

# 인테리어 흐름과 전망

## 전체적인 경영에 맞는 독특한 연출 필요

베이커리업계에서 인테리어가 전문화되기 시작한 것은 20여년에 불과하다. 70년대 이전까지만 해도 제과점 내부 공사는 동네 목수들이 벽지를 바르고 바닥에 타일을 까는 정도의 수준이었다. 70년대 말부터 인테리어 전문 업체가 등장하면서 본격화된 인테리어는 80년대 중반을 기점으로 큰 변화를 겪게 된다. 그러나 좀 더 세부적으로 시기를 나누면 대략 4부분으로 구분할 수 있다.

### 70년대 말~80년대 초 : 인테리어 전문화의 시작

70년대 말에서 80년대 초까지 점포들은 이전 시기와 마찬가지로 규모가 크고 좌석 공간을 확보하고 있었다. 이 시기에는 업계 최초로 인테리어 전문업체가 등장해 전문화가 시작되었다. 그러나 아직은 출발단계로 이전과 커다란 차별화를 이루지는 못했다.

재료면에서 보면 벽이나 천정은 벽지나 에나멜류, 라카류가 대부분을 차지했다. 바닥도 맨 바닥식이나 시멘트와 돌가루를 혼합한 것이 주류를 이뤘다. 진열대나 쇼케이스는 대부분 스테인리스로 만들어졌는데 색상이 그리 다양하지는 못했다.

조명은 주로 형광등을 사용했다. 그러나 형광등은 자연색과는 거리가 멀어 제품색을 제대로 살려내기가 힘들었으며 대체로 어두운 편이었다. 내부장식은 주로 거울을 이용했다. 거울은 매장을 넓어 보이게 하는 효과와 질이 개발되지 않았던 당시에 벽면을 다양하게 장식할 수 있는 일석이조의 효과를 가지고 있었다. 또한 빵사진을 이용해 현재 패스트푸드점들이 많이 활용하는 방식으로 벽면을 장식하기도 했다. 간판은 네온이나 막간판이 대부분이었다.

### 80년대 중반 : 셀프매대의 등장

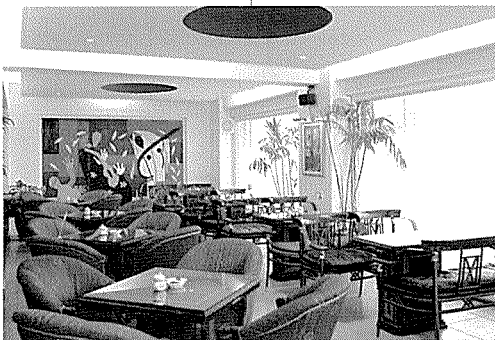
80년대 중반에는 아시안 게임과 올림픽의 영향으로 해외와의 교류가 활발해진 시기다. 이는 제과업계에도 상당한 영향을 미치는데 외국의 제과점들을 접할 기회가 늘어난 제과점들은 점차 고급화되고 다양화되는 추세로 나아가게 된다. 이 시기에 가장 큰 특징은 셀프매대가 등장했다는 점이다. 셀프매대는 전체적인 동선이나 진열대의 배치면에서 많은 변화를 가져오면서 일대 혁신을 일으켰다. 제품의 수분을 유지하고 먼지로부터 보호하기 위해 유리나 아크릴 덮개가 이용되기도 했으며 날개 비닐포장도 이시기부터 본격화되기 시작했다. 내부 진열대나 쇼케이스도 색상이 다양해져 내부 벽면이나 바닥 색상과 조화를 이루게 되었다.

이 시기는 외국의 영향으로 모더니즘적인 경향이 강화되었다. 모더니즘은 깔끔하면서도 단순한 디자인으로 현대적인 이미지를 부각시킨 스타일이다. 특히 미국형의 규모가 크면서 심플한 스타일과 일본형의 소박하면서도 깔끔한 스타일이 주류를 이루게 된다.

간판은 이전에 썼던 네온과 외부에서 조명이 투과되는 고무(EVA)스카시를 사용했다. 조명은 할로겐 등을 사용해 제품색이 살아나도록 했으며 형광 계열의 U램프를 사용해 이전보다 훨씬 밝은 분위기를 연출하게 되었다.

### 80년대 말~90년대 초 : 자재의 다양화·고급화

이 시기에는 외국으로부터 재료 수입이 본격적으로 이뤄지면서 다양화와 고급화 추세가 심화되었다. 또한 전문 인테리어 업체들이 많이 늘어나면서 비약적인 발전이 이뤄지게 된다. 전반적인 경향은 미국이나 일본식 외에 클래식한 분위기를 지닌 유럽풍이 가미



▲ 압구정동 파티오. 하얀색의 벽과 천정에 빨간색의 포인트. 이 중 천정의 간접조명, 마티스의 대형 벽화가 심플하면서 현대적인 이미지를 부각시킨다.

되었다. 유럽풍의 스타일은 장식이 많고 고풍스러운 느낌이 강하다. 색상면에서는 의식 산업의 영향으로 밝은 톤이 많이 쓰이게 된다. 그러나 동시에 그동안 제과업체에서 금기시 되었던 네이비블루나 회색계열의 색상 등도 사용되기 시작했다.

간판을 보면 편의점에서 흔히 볼 수 있는 파나플렉스 식의 간판이 많이 사용되었다. 또한 조명은 기존 형광등의 단점을 보완해 자연색을 살려주는 3파장 형광등이 등장했고 H.Q.I 같은 특수등이 사용되기도 했다. 이런 조명들은 진열대 내부 보다는 외부에서 비추주는 형식으로 사용되었다.



▲ 잠실 르샤. 회벽과 백색 시멘트가 전체적으로 자연스러운 분위기를 연출하면서 지중해 연안의 목가적인 느낌이 들게 한다.

### 90년대 중반~현재 : 다양한 스타일의 혼합

현재 시기는 이전에 보였던 경향들이 혼합되어 다양한 양상으로 나타난다. 이는 어느 정도 자기 색깔을 가진 인테리어 업체들이 나름대로의 스타일을 고집하면서 발전시켜 나가고 있기 때문이다.

이 시기에는 현대적인 이미지의 모더니즘 경향이 심화·발전된 네오 모더니즘과 복고적이고 자연적인 미(美)를 추구하는 전원풍이 부각을 나타내기 시작한다. 이에 따라 90년대 초반에 등장했던 회벽처리나 마아블링 효과가 많이 사용되고 있으며 목재를 선호하는 경향이 나타나고 있다. 그러나 이 외에도 나름대로의 특성을 살리고자 하는 인테리어가 많이 등장하고 있어 한마디로 주류라는 것을 정하는 데는 무리가 있다.

간판의 경우도 기존에 사용되던 방식이 혼합되어 나타나고 있다. 파나플렉스에 네온이나 고무(EVA)스카시를 함께 사용하는 간판이 늘어나고 있는 것이다. 조명의 경우는 3파장 형광등의 슬림형이 개발되어 진열대 외부에서 조명을 비추던 것을 진열대 내부에 장착하는 형식이 가능해졌다. 또한 외장의 경우도 기존에 사용하던 어닝을 움직일 수 있게 제작해 햇빛 차단효과와 함께 멋을 연출할 수 있게 되었다.

### <표> 시기별 인테리어의 흐름


구분 \ 시기	70년대말~80년대 초	80년대 중반	80년대 말~90년대 초	90년대 중반(현재)
특징/분위기	전문 인테리어 업체 등장 - 전문화 시작	셀프매대 등장 모더니즘 풍 강화	유럽풍 스타일 등장	네오 모더니즘 전원풍(Urban style)
조 명	형광등	할로겐 U램프	할로겐, 3파장 형광등, 특수등(H.Q.I 등)	3파장 형광등 슬림형 개발
간 판	네온, 막간판	E.V.A 스카시	파나플렉스	파나플렉스+EVA 스카시, 네온

### 21세기 인테리어 방향

이제까지의 인테리어 흐름을 바탕으로 앞으로 다가올 21세기의 인테리어 경향은 대략 3가지 정도로 전망해 볼 수 있다. 첫 번째는 현재 부각되고 있는 전원풍(urban style)이 앞으로 더욱 확대될 것이라는 전망이다. 이는 앞으로의 상권변화와 관련된 예측이다. 현재 대도시의 주택가나 상가는 이미 포화상태에 이르렀다. 또한 대도시 근교에 신도시가 급속도로 발전하면서 전원생활을 추구하는 사람들이 대거 이 지역으로 이동하고 있다. 이처럼 외곽지역으로 상권이 이동하게 되면서 자연 친화적이고 전원적인 스타일의 인테리어가 유행할 것이라는 전망이다.

두 번째는 앙포르멜 스타일의 제과점이 확산될 것이라는 예측이다. 앙포르멜은 원시시대로의 회귀를 의미하는 것으로 가공하지 않은 1차 재료만을 사용해 거칠고 원시적인 분위기를 연출하는 인테리어다. 예를 들면 유럽처럼 흙을 이용해 빵 굽는 가마를 만든다든지 흙과 나무를 이용해 벽과 바닥, 천정을 연출하는 것을 말한다.

세 번째는 첨단 자동화된 시스템을 갖춘 제과점의 등장을 예측할 수 있다. 이는 매장 외부나 내부에 그 제과점에 대한 정보를 알려줄 수 있는 커다란 에프리티(대형 액정전광판)를 설치하는 등 다양한 전산 시스템을 갖춘 제과점을 말한다. 실제로 우리나라에서도 91년 한 대형 제과점에서 이를 시도한 적이 있었다.

이 외에도 다양한 전망들이 나오고 있다. 그러나 이러한 전망들 속에서 한 가지 잊지 말아야 할 것은 인테리어라는 부분이 전체적인 경영전략 속에서 고려되어야 한다는 사실이다. 단순히 바꿀 때가 됐으니 공사를 한다든지 아니면 다른 점포에서 인테리어를 새롭게 해 매출이 올랐다가 나도 한 번 해본다든지 하는 식의 즉흥적이고 단기적인 발상으로 인테리어를 인식해서는 안된다. 제과점의 상권입지조건과 고객연령층 등을 고려해 전체적인 경영전략과 이에 맞는 매장의 독특한 분위기를 살릴 수 있는 인테리어만이 다가오는 21세기에서 살아남을 수 있는 전략이 될 것이다.  <글/김경옥>