

대도시 로컬푸드 생산자 직판장 디자인에 관한 연구

김진형*

*청운대학교 공간디자인학과

e-mail:jinkim@chungwoon.ac.kr

A Study on Design for Urban Local Food Store and Restaurant

Jin-Hyung Kim*

*Dept. of Spatial Design, Chungwoon University

요약

본 논문에서는 청양군의 로컬푸드 브랜드인 햇살 농부 브랜드 개발의 일환인 로컬푸드 직매장 및 농가 레스토랑 등 부속 시설의 인테리어 디자인에 대한 공간디자인 관점의 방향성 제시를 하고자 함. 로컬 푸드는 전 세계적인 지지를 받고 있는 생산자와 소비자 직거래 방식의 농식품으로써 최근 이에 대한 소비자의 관심은 더욱 커지고 있음. 대기업의 판매 및 식당 공간에 비해 지자체가 기획하는 로컬푸드 관련 공간의 디자인은 규모 및 질적인 측면에서 경쟁력이 낮은 현실. 따라서 지자체의 로컬푸드 관련 공간의 디자인을 위한 경쟁력 있는 디자인을 제시하고자 함.

1. 서론

로컬푸드(Local Food)란 장거리 수송 및 다단계 유통과정을 거치지 않은 지역에서 생산된 농식품을 의미. 로컬푸드는 유통의 이동거리가 짧아 소비자에게 신선한 먹거리 공급이 가능하고, 상호 신뢰관계를 바탕으로 한 믿고 먹을 수 있는 먹거리를 추구. 청양군의 로컬푸드 브랜드인 햇살 농부 브랜드 개발의 일환인 로컬푸드 직매장 및 농가 레스토랑 등 부속 시설의 인테리어 디자인에 대한 공간디자인 관점의 방향성 제시를 하고자 함.

2. 현황 및 디자인 방향

2.1 대상지 현황

- 대상지는 청양군의 로컬푸드 브랜드인 햇살 농부 브랜드 개발과 로컬푸드 직매장 및 농가 레스토랑 등 부속 시설의 인테리어 디자인이 필요한 상황
- 현재 청양먹거리 직매장은 건축 공사중에 있으며 인테리어 디자인은 아직 미진행 상태.
- 대전시 유성구 학하동 714-3.4 에 위치한 대지에 신축하는 로컬푸드 생산자 직판장의 신축을 중심으로 디자인의 방향성

제시를 하고자 하며 추후 로컬푸드 관련 공간 디자인의 응용이 될 수 있을 것으로 보며 이를 통해 로컬푸드 직매장과 이에 부속된 공간을 위한 청양군의 로컬푸드 관련 이미지 제고를 기대.

2.1.1 공간별 구성 내용

- 1층 직매장 공간 디자인
- 2층 농가 레스토랑 디자인(뷔페형)
- 3층 체험 및 휴식 공간 활용 방안

2.1.2 외부 입지 분석과 공간 활용 계획

- 인근에 대형 아파트 단지가 2개소 있으며 대학교 캠퍼스와 근린공원이 인접한 쾌적한 환경임.
- 직판장의 입지로써는 인근 주거 시설이 밀집해서 좋은 편임.
- 2층에 입지하는 레스토랑은 주변에 업무시설 밀도가 높지 않으므로 정기적인 이용자 확보가 쉽지 않으며 아직 개발이 완료되지 않은 지역 특성상 상권이 활성화되기 까지 시간이 걸릴 것으로 예상됨. 따라서 현재로는 사업상 유리한 입지라고 보기 어려움.
- 보행자 접근성은 매우 우수하며 좁은 도로에 주차는 어렵고 대지 안에 지상주차장이 없는 것은 약점이나 근방에 공영주차장이 있어서 이용에 크게 문제되지는 않을 것으로 예상됨. 이러한 조건을 고려할 때 보행자 고객을 보다 더 유치할

방안을 모색해야 본 직판장의 활성화가 이루어질 것으로 예상함.



[그림 1] 대상지 주변

- 인근이 공원으로 둘러싸고 있으며 하천변의 개활지에서도 본 건물이 잘 보이므로 외부 공간의 활용을 적극적으로 할 필요가 있으며 외국의 로컬푸드 운동의 하나인 파머스 마켓과 [그림 2] 같은 외부 가판대의 분위기는 지역농산물의 밝고 건강한 이미지를 새기는데 유리한 방안임.



[그림 2] 파머스 마켓(Farmer's Market) 야외 매대



[그림 3] 자연 친화 이미지를 갖는 디스플레이

- 야외 공간에서 자연 소재의 용기와 초크 사인의 사용은 건강하고 인간적인 느낌을 전달함. [그림3]
- 화려한 식재료의 자연색을 최대한 돋보이게 디스플레이한 것을 볼 수 있음.

2.2 내부 공간 계획

2.2.1 직매장 사례

- 청양 농부 마켓은 원목 매대와 흰색 프레임 매대를 사용하였는데 비닐로 포장된 제품이 포장에 신선한 느낌을 주지 않고 있으며 일반 마트 제품과의 시각적 차별화가 없음.
- 조명은 사무실 조명과 같은 전반조명을 사용하여 창백한 인상을 주고 있는데 부분조명의 이용과 조명 색온도 조절을 통한 분위기 개선이 필요함.



[그림 4] 청양 농부마켓 실내 사례



[그림 5] 완주군 용진농협 로컬푸드 직매장 사례

- 완주군 로컬푸드 직매장 역시 조명 방식은 유사하지만 명도가 높아서 좀 더 생기가 있으며 바닥과 벽 천장 모두 난색 계열의 재료를 사용하여 색채의 일체감과 밝고 따뜻한 분위기를 만들고 있음.

- 외국의 경우 제품을 포장하지 않고 그대로 쌓아두어 신선함이 돋보이게 하고 있으며 부분조명을 적용하였고 지붕형태의 오두막 모티브 설치물 등으로 공간 구획 및 산지 분위기를 (미국 오두막) 조성을 함.

- [그림 6] 국내 로컬 푸드 매대는 비교적 잘 정돈된 사례로써 짜임새 있고 색채 선택이 적절함.

- [그림 7] 은 대형마트의 신선식품 코너 사례인데 행잉 타입 사인물과 적절한 조명으로 균형감 있는 실내 디자인을 보여줌. 소비자가 주로 이용하는 마트의 실내 디자인 수준을 고려한 경쟁력 있는 디자인을 하기 위해서는 신선함이 강조되는 색채와 조명의 이용은 필수이고 일반 마트 제품과는 차별되는 요소를 사인물로써 인지시킬 수 있어야 함.



[그림 6] 국내 로컬푸드 매대



[그림 7] 대형마트 신선식품 매대 사례

- 패키지 디자인에 있어서도 경쟁관계에 있는 마트의 신선식품 포장을 분석하여 경쟁력있는 VMD 개념의 디스플레이를 고려해야 함.



[그림 8] 대형마트 신선식품 매대 및 [그림 9] 청양 직판장 내부 사인물 패키지 디자인 사례

- [그림 9] 사인물 디자인은 고객 입장이 아닌 판매자 관점의 내용 및 표현인데 이는 바람직하지 못함. 매력없는 콘텐츠를 스토리텔링으로 포장한 사례.

- 항상 고객 입장과 관점에서 매력 있는 정보와 표현이 되도록 주의해야함.

2.2.2 식당 사례



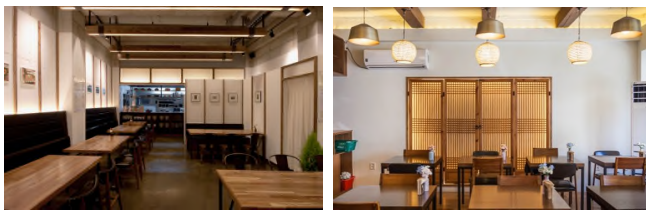
[그림 10] 식당 입구 디자인(계절 밥상) 사례

- [그림 10] 사례 이미지는 국내 대표 외식 브랜드의 한식 뷔페 식당 진입부 디자인임.
- 기존의 패밀리 레스토랑과 달리 우리 전통 요소의 소품을 디스플레이하고 친근한 이미지를 파사드에 표현함.
- 색감은 명도가 높지 않으며 색온도가 낮은 조명으로 따뜻한 분위기를 조성한 것을 볼 수 있음.



[그림 11] 청양 농부 마켓, 농부밥상

- 조명은 무엇보다도 공간 분위기를 만드는 데 중요한 요소인데 [그림 11]의 사례는 조명이 적절하지 못해 실내 마감에 비해 공간분위기가 많이 창백한 느낌을 주고 있음.



[그림 12] 석회 느낌의 바탕에 각목 격자 인테리어

- [그림 12]는 전통 건축의 요소를 현대적으로 잘 표현한 디자인의 사례임.
- 천장은 들보를 모티브로 한 요소와 이를 활용한 천장 조명 설치 그리고 흰 바탕의 석회 벽면을 모티브로 한 격자 분절은 깔끔하면서 균형 잡힌 느낌을 줌.
- [그림 13]은 문살 디자인과 천장 들보 요소를 활용한 한식

공간 이미지 형성 사례.



[그림 14] 한옥 처마 모티브와 창살 장 식 [그림 15] 문살과 의자의 패턴 식

- [그림14]는 한옥 처마 요소와 창살을 이용해서 전통 디자인 이미지 표현한 사례임.
- [그림 15]는 문살과 패턴이 있는 의자로 전통적 분위기 표현한 사례.

2.2.2 마감재료 및 색상

- 건축 설계상 바닥은 주로 데코 타일 마감이며 벽체는 과벽돌과 적삼목을 주로 사용하는 것으로 계획되었는데 무난한 선택이며 조감도 상의 루버 마감도 타당한 마감이라고 생각 됨.
- 판매장의 색채는 사용 색상을 가능한 한 적게 하여 강조색은 최대 두 가지 색상까지 제한하는 것을 추천함. 전체적으로 채도를 낮추고 사례 이미지에서와 같이 원목과 벽돌 드의 재료 본래의 색상과 그린 컬러만 강조색으로 적용하는 것은 무난한 디자인임.
- 도면에 표시된 원색의 녹색, 빨강색, 노랑색은 절대 피해야 하며 햇살 농부 BI에서 사용한 색상과 그린 컬러 중에서 선택하여 강조색을 부분적으로 절제하여 적용하는 것이 타당함.

2.2.3 옥상 공간

- 옥상의 파고라는 휴식 및 체험을 위한 옥외공간 활용에 적합하며 1층에 확보가 어려운 야외 매대 공간의 조성이 가능하므로 적극적으로 이용 방안을 모색할 필요가 있음.
- 신선식품의 판매만이 아닌 시식과 요리 강습 및 체험을 위한 공간으로 활용하여 지역 문화 공간화 하는 것은 바람직함.
- 안전에 대한 대비가 가장 중요하므로 피난처 확보에 대해 신경 써야 하며 안내 사인의 비치가 필요함.
- 이벤트 공간으로써 확실한 관리와 통제 안에서 이용할 수 있는 관리 체계를 준비하여야 함.
- 플랜터, 래티스 등 조경 요소의 활용을 통해 공간의 질 향상 모색 가능 함.

1. 결론

로컬푸드 관련 판매장 및 식당 공간의 디자인은 기존의 대형 마트 등과 같은 판매 시설 및 식음공간과는 차별되는 성격을 가지고 있음. 판매와 이익 추구만이 아닌 지역 홍보 및 이를 통한 관광과 같은 파생 효과를 기대하기 위해서는 로컬푸드의 건강한 이미지와 지자체의 아이덴티티를 공간디자인에 표현할 필요가 있으며 기타 농수산물 판매장과는 다른 차별화된 디자인이 요구되어 이를 위한 공간디자인을 사례중심으로 요소별로 분석 제시함.

로컬푸드 관련 식당과 같은 식음공간의 경우 한국 전통의 건축 디자인 요소를 실내공간에 적용하여 친근함과 더불어 건강한 음식의 이미지를 표현할 수 있음. 조명과 색상 그리고 마감재료의 경우 특히 선정에 주의가 필요하며 기타 외부공간의 활용을 통한 판촉 및 이벤트 활동이 가능하므로 실내에서 외부로 이어지는 동선상의 디자인의 연결도 고려하여야 함. 적절한 사인 및 지역 관련 이미지를 활용하는 것이 지역 이미지 전달에 효과적이며, 캐릭터 디자인과 지역 아이덴티티를 담은 이미지의 활용에 있어서 특히 주의가 필요하므로 이에 대한 사전 호감도 조사 등을 통해 활용 여부를 결정하는 것이 필요하다고 할 수 있음.

참고문헌

- [1] 한국농수산물유통공사,
<https://www.baroinfo.com/front/M000000298/content/view.do>