

Tea, Cake, Beverage & Culture

COFFEE

www.coffeero.com



문화체육관광부 선정
우수콘텐츠잡지
2015

기본이자 필수!
에스프레소 머신 관리

커피의 맛을 표현하는 커피
지금 아니면 안돼! 기간 한정 디저트
한남동 AND 정주희 세프 인터뷰
3가지 브루어로 내린 커피맛
LA 스페셜티 카페 투어
꽃의 계절 봄, 플라워 카페
로네펠트티하우스 테이크아웃점
스윗쏭의 수제 바닐라 아이스크림

SPECIAL BREWING PROFILE

8,000원



04



커피뿐만 아니라 다른 목적을 병행하는 멀티카페 유형에 어울리는 공간배치와 가구의 유형에 대해 알아보려고 한다. 북카페, 장난감카페, 갤러리카페, 플라워카페 등 문화공간이나 쇼핑공간이 같이 어우러진 카페다. 정리 김두일 | 사진 박수경



Style 1. 솜인숍 카페

앞서 언급했듯 카페는 복합공간으로 다시 태어나고 있다. 다양한 종류의 책을 볼 수 있는 북카페, 그림이나 사진 등을 관람할 수 있는 갤러리카페 등 볼거리를 제공하고 그에 어울리도록 공간을 연출하는 카페들은 이미 많이 생겨났고, 그 뒤를 이어 옷이나 패션소품 또는 가구나 디자인제품을 전시 및 판매하는 카페 등 카페와 직접적인 관련이 없는 상품을 판매하는 카페도 생기기 시작했다. 이런 복합적인 역할을 시도하는 카페들은 보통 개인카페들이었는데, 손님들의 반응과 파장의 규모가 커지면서 기업에서도 손을 뻗치기 시작하여 개인카페와 기업이 콜라보레이션을 하는 솜인숍 개념의 카페와 기업에서 직접 운영하는 카페까지 그 규모가 점점 커지고 있다.

개인카페에서 제품을 판매하는 경우 오너의 성격과 취향이 자연스럽게 공간이나 판매상품에 반영되어 소비자들은 다른 곳에서는 볼 수 없는 '레어(rare) 아이템'을 발견하게 되거나 그 카페만의 분위기를 느끼는 재미가 있을 것이다. 기업과 콜라보레이션을 하거나 기업 자체에서 운영하는 카페의 제품은 꾸준한 공급력과 다양한 상품군 등이 보장되어 있어서 취향이나 목적에 맞게 찾아갈 수 있는 소비자의 선택권이 다양해졌다.

Display Knowhow

다양해진 상권에서 소비자의 발목을 잡을만한 요소를 어떻게 두어야 할까? 일단 카페에서 판매하는 상품 자체가 매력적이어야겠지만, 그것들을 어떻게 구성하고 디스플레이 하느냐에 따라 소비자의 시선이 멈추기도, 지나치기도 한다. 카페의 동선을 계획할 때 먼저 판매·전시부스의 위치를 잡아야 한다. 카페 곳곳에 소품처럼 자연스럽게 배치할 것인지 혹은 공간을 구분하여 판매부스를 따로 둘 것인지를 선택해야 하는데, 이는 매장규모나 상품군에 따라서 잘 고려해야 한다.



하는 방법도 있지만, 제품을 집중적으로 보고 싶어 하는 사람들을 위해서는 별도의 공간에 디스플레이 하는 것이 좋다. 이런 식으로 상품의 전시·판매부스가 별도로 있는 경우는 상품의 가치상승 효과가 있기 때문에 항상 대기하고 있지는 않더라도 소비자를 대응할 준비를 해 두어야 한다.

매장의 규모가 그리 크지 않거나 작은 경우에는 카페의 남는 작은 공간들을 활용하여 판매상품을 진열해야 한다. 테이블 포지션을 하기에는 작거나 애매한 공간들을 선택해서 상품을 진열할 수 있는 선반장이나 쇼케이스 등을 활용하여 디스플레이 한다.

그 상품들을 진열하기에 알맞은 유형과 디자인으로 제작한 집기에 연출을 잘 하면 판매부스가 따로 있는 것 못지않게 효과적일 수 있다. 예를 들어 피규어카페처럼 다소 소비자의 폭이 넓지 않은 분야의 상품은 공간 곳곳에 상품이 나뉘어져 진열되어 있다면 카페 주인의 개인소장품 정도로 느껴질 수 있으니 작더라도 관심 있는 사람들이 집중해서 볼 수 있도록 선반이나 쇼케이스 등에 나열하여 디스플레이 하자.



Style 2. 모임 카페

최근 사람들은 카페에서 모임을 많이 갖는다. 학생들은 스터디방으로 활용하기도 하고 회사원들은 미팅을 하거나 회의를 하는 공간으로 그리고 공통관심사를 가진 사람들끼리 모임을 갖는 공간으로도 카페가 많이 활용되면서 이를 목적으로 하는 카페들도 다양하게 생겨났다.

앞서 상품을 판매하는 카페도 마찬가지였지만, 모임카페 또한 카페 오너 또는 담당자의 직업이나 관심사가 카페의 종목을 정하는 데에 영향을 미치는 경우가 많다. 그림을 좋아하는 사람이 차린 카페는 갤러리카페가 되고, 개나 고양이 등의 반려동물을 좋아하는 사람은 애견카페나 고양이카페를 차리는 경우가 많은 편이다. 쿠킹클래스가 열리는 카페, 플로리스트가 수업을 진행하는 플라워카페 등 다양한 직업과 취미가 카페와 만나 서로 정보를 공유하거나 전달하는 장소로 쓰인다.

구성

커뮤니티가 존재하는 카페에서 가장 필요한 조건은 여러 명이 함께 쓸 수 있는 공간(테이블)이다. 이러한 공간을 만들 때 규모가 넉넉하다면 일반 테이블과 서로 방해가 되지 않을 만한 분리된 틈과, 그런 것에 큰 영향이 없거나 혹은 자연스럽게 다른 테이블과 교류를 할 수 있는 개방된 테이블을 갖추는 것이 소비자의 선택지를 넓힌다. 오너가 갖고 있는 특정 관심사를 보여줄 만한 디스플레이를 카페에 반영하면 일반 손님들의 관심을 자연스럽게 유발할 수 있다. 쿠킹클래스를 운영하는 카페라면, 수업을 진행하는 테이블을 오픈키친처럼 개방하거나 수업에 사용하는 도구들이나 식자재 등을 디스플레이하여 매장 분위기를 연출하는 소품 역할로도 활용할 수 있다. 혹은 쿠킹클래스에서 만든 식품을 판매하는 부스를 한쪽 코너에 마련하면 더 적극적인 관심을 유도할 수 있다.



① 구성

먼저 상품군에 따른 배치를 따져보자. 예를 들어 의류나 가방, 액세서리 종류 등 시간을 두고 골라야 하는 상품일 경우 테이블 바로 옆에 두는 것보다 공간을 따로 두어 테이블과 구매손님 서로에게 방해가 되지 않도록 하는 것이 좋다. 공간이 작아 별도의 판매부스를 마련하기 어렵다면 벽면이나 모퉁이 공간, 기둥이나 파티션을 기점으로 테이블과 약간의 거리를 두어 카페 곳곳에 작은 연출공간을 마련해야 한다. 몇몇의 웃이 걸려있는 행거와 선반, 거울 등으로 방의 한 부분처럼 편안하게 연출하는 것도 괜찮은 방법이다. 반면 판매할 상품이 작은 디자인제품이나 생활용품, 소품일 경우 테이블에 근접하게 디스플레이 하는 것도 방법이다. 차를 마시며 자연스럽게 상품에 눈길이 가게 하는 효과도 있고, 많은 공간을 차지하지 않으면서도 카페 분위기를 연출하는데에도 한 몫 한다. 같은 상품을 카페 곳곳에 두고 배치된 곳마다 연출을 달리하여 구매 후 연출방법 까지 여러 가지로 생각할 수 있도록 유도한다면 판매 상승효과도 기대할 수 있다. 이렇게 상품이 카페의 구성요소처럼 조용히 자리하고 있는 경우, 상품을 인식시키기 위해서 판매상품에 대한 정보가 있는 피켓 등을 옆에 놓아두면 자연스럽게 판매제품을 인식하고 관심을 가질 수 있다.

② 매장 규모에 따른 배치

매장의 규모가 큰 경우 상품의 집중도를 높이거나 카페 손님의 동선과 제품구매 손님의 동선이 겹치지 않기 위해 공간을 따로 둘 수 있는 장점이 있다. 상품군이 다양하고 분량이 많은 경우나 상품의 스케일이 큰 경우 일수록 유리하다. 가구카페처럼 상품의 스케일이 큰 경우 가구 자체를 카페에서 사용하면서 진열

Case
카페 D55

〈카페 D55〉은 삼청동에 위치한 가구 브랜드 〈d'INDUSTRY〉의 전시장 겸 카페이다. 작년부터는 식사를 함께 판매하고 있어 여러 가지 요소가 결합된 복합공간이다. D55에서 판매하는 상품군은 스케일이 큰 가구에서부터 작은 소품이나 문구류, 그리고 매장에서 음식을 만들 때 직접 사용하는 식료품 등 작은 제품들까지 다양하기 때문에 공간 곳곳을 활용하여 노력했다. 원래 일본식 가옥이었던 곳으로 공간이 크지 않게 1, 2층으로 나뉘어져 있어 1층은 주로 가구 및 제품 전시장으로 활용되고 2층은 좌석으로 이루어져 있다. 하지만 카페의 콘셉트 자체가 판매하는 상품들을 소비자가 직접 사용해볼 수 있도록 유도하기 위해 좌석이나 카페에 필요한 집기들 자체를 판매상품을 활용하여 구성했기 때문에 1, 2층 전체가 d'INDUSTRY의 제품이라 볼 수 있다. 즉 카페 전체가 판매상품 전시장이다. 그리고 판매하는 상품들에는 가격이 적혀있는 라벨 태그가 달려있거나 피켓이 있어 소비자들이 직원에게 물어보지 않고도 긴밀한 정보를 파악하며 편하게 구경할 수 있다. 무엇보다 판매가구들이 매장에 입점되어 실제 손님을 받는 테이블이나 의자, 선반장 등으로 활용되기 때문에 차를 마시는 동안 직접 앉아보고 천천히 체험해볼 수 있어 구매 판단에 용이하다.

Case
포토카페 쿠마시

〈포토카페 쿠마시〉는 일산의 칸텍스 앞에 위치한 포토카페이다. 전직 포토그래퍼인 오너가 본업과 병행하여 운영하고자 만든 카페인데, 본업이 포토그래퍼인만큼 그 관심사를 카페에 반영했다. 사진에 관심 있는 사람들을 대상으로 클래스를 운영하거나 같은 직업군의 사람들과 회의나 미팅을 할 용도로 별도의 룸을 마련했다. 매장 이름에 포토카페라는 부제를 붙여서 일반인들이 관심을 갖고 수업에 참여하도록 유도했다. 카페 곳곳에 사진과 관련된 디스플레이와 카메라 등 주인의 개인 소장품 일부를 전시하기도 했다. 카페에 쓰인 스팟 조명은 촬영용 조명기구를 사용하여 연관성을 주었고, 한켠에 마련된 책 선반에는 사진관련 잡지들이 마련되어 있다. 매장에서 잘 보이는 위치의 벽면들에는 포토그래퍼의 작업물이 걸려 있어, 카페에 들어서는 순간부터 사진과 접목된 카페라는 것을 느낄 수 있다.

DOOV DESIGN'S
SHOP & BODY EXHIBITION STATION

글 · 사진 | 윤해영
국내 제작 디자인가구 브랜드 〈d'INDUSTRY〉와
삼청동의 가구카페 〈D55〉을 운영 중이다.