

제과점 인테리어, 공간 활용이 관건 ‘실용성과 디자인’ 두 마리 토끼를 잡아라

〈취재 / 임희정 lim@mbakery.co.kr〉

제과점 인테리어는 ‘공간 활용’, ‘실용성’, ‘디자인’ 등 삼박자의 요건을 고루 갖춰야 투자의 효과를 충분히 거둘 수 있다. 점포 인테리어에 소요되는 비용은 최소 1,000만 원에서 보통 7,000만원 정도인데, 점포의 크기나 형태, 매장의 위치 및 보수 정도에 따라 비용에서 차이가 생긴다. 이때 점주가 충분한 준비 과정을 통해 공사를 시작해야 투자한 비용만큼의 효과가 매출 상승으로 이어진다.

일반적으로 점주들은 인테리어에 대한 지식이 부족하기 때문에, 단순히 외관을 예쁘게 꾸미는 것에만 중점을 두는 경우가 많다. 또한 사전에 자신이 투자할 수 있는 금액을 결정해 두고 그 한도 내에서 시공회사와 어떻게 공간을 활용하고 싶은지에 대한 충분한 의견 조율 과정을 건너뛰는 경우도 비일비재하다.

이러한 문제는 공사를 지연시키는 걸림돌로 작용하거나 사후에 시공된 인테리어에 대한 점주의 불만족으로 나타나기도 한다. 그렇다면 제과점 인테리어는 어떠한 방식으로 전개돼야 하는가.

제과점 인테리어는 보통 20평 남짓한 공간에서 직원이 빵을 굽거나 작업대에서 일을 하고, 손님이 빵을 고르거나 하는 많은 일들이 일어나기 때문에 ‘공간 활용’의 문제가 관건이 된다. 때문에 공장에서 제품을 나르고, 판매대에 진열할 빵을 포장하기까지의 동선을 고려한 공간 배치가 이뤄져야 한다는 것이다.

‘공장과 매장의 배치 문제’도 중요한 요소로 부각되고 있다. 과거에는 공장과 매장의 비중이 반반이었으나 최근에는 공장 배치의 비중을 55% 정도로 두고 있다는 것이 전문가의 의견이다. 넓은 매장은 고객의 시선을 거두는 효과가 있을지 모르지만, 협소한 작업 공간은 당일 생산한 제품의 질에 차이를 줄 수 있다. 작업 공간이 편리해야 생산 직원이 보다 맛있는 제품을 생산하는 데 도움을 줄 수 있다는 것이다.

또한 빵을 진열한 판매대 등의 디스플레이 개념이 점점



줄어들고 있다는 것도 점주가 참고해야 할 부분이다. 매출이 낮으면 판매대에 빵이 쌓이고 재고가 많아지게 되기 때문에 빵 맛이 좋아질 수 없다는 것이다. 적은 진열 공간을 통해 당일 생산한 빵을 하루 세 번 정도 채워 넣는 것이 이상적인 진열 방법인데 인테리어 시공 전부터 이런 요소를 점주가 충분히 생각해야 한다는 것이다.

제과점 인테리어에서 다뤄져야 할 또 다른 중요 요소는 ‘실용성’을 얼마나 잘 살리느냐의 문제라고 전문가들은 말한다. 좁은 매장에 하루에도 수백 명의 손님이 드나들기 때문에 판매대나 진열장, 테이블 등의 노화가 일반 가게보다 빠를 수밖에 없다. 적어도 향후 5년을 바라보고 튼튼함을 살린 공사가 진행돼야 문제 발생의 소지가 적다는 것이 업체측의 설명이다.

공사 기일을 앞당겨 빨리 장사를 시작하는 것이 단기적으로는 매출 신장에 도움이 될 수 있다. 그러나 매장을 리뉴얼한 지 1년도 채 지나지 않아 진열장이 뒤틀어지는 등의 문제가 발생한다는 것이 업체측의 설명이다. 점주가 시공비만 보고 인테리어 업체를 선정하는 데서 이런 문제가 발생할 수 있다.

제과점 업주들은 가장 낮은 비용의 견적서를 제출한 업체를 선정하는 경우가 대부분인 것으로 알려졌다. 물론 점

주가 처음에 생각한 투자비용에 맞추어 업체를 선정해야겠지만, 무조건 가격만 보고 업체를 선정하면 장기적으로 볼 때 투자한 비용에 대한 손실을 입을 수 있다는 것이 관계자들의 설명이다.

한편, 제과점의 외관은 손님을 유혹하는 눈에 보이는 부분이기 때문에 점주 대부분이 인테리어의 성공 여부를 디자인에 한정해 업체측에 요구하기도 한다. 최근 '커피숍+베이커리' 형태의 복합 점포 오픈이 증가하면서 휴식공간으로서 제과점을 찾는 고객이 늘어나고 있는 것도 점주가 디자인을 중요시하는 이유로 풀이된다.

그러나 다른 점포에서 성공한 디자인 요소를 그대로 자신의 점포에 적용하는 것은 위험한 발상이라는 것이 업체측의 지적이다. 지역 상권의 특성, 유동 인구의 특성, 객단가 등에 따라 외관과 매장의 디자인이 결정돼야 한다는 것이다.

철저한 준비가 성공적인 투자의 지름길

제과점 인테리어에서는 공간 활용, 실용성, 디자인 등 세 가지 요건들에 대한 점주의 이해가 밀착된 상태에서 인테리어 업자와의 의견 조율을 바탕으로 공사가 진행돼야 작업이 차질 없이 이뤄질 수 있다는 것이 업체측의 설명이다. 최소한 1~3달 전부터 철저한 준비과정을 거친 끝에 '점포가 무엇을 중요시 여길 것인가'에 대한 논의에서 견적이 나와야 한다는 것이다.

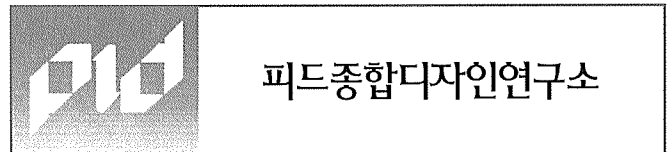
'어떤 아이템으로 출발해서, 공장을 어떻게 운영할 것인가', '하루에 빵을 몇 번 굽는가', '주력 상품을 무엇으로 하는가' 등 세부적인 사항을 인테리어에 심분 반영해 3~4일에 거쳐 견적서를 뽑고, 일주일 정도의 여유를 두고 여러 가지 안에 대한 장단점을 논의한 후에 결정한 견적서를 바탕으로 실측 작업에 들어가야 한다. 이후 점주의 승인이 떨어지면 짧게는 15일에서 길게는 1달에 걸쳐 공사를 진행하는 것이 가장 이상적이라고 인테리어 업체의 한 관계자가 말했다.

그러나 실제적으로 이런 준비과정은 무시된 채 인테리어 작업이 이루어지고 있기 때문에 설계가 끝난 후 문제가 자주 발생하곤 한다. 한번 리뉴얼한 점포는 보통 5년 정도 외관을 유지한다. 거금을 투자한 만큼 점주가 투자비용을 뽑는다는 생각으로 인테리어에 대한 이해를 바탕으로 신중한 결정을 하는 것이 장기적인 매출 신장에 도움이 될 것이다. [계]

점포 리뉴얼을 위한 POINT

- 어떻게 설계하는 것이 매출을 높일 수 있을 것인가를 적극 고려하라.
- 고객과 점원의 편리함을 고려한 동선 확보에 주안점을 두어라.
- 최소한 1달 전부터 사전 준비를 한 후 인테리어를 구상하라.
- 주변 제과점의 인테리어에 영향 받지 말고, 소신껏 구상하라.
- 인테리어에 소요되는 비용에 대한 정확한 이윤 계산이 필요.
- 실용성을 첫째로, 협소한 공간을 적극 활용한 매장 디자인을 연출해라.
- A/S와 관련한 문제 발생의 소지가 없는 업체 선정에 신중을 기해라.
- 추가 비용의 발생에 대해 사전에 충분히 검토한 후 공사를 결정해라.
- 점주가 인테리어 업체에 신뢰를 가져야 원활한 의사소통이 가능하다.
- 매장을 어떻게 운영할 것인가에 대해 충분히 논의한 후 시작해라.

■ 제과점 전문 인테리어 시공업체



'공장의 편리성', '관리자의 동선', '고객의 동선'을 원하는 방향으로 하기 위한 인테리어 평면작업에 중점을 두고 작업을 진행하고 있다. 사후에 추가 비용이 발생할 만한 소지를 없애기 위해 처음부터 총 소요 비용에 대한 견적서를 제출하는 것을 운영방침으로 삼고 있다.

점주의 경영방침이나, 서비스, 공장의 여건 등을 고려해 인테리어 작업을 실시함으로써 투자한 만큼의 효과를 거둘 수 있다는 것이 피드종합디자인연구소 한복균 실장의 의견이다. 점주가 도면에 대한 충분한 이해를 할 수 있도록 돕는 것을 1차 과제로 삼고 있다. 보통 20평 기준으로 150~180만원 정도의 비용을 받고 있다.

▲ (02)555-7889



인테리어를 하는 최종 목표는 매출 신장에 있다는 것을 점주가 인식해야 한다.

점주가 매장 운영 방침에 따라 대략적인 개념으로 공사비를 계산 할 것이 아니라 정확한 원가 계산을 통해 향후 몇 년 동안 현재의 매장을 유지해 나갈 것인가, 총 소요비용 만큼 매출 신장의 효과를 거둘 수 있을 것인가에 대해 상세한 검토가 필요하다는 것이 (주)아이디디자인 대표 김서중 사장의 설명이다.

점포의 크기나 형태에 따라 인테리어의 진행과정이 달라지기 때문에 점주와 인테리어 업자와의 충분한 의견 조율이 필수 요건이라는 것. 이 업체는 20평 기준으로 보통 220만원~230만원의 비용을 받고 있다. 보통 20평 이하의 작은 평수의 매장일 경우 원가 비용의 차이가 크지 않기 때문에 총 소요비용은 비슷하다고 이 업체는 전했다.

▲ (02)888-4492

▶ 특징 : 매장과 작업 공간의 동선 확보에 주력

FLOOR PLAN
SCALE 1/80

서울 남가좌동 빵굽터

매장과 공장의 인테리어 평면도

서울 남가좌동 빵굽터는 다양한 인테리어의 연출이 가능한 직사각형 구조의 점포 형태를 취하고 있다. 그러나 매장이 양면 오픈형인 'ㄱ'자 형태의 점포의 경우 시공비용의 1/3을 차지하는 간판의 규모가 크기 때문에 평당 금액이 높아진다.

1. 빵과 쿠키의 진열대를 중간에 배치해 일반 판매제품을 중심으로 고객의 동선을 배치했다. 상대적으로 판매율이 낮은 캔디류나 케이크의 쇼케이스는 벽면에 위치하게 함으로써 고객과 점원의 불필요한 움직임을 최소화했다.
2. 이 점포의 경우 작업 공간에 비해 매장이 차지하는 비중을 높임으로써 외관에 많이 치중한 것이 특징이다. 출입구 뒤편에 공장을 배치해 실제 매장의 크기보다 넓어 보이는 시각적 효과를 노렸다.
3. 작업대 전면을 유리로 제작해 고객이 작업 과정을 들여다 볼 수 있게 함으로써 제품을 만드는 과정을 오픈한 것이 특징이다.



점주의 의사를 70%이상 반영하는 것을 원칙으로 하는 이 업체는 6년간 뚜레쥬르의 매장 인테리어를 시공해 왔다. 공장에서 일하는 직원의 쾌적도를 살리는 것에 중점을 두고 있으며, 제품의 모양이나 신선도를 극대화하는 작업에 주력하고 있다. 똑같은 제품도 조명에 따라 달리 보일 수 있기 때문에 세심한 주의를 기울이고 있다. 현재 이 업체는 뚜레쥬르를 전담하고 있으나 자영 제과점 인테리어도 향후 담당할 계획이라고 밝혔다. ▲ (02)568-7373