

새로운 컨셉의 베이커리 제안

매장 구조별 레이아웃... 삼각형, ㄱ자형, ㄴ자형, 일자형

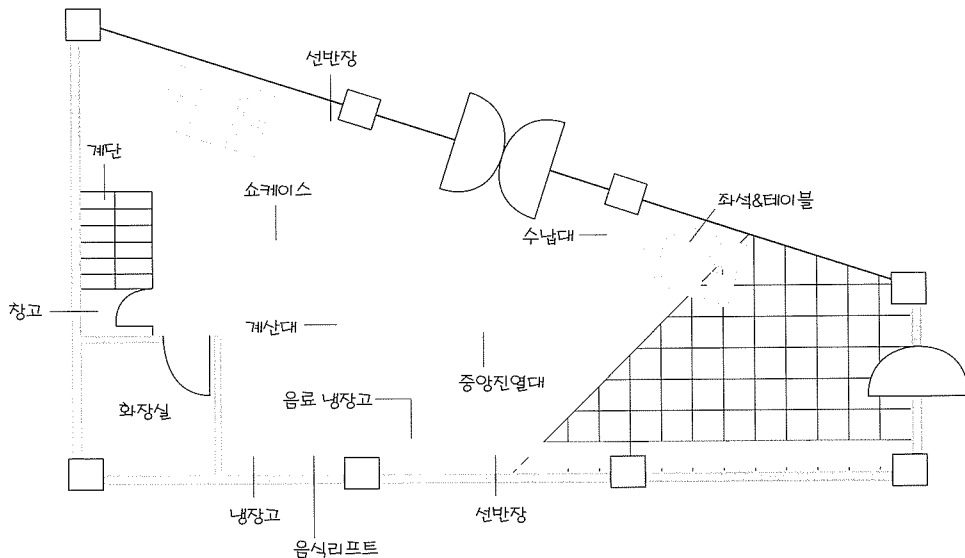
제과점을 새롭게 오픈하거나 기존 점포를 개보수하려 할 때 매장 형태에 따라 레이아웃이 달라진다는 것은 상식이다. 필자는 빵, 과자만 판매하는 기존의 베이커리 형태보다는 빵, 과자를 전문화하면서 즉석 요리 코너를 접목해 소비자에게 어필할 수 있는 새로운 형태의 베이커리를 제안해왔다. 이런 컨셉에 부합해 이번에는 삼각형, ㄱ자형, ㄴ자형, 일자형 등 매장의 구조에 따른 레이아웃 방향 및 영업전략을 소개하고자 한다.

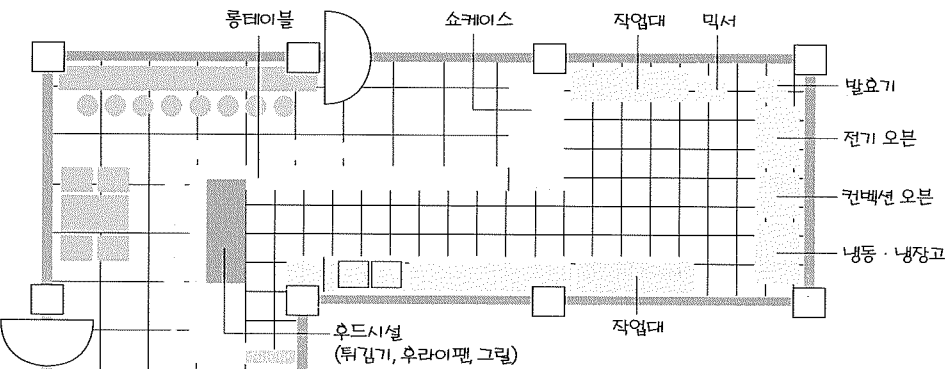
최근 소비자들은 젊은층을 중심으로 아침, 점심을 간편하게 먹으려는 경향을 뚜렷하게 보이고 있다. 가격도 저렴하고 영양가도 풍부하면서 빠르게 한 끼를 해결할 수 있는 메뉴를 찾고 있는 것이다. 기존 베이커리가 이런 소비경향에 부합해 새로운 메뉴를 개발하고 매장 형태를 이에 걸맞게 꾸민다면 어떨까. 다소 실험적인 형태일 수 있지만 차별화가 담보되지 않고 남들의 뒤만 따라다닌다면 발전을 기대할 수 없을 것이다.

1. 삼각형 레이아웃(15평 기준)

이 레이아웃은 1층 매장, 2층 공장으로 설정한 것으로 공장 레이아웃은 나타나 있지 않다. 보건복지부가 향후 제과점 조리장 시설기준을 완화, 건물구조상 제조 공간을 마련할 수 없거나 제조공간이 협소할 경우 동일건물내 다른 공간을 조리장으로 이용할 수 있도록 할 방침이어서 이같은 레이아웃이 곧 현실화될 전망이다.

이 매장은 공장을 2층으로 옮기고 1층에 리프트를 설치, 2층에서 만들어진 제품을 1층에 신속히 전달할 수 있도록 했다. 공장 공간만큼 매장이 넓어져 좌석 테이블 블에서 고객들이 조리음식, 음료 등을 즐길 수 있다.



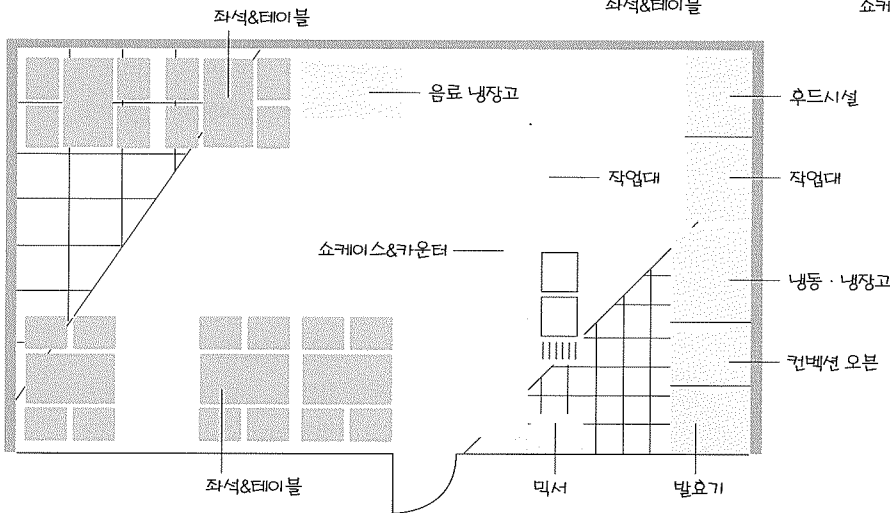
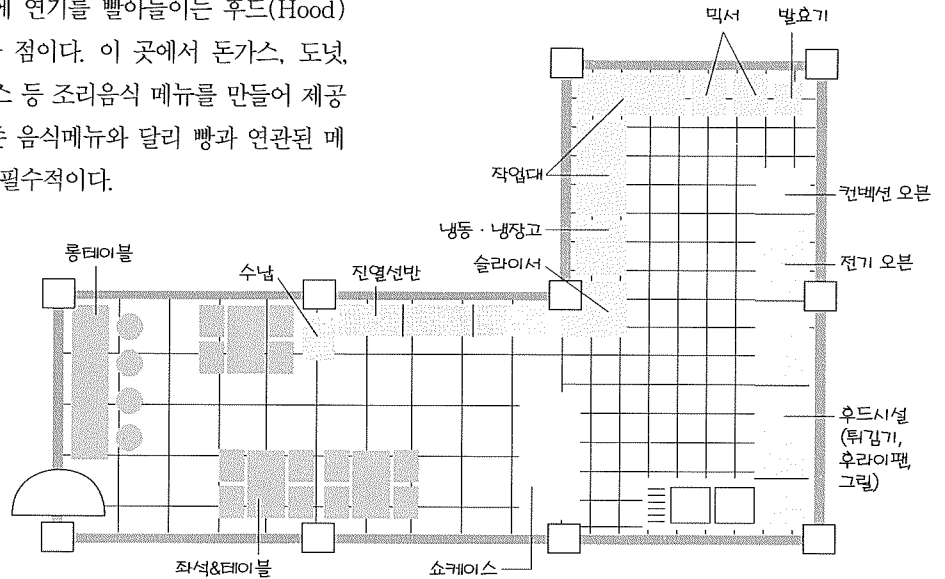


2. 7자형 레이아웃(20坪 기준)

이 매장의 큰 특징은 출입구 안쪽 정면에 튀김기, 후라이팬, 그릴 등을 한 데 모아놓고 그 위에 연기를 빨아들이는 후드(Hood)를 설치한 점이다. 이 곳에서 돈가스, 도넛, 오믈라이스 등 조리음식 메뉴를 만들어 제공한다. 기존 음식메뉴와 달리 빵과 연관된 메뉴개발이 필수적이다.

3. L자형 레이아웃(20坪 기준)

이 매장 역시 후드시설을 설치, 즉석에서 조리음식을 제공할 수 있도록 했다. 또한 빵 제품 진열 선반과 케이크 쇼케이스를 설치해 베이커리점포의 특색을 최대한 살렸다.



4. 일자형 레이아웃(10坪 기준)

이 매장은 소규모 10坪의 점포 레이아웃으로서 이곳에도 역시 주방 구석에 후드를 설치했다. 작은 공간이지만 베이커리 제품의 품목수를 정예화하고 주방 공간을 줄이는 대신 좌석수를 최대한 늘렸다. 쇼케이스는 출입구 우측에 설치하고 그 위를 카운터로 활용한다. 쇼케이스 안에는 전문성 있는 빵류 제품 및 패스트푸드용 제품을 진열한다. 즉 이 점포는 케이크를 취급하지 않고 빵류, 패스트푸드 제품을 판매하는 형태이다. 작은 공간을 복합매장화 한 레이아웃으로서 새로운 장르의 베이커리를 연출한 것이다. [이]



글·디자인 / 배학기
 <하키디자인(주) 대표>

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