

“코덕 모여라”... 몸집 키우는 편집숍 ‘시코르’·‘라코’

〈‘화장품’(Cosmetic)과 ‘덕후’의 합성어〉

신세계백화점 ‘시코르’

13개 매장 운영... 연내 20개 확대

롯데백화점 ‘라코’

단독브랜드 입점·뷰티 유튜버 초대

최근 젊은 2030 여성 소비자들은 단일 유명 브랜드 스토어보다 다양한 브랜드 제품들을 한자리에서 접할 수 있는 뷰티 편집숍이나 H&B(health & beauty) 스토어를 선호한다. 이에 신세계백화점과 롯데백화점이 ‘코덕(코스메틱 덕후, 화장품에 관심이 많은 2030 젊은 세대를 일컫는 신조어)들의 놀이터’를 표방한 화장품 편집숍 사업을 확장하고 있다.

먼저, 신세계백화점이 2016년 12월 대구점을 시작으로 처음 선보인 ‘시코르’는 지난달 29일 용산 아이파크몰 3층에 313.5㎡ 규모로 오픈, 전국 13개의 매장을 운영중이다. 이번 매장은 강남역 플래그십 스토어, 대전동산점에 이어 세 번째로 선보이는 시코르 로드샵이기도 하다.

특히 시코르 강남역 플래그십 스토어는 지난해 12월 오픈, 올 1~5월 누적 매



시코르 매장 내 조성이뷰티.

/조성이뷰티

출이 목표를 10% 웃돌 정도로 많은 방문객이 찾고 있다. 국내에서는 볼 수 없는 다양한 브랜드와 체험형 이벤트가 고객들의 흥미를 끈 것으로 분석된다. 시코르는 점포별로 상이하지만, 약 150~200개 수준의 브랜드를 고객에게 선보이고 있다.

코엑스몰에 들어선 시코르 매장은 K뷰티를 알리는 역할을 톡톡히 해내고 있다. 지난해 별마당도서관이 오픈한 이후 방문객수가 늘고 있는 가운데 올해 3월 시

코르까지 문을 열면서 코엑스를 찾는 고객은 점점 많아졌다는 평가다. 면세점과 호텔 등 관광 인프라가 많은 지역인만큼 외국인 고객도 늘었다.

신세계백화점은 연내 시코르 매장을 20개까지 확대하고 계열사 외에 다른 유통채널로 매장을 확대하는 등 공격적으로 사업을 확장해나갈 방침이다.

롯데백화점도 화장품 편집숍 ‘라 코스메티크’를 대대적으로 개편함과 동시에 몸집키우기에 나선다.



LACO 비주얼.

/롯데백화점

롯데백화점은 2014년 백화점 업계 최초로 동부산점에 글로벌 화장품 편집숍 ‘세포라’를 벤치마킹한 ‘라 코스메티크’를 론칭했으나 큰 성과를 내놓지 못했다. 이에 브랜드명을 ‘라코(LACO)’로 바꾸고 친근한 콘셉트로 재정비했다.

롯데백화점은 서울 소공동 본점 영플라자 1층에 화장품 편집숍 ‘라코’ 매장을 리뉴얼 오픈했다. ‘라코’의 주 타깃층은 10대~30대 초반이다. 이들은 유튜브로 화장법을 찾아보고 최신 트렌드를 따라

가는 세대다.

롯데는 이 타깃층을 잡기 위해 독특한 시도를 했다. 화장품 매장 내에 동영상 촬영할 수 있는 스튜디오 시설을 갖추고, 전체 매장 중 3분의 1을 ‘트레저헌터 존’으로 꾸몄다. 트레저헌터는 뷰티 관련 동영상을 제작하는 1인 미디어(크리에이터)를 관리하는 기획사다. 롯데와 트레저헌터가 계약을 맺고 김이브, 양명, 유갯잇 등 유명 인플루언서가 추천하는 화장품을 라코에서 판매한다.

주말에는 뷰티 크리에이터가 정기적으로 스튜디오에 방문해 메이크업 쇼를 진행해 ‘불거리’를 제공한다. 주중에는 스튜디오를 일반 뷰티 크리에이터에게도 개방한다.

롯데백화점 관계자는 “유명 뷰티 크리에이터를 가까이서 만나고, 본인도 직접 매장 내 방송 장비를 활용해 뷰티 콘텐츠를 만들 수 있는 색다른 매장이 될 것”이라고 설명했다. 외국인이 많은 영플라자 특성을 살려 중국 유튜브 초청 행사도 연다. 백화점 측은 중국 뷰티 유튜버(왕홍)도 초청해 ‘라코’를 대대적으로 홍보할 예정이다.

/신원선기자 tree6834@metroseoul.co.kr

현대백 ‘글로벌 라이프스타일 스토어’ 새단장

무역센터점 오늘 오픈

4개월간의 리뉴얼 공사 끝나쳐

현대백화점 무역센터점이 올 연말 면세점 오픈을 앞두고 ‘글로벌 라이프스타일 스토어’로 새롭게 변신한다.

현대백화점은 무역센터점이 오는 3일 4개월간의 내부 리뉴얼 공사를 끝내고 새 단장에 오픈한다고 2일 밝혔다. 이번엔 새롭게 선보이는 매장은 3층~7층, 10층 등 총 6개층이며, 총 600여 개 국내의 유명 브랜드를 운영할 예정이다.

우선, 기존 8층과 9층에 있던 아동·골프·리빙 상품군은 4층으로 이동하고, 4층에 있던 디자이너 상품군은 3층으로 이동한다. 라제리와 구두·핸드백 상품군은 각각 5층, 6층으로 자리를 옮겼다. 남성패션 상품군이 있던 7층에는 아웃도어와 트레이닝 브랜드들이 함께 자리 잡았다.

특히 4층에는 갤러리 콘셉트의 ‘럭셔리



현대백화점 무역센터점 외관 야경.

/현대백화점

리빙관’을 새롭게 오픈한다. ‘럭셔리 리빙관’에는 매장 곳곳에 유명 작가의 작품을 전시하는가 하면, 국내에선 처음으로 선보이는 럭셔리 리빙 브랜드를 대거 유치했다. 뉴욕스타일의 트렌디 가구·생활 소품 브랜드 ‘웨스트엘름’과 네덜란드 프리미엄 디자인 가구 브랜드 ‘모오이’가 대표적이다.

아울러 20평 규모의 외국인 전용 ‘글로벌 컨시어지’가 2층에 들어서며, 세금환급과 배송서비스는 물론 1:1 쇼핑 통역 서

비스도 제공할 예정이다.

현대백화점은 무역센터점 새단장 오픈을 기념해 오는 3일부터 15일까지 ‘하와이 페스티벌’을 테마로 프로모션을 진행한다. 행사 기간 구매 영수증을 지참한 고객에게 추첨을 통해 하와이 여행 상품권(1명), LG 스타일러(2명), 제습기(3명), 다이슨 공기 청정기(4명), 캐리어(20명), 하와이 백(300명) 등을 경품으로 증정한다.

대형 할인 행사와 이벤트도 연다. 오는 8일까지 지하 1층 대행사장에선 ‘썸머 바캉스 마켓’을 열어, 비치웨어·피크닉 용품·아웃도어 용품 등을 할인 판매한다.

현대백화점 이재실 무역센터점장(상무)은 “이번 새단장 오픈을 통해 국내에 선보이지 않은 차별화된 매장을 대거 선보일 예정”이라며 “국내의 유명 브랜드를 지속적으로 유치해 국내 최고급 백화점으로서의 위상을 확고히 할 것”이라고 말했다.

/신원선 기자



스타벅스, 현금 없는 매장 100개 추가 확대.

/스타벅스커피 코리아

‘현금없는 매장시대’ 연다... 100곳 추가

스타벅스커피 코리아

정산 시간 줄고 서비스 제공 넓혀

스타벅스가 본격적으로 ‘현금 없는 매장’ 시대를 연다.

스타벅스커피 코리아는 현재 운영 중인 3곳의 현금 없는 매장을 전국 100개 매장에 추가 확대하며, 오는 16일부터 총 103개의 현금 없는 매장을 운영한다고 2일 밝혔다.

스타벅스는 지난 4월 23일부터 관교H스퀘어점, 삼성역점, 구로에이스점 등 총 3개 매장을 현금 없는 매장으로 시범 운영해 온 바 있다. 이번에 서울 74개점 등 전국의

100개 매장 추가 확대 운영을 결정했다.

스타벅스 이석구 대표이사는 “보다 나은 고객 만족 서비스 제공은 물론 미래 신용사회의 진입에 대한 선도적인 준비를 해 나갈 것”이라고 밝혔다.

실제 스타벅스가 지난 2달간 현금 없는 매장 시범 운영을 했던 3개 매장의 분석 결과는 긍정적이다. 이 3개 매장의 현재 현금 거래율은 0.2% 수준으로 기존 3%에서 더욱 축소됐다. 3개 매장을 합해 하루 1건 정도가 현금으로 거래되는 수준이다. 이에 따라 한 사람의 현금 정산 시간도 기존 10분 내외에서 현재 3분 내외로 줄어들며 70%의 시간 단축 효과가 있었다.

/신원선 기자

“편의점에서 티웨이항공권 결제하자”

GS25·세븐일레븐서 결제 서비스

편의점에서 항공권을 결제 할 수 있게 됐다. GS25와 세븐일레븐은 티웨이항공과 손잡고 편의점에서 항공권 결제를 할 수 있는 이색 서비스를 선보인다고 2일 밝혔다.

결제 방법은 간편하다. 티웨이항공의 홈페이지 또는 모바일 앱에서 항공권을 예매한 후, 결제 방식을 ‘편의점 결제’로 지정한다. 그리고 가까운 GS25, 세븐일레븐 매장을 방문해 본인 휴대폰으로 발송된 수납번호를 제시하고 현금으로 결제하면 항공권 예약이 완료된다.

‘편의점 결제 서비스’는 신용카드나 계좌이체 등의 결제 방법이 어려운 학생, 외국인, 노인 고객들의 불편을 해소해줄 것



편의점 GS25와 세븐일레븐이 티웨이항공과 손잡고 항공권 결제 서비스를 도입했다. /GS리테일

으로 보인다.

이우리 세븐일레븐 서비스상품담당 MD는 “본격적인 여름 휴가철을 앞두고, ‘편의점 항공권 결제’ 서비스를 통해 소비자 자신이 더욱 편리하게 항공권을 구매할 수 있을 것으로 기대한다”고 말했다.

/김민서 기자



네이처리퍼블릭이 반얀트리 클럽 앤 스파 서울과 함께 ‘서머 풀파티’ 공동 프로모션을 진행한다.

/네이처리퍼블릭

네이처리퍼블릭

‘서머 풀파티’ 프로모션 실시

네이처리퍼블릭은 서울 남산에 위치한 도심 속 리조트 반얀트리 클럽 앤 스파 서울과 7월 한 달간 무더위를 시원하게 날려 줄 ‘서머 풀파티’ 공동 프로모션을 진행한다고 2일 밝혔다. 네이처리퍼블릭은 여름 휴가철을 앞두고 ‘호캉스(호텔+바캉스)’를 계획하는 소비자들이 늘어남에 따라 이를 겨냥한 프로모션을 기획했다.

/김민서 기자

신세계푸드, 할랄푸드 ‘대박라면’ 판매

신세계푸드가 동남아에서 선보인 할랄푸드 ‘대박라면’을 수입 판매한다고 2일 밝혔다.

지난 4월 동남아 시장 공략을 위해 말레이시아에 할랄푸드로 개발한 대박라면을 출시한 신세계푸드는 한식에 대한 관심 증가와 맛에 대한 호평을 바탕으로 300만 개를 판매하며 가능성을 확인했다.



지난달 29일 서울 용산구 이태원동 한국이슬람교서 울중앙성당에서 신세계푸드가 국내 거주 무슬림을 대상으로 대박라면 시식행사를 펼쳤다. /신세계푸드

/김민서 기자