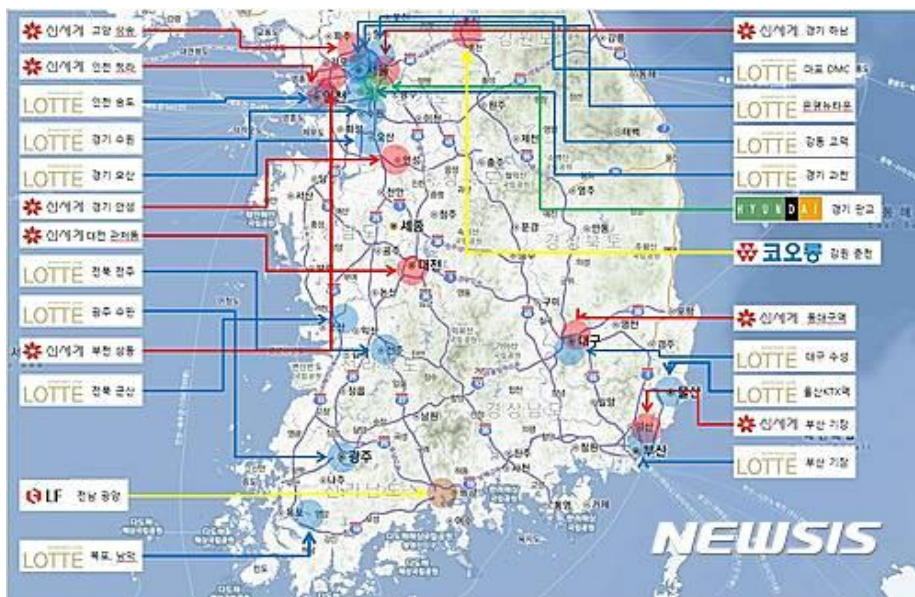


패션 복합 매장 4 - 복합 매장의 영향

- 2017 년 2 월에는 최근 유통업계 트렌드로 떠오른 '복합 매장' 리포트를 2 월 첫 주부터 총 4 회에 걸쳐 제공하고 있는데, 그 마지막 시간으로 국내 '복합 매장'의 전망과 영향 그리고 국내 복합 매장이 넓게 확대되어 '라이프스타일숍'에서는 어떠한 변화가 있었는지 분석하고 국내 라이프스타일숍 및 편집숍의 리스트업을 제시하고자 함

국내 복합 매장의 전망

- 국내 유통업계가 소비 침체로 둔화된 성장을 타계하기 위해 쇼핑·문화·레저·레스토랑 등이 함께 있는 '복합 쇼핑몰'을 탈출구로 삼아 치열한 경쟁 중이며, 2016년 9월 '신세계 스타필드 하남'을 시작으로 초대형 복합 쇼핑몰이 생겨나면서 앞으로 백화점 및 대형 마트는 점점 축소되고 복합 쇼핑몰이 계속 생길 것이라고 예상됨



전국 복합 쇼핑몰·아울렛 입점 예정지 (출처 : 뉴시스)

- 그리고 다양한 문화 콘텐츠를 즐길 수 있는 공간을 대폭 증가시킬 것이며 단순히 물건을 파는 곳이 아닌 '쇼핑 그 이상의 경험'을 제공하고, 복합 쇼핑몰들의 백화점 모델, 온라인 채널 확대, 라이프스타일 콘텐츠 도입, 차별화된 MD를 통해 전문가들은 30조 이상의 시장규모로 성장할 것으로 예측함
- 신세계백화점 사장은 "과감한 투자와 콘텐츠 혁신을 통해 경기 불황 등의 위기를 슬기롭게 극복해 나갈 것이고, 대형 신규 프로젝트들이 연착륙 한데 이어 폭발적으로 성장할 수 있도록 영업 구조 및 수익 구조를 쇄신하고 튼튼한 경영 기반을 만들겠다"고 말함
- 또한, 복합 쇼핑몰은 '풀(full) 마케팅'에 집중하고 있는데, 고객들의 직접 참여를 이끌어 방문을 유도하고 있으며, 향후 장기적인 관점에서 볼 때 유통업체의 방문 문턱을 낮추고 고객이 오래 머물 수

있도록 하는 것은 고정 고객 확보와 집객 효과에 중요한 경쟁력이 될 수 있을 것으로 판단됨

- 복합 쇼핑몰 뿐만 아니라 '숍인숍'이라고 불리우는 복합 매장은 서울에서만 최소 1,500개 이상으로 추정되고 다변화된 소비자 수요를 충족시키고 객단가를 높일 수 있는 복합 매장은 더욱 확산될 것으로 보임
- 두 가지 업을 같이 하는 복합 매장이나숍인숍은 전문성도 2배로 요구되어 혼자하기가 쉽지 않기 때문에 다른 자영업자에게 매장 일부를 재임대하는 '전대차' 계약도 늘어나고 있고 월세 부담도 줄이고 업종 간 시너지도 줄 수 있어 일석이조가 됨



멀티형 외식 프랜차이즈 매장 운영 사례(출처 : 머니투데이)

- 따라서 현재 '몰링족'이나 '혼족'이 늘어나고 있는 추세 속에 한 공간에서 쇼핑·문화·레저 등을 한번에 해결하려는 성향을 많이 띄고 있기 때문에 복합 매장은 더욱 확대될 것으로 예상됨

복합 매장의 영향

국내 복합 쇼핑몰의 증가

- 백화점, 대형마트 등 기존 사업들은 정체되어 있고, 소비 수요는 온라인 쇼핑으로 빠르게 옮겨가고 있어 다양한 즐길거리를 제공하는 복합 쇼핑몰이 나타남
- 즉, 중저가 브랜드를 백화점 같은 화려한 분위기에서 구입할 수 있는 복합 쇼핑몰이 대세로 떠오르며 높은 가격 구조에 묶인 백화점과 오프라인 점포는 점차 줄어들고 있고, 불황에 규제, 인구구조 변화 등 '4인 가구'에 최적화된 대형 마트 또한 유통 중심에서 사라지게 될 것임
- 하지만 대형 마트는 고객 관심사를 기반으로 매장별로 카테고리에 대한 특화샵을 열어 '경험'을 제공하여 이를 위해 전문성을 가지고 상품을 진열하여 경험을 주자는 취지로 한 평의 공간에 여러 상품을 제공하여 매출을 올려 이러한 대형 마트들도 늘어나는 추세임



정원과 책, 커피숍이 합쳐진 롯데마트의 '페이지그린'(출처 : THEPR)

복합 매장의 해외 진출

- 현재 전 세계에서 소비의 영향이 가장 큰 '중국'은 백화점과 쇼핑몰에서 고가품과 외국 상품이면 무조건 팔리며 소비가 무섭게 성장한 시절이 있었으나, 최근 가성비를 고려한 똑똑한 소비를 하고 있는 중국 소비자가 늘고 있음
- 즉, 점차 합리적인 가격과 소비자 편의 중심의 유통 방식만이 시장에서 살아남게 되면서 현대 중국의 소비 방식은 복합 쇼핑몰인 소비자 중심의 유통방식으로 변하고 있음
- 가장 대표적인 사례로 2016년 12월 'CJ푸드빌'이 중국 상하이 핵심상권인 '난징시루(南京西路)'에 '비비고', '뚜레쥬르' 복합화 콘셉트 매장을 '정안케리센터(Jing An Kerry Center)'에 오픈하였는데, 난징시루는 상하이 지하철 2, 7호선이 지나 유동인구가 많고 주변 오피스와 주거지 등이 밀집됨
- 이 건물 내 뚜레쥬르는 1층에, 비비고는 2층으로 아래 위로 자리 잡고, 기존 중국 비비고와도 차별화되는 새로운 콘셉트를 적용하여 브랜드의 인지도와 호감도를 대폭 상승시킬 수 있을 것임



상하이 난징시루에 위치한 뚜레쥬르 정안케리점 (출처 : cj그룹)

- 키즈 복합 매장인 '제로투세븐'은 중동지역 1호점을 '바레인(Kingdom of Bahrain)'의 수도 마나마의 대형 종합 쇼핑몰인 '시프 몰(Seef Mall)'에 2016년 7월에 오픈하였으며, 기존 국내 대표 유아동복 브랜드 '알로앤루'를 중심으로 글로벌 매뉴얼이 적용된 복합 매장의 콘셉트에 아이들의 다양한 라이프스타일을 반영한 테마 존으로 구성됨

- '리치푸드'는 치킨 브랜드 '치르치르'와 '피쉬앤그릴' 브랜드를 결합된 멀티숍을 홍콩 '침사추이'에 2016년 7월에 오픈하였고, 2호점은 2017년에 오픈할 예정으로 이미 미식의 고장 홍콩에서의 제 2의 치킨 한류 경쟁이 시작되었고, 리치푸드의 홍콩 시장 공략이 점차 빨라지고 있음을 알 수 있음

편집숍과 라이프스타일숍의 진화

- 2015년 각광을 받던 패션 편집숍 형태에서 소비자의 관심이 라이프스타일로 이동되면서 타겟 시장에 따른 더욱 세분화된 가두점 모델로 진화되었고, 키포크적 삶의 유행으로 '가드닝(gardening)'이 숍 안에 등장하면서, 일본의 '무인양품', '어반리서치' 등 새로운 업태를 마련함
- 라이프스타일숍은 일본에서 이미 1980년부터 1990년 초반, 대형 체인 전문점, 편집 매장인 '빔스', '쉽스' 등이 등장하고 가정 생활 용품 브랜드화가 진행되어 '프랑프랑', '무인양품' 등의 토털 라이프스타일숍도 일반화가 됨
- 국내에서도 패션 잡화 제품과 함께 주요 홈·리빙 용품을 보여주고 푸드와 음료 제공 공간이 함께 구성된 매장, 체험형 쇼룸인 '복합문화체험공간'을 제공하여 젊은이들의 욕구를 충족시켜줌으로 전반적인 홈·리빙 라이프스타일숍에 큰 영향을 줌
- 이 후 다른 업종의 브랜드가 합쳐진 복합 매장이 2016년부터 재조명되고, 똑똑한 소비자를 넘어 경험을 중요시하는 소비자, '사다'라는 의미가 아닌 '체험'을 즐기는 소비자들이 늘어남
- 국내 디자이너 편집숍인 '에이랜드'는 자사에서 런칭한 화장품을 입점시킨 복합 문화공간을 명동의 눈스퀘어점에 처음 입점시켰고, 유기농으로 만든 뷰티 PB 제품인 '타임 투 블로섬(Time to Blossom)'은 아이들과 함께 온 가족이 사용할 수 있는 공간을 제공함



에이랜드 가로수길점 출처 : 구정마루 블로그)

[패션 라이프스타일숍 리스트업]

브랜드명	회사	브랜드 특징 및 컨셉트	런칭일	전화번호	홈페이지
541 Lab	그림 그리다	셀렉트숍과 카페가 결합된 복합문화공간으로 개성있는 패션 브랜드와 팝업 스토어를 지속적으로 오픈함	2015.9	070-7602-6125	http://blog.naver.com/541lab
A랜드	A랜드	국내외 디자이너 편집숍으로 해외 브랜드, 리빙, 문구류, 코스메틱 등 판매	2006	1566-7477	http://www.a-land.co.kr/
LAP	아이올리	해외 스트리트 감성과 셀러브리티들이 추구하는 아이템으로 유니섹스 브랜드로 확대	2011.1	02-2015-6960	www.lapkorea.com
LLUD	LLUD	디자이너 브랜드의 의류, 잡화 등의 미니멀한 인테리어가 돋보이는 매장	2015.3	070-7756-4543	http://www.llud.co.kr/
가먼츠 스토어	가먼츠 스토어	핸드메이드 및 빈티지스타일의 신진 디자이너 편집숍	2011.3	070-4406-3583	http://www.garmentsstore.co.kr/
네프호텔	난닝구	빈티지 감성의 리빙 제품 브랜드	2015.7	1644-8037	http://www.neufhotel.com/
무엘라	온앤온	에센셜 라이프스타일 DIY숍	2015.8	031-5170-1434	-
뮤썸	뮤썸	해외 스트리트 브랜드, 국내 도매스틱 브랜드, 디자이너 브랜드 등 희귀 아이템과 액센, 코스메틱 상품 판매	2015	070-7755-2015	http://www.muesum.co.kr/
믹삽	에스팀엔터테인먼트	유명 디자이너부터 신진 디자이너의 콜렉션까지 다양한 아이템 과 문화, 예술을 아우르는 복합 문화 공간	2015.9	070-4304-0919	http://www.mixop.co.kr
블랑블랙	에셈컴퍼니	가방, 파우치, 여행용 캐리어 등 패션 잡화 및 생활 잡화 토탈 브랜드	2016	1670-6744	http://www.blancblack.kr/
어라운드 더코너	LF	개성있는 브랜드이 모여 소비자들에게 새로운 문화와 가치를 경험하게 하는 라이프스타일숍	2009.4	1544-5114	http://aroundthecorner.lfmall.co.kr
언더 라이즈	현대백화점	국내외 영 패션 브랜드의 팬시, 인테리어, 액세서리, 네일아트 등 판매 예정	2017 예정	-	-
에반샵	에반샵	아이디어, 인테리어 소품 위주의 빈티지와 유니크한 아이템 판매	2014.11	-	www.evanshop.com
오피셜 할리데이	AK플라자	국내 디자이너 브랜드와 협업하여 의류,잡화,코스메틱,생활소품 등 직접 디자인 및 생산	2016.4	02-3443-4507	https://www.instagram.com/official_holiday/
원더 플레이스	원더 플레이스	국내외 브랜드와 신진 브랜드 상품을 모아 의류, 잡화, 리빙, 액세서리 품목을 중심으로한 리딩 편집숍	2011	1644-5663	http://www.wonderplace.co.kr/
캐쉬 스토어	데코앤이	2-30대 남녀 고객을 타겟으로 어반 컨템포러리 감성, 라이프와 연관된 남성과 키즈 카테고리까지 확장	2016.11	02-400-5074	http://www.cash-stores.com/
태그 온	AK플라자	국내외 브랜드 중 최고 가성비 상품과 오감 만족 소품부터 패션 및 라이프스타일 전문점	2016.4	02-325-7990	-
폼 스튜디오	한섬	패션, F&B, 라이프스타일, 뷰티 등 4개 분야별로 전개하는 컨템포러리 편집숍	2016.09	1800-5700 (한섬)	http://www.thehandsome.com/handsome/c/br30/br30
플라스틱 아일랜드	아이올리	여성 캐주얼 브랜드에서 국내외 유명 브랜드의 패션부터 다양한 디자인의 생활 상품을 판매하는 라이프스타일숍으로 확대	2016.9	02-2015-6054	http://plasticisland.co.kr/
플라이 투유	플라이투유	오너의 취향이 강하게 반영된 신진 브랜드가 모인 편집숍	2013	070-7672-7552	http://www.flytoyou.co.kr/
헤드트리	헤드트리	핸드메이드부터 의류, 가방, 액세서리, 코스메틱, 인테리어 소품, 문구, 애완용품 등 다양한 상품 판매하는 쇼핑물(핸드메이드 작가/신진 디자이너 브랜드 발굴)	2016	070-8247-2486	http://www.headtree.co.kr/

출처 : 에너지경제, 뉴시스, 미래한국, 매일경제, 머니투데이, 이데일리, 동아일보, 서울경제, THEPR,
뉴데일리경제, 패션서울, 식품외식경제, 한국섬유신문

한국패션협회 캠페인!

‘명품’의 의미 바로 알고 사용합시다!

명품이란 수십 년 경력의 장인이 정성을 쏟아 손으로 한땀한땀 만든 희귀 제품을 의미합니다. 그러나 어느새 해외 수입브랜드는 밸류 구분 없이 모두 ‘명품’으로 불리고 있습니다. 이에 ‘국산제품은 명품이 아니다’라는 인식의 전환과 우리 브랜드의 명품화, 세계화를 위해서라도 이제부터는 패션관련 종사자 분들이 먼저 자각하고 앞장서야 할 것입니다.

한국패션협회는 오래 전부터 언론과 공식적인 자리를 통해 해외 고가 상품이 곧 ‘명품’이라는 잘못된 생각과 단어 사용의 오류를 지적해 왔으며 지난해 1월에는 공정거래위원회, 산업부, 한국소비자원 등 소비자.유통 주무 부처 및 산하기관에서 장인이 손수 만든 극소수 일부 수입 제품을 제외하고 우리에게 친숙한 대중적인 해외 고가 상품은 ‘명품’이 아닌 ‘럭셔리 브랜드’ 혹은 ‘해외 수입 브랜드’로 부르기로 발표한 바 있습니다. 이에 새로운 용어 확산에 패션인 모두가 동참해주실 것을 부탁드립니다.

사업1본부 1팀 이현학 팀장 / 정다운 주임 / 유인숙 사원

TEL: 02.460.8364, 8367, 8366 / FAX: 02.460.8350 / E-mail: kfa@koreafashion.org

대한민국 패션 지식 포털사이트 패션넷코리아

산업통상자원부에서 지원하고 한국패션협회가 운영하는 무료 패션지식포털 사이트로
국내 패션시장 분석 및 대응전략 정보, 패션관련 정부 사업결과물 DB 등을 제공받을 수 있습니다.
www.fashionnetkorea.com

FashionNET Korea
패션넷코리아