

신개념 오프라인 스토어

# 오프라인 스토어의 반란 매장의 상식을 뒤엎다

더 이상 온라인에 고객을 잃지 않으려는 오프라인 유통업체들의 스토어 혁신이 빠른 속도로 전개되고 있다. 어뮤즈먼트 디스카운트 스토어, 하이브리드 마켓, 힐링 마트 등 신개념 매장을 선보이는 오프라인 유통업체들은 '다르지 않다면 열지도 않는다'고 강조할 정도로 그동안 보여주지 않았던 실험 요소들을 신규점에 도입하고 있다. 상식을 뒤엎는 새로운 쇼핑 공간을 창조, 온라인 기업들과 정면승부를 한다는 점에서 오프라인 스토어의 개혁 의지를 충분히 보여준다.

기존 점포의 콘셉트와 가치를 바꾸는 '혁신적 변화'를 꾀한 오프라인 신개념 스토어 가운데 일부는 성공하고 일부는 실패하겠지만, 급변하는 유통 환경을 고려한다면 유통업계는 현재 진행형으로 미래 매장을 설계해야 한다. 최근 등장한 신개념 스토어들이 매장 안에 잠재돼있는 오프라인만의 '강점'을 어떻게 발견하고, 그들의 매력을 발산하고 있는지 알아본다.

## CONTENTS

- 1 **쇼핑 혁명 나선 오프라인 매장**
- 2 **부문별 혁신 스토어 탐방**
  - 어뮤즈먼트 디스카운트 스토어 - 빼에로쇼핑
  - 하이브리드 마트 - 홈플러스 스페셜
  - HMR 플래그십스토어 - CJ올리브마켓
  - DIY 홈센터 - 에이스홈센터
- 3 **미국 사례** - 컨테이너 스토어, 코스트코 비즈니스센터, A/D/O
- 4 **일본 사례** - 할로데이, 더아웃렛히로시마, 무인양품
- 5 **영국 사례** - 톱숍·자라, 웨이트로즈·세인즈베리, 쿡
- 6 **프랑스 사례** - 르 드렉스토어 파리지앵, 르끌레르, 아 르부르





## ⑤ 영국 사례 - 톱숍·자라, 웨이트로즈·세인즈베리, 쿵

# 풀장, 슬로우 계산대 도입 '튀어야 사는' 매장들

영국의 오프라인 소매업체들은 이커머스로 떠난 고객을 되돌리기 위해 다양한 변화를 모색하고 있다. SPA 브랜드 자라는 대기 시간이 필요 없는 '무인 클릭앤컬렉트' 시스템을 도입한 신규점을 선보였고, 톱숍은 매장 내 가상현실 기술을 도입, 피서지에 온 듯 생생한 체험을 고객에게 제공한다.

글 김셋별·영국 통신원

영국 유통 컨설팅업체 비스타 리테일 서포트(Vista Retail Support) 조사에 따르면, 온라인 유통채널의 강세 속에서도 응답자의 81%는 여전히 오프라인 매장이 필요하다고 답했다. 그 가운데 70%는 온라인보다 매장에 직접 가서 쇼핑하는 것을 즐긴다고 답했다. 온라인이 강세이기는 하지만, 오프라인 매장의 필요성을 알 수 있는 부분이다.

영국 소매업체들은 온라인으로 향하는 고객 발길을 돌리기 위해 전통적인 소매업 형태에서 벗어나 '최첨단 기술 도입', '지역 커뮤니티와의 교류' 등 다양한 시도를 하고 있다.

## 톱숍 | VR 기술로 피서지 같은 매장 구현

영국 SPA 브랜드 톱숍(Topshop)의 옥스포드 서커스(Oxford Circus)점은 매장 전체를 휴양지로 탈바꿈시켰다. 풀장 느낌이 나는 인테리어뿐만 아니라 65m 길이의 슬라이드가 정문부터 시작해 수영복 코너에 이르기까지 매장 전체를 둘러싸고 있다. VR기기를 쓰고 워터 슬라이드를 타는 영상상을 통해 런던 곳곳을 누비는 체험을 할 수 있다.

슬라이드 시작점에는 통유리가 설치돼 있어 매장 외부에서도 체험 모습을 볼 수 있다. 런던 대표적인 쇼핑 거리인 옥스포드 스트리트를 지나가던 사람들이 체험 모습을 지켜보다 매장으로 들어오는 경우가 많아 매출 증대 및 홍보 효과도 내고 있다. 가상현실 체험 후 자신의 SNS에 해당 동영상상을 공유할 수 있다. 매장에서는 내점객에게 아이스크림과 여름 휴가에 어울리는 메이크업·네일 아트 서비스도 제공한다. 특별한 체험을 통해 피서지에 온 듯한 기분을 느낄 수 있다.

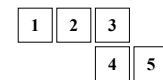
링과 여름 휴가에 어울리는 메이크업·네일 아트 서비스도 제공한다. 특별한 체험을 통해 피서지에 온 듯한 기분을 느낄 수 있다.

## 자라 | 무인 클릭앤컬렉트로 대기 시간 '제로'

또 다른 SPA 브랜드 자라(Zara)는 영국 런던에 최첨단 디지털 기술을 접목해 온라인과 오프라인 매장을 결합한 웨스트필드 스트랫퍼드(Westfield Stratford)점을 선보였다. 이 매장의 가장 큰 특징은 '무인화'에 있다.

온라인에서 주문한 상품을 오프라인에서 수령할 수 있는 클릭앤컬렉트 섹션을 매장 2층에 대규모로 구성했다. 해당 코너에서는 직원이 고객의 주문상품을 일일이 찾아줄 필요가 없다. 최대 2,400건의 온라인 주문을 동시에 처리할 수 있는 무인 시스템을 구축했기 때문이다. 고객은 온라인으로 상품을 주문하고 당일 매장을 방문, 기다릴 필요 없이 무인 시스템을 통해 바로 상품을 찾아갈 수 있다. 주문시 받은 QR코드를 화면에 스캔하면 픽업 코너 안쪽에 설치된 로봇 팔이 상품을 찾아 고객에게 전달한다. 소요시간은 몇 초에 지나지 않는다.

일반 코너에서도 디지털 기술을 이용한 다양한 서비스를 제공한다. 고객이 제품을 들고 거울 앞에 서면 자동으로 해당 제품을 착용한 모델 이미지가 떠오른다. 주파수를 이용해 상품을 식별하는 RFID 기술을 활용한 서비스다. 여러



- 1 톱숍 옥스포드 서커스점 내에서 실제로 워터슬라이드 가상현실 체험을 할 수 있다.
- 2 워터슬라이드 인테리어로 매장에 들어서는 순간 피서지에 온 듯한 느낌을 주는 톱숍 옥스포드 서커스점.
- 3 자라 웨스트필드 스트랫퍼드점은 온라인에서 주문한 상품을 대기 시간 없이 찾아갈 수 있는 무인 클릭앤컬렉트 섹션을 운영한다.
- 4 슈퍼마켓 매대 곳곳에서 해당지역 생산품을 판매하는 전통 재래시장 콘셉트의 쿵 프레시워터점.
- 5 웨이트로즈의 퀵체크 앱으로 상품을 스캔하고 있는 고객 모습.

가지 옷과 액세서리 매치 등 다양한 착용 예시도 볼 수 있다. 결제 역시 블루투스 기능을 활용해 간편하게 진행할 수 있다. 점원을 통하지 않고 무인 결제를 원하는 고객은 셀프 체크기기를 이용하거나 본인의 휴대전화로 애플리케이션을 통해 결제할 수 있다.

## 웨이트로즈&세인즈베리 |

### 퀵체크 vs 슬로우 레인, 연령대별 맞춤 결제

웨이트로즈(Waitrose)는 퀵체크(Quick Check) 시스템을 도입, 고객의 쇼핑시간을 획기적으로 단축했다. 빠른 계산을 원하는 고객은 앱이나 매장에 비치된 바코드 스캐너로 구매를 원하는 상품의 바코드를 찍고, 무인 계산대에서 결제를 하면 된다. 쇼핑을 하며 결제 예정 금액을 바로 볼 수 있고, 세일 상품 경우 할인이 제대로 적용됐는지도 실시간으로 확인할 수 있다.

이와 반대로 세인즈베리는 노약자를 위해 '슬로우 레인(Slow Lane)' 시스템을 도입해 눈길을 끌었다. 천천히 결제할 수 있는 계산대를 따로 구축한 것으로, 빠른 결제를 원하는 고객에게는 무인 결제 시스템을 이용하도록 권유한다. 결제시 뒤에서 기다리는 고객 눈치를 볼 필요가 없어 고령층 고객이 편안하게 결제할 수 있게 됐다. 이들을 도울

수 있도록 직원 교육도 진행하며, 쇼핑 후 물건을 차까지 운반할 때 도와주는 도우미 직원도 배치했다. 매장에는 의자를 비치해 쇼핑 중 휴식이 필요한 고객들이 잠시 앉아 쉴 수 있도록 했다.

## 쿵 | 재래시장과 현대 슈퍼마켓의 만남

영국 아일 오브와이트(Isle of Wight) 지역에 위치한 쿵(Coop) 프레시워터점은 지역 커뮤니티 및 경제 발전에 도움이 될 수 있는 커뮤니티 허브를 목표로 개점했다. 이 매장의 목표는 지역주민들과 상생하며 함께 발전해나가는 데 있다.

쿵 프레시워터점은 다층으로 구성된 기존 슈퍼마켓과 달리 단층으로 구성됐다. 곳곳에 매대 공간을 설치해 마치 전통적인 재래시장에 온 듯한 느낌을 준다. 프레시워터점은 다른 지점과 달리 이 지역에서 생산되는 제품들을 지역주민에게 판매하고 있다. 채소, 고기뿐 아니라 케이크, 소스, 아이스크림, 맥주 등 종류가 다양하다. 쿵 프레시워터점은 지역주민들에게 더 많은 편의를 주기 위해 다양한 서비스도 제공한다. 연중무휴로 운영되는 우체국을 슈퍼마켓 내 입점시키고, 매장 앞에는 마을버스 정류장과 고객이 콜택시를 부를 수 있도록 무료 전화기도 설치했다. R