이마트, 30개월 만에 새 매장

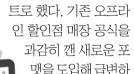
"종이 사라지고 AI 로봇이 안내"… 세상에 없는 미래형 모델

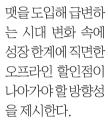
내일 의왕점 개점… 새로운 포맷 도입 짜임새 있는 전문점 구성 시너지 높여

이마트가 30개월 만에 새 매장을 연다. 이마트는 오는 13일 경기도 의왕시 오전 동에 '의왕점'을 개점한다고 11일 밝혔다. 주상복합 건물 지하 2층부터 지하 1층까 지, 매장면적 3000평(9917m²)규모다.

이번에 오픈하는 의왕점은 트레이더스 매장을 제외하면 2016년 6월 오픈한 '김 해점'이후 30개월만에 처음으로 선보이 는 이마트 매장이다.

이마트 의왕점은 세상에 없는 미래형 오프라인 할인점을 콘셉





◆페이퍼리스 디지

인공지능로봇 트로이.



이마트 의왕점 컬처라운지(왼쪽)와 디지털사이니지 조감도.

털 매장 도입

이마트 의왕점은 이마트 최초의 '페이 퍼리스 디지털 매장'이다. 법적 고지사항 등 예외적인 사항 일부를 제외하면 동일 규모 이마트 점포 대비 20% 이하로 종이 사용량을 낮출 계획이다.

매장 내부의 종이 가격표와 행사상품 을 알리는 종이 POP는 전자가격표시기 로 대체하고, 무빙워크, 엘리베이터 등고 객 이동 동선을 비롯해 계산대, 고객만족 센터에서 사용되던 포스터와 현수막 대 신 선명한 화질의 디지털 사이니지를 사

특히, 27인치 대형 디지털 사이니지를 접목한 인공지능 기반의 안내로봇'트로 이(Tro.e)'도 시범 도입한다.

트로이는 신뢰를 뜻하는 스웨덴어 'tr

o'에 이마트를 뜻하는 'e'를 조합한 이름 으로, 평창동계올림픽 안내로봇 공급사 인 ㈜퓨처로봇과 공동으로 개발했다. 올 해 시범 운영한 페퍼와 마찬가지로 인공 지능 기반의 자율주행 로봇으로, 페퍼와 비교해 대형 터치스크린을 접목해 보다 쉽고 편리하게 사용 가능하다.

시범 운영기간 동안 매장 안내 및 입점 상품 안내와 함께 상품이 진열된 곳까지 자율주행으로 안내하는 에스코트 기능과 간단한 일상적인 대화를 나누는 등 엔터 테인먼트 기능도 함께 선보일 계획이다.

◆일렉트로마트×베에로쑈핑

의왕점은 전체 매장 면적의 절반을 전문 점 중심으로 구성하는 변화를 추구했다.

지하 2층에 재 구매 빈도가 높은 식료 품 중심으로 상품을 압축해 1500평 규모

의 할인점을 배치하고, 나머지 영업면적 의 절반에 해당하는 지하 1층(1500평)에 는 일렉트로마트(400평), 삐에로쑈핑 (250평) 데이즈(200평), 부츠(30평) 등 이 마트 전문점과 지역주민을 위한 큐레이 션 문화공간인'컬처라운지(200평)'등을 짜임새 있게 구성해 이마트 매장과의 시 너지를 높인다.

'컬처라운지'는 서적을 기본으로 카페 는 물론 밝고 편안한 독서공간을 대거 포 함해 고객의 체류시간을 늘리고 체험요 소를 제공한다는 계획이다.

◆온라인 거점 점포화

기존 이마트 매장의 경우 기타 공간을 변형해 점포배송을 위한 온라인센터로 활용했다면, 의왕점은 매장 설계단계부 터 온라인 업무를 위한 최적의 장소를 선

정해 온라인센터를 배치했다. 매장 내 물 류동선과 점포 영업 등을 감안해 점포 영 업과 동시에 온라인을 통한 점포 배송의 시너지를 높여 급속히 성장하는 온라인 수요에 대응해 나간다는 방침이다.

이두섭이마트개발담당상무는"온-오 프라인을 넘나들며 빠르게 변화하는 유 통 트렌드에 발맞춰 오프라인 매장의 경 쟁력을 높이기 위한 매장 혁신을 통해 미 래 오프라인 할인점이 나아가야 할 방향 성을 제시하고자 한다"며, "개성 있는 콘 텐츠 경쟁력을 앞세운 이마트 전문점과 할인점을 결합하고 디지털 쇼핑환경을 구축함으로써 이마트만의 차별화된 상품 과 서비스, 쇼핑경험 제공하기 위한 노력 을 이어갈 것"이라고 밝혔다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

롯데홈쇼핑, 최대 규모 '스튜디오샵 기흥점'

단독 판매상품 운영으로 차별화 최신 디지털 서비스 휴식 즐겨

롯데홈쇼핑은 지난 6일 롯데 프리미 엄 아울렛 기흥점에 TV홈쇼핑 상품을 구매하고, 서비스 체험, 휴식까지 가능 한 오프라인 매장 '스튜디오샵 기흥점' 을 오픈했다고 11일 밝혔다.

'롯데홈쇼핑 스튜디오샵'은 TV홈쇼 핑 제품과 서비스를 체험하고. 현장에 서 직접 구매도 가능한 멀티숍이다. 지 난 2016년 이천·파주점(2016년 4월)을 시작으로 지난해 서울역점(2017년 3 L', '아이젤'을 비롯해 '퍼스트씨', '시 월), 김해점(2017년 4월), 동부산점 (2017년 9월)을 연이어 오픈했다.

이번에 여섯 번째로 오픈한 기흥점 은 단독 상품 판매 중심으로 운영되고 있는 기존 매장과 차별화해 쇼핑과 함 께 롯데홈쇼핑의 최신 디지털 서비스 를 경험하고, 휴식까지 즐기는 공간으 로 역대 최대 규모로 구축했다. 면적은 약 300제곱미터(m²)로, 기존 매장보다 2배 정도 큰 규모다.

롯데홈쇼핑 단독 패션 브랜드 'LB 지테마로 구성됐다.



스튜디오샵 기흥점.

크릿에이지', '다이슨', '블롬베르크' 등 뷰티·생활 브랜드까지 TV홈쇼핑에 서 인기 있는 상품들을 기반으로 토탈 라이프 스타일을 제안하는 '쇼핑존'. 가상 스튜디오를 활용해 TV홈쇼핑 방 송을 체험하는 '버츄얼 스튜디오'와 증 강현실(AR) 기술을 활용한 '3D 가상 피팅서비스'를이용할수있는 '서비스 체험존',카페를통해여유있는쇼핑과

휴식을 즐길 수 있는 '힐링존' 등 세 가

단순히 상품 판매에 그치는 것이 아 니라 체험, 휴식 등 즐길 거리까지 더하 며 고객의 체류시간을 늘려 오프라인 에서만 느낄 수 있는 가치와 경험을 제 공한다는 계획이다.

또한, 상품 경쟁력 강화, 모바일 쇼 핑 서비스 고도화 등을 성장동력으로 내세우며 '미디어 커머스 기업'으로도 약하고 있는 롯데홈쇼핑의 변화 모습 을 고객에게 적극적으로 알리는 창구 역할도 기대하고 있다.

/신원선 기자

/롯데홈쇼핑

'고메 상온간편식' 신제품… 최장 9개월 보관

CJ제일제당

라인업 확대로 新시장 창출 전략

CJ제일제당이 고메 상온간편식 신제 품 2종을 출시했다고 11일 밝혔다. 제품 라인업 확대를 통해 어린이 간식과 반찬 으로 자리매김해 새로운 시장을 창출하 겠다는 전략이다.

고메 상온간편식은 CJ제일제당만의 차별화된 회전식 살균기술과 전처리기술 로 산소와 미생물 유입을 차단하고 원재 료 고유의 식감과 색감을 구현해, 상온에 서 최장 9개월간 보관이 가능하도록 한 제품이다. 지난해 7월 출시 이후 셰프 레 시피 수준의 맛 품질과 전자레인지 90초 조리 간편성, 감성적인 편의형 용기, 상온 보관 편의성 등 여러 특장점 덕분에 지속 적인 매출 상승세를 타고 있다. 11월 말 기준 누적 매출 약 270억원, 누적판매량 약 700만개라는 성과를 거두고 있다.

이번에 출시한 고메 상온간편식 2종은 고메 마크니커리치킨과 고메 칠리치즈포





테이토다. 고메 칠리치즈포테이토는 상 온에서도 풍부하게 느껴지는 치즈 맛과 식감을 구현한 제품으로, 다진 돼지고기 를 넣은 칠리소스와 부드러운 양송이를 곁들여 풍미를 한층 더 끌어올렸다.

고메 마크니커리치킨은 국내산 닭가슴 살을 저온숙성 상태로 재운 뒤 데쳐내어 부드러운 식감과 풍부한 육즙이 특징이 다. 인도풍 커리 향신료와 부드러운 크 림, 향긋한 허브로 요리한 마크니커리 스 타일 소스와 부드러운 웨지감자를 곁들 여 풍미를 더했다.

정영철 CJ제일제당 HMR상온마케팅 담당 부장은 "앞으로도 전문점 셰프가 만 든 미식요리 콘셉트의 다양한 레시피 마 케팅 활동을 통해 시장 지위 확대에 주력 할 것"이라고 말했다.

/박인웅 기자 parkiu7854@

대상 청정원

KT&G

집으로ON '순살치킨' 출시 '릴 하이브리드' 편의점 판매

유통 단신

대상 청정원 집으 로ON이 '순살치킨' 2종을 출시했다고 11일 밝혔다.



이번에 선보인 제품은 '고소하고 바삭 한 라이스볼 크런치 순살치킨', '간장 양 념으로 맛을 낸 소이 크리스피 순살치킨' 등 2종이다. 최근 가정에서 기름없이 공 기로 음식을 튀기는 에어프라이어를 많 이 사용하는 것을 감안해 에어프라이어 조리에 최적화시킨 제품이다. /박인웅 기자

KT&G가 궐련형 전자담배 '릴 하이브 리드(lil HYBRID)' 를 서울지역 편의점



에서 판매한다고 11일 밝혔다.

'릴 하이브리드'는 기존 가열식 전자담 배에 비해 연무량이 한층 풍부해지고 특유 의 찐맛은 감소됐다는 특징을 내세워 소비 자들을 사로잡았다. '릴 하이브리드'는 12 일부터 서울지역에 위치한 편의점 7800여 곳에서 일제히 판매를 시작한다. /박인웅 기자

롯데칠성, 온장음료 '따뜻한 허니레몬&배'

롯데칠성음료가 온장음료 '따뜻한 허 니레몬&배'를 출시했다고 11일 밝혔다.

이 제품은 때 이른 추위로 따뜻하게 즐 길 수 있는 음료를 찾는 소비자가 증가하 고 있지만 기존 온장음료가 커피, 두유, 유자음료 등으로 종류가 한정적인 점에 주목해 레몬과 배 과즙으로 색다르게 차 별화해 선보였다.

따뜻한 허니레몬 & 배는 국내산 아카

시아 벌꿀에 감기예방에 도움을 주는 비 타민C가 풍부한 레몬, 호흡기 건강에 좋 다고 알려진 배가 함유된 과즙음료로, 상 큼하고 달콤한 맛을 동시에 느낄 수 있는 점이 특징이다.

패키지는레몬을상징하는밝은노란색 배경에 먹음직스러운 레몬, 배, 꿀 이미지 를 넣어 제품 특징을 한눈에 알 수 있도록 했다. 또한 환경 보호를 위해 라벨에 접착



제를 사용하지 않고 점선 모 양의 이중 절취선을 넣어 라 벨 제거를 쉽게 할 수 있는 '에코 절취선 라벨'도 적용됐 다. 이 제품은 280*ml* 용량의 내열 페트병으로 출시되어

겨울에는 따뜻하게, 여름에는 시원하게 모든 계절에 기호에 따라 즐길 수 있다.

롯데칠성음료는 신제품 출시와 함께 인스타그램을 통해 제품을 증정하는 이 벤트와 주요 번화가 지역을 중심으로 현 장 샘플링을 진행할 계획이다. /박인웅 기자