



美空인은 말 그대로 아름다운 공간을 연출하는 전문 프로듀서들이다. 제과업에 기술자로 20년 넘게 일해 온 제과기술인의 제과분야에 대한 현장지식, 건축학을 전공한 전문 건축가와 도면기사들의 미적·기능적 감각, 시공분야의 베테랑급 기술자들의 노련한 노무실력이 함께 어우러져 공간미학(空間美學)을 펼치고 있는 미공인(美空人)들이 바로 그들이다.

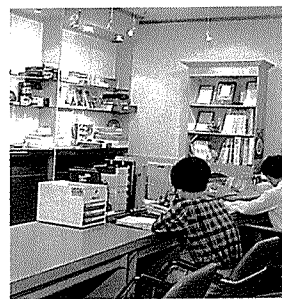
미공인테리어(대표 전장균)의 역사는 그리 길지 않다. 현재 미공의 전신인 평화인테리어에서 일하던 전장균 사장이 평화를 인수하면서 부터였다. 집을 짓는 일에 비유하면 초석인 주춧돌을 평화에서 다진 셈이다. 미공이라는 상호로 인테리어업을 본격화한 것이 약 4년. 평화에서 전사장과 호흡을 맞췄던 팀원들이 모두 미공이라는 지붕 아래 한식구로 남았다. 서로가 함께 모여 한길을 가는 동료로, 혹은 마음 트고 지낼 수 있는 친구로, 그리고 늘 한술밥을 먹는 가족이라는 느낌으로...

△방배동에 위치한 미공 인테리어의 전경. 공사 현장에서 빠져나간 직원들의 빈 공간이 조용한 가운데 활기를 느끼게 한다.

기능과 미를 함께 갖춘 공간만들기

미공의 인테리어 디자인의 일차적인 특징은 미공만이 제공하는 공간적 특수성이다. 창조라고 말할 수는 없지만 다른 점포의 디자인을 모방하지 않는 독특함의 적용을 큰 과제로 둔다. 제과점도 사람처럼 고유한 특성을 갖기 때문이다.

업체탐방



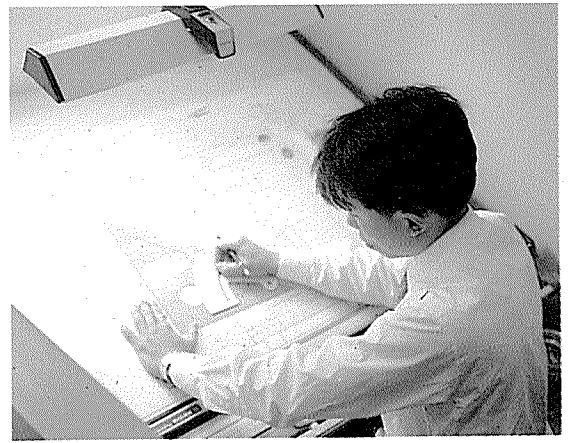
미공(美空) 인테리어

수요자 만족의 공간연출

미공(美空) 인테리어. 이름에서 느껴지는 이미지를 그대로 전달하는 인테리어 개념을 큰 줄기로 하여 다양하고 발전적인 가지뻐기에 전념하고 있는 곳, 그곳 미공인(美空人)의 이야기를 들어본다.

이들테면 지역 소비시장의 규모와 특성, 입점의 조건, 공장 생산능력별 디스플레이 형식, 주변 점포와의 차별적 디자인, 컬러의 특성 등 단순히 배치하고 다듬는 수준을 넘어서면 고려되어야 할 사항이 무수해 진다. 이럴 때 만약 점주가 "○○제과점처럼 해 주세요"라고 요청하면 문제가 심각해 진다. 이런 요구를 만족시키면서 미공의 디자인 철학을 충분히 수용할 수 있는 공간을 만들어 내기란 쉽지 않기 때문이다.

정석해법이 없는 이런 상황을 매끄럽게 풀어가는 것을 미공의 자랑거리로 여긴다. 67년도에 제과기술인으로 업계에 입문한 전사장. 제과점 경영자로 10년을 일해온 경력이 아닐 경우 유효해진다. 경험자로서 설득력있게 대처해갈 수 있기 때문이다. 전사장과 친구관계이면서 미공의 일등공신인 정태인 상무도 기술자 출신으로 업계입문이 20년이 넘는다. 제과업에 대해 실을 꿰듯 훤히 내다볼 안목을 가질 수 있는 경력들이다. 여기에 일조하는 또 한사람이 오명한 디자인실장. 건축학을 전공하고 제과점 인테리어 설계를 7년 정도 한 베테랑이다. 그의 순발력과 창의적 사고에서 미공만의 색깔이 탄생되는 것이다.



즐거움 마음으로 일하고 그 속에서 보람도 찾고

이들 모두가 일하는 것에 즐거움을 느낄 수 있는 것도 함께 일한지 오래 돼 손발이 척척 맞아 말쑥없이 공사를 해내기 때문이다. 한 프로젝트가 정해지면 일사불란하게 움직인다. 전사장이 개입하는 것은 단지 마케팅 부분일 뿐이다.

△ 기획, 설계, 시공, 감리 등 다방면에서 뛰고 있는 오명한 인테리어 실장. 제도자를 든 손에서 또 어떤 아름다운 공간이 탄생될런지.
▷부천시에 소재한 루체른 베이커리. 미공의 케리어를 담백 담은 디자인이 돋보인다.
▷▷건축자재, 상품 진열을 고려한 경영적 디자인이 적용된 부평 작전동의 뿌르봉 과자점 매장 모습.



전사장과 함께 30여년 제과인의 길을 걸어 온 사람들이 그를 도와준다. 과업인으로 맺어진 인연을 보다 인간적으로 지키겠다는 것이 전사장 나름의 소신이며 그 속에서 보람도 느낀다. 그를 돕는 사람들을 위해 일은 많이 하되 마진은 적게 보는 전사장 경영스타일도 이런 인간적인 유대에서 형성된 것들이다. 게다가 미공의 고객에게는 특혜가 있다. 최근 제과업계의 동향이나 기술적인 면에 대한 정보를 아주 자세하게 얻을 수 있다. 사실 전사장이 인테리어가 아닌 제과업 출신이기 때문이다. 경영상의 매출 향상·관리에 대한 의견을 주고 받으면서 더 나은 점에 도달하고 상호 동질감을 느낄 수 있어 재미있다는 전사장의 말이다.

요즘 인테리어업체가 많이 생겨나면서 한편으로는 업계 발전을 위해 유익하지만 지나친 경쟁심이 가격경쟁으로 번져 인테리어업 본연의 자세를 잃는 것 같아 안타깝다고 한다. 점주 입장에서나 인테리어업주 입장에서나 무조건 따고보자는 식의 경쟁은 장기적으로보아 발전적이지 못하며 오히려 발전의 장애요소가 될 뿐이라는 것이다. 이런 과도기적인 현상들이 점차 사그라들면서 고무적인 발전을 보일 것이라 낙관적인 전망도 해 본다.

그래서 미공은 '무조건 하고 보자'는 식은 지양한다. 지금까지는 '손님은 왕이다'라고 했지만 이런 표현은 옳지 못하다. 한번 고객이 되면 왕처럼 받들어 모시기 보다는 그 고객에 대한 구체적인 분석을 해야 한다. 미공의 고객은 더이상 왕이 아닌 분석의 대상이다. 이런 점은 제과점도 마찬가지다. 자 점포의 제품, 서비스를 고객의 입장에서 자가판단하여 친밀하게 다가설 필요가 있다. 그렇고서야만이 한번 고객을 영원한 고객으로 유지할 수 있다.

이 신념을 지켜나가는 미공인들의 모습이 말 그대로 아름답다. 미공의 사장실에는 이런 문구의 액자가 걸려 있다. '근고지영(根故枝榮)', 뿌리가 완고한 가지는 영원하다는 의미이다. 신념과 소신을 버리지 않고 꿋꿋히 지켜나간다는 미공인의 결의를 단적으로 보여주는 표현일 것이다. 아직은 성장단계일 뿐 세월이 더 지나 자신이 품은 꿈을 이루었을 때 당당하게 자신의 걸어온 길을 들려주고 싶다는 전사장의 과업인으로서의 행보가 기대치로 남겨진다. [21]

〈글/ 정보경〉



대표 전장군