

이마트, 미친가격 표방 만물 잡화점 ‘베어로 쇼핑’ 문열었다



이마트가 '재밌는 상품'과 '미친 가격'을 표방한 만물잡화점 개념의 디스카운트 스토어 베어로 쇼핑을 선보였다.

이마트가 '재밌는 상품'과 '미친 가격'을 표방한 만물잡화점 개념의 디스카운트 스토어 베어로 쇼핑을 선보였다. '쇼핑' 대신 굳이 '쇼핑'이라는 이름에서부터 개성을 나타냈다. 이마트는 유통채널이 온라인으로 이동하는 시대에 오프라인 유통 채널이 나아가야 할 방향은 재미와 즐거움이라고 판단해 베어로 쇼핑을 선보이게 됐다고 설명했다.

이마트는 지난달 28일 베어로 쇼핑을 스타필드 코엑스몰에 열었다. 지하 1층 893㎡(270평), 지하2층 1620㎡(760평) 규모다. 이마트는 베어로 쇼핑을 '당진쟁(소소하게 당진하는 재미)'의 핫플레이스로 만든다는 계획이다.

유진철 베어로 쇼핑 브랜드매니저는 마트에서 잘 팔지 않는 서클렌즈를 화장품 매장에서 팔고 전국 팔도 소주 코너를 설치하는 등 다른 곳에서는 찾아보기 힘든 상품을 선보이는 것이 베어로 쇼핑의 차별점이라고 설명했다. 대형 유통업체가 잘 취급하지 않았던 성인용품과 코스프레 가발과 복장 등 4만여 가지 상품을 판매한다.

대형 유통업체 잘 취급하지 않던

성인용품 등 4만여개 상품 판매

빠르게 변하는 트렌드 대처 위해

매장 관리자에게 상품선정권 등 부여

이마트는 빠르게 변하는 트렌드에 빠르게 대처할 수 있도록 상품 선정, 매입, 진열 권한을 베어로 쇼핑 매장 관리자들에게 부여했다. 유진철 매니저는 베어로 쇼핑 납품을 원하는 점포가 생기면 매장 담당자에게 판매가 조정 권한까지 줄 예정이라고 말했다. 기존 이마트 매장에는 없던 권한이다.

이마트는 취업준비생 마이클, 래퍼 지망생 잭슨, 반려 고슴도치 빅토리아, 신원미상의 애로호 등 4가지 캐릭터를 개발해 베어로 쇼핑에 스토리를 입혔다. 캐릭터를 디자인에 활용한

쇼핑백에는 '약속 있을 시 방문주의, 구경하다 늦을 수 있음' 등의 문구를 적어 베어로 쇼핑의 B급 감성을 담았다.

유진철 매니저는 "베어로 쇼핑이 벤치마킹한 일본 돈키호테는 작년 기준 약 370여 매장에서 연간 8조원가량의 매출을 올리고 있다"며 "이마트는 올해 3개의 베어로 쇼핑을 선보이는 것을 시작으로 베어로 쇼핑이 이마트의 신성장 동력이 될 수 있도록 매장을 점차 확대해 나갈 계획"이라는 포부를 밝혔다.

김형수 기자 hyung@

신동빈, 신동주와 표대결도 승리

옥중에서도 견재함 과시



신동빈 롯데그룹 회장(사진)이 신동주 전 롯데홀딩스 부회장과 다섯 번째 표 대결에서도 승리하며 옥중에서도 견재함을 보여줬다. 구속 수감 중인 신 회장이 참석할 수 없게 돼 황각규 롯데지주 부회장 등이 신 회장의 입장을 대변했다. 신 회장이 자리를 비운 틈을 타 또 경영권 탈환을 노렸던 신 전 부회장의 입지는 더욱 좁아졌다. 롯데는 더 이상 불필요한 논란을 일으키지 말라며 신 전 부회장을 비판했다.

지난달 29일 롯데는 일본 도쿄에 있는 롯데홀딩스 본사에서 열린 주주총회에서 신 전 부회장 이사 선임안건과 신 회장 이사 해임안건이 주주제안으로 상정됐으나 부결됐다고 밝혔다. 경영권을 되찾으려는 신 전 부회장은 지난 4월 27일 본인을 이사로 선임하고 신 회장을 이사에서 해임해달라고 요구하

는 주주제안안건을 제출했다. 신 전 부회장은 지난 2015년 8월, 2016년 3월, 2016년 6월, 2017년 6월과 이번까지 모두 다섯 번의 주주총회에서 신 회장에게 패배했다. 지난해 10월 롯데지주가 출범했지만 호텔롯데 지분 19.07%를 보유한 일본 롯데홀딩스는 롯데쇼핑, 롯데제과, 롯데케미칼 등 롯데계열사에 지배력을 갖고 있다.

구속 수감 중인 신 회장은 법원에 보석을 청구했지만 법원이 결정을 내리지 않아 주주총회에 참석할 수 없게 됐다. 황각규 롯데지주 부회장, 민형기 컴플라이언스 위원장, 이봉철 재무혁신실장, 이태섭 준법경영실장 등으로 이뤄진 롯데 비상경영위원회가 지난달 28일 일본으로 건너가 일본 롯데 경영진에게 신동빈 회장의 의견을 전달했다.

상품 뒤죽박죽 진열 놀이동산에 간 기분

● 르뽐 / 베어로 쇼핑 매장 가보니

놀이동산에 들어가는 기분이었다. 지난달 27일 오전 베어로 쇼핑 매장을 방문했다. 좌우가 위로 삐죽 솟아있는 간판은 잡화점이 아닌 롤러코스터 탑승장으로 이어질 것 같은 분위기였다.

이마트가 'B급 감성의 만물잡화점'이라는 콘셉트 디스카운트 스토어 베어로 쇼핑을 지난달 28일 스타필드 코엑스몰에 선보였다. 지하 1층과 지하 2층을 합쳐 2513㎡(760평) 규모다. 어디에나 있는 주방용품부터 마트에서 보기 힘든 성인용품까지 4만여 가지의 다양한 상품이 매장 안을 빼곡하게 채웠다.

상품은 뒤죽박죽 진열되어 있었다. 우산 판매대는 선크림 판매대를 마주하고 있었다. 비타민 음료와 자양강장제가 있는 판매대 옆에서는 전국 각지의 소주가 애주가들을 유혹했다. 6개들이 라면번들 옆에는 관광객이 사갈 듯한 한라봉초콜릿이, 콜라집 옆에는 동물 얼굴 모양의 인테리어 소품이 있었다.

괴식 웃음이 나오는 이색 상품이 많았다. 도미파우치는 마트에서 파는 생선처럼 검은 플라스틱 트레이와 비닐로 포장되어 있었다. 고양이 모양의 마사지기구도 눈길을 끌었다. 한쪽에는 재미 삼아 구경하기 좋아 보이는 성인용



품 코너가 있었다.

매장 곳곳에서 재생되는 'B급 감성' 영상은 발걸음을 멈추게 했다. 디지털기기 판매대에서는 각종 디지털기기를 블록으로 만든 테트리스 게임 영상이, 화장품 코너에서는 루돌프 코를 한 남성의 얼굴과 '눈싸움 이기면 돈 안 받는다'는 문구로 이뤄진 화면이 재생되고 있었다.

아쉬운 점도 있었다. 큰 복도도 폭이 1.8m에 불과하고, 작은 통로의 폭은 0.9m로 1m도 되지 않아 걸어 다니기가 불편했다. 성인 두 명이 양방향으로 오가는 힘들었다. 커다란 백팩을 땀다면 상당히 주의하면서 다녀야 한다.

베어로 쇼핑 관계자는 "상품을 매장에 복잡하게 배치해 소비자가 곳곳을 탐험하도록 하는 것이 베어로 쇼핑의 콘셉트"라면서도 "매장을 운영하면서 고객들이 짐을 들고 오면 어떻게 대처할지 검토할 예정"이라고 밝혔다.

스타벅스 현금없는 매장

16일부터 100개 추가 확대

스타벅스커피 코리아가 16일부터 전국에 현금 없는 매장 100개를 확대해 총 103개의 현금 없는 매장을 운영한다고 밝혔다.

스타벅스는 현금 없는 매장을 스타벅스가 추진하는 디지털 혁신의 일환이자 미래 신용 사회로 나아가야 할 궁극적인 방향으로 설정했다.

스타벅스는 지난 4월 23일부터 판교H스퀘어점, 삼성역점, 구로에이스점 등 3개 매장을 현금 없는 매장으로 시범 운영했다. 약 2달 간 시범 매장 운영을 통해 스타벅스는 현금 거래 없는 매장에서 고객들에게 보다 나은 서비스를 제공할 수 있다고 판단하고 서울 74개점 등 전국

에 100곳의 현금 없는 매장을 추가로 운영하기로 했다.

3개의 시범 매장 현금 거래율은 기존 3%에서 현재 0.2% 수준으로 크게 줄었다. 3개 시범 매장에서의 현금 거래는 하루 1건 정도로 매장당 하루 평균 약 50분, 월 평균 약 25시간의 업무 시간이 절약되는 것으로 나타났다. 정산 시간이 감소함에 따라 직원들은 매장 청결 관리 및 고객 응대 등 고객 서비스에 보다 집중할 수 있게 됐다. 이번엔 추가하는 100개 현금 없는 매장은 2일부터 2주 동안 사전 고객 안내 기간을 거쳐 16일 현금 없는 매장을 본격 운영한다. 현금 사용 고객에게 신용카드, 스타벅스 카드, 모바일 페이 등의 현금 외 결제수단 사용을 적극적으로 권유할 예정이다. 현금만 소지한 고객에게는 현금으로 스타벅스 카드를 첫 충전해 결제할 수 있도록 안내한다.

모리턴샴푸 & 헤어토닉 "헤어케어전문브랜드" **모리턴**

www.ks1004.kr

毛 ReTurn

SHAMPOO & HAIR TONIC MORETURN

미국(US) FDA OTC drugs 안전성테스트완료

중국 CFDA Registration 注册证가유효함

한국표준협회 6년연속 " 으뜸상품 "

080-850-9733