

불황에도 빛난 서경배號 혁신경영 “고객위주·경험중심”

(아모레퍼시픽그룹 회장)

뉴메트로 5주년 기업과 함께 한 5년, 함께 할 50년

3부. 디지털 뉴딜

6 아모레퍼시픽그룹

2020년은 아모레퍼시픽그룹의 서경배 회장에게 힘든 한 해였다. 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)로 인한 실적 악화에 가맹점과의 상생 문제로 소환된 사상 첫 국감까지 다사다난했다. 그럼에도 불구하고 올초에 언급했던 브랜드 경쟁력(디지털 및 혁신 상품), 고객경험 강화 등의 중점 전략을 추진하며 “변화와 혁신을 즐겨 다함께 성장하자”던 약속을 지키려 노력했다.

◆ 고객 경험 매장 확대

아모레퍼시픽이 지난달부터 국내 화장품 업계 최초로 ‘리필 스테이션’을 운영하기 시작했다. 리필 스테이션은 40여개 브랜드, 2천여개 제품이 있는 ‘아모레스토어 광고’ 매장 내 핵심 공간에 위치해 있다. 샴푸와 바디워시 15개 제품 중 희망하는 제품의 내용물을 원하는 만큼, 코코넛 껍질로 만든 리필용 용기에 충전하는 방식이다.

리필 상품과 판매 방식의 변화라는 시대적 요구에 맞춰 처음 선보이게 된 것으로 새로운 경험과 친환경 가치, 수준 높은 서비스를 담았다. 이 리필 스테이션의 하루 이용자는 평균 30여 명으로, 저렴한 가격 및 맞춤형 화장품 제조 관리자, 소비자의 ‘제로 웨이스트(Zero Waste)’ 직접 실천 등으로 호응을 얻었다.

업계 최초로 리필 스테이션 운영 시대에 요구에 맞춰 판매 방식 변화

소규모 인원 투어 프로그램 오픈 코로나 확산에도 매장 온전히 탐방

네이버 연계 등 디지털 혁신 속도

이밖에 라네즈는 차별화된 고객 경험을 제공하기 위해 10월 중순, 서울 중구 명동에 쇼룸을 리뉴얼 오픈했다. 라네즈 명동 쇼룸은 ‘라네즈의 방’ 콘셉트로 고객이 자신의 방에 있는 것처럼 편안하게 제품을 체험하고 브랜드를 경험할 수 있는 공간이다.

코로나19 확산을 주의하며 소수의 인원이 매장을 온전히 둘러보는 소규모 투어 프로그램 ‘라네즈 스테이’를 11월 4일부터 22일까지 사전 예약으로 운영하고 있다. 지난 상반기를 마무리하며 ABC(Asian Beauty Creator) Spirit 선포식에서 ‘고객을 위주로 행동한다(Customers first)’를 첫번째로 강조한 만큼 급변하는 리테일 환경에도 브랜드를 오롯이 느껴보는 ‘경험 중심 매장’을 기획한 것이다.

◆ 온라인 플랫폼과 협업 지속 체결

아모레는 브랜드 경쟁력을 재고하기 위해 디지털 유통망을 강화하는 시도도 놓치지 않았다. 먼저 네이버와 지난 6월 업무협약(MOU)으로 온·오프라인 유통을 연계한 시너지 강화, 데이



서경배 아모레퍼시픽그룹 회장.



아모레퍼시픽 '리필 스테이션'

/아모레퍼시픽그룹

터 기반의 신규 브랜드 및 상품 개발, 해외 시장 공동 진출 등에 협력하기로 합의했다. 업무 협업 톨인 B2B 플랫폼을 연동해 양사 임직원의 업무 효율화를 도모하고, 글로벌 고객들을 위한 글로벌 뷰티 플랫폼을 공동 개발함으로써 고객 경험 혁신을 위한 협력을 강화하기로 했다.

다음으로 커머스포털 11번가와 전략적 비즈니스 파트너십(JBP)을 맺고 디지털 커머스 확대를 위한 협력 관계를 맺었다. 이로 인해 11번가의 고객 구

매 데이터 분석을 활용, 아모레퍼시픽 주요 브랜드의 캠페인 기획전을 고도화하고, 11번가 ‘오늘 발송’ 서비스 확대 및 VIP 전문관 참여 등을 통한 고객 혜택을 제공한다. 기획 상품 온라인 선릉칭 및 베스트셀러 제품 라이브 커머스 활동 강화 등 다양한 차원의 전략적 프로모션도 함께 진행한다는 계획이다.

이어 국내 최대 규모 온라인 편집샵인 무신사와의 뷰티·패션 합자조합을 결성했다. 서 회장은 뷰티 시장의 디지

털 확장과 관련 분야 유망 초기 기업 육성도 중시한다. ‘AP&M 뷰티·패션 합자조합’을 통해 양사 사업과 관련 있는 리테일, 다중 채널 네트워크(MCN, Multi Channel Network), 컨슈머 서비스 등 영역에 집중 투자하게 됐다. 이 역시 신규 조인트 브랜드를 육성함으로써 MZ세대(밀레니얼+Z세대)를 겨냥한 디지털 사업 역량을 다지는 사업의 일환이다.

◆ 불황에도 눈에 띈 혁신상품들

마지막으로 아모레는 지난 3분기에 전년 동기 대비 매출은 23%, 영업이익은 무려 49% 감소한 실적을 보였지만 혁신상품 판매로 큰 출혈을 막은 바 있다. 혁신상품으로는 라네즈의 네오쿠션, 설화수의 윤조에센스, 아이오페의 레티놀 등이 있다. MZ세대의 트렌드를 반영한 네오쿠션은 돌풍을 일으키며 출시 2달 만에 12만 개 이상을 판매하는 저력을 발휘했다. 설화수 윤조에센스는 10초에 1병씩 판매된 셈이며 누적 매출 3조원을 돌파했다. 핵심 성분인 자음엑티베이터가 피부 장벽 인자를 깨워 건강하고 빛나는 피부를 만드는 데 도움을 준다. 레티놀 같은 경우 아모레퍼시픽의 연구소 기반의 고기능성 제품으로 역사가 깊으며, 130%의 고함량 순수 레티놀 성분으로 업그레이드됐다.

한편, 서 회장이 이끄는 아모레는 지난 12일 파격적인 세대교체를 밝히며 혁신 상품 개발을 연구·구현하는 조직 및 스마트 팩토리 구축을 추진하는 조직을 신설할 것을 피력했다.

/원은미기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

“차량 없으면 마음 편히 오갈수도 없어”... 애꿎은 속사정에도 집값 ↑

3기 신도시를 가다

4 인천 계양테크노밸리

신도시 관통하는 교통수단 시급 S-BRT 외 마땅한 철도 계획 없어 굴포천 일대 소작농-시행사 갈등 ↑



3기 신도시 선정 지역 중 하나인 인천광역시 계양테크노밸리 공공주택지구. 수확을 끝낸 논이 넓게 펼쳐져 있다.



계양테크노밸리 내 걸린 현수막, LH에 대한 소작농들의 항의 문구가 담겨 있다. /정연우 기자

인천광역시 계양테크노밸리 공공주택지구(이하 계양테크노밸리)가 지하철 없는 신도시가 될 전망이다. 현재 계양테크노밸리는 S-BRT(수퍼-간선급행버스) 신설이 계획됐지만 훗날 입주할 주민들의 불편 해소를 위해서는 철도 노선 확보가 절실해 보인다.

◆ 지하철 없는 신도시, 소문만 무성

지난 14일 찾은 계양테크노밸리는 신도시를 관통하는 새로운 지하철 노선이 필요해 보였다. 인천지하철 1호선 박촌역과 임학역은 계양테크노밸리 바깥쪽에 있어 S-BRT가 다녀도 신도시 입주민 입장에서는 아파트 위치에 따라 지하철역까지 거리 차이가 있을 전망이다. 기존 신도시 개발과 달리 기업입주자도 있다는 점을 고려하면 지하철 노선 확보는 향후 계양테크노밸리가 풀어야 할 문제다.

계양테크노밸리는 박촌역과 김포공항역을 연결하는 S-BRT 신설과 국도

39호선 확장이 예고됐지만 철도 노선 신설이나 연장 계획은 없다. 지하철 하나 없이 교통수요를 감당할 수 있을 지 의문이었다. 신도시가 건설되면 지역 일대가 심각한 교통난에 시달릴 것으로 예상된다.

현지 부동산중개업자는 “그동안 철도가 들어온다는 소문만 돌았지 아직 결정된 것은 하나도 없는 것으로 알고 있다”라며 “주민 대다수가 불가능할 것이라고 보고 있다”고 했다.

박남춘 인천시장은 지난 2018년 기자회견을 통해 계양테크노밸리에 서울지하철 2호선 연장을 언급한 바 있지만 한 달여 만에 백지화가 됐다. 한 때 지하철 9호선이 대안 노선으로 부상했지만 계획된 것은 없으며 GTX-D노선(수도권

광역급행철도 D노선) 신설 계획도 없다. 계양테크노밸리에서 임대로 공장을 운영하는 50대 A씨는 “지금도 이곳은 버스 정류장 하나 없어 자가용이 없으면 오고 가기 힘들다”라며 “지하철이 신설되지 않으면 주민들이 상당한 불편을 겪을 것”이라고 말했다.

◆ 12월 토지보상, 박촌동 일대 집값 상승

계양테크노밸리는 마지막 농사를 끝낸 벌판과 화훼농가들이 자리하고 있었다. 바로 옆에는 굴포천을 경계로 부천대장지구가 있으며 2기 신도시인 인천검단, 서울 강서구 마곡과도 가깝다. 도시가 세워지면 부천대장지구와의 연계도 기대된다. 개발이 이뤄지면 인천시내에서 서울과 가장 근접한 지역으로

거듭난다.

굴포천을 따라 계양테크노밸리를 종단했다. 굴포천에는 수로 낚시 혹은 트레킹을 하러 나온 시민들이 많았다. 일대를 탐방하면서 지역 소작농이 걸어놓은 항의 현수막을 확인할 수 있었다. 소작농들과 시행자인 LH(한국토지주택공사)와의 갈등이 심해 보였다. 신도시가 들어서면 토지보상을 받게 되는 지주와 달리 소작농은 일터를 잃어 갈 곳이 없다는 게 이들의 주장이다.

계양테크노밸리는 토지 보상을 위한 감정평가를 다음 달 초 마무리하고 내부 심사를 거쳐 12월 중순부터 편입 토지에 대한 협의 보상을 시작할 계획이다.

개발 과정에서 난항을 겪는 계양테크노밸리의 속사정과 별개로 집값은 상승

세다. 중개업자에 따르면 계양구 박촌동 계양한양수자인 아파트가 가장 큰 수혜를 받았다. 이 아파트 전용면적 84㎡는 5억원에 매물이 나왔다. 이 면적형은 지난 9월 4억5000만원에 팔렸다. 전세는 전용면적 59㎡가 3억4000만원에 물건이 있다. 이 면적형의 경우 지난 7월 3억원에 계약된 바 있다.

박촌동 한화꿈에그린106동(전용면적 84.97㎡)은 4억1000만원에 매물이 있다. 이 면적형은 지난 9월 3억9000만원에 실거래 됐다. 전세는 물건이 없다.

함영진 직방 빅데이터랩장은 “김포공항과도 가깝고 접근성으로 보면 검단신도시와의 상승효과도 기대할 수 있을 것 같다”라며 “분양가상한제 적용으로 분양가 만족도를 기대할 수 있을 것으로 보여 많은 수요가 몰릴 것으로 예상된다”고 전망했다.

한편 계양테크노밸리는 인천광역시 계양구 굴현, 동양, 박촌, 병방, 상야동 일원 면적 334만9214㎡ 규모로 1만 7000가구 주택이 공급되며 첨단산업단지 구축에 일자리 창출 효과도 기대된다. 시행자는 LH, 인천도시공사다. 사전청약은 오는 2021년 7~8월로 3기 신도시 중 가장 먼저 실시한다. 사전청약 1100가구 중 55%가 무주택자에게 특별공급된다. /정연우 기자 yw964@