

중소기업 화장품, 편의점 PB로 옷 갈아 입는다

제조 업체간 공동 기획, 세븐일레븐 이어 GS25 진출

코스인코리아닷컴-2014. 9. 21. 이나리 기자 narilee@cosinkorea

[코스인코리아닷컴 이나리 기자] 마트, 드럭스토어에 이어 편의점도 화장품 PB제품 출시에 열을 올리고 있다.

최근 편의점 GS25가 화장품 제조판매사 코스팜과 공동 기획으로 소용량 미니 파우치 형태의 화장품 6종을 출시했다.

GS25가 선보인 PB제품은 마린 하이드레이트 앰플, 마린 화이트닝 앰플, 마린 콜라겐 앰플, 오뚜 버블 폼, 아쿠아 모이스춰 크림, 퍼펙트 썬블록 등 6으로 10ml의 소용량으로 5일간 사용 가능한 스파우트 형태의 간편한 것이 특징이다. 또 전제품 피부과 무자극 테스트를 완료했고 식약처 인증을 받은 기능성 화장품이다. 특히 주로 생필품을 보유한 편의점에서 판매되는 제품인 만큼 합리적인 가격이 큰 장점이다.



▲GS25에서 코스팜과 공동으로 출시한 스킨제품 6종.

GS25의 화장품 출시에 앞서 세븐일레븐은 지난 6월 휴가철을 맞아 화장품 제조업체

P&D코스캠과 손잡고 5~10ml의 소용량 화장품 6



세븐일레븐이 P&D코스캠과 공동으로 출시한 스킨제품

기존에 식품 위주로 출시 됐던 편의점 PB제품들이 화장품까지 확대된 것은 현재 정체돼 있는 매출을 극대화하기 위한 전략으로 보여진다. 또 24시간 영업하며 생활필수품을 판매하는 편의점 특성상 비상시 소량만 필요로 하는 소비자를 위해 소량으로 포장된 화장품을 선보이며 차별화를 꾀했다.

제품과 비슷한 상품을 가격만 저렴하게 내놓은 '가격 소구형'이 대다수였다면 최근에는 차별화된 아이템과 좋은 품질로 '가치 소구형' 상품이 많아졌다"고 설명했다. 또 "편의점은 화장품 전문점처럼 카운셀링이 어려운 만큼 간편하게 구입할 수 있는 소용량 스킨케어 화장품으로 첫 선을 보였다"고 덧붙였다.

이처럼 편의점 PB상품의 선전에 중소기업은 새로운 유통망 확장에 큰 효과를 보고 있다. P&D코스캠은 세븐일레븐에 소용량 화장품을 출시한 이후 화장품 카테고리 매출이 전년 대비 15% 늘었다.

GS25와 PB 화장품을 공동 기획한 코스팜 관계자는 "이번 사례를 계기로 편의점이 화장품 브랜드숍에 밀려나 설 자리를 잃은 중소 화장품 기업의 신 유통 채널로 자리매김할 수 있길 기대한다"고 말했다.

GS25 관계자는 "예전에는 타사 제