

패션샵을 위한 가구디자인 프로세스 사례연구*1)

신인호*2), 박영순*3)

A Case Study of Furniture Design Process for the Fashion Shop

Shin, Inho, Park, Youngsoon

목 차

1. 서론	3. 디자인 컨셉의 전개
1-1 연구의 필요성 및 목적	3-1 한국의 선적특성을 살린 디자인컨셉
1-2 연구방법 및 진행과정	
2. 이론적 데이터의 수집 및 분석	4. 공간계획 및 가구디자인
2-1 공간의 행위분석 및 인체치수 조사	4-1 공간계획
2-2 행위별 필요가구	4-2 가구디자인 프로세스
2-3 패션샵의 디자인지침	5. 결론
	6. 참고문헌

ABSTRACT

Furniture reflects historical, cultural spatial background of human life style. This means that we cannot think of a furniture apart from the living environment. This study is focused on the process of furniture design in woman's fashion shop. Basically furniture design is consisted of two main parts of process. The first part is series of a theoretical background and the second part is a visual design process. Theoretical background contains human activities in place, antropometric data, requisite furniture type according to activities and some guidelines for design. And the formal design process is consisted of visual main concept, series of sketches and the development of alternatives of design. Researching and applying all these factors systematically to furniture design process will lead to well designed furniture and harmonious interiors.

*1). 본 연구는 1999년 캐원가구디자인전략센터의 연구비지원에 의하여 연구되었음.

*2). 경원대학교 실내건축과 강사

*3). 연세대학교 생활과학대학 교수

1. 서 론

1-1 연구의 필요성 및 목적

인간이 접하게 되는 최초의 외부환경이 의복이라면 가구는 인체를 지지해주는 첫 번째 외부환경이 된다. 그러므로 가구는 인간의 행동을 유도하게 되며, 가구가 놓여지는 공간의 활동내용에 따라서 이를 지원해 줄 수 있는 적절한 가구가 필요하게 된다.

역사적으로도 실내공간에서의 가구는 인간의 생활과 밀접한 관련을 맺고 있으며, 프랭크 로이드 라이트(Frank Lloyd Wright)는 ‘빌딩과 가구를 각기 다른 하나의 물체로 생각한다는 것은 불가능한 일이다. 의자든 테이블이든 캐비닛이든 그 어떤 것도 빌딩의 일부가 아닌 것이 없다.’ 고 하여 가구와 건축물은 인간에게 같은 이미지의 환경을 형성해 주는 공통요소임을 강조하였다. 이와 같은 개념은 다른 학자들에 의해서도 확인해 볼 수 있는데, 융(Jung)에 의하면 공간 및 가구의 구성은 그 공간을 사용하는 사람의 인성에 막대한 영향을 미치므로 가구는 인간이 환경과 어떻게 상호작용 하는가를 이해하는데 매우 중요한 요소임을 알려주고 있다.

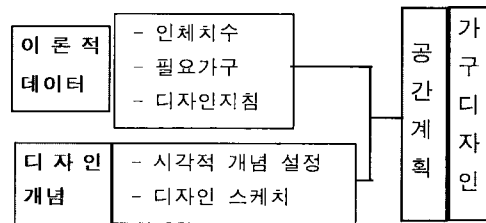
이와 같이 실내공간에서의 가구는 그 자체의 조형적이고 미적인 요소를 지니고 있음은 물론이며, 가구가 놓여지는 공간의 기능을 지원하고 보완해주는 관계에 있다. 따라서 가구를 디자인함에 있어서 가구가 놓이는 공간에 대한 이해 및 내부에서의 인간의 활동을 파악하는 작업은 상당히 중요하다고 판단된다. 특히 점원과 고객의 다양한 활동이 동시에 일어나는 복합공간인 판매공간에서의 가구는 공간 내에서의 기능성에 대한 지원능력이 매우 중요하게 부각된다고 할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 판매 공간 중 제품의 전시 및 판매에 해당되는 기본적인 기능 이외에 고객에 대한 서비스까지도 복합적

으로 수행해야 하는 패션샵의 사례를 중심으로 공간이라는 맥락 안에서의 가구디자인 프로세스를 진행하고자 한다. 즉, 가구를 디자인하기 위한 조건으로써 공간의 기능 및 이론적 데이터를 조사 분석하고 이를 시각적인 디자인 개념과 연계하여, 가구를 단순히 조형적인 측면에서 뿐 아니라 공간 내에서의 기능성, 심미성까지 포함한 공간 내 지원요소로써 파악하고 이에 적절한 가구디자인 프로세스를 제시하고자 한다.

1-2 연구방법 및 진행과정

본 연구는 판매 공간 중에서 패션샵의 경우에 필요한 가구를 디자인하기 위한 디자인 프로세스의 하나로써, 패션샵의 기본적인 기능인 제품의 전시 및 판매뿐 아니라 고객서비스 차원에서의 기능을 수행할 수 있는 가구 전체를 포함한다. 본 연구의 진행을 위하여 문헌연구방법, 내용분석방법, 브레인스토밍 방법 등이 사용되었다.



<그림 1> 연구의 개념도

본 연구의 단계는 크게 세 단계로 진행되었으며 첫 번째 단계인 이론적 데이터의 수집에서는 문헌연구방법 및 내용분석방법을 사용하여 공간에서의 인간의 행동과 이에 따른 필요가구 등을 파악하였다. 또한 선행연구 분석을 통하여 의류판매점의 디자인 지침을 정리하였다. 두 번째 단계인 디자인 개념 설정과정에서는 선행연구의 내용분석과 브레인스토밍과정을 통하여 디자인 개념을 설정하였으며, 구체적인 디자인 모티브의 선정을 위하여 시각적 이미지 자료를 수집하였다. 세 번째 단계에서는 수집된 이론적

데이터와 디자인 개념을 토대로 공간계획 및 가구디자인을 구체화하였으며 연구진행에 대한 개념도는 <그림 1>과 같다.

2. 이론적 데이터의 수집 및 분석

2-1 공간의 행위분석 및 인체치수 조사

상업공간은 크게 식음 및 판매와 관련된 환경을 창조하는 분야로서 최대의 목적은 이익증대에 있으며, 이차적으로는 문화생활권 형성에 있다. 본 연구에서 다루고 있는 패션샵에는 판매 공간과 부대공간이 포함된다.

판매 공간에는 매장으로의 도입공간, 통로공간, 상품전시공간, 서비스 공간 등이 포함되며, 도입공간은 외부에서 판매 공간까지 진입하는 부분으로 원래 상품전시나 서비스 공간으로 사용되어질 수 있는 곳이나 공공 공간으로 개방시키기도 한다. 통로공간은 판매부분 가운데 고객 또는 종업원의 통행공간이며, 상품전시공간은 진열장, 쇼케이스, 진열대 등 상품이 전시되는 부분이다. 서비스 공간은 응접실, 고객 화장실, 포장대, 접객 카운터 등 고객에게 서비스를 제공하는 일반적인 서비스 시설이다.

부대공간으로는 상품관리공간, 판매원의 후생공간, 시설관리공간, 영업관리공간, 주차장 등이 포함된다. 상품관리공간은 발송장, 창고 등 상품을 보관하거나 발송하는데 필요한 공간이며, 판매원 후생공간은 판매원의 후생복지를 목적으로 하는 곳으로 종업원을 위한 화장실, 통로, 출입구, 쉼의실이 이에 속한다. 시설관리부분은 전기, 공기정화, 급배수 등의 기계설을 일컬으며 영업관리공간은 사무실, 대합실, 주차장 등이 포함된다.

<표 1> 판매점의 기능별 공간구성

판매촉진기능		판매보조기능	서비스기능	보조기능
시각연출공간	상품진열공간	쟁의공간	휴식공간	창고
쇼윈도우 등 전시기능공간	판매기능공간	계산·포장공간	화장실	

또한 의류판매점 내의 필요가구 및 필요 인체치수 파악을 위하여 점원과 고객의 가상 시나리오를 통하여 의류판매점 내에서 일어날 수 있는 구체적인 행위 및 동작을 분석하여 다음의 <표 2>, <표3>과 같이 표로 작성하여 살펴보았다. 그 결과 점원의 경우는 걷기, 팔 올리기, 물건 꺼내기, 구부리기, 의자에 앉기, 컴퓨터 사용, 수납장 열기, 계산하기, 전화받기 등과 같은 동작들을 하

<표 2> 점원의 시간별 행위 및 동작분석

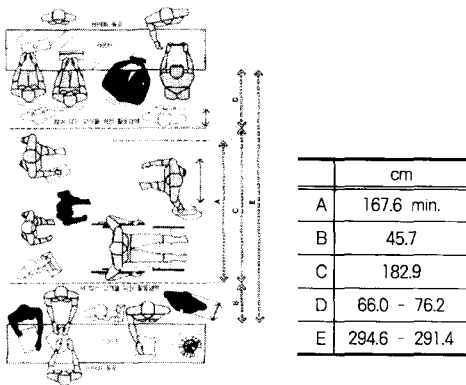
시간	행위분석	사용 공간	동작분석
9:00 - 10:00	출근, 매장 문 열기	매장, 출입구	걷기, 팔 올리기
	쟁의실에서 옷 갈아입기	쟁의실	락커문 열기, 팔 올리기, 물건 꺼내기, 구부리기, 벤치에 앉기, 화장대에 앉기
	사무실 FAX, E-mail 확인, 전화걸기	사무실	의자에 앉기, 컴퓨터 사용, 책상 위에 물건 놓기, 책상에서의 작업, 서랍열기
10:00 - 11:00	매장의 진열과 정리	매장	팔 올리기, 수납장 열기, 걷기, 유리창 닦기, 진열대 닦기, 시디리 올리기
	판매원의 업무교육	매장, 매장내 응접공간, 카운터, 포장공간	소파에 앉기, 테이블에 물건 올려놓기, 걷기, 옷 개어놓기, 팔 올리기, 물건 꺼내기, 카운터에서의 전산업무
	창고 물건 수납, 재고정리	창고	걷기, 수납장 열기, 수납장에 물건 넣기, 상자열기, 물건 꺼내기
11:00 - 12:00	키달로그 정리, 우편물 정리	카운터, 매장	수납장에서 물건 꺼내기, 필기하기, 걷기
12:00 - 13:00	점심식사	휴게실	자판기 사용, 의자에 앉기, 대화하기
13:00 - 16:00	고객에게 판촉활동	매장, 휴게실, 응접공간	소파에 앉기, 걷기, 허리 구부리기, 커피 만들기, 진열장에서 물건 꺼내기,
	계산하기, 포장하기	카운터, 포장공간	카운터의 전산업무, 물건 포장하기, 수납장에서 물건 꺼내기, 걷기
16:00 - 18:00	물량점검, 거래처에 물건주문, 컴퓨터 업무	사무실, 창고	창고에서 물건 꺼내기, 허리 구부리기, 책상에서 작업하기, 컴퓨터 사용, 전화하기, 캐비넷 열기, 수납하기
19:00 -	퇴근	사무실, 매장, 쉼의실	걷기, 락커문 열기, 옷 갈아입기, 물건 꺼내기

<표 3> 고객의 행위 및 동작분석

행위분석	사용공간	동작분석
차를 만다	주차장	
의상실로 들어선다	매장 출입구, 매장	걷기
인사를 나누고 점원의 안내를 받고 상담을 한다	매장, 응접공간	걸기, 허리 구부리기, 소파에 앉기, 차 마시기, 테이블 위의 카달로그 보기, 대화나누기
진열된 의상을 구경한다	매장	걸기, 물건 꺼내기
선택한 의상을 입어본다.	매장, 피팅룸	걸기, 옷 갈아입기, 치수재기
옷값 계산하고 포장된 물건 받기	매장, 카운터, 포장코너	걸기, 사인하기, 팔 올리기
의상실 나가기	매장	걸기

는 것으로 나타났으며, 고객의 경우에는 걸기, 허리 구부리기, 소파에 앉기, 물건 꺼내기, 옷 갈아입기, 치수재기, 팔 올리기, 계산하기 등과 같은 동작들이 있는 것으로 나타났다. 이를 토대로 필요한 인체치수를 조사하여 분석 및 디자인에 사용하였다. 각 행위 및 동작별로 인체동작치수를 다음과 같이 조사하여 이를 공간계획 및 가구계획에 반영하였다.

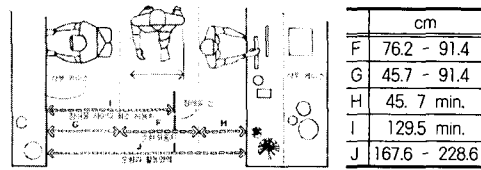
<그림 2>는 두 카운터 사이에 주봉로가 있을 경우의 제안치수를 보여주는 것으로 통합허용치는 297.2~304.8cm이다. 이 치수는 낮은 카운터를 향해서 서있는 고객의 활동



<그림 2> 주요공중봉로폭

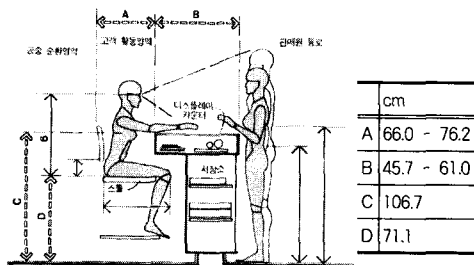
영역과 높은 카운터를 향해서 앉아있는 자세의 활동영역, 두 카운터 사이의 넓은 순환공간을 포함하는 것이다.

<그림 3>은 보조통로의 허용치를 나타낸 것으로 왼쪽 상품진열대 앞의 허용치는 선반에서 물건을 꺼내기 위해 무릎을 꿇은 상태를 가정하였으며 오른쪽의 진열대 앞에는 45.7cm의 허용치를 두었다. 이는 케이스위에 있는 상품을 보거나 만지는 공작의 허용치이다. 또한 진열대 사이의 최대허용치는 228.6cm이나 제안된 최소치 129.5cm는 양쪽으로 두 사람이 동작을 하고 있는 사이에 제 3인이 약간의 신체접촉이나 옆걸음으로 통과할 수 있는 수치를 나타낸다.



<그림 3> 보조통로의 폭

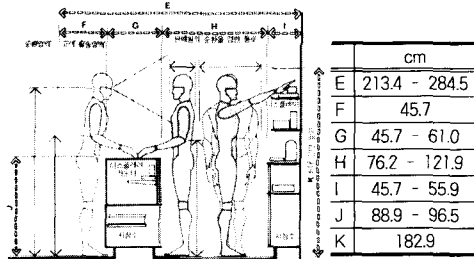
<그림 4>는 높이 106.7cm의 카운터에 앉아있는 사용자의 허용치를 보여주는 것으로, 일반적인 카운터의 높이는 사용자의 5%를 상회하는 사람의 팔꿈치 높이보다 높은 것을 생각한다면 이 카운터의 높이는 권장치보다 다소 높으나 앉아있는 고객이나 서있는 점원 모두가 전시상품을 볼 수 있는 높이이다.



<그림 4> 앉아있는 고객의 동작치수

<그림 5>는 전형적인 판매카운터의 허용치를 설명한 그림이다. 서있는 사람의 안락도

를 높이기 위해서 카운터의 높이는 팔꿈치로부터 5~7.6cm 낮아야 한다. 이 치수는 사람들이 카운터 위의 물건을 취급할 때 적절한 허용치이며, 손의 지지대 역할을 하는 치수가 된다.



<그림 5> 서있는 고객과 점원을 위한 동작치수

이상과 같은 수치들은 다음과 같이 공간 계획 및 가구디자인에 반영되었으며, 전시대 주변의 동선 등은 인체측정의 고려사항과 권장치를 고려하여 주요 공중통로 폭의 통합허용치는 2972~3040mm내외로 하였다. 또한 쇼케이스 앞의 허용치는 선반에서 물건을 꺼내기 위해 무릎을 꿇은 상태를 가정하였으며, 오른쪽의 진열대 앞에는 457mm 이상의 허용치를 두었다.

상품은 인체측정학적으로도 적정거리 안에 전시되어야 하며 시선이 잘 보이는 곳이어야 하므로 눈높이에 적합하여야 한다. 높이의 한계를 정하는 데에는 신체규격이 작은 사람의 데이터를 적용하였으며 행어의 높이는 사람의 신장한계 뿐만 아니라, 전시되어 있는 상품의 규격에 적절해야 하므로 최대치수 1830mm를 넘지 않도록 계획하였다.

2-2 행위별 필요가구

이상과 같이 의류판매점 내에서 일어나는 모든 가능한 행위와 동작을 분석하고 이에 필요한 인체치수 및 소요 공간 치수를 조사한 후, 이상과 같은 행위와 동작을 지원해 줄 수 있는 가구의 종류에 대하여 조사하였다. 필요가구에 대한 조사는 기존의 의류판매점 내에 사용되고 있는 가구를 중심

으로 살펴보았으며, 다음의 <표 4>와 같다. 공간의 면적에 따라 사용가구의 개수는 다소 차이가 있었으나, 가구의 종류는 유사하게 나타나서 디스플레이 선반 및 테이블, 행거, 진열선반, 진열장 등의 상품 전시용가구와 카운터, 카운터용 의자 등의 계산을 위한 가구, 응접의자, 응접테이블, 소파, 메이크업테이블, 메이크업 의자 등과 같은 고객 서비스용 가구 등이 있는 것으로 나타났다.

<표 4> 매장별 소요 가구 분석

브랜드명	면적	소요가구 분석
프랑소와즈 (명동)	1층112.9 m ²	Display Table 1, 벽면 행거 진열장 5 Fitting Room 3, 카운터 2
	2층112.9 m ²	
오리지널리 (명동)	각층 66 m ²	Display Table 1, 벽면 행거 진열장 1 Hook 30, 접객 응접 테이블 2 접객 응접 소파 3, 접객 응접 의자 4 Fitting Room 4, 카운터 2
eu (신사동)		행거 4, 휴식용 벤치2, Display 선반 3 진열선반 6, Fitting Room 1 창고 A/C 2, 카운터 1
설운형 (명동)	각 층 74 m ²	Display Table 4, 벽면 행거 진열장 5 전시 테이블 2, 진열대 4 접객 응접 테이블 1, 접객 응접 소파3 Fitting Room 4, 카운터 1 카운터용 의자 1,
김창숙 (청담동)	각층 180 m ²	Display Table 5, Show Case 2 벽면 행거 진열대 16, 진열장 2 진열선반 15, 접객 응접 테이블 3 접객 응접 의자 17 Fitting Room 6, 카운터 2 카운터용 의자 3
트로야 조 (명동)	각층 46.2 m ²	Display Table 2, Display 선반 6 벽면행거 진열장 2, Hook 12 진열장 3, Fitting Room 2 창고 A/C 1, 카운터 2 카운터용 의자 2
JOYCE (신사동)	1층208 m ² 2층235 m ²	Display Table 6, Display Panel 2 행거/ 선반 17, 접객 응접 테이블 1 접객 응접 의자 2, 소파 1 Fitting Room 2, 카운터 1
김리언 부터크, 모다 (청담동)	132.16 m ²	Display Table 3, Show Case 1 벽면 행거 진열장 9, 서랍장 2 진열선반 2, 벽면 진열장 1 접객응접 테이블1, 접객 응접 의자 5 Fitting Room 1, 카운터 1 카운터용 의자 1
ADSUM (신사동)	194 m ²	Display 선반 4, 행거 4 Fitting Room 소파 2 휴식용 소파 2, 접객 응접 테이블 1 접객 응접 의자 17, Fitting Room 6 카운터 1, ACC. Table 1 화장실 Make-up Table 1
Paul Wheeler (신사동)	137 m ²	Display Table1, Turning Panel & Hook 6 행거 1, 벽면 행거 10, Bar 수납장 1 진열선반 4, Image Wall & Sign Board 1 Multivision 장 1,Fitting Room 2, Bar Table 1, Bar chair 7 개수대 1, 소파 1, Make-up chair 2 카운터 1, 화장실 Make-up Table 1

2-3 패션샵의 디자인 지침

판매점의 실내공간 및 가구를 디자인하는데 기초데이터로서 디자인서 적용이 가능한 지침을 설정하기 위하여 판매점 디자인에 관련된 문헌들을 분석하였다. 문헌의 종류로는 "상업공간에 대한 실내디자인 및 계획의 변화와 흐름에 관한 연구(박태욱·이현경, 1997)", "복합패션전문점의 실내공간 계획에 관한 연구(배대용,1996)", "패션전문점의 실내공간 디자인 이미지 유형과 구성요소 분석연구(최상현·최용복,1998)", "패션매장에 나타난 미니멀리즘의 실내공간구성에 관한 연구(강소연·김형우,1998)", "여성의류점 디스플레이에 관한 연구(하민자,1991)", "여성 FASHION SHOP의 공간 디자인에 관한 연구(이완희,1995)", 등과 같이 관련된 논문 11편을 분석하여 다음과 같이 디자인 지침을 정리하였다. 의류판매점내의 세부요소별 주의할 점은 다음의 <표 5>와 같다.

세부요소별 주의할 점을 살펴보면 공간 계획에서는 공간을 기능별로 배치하는 것에 주의해야하며 조닝계획에 있어서는 상품을 종류별로 그룹핑하여 배치하는 것이 중요하며, 동선계획에 있어서는 고객이 충분히 매장을 돌아볼 수 있도록 주동선과 부동선으로 구분하여 계획하는 것이 필요하다. 가구

<표 5> 세부요소 별 주의할 점

구분	주의할 점
공간계획	공간의 기능별 배치의 합리화
조닝계획	상품군별 그룹핑 배치
동선계획	고객회유를 위한 주동선과 부동선의 확보
가구계획	규격의 모듈화와 이동 등 컨트롤의 용이성
조명계획	기본, 중점, 환경조명의 합리적 배치와 배분
색채계획	점의 테마와 컬러와 기본컬러에 충실
연출계획	쇼 윈도우, 퍼블릭 스페이스, 스테이지 등 연출 부위의 조명을 포함한 기능적 디자인
재료계획	상품군별(또는 총별)로 기본재료 선택을 중시
음향계획	하드웨어와 점내 위치 및 기능을 중시
사인계획	고객의 편의와 점의 홍보효과(점 외부 중시)

계획에 있어서는 매장의 디스플레이 변경 등을 위하여 이동이 용이하도록 디자인하는 것이 중요하며, 디자인하는 가구들의 규격을 모듈화하는 것도 중요한 점이라고 할 수 있겠다. 이외에도 조명, 색채, 연출, 재료, 음향, 사인 등의 계획을 신중하게 하여야 할 것이다.

특별히 의류매장에서의 가구디자인에 있어서 주의해야 할 점들은 각 필요가구별로 다음의 <표 6>과 같이 정리하였다.

<표 6> 가구디자인 지침

카운터	단순히 상품값계산뿐만 아니라 매장의 홍보를 위한 P.O.P.역할, 상품만큼에 따른 수납의 역할 등을 하여 판매원의 불필요한 동선 줄이도록 계획한다. 꼭이거나 자유로운 조형형태로 제작 또는 소재의 변화를 주거나, 조명의 변화를 주어 분위기 연출을 한다.
행거	의상과 상품을 적절히 진열할 수 있도록 높이를 조절할 수 있는 차텔을 달아 상품의 종류와 양에 대처할 수 있도록 하여야 한다. 의류품을 진열하는데 필수적인 도구이지만 하나의 상품 특성을 잘 나타낼 수 없는 경우가 많으므로 행거 위나 옆으로 대표되는 상품을 관련 진열하는 것이 좋다.
계산대	일종의 서비스 코너로 계산할 수 있는 것은 물론이며 안내와 상담으로 서 있는 고객에게 부담을 주지 않는 높이여야 한다. (68 cm 미만) 포장 카운터는 주력상품의 전시근처에서 이용객에 접할 수 있도록 설치하는 것이 좋으며, 포장지의 규격치수에 맞추어 수납개소의 치수를 고려하고, 크기는 상품의 크기에 비례하여 제작하는 것이 바람직하다.
쇼 케이스	작은 소품들을 고객에게 보여줄 수 있어야 하며 때에 따라서 쉽게 꺼내 볼 수 있어야 하므로, 쇼케이스는 바닥에서 70 cm 이하가 서 있는 고객에게 친근감 있게 내려다 볼 수 있는 크기로 조명이 밝아야 한다.
카운터 케이스	디럭스(deluxe)한 분위기를 연출하기 위하여 소재로서 대리석을 사용 한다든지, 조명을 이용하여 호화로운 분위기를 연출할 필요가 있다.
집기	시스템 집기류성에 앞서 충분히 검토하고 표준화와 개성화라고 하는 상반된 요소를 균형에 맞추며 조화시켜야 하고, 집기형태의 디자인은 공간을 적게 차지하고 많은 제품을 진열할 수 있고 제품의 코오디네이트 판매가 가능한 연계성 총동구매를 유발시킬 수 있는 형태의 집기 연출 필요하다. 집기는 상품을 보여줄 수 있는 하나의 점구성 도구로서 중요한 역할을 하는데 이러한 집기들은 매장의 컨셉과 연출테마의 표현을 뒷받침하여야 하며, 이로써 차별화 되어 상품의 가치와 스토리 전달의 매개체로서 계획되어져야 한다.

3. 디자인컨셉의 전개

3-1 한국의 선적특성을 살린 디자인컨셉

앞서 각 공간별로 가구 및 공간디자인에 필요한 과학적인 자료를 수집하고 정리하였으며, 또한 각 공간의 가구 디자인 및 공간 계획에 관한 디자인 지침을 정리하였다. 그러나 실제로 디자인을 전개해 나가는데 있어서는 이론적인 자료들만으로는 불가능하며 디자인을 주도적으로 이끌어 나갈 디자인 개념이 필요하다.

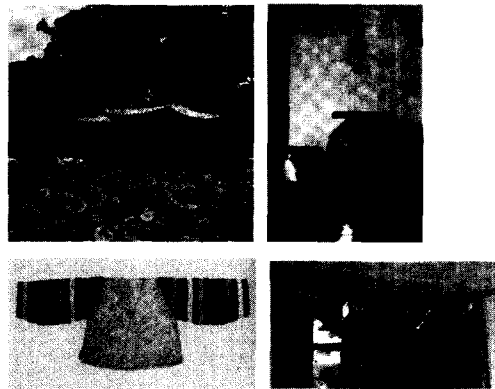
현대의 공간디자인은 세계적으로 공통적인 이미지를 공유하게 되므로, 국제적으로 경쟁력을 갖추기 위해서는 특수성 및 독자성이 강조되어야 하는데, 독자성을 갖추는 한 방법으로 민족적 전통성을 도입하는 방법은 무척 긍정적이다. 이와 같은 맥락에서 전 세계적으로 전통을 계승하고자하는 시도는 하나의 시대적 흐름이라고 볼 수 있다. 또한 여성의류판매점은 새로운 듯하면서도 안락하고 부드러운 느낌을 갖추면서도 절도가 있어야 하는 특성을 지녀야 한다. 따라서 전통적인 개념을 현대적으로 재해석하여 공간 및 가구에 적용하고자 하였다.

공간이나 가구디자인에 있어서 전통성이란 주제는 자주 다루어지는 주제이지만, 다루는 방법에 있어서는 대체로 유사하여 전통가구의 모티브에서 아이디어를 얻거나 비례, 형태 등에서 아이디어를 얻어 디자인을 전개하는 것을 발견할 수 있다. 그러나 본 연구에서는 다양한 전통적인 물품을 조사하고 분석하여 전통적인 이미지를 형성하는 한 축으로 선(線)적인 요소를 선정하였다. 또한 한국적인 이미지를 형성하는 직선적, 곡선적, 사선적인 요소들이 포함된 자료를 수집하고 분석한 결과, 본 연구에서 다루는 여성적인 부드러운 느낌을 표현하기 위해서 전통적인 곡선의 이미지가 적절하다는 결론에 도달하였다.

한국적인 선의 특징은 회화나 서예, 도자

기, 조각 등 예술분야와 의류, 그리고 가구, 건축 등에서 찾아볼 수 있다. 또한 산의 능선이나 강줄기 등에서 보는 바와 같이 자연의 미감과 상통하는 면이 한국의 조형물에서 나타나는데 그 특성은 유연하고 완만한 자연미의 선이라고 할 수 있다. 전통의 선에서 대표적이라고 판단되는 선 들 중 하나는 한국 전통건축의 지붕곡선이다. 그 선의 아름다움은 '날아갈 듯한 지붕선'이라고 표현될 만큼 날렵하고 당차다. 또한 그 선은 가느다란 단선이 아니고 투박한 중복선으로서 볼륨감이 있는 자연미가 풍긴다.

이와 같이 한국 전통건축의 아름다운 지붕곡선을 현수선(Catenary)이라 한다. 현수선이란 '균일한 무게의 유연한 줄이 두 지점 사이에 걸려있을 때 오로지 중력만이 작용하여 이루는 곡선'으로서 우리가 자연현상에서 자주 보게 되는 것이다. 예를 들면 빨래줄이 늘어져 있는 모습이라든지 아기를 낳았을 때 대문 앞에 걸어두는 금줄이 늘어져 있는 모습과 같은 것이다. 한복 배래의 선에서도 현수선과의 유사성이 발견되며 소매 끝으로 갈수록 곡률이 심해진다(<그림 3> 참조). 따라서 본 연구에서는 이와 같은 현



<그림 3> 한국적인 곡선의 특성

수선, 항아리의 곡선, 지붕의 곡선, 한복의 배래선, 버선코의 곡선, 문고리, 비녀장식 등에서 나타나는 우아한 비례감과 자연적인

4-2 가구디자인

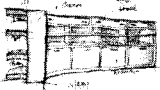


상업공간의 인체측정 데이터의 적용을 위하여 가구치수는 인체치수에 적절하도록 제시된 기준 치수를 적용하여 디자인하였으며, 백화점을 방문하여 실제 사용되는 카운터, 디스플레이테이블, 행거, 선반 등의 가구 실측을 실행하였으며 이를 가구디자인 시 고려하였다.

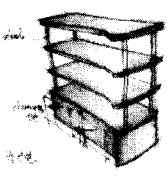
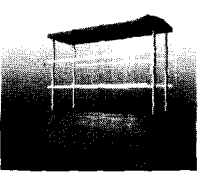
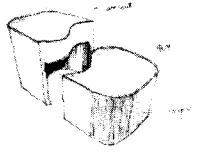

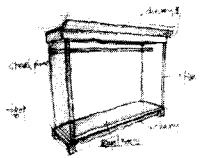

판매 카운터의 허용치는 서있는 사람의 안락도를 높이기 위해서 높이를 팔꿈치로부터 50~76mm 낮은 960mm 이하로 계획하였으며, 쇼케이스는 높이 1000mm, 유리면은 450mm로, 유리선반은 2단으로 디자인하였다. 디스플레이테이블은 여성의류점에 있어 그 역할이 매우 중요하기 때문에 다양한 디스플레이가 가능한 넓은 형태로 중앙이 분리되어 사용할 수 있도록 디자인하였다. 최근에는 케이스를 사이로 고객과의 커뮤니케이션을 꾀하기 위하여 낮게 디자인하는 경향이므로 이를 반영하여 높이를 1500mm로 설정하였다.

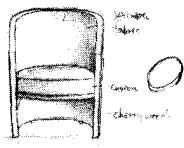
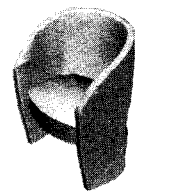
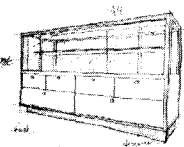
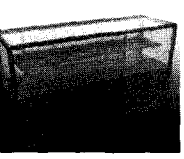
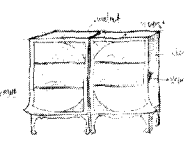
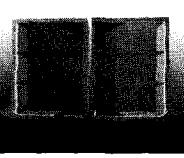
공간계획에서와 마찬가지로 전통적인 곡선의 특성을 살려서 선반, 디스플레이테이블, 행거, 휴식용 의자, 레지스터 카운터, 쇼케이스, 약세서리장 등을 디자인하였으며 이에 대한 구체적인 내용은 <표 7>과 같다.

<표 7> 가구디자인 스케치 및 최종안 렌더링 계속

<표 7> 가구디자인 스케치 및 최종안 렌더링

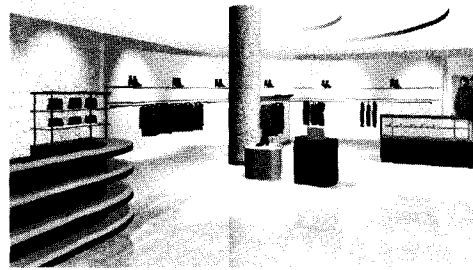
레지스터 카운터	컨셉 적용	스케치	
		최종안 렌더링	
		최종안 렌더링	

백선반	컨셉 적용	스케치	
		최종안 렌더링	
디스플레이테이블	컨셉 적용	스케치	
		최종안 렌더링	
행거	컨셉 적용	스케치	
		최종안 렌더링	

휴식용 의자	컨셉 적용	휴식용 의자는 안락하고 생리적으로 긴장감을 주지 않도록 인체공학적 치수를 고려하여 시각적으로도 형태미가 뛰어나고 배치에 있어서도 유동성을 가지도록 곡 반원형의 형태를 가지며 한국적 조명기구 중 등잔의 형태를 응용하여 디자인 된 것이다. 재료는 목재 위에 fabric을 씌운 등받이와 팔걸이를 한판으로 사용하고 좌판을 타원형으로 구성하였다.	스케치	
			최종안 렌더링	
쇼케이스	컨셉 적용	쇼케이스 디자인은 스탠다드형으로 높이가 1000mm, 유리면 450mm로, 유리선반은 2 단으로 되어 있으며, 정면의 치수는 1000mm, 1800mm, 610mm로 기존제품의 치수를 그대로 사용하였다. 깊이는 일반적인 깊이인 490mm로 하였다. 재료는 체리목을 사용하였으며 유리면과 유리선반, 뒷면은 수납을 위한 서랍상으로 구성되어 있다.	스케치	
			최종안 렌더링	
약세서리장	컨셉 적용	약세서리 장은 2층 피팅룸의 중앙에 위치하며 약세서리 소품과 타겟상품을 진열하며 형태는 우측의 선반과 통일감을 주도록 전통 의상의 쉼코모양을 응용하여 비대칭형으로 구성되었다. 좌우대칭의 동일한 장을 나란히 놓아 배치하며 door부분은 한국 전통의 문고리와 비녀장식을 이용한 여덟으로 디자인하였다.	스케치	
			최종안 렌더링	

이상과 같이 설계된 공간에 같은 맥락의 컨셉을 적용하여 디자인된 가구들을 배열한

상대의 패션샵 내부공간에 대한 렌더링은 <그림 5>와 같으며, 공간의 컨셉과 가구디자인의 컨셉이 일치함으로써 공간의 통일감과 공간이 전달하는 메시지가 증대할 것으로 기대된다.



<그림 5> 패션샵의 렌더링

5. 결론

이상과 같이 패션샵의 경우를 사례로 가구 및 공간디자인을 위한 가구디자인 프로세스를 알아보았다. 대체로 가구는 하나의 조형적인 요소를 지닌 미적 대상으로 다루어지는 것이 일반적이지만 가구는 그것이 놓여지는 공간과의 이해를 통해서 해석하는 것이 바람직하다고 할 수 있겠다. 따라서 본 연구에서는 가구와 실내공간과의 밀접한 관련성을 중시하여 디자인하는 가구디자인의 프로세스를 제시하고자 하였다.

공간계획 및 가구디자인 프로세스는 크게 세 단계로 구성되어있는데 첫번째 단계는 이론적인 데이터의 수집단계로써 해당공간 안에서 일어나는 인간의 행위 및 동작을 분석하여 이를 토대로 한 실내가구의 종류를 조사하고 각각에 따른 인체적정치수를 파악하는 과정이다. 두 번째 단계는 구체적인 디자인을 하기 위하여 시각적인 디자인 컨셉을 설정하는 과정으로 해당되는 이미지의 사진자료들을 수집하고 이를 바탕으로 적절한 디자인 모티브를 추출하고 디자인에

반영하는 과정이다. 세번째 단계는 이 두 가지 내용을 적절히 조합하여 구체적인 디자인결과물을 생산해내는 과정이라고 볼 수 있다.

이상과 같이 공간과 같은 맥락상에서 디자인된 가구는 단순한 하나의 제품이 아니라 가구가 놓여지는 공간의 기능을 함축한 가구가 되어 공간과 유기적인 관계를 맺음으로써 사용자에게는 심미적인 아름다움 뿐 아니라 공간의 의미를 내포하는 상징적인 이미지까지도 제공할 것으로 판단된다.

사회가 점차 복잡해지고 사용자의 요구도 점차 다양화됨에 따라 디자인에 있어서도 다각도적인 접근이 필요하게 되었다. 그러므로 가구디자인에 있어서도 사용자의 요구를 충분히 반영하고 만족도를 증대시키기 위해서 본 연구에서와 같이 다양한 각도에서 총체적인 요소들을 고려한 디자인이 이루어져야 할 것으로 판단된다.

6. 참 고 문 헌

1. 정혜영(1998), 의류상점의 효율적인 실내 공간계획에 관한 연구, 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위 논문
2. 박성철(1997), 상업공간 커뮤니케이션 요소추출을 통한 디자인 연구, 국민대학교 디자인대학원 석사학위논문
3. 이종희(1995), 여성 Fashion Shop의 공간 디자인에 관한 연구, 성신여자대학교 조형산업대학원 석사학위논문.
4. 大建社(1995), 인체척도와 실내공간계획, JULIUSPANERO & MARTIN ZELNIK 저.
5. 조형사(1996), 인체와 산업디자인, 이재환 저.
6. Juliuspanero & Martin Zelnik(1995), 인간척도와 실내공간 계획, 미진사.
7. 최상현, 최용복(1998), 패션전문점의 실내 공간 디자인 이미지 유형과 구성요소 분석연구, 한국실내디자인학회지 15호.
8. 이한석, 오영근(1997), 인체척도에 의한 실내공간크기 기준설정에 관한 연구, 한국실내디자인학회지 13호.
9. 국립기술품질원(1997), 산업제품의 표준치 설정을 위한 국민표준채워 조사 보고서.
10. 강소연, 김형우(1998), 패션매장에 나타난 미니멀리즘의 실내공간구성에 관한 연구, 한국실내디자인학회지 16호.