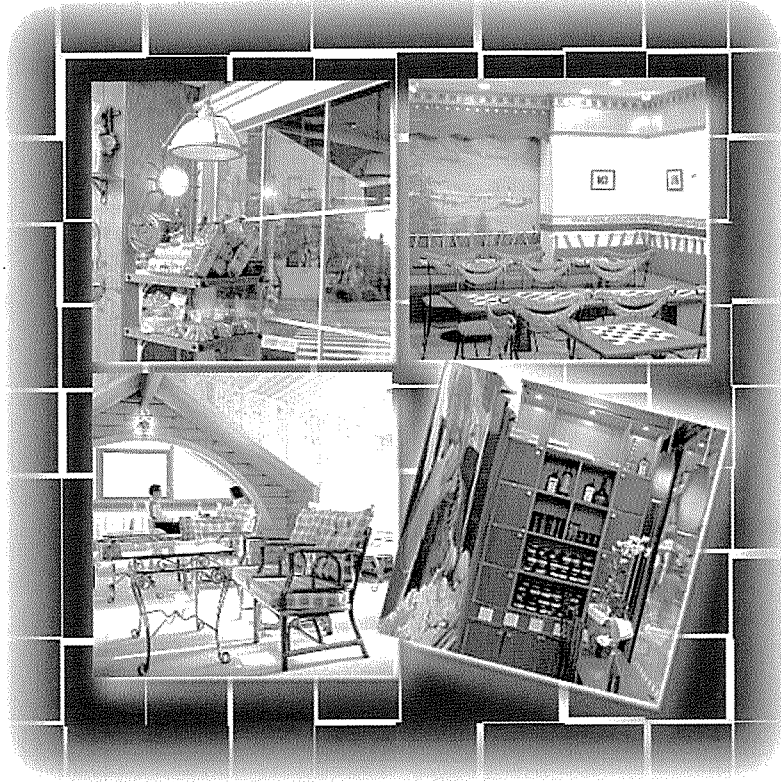


디자이너 빵집을 살린다.

점포 규모별 인테리어 전략-8, 10평형



2000년을 불과 1년 앞둔 1999년. 각 분야별로 2000년을 맞이하기 위한 준비로 분주한 가운데 베이커리 업계 또한 새로운 밀레니엄 시대를 맞이할 전략을 준비해야 할 시점이다. 이에 본지는 규모별로 하나의 가상 점포를 설정해 브랜드 선정에서 평면계획, 마감재 선택에 이르기까지 점포 규모에 따른 인테리어 전략을 소개한다

<편집자 주>

IMF 한파로 최악의 상황을 맞이했던 98년 한해가 저물고 새로운 한해가 시작되었다. 다행히 98년 말부터 각종 경제지표들이 경기 회복의 조짐을 나타내면서 99년에는 상황이 호전되리라는 희망의 목소리가 여기저기서 들려온다. 그러나 21세기를 눈앞에 둔 지금, 새로운 밀레니엄 시대를 대비할 수 있는 전략을 준비하지 못한다면 치열한 경쟁에서 결국 도태될 수밖에 없다.

제과점의 인테리어 또한 예외는 아니다. 인테리어를 단순한 장식이나 진열 정도로만 생각하던 이전의 사고방식에서 벗어나는 발상의 전환이 필요하다. 인테리어 디자인은 문제를 해결하는 작업이다. 심미성이나 기능성만을 고려한 디자인은 치열한 경쟁에서 살아남을 수 없다. 기술과 마케팅, 디자인이 하나로 총화될 때 비로소 고객에게 어필할 수 있는 디자인이 가능한 것이다. 따라서 점포의 인테리어 컨셉을 결정하기 위해서는 먼저 점포주의 자본력 정도나 기술 능력의 여부, 고객의 요구나 취향, 상권, 법관계 등 주어진 조건에

대한 분석이 선행되어야 한다. 분석 자체가 이미 문제의 출발점인 것이다. 이러한 분석을 바탕으로 문제점과 해결책을 리스트로 작성하고 그것에 맞게 컨셉을 정한 후에야 비로소 공사를 진행할 수 있게 된다.

제과점 인테리어의 핵심은 빵집다운 빵집을 연출하는 데 있다. 전체적인 분위기에서 지나가던 고객들이 그 제과점에 들어가 빵을 먹고 싶은 충동을 느낄 수 있어야 한다.

이러한 기본 개념을 바탕으로 앞으로 이 지면에서는 8평 짜리 소규모 점포에서 100평 이상의 대규모 점포나 단독건물에 입점한 점포에 이르기까지 점포 규모에 따른 인테리어 전략을 소개하고자 한다.

규모별로 하나의 가상 점포를 설정, 브랜드 선정과 평면계획, 재료 마감재 선택 등 -건물이나 허가와 관련된 법규는 제외 - 전반적인 인테리어 전략을 소개하고자 한다. 단, 여기서 제시된 브랜드는 필자가 만든 것으로 특허청에 등록여부를 확인한 후 사용해도 좋다.

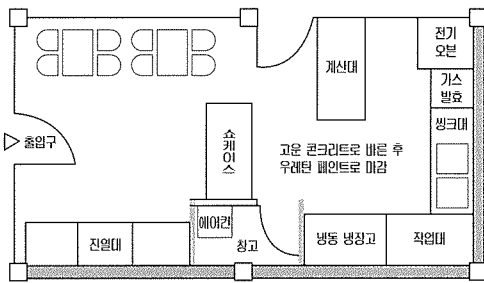
8, 10평 규모 제과점의 인테리어 전략

■ 디자인의 기본 컨셉

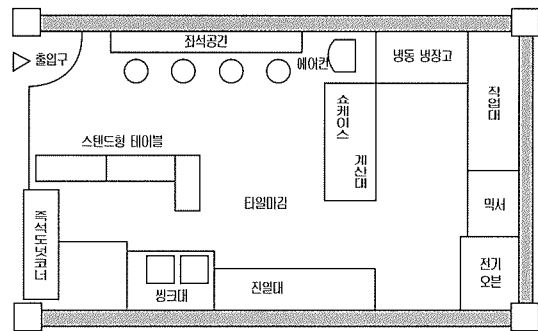
공장과 매장을 합쳐 8~10평 남짓한 소규모 점포는 공간이 좁기 때문에 효율적이면서도 깔끔한 분위기를 연출하는 것이 포인트다. 비행기 내부와 같이 최소 공간에서 짜임새 있고 깔끔한 분위기를 창출할 수 있는 인테리어를 기본으로 벽면이나 바닥재와 같은 마감재의 경우 고급스러운 자재보다는 실용적이면서 저렴한 것을 사용해야 한다. 또한 지나치게 소품을 많이 사용하면 오히려 공간이 작아보일 수가 있으므로 가급적이면 소품 사용을 자제하는 것이 좋다.

■ 매장 평면도

즉석 도넛 코너를 설치한 것이 특징이다. 10평 정도 규모에 적당한 평면도로 학교나 슈퍼마켓, 백화점 내부에도 그 정도의 공간만 있으면 응용이 가능하다. 단 공장은 기존 건물내 상하수도관을 고려하여 레이아웃을 정하는 것이 좋다.



<Type A : 8평형>



<Type B : 10평형>

■ 마감재 선정

벽지 물걸레질이 가능한 비닐 벽지 또는 타일을 사용한다. 소품으로 지나치게 화려한 장식을 하기 보다는 간단한 액자 정도로 꾸며주는 것이 좋다.

바닥 매장까지 연결하여 고온 콘크리트로 바른 후 잘 벗겨지지 않고 색상을 유지할 수 있는 우레탄 페인트로 마감한다.

천정 물걸레질이 가능한 유성 페인트로 마감하거나 부분적으로 교체 가능하고 공사에 편리한

조립식 타일(석고타일)로 마감한다.

조명 일반 형광등이나 조명보다는 밝고 가격이 저렴한 U램프를 사용하는 것이 좋다.

시설물 각 업소에 꼭 필요한 것만 배치한다. 단, 싱크대는 상하수도 관을 고려하여 배치한다.

전열대 쇼케이스 다른 장식물이 없기 때문에 전열대나 쇼케이스 만큼은 가격이 비싸더라도 고급스러운 것을 사용하는 것이 좋다.

간판 편의점에서 흔히 사용하는 파니플렉스를 사용.

■ 브랜드 선정

델리커리 이 브랜드는 맛있다는 뜻의 delicious와 bakery를 합성한 것으로

신선하고 맛있는 빵집이라는 이미지를 부각시켜 준다.

로고 즉석제조의 이미지를 부각시킬 수 있는 로고로, 갓 구워낸 빵에서

김이 나오는 모습을 형상화했다.



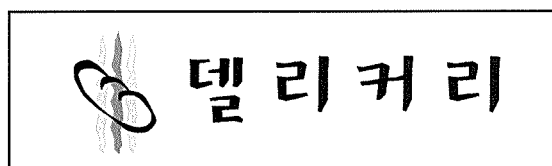
필자 / 배학기

<하키디자인(주) 대표>

- 미국 조지아 공대 산업 디자인 석사
- 미국 인테리어 디자인 협회 정사회원
- 미국 산업디자인 협회 정사회원
- 한국 산업디자인 진흥원 지도위원



<로고>



<간판>