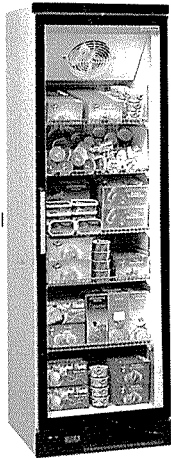
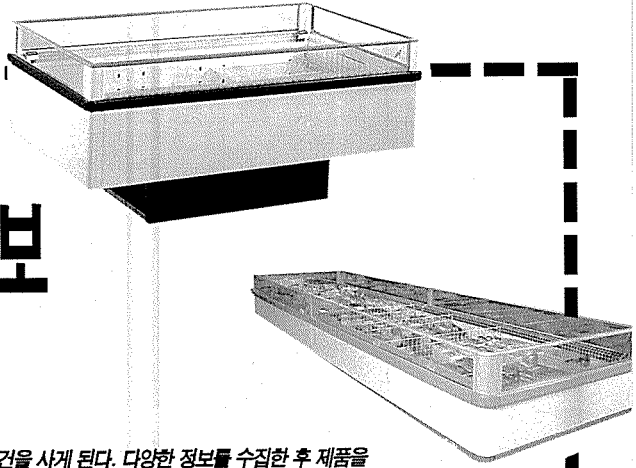


업체별 전국 수입 쇼케이스 정보

냉동평대·수직형 쇼케이스 총집합



기계를 구입할 때는 가능하면 여러업체의 제품 모델과 특, 장점을 살펴본 후 물건을 사게 된다. 다양한 정보를 수집한 후 제품을

골라야 후회도 적은 법이다. 그러나 어느 업체가 있는지, 어떤 제품이 나오고 있는지를 일일이 알아보는 데 많은 시간과 비용이 들기 때문에 대부분의 사람들은 주변에서 소개받은 업체에 의존하는 경우가 많다.

이에 본지에서는 기계별로 어떤 업체에서 어떤 모델이 나오는지를 연재한다. 또 회사소개와 A/S기간 및 인원을 덧붙일 계획이다. 여기에 소개되는 제품은 각 사의 주력품목들이며 이들은 수입 쇼케이스다.

지난달은 국내에서 직접 제조, 판매하는 쇼케이스를 소개했다. 이들은 수입 쇼케이스를 소개한다.

국내 쇼케이스 소비는 '사용목적'에 따라 국내 생산제품과 수입제품이 양분화돼 시장을 점유하고 있었다. 일반적으로 매장에서 많이 사용하는 라운드나 벽면형 냉장쇼케이스는 국산제품을 많이 사용하고

있고 평대, 수직형 냉동쇼케이스는 수입제품을 많이 사용해 왔다. 냉장기계는 국산품을 냉동기계는 수입품을 많이 사용하고 있는 것이다.

수입되는 냉동기계가 확산되기 시작한 것은 평대 쇼케이스 사용이 급속히 확산되면서부터이다. 이는 샌드위치나 무스, 쇼트케이크류 등의 제품이 급속히 확산되면서 기존 쇼케이스의 진열 면적에 한계가 생기게 된 점, 그리고 덧붙여 소비자들이 직접 제품을 선택하는 추세가 맞물린 결과라고 할 수 있다.

특히 소비자들이 직접 제품을 선택하는 경향은 최근에 두드러지는 현상이라고 할 수 있다. 이를 반영하는 것이 벽면형 쇼케이스 소비가 늘고 있다는 것파 라운드 쇼케이스의 문이 앞쪽으로 설치되는 현상이다. 또한 스틱바 등을 보관하는 수직형 냉동쇼케이스(리치인)도 점차 평대 냉동 쇼케이스로 바뀌고 있다.

한 업체 관계자는 "소비자들은 조금이라도 귀찮은 것을 싫어한다. 그래서 직접 문을 열고 제품을 선택하기 보다는 문이 항상 열려 있는 평대를 선호한다"며 "최근 우리업체도 같은 기간 평대 쇼케이스 판매가 수직형 쇼케이스에 비해 2배정도 많은 편이다. 그러나 평대 쇼케이스는 공간이 많이 필요하다는 단점이 있어 좁은 매장은 수직형을 권하고 있다"고 밝혔다.

쇼케이스는 크게 냉장과 냉동으로 나눌 수 있고 사용처와 형태에 따라 평대, 단단, 대면, 리치인으로 나눌 수 있다. 이중 단단은 일반적으로 유럽형 쇼케이스 형태를 가르키며 대면은 라운드 쇼케이스 형태를 일컫는다. 또 리치인은 수직형 쇼케이스를 말한다. 그리고 평대는 오픈형과 밀폐형으로 나누는 데 아이스크림 전문점에서 사용하는 것이 밀폐형이다. 이 쇼케이스는 다른 말로 스틱카라고 부르기도 한다.

냉장이나 냉동 쇼케이스 모두 원리는 같다. 열을 방출하는 만큼 흡수하는 원리를 이용한 것이다.

쇼케이스는 압축기인 콤프레사와 응축기, 팽창밸브, 증발기로 이뤄져 있는데 가스가 콤프레사를 통과하면서 뜨거운 고온고압의 기체상태가 되고 이것이 응

축기를 통과하면서 기체에서 액체로 상태가 변하게 된다. 그리고 팽창밸브를 통과하면서 온도가 떨어져 저온저압의 액체 상태가 되어서 증발기에 보내진다. 그리고 증발기는 주변의 온도를 흡수해 냉동고의 온도를 떨어뜨리는 것이다. 그리고 다시 데워진 액체는 콤프레사에 들어가 고온고압의 기체가 되는 방식으로 순환된다.

따라서 문을 너무 자주 열고 닫는다거나 쇼케이스 내부의 보온이 안돼 냉기 밖으로 유출되면 기계는 계속 돌고 수명이 짧아지며 전기세도 많이 나온다. 한편 냉동쇼케이스를 구입할 때는 성애가 끼는 것을 최대한 막을 수 있는 장치를 살펴봐야 한다. 특히 냉장 쇼케이스에 비해 냉동 쇼케이스는 영하에서 운영이 되기 때문에 얼음이 어는 것은 당연한 현상이다. 그런데 증발기에 성애가 끼게 되면 쇼케이스 내부의 온도가 떨어지지 않아 기계가 계속 작동하는 원인이 된다. 따라서 항상 신경을 쓰고 성애가 끼는 것을 살펴보아야 하는 데 이때 자동제상장치가 부착돼 있다면 좀더 기계 관리가 수월할 것이다. 만약 자동제상 장치가 없으면 냉동기를 끄고 성애가 녹을 때까지 기다렸다가 다시 기계를 작동시켜야 한다.

이외에도 온도계의 센서가 어느 곳에 부착돼 있는지, A/S가 얼마나 신속하고 성실하게 되는지, 판매하는 회사의 시장 점유율이나 소비자 인지도는 어느정도인지도 함께 살펴봐야 한다. 특히 수입기계의 경우 본사에서 스페어 부품을 어느 정도 보유하고 있는지도 꼭 살펴봐야 하는 과제다. 항상 여유 부품을 가지고 있어야 기계가 고장 났을 때도 빠르게 A/S가 가능하기 때문이다. 그렇지 않고 기계가 고장이 난 후에야 본사에 부품을 요청한다면 적어도 3주 이상을 기다려야 하고 그때까지 손해는 금전으로 환산할 수 없을 정도이다.

그러나 소비자가 기계를 구입한 후 관리에 최선을 다하는 자세도 필요하다. 특히 응축기 부분은 따뜻한 바람이 나오기 때문에 먼지가 많이 끼는 곳이다. 따라서 2달에 한번 정도는 부드러운 솔로 먼지를 털어줘야 한다. 그리고 냉기 나오고 들어가는 구멍의 청결도 중요하다. 특히 이 부분은 소비자들이 제품을 고를 때 눈으로 보이는 곳이어서 먼지가 끼어있다면 불결하다는 인상을 심어줄 수 있다.

그리고 두달에 한번정도는 기계를 멈추고 중성세제로 전체를 한번 깨끗하게 닦아줄 것을 당부한다. 이런 관리가 제대로 이뤄진다면 항상 새것 같은 기계를 사용할 수 있다는 것이 관계자들의 조언이다.(각 사의 기계 가격은 부가세가 포함된 것이다.)