

10평대 점포의 '설비와 수납 공간 배치'

좁은 공간 활용 극대화하는 다양한 아이템 소개

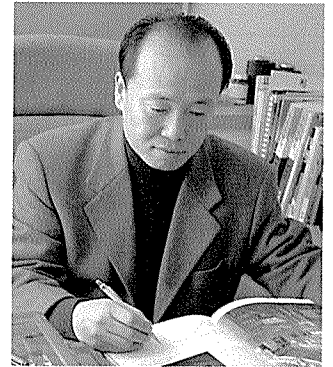
매장과 생산 공장을 합쳐 채 20평이 되지 않는 제과점의 인테리어는 모양이나 장식보다는 실용성이 우선 강조되어야 한다. 무엇보다 좁은 공간이 생산에 직접 연결될 수 있도록 공간 활용을 극대화하는 것이 우선 필요하다. 이를 구체화하고 있는 사례를 통해 인테리어가 매장의 분위기 연출과 함께 매출에 어떤 변수가 되는지 인테리어 디자이너인 한복균씨를 통해 분석해본다.

〈글 / 오형석 ohs@mbakery.co.kr〉

이번 호에 소개되는 점포는 최근 공간 배치와 제품 등 점포를 리뉴얼하고 재오픈한 까레몽(대표 조성대)이다. 이 점포는 이번 리뉴얼을 통해 상호를 변경하면서 더욱 다채로운 모습으로 거듭났다. 우선 이 점포는 채 20평이 안 되는 공간을 가지고 있다. 매장이 9평, 생산 공장이 6평인 이 점포는 모두 합해 15평 규모로, 이번 인테리어 시공을 통해 어떤 식으로 공간 활용을 극대화하고 있는지 꼼꼼히 따져본다.

특히 대부분의 제과점이 20여평의 규모를 유지하고 있는 현실에 비춰볼 때 공간 활용과 매장 설계에 관해 독자들의 시선을 확대·심화시키는 데 유용한 자료가 될 수 있을 것으로 기대된다.

까레몽의 외형은 3층 상가 건물로 건물 전체가 좌측으로 기울어 있는 일종의 코너점포다. 전면이 좁은 반면 측면이 넓은 구조를 가지고 있으며 측면의 반 이상을 공장이 차지하고 있다. 주변에는 한국아파트 등 대단위 아파트 단지가 조성돼 있으며, 남녀공학고등학교와 문화센터가 인접해 있어 단골 고객층이 두꺼운 편이다. 이번 리뉴얼 이후 이 점포는 공장 인력이 2명에서 4명으로 늘었으며 일매출 또한 70만원대에서 현재 120만원을 상회하고 있는 것으로 알려졌다.



인테리어 책임 시공 / 한복균
• 인덕전문대 공업디자인과 졸업
• 〈한국디자인센터〉 디자이너 회원
• 청주 공원당제과, 광주 무등제과 등 약 50여곳 인테리어 시공
• 현 〈퍼드중합디자인연구소〉 대표

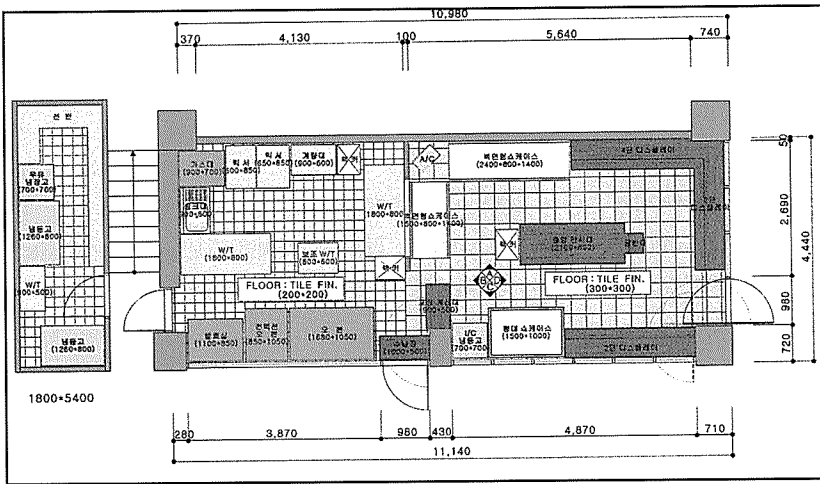
〈까레몽〉 공사 일지

1. 실측 작업 : 가계 평수, 천장 높이 실측 - 1일 소요
2. 평면도 시안 작업 : 시안 작업 후 점주와 의견 조율 후 최종 시안 확정 - 18일 소요
3. 도면 상세 작업 및 견적 작성 : 4일 소요
4. 공사 개시
 - 철거 작업, 수거 작업 - 1일 소요
 - 목공 작업 (공간 분할, 기본 프레임 설정) - 7일 소요
 - 상하수도 설비 작업 - 3일 소요
 - 스틸 작업 (금속재 작업) - 5일 소요
 - 도장 작업 - 4일 소요
 - 바닥 타일 작업 - 3일 소요
 - 조명 설비 - 2일 소요
 - 기타 디스플레이 및 마무리 작업 - 2일 소요

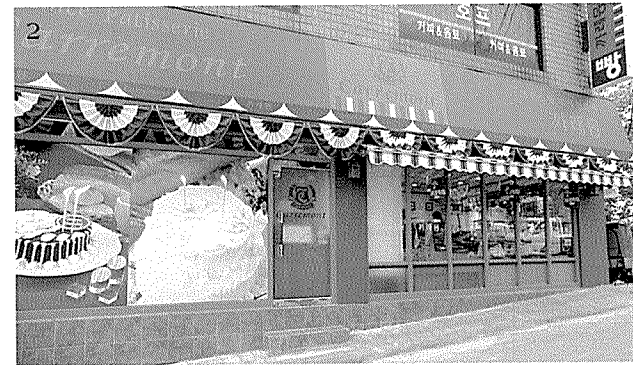
〈까레몽〉 인테리어 시공 일지

- 공사 소요 기간 50일 (실제 공사 기간은 20일 소요)
- 공사 견적과 비용
 - 총 공사 금액 : 37,679,091원(부가가치세 별도)
 - 주요 공사 대금 : 외부공사(8,674,700원)
 - 벽체-공사(5,137,080원) 천장 공사(4,729,810원)
 - 바닥 공사(2,956,637원) 전기·조명 공사(3,803,280원)
- 제외 공사 : 상하수도 외부공사, 기계 및 집기류, 전기증설 공사, 전면바닥 공사

평면도를 통해 본 매장과 공장 인테리어의 특징

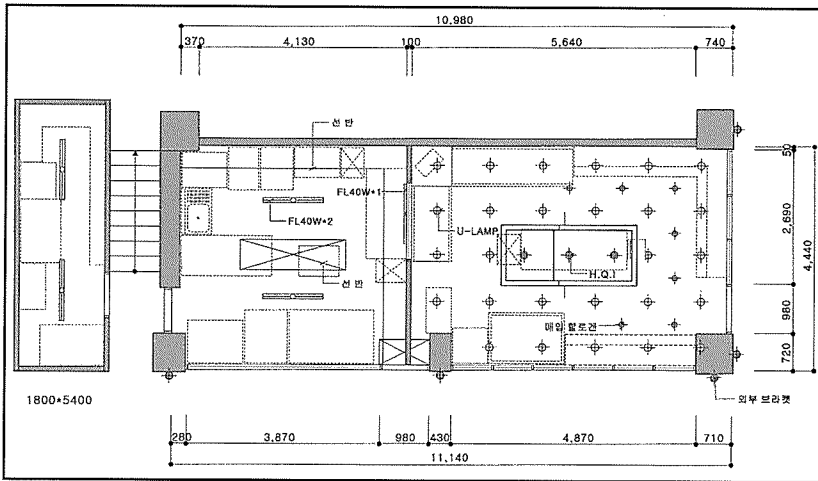


1. 평면도에서 정면에 보이는 면이 실제 매장의 좌측면에 해당한다. 가장 큰 특징은 정면의 우측 2단 디스플레이 부분이 기존에는 출입문이 있었으나 이를 폐쇄하고 2단 디스플레이를 활용해 진열공간으로 바뀌었다. 일반적으로 20평 남짓한 공간을 사용하고 있는 점포에서 대부분 2개의 출입문을 활용하고 있으나 효율성 측면에서 재고할 필요가 있다는 분석이다. 출입문이 2개일 경우 30평 이상의 매장에서는 효율적일 수 있지만 작은 규모에서는 오히려 고객의 동선을 짧게 할 가능성이 있다는 설명이다. 출입문의 수에 따라 고객의 유입도 늘어날 수는 있지만 이에 비해해 고객 동선이 짧아져 그만큼 고객이 매장에서 빠져 나가기도 쉽다는 것이다. 매장 인테리어의 기본이 관리자의 동선은 최대한 짧게 하고, 고객의 동선을 최대한 길게 해 고객이 매장에 머무르는 시간을 극대화해야 한다는 점에서 설득력 있는 분석이다.
2. 평면도에서 중앙에 위치한 쇼케이스가 있는 곳이 기존 매장에서는 공장으로 활용되던 공간이다. 이 공간을 매장으로 끌어오면서 쇼케이스의 배치도 달라졌다. 기존에는 4단 디스플레이가 있던 벽면 쪽으로 대형 쇼케이스가 길게 놓여 있었으나 이를 작은 공간에 맞도록 2개의 쇼케이스로 나눈 것. 그 사이 공간은 에어컨을 설치했으며 단조로운 배치를 피해 훨씬 다양화 한 공간 구성을 택했다.
3. 중앙 전사대의 폭이 넓어진 것도 변화의 한 가지. 기존에는 중앙 공간이 협소해 길고 작은 진열대를 배치해 제품 진열의 효율성을 기하지 못했으나 벽면으로 2단과 4단 디스플레이를 설치해 중앙 공간을 적극 활용하고 있다.
4. 평면도상 좌측에 위치한 공장의 가장 큰 변화는 냉동고를 외부의 간이 건물로 빼 낸 것. 이를 통해 공간 여유를 얻었으며 보조 수납 공간을 가능한 많이 설치함으로써 직원들의 동선을 확보했다. 기존의 2,3명이면 꼭 찼던 공간이 최대 4명까지 작업할 수 있도록 공간을 배려하고 있다.

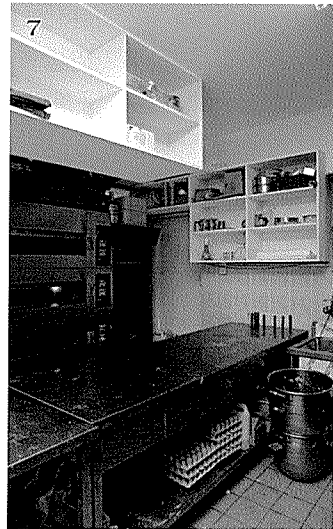


- ① 측면에서 본 매장 전경. 3층 건물의 1층으로 ㄱ자 형태로 꺾인 일종의 코너점포다.
- ② 점포의 좌측면. 우측 끝부분이 기존에는 출입문이었으나 이를 폐쇄하고 진열대로 활용하고 있다. 사진 왼쪽이 공장공간으로 대형 사진을 사용해 분리하고 있다.
- ③ 계산대부터 에어컨이 있는 공간이 매장으로 옮겨온 부분이다. 일자형의 긴 쇼케이스를 빼고 쇼케이스를 2개로 분리했으며 가운데에 에어컨을 놓았다.

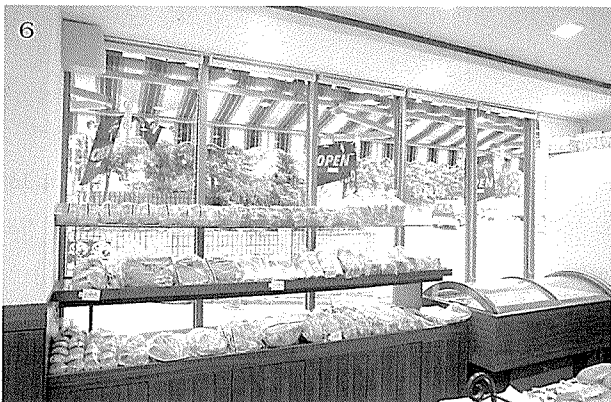
천정도를 통해 본 인테리어의 특징



할로겐 매입등을 사용해 붉은 색을 연출한 것을 비롯해 26와트 U램프를 28개 사용했다. 할로겐보다 조도가 5배 이상 높은 150와트 H.Q.I를 3개 사용했다. 공장은 작업에 방해가 가지 않게 40와트 형광등 2개를 사용했다.



Carremont



- ④ 출입문 오른쪽의 코너 진열대 모습.
진열된 제품 위로 U램프와 함께 매입 할로겐이 제품의 색상을 밝게 하고 있다.
2단과 3단이 ㄱ자 형태로 연결돼 있으며 위쪽 진열대는 평면 유리로 단조로움을 피하고 있다.
- ⑤ 고객 동선이 이어진 매장 위로 U램프가 빛을 밝히고 있다. 밝은 빛과 매장 전체를 이끄는 짙은 색상의 나무 색이 대비를 이뤄 부드러운 이미지를 남긴다.
- ⑥ 2단 진열대와 조리식품 평면 진열대.
외부에서 보이는 매장 전면의 유리부분을 일정한 비율로 분할해 통일감과 함께 다양해 보이는 효과를 배가하고 있다.
- ⑦ 공장 내부에 설치된 다양한 수납장의 모습.
공간을 확보하기 위해 수납 공간을 최대한 활용하고 있다.