

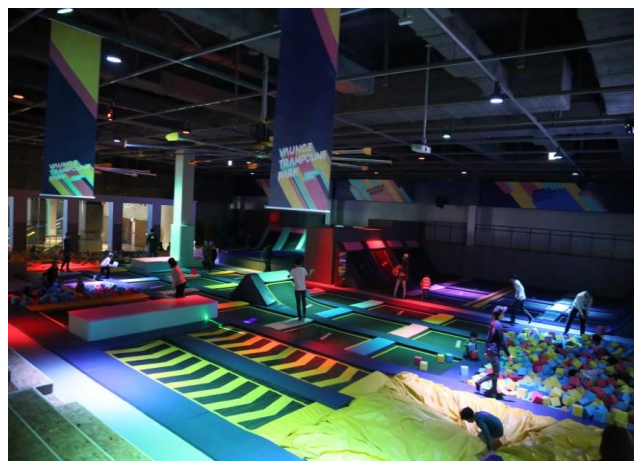
패션 복합 매장 3 – 국내 복합매장 현황

- 2017년에는 패션 복합 매장을 주제로 하여, 1 주(정의 및 변천사), 2 주(주요 복합매장 분석)에 이어 '국내 복합매장 현황'에 대해 스페셜리포트를 제작하여 배포함
- 최근에는 한 공간에서 쇼핑·놀이·공연·교육·외식 등의 소비생활을 즐기는 몰링족(Malling 族) 트렌드가 보편화 되고 있는 가운데, 이번 스페셜리포트에서는 주요 복합 쇼핑몰과 복합 매장의 대표 사례와 리스트를 제시하고자 하고, 2 주 리포트에서 소개했던 대표 사례들을 더욱 깊이 분석하여 국내 복합매장들의 리스트도 함께 제시함

1. 종합 복합쇼핑몰 현황

1) 대구 신세계백화점

- 신세계는 대한민국 최초의 현대식 백화점으로 한 회사 내에 있던 이마트와 분할돼 독립하면서 트렌드와 패션, 생활문화를 선도하는 고품격 백화점으로 새롭게 탄생함
- 신세계 대표는 '새로운 라이프스타일을 창조하는 기업'으로의 탄생을 2020 중장기 성장 전략으로 선포하면서 2009년 연면적 세계 최대 백화점으로 꼽히는 신세계백화점 센텀시티점을 시작으로 대구 신세계 백화점은 2016년에 개점함
- 2016년 12월 15일 오픈한 대구 신세계 백화점은 연면적 34만m²(약 10만 2,354평) 초대형 규모로 지역경제 활성화, 고용창출 뿐만 아니라 부산 센텀시티의 명성을 넘어 대구를 대표하는 새로운 랜드마크를 기대하고 있음
- 가족 단위의 고객을 끌어들이기 위해 아쿠아리움과 패밀리 테마파크를 내세우고 있으며, 이 외에도 쇼핑몰, 영화관, 대형마트, 스포츠센터 등이 있음



대구 신세계백화점 아쿠아리움(9층)과 트램폴린(7층)(출처 : 경북일보, 주나올맘블로그)

- 대구 신세계 오픈 기자간담회에서 신세계 백화점의 사장은 “체험과 경험을 제공할 수 있는 복합쇼핑몰이 단순히 쇼핑을 위한 물건만 판다면 고객들이 찾아올 필요가 없다”며 “온라인에서 줄 수 없는 여러 가치와 체험이 오프라인의 경쟁력이 될 것이고, 최소 2만 5000평(坪) 이상의 대형 점포를 지어야 다양한 서비스 공간을 창출할 수 있다”고 함

2) 롯데몰 은평

- 롯데 은평몰은 서울 서북부 지역의 유일한 초대형 복합 쇼핑몰로 2016년 12월 1일에 오픈하였는데, 지하철 3호선 구파발역과 연결되어있는 지리적인 장점이 있고 은평 뉴타운의 안정적인 수요 확보가 될 것이라고 기대를 걸고 있음
- 부지 면적 3만 3000여m² (약 9980여 평)에 지하 2층, 지상 9층 연면적 16만m²(4만 8400여 평) 규모로 지하 2층부터 지상9층에 쇼핑몰, 마트, 시네마, 키즈파크 등 있음
- 롯데 은평몰은 아이와 함께 즐길 수 있는 ‘키즈테인먼트’와 3~4층 ‘롯데월드 키즈파크’는 서울 서북권 지역에서 유일한 어린이 실내 테마파크로 패밀리 고객의 새로운 명소로 인기이고 한 달 간 주말마다 어린이 고객을 위한 다채로운 볼거리 공연을 제공하고 있음
- 롯데몰의 롯데자산개발 영업부문장은 “고객의 니즈에 맞춰 지속적인 변화를 통해 체험요소를 강화한 지역밀착형 복합쇼핑몰로 패밀리 고객의 호응을 얻고 있다. ‘롯데몰 은평’은 서북지역의 쇼핑 편의시설을 넘어 문화 여가활동의 질을 높여줄 것”이라고 말함

3) 송도 트리플 스트리트

- 2017년 4월 오픈 예정인 송도 트리플 스트리트는 연면적 약 18만m²으로 지하 3층부터 지하 6층까지 총 4개의 동으로 직선거리 600m의 웅장한 규모임
- A동에는 해외 SPA브랜드, B동에는 국내 SPA브랜드, C동에는 스포츠 및 아웃도어 브랜드, D동에는 라이프스타일 및 엔터테인먼트 위주로 들어설 예정
- 또한, 송도 트리플스트리트의 이름은 ‘송도 스트리트몰’, ‘페스티벌워크’ 등의 명칭으로 ‘우리나라를 대표하는 걷고 싶은 거리’를 메인컨셉을 가지고 있고 ‘세 가지의 걷고 싶은 거리’라는 의미를 담고 여가, 문화, 힐링이 함께 어우러진 가족중심의 복합문화공간을 지향함
- 개성과 활력이 넘치는 지상의 ‘그라운드 스트리트(GROUND STREET)’, 트렌디한 F&B와 라이프스타일 콘텐츠로 구성하는 지하 ‘언더 스트리트(UNDER STREET)’, 편안한 휴식을 위한 옥상 공간 ‘파크 스트리트(PARK STREET)’ 등으로 나뉨
- 착공 전 ‘H&M’, ‘H&M홈’, ‘자라’, ‘에잇세컨즈’, ‘아메리칸이글’ 등의 입점이 이미 되어 있으며, ‘메가박스’, ‘KT K-live’ 등의 메가 테넌트와 입점 계약을 맺음
- 트리플 스트리트의 대표는 “기존 형태의 쇼핑 공간으로는 달라진 라이프스타일에 대응할 수 없고, 온라인 등으로 이탈하는 사람들을 끌어 들일 수 없다. 국내에서 이전에는 볼 수 없었던 획기적인 상(商) 환경을 조성해 해외 관광객들까지도 찾아오고 싶어 하는 거리를 만들 것”이라고 말함

4) 신세계 스타필드 고양

- 신세계백화점이 지난해 9월 스타필드 하남으로 시작하여 11월 스타필드 코엑스몰 리모델링, 상반기 3호점으로 고양시 삼송지구에 스타필드 고양점을 초대형 복합쇼핑몰로 2월 착공하여 내년 3월에 준공 예정임
- 일산과 서울을 연결하는 고양대로변에 위치하여 있으며, 부지면적 10만m²(2만 7,500평), 연면적 36만 4,400m²(11만300평) 규모로 인접해 있는 롯데 은평몰보다 2배 이상 큼
- 하남점과 비슷한 점포가 구성되어 있지만, 고양점은 주요 컨셉을 엔터테인먼트 요소를 극대화한 테마파크형 복합쇼핑몰로 다양한 시설을 선보일 예정
- 스타필드 고양점은 지하 2층부터 지상 6층으로 지어질 예정이며, 백화점, 대형마트, 스포츠 시설, 영화관, 수영장, 사우나 등으로 구성됨
- 인근에 삼송 주거 단지와 상업 시설이 잇따라 예정되어 있고 북한산, 동산꽃맞이공원 등 자연 조망을 갖춘 대규모 쇼핑 공간으로서 지하철 3호선 삼송역 역세권으로 접근성이 좋음

점포명	사업개요	위치	개장시기	면적
대구신세계	쇼핑몰, 영화관, 대형마트, 스포츠센터, 아쿠아리움 등	동대구복합환승센터 옆	2016년 12월	34만m ²
롯데몰 울산점	울산역 복합환승센터 개발 쇼핑몰, 시네마, 키즈파크 등	울산 KTX 환승센터	2018년 예정	13만 240m ²
롯데몰 수지점	쇼핑몰과 오피스텔	용인시 수지구 성북동	2018년 예정	16만m ²
롯데몰 수성알파시티	쇼핑몰, 영화관 등	동대구 복합환승센터	2018년 예정	-
롯데몰 의왕점	백운지식문화밸리 도시개발사업 지구내 출점 추진	의왕시 학의동	2018년 예정	-
롯데몰 송도점	롯데 송도 쇼핑타운 계획 일환으로 쇼핑몰, 마트, 극장, 호텔, 오피스텔 등	인천송동 동북아무역타워 옆	2019년 예정	4만 9500m ²
롯데몰 은평점	쇼핑몰과 대형마트, 롯데시네마, 키즈파크	은평구 진광동	2016년 12월	부지면적 3만3000여m ² 연면적 16만m ²
롯데몰 상암 DMC점	백화점, 대형마트, 영화관 결합	서울 상암동 DMC중심상가	미정	-
롯데몰 과천경마공원점	과천복합문화관광단지 개발계획 일환	과천시 과천동	미정	-
송도 트리플 스트리트	쇼핑몰, 라이프스타일숍, 엔터테인먼트	인천 연수구 송도동	2017년 4월 예정	연면적 약 18만m ²
스타필드 하남	쇼핑몰, 백화점, 아쿠아필드, 스포테인먼트, 슈퍼마켓 등	경기도 하남시	2016년 9월	부지 11만 8000m ² , 연면적 46만m ²
스타필드 코엑스몰	영화관, 수족관, 쇼핑몰, 외식, 엔터테인먼트 등	서울 강남구 삼성동	2016년 12월	18만m ²
스타필드 고양	백화점, 대형마트, 스포츠시설, 영화관, 수영장, 사우나 등	고양시 삼송지구	2017년 하반기	부지면적 10만m ² 연면적 36만 4,400m ²
스타필드 인천 청라	-	인천 사구 청라국제도시	미정	부지 16만 5300m ²
스타필드 안성	-	안성 공도읍 진사리	미정	부지 20만 3600만m ²

* 2016/17 복합쇼핑몰 오픈기준

2. 코스메틱 복합쇼핑몰 현황

1) 스킨 푸드

- '푸드 코스메틱'으로 처음 선보인 '스킨푸드'는 5년이 넘도록 매출 성장이 정체되어 있었고, 신제품을 꾸준히 출시하고 있지만 차별화된 히트 제품을 더 이상 내놓지 못하고 있는 상황임

단위: 억원

	매출	영업이익	당기순이익	영업이익률	부채비율
2007년	7,894	72	55	9.15%	185.99%
2008년	1,117	143	107	12.80%	166.10%
2009년	1,532	233	180	15.23%	111.34%
2010년	1,651	167	126	10.12%	88.58%
2011년	1,790	153	127	8.54%	91.62%
2012년	1,850	114	78	6.17%	68.32%
2013년	1,746	32	18	1.81%	60.42%
2014년	1,519	(52)	(65)	-3.43%	69.66%
2015년	1,692	(129)	(206)	-7.61%	167.80%

스킨푸드 매출 현황(출처 : 금융감독원 전자공시시스템 연결감사보고서)

- 그러므로 푸드로 인해 피부의 아름다움만을 추구하는 것이 아닌 내적인 아름다움, 건강한 라이프스타일을 카페 형태로 결합한 콘셉트의 '푸드&뷰티 라이프스타일'이라는 브랜드 아이덴티티를 살린 3층 규모의 스킨 푸드 복합 매장을 2015년 오픈함
- 1층은 뷰티 매장으로 메이크업과 피부 고민에 대한 컨설팅 제공과 함께 테스터 존에서는 시에로 코스메틱의 대표 제품, 신제품 등을 골고루 체험해볼 수 있고, 2층은 카페로 제품과 관련된 푸드를 판매하며 3층은 옥상으로 도심 속 휴식 공간 '시티 팜'으로 실제 일상에서 접할 수 있는 식재료가 자라나는 모습을 직접 볼 수 있는 공간임
- 또한 매번 다양한 이벤트도 진행 중이며, 제품 판매만 하지 않고 여러 볼거리와 즐길 거리를 함께 제공하여 국내 소비자 뿐만 아니라 K-뷰티에 열광하는 해외 소비자들은 즐거움이 있는 플래그십 스토어에 대한 방문율이 높음

2) 로얄네이처 카페

- 로얄네이처는 '자연주의' 브랜드로 친환경적인 제품으로 깨끗한 환경을 만들고자 노력하는데, 천연 차(tae)와 커피(coffee) 그리고 천연 화장품(cosmeric)이 만난 원 스톱 복합 매장으로 특유의 부드러운 감성과 따뜻함이 고급스러움을 더해주며 향긋한 허브 향이 방문 고객에서 편안한 휴식 공간을 제공함
- 로얄네이처 카페는 DIY샵, 미니박물관, 화장품을 직접 체험할수 있는 공간을 마련하여 '체험을 통해 확신을 주고 싶다'라는 로얄네이처의 경영 철학이 깃들여져 있음



로알네이처 교대점(출처 : 히썸블로그)

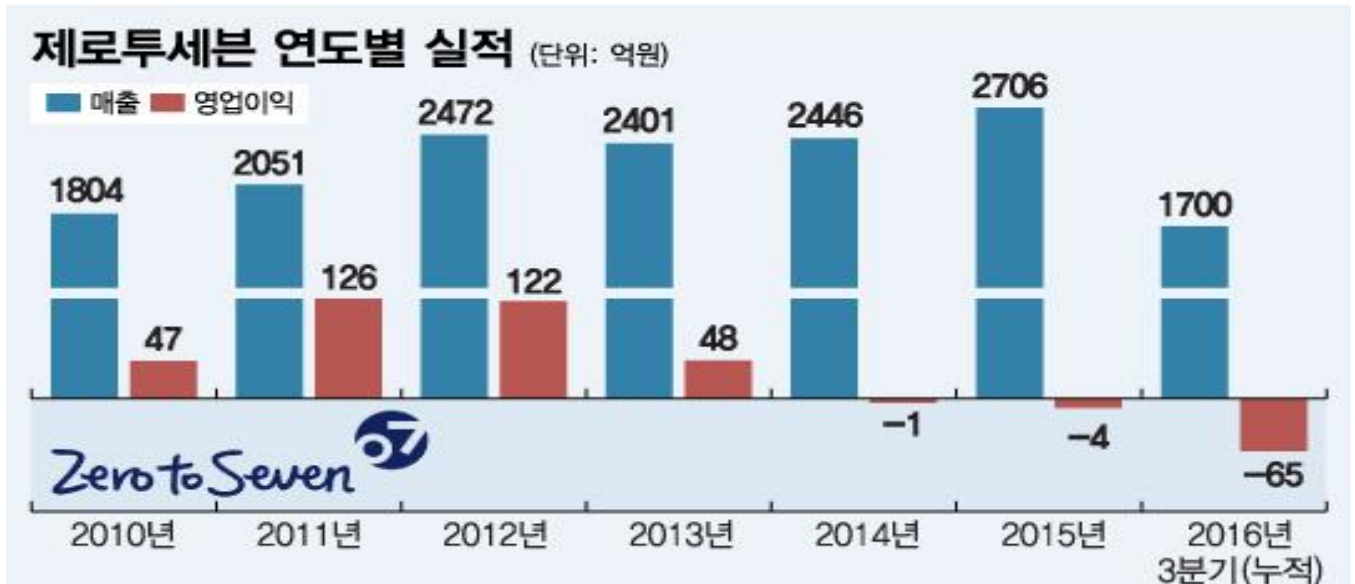
- 로알네이처의 대표는 "로알네이처 카페가 고객들에게 좋은 반응을 얻고 있어 보다 많은 공간에 선보이기 위해 가맹점 사업을 준비하고 있다. 향후에도 차별화되고 다양한 마케팅 활동을 통해 소비자와의 접점 확대는 물론, 고객 만족을 위해 최선을 다하겠다"고 함

브랜드명	회사	브랜드 특징 및 콘셉트	런칭일	주요매장	매장수	전화번호
교보문고 카페자우	교보문고	교보문고의 시그니처 향이 은은하게 나는 도심 속 휴식 공간	2014.10	전국	21	1588-1900
뉴스킨 워크 인센터	뉴스킨코리아	사람, 제품, 문화, 기회를 통해 아름다운 차이를 보여주는 공간	2011.03	전국	5	080-900-0700
로알네이처 카페	로알네이처	자연을 생각하는 자연주의 브랜드	2013.03	방배	8	02-511-7488
벨포트	벨포트	해외 유명 코스메틱 브랜드와 피부 관리를 함께 받을 수 있는 공간	2015.07	신사	3	02-548-0034
본죽&비빔밥카페	본아이에프	본죽과 본비빔밥을 결합한 café로 새로운 형식의 대중적인 외식 문화 선도	2008.09	전국	200	02-771-6388
스킨푸드 컨셉 스토어	주식회사 스킨푸드	내적인 아름다움, 건강한 라이프스타일을 카페를 결합한 콘셉트 스토어	2015.07	가로수길	1	070-8668-4191
영풍문고 플라워카페	영풍문고	기분 좋은 내추럴 모던 환경에서 기억에 남는 즐거운 체험이 가능한 공간 추구	2016.10	대구 대구백화점	2	053-431-0883
이니스프리 카페	아모레퍼시픽	그린라이프와 제주의 자연을 구현	2016.06	판교	4	031-708-0585
정관장 HUB	KGC 인삼공사	정관장의 health & beauty를 한공간에서 보여주는 고객 맞춤형 컨설팅 공간	2017.07	부산 롯데백화점	1	051-810-3032
코테락 & 커피미학	-	커피미학의 오리지널 카스테라 공방과 프랑스 컨템퍼러리 브랜드 코테락의 복합매장으로 편안함과 자연주의를 추구	2007	청담	4	02-3444-0770

3. 키즈 복합쇼핑몰 현황

1) 제로투세븐

- SPA 브랜드와 해외 직구의 확산으로 국내 유아동 전문기업 '제로투세븐'이 적자를 내는 등 국내 유아동 의류업체가 타격을 받는 가운데, 돌파구를 찾기 위해 중국 시장에도 발을 내딛었지만 15 억원의 영업 손실이 발생함



연도별 제로투세븐 실적(출처 : 머니투데이)

- 이에 대응하기 위한 공격적인 마케팅을 펼치는 제로투세븐은 자사 유아동 패션 브랜드 '알폰소', '포래즈', '알로앤루' 등을 한 곳에 입점시켰으며, 패션, 화장품, 용품 브랜드를 한 공간에 선보이는 편집숍 형태의 복합매장을 오픈함
- 패션 편집숍은 물론 독점 수입과 유통을 하는 영국 프리어엄 수유·이유 브랜드 '토미티피', 유아 스킨케어 브랜드 '궁중비책', 글로벌 승용 완구 브랜드 'Y볼루션' 등 화장품에서 용품까지 자사 전 브랜드를 아우르는 멀티 복합관까지 선보이고 있으며, 특히 프리미엄 유아 화장품으로 온라인 유통 채널 중심 사업 펼침



제로투세븐 O2O플랫폼 (출처 : 매일경제)

- 또한, 제로투세븐은 마트, 쇼핑몰 등 대형 유통채널 내 입점을 가속화해 바쁜 엄마들이 쉽게 방문할 수 있도록 접근성을 높이고, 단독매장 편집숍을 열 계획임
- 최근 창립 17주년을 맞아 '쉽고, 빠르고, 편리한 쇼핑'을 위한 O2O 쇼핑 플랫폼을 구축하여 제로투세븐의 540여 개 매장 및 모바일 플랫폼을 통해 유입되는 고객 모두에게 동일한 서비스와 혜택, 쇼핑 편의를 제공함

2) 닥스 헤지스

- '파스텔 세상'에서 오픈한 '닥스키즈'와 '헤지스키즈'의 복합 대리점은 침체기인 유아동 의류 시장에서 매니아층을 기반으로 꾸준한 인기를 누리고 있음
- 한 매장 안에서 시너지 효과를 내고 있는 '닥스키즈'와 '헤지스키즈'는 대리점만의 전문 라인 개발 등 다양한 계획을 통해 복합 매장을 확대를 가속화할 예정임
- '닥스키즈'는 롯데 본점과 같은 상위권 매장을 확대하는 것이 중요 과제이며, '헤지스 키즈' 역시 매장 볼륨화를 동시에 스타 매장을 늘려 시장에 안착하는 것이 목표임

브랜드명	회사	브랜드 특징 및 콘셉트	런칭일	주요매장	매장수	전화번호
닥스키즈 헤지스키즈	파스텔세상	스마트하고 깔끔한 트레이디셔널 이미지에 시대의 흐름을 반영한 트렌드를 가미	2016.02	거제	2	055-637-5544
클로젯 포 키즈	꼬망스	베이비토들러 상품군으로 구성되어 있는 아동 멀티복합숍	2016.02	롯데아울렛 고양점	2	031-936-3645
해피니스	제로투세븐	어린이 감성 놀이터의 컨셉으로 아이들의 놀이시설을 겸비한 매장	2016.12	롯데몰 은평점	1	1588-8744

3. 인테리어 복합쇼핑몰 현황

1) 메종 티시아 X 슈가컵

- 이마트에서 인테리어 소품을 취급하는 라이프스타일숍 '메종티시아(masion ticia)'와 화장품 전문 편집숍 '슈가컵(sugar cup)'을 스타필드 하남에 오픈함
- 메종티시아는 '집(masion.불어)'에서 '즐거움(leticia.라틴어)'을 뜻하는 '즐거운 집'이라는 의미로서 유러피안 감성의 합리적인 가격대의 생활 홈퍼니싱 편집숍임
- '슈가컵'은 패리스 힐튼, 마발라 등 네일 전문 브랜드부터 랑콤, 클라란스 등의 백화점 브랜드, 그리고 이니스프리, 미샤 등 로드숍 브랜드. 이마트의 PL 브랜드까지 60 여개의 브랜드를 한 눈에 볼 수 있는 뷰티 편집숍임
- 이러한 브랜드들이 만나 라이프스타일과 뷰티라는 여성들의 일상과 밀접한 주제를 가지고 단순한 쇼핑공간을 넘어서 고객들에게 휴식공간이자 놀이공간으로 느껴지도록 꾸며진 체험형 매장임

2) 더캐시미어핑크

- 한섬은 '더캐시미어'는 여성, 남성, 키즈라인에 이어 리빙 상품까지 론칭하며 브랜드 영역을 확장해 나가고 있는데, '더캐시미어'의 타겟은 구매력 있는 3050 여성으로 매장 안에서 의류와 생활용품 원스톱으로 구매하게 하는 전략으로 '더캐시미어핑크'라는 라이프스타일숍을 오픈함
- '더캐시미어핑크'는 백화점 수입 판매 코너 혹은 여성 패션층에 입점하여 국내에 잘 알려지지 않은 영국, 덴마크, 독일 등의 해외 유명 생활용품 판매를 함께 진행함
- 더캐시미어핑크는 현대백화점 압구정 본점과 목동점에 더캐시미어핑크 라인을 더한 더캐시미어 복합 매장을 운영하고 있는데, 의류 중심인 패션층에서 의류와 생활용품 가구들을 함께 파는 것은 이례적이지만 새로운 도전으로 받아들여짐

브랜드명	회사	브랜드 특징 및 콘셉트	런칭일	주요매장	매장수	전화번호
까사밀	까사미아	쇼핑과 음료, 식사를 동시에 즐길 수 있는 원스톱 복합 리빙 문화 공간	2015.01	서교	4	010-6303-8506
더캐시미어 핑크	한섬	북유럽풍의 해외 유명 라이프스타일숍과 의류를 제공	2016.11	현대백화점 압구정본점	2	02-3449-5956
카레클린트 더 카페	카레클린트	Slow Style을 지향하는 정성과 따뜻한 감성의 리빙 공간 추구	2011.10	청담	5	1599-4797
홈앤티크	삼화페인	온 가족이 모여 즐거움을 나눌 수 있는 공간으로 카페와 페인트 공방이 함께 있는 곳	2013.12	삼성	3	02-555-3641

출처 : 이투데이, 패션채널, 뉴스웨이, 서울경제, EBN, 아주경제, 어패럴뉴스, 의학신문, 매일경제, 유통일반, 머니투데이, 헤럴드경제, 패션서울, 국제섬유신문뉴스, 패션비즈, 프라임경제

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

FashionNETKorea
패션넷코리아