



1 (왼쪽부터) 윤현상재 기획팀의 하강일 디자이너와 최주연 이사, 권혜민 디자이너. 2 철제 아이템 브랜드 레이로우의 갖가지 의자들. 모두 판매하는 물건이다. 3 보물창고에서는 도자 작가의 세라믹부터 나무 도마, 그림, 의자 등 인테리어에 연관된 모든 물건을 살 수 있다. 4 네 번째 열린 보물창고는 서울 논현동 윤현상재 본사와 그 앞의 공터에서 진행되었는데, 골목 곳곳에는 푸드 트럭과 커피를 마실 수 있는 공간도 마련했다. 5 보물창고가 열린 이틀 동안 윤현상재 본사 근처는 사람들로 가득했다.



보물이 풀리는 날 윤현상재 보물창고

집을 아름답게 꾸밀 수 있는 아이템에 관심을 갖는 사람이 늘면서, 작은 라이프스타일 숍도 많아졌다. 그리고 요즘엔 숍을 운영하는 사람들이 모여 마켓을 열기도 한다. 크고 작은 마켓의 종류만 열 가지가 넘을 정도다. 그중 가장 대표적인 마켓은 타일을 수입하고 판매하는 회사 윤현상재에서 기획하는 '보물창고'다. 윤현상재의 보물창고는 2016년 7월, 경기도 광주에 있는 윤현상재 물류 창고에서 처음 열렸다. 인테리어 브랜드의 창고 세일을 콘셉트로 한 첫 번째 마켓은 물류 창고 지역 일대의 교통을 마비시킬 정도로 많은 인파가 몰렸다. 보물창고는 하루 만에 SNS상에서 합리적 가격대의 질 좋은 인테리어 제품을 판매하는 풀리 마켓으로 소문이 났다. 윤현상재는 매 마켓마다 특정 주제를 정한다. 두 번째는 사람들의 호기심을 자극하는 물건을 소개하는 마켓을 콘셉트로 '예쁜 호기심 마켓'을, 세 번째는 인스타그램 속 사람들이 궁금해하는 리빙 브랜드와 '리빙 인 인스타그램'을 주제로 현대백화점과 함께 마켓을 진행했다. 11월 4일과 5일에 열렸던 네 번째 보물창고의 주제는 '익스큐즈 미(Excuse me)'다. 유행이 지난 혹은 쓰던 물건들 중에 쓸모 있고 예쁜 물건을 착한 가격에 판매했다. 셀러는 재고를 정리할 수 있어서 좋고, 마켓을 찾는 사람은 저렴한 가격에 '득템'할 수 있었다. 타일과 마루 등 인테리어 자재를 판매하는 업체부터 가구, 주방용품, 패션, 패브릭, 가드닝 등 인테리어에 관련된 57개 브랜드와 8개의 먹거리 업체까지 65개 브랜드가 참여했다. 서울 논현동 윤현상재 매장 5개 층과 그 앞의 공터가 모두 사람들로 가

득 찼다. 보물창고 마켓을 기획하는 윤현상재의 최주연 이사를 만났다. "소박하고, 정겹고, 가격도 합리적일 것. 그리고 윤현상재가 인테리어 업계에 맞닿아 있는 타일 브랜드인 만큼 디자인 측면을 놓치지 않는 것이 보물창고 마켓의 특징이자 앞으로 나아가야 할 방향이라고 생각해요. 그래서 우리의 콘셉트와 맞춰 함께 진행할 수 있을 만한 브랜드를 직접 찾죠. 마켓에 참여하는 셀러를 공개적으로 모집하는 것이 아니기 때문에 보물창고에 셀러로 참여하고 싶다는 브랜드의 제안에 거절도 많이 하거든요. 그 때문에 '윤현상재는 까다롭다'는 말을 듣기도 하지만 어찌됐어요. 이것을 놓치면 보물창고의 색깔도 사라지는 것일요(웃음)." 윤현상재는 이밖에도 국내 크리에이터들을 위한 전시 공간 '스페이스 B-E'를 마련하고 주기적으로 콘셉트를 바꿔 국내 작가들의 작품을 볼 수 있는 팝업 스토어를 진행하고 있다. 스페이스 B-E에서는 전시를 시작하기 전에 오프닝 행사를 진행하는데, 특별한 사람만 참석할 수 있는 오프닝이 아니라 전시에 관심 있는 사람이라면 누구나 올 수 있다. "타일 회사에서 왜 이런 일들을 하는지 혹은 '이 회사는 뭐하는 곳이길래 마켓도 하고 전시도 하지?'라는 이야기를 들을 때가 있어요. 이런 일들이 회사의 매출에 직접적인 영향을 주지는 않지만 윤현상재 나름대로 집과 인테리어를 주제로 사람들과 소통할 수 있는 창구를 만들고 있는 거예요. 공감과 경험이 중요한 시대니까요."

문의 02-540-0145 @younhyun_bomulchanggo(인스타그램 계정)