



롯데월드푸드
브랜드 재정비 등
체질개선 속도
나



Life

K-뷰티업계
아프리카까지 진출
현지 유통망 확장
L2



편의점에 패션·뷰티, 굿즈까지... “쇼핑 넘어 경험 받으세요”

현장르포

이마트24 ‘트렌드랩 성수점’

“익스 큐즈 미”, “지나갈게요” 글로벌 관광지가 된 성수담게 매장 내에선 여러 외국인들이 오가는 모습을 보였다. 4번 출구를 나오자마자 보이는 이 곳은 이마트24가 야심 차게 선보인 첫 플래그십 스토어 ‘트렌드랩 성수점’이다. 입구 바깥쪽엔 편의점을 이용하지 않더라도 앉아서 휴식 및 휴대폰 충전들을 할 수 있는 공간이 마련돼 있다.

이마트24가 선보이는 트렌드랩 성수점은 단순한 물건 판매를 넘어 ‘경험’을 파는 공간으로의 진화를 선언한 상징적인 장소다. 젠지(Generations Z·1990년대 중반~2010년대 초반 출생) 세대와 트렌드에 민감한 2030세대가 몰리는 성수동 한복판에 깃발을 꽂고, ‘1030 고객을 가장 잘 아는 편의점’으로 거듭나겠다는 포부다.

매장 안내를 맡은 이마트24 관계자는 “편의점이 단순히 급할 때 물건을 사는 곳이 아니라, 매일 새로운 트렌드를 발견하는 플랫폼이 되기를 바라는 마음으로 기획했다”며 “새 슬로건 ‘올 데이 하이라이트(All Day Highlight)’처럼 고객의 일상 속 모든 순간을 빛나게 하는 공간이 될 것”이라고 설명했다.

글로벌 관광지 성수에 플래그십 스토어 열어
트렌드에 민감한 젠지세대·2030 타깃으로
매일 새로운 트렌드 발견하는 플랫폼 선보

◆편의점에 틴트가? 3개월마다 바뀌는 ‘브랜드 팝업존’

매장의 첫인상을 결정짓는 입구에는 ‘브랜드 팝업존’이 자리 잡았다. 편의점의 얼굴 격인 이 공간을 과감하게 외부 브랜드에 내어준 점이 이색적이다. 첫 주자는 1020 여성들에게 전폭적인 지지를 받는 뷰티 브랜드 ‘어뮤즈’와 패션 플랫폼 ‘W컨셉’이다.

이곳에서는 장원영 틴트로 유명한 ‘베베틴트’ 등 어뮤즈 제품 31종을 직접 바라보고 구매할 수 있다. W컨셉의 PB 브랜드 ‘프론트로우’ 의류와 겨울 시즌 패션 잡화도 진열돼 있다. 이마트24는 이 공간을 3개월 주기로 교체하며 뷰티, 패션, 캐릭터 등 영역에 구매받지 않고 가장 핫한 브랜드를 소개할 계획이다.

◆덕후들 심장 저격하는 ‘이벤트존’ & 미식이 홀리는 ‘스타상품존’

매장 안쪽으로 발걸음을 옮기면 ‘덕심’을 자극하는 ‘이벤트존’이 나타난다. 서브컬처 게임 ‘트릭컬 리바이브’와 협업한 단독 굿즈 18종을 포함해 아크릴 스탠드, 디오라마 등 40여 종의 굿즈가 빼곡하다. ‘귀멸의 칼날’, ‘최애의 아이’ 등 인기 일본 애니메이션 IP 굿즈도 만날 수 있어 ‘덕후’들의 성지가 될 것으로 보인다.

반대편 ‘스타상품존’은 이마트24 맛의 자존심을 건 공간이다. 신세계푸드와 협업한 ‘서늘대빵’, ‘시선강탈 버거’는 물론 조선히otel 손종원 셰프, 최현석, 여경래 등 스타 셰프들과 공동 개발한 프리미엄 도시락과 간편식이 진열돼 있다. 특히 12월 출시 예정인 손종원 셰프의 ‘패밀리밀’ 간편식 4종을 이곳에서 가장 먼저 맛볼 수 있다.

이마트24 관계자는 “스타상품존은 이마트24의 상품 개발 역량을 총동원한 킬러 콘텐츠”라며 “이 곳을 테스트 베드로 삼아 고객 반응을 먼저 살핀 뒤, 전국 매장으로 확대하는 전초기지 역할을 할 것”이라고 밝혔다.

◆‘3000원’ 커피·스무디... 가성비 카페 ‘투고 카페’

고물가 시대, 가성비비를 찾는 ‘알뜰족’을 위한 ‘투고 카페(To-Go Cafe)’ 존도 눈에 띈다. 프리미엄 커피머신을 활용해 아메리카노, 라떼 등 다양한 커피 메뉴를 3000원 이하에 제공한다. 특히 젊은 층 사이에서 인기인 과일 스무디도 3000원대에 즐길 수 있다.

커피와 곁들일 수 있는 베이커리는 물론, 닭강정, 피자, 핫도그 등 매장에서 갓 조리한 듯한 퀄리티의 ‘인소싱 상품’도 처음 도입했다. 전자레인지 조리만으로 간편하게 즐길 수 있어 바쁜 직장인이나 학생들에게 인기를 끌 전망이다.

이 외에도 성수 상권 특성을 반영한 ‘CVS존’에는 외국인 관광객을 위한 K-라면, 바나나우유 등 인기 상품과 함께 인근 토크이 프리 식당 수요를 겨냥한 와인·위스키 특화 매대가 마련됐다. 와인 추천 앱 ‘비비노’ 평점 3.8점 이상의 검증된 와인과 하이볼 DIY 키트 등을 갖춰 ‘혼술족’과 ‘파티족’ 모두를 공략한다.

◆내년 신상만 600개... 2026년 ‘상품 혁신’ 원년으로
이마트24는 이번 성수점을 시작으로 내년까지 4개의 플래그십 스토어를 추가로 오픈할 계획이다. K-컬



이마트24는 이번 성수점을 시작으로 플래그십 스토어를 추가로 열고, 1030세대가 먼저 찾는 편의점으로 도약하고 있다.



‘트릭컬 리바이브’ 등 굿즈가 나열돼 있는 이벤트존.



이마트24 제품을 가장 먼저 만나볼 수 있는 ‘스타상품존’

입구엔 3개월마다 바뀌는 ‘브랜드 팝업존’
스타셰프와 개발한 푸드제품 ‘스타상품존’
가성비 커피·스무디 등 ‘투고카페존’ 등
트렌드 발굴, 특색있는 편의점으로 도약

처, 디저트·텔리 등 각 지역과 상권 특색에 맞춘 차별화된 콘텐츠를 선보일 예정이다.

또한 내년부터 ‘트렌드연구소’를 가동해 7대 키워드(헬시, 트렌드플레이버, 디저트, IP, 뷰티, 꿀조합, 제철/로컬)를 중심으로 트렌드를 발굴하고, 2026년에는 총 600종의 차별화 신상품을 쏟아낼 계획이다. 전체 운영 상품 2500여 개 중 약 1000개를 트렌디한 신상품으로 채워 편의점의 체질 자체를 바꾼다는 전략이다.

최진일 이마트24대표이사는 “트렌드랩 성수점은 이마트24의 미래 비전을 압축해 보여주는 상징적인 공간”이라며 “앞으로도 가장 트렌디하고 힙한 브랜드와의 협업, 차별화된 상품 혁신을 통해 ‘1030세대가 가장 먼저 찾는 편의점’으로 도약하겠다”고 밝혔다.

/손종욱 기자 handbell@metroseoul.co.kr



메트로 한줄뉴스



▲‘패스성공률 94%’ 이강인, 교체 출전에도 토트넘전 평점 7점대
▲음바페, 6분42초 만에 해트트릭...UCL 역대 ‘최단 시간 2위’
/사진 뉴시스

▲‘세계 최강 여성’ 사실...성전환 선수로 인정돼 실격
▲포트2 기빠하긴 일러...홍명보호, 월드컵 ‘죽음의 조’ 피할까

▲‘김재환과 결별’ 두산, 필수 과제로 떠오른 외야리빌딩
▲남자 하키, 벨기에에 패배...술탄 아즐란샤컵 국제대회 3연패