

레스토랑의 색채환경계획을 위한 기초적 연구

- 식사공간을 중심으로 -

A Basic Study for Environmental Color Planning of Restaurant

홍영란* Hong, Young-Nan

Abstract

Restaurant is a setting for rest and social intercourse for people in the cities, and is essential to provide its users with pleasant and comfort space.

Color is used as a design tool which has most powerful effect to change the nature of a space and atmosphere. As a basic study for desirable environmental color for restaurant, this is studied mainly on the following discussion points.

1) Importance of environmental color and its role in accordance with space characteristics as restaurant.

2) The psychological effects of color on the clients, color conditioning of the dining area, problem of change in the appearance of color in the selection of materials and color harmony of total environments.

3) Prior to color planning in detail, the nature and characteristics each restaurant contains and their correlation with various locational, physical, social, environmental, human variables have been analyzed. And the total atmosphere of the dining area as a place where the clients finally stay has been dealt with various visual, environmental and functional problems of color about fixed elements such as the wall, the floor, the ceiling and semifixed elements such as tables, chairs, etc.

1. 서론

1-1. 연구목적

레스토랑은 도시인의 휴식과 사교를 위한 장(場)으로서 이용객이 즐겁고 편안한 기분으로 식사할 수 있는 장소의 제공이 필요한 공간이다. 레스토랑은 이용객 대다수가 단순한 배고픔을 충족시키기 위해서 보다는 가까운 사람들과의 교제나 담소 등 즐거운 시간을 보내기 위해 이용하는 경우가 많으므로 음식의 맛보다는 주변환경의 질(質)에 대한 욕구나 기대가 큰 편이다. 따라서 사람들은 소위 "분위기"를 찾아다니는 성향을 보이고 있다.

색채는 모든 실내디자인 요소중 이용자의 감각에 직접적으로 어필되는 것으로 소위 좋은 음식점 또는 분위기 있는 곳으로 평가되는 레스토랑은 반드시 좋은 색채계획이 포함되어 있음을 발견하게 된다. 레스토랑에 있어 색채는 미각과도 관련되며 전체환경의 이미지를 결정하는 주요인자로서 색채계획의 실패는 곧 전체의 실패라 해도 과언이 아닐 정도로 색채는 레스토랑의 실내환경에 절대적으로 중요한 위치를 차지한다. 이처럼 레스토랑에서의 색채환경은 그 중요성이 매우 크므로 색채연구를 통한 보다 면밀한 접근방법이 모색되어야 한다. 흔히 색채는 매우 주관적 성향을 띠고 있어 객관적 기준을 모색하기 어려운 디자인 요소로 여기거나, 색채 또한 대다수 사람들의 공분모에 의해 어느 정도의 보편적 기준을 마련할 수 있는 것으로, 감성적 접근보다는 보다 논리적이고 이성적인 원칙이 마련되어야 하는 것이다. 따라서 본 연구는 색채가 레스토랑의 기능을 돕고 아울러 이용자에게는 매우 편안하고 안락한 장소가 되기 위한 실제적 도구로 사용될 수 있도록 하기 위해 그 기초적 방향을 제시하는데 목적이 있다.

1-2. 레스토랑의 개념 정의 및 연구범위

레스토랑의 넓은 의미로는 "식사와 음료를 섭취하는 장소"로서 이는 사교 및 후생서비스를 제공하는 상업시설을 포함하는 것이다¹⁾. 레스토랑이라는 용어는 근자에 이르러 일정규모를 가진 모든 음식점을

< 표 1 > 레스토랑의 분류

분류	항목
서비스 방식	테이블서비스, 카운터 또는 바서비스 카페테리아서비스
영업방침	대중, 일반 또는 고급레스토랑
시설의 유형	호텔레스토랑, 피레스스토랑, 스토아레스토랑, 와인바, 나이트클럽, 패스트푸드
메뉴범위	고급요리, 정식메뉴, 한정메뉴
취급품목	피자, 햄버거, 치킨, 생선요리, 스테이크, 민속음식
영업스타일	비스트로, 카페, 커피, 브라스리
소유권	체인, 개인 또는 프랜차이즈레스토랑

Fred Lawson, 1987, Restaurant Club & Bar, London; The architectural press. p.2

1) Fred Lawson, 1987, Restaurant Club & Bar, London; The Architectural Press, p.2

* 정회원, 수원전문대 건축장식과 강사

충청하는 용어로 변화되고 있는 추세이나, 본래는 양식(洋食)을 제공하는 서구식 개념의 음식점을 칭하는 것으로 그 기능과 형식에 따라 서로 다른 <표 1>과 같이 분류된다. 레스토랑은 업종 및 업태에 따라 서로 다른 상품과 서비스를 제공해야 함에도 불구하고, 레스토랑 사업이 높은 경쟁력과 변화가 많은 구조를 가지고 있어 그 구분이나 경계가 모호하며, 이에 대한 정의나 종류에 대한 명확한 한계를 갖기는 어려운 속성을 가지고 있다.

따라서 본 연구에서 다루고자 하는 레스토랑은 알콜 및 가무(歌舞)가 포함되지 않은 식(食), 음료(飲料)를 주로 서어비스하는 일반적 개념의 서구식 레스토랑의 그 범위를 한정하고자 하며, 공간적 범위는 이용객들이 머무는 최종적 장소 즉 식사공간을 중심으로 한다.

2. 레스토랑과 색채환경

초기의 레스토랑은 육체적 에너지를 회복하기 위한, 문자 그대로 단순한 음식물을 섭취하기 위한 장소로 이용되어 왔다. 그러나 레스토랑의 기능이 점차 사람들이 서로 만나고 담소하는 장소라는 사회적 기능의 성격을 띠게 됨에 따라 경영주들은 음식의 맛과 아울러 서어비스 및 분위기 창조의 중요성을 인식하기 시작하였고, 점차 이들간의 밸런스를 맞추어 가며 서서히 발전시켜 왔다. 20C 이후의 레스토랑은 “분위기”가 좋은, 좋은 음식과 서어비스를 포함하여 여전히 중요한 경영목표로 받아들여져 왔으나 최근에는 이것이 각 레스토랑간의 치열한 경쟁으로까지 돌입하기에 이르렀다²⁾.

요즘은 레스토랑 디자인은 극장(theater)³⁾과 같은 혹은 무대디자인(stage design)과 같은 것이 되어야 한다⁴⁾고 관련디자이너들은 말하고 있다. 그만큼 현대인들은 레스토랑에 대해서 감각을 추구하며 새로운 어떤 기대감을 구하고자 하는 경향을 보인다. 이들이 레스토랑에 대해서 중요하게 생각하는 것은 전반적인 분위기로 음식의 맛이 절대적으로 중요한 속성이라고 생각하지 않는다. 사람들은 레스토랑에서 즐거운 식사경험과 아울러 기분좋은 시간을 보내기 원하는데, 이는 좋은 분위기속에서의 휴식을 포함하는 것이다⁵⁾. 따라서 레스토랑은 이용객들이 복잡한 일상사에서 벗어나 육체는 물론 정신까지 회복될 수 있도록 이들의 작업환경이나 사무환경과는 다른 분위기를 창출한 필요가 있다. 분위기(ambiance)는 일상적으로 흔히 사용되는 용어이긴 하나 매우 포착하기 어려운 디자인 목표로써 공간내에 어떤 “느낌(feel)”을 부여하는 것으로 이는 공간내의 시설 및 서어비스와 함께 모든 관련된 디자인 요소를 포함하는 것이다⁶⁾. 색채는 공간의 성격과 분위기를 창조하는데 있어 가장 핵심적인 디자인 도구로 사용되며 레스토랑의 실내환경에 있어서는 그 중요성이 더욱 크다고 할 수 있다. 타당성 있게 선택된 색채는 주변환경을 더욱 매력적으로 만들어 줌으로써 공간의 이미지를 높여줌과 아울러 사람들의 감성에 어필하며 무의식적으로 그들의 마음과 행동을 조절하게 된다.

레스토랑에서 색채의 우선적인 기능은 환영무드와 함께 우호적인 분위기를 조성하여 고객으로 하여금 즐겁고 편안한 기분이 들도록 하고, 그들로 하여금 좋은 이미지를 갖게 하여 다시 찾아 올 수 있도록 하는 것이다. 나아가 다른 사람에게 추천할 수 있다면 더욱 성공적이라 할 수 있다. 레스토랑의 세부적인 색채계획은 각 레스토랑의 조건 및 특성에 따르게 되나 공통적으로 다음과 같은 기준에 의거하여 실시되어야 한다.

- 색채는 대다수 이용자의 감성에 부합되어야 한다.
- 사람들은 성(性), 연령, 지위, 학력 등 개인적, 사회적 특성에 따라 기호색이 다르게 나타나므로 주요 고객층의 욕구와 기대에 어울리는 색채를 선택한다.
- 색채는 레스토랑의 이미지와 서어비스를 반영하여야 한다.
- 즉, 상품 및 경영방침과 어울려야 하고 건축과 공간형태 및 장식스

타일과도 부합되어야 한다⁷⁾. 색채는 타당한 이유로 선정되어야 하고 실제적 목적을 위한 것이어야 한다⁸⁾.

- 색채는 동시대의 경향을 반영해야 한다.

모든 레스토랑은 각기 나름대로의 개성을 갖지 않으면 안되나 색채는 레스토랑의 개성을 손상시키지 않는 범위내에서 어느 정도 표준에 의해 선택하는 것이 좋다. 지나치게 색다르거나 이국적인 색채는 그 독특함으로 하여 일시적인 호기심을 끌 수 있으나 곧 사람의 마음에서 멀어지고 만다⁹⁾. 반대로 시대감각상 뒤떨어져 있는 색채도 피해야 한다. 최근에 선호되는 색을 반영하는 색채계획은 레스토랑에서 가장 좋은 분위기를 창조하고 현대적인 감각을 낳고 판매되는 상품과 조화될 수 있다¹⁰⁾.

- 변화하는 고객의 욕구에 대응할 수 있어야 한다.

현재 이용자에게 훌륭한 평가를 받는 색채환경이라 해도 시간의 흐름에 따라 관심도 퇴색해 갈 수 있다. 현대인들은 과거세대의 고객에 비해 쉽게 식상해하며 늘 새로운 것을 추구한다. 레스토랑의 생명주기는 5년에서 7년 정도로¹¹⁾, 5년 이내에 많은 실내디자인 요소들은 물리적으로 낡게 되고, 스타일은 더 이상 인기를 얻지 못할 정도로 충분히 변화된다. 따라서 언제나 새롭고 참신한 감각으로 고객을 맞이할 자세가 되어야 한다.

- 유지 및 관리에 소홀함이 없어야 한다.

레스토랑은 음식을 취급하는 장소이니 만큼 청결 및 위생적인 관리가 필수적이다. 더러움을 타기 쉬운 부분이나 얼룩이 생기기 쉬운 재료는 그만큼 세심한 배려가 필요하다. 차체에 관리가 어려운 재료는 신중히 선택하고 더러움이 연상되는 애매모호한 색채를 지닌 재료선택은 하지 않도록 한다.

3. 레스토랑 색채계획의 기본원리

3-1. 색채와 고객심리

내부공간의 색채는 사람들의 주변을 둘러싸고로서 이들에게 공간적, 시간적으로 더욱 가깝게 접촉되어 있어 인간의 정서에 미치는 영향이 매우 크다 할 수 있다. 레스토랑은 다른 상업시설에 비해 고객이 머무는 시간이 길어 공간의 분위기는 음식 못지 않은 중요한 상품이 되고 있다. 의도적이든 아니든 레스토랑내의 모든 디자인 요소와 환경조건은 심리적 기제로써 작용하게 되는데 이는 곧 사람의 감정과 행동에 영향을 주게 된다. 따라서 색채의 선택은 이들의 심리적 영향을 고려하여 주의 깊은 배려를 할 필요가 있다. 고객은 레스토랑내에서 오래 머물러 있거나 곧 떠나 버리거나, 화려함 또는 부드러움을 느끼거나, 또는 어떤 행동을 취하거나 아니면 은밀한 장소로 자신의 몸을 숨기거

- 2) Alejandro Reynaldo, 1987, Restaurant Design, NY; PBC International Inc., p. 10
- 3) Edie Lee Cohen and Sherman R. Emery, 1984, Dining by Design, NY; Van Nostrand Reinhold Co., p.63
- 4) E.P.Danger, 1987, The Color Handbook, Gower Technical Press Ltd., p.328
- 5) Frank H. Mahnke and Rudolph H. Mahnke, 1987, Color and Light in Man-made environments, NY; Van Nostrand Reinhold Co., p.102
- 6) Alejandro Reynaldo, 앞의 책, p.14
- 7) E.P.Danger, 앞의 책, p.348
- 8) 위의 책, p.345
- 9) 위의 책, p.329
- 10) 위의 책, p.361
- 11) Edie Lee Cohen and Sherman R. Emery, 앞의 책, p.63
이는 레스토랑의 유형 및 이용자 특성에 따라 더욱 높아질 수 있다.

나 할 수 있는데, 이는 모두 디자인 적용에 의한 결과로 볼 수 있다¹²⁾.

이처럼 색채의 속성을 바꿈에 따라 사람들은 정서적으로 변할 수 있는 것으로, 한 공간내에서 사람들에게 지각되는 색채현상은 그 공간에 대한 감정반응 및 심리현상과 관련되는데 이것은 레스토랑의 성격과 고객의 욕구에 적합하게 표현되어질 때 좋은 분위기가 형성되는 것으로, 디자이너는 색채와 인간간에 작용하는 위의 메카니즘을 이해할 필요가 있다.

• 색상

스펙트럼상의 색채들은 대체로 두가지 분위기 즉, 난색(暖色) 계열(warm colors)과 한색(寒色) 계열(cool colors)로 분류할 수 있다. 난색은 매우 활력적이고 사교적인 느낌을 공간에 부여하는 한편, 한색은 차분하고 안정된 느낌을 주는 것은 주된 사실로서, 사람들의 일반적인 색채에 대한 심리적 결과나 반응을 보면 레스토랑에서는 난색의 사용이 유리한 편이다. 그것은 난색이 사람과 주변환경을 아름답게 하고 감정을 고양시키며 원심적 행동을 일으킴으로써 구매활동과 함께 이용자의 회진율을 높이는 등 많은 이득을 제공하기 때문이다. 따라서 중(中), 저가(低價)의 레스토랑이나 사교적 모임을 위한 공간에는 난색계의 실내환경이 매우 잘 어울린다.

그러나 비즈니스 상담을 위한 고객이나 릴렉스를 위한 공간 등 고급 레스토랑에서는 한색계의 사용이 유익할 수 있다. 한색은 구심적 성향을 띠는 색채로서 주의가 안으로 집중되며 타인에게 방해되는 행동을 억제시켜 주므로 조용하고 격조높은 공간을 형성하는데 도움을 줄 수 있기 때문이다. 이밖에 중간색계(中間色系)와 무채색 계열은 난색이나 한색에 비해 특정한 감정효과를 주지 않으므로 보다 중립적이고 모던하며 새련된 공간분위기를 조성하고자 할 때 효과적으로 사용될 수 있다. <표 2>는 색채와 관련된 감정반응의 예를 보여 주고 있다.

<표 2> 색상과 감정효과

감정반응	색상	대비
흥분(Exciting)	선명한 빨강	강
	선명한 오렌지	
자극(Stimulation)	빨강	중
	오렌지	
즐거움(Cheering)	밝은 오렌지	중
	노랑	
자제(Retiring)	따뜻한 회색	약
	차가운 회색	
	밝은 초록 밝은 파랑	
휴식(Relaxing)	파랑	약
	초록	
차분(Subduing)	자주	중
중립(Neutralizing)	흰색/은백색	약
	회색	

Tom porter and Byron Mikellides, 1976, Color for Architecture, London;Studio vista, p.104

• 밝기

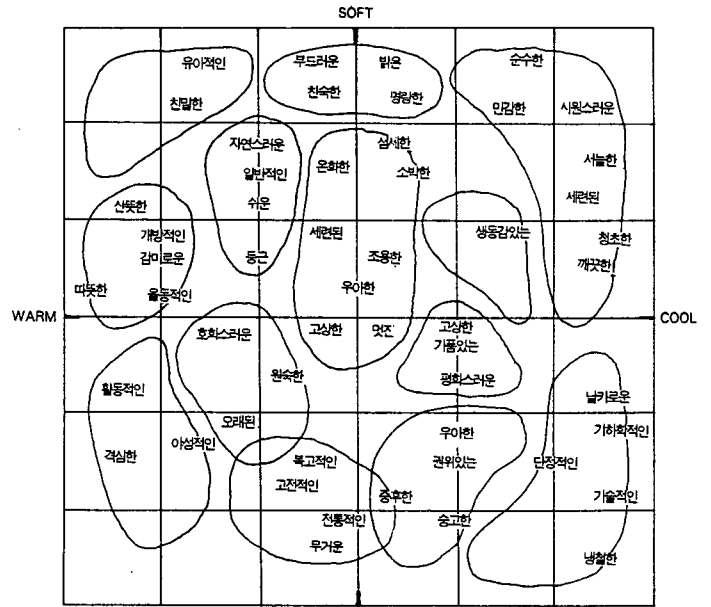
색채가 사람에게 작용하는 정서적 효과는 색상뿐 아니라 그 색상의 밝기의 정도에 따라 달라진다. 즉 같은 색상이라 해도 톤(Tone)의 변화에 따라 매우 다른 느낌을 부여하게 되는데 색채이미지나 심리반응도 이러한 색조(色調)의 차이에 따라 그 느낌이 고조되기도 하고 상쇄되기도 한다. 그러므로 색이 인간에게 미치는 영향은 색상보다 밝기가 더욱 중요할 수 있다.

우선 밝은 색채로 조성된 환경에서는 일반적으로 활동이 증대되고 동작이 기민해지며 관심이 외부로 향하게 되는 원심작용(centrifugal

action)이 생긴다.

이러한 환경은 긍정적이고 우호적인 느낌을 주게 되며 사람들도 활동적 행동과 함께 즐거운 마음으로 유도된다. 이에 반해 색채의 톤이 낮아지면 주변환경은 아늑한 느낌을 주어 차분하게 휴식을 취할 수 있게 되나 구심작용(centripetal action)이 형성되어 사람들은 행동적이기 보다는 내부로의 집중이 촉진되는 경향을 보인다¹³⁾.

최근에는 레스토랑이 밝은 톤으로 변화하는 경향이이며 밝은 색채는 거의 모든 공간에 바람직한 환경을 제공해 준다고 볼 수 있다. 그러나 지나치게 밝은 색은 오히려 바람직하지 못하다. 밝은 색일수록 표면의 반사율도 커져 시각적으로 피로감을 줄 뿐 아니라 심리적으로 안정적이지 못하기 때문이다. 반면, 지나치게 짙거나 어두운 색은 음식을 서어비스하는 레스토랑의 색채로서는 기능적으로나 심리적으로 적합하지 않으므로 넓은 면적의 사용은 지양하는 것이 좋다. 레스토랑은 고객에게 편안하고 인락한 기분으로 식사 및 대화할 수 있는 장소를 제공해야 하는 것으로, 각 레스토랑의 색채는 그 기능과 성격에 알맞는 반사율을 유지시켜 최적의 상태로 만들어 줄 필요가 있다. <그림 1>은 색상과 밝기의 정도에 따른 색 이미지를 표현할 것이다.



KBS 학생색채연구소 편, 실용배색, 1991 (참안자 : 小林重順)

<그림 1> 색채이미지 스케일

3-2. 색채와 미각

색채는 음식의 맛이나 신선도 등의 판단에 영향을 주게 된다. 아무리 맛있는 음식이 제공된다 하더라도 이를 둘러싸고 있는 주변환경이 미각을 돋구지 못한다면 사람들은 음식의 맛을 제대로 느끼기 어렵고, 이는 레스토랑의 좋지 않은 이미지를 주게 된다. 물론 음식의 맛이 레스토랑에서 최종적인 목적은 아니라 하더라도 레스토랑은 음식물을 서어비스하는 장소이니 만큼 제공된 음식이 먹음직스러워 보이도록 하고 또 먹는 것이 맛있어 보이도록 시각환경을 조절할 필요가 있다¹⁴⁾. 사람은 모든 감각을 통해서 주변환경에 대한 이미지를 구축하게 되는 것으로 식사와 사교, 휴식 등은 같은 공간과 시간 속에서 이루어지는 것이므로 색채계획시 통합된 하나의 개념에서 다루어야 한다.

심리학적 연구에 의하면 색과 식욕은 직접적인 관련이 있으며 색자극에 의한 반응도 알려져 있는데 일반적으로 난색은 인간의 자율신경

12) Regina B. Baraban and Josept F. Durocher, 1989, Successful Restaurant Design, NY; Van Nontrand Reinhold, p.51

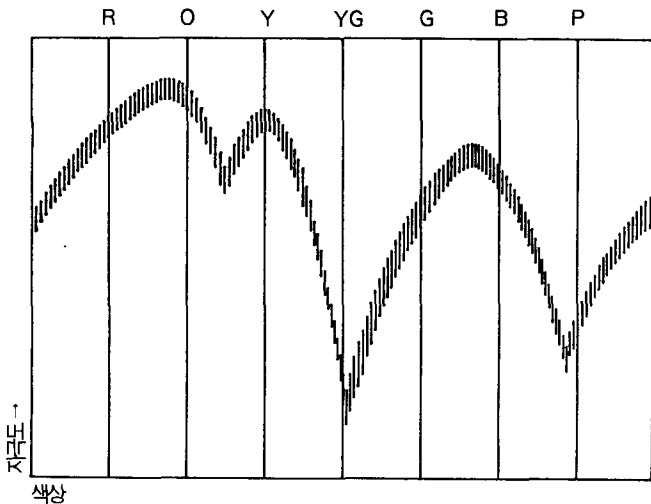
13) Faber Birren, 박 홍외역, Light, Color and Environment, 기문당, p. 56, 123

14) E.P.Danger, 앞의 책, p.150

제를 자극하여 식욕을 향상시키는 한편, 한색은 이를 보완시켜 식욕을 저지시키는 것으로 나타났다¹⁵⁾. 스택트럼상의 색중 가장 식욕을 자극하는 색은 주홍색(red orange)과 오렌지(orange)계열의 색으로 <그림 2>, 이들 색은 레스토랑에 가장 유풍한 환경을 조성하는 색으로 알려져 있는데 주색(朱色, vermilion), 홍학색(flamingo), 산호색(coral), 복숭아색(peach), 호박색(pumpkin) 등이 여기에 속한다. 노랑색(warm yellow, high yellow)도 레스토랑에 매우 잘 어울리는 색으로 알려져 있다¹⁶⁾. 한색계열은 난색계열의 색에 비해 식욕을 자극하지는 않으나 음식물의 배경색으로 사용하여 좋은 효과를 보기도 한다. 물색(aqua), 맑은 녹색(clear green), 특히 청록색(turquoise)이 레스토랑에 적합한 색으로 알려져 있다.

<그림 2>와 <표 3>을 보면 같은 계열의 색이라 해도 식욕을 돋구는 색이 있는가 하면 식욕을 떨어뜨리는 색도 있음을 알게 된다. 이는 명확히 규명하기는 어려우나 상대적 개념으로 볼 때 색의 특성이 뚜렷한 색에 비해 모호하고 둔한 색조는 식욕에 도움을 주지 못하는 색으로서, 레스토랑내에서 어중간한 채도와 명도의 속성을 함께 가진 색들의 조합은 그다지 바람직하지 않음을 알 수 있다.

이처럼 식욕과 관련된 색이라 해도 각 색채는 특음음식에 더욱 잘



F. Birren, 1963, Color for Interiors, NY; Whitney Library of Design, p.187

<그림 2> 색채와 식욕의 자극관계

<표 3> 식욕과 관련된 색채

	특 징	추천 색	살가할 색	적 용
파랑	· 음식과 잘 어울린다. · 넓은 면적사용은 차가운 느낌	물색		육류, 생선요리의 배경색
청록	· 음식과 잘 어울리며 파랑보다 생동적 · 피부색을 아름답게 한다.	청록색		육류의 배경색
초록	· 식욕을 자극하는 색	맑은 초록	올리브 그린 황록색	샐러드
노랑	· 모든 음식과 잘 어울린다.	밝은 노랑	겨자색	
오렌지	· 음식과 매우 잘 어울린다.	주홍색 호박색	등황색	빵, 육류
갈색	· 음식과 잘 어울린다. · 밝은 색조가 좋다.	베이지색 등갈색		커피
빨강	· 음식과 가장 잘 어울리고 식욕을 돋구는데 최적	산호색 朱色 홍학색	지홍색	육류
분홍	· 식욕을 돋구는데 매우 적합한 색 · 피부색을 아름답게 한다.	복숭아색		육류, 생선요리

E.P.Danger, 1987. The Color Handbook, Gower Technical Press LTD, pp.151 - 153

어울리는 경우가 있으므로 색채의 사용은 그 레스토랑에서 취급하는 음식의 색과 이미지에 일치하고 부합될 때 최상의 효과를 얻게 되는 것이다. 그러므로 색채의 적용이 레스토랑의 성격 및 특성과 상치될 경우에는 오히려 고객이 외면하게 되는 결과도 발생할 수 있다. 단품 요리(피자, 생선요리, 커피 등)만을 전문으로 하는 레스토랑은 그 상품의 이미지에 어울리는 색채의 선정에 더욱 관심을 기울여야 한다.

3-3. 색채와 재료

실내색채는 사용된 재료의 표면색으로 나타나게 되는데 이들은 단색과 균질화된 표면만으로 구성되어 있는 것은 아니다. 모든 재료는 그 종류의 다양성 만큼이나 외양을 지니고 있는 성질도 각기 다르다. 이들 재료는 색상뿐 아니라 각기 다른 질감과 패턴에 따라 본래의 색과는 다른 모습으로 지각되기도 한다. 실내공간의 색채사용에 있어 빠뜨릴 수 없는 요소는 이들 재료에서 발생하는 시간적, 촉각적 인지들로서, 내부는 사람들이 근접한 거리에서 이를 지각하게 되므로 사용재료의 표면적 특성이 그대로 노출되므로 색상뿐 아니라 재료가 주는 느낌도 공간의 분위기를 형성하는 중요한 단서가 된다.

레스토랑의 색채계획에서 무엇보다도 중요한 것은 고객만족으로 고객이 좋아하는 분위기가 하이테크(high-tech)인지, 자극적인지, 동시대적인지에 따라 재료의 선택도 달라지게 된다. 그러므로 디자이너는 이들 재료가 지니고 있는 속성과 그것의 외면적 결과가 다른 재료와 함께 3차원의 공간에 적용될 때 어떤 상태로 표현될 지를 미리 파악하고 사용할 필요가 있다.

• 광택있는 재료¹⁷⁾

스테인레스 스틸, 알루미늄, 크롬, 구리 등과 같은 금속재나 유리, 대리석 등과 같은 재료는 거울면과 같이 주변의 색이나 빛을 반사하여 본래 가지고 있는 색과는 다른 표면색을 띠게 되는데 색상에 관계없이 표면의 명도가 낮고 채도가 높을수록 광택은 강하게 느껴진다¹⁸⁾. 광택 있는 재료에서 발생하는 반짝거림은 공간에 활기와 호화로움을 주는데

15) Faber Birren, Color for Interiors, NY; Whitney Library of Design, p.189

16) Frank H. Mahnke and Rudolph H. Mahnke, 앞의 책, p.102

17) 광택재료는 질감의 한 유형(딱딱하고 매끄러운 질감)에 포함되나 여기서는 질감적 성격보다는 반사적 속성을 다루고 있다.

18) 日本色彩學會編, 1981, 色彩學會ハンドブック, 東京; 東京大出版會

레스토랑에서는 어느 정도 이러한 빛의 반사효과도 필요하므로 자주 사용되는 재료이다. 그러나 테이블 상면이나 바닥, 벽 등과 같이 면적이 커질 경우에는 인근에 있는 색채를 반사하거나 섬광을 일으켜 이것이 시각적 불쾌감과 함께 생리적 피로를 야기하는 수도 있다. 따라서 실내에서는 광택이 있는 면은 너무 크지 않도록 하거나 반(半)광택재의 사용이나 조명의 위치를 조정하는 방법 등이 강구되어야 한다.

● 질감

질감은 재료 자체가 지니는 솔직한 표현으로서 같은 색상과 재료에서 변화와 다양성을 경험한다는 점에서 매우 흥미롭다. 질감은 촉각에 의해서 뿐 아니라 시각을 통해 감촉의 질을 감지할 수 있으므로 이의 적절한 사용은 기타의 장식 없이도 공간에 매우 아름다운 시각적 효과를 줄 수 있다. 질감에 대한 인식은 주로 감각의 느낌에서 비롯되는 것으로 이는 빛과 그들의 효과에 의해서 거침, 매끄러움, 딱딱함, 부드러움 등 여러가지 방법으로 보여질 수 있으며 모든 재료는 표면상태에 따라 <표 4>와 같이 분류할 수 있다. 사람들은 색채와 함께 질감에 대해서도 매우 민감한데 한 공간내에서는 서로 다른 질감적 특성이 혼합 사용되어 감각의 균형을 맞추는 것이 중요하다.

레스토랑 디자인에서 주의할 점은 청결과 이의 유지문제로 거친 질감의 표현은 먼지와 얼룩에 의한 오손의 우려가 크므로 사람들이 접촉하지 않는 범위에 사용하는 것이 좋다. 사람들의 접촉이 많은 테이블, 가구 등은 매끄러운 질감으로 닦기 쉬워야 한다.

● 패턴

패턴은 운동감과 리듬감을 표현하여 줌으로써 활력적인 느낌과 아울러 공간에 성격을 부여하게 되므로 실내에서의 패턴 사용은 매우 광범위하게 나타난다. 패턴은 카펫이나 직물, 벽지 등과 같은 재료에 주로 많이 사용되며, 장식적 효과를 위해 짜임이나 프린트, 양각, 음각 등 다양한 방법으로 디자인되기도 한다. 배경으로서의 패턴은 일정거리에서 보면 하나의 단일색으로 보이거나 색채사용이 자극적이지 않은 것이 좋다. 그러나 장식적 목적으로 사용되는 패턴은 색채나 모티브의 선택에 있어 보다 자유로울 수 있는데, 일정거리가 확보된다면 크고 대담한 패턴의 사용도 가능하다.

패턴은 무엇보다도 공간의 스케일과 비례에 맞아야 하며 지나치게 많은 패턴의 적용은 주의를 산만하게 하고 눈의 피로를 야기할 수 있다. 패턴의 모티브는 레스토랑의 분위기 및 다른 디자인 요소와 어울리는 것으로 해야 하며, 이밖에 메뉴나 유니폼, 차양막 등에 적용하여 레스토랑의 성격과 서비스를 표현하는 아이덴티티(identity)로서 이용자에게 시각적 이미지를 높이기 위한 방법으로 사용되기도 한다¹⁹⁾

3-4. 전체환경의 조화

사람들이 레스토랑에서 느끼는 색채에 대한 인상과 이미지는 색채

<표 4> 질감의 분류

질감유형	재 료	특 성
부드럽고 거친 질감 (soft rough texture)	러그(rug)	· 울퉁불퉁한 표면은 빛의 흡수로 실제보다 더 어두워 보이며 그 결과 관찰자에게 근접한 느낌을 준다. · 따뜻한 느낌을 준다.
부드럽고 매끄러운 질감 (soft smooth texture)	벨벳, 카펫, 실크, 가죽, 직물류	· 빛의 반사로 광택과 그들이 표현되어 공간에 운택한 느낌을 준다. · 색채가 매우 다양하다 · 딱딱한 표면의 배경하에 사용하면 좋다.
딱딱하고 거친 질감 (hard rough texture)	벽돌, 자연석, 콘크리트	· 강하고 날카로운 질감효과로 제한된 범위내에(한쪽 벽면) 사용하는 것이 좋으며, 색채의 강조는 더이상 필요없다. · 직접광에 의해 효과는 배가된다. · 부드럽고 거친 질감과 사용하여 대비효과를 주기도 한다. · 뚜렷한 질감을 주는 돌출된 인상을 완화하기 위하여 매끄러운 질감의 배경이 필요하다
딱딱하고 매끄러운 질감 (hard smooth texture)	대리석, 유리, 금속, 타일	· 차가움과 수수한 느낌을 주므로 부드러운 마감재로 완화시켜야 한다.

Fred Lawson, 1973, Restaurant Planning & Design, Hampshire; Architectural Press, pp.107-109

와, 다른 색과의 병치에 있어서 차지하는 면적비, 놓여진 위치 등에 의해 형성된다²⁰⁾. 레스토랑의 분위기는 적절한 색채의 조화와 균형속에서 비롯되는 것으로, 중요한 것은 변화와 다양성을 추구하면서도 지나치게 혼란스럽지 않은 질서있는 색채계획이라 할 수 있다. 레스토랑은 다른 공간에 비해 어느 정도의 자극과 활력이 요구되지만 이것은 지나치게 많은 색을 사용하거나 독특한 결과를 의미하는 것은 아니다. 자극이 과하면 불안감을 주어 안정되지 못하고, 자극이 약하면 무기건조한 환경이 되는 것으로, 인간의 안락감과 윤택함은 변화하고 순환하는 자극의 적당함속에서 유지되는 것이다²¹⁾. 그러므로 레스토랑의 색채계획은 양극단에 치우치지 않는 질서와 균형의 범주내에서 고려해야 한다.

● 색채조화

색채조화에 대해서는 많은 연구가들에 의한 실험연구가 있는데 여러 가지 색채조화 방법중 유사조화와 대비조화는 색상환상에서 중간정도의 다른 색들간의 조화보다 더 윤택한 결과를 가져다 준다는 것이 일반적인 정설이다. 즉, 색의 속성이 아주 밀접하게 연관되거나 정반대가 되는 색들 사이에서 조화가 생기고 그밖의 어중간한 색들 사이에는 조화를 느끼지 못한다는 것이다²²⁾.

색채조화는 색상뿐 아니라 명도와 채도의 조절하에서 적절한 환경이 이루어지는 것으로 이러한 색의 3속성을 근거로 한 색채의 조화방안은 <표 5>와 같이 정리할 수 있다.

<표 5> 색의 3속성에 의한 색채조화

색채조화	유사조화	색상	· 난색 - 따뜻함, 활기, 시교적 · 한색 - 차가움, 차분, 안정감
		명도	· 고명도 - 밝음, 우아, 여성적 · 저명도 - 무거움, 침울
		채도	· 고채도 - 강렬, 자극적 · 저채도 - 차분함, 은근함
	대비조화	색상	· 자극적, 활기, 생동감
		명도	· 명량, 풍부, 명쾌함
		채도	· 긴장감, 화려함

박은주 편저, 1989, 색채조화의 기초, 미진사, p.279

19) Fred Lawson, 1973, Restaurant Planning & Design, Ham

20) 박기홍, 1980, 실내공간디자인의 색채조화와 배색에 관한 연구, 홍익대학원 석사학위논문, p.23

21) Faber Birren, Light, Color and Environment, p.41

22) Faber Birren, 김화중역, 색채심리, 동국출판사, p.242

유사조화는 색성간의 차이보다는 오히려 유사성을 강조함으로써 하나의 부드러운 조화상태를 표출하는 것으로 “우아” 또는 “은화” 한 느낌으로 표현될 때 실내공간에서는 매우 안정되고 바람직한 상태로 나타난다. 대부분의 사람들은 이러한 유사조화에 대하여 호의적인 반응을 보이는데 낮은 연령층보다는 성인층의 선호도가 높은 편이다.²³⁾ 그러나 유사성이 지나치게 강조되면 차칫 단조로운 환경이 될 수 있으므로 유사색상인 경우 명도나 채도 등에 어느 정도의 대비가 필요하다. 대비조화는 서로 대비되는 속성들을 선택함으로써 공간에 시각적 변화와 함께 자극을 주는 방법으로 유사조화에 비해 활력적이고 적극적인 분위기를 낳는다. 여성보다는 남성이, 성인보다는 연령층이 낮을수록 이러한 배색을 좋아하는 것으로 나타난다.²⁴⁾ 대비조화의 경우에도 하나의 속성이 강하게 대비될 때 전체적 환경이 쉽게 싫증날 우려도 있으므로 다른 속성을 통해 이를 완화시켜 줄 수 있도록 조절되어야 한다.

● 면적조화

색채조화는 색의 면적과도 관계가 있으며 이는 주로 채도와 관련되어 있다. 모든 디자인 원리에는 지배적 요소와 종속적 요소가 있듯이 배색에도 면적의 크기에 따라 위계적 질서를 갖는 것이 바람직하다. 큰 면적의 색은 사람에게 보여주기 위한 색이라기 보다 둘러싸는 색이기 때문에 의식해서 사람의 주의를 끌게 되는 색은 바람직하지 않으므로 그 자체가 너무 강조되지 않는 것이 좋다. 반면 작은 면적은 강한 색을 사용해 그 색상의 시각적 인상을 부각시키는 것이 중요하다. 결국 면적의 크기와 채도의 관계는 반비례하는 것이 일반적인데 레스토랑에서는 다른 공간에 비해 다소 채도를 높여도 무리는 없을 것이다. <표 6>은 면적비 구성에 따른 색채계획의 지침을 보여주고 있다.

<표 6> 면적비에 따른 색채계획

	고려할 사항	색 채	적용범위
주조색	· 레스토랑의 이미지 · 레스토랑의 유형 및 특성 · 주변환경과의 조화 · 이용자의 기호 · 분위기	· 사람과 물체의 배경색 · 색채심리 · 색채지각 · 전체환경이미지	벽, 바닥, 천장 등 넓은 부위의 면적
보조색	· 레스토랑의 이미지 · 레스토랑의 유형 및 특성 · 이용자의 기호	· 사람과 물체의 배경색 · 주조색과의 조화 (유사조화, 대비조화) · 색채심리 · 색채지각 · 전체환경이미지	테이블(식탁보), 의자, 키타비품
악센트색	· 레스토랑의 이미지 · 레스토랑의 유형 및 특성 · 장식적 효과	· 색채심리 · 주조색, 보조색과의 조화 (대비조화) · 색채연상 · 유목성, 시인성 · 전체환경이미지	장식대, 장반, 문틀, 기둥, 차양막, 기타 장식적 요소

→필자 작성

4. 레스토랑의 색채 디자인

앞에서 서술한 색채의 기본원리는 레스토랑의 바람직한 환경을 위한 가이드라인으로 이는 각 레스토랑을 위해 실제적으로 적용되어야 한다. 색채는 레스토랑이 갖고 있는 지역특성, 위치, 규모 등과 같은 환경적 물리적 조건 및 레스토랑 고유의 성격에 따라 주의 깊게 선정되어야 한다. 색채는 그 자체로 많은 메시지를 담고 있으므로 레스토랑이 추구하는 이미지나 분위기 또는 경영방식과 일치하는 것이어야 하며, 이것이 올바르게 전달되지 않았을 때의 색채는 레스토랑 고유의 기

능을 돕지 못할 뿐 아니라 이용자의 관심에서도 멀어지는 결과를 낳게 된다.

4-1. 레스토랑의 특성에 따른 디자인

4-1-1. 위치

레스토랑의 성공적인 경영전략을 위해서는 우선 그것이 위치하는 지역특성과 레스토랑의 업태(業態)가 일련의 연관성을 갖고 있어야 하지만, 레스토랑 디자인 또한 주변환경과 어울려야 하는 것이다. 여기서의 위치 또는 주변환경이란 지리적, 물리적, 사회적 요인을 망라하는 것으로, 위치는 곧 주 고객의 심리적 양상(psychograph)을 파악할 수 있는 단서²⁵⁾가 된다. 따라서 레스토랑은 지역특성에 맞는 고유의 디자인이 필요하다. 만일 디자이너가 이전의 성공적이었던 색채개념을 새로운 레스토랑에 적용하려 한다면 그 결과는 실패할 확률이 높다. 왜냐하면 특정지역을 위한 디자인 개념이 다른 지역에 그대로 적용될 수 있는 것이 아니기 때문이다.²⁶⁾

4-1-2. 이용자의 특성

레스토랑은 장소나 위치 등에 따라 이용고객이 불특정 다수인이 될 경우도 있으나 대개는 특정그룹에 의해 고객층이 형성되므로 레스토랑을 이용하는 주 고객의 성격을 파악해야 한다. 즉, 누가 얼마나 오래 머무르며 그들이 이곳에서 바라는 것이 무엇인가를 알아야 한다. 고객은 성(性), 연령, 직업과 같은 사회인구학적 속성에 따라 원하는 분위기가 다르고 행동특성이 달라진다.

또한 사람들은 장소나 거리(距離)와는 상관없이 자신의 이미지와 일치하는 레스토랑을 찾게 되는데, 결국 레스토랑의 분위기는 어느 정도의 고객의 유형을 한정하게 되고 이들의 행동특성도 디자인에 영향을 받게 되는 미묘한 함수관계를 갖는다.

4-1-3. 레스토랑의 서어비스 방식

테이블서어비스 레스토랑은 비교적 체류시간이 길고 고객도 시간적 여유를 갖고 안락함 속에서 대화와 식사를 하기 원하므로 자극적인 환경보다는 차분하고 미묘하고 부드러운 색채를 사용하여, 이완되고 휴식적인 분위기를 제공해 주는 것이 좋다. 이에 반해 셀프서어비스 레스토랑과 같이 이용시간이 짧고, 회전율이 높은 레스토랑은 밝고 선명하고 따뜻한 색채의 사용이 적합하다²⁷⁾. 그러나 지나치게 원색적인 색채는 실내환경을 평범하고 값싸게 보이게 할 수도 있으므로 주의한다. 최근에는 셀프서어비스 레스토랑도 파스텔조의 색조를 사용하여 분위기를 부드럽게 하는 경향이 있는데 이는 레스토랑의 색채가 기능적 해결에 중점을 두기 보다는 이용자의 감성에 호소하는 것이 더욱 유리하다는 것을 보여주는 예(例)일 것이다.

4-1-4. 레스토랑의 등급

고급레스토랑은 개성적인 분위기를 원하는 세련된 고객의 요구를 만족시켜야 하는데 이곳을 이용하는 사람들은 평범한 것을 기대하지 않으므로 미묘하고 격조높은 색이 요구된다. 일반레스토랑은 대다수 사람들의 기호에 맞추는 것이 중요하므로 누구에게나 친숙함을 줄 수 있는 단순한 색채의 사용이 필요하다²⁸⁾. 레스토랑의 분위기는 색채뿐 아니라 재료에 의해서도 많은 영향을 받게 되는데, 생활의 향상과 더불어 대다수 이용객들은 음식의 가격과는 상관없이 고급화(高級化)된 레스토랑을 선호하는 경향을 보이며 이는 앞으로도 계속될 전망이다.

23) 박돈서, 1986, 한국현대건축의 색채계획방법론, 서울대학교출판부, p.44

24) 위의 책, p.45

25) Regina S. Baraban and Josept F. Durocher, 앞의 책, p.4

26) Edie Lee Cohen and Sherman R. Emery, 앞의 책, p.8

27) E.P.Danger, 앞의 책, p.355

28) 위의 책, p.355

4-1-5. 개방성 여부

최근의 레스토랑은 밝고 개방적인 경향으로 옮겨가 전진장으로 통해 외부의 전망을 받아들이는 곳이 많이 생겨나고 있다. 내부와 외부공간이 시각적으로 연결되어 있으면 중간에는 많은 자연광이 유입되기 때문에 내부의 색채가 어두워지면 시각적 피로가 가중되므로 밝은 색채를 사용하여야 한다. 또한 사람들도 외부환경에 관심을 갖게 되며, 외부인들도 안을 들여다 볼 수 있으므로 실내의 식채도 어느 정도 주변 환경과 조화되는 색채로 하는 것이 자연스럽고, 이런 경우 지나치게 자극이 강한 색보다는 단순하고 명료한 색으로 하는 것이 좋다. 자연 환경은 계절에 따라 색조가 변화하므로 내부의 색채도 여기에 맞게 조절하면 더욱 흥미있는 공간이 될 것이다.

반면 외부와 차단된 레스토랑은 이용자의 시각이 내부로 한정되므로 폐쇄된 기분이 들지 않도록 장식적 요소를 사용하여 주변환경에 불거리를 제공해 주는 것이 좋다. 즉 공간내부에 흥미를 갖도록 디자인한다.

4-1-6. 규모

색채의 지각은 표면적의 크기뿐 아니라 거리에 의해서도 변화한다. 즉 면적이 커지면 색채의 명도와 채도도 높아지고, 거리가 멀어지면 채도가 낮아 보이고 명도는 높아 보인다. 그러므로 색채는 공간의 규모와 그것을 바라보는 고객의 위치에서 어떻게 지각되는가를 예측하고 선택해야 한다. 규모가 큰 공간에서의 주요 표면은 질감이나 패턴 또는 색채의 변화를 통해서 비개인적이고 단조로울 수 있는 공간을 피할 수 있다²⁹⁾. 규모가 작은 공간은 그 이미지를 보다 선명하게 표현할 필요가 있는데 밝고 명쾌한 색을 선택하고 장식적 요소는 가능한 배제하는 것이 좋다.

4-2. 식사공간 디자인

4-2-1. 바닥

레스토랑의 바닥은 단순히 걷기 위한 표면이라기 보다는 고객의 입장에서 생각해 봐야 하는 것으로³⁰⁾, 아름다운 바닥은 시각과 함께 보행시의 감촉(및 청각)을 통해 공간에 대해 첫 인상을 만들며, 이들에게 환영하는 느낌을 전달해 줄 수 있는 매체가 된다. 바닥재는 레스토랑의 서비스 성격에 따라 각 특성에 맞는 재료를 선택하게 된다. 즉 테이블서비스 레스토랑은 매력적인 외관과 안락감, 호화로움을 느끼게 하기 위해 카펫과 같이 부드럽고 흡음성 높은 재료를 사용하며, 셀프서비스 레스토랑은 손님의 높은 회전율에 의한 바닥의 오손의 우려가 높으므로 보다 내구력 있는 재료를 선택하게 된다. 그러나 이 경우에도 단단한 재료보다는 어느 정도 탄력성 있는 재료를 선택하여 보행시 소음 감소와 함께 외양상의 질을 높이는 것이 중요하다.

이와 같이 바닥의 외관은 레스토랑 디자인에서 중요한 고려사항으로 마감상태나 표면이 늘 좋은 외양을 유지해야 한다. 즉 최소의 노력으로 최상의 상태가 유지되도록 하는 것이 중요하다. 바닥표면의 마모나 결함은 레스토랑의 환경과 그 지역의 빈번한 통행량에 의하며 이의 원인은 집기의 이동과 물, 기름, 먼지, 음식부스러기 등에 의하게 되는데 이러한 더러움과 얼룩 등을 시각적으로 노출시키지 않기 위해서는 단일색보다는 패턴이나 재료자체에 무늬가 있는 마감재를 사용하는 것이 더욱 실제적이고 시각적으로도 아름답다.

색채는 중간색 또는 중명도의 색이 좋다. 흔히 바닥의 결점을 완화하기 위해서는 어두운 색이 더욱 적합하다고 여길지 모르나 어두운 색은 전체 공간을 어둡게 하고 공간지각에도 도움을 주지 못하므로 바람직하지 않다.

4-2-2. 벽

벽은 고객을 에워싸는 수직표면으로서 여러가지 예술품이나 조명, 그리고 실외의 조망까지 제공하는 가장 흥미있는 공간요소로³¹⁾ 사람들이 의식하든 않든 간에 벽은 부대장치의 역할을 하게 되며 이것이

주는 분위기는 고객의 정서에 중요한 영향을 끼치게 된다³²⁾. 적절한 색채와 질감 그리고 건축과 어울리는 재료의 선택은 사람과 가구 등에 긍정적인 결과를 제공하며, 이같이 잘 조화된 벽은 이용자 모두에게 만족감을 주게 된다.

벽면처리는 미적이면서도 실제적이어서야 하는데 어느 정도의 시각적 흥미가 요구되기도 하고 차분하고 편안한 수동적인 벽이 요구되기도 한다. 패턴이 되어 있는 벽지나 직물, 나무의결, 노출구조벽 등은 벽을 장식하기 위해 사용되는데 이는 공간에 생동적인 리듬을 부여하게 된다. 그러나 벽의 주요기능이 장식의 목적에 있는 것은 아니므로 거친 질감이나 강한 패턴의 사용은 한쪽 벽면으로 한정하거나 부분적으로 사용하는 것이 좋다. 벽은 사람과 가구의 배경으로 특히 사람의 피부색이 돋보일 수 있도록 해야 하는데 여성은 자신의 모습이 돋보이지 않는 장소에서는 오래 머무르려 하지 않기 때문에 이점은 무척 중요하다. 따라서 배경벽의 색채는 지나치게 밝거나 어두운 색은 피하고 차분하고 안정된 색채를 기초(基調)로 하는 것이 바람직하다.

벽은 재료에 따라 습기나 마찰, 굽힘 등에 의해 손상의 우려가 높은 경우도 있으므로 벽 하부(1,030mm)나 통로공간(1,420mm)에서는 보다 내구력 있는 재료를 사용하여야 한다³³⁾. 이밖에 기둥이나 파티션, 커튼 등도 벽과 같은 수직요소로 눈에 쉽게 띄는 부분으로 벽의 색과 대비를 주어 장소성 및 시각성을 부여하거나 아니면 벽과 같은 방식으로 처리하여 일체된 분위기를 줄 수도 있다.

4-2-3. 천장

천장은 다른 부분에 비해 이용자의 시각적 범위에서 벗어난다는 이유와 함께 조명, 흡음, 통풍 등과 같은 기술적 처리문제가 포함되므로 디자인적 요소는 상대적으로 소홀히 취급하는 경향이 있으나, 실내공간의 분위기는 어느 한 부분이 전체와의 조화와 어긋나 있으면 그 시각적 가치가 떨어지게 되므로 전체환경의 일부분으로 다루어야 한다. 천장색채는 무엇보다도 조명색과 그 디자인과의 관련성에서 고려해야 하는데, 조명효율과 심리적 측면에서 볼 때에는 밝은 색조가 좋다.

천장은 벽과 바닥에 비해 디자인상 표현의 범위가 넓으며 레스토랑의 크기와 천장고가 높아짐에 따라 고객의 시선에 잘 들어와 구조적인 처리와 마감재로에 따라 일반적으로 잘 사용되지 않는 어두운 색이나 여러가지 색상을 사용하기도 한다. 작업공간에서의 어두운 천장은 불쾌감을 주지만 장식적인 요소가 가미되어야 하는 상업공간에서는 어두운 색의 천장도 용납할 수 있으며 경우에 따라서는 매력적인 요소가 되기도 한다³⁴⁾. 단 이때 천장에 사용된 색채가 아래로 반사되면서 전체공간에 나쁜 영향을 주지 않아야 한다.

4-2-4. 테이블, 의자

레스토랑내에서 손님이 가장 밀접하게 접근할 수 있는 개인적 경험을 제공하게 되는 부분으로 질감, 색채, 그리고 각 요소간의 균형은 디자인 과정에서 함께 고려해야 한다³⁵⁾. 테이블과 의자는 벽이나 바닥 같은 고정적인 요소에 비해 색채의 활용도가 높으며 식사공간의 전면적 역할을 차지하게 됨으로써 전체환경의 이미지를 좌우할 수 있는 주요요소로 작용한다. 따라서 이의 디자인은 고객이 공간을 어떻게 지각하고 또 얼마나 머물게 될지에 영향을 주게 된다.

테이블과 의자는 배경이 되는 벽면등에 대해 어느 정도의 대비도를 주는 것이 시각적으로 아름답다. 커피숍이나 패스트푸드점과 같은 곳

29) Fred Lawson, 1973, Restaurant Planning & Design, p.96

30) Regina S. Baraban and Josept F. Durochar, 앞의 책, p.74

31) 위의 책, p.76

32) Ray Faulkner, Sarah Faulkner, 1975, Inside Today's Home, Holt reinhart and wloston, NY, pp.293~294

33) Fred Lawson, 1973, Restaurant Planning & Design, p.131

34) Faber Birren, Light, Color and Environment, p.41

35) Regina S. Earaban and Josept F. Durochar, 앞의 책, p.64

에서는 테이블과 의자를 동일색과 재료로 단순하게 처리하기도 하는데 이 경우에도 테이블 상면과 의자의 테두리, 시트 등에 색채의 변화를 주는 것이 좋으며 이는 공간지각에도 도움이 된다.

식탁 및 식탁보는 식탁위에 놓여지는 접시, 냅킨, 식기류에 대한 캔버스의 역할을 하므로 무엇보다도 식욕을 돋구어 주는 색으로 해야 한다. 특히 식탁보는 레스토랑의 이미지를 강한 인상을 남기게 되는데 이의 변화만으로도 실내공간은 완전히 달라질 수 있게 된다. 따라서 색상이나 패턴, 질감 등은 레스토랑의 이미지와 어울려야 하고 변식이나 내구성 등에 신경써야 한다. 흔히 식탁보는 전체공간의 색채조화와 상관없이 흰색으로 하는 경우가 많은데 흰색은 깨끗하고 위생적인 이미지를 주며 어떤 환경색채와도 적용할 수 있는 성격을 지니고 있으나, 한편으로는 메마르고 단조로운 감도 줄 수 있으므로 시각적 요구가 더욱 큰 상업공간에서 굳이 흰색만을 고집할 필요는 없다고 본다.

5. 결론

최근에는 생활수준의 향상과 더불어 여가시간의 증대 및 외출기회의 증가에 따라 외식의 기회가 많아지고 있으며 외식산업은 대규모 비즈니스의 한 부분으로 자리잡아 가고 있다. 레스토랑은 바쁜 현대인들에게는 오아시스와 같은 휴식처로서 잠시나마 이들의 몸과 마음을 재충전시킬 수 있는 환경적 요구가 필요한 공간이다. 색채는 많은 디자인 요소중 개인의 심미적 안락감과 정신적 이완작용을 위해 가장 유효하게 사용되어지는 디자인 도구로서, 기능충족보다는 감성충족에 더욱 많은 배려가 필요한 레스토랑에서는 매우 중요한 역할을 하게 된다. 색채는 한 공간의 이미지를 바꾸어 놓을 수 있는 가장 빠르고 쉬운 방법으로 사용되어질 수 있는데, 레스토랑의 색채계획은 다음과 같은 사항들이 고려되어야 한다.

- 레스토랑이라는 공간적 특성에 따른 색채환경의 중요성과 역할
- 색채가 고객에게 미치는 심리적 영향과, 질감 및 패턴 등과 같은 재료적 속성에 의한 색채의 변화, 레스토랑에 따른 올바른 색채의 선택과 이것이 위치하는 주변환경과의 조화가 요구된다. 즉, 지역적, 사회적, 환경적 특성과의 관계성 및 고객의 미묘한 심리와 욕구에 대한 대응, 아울러 레스토랑의 물리적인 조건, 즉 규모나 개방성 정도에 따른 색채의 조절문제를 다루어야 한다.
- 식사공간은 모든 손님들이 식사와 아울러 만남과 고제, 휴식 등이 이루어지는 장소로서 레스토랑의 분위기를 결정하는 공간인 만큼 벽, 천장, 바닥 등은 물론 이용자의 시각적, 촉각적 접촉이 가장 많은 테이블과 의자 등의 색채나 질감에 각별히 신경을 써야 하는데, 이는 전체적인 공간으로서의 유기적 관계에서 고찰해야 한다. 즉 사람들에게 심리적인 안정감과 편안함, 음식을 먹는데 있어 시각적인 즐거움을 줄 수 있는 배려가 필요하다.

이를 위해서는 개인적이고 주관적인 판단에 의한 색채기준보다는, 보다 객관적이고 이성적인 작업에 기초한 색채계획이 필요하며, 이를 위해서는 각 레스토랑에 따른 이용객들의 색채기호나 선호에 관한 분

석이 요구된다고 하겠다.

• 레스토랑은 항상 청결한 상태로 유지, 관리되어야 한다. 이를 위해서는 재료 및 색채의 표면상태에 항상 관심을 갖고 살펴 보아야 하며 얼룩이나 마모 등의 여부를 확인한다. 또한 레스토랑은 타공간에 비해 변화의 요구가 빠르므로 언제나 고객에게 어필될 수 있는 새로운 감각이 환경이 필요하다.

참고문헌

1. Alejandro Reynaldo, Restaurant Design, NY; PBC International Inc., 1987
2. By the Editor of INTERIOR Magazine, The Interior Books of Shops & Restaurants, NY; Whitney Library of Design, 1981
3. Edie Lee Cohen and Sherman R. Emery, Dining by Design, NY; Van Nostrand Reinhold Co., 1984
4. E.P.Danger, The Color Handbook, Gower Technical Press Ltd, 1987
5. Faber Birren, Color for Interiors, NY; Whitney Library of Design, 1963
6. _____, 색채심리, 김화중역, 동국출판사, 1987
7. _____, Light Color and Environment, 박홍의역, 기문당, 1989
8. Frank H. Mahnke and Rudolp H. Mahnke, Color and Light in Man-made Environments, NY; Van Nostrand Reinhold Co., 1987
9. Fred Lawson, Restaurant Planning & Design, Hampshire; Architectural Press, 1973
10. _____, Restaurant Club & Bar, London; The Architectural Press, 1987
11. John F. File, Interior Design, Harry N. Abrams Inc., 1988
12. Maitland Grave, The Art of Color and Design, 배만실편역, 이대출판부, 1991
13. Regina S. Baraban and Josept F. Durocher, Successful Restaurant Design, NY; Van Nostrand Reinhold, 1989
14. Tom Portor and Byron Mikellides, Color for Architecture, London; Studio Vista, 1976
15. 日本彩色學會編, 色彩學會ハントブック, 東京: 東京大出版會, 1981
16. 박기홍, 실내공간디자인의 색채조화와 배색에 관한 연구, 홍익대학교원 석사학위논문, 1980
17. 박돈서, 한국 현대건축 의장의 색채계획방법론, 서울대학교원 박사학위논문, 1986
18. 박은주편저, 색채조형의 기초, 미진사, 1989
19. KBS 한국색채연구소편, 실용배색, 1991

(접수 : 1993. 10. 26)