



인테리어 강좌

조명 . 사인 계획

1. 조명 계획

가. 조명기구의 종류와 분류

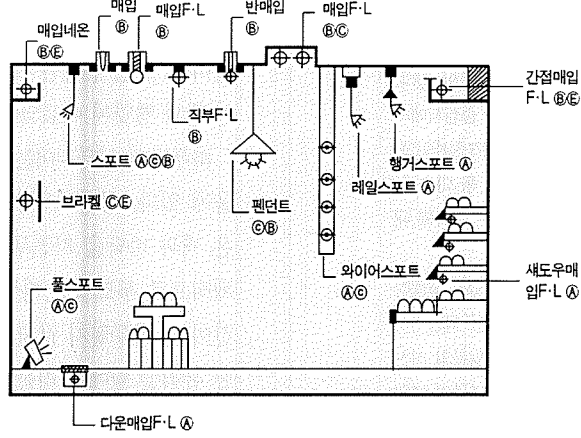
일반적으로 조명이라 함은 전기를 공급받아 격류 또는 교류로 변환되어 전기에너지를 빛으로 전환시키는 기구이다. 빛으로 변환되는 과정에서 기구를 통하여 빛과 열에 방출된다. 빛이 열보다 많은 것은 전력 소모량이 적고 전력이 적은 것이 전기 소모량도 적은 것은 기본적 사항이며 빛의 조사방식과 기구의 형태에 따라 그 용도가 각기 특성을 갖게 된다.

〈표 1-1〉 각종 램프의 데이터 및 적용도

명칭	종류 및 특성	사용공간	전력(W)	BASE & 평균 수명(hr)
STANDARD LAMP	투명, 유백색 실리카	일반가정	30W	E-27
INCANDESCENT LAMP	일반백열전구	레스토랑	40W	1000~
일반 백열 램프	일반가정, 상업용 목적으로 경제적 사용	공공장	60W	1500(hr)
	유백색, 실리카 → 눈부심, 그림자 방지		75W	
			100W	
			150W	
			200W	
GLOVE LAMP	직경에 따라 크기 다양	가정 현관	25W	E-14
불 필프	35mm ~ 95mm	레스토랑	40W	E-17
	장식적 목적으로 많이 사용		60W	1000~
	눈부심 없이 부드러운 빛 발산		100W	1500(hr)
REFLECTOR LAMP(R-LAMP)	유리구 내부 상부에 반사기 처리	효과적 조명을 요하는 방	60W	E-27
반사 램프	스포트용으로 다양하게 사용	넓은 공간	100W	1000~
		쇼윈도우	150W	1500(hr)
		판매장		
		접대실		
		아케이드		
PAR/BEAM LAMP	프레스된 유리구 상부에 반사처리	열에 민감한 상업	60W	E-27
파 필프	스포트 용	중 디스플레이	80W	1500~
	바람, 비 등에 강하여 옥외용으로도 사용 가능	일반 스포트용	120W	2000(hr)
	COOL PAR-LAMP로부터의 열 발생을 25% 가까이 줄일 수 있음	옥외용	300W	
할로겐램프 (MR-16)	다이크로미 반사편이 부착되어 광선에서 발생하는 열의 66%를 감소시킴	재과점	50W	E-11
	열에 민감한 전사물 조명용으로 이용됨	백화점	75W	GX5.3
	저볼트(12V)용으로 경도가 높다	미술관		1000(hr)
		박물관		
		보석점		
		쇼윈도우		
		디스플레이		
KRYPTON LAMP	에너지 효율이 좋아 백열전구에 비해 10% 에너지 절전	일반가정	40W	E-17
크립톤 램프	직지안 백열전구에 비해 동등한 파워로 일반조명의 소비를 개선	백화점	60W	2000(hr)
		쇼윈도우		
		전시장		
		재과점		
		백화점		
할로겐램프(PAN)	할로겐가스의 수환을 이용	미술관	50W	GY6.35
편 할로겐 램프	전구의 흑화 방지	레스토랑	75W	750~
	높은 효율, 뛰어난 연색성으로 각종 전시물의 하이리이트 액센트 조명으로 많이 사용	식품점	100W	1000(hr)
		전시장	150W	
		무대조명	250W	
		재과점		

나. 조명기구의 용도 분류

각 조명의 주 사용 용도는 앞 항의 〈표 1-1〉을 참조하면 알기 쉬우나 재과점의 용도에 대해서는 특징적인 것이 없으므로 디자이너나 업주의 의견과 방향을 최대한 수렴하여 계획한다. 단지 그 방식이나 설치장소에 대한 용도 분류는 아래와 같다.



- A : 디스플레이 및 제품 조명용으로 주로 사용
- B : 매장 전반조명으로 사용
- C : 포인트 조명으로 강조될 부분에 사용
- D : 좌석 및 분위기 조성용으로 사용
- E : 분위기 조성용으로 사용

다. 대체 조명기구 및 연출 방법

대체 조명기구라 함은 기존의 등기구를 이용하여 각종 재과점이나 반사경 도구를 이용하는 것이다. 즉 매입할로겐 하부에 에칭거울을 행거식으로 달아놓으면 할로겐 등 기구는 보이지 않고 거울의 에칭된 부분으로 빛이 연출된다.

새로운 조명기구를 디자인하여 제작하는 데는 가격, 기간, 제작방법, 기술면에서 적지 않은 문제가 발생한다. 주로 대체 조명기구는 형광등과 백열등을 조명원으로 하여 1차 또는 2차 구조물이나 장식·장치물을 병합하여 직접적인 조사 방식을 간접이나 반간접, 매입간접으로 전환하여 대체하게 되며 와이어나 금속구조물을 이용하여 일반 조명기구를 부 착시키는 경우도 많다.

또한 조명기구가 아닌 사인용의 네온관이나 광섬유 파나

목차

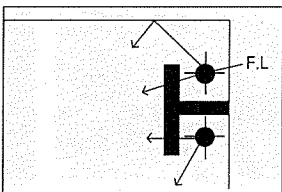
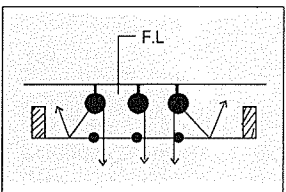
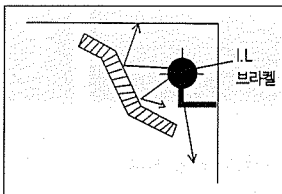
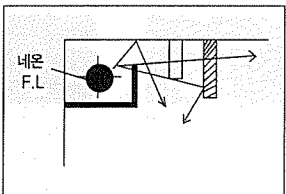
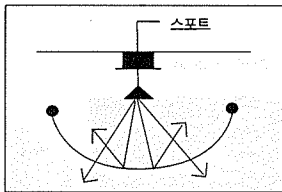
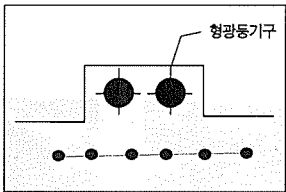
- | | |
|---------------------|------------------------|
| 1. 개점 사전준비 계획 | 8. ① 조명 계획 |
| 2. 매장 공장 설계 계획 | ② 사인 계획 |
| 3. 복합점 설계 계획 | 9. 색채 계획 |
| 4. 매장 & 공장설계 체크 포인트 | 10. P.O.P 광고물 이벤트 홍보계획 |
| 5. 가구 집기 계획 | 11. ① 마감재료 |
| 6. ① 전기 조명 설비 계획 | ② 도난방법 계획 |
| ② 상 하수 설비 계획 | ③ OPEN체크리스트 99 |
| 7. 가스 냉난방 설비 계획 | 12. 가상화 (제과점) |



김성민 실장(메카디자이너)

플렉스를 이용하는 경우도 고려해 보면 새로운 분위기를 연출할 수 있다.

몇 가지 예를 들면 아래와 같다.



라. 기타

조명기구의 선별시 주안점은 소요되는 전력량과 적절한 조명기구의 선택이다. 또한 앞번호에 기재한 전기조명기구 라인을 따라 조명계획을 한다면 가변적으로 조절되므로 관리하기에 따라서 전력 소모량과 조명기구의 수명 연장이 지속될 수 있다.

너무 실험적인 조명의 연출은 자칫 분위기를 해칠 수가 있다. 또한 현란하거나 색깔이 있는 램프도 좋지 않다.

결론적으로 자연 빛에 가까운 파장을 갖는 조명기구를 주로 사용하되 제품을 살릴 수 있는 조명 기구와 방식을 택하여야 실패요인을 줄일 수 있다.

2. 사인 계획

사인 계획(간판 계획)은 제과점의 생명이며 1차 이미지 라인이므로 각별히 주의를 기울여야 하며 보이는 느낌과 읽혀지는 글씨에 대하여 느껴지는 감정적 요소까지도 민감하게 신경써야 할 부분이다. 최소의 투자로 최대의 효과를 노리는 방법과 형태에 대한 지대한 노력이 필요하며 각 지역에 맞는 독특한 공간적 요소를 창출하기 위해서는 업주의 의견과 일치되는 요소를 갖는 전문가적 시각에서 디자인을 행해야 성공적인 매장얼굴을 가질 수 있는 확률이 높다.

가. 주간판 계획

파사드(건물외부·매장외부)는 일반 개인 즉석 제과점의 경우 매우 중요한 디자인 요소 중에 하나이다. 유동인구가 많은 곳은 그만큼 상권이 발달되어 있으므로 주변의 상황에서 그만큼 눈에 띄기가 어렵다. 따라서 강한 이미지를 갖거나 전혀 독특한 형태의 디자인이 요구되거나 새로운 사인 방식이면 집점시킬 수 있는 강한 요인이 된다. 또한 주택가에 위치해 있는 제과점은 다분히 정적이면서 부드럽고 중간 정도의 톤을 갖는 친근감이 있는 외부를 갖는 것이 유리하다.

대학가 앞이나 젊은 세대가 많은 곳은 획기적인 디자인이나 실험적인 요소를 가미해야 되고 최근 유행사조인 분위기의 외부도 가능하다.

아파트 밀집 지구는 중동적인 디자인에 친근감이 넘치고 거부감 없이 같이 생활하는 이웃같은 느낌을 유지하는 것이 포인트다.

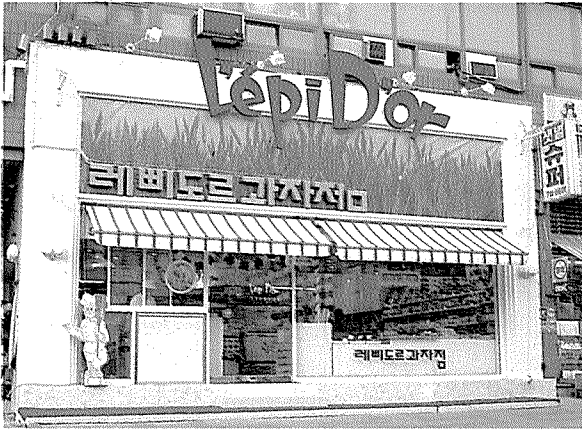
오피스 단지나 시내 중심 업무 지구는 되도록 차분하고 중간 정도의 톤으로 디자인하되 일부 충격적인 요소도 필요로 한다.

역 앞이나 터미널 등 대부분의 고객이 유동인구의 지역은 특별한 디자인 보다는 글씨를 주로 돋보이게 하는 디자인이 유리하다.

중요한 것은 타업종의 매장에 비해 어둡거나 색조가 난해하거나 촌스러우면 안되고 로고나 마크가 눈에 띄는 디자인

을 선택하고 기사도나 명시도를 분명히 예상하여 디자인에 체크한다.

외부의 밝기나 부드러움은 적절한 조도를 선택하나 지역에 따라서는 최대 조도를 택하고 3중 4중 사인 방식의 다변형 시스템을 갖는 경우 계절이나 시간대별로 색다른 분위기를 연출할 수 있다.



〈사진1〉 분당 레베도르
일반적인 사인 / 조명(투광기+네온매입), 로고(잔닐+EVA)



〈사진2〉 김영모 과자점
가변적 시스템 사인
조명(파나플렉스+네온+투광기+형광등), 로고(잔닐+EVA+커팅슈트)

파사드 디자인 방향의 포인트는 스타일이다.

아메리칸 스타일·이태리 스타일·프랑스 스타일·독일 스타일·어번 스타일·시티 스타일 등 여러가지가 있으며 이중 한 가지의 스타일이 잡히면 클래식, 모던, 포스트 모던 등 시대적 디자인 컨셉이 결정되고 그 분위기에 맞는 재료(돌, 나무, 유리, 비닐, 금속, 철, 타일 등)를 선정하고 최후에 컬러나 형태, 조합, 조명기구를 선택한다.

즉 최초의 외부포인트가 기본 평면 설계 후 먼저 진행된다면 내·외부가 조화되어 살아 움직일 수 있게 되는 것이다.

최근에는 로고와 심벌이 최소화되고 이미지만 강조되는 디자인이 많이 나타나고 있으며 패셔너블한 디자인의 파사

드도 많이 전개되고 있다.

나. 돌출 간판 계획

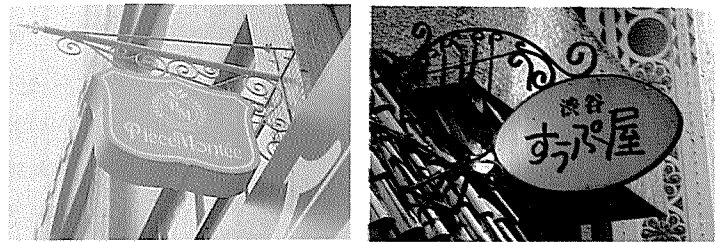
돌출 간판은 전면 파사드나 입면 간판보다는 대부분 높이 걸쳐지게 되며 주로 글씨를 알리는 목적이 크므로 절제된 디자인에 제과점의 상호와 마크가 돋보이게 하면서 기본 전달 사항을 최대한 살려내야 하는 것이 포인트다.

대부분의 제과점은 주로 메인 돌출 사인을 건물 외부 코너 쪽에 전면 사인 부위에 별도로 소형 돌출 사인을 계획하는데 대부분 한글자로 된 돌출 사인이지만, 앞으로는 새롭고 발전된 디자인으로 기존의 빵자 돌출보다는 보다 세련된 감각으로 알리고자하는 글씨와 조화되는 방향으로 전개되어야 한다.

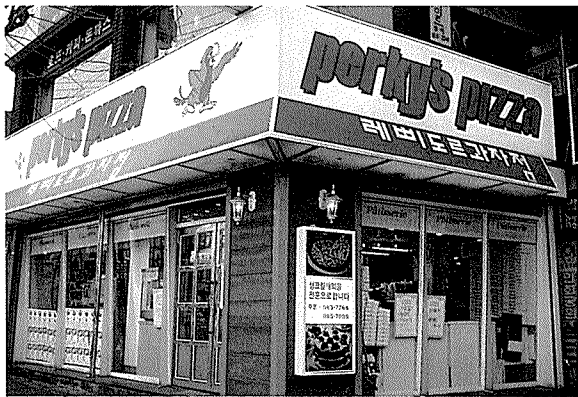
〈표 2-1〉 기본 형태의 돌출 사인



〈표 2-2〉 돌출 사인의 변형 형태



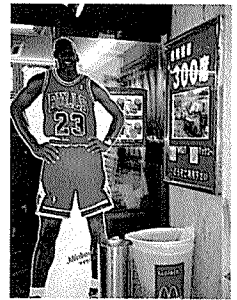
최근에는 돌출 사인이 배제되고 파사드가 입체적으로 제작 설치되어 이미지 자체로 디자인되면 돌출의 필요성이 줄어들게 되어 배제될 수 있다.



다. 코디 간판 계획

코디네이션 간판계획으로 주로 소품적이거나 각 코너별 안내사인·알림사인·홍보사인 등으로 구분되며 그 인식도 보다는 디자인이나 컬러 형태 등이 더욱 영향력이 높은 편으로, 되도록 깔끔하고 문자나 숫자는 눈에 띄게 하고 컬러를, 형태는 포인트 디자인으로 요소를 강조하거나 자체 디자인을 내부 데커레이션으로 활용하기도 한다.

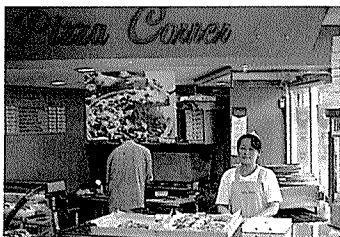
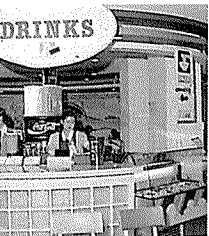
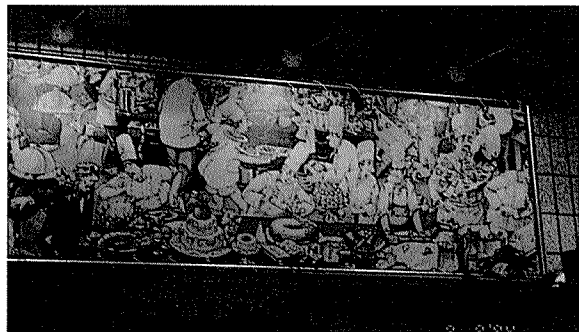
근에 있는 인포메이션 유도사인 외에 이미지 유도사인·행사 유도사인·동선유도사인·매점코너 유도사인·부스유도사인 등으로 각 용도별, 위치별로 사인의 방식이나 용도가 구별되지만, 고객의 쇼핑이나 구매단계의 점진적 유도나 구매결정의 의지나 강도를 높이는 요소로서 현재의 제과점에서 자주 소외되는 부분이므로 앞으로의 발전 요지에 따라 매우 다양한 형태의 디자인이나 재질이 전개될 것이다.



마. 기타

점포가 대형이거나 또는 소형일지라도 건물 전체가 제과점일 경우 외부에 플래카드나 현수막을 홍보시킬 수 있는 구조물 또는 행거식걸이가 설치된다면 계절별·특별일별 홍보용으로 활용할 수 있다.

대형 스페이스 포토나 네코용 사진도 사인물의 일종이므로 그 방식이나 설치 여건도 사전에 충분히 고려되어야 한다. [2]



라. 안내간판 및 유도사인

고객의 진입을 유도하기 위한 사인으로 매장의 출입구 부