

VMD 적용을 위한 안경점의 실내 공간구성에 대한 사례연구

The Case Studies on the interiors constituent of the Optical Store for adept VMD

김창한* / Kim, Chang-Han

김용립** / Kim, Yongrhip

Abstract

The results analyzing the interior space of optician's store for application of VMD are as follows. The optician's stores tend to utilize their space not just for one function, but for multiple purposes. It is becoming bigger in size and is showing that it is spending more space for marketing purposes. In the future, optical store needs to provide convenience for the customers and as a Semi-Medical space, in order to receive trust, it needs to have Test-area, Work-area, improvement in environment, and of course, a comfortable space where the customers can sit back and relax.

Taking a look at the features of design, the colors and the use of materials in domestic areas has been somewhat restricted. But international areas has been using diverse colors and materials for bright and comfortable atmosphere. Now, the optician's stores has to produce various atmosphere through different and brilliant colors and materials from other stores to be more efficient and to be highly competitive.

키워드 : 안경점, vmd, 실내공간구성, 사례연구

1. 서론

1.1. 연구의 목적 및 의의

최근 들어 컴퓨터 및 방송영상매체의 발달로 인해 안경을 사용하는 인구가 크게 늘어나 성인의 40%이상이 안경을 착용하고 있으며, 서울 중고생의 60%이상도 시력교정을 위해 안경을 착용하고 있는 실정이다. 이와 같은 사회적 현상과 더불어 소비자의 구매경향이 다양화되고, 성숙됨에 따라 합리적이고 계획적인 구매양상이 나타나게 됨으로써 소비자는 새로운 매장환경을 요구하게 되었다. 이제 더 이상 상점은 단순히 상품만을 파는 곳이 아니라 상품, 매장, 고객이 체험을 통해 커뮤니케이션을 할 수 있는 하나의 문화공간으로 변화하여야 한다.

보다 개성화되고 전문화된 상점은 고객의 쇼핑환경에 최대한 기능적 편리함과 감성적인 편안함을 제공하는 요소를 도입해야 한다. 더 나아가 판매관리를 위한 명확한 컨셉을 전개시킴으로써 Store identity의 중요성을 부각하고 고객의 다양화, 세분화된 소비욕구 변화에 발맞추어 과거와는 달리 빠르게 공간의 구성도 변화되어야 한다. 안경점도 예외는 아닐 것이다.

본 연구는 위와 같은 사회적 분위기속에서, 안경점의 실내공간을 계획함에 있어 체계적인 접근 방법을 수립하고자 VMD의

개념을 도입하고자 한다. 안경점의 사례연구를 통해 안경점 공간구성의 현황을 분석하고, 현재의 경향과 개선점 등을 연구하여 시각적 기초 자료로 활용하는데 그 목적이 있다.¹⁾

1.2. 연구의 범위 및 방법

본 연구의 범위 및 방법에 관한 내용은 다음과 같다.

첫째, 안경점 실내계획의 체계적 접근을 위하여 VMD와 안경점의 일반적 개념, 안경점의 업무특성과 관련된 자료를 수집, 조사 하였다.

둘째, 안경점의 현황 및 경향분석을 위해 문헌·포탈 사이트를 검색하여 좋은 평가를 받고 있는 사례들을 추출하였다. 국내 7사례, 국외 3사례를 선정한 후 방문을 통한 사진촬영과 인터넷과 문헌조사를 통해 시각적 자료를 수집하였다.

셋째, 안경점의 공간구성요소 및 실내 환경요소의 시각적 개성화에 대한 사항들을 조사·분석하여 문제점을 추출하고 개선 방향을 제시하고자 한다.

2. 본론

2.1. 사례조사개요

본 연구의 조사 대상은 포탈 사이트, 인테리어 잡지의 검색

1)세계일보, [서울 중고생 60% 글씨가 안 보인다], 2005.02.28

* 정희원, 상명예술디자인 대학원 실내디자인과 재학

** 이사, 상명예술디자인 대학 실내디자인학과 전임교수

을 통해 우수디자인으로 평가받는 안경점들 중 사례의 수준, 규모, 입지환경을 고려하여 선정하였다. 예비조사 후 방문조사 하였다. 현장방문이 불가능한 해외사례의 경우 문헌고찰과 인터넷검색을 통해 얻은 자료로 조사를 실시하였다.

국내사례의 방문조사는 1차 2005년 4월 6일-10일, 2차 2005년 4월 12일-13일까지 하였다.

<표 1> 사례조사대상의 소재지 및 면적

구분	안경점	소재지	면적
국내	P1안경점	서울시 강남구 압구정동	12 py
	O안경점	서울시 강남구 압구정동	13 py
	K안경점	서울시 강남구 압구정동	13 py
	H안경점	서울시 강남구 신사동	23 py
	B안경점	서울시 강남구 신사동	30 py
	P2안경점	서울시 중구 태평로 1가	12 py
국외	L안경점	서울시 강남구 양재동	42 py
	P3안경점	Italy Brescia	*
	P4안경점	Italy Torino	*
	Q 안경점	berlin Friedrich strasse	29 py

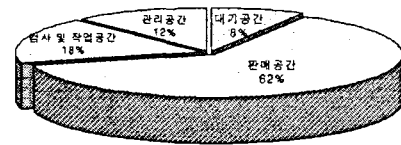
<표 2> 사례조사내용 및 방법

안경점 실내계획 현황	조사내용		조사방법
	환경 요인	입지 환경 소비자환경	관찰조사 면담조사
공간 기획	공간구성	실측조사, 관찰조사	
	상품구성 및 연출	관찰조사, 문헌조사	
공간 계획	입구구성요소	관찰조사, 사진자료조사	
	실내구성요소	관찰조사, 사진자료조사	

10사례모두 갖추고 있었고 콘택트렌즈실은 3사례, 창고는 2 사례만이 갖추고 있는 것으로 나타났다. 이는 안경점의 경우 대부분 소규모이기 때문에 반드시 필요한 가공실, 검안실, 판매 공간을 제외한 다른 공간을 구성하는데 있어서 별도의 독립된 공간을 구획하기 보다는 콘택트렌즈공간, 사무공간, 상담실의 경우 다른 기본적 필요공간과 병용하여 사용하기 때문으로 판단된다. 이외에도 창고공간은 안경점의 특성상 많은 수납공간을 필요로 하지만, 대부분 부피가 작기 때문에 디스플레이 공간에서 쇼케이스와 벽면부착형 패널 및 선반의 하부장으로 충분히 수납이 가능하기 때문인 것으로 판단된다.

② 안경점의 공간 배분

조사대상 중 국내 안경점의 공간별 면적 현황의 분석 결과를 살펴보면(그림 2 참조), 먼저 각 공간별 평균면적은 대기 공간 1.8평, 판매 공간 13.9평, 검사 및 작업 공간 3.9평, 관리 공간 2.6평으로 나타났다. 판매 공간이 전체 면적의 62%를 차지하는 것으로 나타나 다른 공간들에 비해 많은 부분을 차지하고 있다.



*국외사례는 면적산출이 불가능하여 분석에서 제외함
<그림 2> 국내 안경점의 공간별 면적분석 (%)

2.2. 사례조사 결과 및 논의

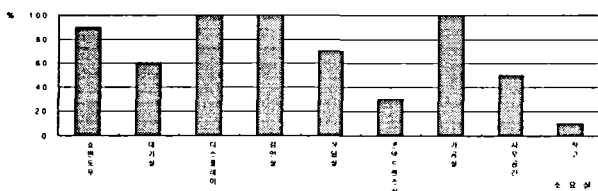
(1) 조사대상안경점의 공간적 특성

1) 실내공간구성 및 동선유형 분석

① 공간구성

조사대상 안경점의 공간구성을 조사한 결과 평균적으로 독립된 공간의 수는 7개이다. 10사례 중 3사례가 단 6개만의 실로 구성되어 있어 평균이하의 공간구성을 보이고 있다. 즉 안경점의 업무 특성상 기본적으로 갖추어야 하는 독립된 공간 이외의 서비스적인 측면의 대기실 및 휴게공간, 상담실, 콘택트렌즈실, 사무실 등의 경우 기본적 필요공간과 함께 병용하여 사용되기 때문으로 조사되었다.

안경점의 독립된 공간의 공간채택현황을 살펴보면(1 참조), 조사대상 안경점은 디스플레이 공간, 검안실, 가공실은



<그림 1> 안경점의 세부공간 채택현황 (%)

검사 및 작업공간이 전체의 18%를 차지하고, 대기공간의 비율이 8%로 나타났다. 이것은 안경점이 상업공간의 경향이 강하게 나타나 판매 공간의 비율이 가장 높게 나타나는 것으로 판단할 수 있다. 검사 및 작업공간의 비율도 적지 않게 나타나고 있는데 이것은 안경점이 단순한 상업공간이 아닌 준 의료공간이기 때문이다. 관리공간은 전체 면적의 12%로 가공실, 사무실 등 관리자의 업무 및 사무를 위한 공간은 최소한의 면적만을 할당하고 있었다.

③ 동선유형

조사대상 안경점의 동선유형을 고객동선유형의 직선형, 순환형, 복합형과 고객동선/관리동선의 겹침 여부에 대한 항목으로 나누어 분석한 결과는 다음의<표 3>과 같다. 전체적으로 직선형 4사례·순환형 3사례·복합형 3사례로 나타났다. 구체적으로 살펴보면 국내의 경우는 직선형 4사례, 순환형 2사례, 복합형 1사례이고 국외의 경우는 순환형 1사례, 복합형 2사례로 나타나 국내와 국외의 동선유형은 큰 차이를 보이고 있다. 즉 직선형의 동선유형은 모두 국내의 소규모의 안경점이고 중규모와 국외의 대규모 안경점에서 순환형 및 복합형의 동선유형이

보이고 있다. 이는 고객의 동선 유형이 공간의 크기에 많은 영향을 받는 것으로 판단된다. 뿐만 아니라 순환형의 동선유형을 가지고 있는 3사례의 안경점 중 2사례의 경우에서 동선 겹침이 있는 것으로 나타나 공간을 구성할 때 순환형의 경우에 공간계획시 고객동선과 관리동선이 겹쳐 혼잡해지지 않도록 세심한 배려가 요구된다.

<표 4> 안경점의 동선유형

사례명	구분	고객동선 유형			동선 겹침
		직선형	순환형	복합형	
국내	P ₁	○			
	O	○			
	K	○			
	H		○		○
	B		○		
	P ₂	○			
국외	L			○	
	P ₃			○	
	P ₄			○	
	B		○		○

2) 상품연출

상품연출의 특징에 관한 분석의 결과(표 4 참조). 먼저 상품연출의 위치를 살펴보면, 국내사례의 경우 모두 벽면부착형과 독립형을 병용하고 있는데 반해 국외사례의 경우 벽면부착형만을 사용하고 있었다. 상품연출 방식은 쇼케이스, 선반, 테이블, 소도구 연출로 나누어 분석한 결과, 전체적으로는 1 사례를 제외한 9 사례가 선반 방식을 사용하고 있다. 국내의 경우는 쇼케이스와 선반방식이 7사례 모두에서 나타났고 국외의 경우는 쇼케이스 1사례, 선반 2사례, 테이블 1사례로 나타났다.

<표 4> 안경점의 상품연출의 특징

구분	사례명	국내							국외		
		P ₁	O	K	H	B	P ₂	L	P ₃	P ₄	B
상품연출 위치	벽면부착형	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	독립형	○	○	○	○	○	○	○			
상품연출 방식	쇼케이스	○	○	○	○	○	○	○			○
	선반	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
	테이블			○	○		○		○		
	소도구연출										

즉 조사대상 중 국내 안경점의 경우 선반과 쇼케이스 방식을 선호하는 경향으로 나타났다. 이는 국내의 경우 대면판매방식을 갖추고 있는 곳이 많아 이와 같은 결과가 나타난 것으로 예상된다. 국외사례의 경우는 대부분 대규모의 안경점으로 불필요한 악세사리 가구 및 집기들의 사용을 최소화하는 경향이 두드러져 벽면부착의 선반을 주로 사용하는 것으로 판단된다.

(2) 조사대상의 마감 및 조명 특성

1) 색채 사용현황

안경점의 색채 사용 현황을 파사드, 쇼윈도우, 실내의 바닥,

벽, 천장, 집기 및 가구로 나누어 분석한 결과, 국내의 안경점은 파사드, 실내의 바닥, 집기 및 가구의 주조색 및 보조색으로 Brown, Beige계열을 대부분의 경우 파사드, 쇼윈도우, 실내의 바닥, 벽, 집기 및 가구의 주조색 및 보조색으로 Brown계열(21영역), Beige계열(7영역)을 사용하고 있으며, 실내 천정의 경우 7사례 모두 White를 사용하고 있다. 국외의 경우 전체적으로 Silver(7영역)를 주조색으로 가장 많이 사용하였으며, 실내 천정의 경우 3사례 모두 White를 사용하였다. 뿐만 아니라 주조색은 Black/Gray와 같은 무채색을 주로 사용하면서 보조색으로 Yellow(2영역), Blue(2영역)등의 색채를 사용하는 경향으로 보인다.

<표 5> 안경점의 색사용 현황

사례명	구분	국내							국외			
		P ₁	O	K	H	B	P ₂	L	P ₃	P ₄	B	
파사드	주	Brown	Brown	White	Green	Black	Beige	Blue	Black	Silver	Gray	
	보	·	·	·	Brown	White	·	Brown	Blue	·	Black	
쇼윈도우	주	Brown	Beige	White	Brown	Silver	Brown	Blue	Silver	·	Silver	
	보	·	Brown	·	Green	·	·	Brown	·	·	·	
실내	바닥	주	Brown	Brown	Beige	Brown	Beige	Beige	Beige	Gray	Yellow	Gray
		보	·	·	·	·	·	·	Red	·	·	·
	벽	주	Brown	White	White	White	White	White	White	White	Yellow	White
		보	·	Brown	Red	·	Black	Brown	Brown	Yellow	Silver	Blue
천장	주	White	White	White	White	White	White	White	White	White	White	
	보	Silver	·	·	Green	Gray	·	·	·	Brown	·	
집기 및 가구	주	Brown	Brown	Brown	Silver	Brown	Brown	Silver	Silver	Silver	Silver	
	보	Silver	Beige	Red	White	Silver	·	Brown	Black	·	Yellow	

2) 마감재 사용현황

안경점을 파사드, 쇼윈도우, 실내의 바닥, 벽, 천장 과 집기 및 가구로 나누어 마감재의 사용현황을 분석한 결과(표3-6 참조), 전체적으로 파사드와 쇼윈도우의 재료는 스테인레스 스틸과 강화유리로 마감한 경우가 가장 많이 나타났다. 실내의 구성요소인 바닥 재료는 Wood, Marble, Tile, Gravel, Resin, Concrete&Epoxy 등 다양하며 벽 재료와 천장 재료는 VP도장을 많이 사용하는 것으로 나타났다. 집기 및 가구의 재료는 Wood, Glass가 가장 많이 사용되고 있다. 구체적으로 살펴보면 실내의 바닥재는 국내·외 모두 다른 공간구성요소들에 비해 다양하게 나타났다. 집기 및 가구에 있어서는 국내의 경우 Wood, Glass가 가장 많이 사용되었지만 국외는 스테인레스 스틸과 Glass로 마감하는 경우가 많아 국내·외에 차이가 나타났다. 이는 국내는 대면판매형식으로 메인 쇼케이스를 설치하는 경우가 대부분이기 때문에 가구형식을 많이 사용하면서 이와 같은 마감재의 차이가 나타난 것으로 판단된다.

<표 6> 안경점의 마감재사용 현황

구분	사례명	국내						국외			
		P ₁	O	K	H	B	P ₂	L	P ₃	P ₄	Q
파사드		Wood ST'S Glass	Marble ST'S Glass	VP ST'S Glass	VP ST'S Glass	ST'S Glass	ST'S Glass	ST'S Glass	VP ST'S Glass	ST'S Glass	Marble ST'S Glass
쇼윈도우		ST'S Glass	Wood ST'S Glass	Wood ST'S Glass	Wood	ST'S Glass	ST'S Glass	ST'S Glass	Fabric ST'S Glass	.	ST'S Glass
실내	바닥	Wood	Marble	Tile	Wood	Gravel	Tile	Tile C+E	Resin C+E	C+E	Marble
	벽	Wood ST'S	Wood	VP	VP	VP	VP	VP	Wood VP	VP	VP Glass
	천장	VP ST'S	VP	VP	VP	VP	VP ST'S	VP	VP	Block VP	VP
집기 및 가구		Wood Glass	Wood Glass	Wood Glass VP	Wood Glass VP	Wood Glass	Wood Glass	Wood Glass	Wood ST'S	ST'S Glass	ST'S Glass Leather

*C+E=Concrete & Epoxy

3) 조명 사용현황

조사대상의 조명의 사용 현황(표 7 참조)을 분석한 결과, 전체조명으로 다운라이트를 가장 많이 사용하고 부분조명은 스폿라이트를 10사례 모두 사용하고 있다.

<표 7> 안경점의 조명사용 현황

사례명	조명	
	전체조명	부분조명
P ₁	다운라이트(U-LAMP)	건축화조명(FL), Spot Light(HALOGEN)
O	다운라이트(U-LAMP)	건축화조명(FL), Spot Light(HALOGEN)
K	다운라이트(U-LAMP)	건축화조명(FL), Spot Light(HALOGEN)
H	다운라이트(U-LAMP)	팬던트, Spot Light(HALOGEN)
B	다운라이트(U-LAMP)	간접(FL), 팬던트, Spot Light(HALOGEN)
P ₂	다운라이트(U-LAMP)	간접(FL), Spot Light(HALOGEN)
L	건축화조명(FL)	다운라이트(U-LAMP), 간접(FL), Spot Light(HALOGEN)
P ₃	다운라이트(U-LAMP), 형광등(직접)	간접(FL)
P ₄	다운라이트(U-LAMP)	Spot Light(HALOGEN)
Q	건축화조명(FL)	다운라이트(U-LAMP), Spot Light(HALOGEN)

국내의 경우는 6사례가 다운라이트를 전체조명으로 사용하였으며 부분조명으로 대부분 간접조명과 할로겐을 사용하여 상품을 부각시키고 있음을 알 수 있다. 국외의 경우도 전체조명은 다운라이트(2사례)를 가장 많이 사용하였으며 이외에도 형광등과 건축화 조명을 사용하고 있다. 부분조명은 상품의 부각을 위한 스폿라이트로 할로겐을 가장 많이 사용하고 있어 주 조명 이외의 부수적인 장식조명을 따로 설치하지 않는 것으로 판단할 수 있다.

3. 결론

이상의 사례연구를 통해 안경점의 실내공간에 대한 분석 결

과를 다음과 같이 정리할 수 있다.

1. 공간구성에 대한 분석을 종합하면 1) 기본적 필요공간인 판매공간, 검안실, 가공실 이외의 공간들은 소규모 안경점에서 독립된 공간으로 구획하지 않고 기본적 필요공간들과 함께 병용되고 있다. 2) 최근 들어 안경점이 대형화·브랜드화 되어가면서 전문성·신뢰성·서비스적 차원의 공간들이 안경점의 주요공간으로 자리잡아가고 있다.

2. 안경점에서는 고객에게 기능적 편리함을 제공하고 Semi-Medical공간으로써 1) 검안실은 고객의 상담과 시력 측정을 위한 공간으로 신뢰감을 가질 수 있도록 적정규모를 배분하고 깔끔한 분위기를 연출을 위한 개선이 필요하다. 2) 안경 조제 가공 등의 업무를 하는 가공실, 관리공간은 작업환경에 맞는 조명환경개선과 환기의 문제를 해결해야 한다. 3) 콘택트렌즈실의 경우 여성이 주 고객이므로 공간구획에 있어서 공간의 개방감을 주고 청결함을 유지할 수 있도록 하여 고객의 접근을 용이하도록 해야 한다.

3. 조사대상 안경점의 동선유형과 상품연출에 대한 분석을 종합하면 1) 소규모의 안경점은 직선형의 동선유형을 바탕으로 하여 대면판매의 형식을 나타내고 있다. 2) 중규모, 대규모의 안경점은 순환형, 복합형으로 고객의 동선을 유도하면서 보다 유기적인 상품진열 방식을 취하고 있는 것으로 조사되었다. 3) 따라서 안경점의 동선유형과 상품진열방식은 안경점의 규모에 영향을 받는 것으로 조사되었다.

4. 조사대상 안경점의 마감재 및 조명에 대한 분석을 종합하면 1) 일괄된 색채계획을 피하고 감성적 편안함, 시각적 피로감이 적은 색채를 주조색으로 선정하고, 분위기를 강조할 수 있는 보조색을 사용한다. 또한 구매환경의 기능적인 요소를 충족하면서 상품이 돋보일 수 있는 재료의 개발을 통해 다양한 분위기의 연출이 이루어져야 할 것이다. 2) 판매공간, 작업공간, 휴게공간의 성질 및 목적에 따라 조도와 조명에 변화를 주어야 한다.

참고문헌

1. 십낙훈, 비주얼 머천다이징 & 디스플레이, 영풍문고, 1997. 8.
2. 황세옥, 실내건축디자인작본, 상업공간의 실내계획, 2001
3. 안경계, 대한안경가협회, 2003.12.
4. <http://colordesign.ewha.ac.kr>, [색채심리] 병원과 색채
5. Park seong chil, IA:Interior architect4:Wallgadesign, 건축세계, 2002
6. Paola Gallo, New shops 5 made in Italy, Edizioni L, 2003
7. 김진구, 안경원의 관계 마케팅 영향요인에 관한 연구, 단국대 대학원, 2003
8. 박예진, 리테일샵에 나타난 공간체험의 도입성향에 관한 연구, 건국대 대학원, 2003