

아파트 조경 경쟁 치열

건설업체들 간에 아파트단지 내 조경경쟁이 치열해지고 있다.

최근 주거환경 쾌적성이 아파트 선택에 중요한 잣대로 등장하면서 단지 조경 꾸미기가 새로운 관건으로 떠올랐다. 역세권, 조망권 또는 인근 공원 위치 등이 수요자나 투자자들의 관심사였지만 3박자가 꼭 들어맞는 곳을 찾기란 쉽지 않다. 노른자위 땅을 찾지 못할 바엔 차라리 직접 '공원 같은 아파트'로 꾸민다는 취지다. 이로 인해 프리미엄 차별화가 나타나기도 한다. 이전엔 준공 검사를 받기 위해 형식적으로 나무를 심던 것과는 달리, 수천만원대의 소나무 느티나무 등을 심는가 하면, 아예 단지를 예술품으로 치장하는 공원화 조경이 붐을 이루고 있다. 따라서 조경공사비도 평당 50만원 선을 넘고 있으며, 시설물 등도 고급화되는 추세다. 이는 조경이 잘된 아파트일수록 가격이 올라 입주민들이 선호하는 데다, 아파트 판촉 마케팅에도 유리하기 때문이라고 전문가들은 분석한다.

〈취재 | 왕희삼 기자〉

개성 넘치는 아파트 조경

“한 그루에 2천만원하는 소나무 6그루를 총 1억 2천만원에 구입, 아파트단지 내 경관목으로 심었더니 단지 경관이 완전히 달라졌습니다.” 고(故) 정주영 현대그룹 명예회장이 애착을 가졌던 김포 청송마을 아파트 단지 내에는 다른 단지에서는 찾아볼 수 없는 고목이 입구에 자리 잡고 있다. 이른바 ‘왕회장 소나무’로 불리는 고품스런 경관목이 단지 입구에 심어져, 입주민들의 보호수가 되고 있다.

삼성물산도 지난 1996년부터 조경사업팀을 대폭 강화, 조경시설물을 고급화한 데 이어, 방학동 단지 등에 200년된 느티나무를 심는 등 조경공사비를 대폭 올렸다.

롯데건설 역시 잠원동 롯데캐슬 갤럭시의 지상 주차공간을 최소화해 조경면적을 넓히고 단지 중앙에

공원에서나 볼직한 원형 분수대를 설치, 생동감있는 단지 분위기를 연출했다. 더욱이 단지외곽으로 잘 짜여진 산책로와 연못은 어느 공원과 비교해도 조경에 손색이 없다.

롯데건설의 한 관계자는 “롯데캐슬이라는 브랜드가 고급아파트의 대명사로 자리잡게된 직접적인 이유가 바로 잠원동 롯데캐슬의 조경 때문이었다”면서 “아파트 조경을 공원처럼 꾸며 서초구 랜드마크로 자리잡을 것으로 보인다”고 말했다.

삼성물산 건설부문이 당산동에 지은 시범외인아파트는 지붕에다 조명을 달았다. 푸른색 강물 물결의 이 조명은 어두운 밤이면 빛을 발하면서 강물 흐르는 모양이 된다. 멀리서 봐도 아파트가 한눈에 들어올 수밖에 없다. 한동 밖에 없어 인근에 묻혀버리기 쉽지만 이같은 특징 있는 지붕 설계로 아파트는 화제가 됐다. 아파트 안으로 들어올 때면 색다른 느낌까지

받는다.

용인 구성2차 쌍용 스윗닷홈은 100% 지하주차장의 도입으로 지상부 전체를 조경 및 녹지공간으로 활용했다. 개방감을 확보하기 위해 필로티 구조를 도입한데다 필로티내에는 골프퍼팅장을 만들어 골프애호가들에게 또다른 즐거움을 주고있다.

또한 서울 신정동 현대 7차 아이파크는 형형색색의 보도블록에다 탁 트인 중앙 광장을 분수대까지 설치공원을 방불케 한다. 아파트 외곽을 빙 돌면서 산책로를 만들어 운동과 휴식을 겸할 수 있도록 했다.

인근 부동산중개업소에 선 “일단 아파트를 보고 간 사람들은 웃돈을 더 주고라도 사고 싶어한다”며 “조경이 수요자들의 발걸음을 붙잡기 때문이지 않느냐”며 조경이 잘된 아파트단지의 인기를 설명해 주었다.

유실수 꽃나무 등 사계절 변화에 역점

아파트단지에 가장 많이 식재 되는 나무는 사과나무 등 유실수와 소나무, 벚나무, 느티나무 등이다. 또 최근엔 영산홍이나 진달래 외에 야생화 등 초화류 등도 점차 많아지고 있다. 이는 사계절 변화를 뚜렷하게 느낄 수 있도록 조경을 설계, 시공하기 때문이다.

또 물을 이용한 수변시설이 많이 들어서고, 음행오행 등 생태적 조화 등도 강조되고 있다. 대우건설의

안산 고잔신도시 아파트는 단지 입구에 벽천, 내부에는 실개천이 들어서 주민들로부터 좋은 반응을 얻고 있다.

삼성물산측은 “아파트단지 내 조경은 연령에 관계 없이 누구나 즐길 수 있어야 하고, 수십년이 지나서도 색깔까지 조화를 이루도록 해야 하는 어려움이 있

다”며 자연을 재창출해 살아있는 예술행위로까지 발전해 가는 추세라고 설명했다.

건설업체들이 조경 수목에 대해 차별화를 시도하는 것은 내부 마감재나 주택 평면은 지난 3~4년 동안 눈부시게 발전하면서 업체의 차별성을 살리기 힘든 상태에 이르렀기 때문이다.

쌍용건설 관계자는 “조경이 돋보이면 소비자 인지도를 높이는 데는 크게 기여할 것”이라고 전망했다.



건설업체들이 아파트 조

경에 한층 세심한 신경을 쓰고 주민들간 공동체 문화가 무르익으면서 느리게 사는 즐거움도 알게 되었다.

70~80년대 산업화 시기 주거공간은 뻥뻥이 들어선 높은 아파트로 대표됐다. 그러나 이제는 집은 푸르고 트인 곳에서 느긋하게 향수에 젖을 수 있는 공간이어야 한다는 목시적 합의가 수요자와 주택업체 사이에 퍼지고 있다.

이 같은 건설업체들의 아파트 조경경쟁이 하늘을 찌를 듯 높은 아파트보다 적당한 높이에 휴식공간을 갖춘 여유와 편하게 쉴 수 있는 주택문화로 정착·발전하였으면 한다. ㊦