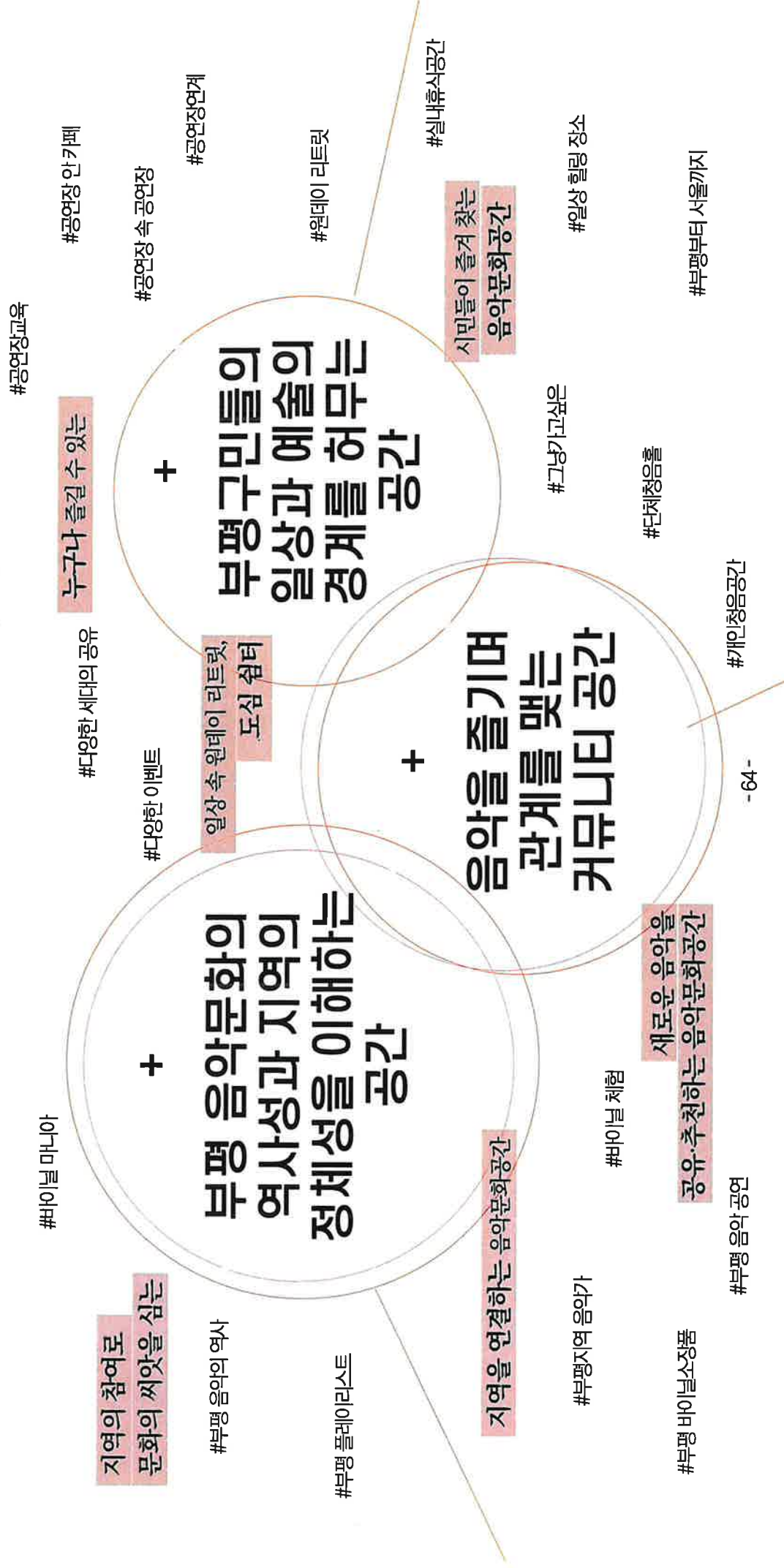
“소리를 통해 서로를 잇는 공간, 그것이 지음知音입니다.”

知音 : 소리를 통해 잇다

키워드 : 음악, 경험, 레트로, 교감, 따뜻하고 감성적인

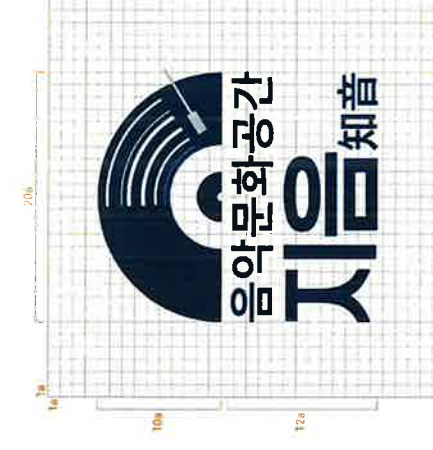
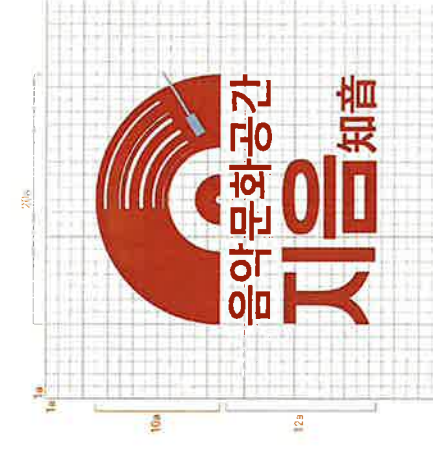
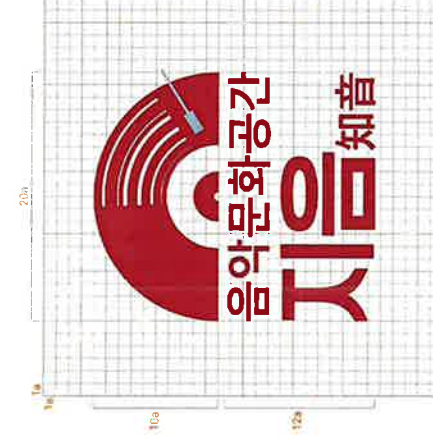
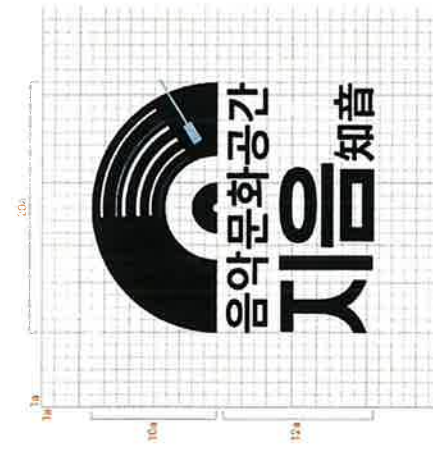
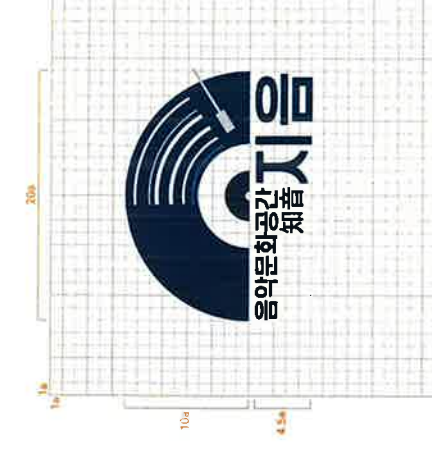
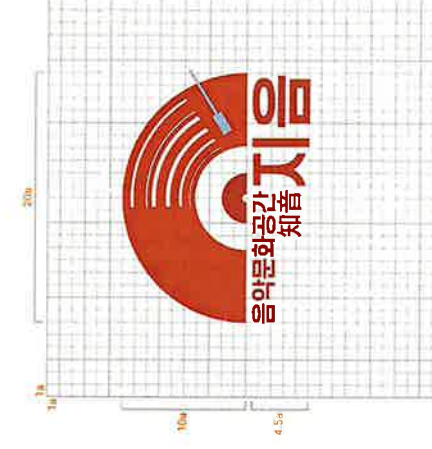
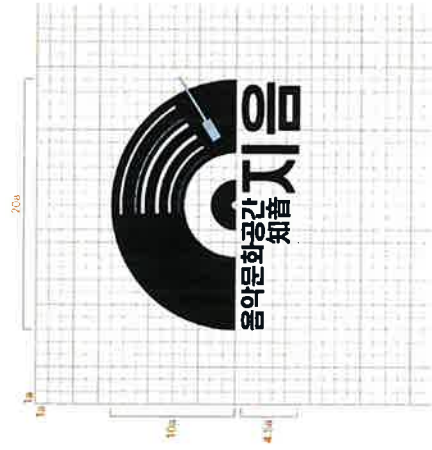
깊은 공감과 소통, 음악으로 서로를 연결해주는 매개  
부평의 음악문화를 만들어가는,

## “음악문화공간 지음知音”





[결정안]



Branding

---

# Signature Menu

1960년대 디저트는 주로 간편하게 즐길 수 있는 것들이 많았습니다.

특히 달콤한 맛을 강조한 아이스크림, 과자류

그리고 커피와 함께 즐기는 디저트들이 인기를 끌었습니다.

그 중에서도 코카콜라는 미군을 통해 전 세계로 퍼져 나간 대표적인 음료이며  
밀크셰이크는 1900년대 미국에서 인기있던 음료입니다.

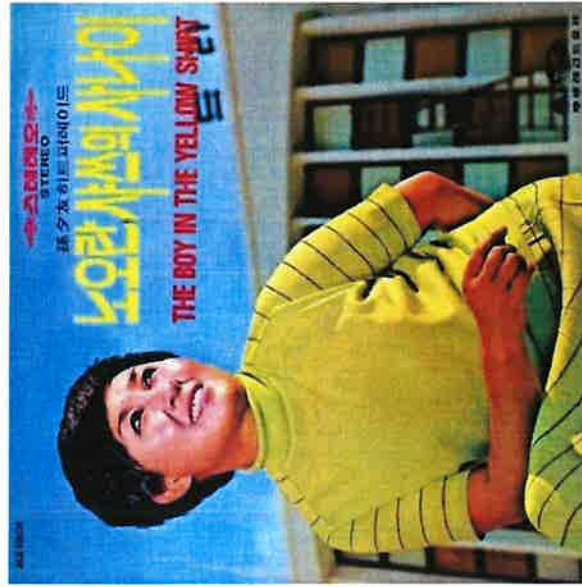


2. 인스턴트 커피는 1940년대 미군의 보급품으로 제공되면서 폭발적인 인기를 얻었다. 특히 2차 세계대전 중 미군과 연합군 병사들의 사기를 높이는 중요한 역할을 하였다.

3. 1886년 탄생한 코카콜라는 1920년 미국 전역에서 금주법이 시행되면서 술을 대신하는 음료로 주목받으며 전성기가 시작되었으며 1968년 한국시장에 공식 진출하였다.



1950-1970년대 미국문화와 한국 대중음악의 감성을  
 줄길 수 있는 다양한 식음료를 부평 에스컴 시티의 대표적인 음악과 연결하여  
 음악문화공간 지음의 시그니처 음료를 제안합니다.



한명숙 : 노란 셔츠의 사나이(1961)



배호 : 돌아가는 삼각지(1967)



이은하(김명길 편곡) : 밤차(1978)





## 노오란 레모니카노

- 커피에 토닉워터를 섞어서 클래식한 커피를 청량감있는 음료로 재탄생
- 탄산이 있는 특징과 시각적인 이미지를 유사하게 하여 그 시절 유행한 콜간을 재해석
- 유리컵에 상징적인 노란 레몬으로 장식하여 노오란 토닉 커피라는 이름으로 제안



## 돌아가는 크림소다

- 1900년대 대표적인 디저트 중에 하나였던 바닐라 아이스크림과 소다수를 이용하여 달콤하고 깔끔한 크림소다 음료 개발
- 시각적으로 체리와 빨간 줄무늬 빨대를 매치하여 돌아가는 크림소다 명칭 제안





## 밤차 바이닐 라떼

- 바닐라 아이스크림과 라떼를 합쳐서 바닐라라떼와 유사한 음료 제안
- 시각적으로 바이닐 모양의 초콜릿을 컵에 꽂아서 어두운 색과 매치된 밤차 바이닐(바닐라)라떼 명칭 제안





노오란 레모니카노



돌아가는 크림소다



밤차 바이닐 라떼