

디자이너가 빵집을 살린다

점포 규모별 인테리어 전략-30평형

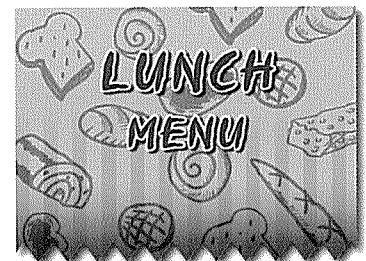
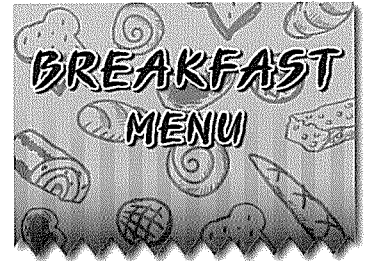
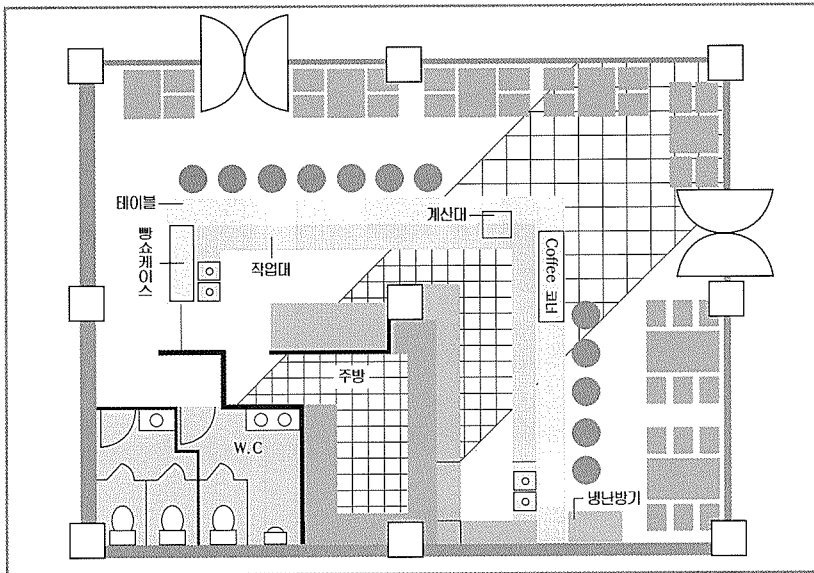
이 코너는 베이커리를 기본 토대로 식사 대응 경외식이나 커피 등 음료를 결합하는 복합매장에 대한 다양한 인테리어를 제시하고자 마련됐다. 다소 현실과 부합되지 않는 측면도 있을 수 있지만 새로운 인테리어를 추구하고자 하는 독자들이 이를 응용해 현실과 접목했으면 하는 바람이다. <편집자 주>

A 타입

기본컨셉

손님들이 홀에서 직접 빵을 만드는 과정을 볼 수 있도록 매장으로 경외식과 베이커리를 복합한 형태다. 사무실 밀집 지역이나 역세권 등에 적합할 것으로 판단된다. 일단 손님이 들어오면 전면에 길게 배치된 카운터를 만나게 된다. 작업대가 카운터와 맞닿아 있어 이곳에서 빵을 만드는 사람과 자연스럽게 대화를 할 수도 있고 주문도 할 수도 있다. 물론 입구 좌우로 배치된 좌석에 앉아 서빙을 받을 수도 있다. 전기오븐, 믹서, 발효실 등 제빵설비는 제빵 과정을 손님에게 보여준다는 전체적인 틀 안에서 자유롭게 배치한다. 메뉴는 기본적인 베이커리 제품 외에 샌드위치, 샐러드, 스프, 커피 등 경외식 아이টে으로 구성한다.

매장평면도



시공 방법

바닥 : 20cm×20cm의 간격으로 데코타일을 깎다.

벽 : 노란색 등 밝은 계열의 석고보드를 붙이고 짙은 남색 계열의 색으로 몰딩한다.

가구 : 테이블은 나무 찌꺼기를 눌러 만든 합판에 니스를 두껍게 칠한 것으로 한다.

의자는 남색, 녹색, 노랑 등의 비닐커버로 마감된 것을 사용한다.

천장 : 등을 교체하거나 청소하기 쉽도록 조립식 타일을 사용한다. 색은 흰색으로 하고 나무로 몰딩 처리한다.

긴 테이블 : 가격이 저렴한 MDF 재질의 합판 무늬목 위에 습기에 강한 포마이크류의 마감재로 마감한다.

긴 테이블용 의자는 고정 의자를 사용한다.

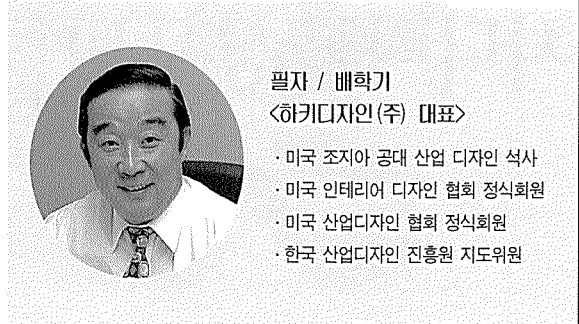
POP디자인 예시

기획상품으로 준비한 특별 메뉴를 이 POP에 적어 알린다. 이 디자인은 빵의 이미지를 최대한 살리고 제과점 전체 분위기에 어울리도록 빵의 형태를 삽입했고 주황색 계열로 색처리했다.

브랜드 예시

'빵가마'

제품을 굽는 모습을 직접 보여준다는 뜻에서 가마를 나타내는 심벌을 사용했다. 로고 타입도 단단하고 믿음직한 느낌을 가질 수 있는 형태로 표현했다.



필자 / 배학기
 <하키디자인(주) 대표>

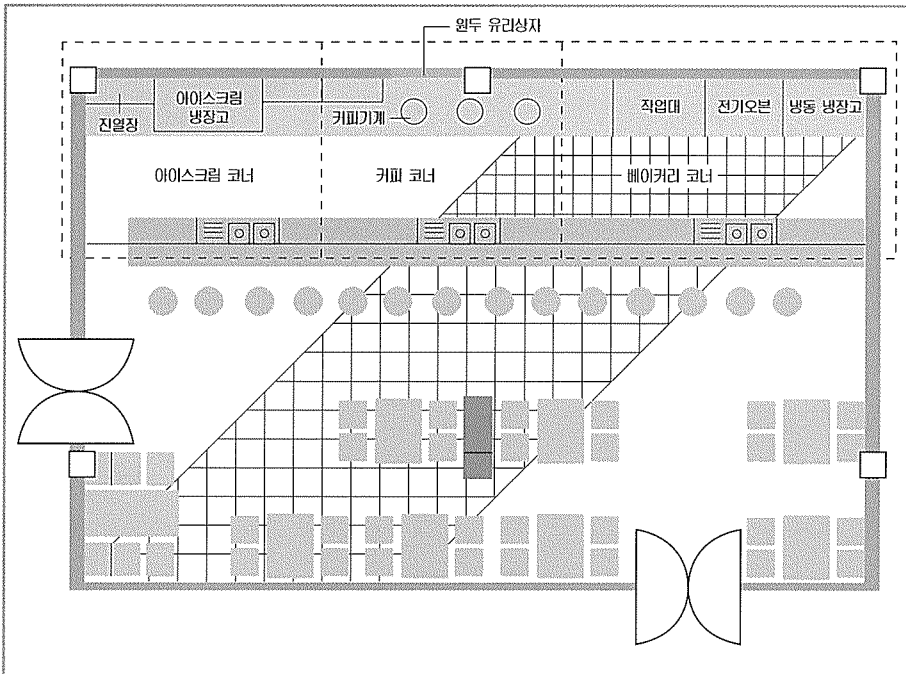
- 미국 조지아 공대 산업 디자인 석사
- 미국 인테리어 디자인 협회 정식회원
- 미국 산업디자인 협회 정식회원
- 한국 산업디자인 진흥원 지도위원

B 타입

기본컨셉

베이커리+커피숍+아이스크림 전문점을 한 매장 안에 결합시킨 형태이다. 이 역시 A타입처럼 손님들이 매장에 들어서면 빵을 만드는 모습이 한 눈에 들어오도록 설계됐다. 커피코너에는 유리 상자를 안쪽 벽에 설치, 여기에 원두를 넣고 아래쪽 출구를 통해 원두가 쏟아지는 모습이 보이도록 한다. 이 역시 손님들이 직접 원두를 갈아 커피를 만드는 모습을 볼 수 있도록 한 것이다. 아이스크림 코너 벽면에는 메뉴 사진을 진열하고 이를 비추는 조명을 설치한다. 전체적인 분위기는 따뜻하고 인간적인 느낌을 받을 수 있도록 나무 재질을 최대한 활용한다.

매장평면도



브랜드 예시

'모딜리아니'

빵과 커피 하면 조용한 느낌과 함께 명상과 사색이 떠올라 그 이미지가 모딜리아니 작품의 느낌과 같아 네이밍(naming)을 모딜리아니로 했다. 심벌 없이 로고 타입만으로 표현했는데 '모'와 '오'에 빵과 커피의 색상을 반반씩 넣었다.



※ 브랜드는 특허청에 상표를 등록한 후 사용하세요.