

COCONO SUSUKINO × cos:mura

단독 POP-UP&판매 실적 패키지

일본 진출의 첫 발걸음을
〈적극 판매〉로 「자신만의 판매 실적」을 만든다.

대상 | 한국 화장품·뷰티 잡화 브랜드

주최 | 주식회사 ONE DAY / cos:mura COCONO SUSUKINO

2026.06.06



WHY THIS MARKET

삿포로 스스키노의 중심 쇼핑몰 'COCONO SUSUKINO'에서,
한국 화장품 브랜드의 오프라인 팝업·테스트 판매·브랜드 노출을 지원합니다.
<https://cocono-susukino.jp/>

1,100만+

COCONO 오픈 해(2024) 방문객 수

오픈 전 예상 800만을 상회

78

쇼핑몰 매장 수

상업·외식·호텔·영화관이 집적

1,265만+

2025년도 방문객 수

매년 증가 중

【 교통 접근성 우수 】

- 삿포로 시영 지하철 난보쿠선 '스스키노'역과 직결
- 삿포로 시영 전차 '스스키노'역 도보 1분
- 신치토세 공항에서 약 1시간

【 브랜드에 주는 이점 】

삿포로 중심부의 유동 인구가 많은 상권으로, 지역주민뿐만 아니라 외국인 관광객·일본인 관광객 모두에게 효과적으로 어필 가능.

- ① 신규 인지도 확보
- ② 여행객·지역 고객의 반응 비교
- ③ 단기 판매 테스트



영업시간 10:00-21:00 / Instagram: @cosmura_onair_coconosusukino

cos:mura는 한국 코스메와 K-컬처를 동시에 발신하는, 샷포로에서 유일무이한 코리안 뷰티 큐레이션 매장입니다.

cos:mura in COCONO SUSUKINO 1F

한국 화장품 매장과 라이브 커머스 스튜디오가 하나로 통합된, 체험 동선이 마련된 매장.

“샷포로에서 최신 한국 문화를 만날 수 있는 곳.”

매장의 특징

- “유행이 아닌 <고민으로 고르는> 한국 스킨케어” 전문점
- 「일본 첫 진출 브랜드 <더마코스메> 취급」의 실적
- 잡화(스티커) 월 3,000장 이상 판매

POP-UP 스토어로서의 강점

상담형 접객이 이루어지는 매장에서 가장 눈에 띄는 진열 공간을 활용. 단순 진열이 아니라 「설명하며 파는」 매장이므로 신규 브랜드의 반응과 구매 동기를 정확히 파악할 수 있습니다. 일본 시장 진출의 테스트로 적절합니다.



cos:mura

CLINICAL GRADE HIGH PURITY
ENGINEERED FOR YOUR SKIN
BY NEXT-GEN SKINCARE EXPERTS

ORGANICITY.

cos:mura

CLEANSING COS:MORE MAKE

cos:mura

CLEANSING SKIN CARE PACK MASK

cos:mura

cos:mura

ORGANICITY.

CERALIPONIC 3.1.1 LIPOSOME SOL.

ACTIVE SKIN BARRIER SUPPORT

3.1.1

ORGANICITY.

CERALIPONIC 3.1.1 LIPOSOME SOL.

ACTIVE SKIN BARRIER SUPPORT

SCIENCE-BACKED. SKIN-LOVING. FUTURE-FOCUSED.

ORGANICITY.

Torriden DIVE IN

Torriden DIVE IN

ORGANICITY.

SCIENCE-BACKED. SKIN-LOVING. FUTURE-FOCUSED.

한국 화장품 & 뷰티 잡화 — 동일 조건으로 모집

화장품과 시너지가 나는 뷰티 잡화도 코스메와 같은 요금·동일 패키지로 단독 POP-UP을 실시합니다.

① 한국 화장품

찾는 브랜드 유형

- 세계관이 확립된 브랜드 (패키지·디자인을 포함)
- 30대 후반 이상을 위한 고기능 코스메 (다소 가격이 있어도 OK)
- 더마 코스메 (성분 기반·약국 유통 등)
- 스킨케어 / 메이크업 / 선크어 등 카테고리 불문

타겟 고객층

30~50대 안티에이징 의식이 높은 여성 고객이 중심.
관광객·외국인 손님 비율도 높은 매장 특성.

② 뷰티 잡화

찾는 카테고리

- 헤어 소품 (세안용 헤어밴드 등 — 현재 인기)
- 뷰티 툴 / 네일 / 미용 잡화
- 스티커 등 잡화 (월 3,000장+ 판매 실적)
- 캐릭터 콜라보 / 트렌드 아이템도 환영

조건

화장품과 시너지를 만들 수 있는 잡화 전반.
단독 잡화 브랜드도 상담 가능합니다.

두 카테고리 모두 동일한 요금 플랜·동일한 실적 패키지를 적용합니다.

「단독 팝업에서 판매한 실적」 그 자체가, 일본 진출의 자산이 됩니다.

한국 브랜드가 일본의 바이어·벤더를 찾기 위해서는 일본에서의 BtoC 판매 실적이 필요합니다.

① 실적이 입구

일본의 백화점·드러그 스토어, 벤더사가 중요시하는 것은 일본 국내의 판매 경험입니다.

그들은 코스메 전시 행사 같은 BtoB 가 아닌 **BtoC** 팝업이나 판매를 더 높게 평가를 합니다.

② 단독 팝업×〈적극 판매〉

타사 합동 POP-UP이 아닌, 〈브랜드 단독〉으로 매대 전체를 사용하여 〈적극 판매〉합니다.

사진, 매출, 데이터도 모두 「자사 브랜드의 실적」으로 남습니다.

③ 자료 활용 & 판로 확장

판매 데이터·고객 반응 리포트·현장 사진을 패키지화 — 바이어 협상에 그대로 활용할 수 있습니다.

반응이 좋았던 상품은 **샷포로 대형 드러그스토어 체인 POP-UP을 무료로 실시**. 제작한 VMD도 그대로 재사용하며, 실적에 따라 매장 상설 도입도 가능합니다.

실적의 증거

2025년 12월 — 일본 첫 진출 더마 브랜드(브랜드명 비공개)의 단독 POP-UP

1개월의 단독 POP-UP만으로 매출 100만엔 초과 달성. 상담형 접객 · 세트 제안 · 테스터 체험 · 판매원 인센티브에 의한 〈적극 판매〉의 성과입니다. 판매 데이터·고객 반응을 패키지로 제공했습니다.

※ NDA에 따라 브랜드명은 비공개. 데이터·반응 리포트의 실물은 본 제안서 후반의 〈고객 반응 리포트 견본〉을 참고해 주십시오.

실적 패키지의 구성 — 6가지 자산

모든 단독 POP-UP에는 아래 6가지 <실적 자산>이 표준으로 포함됩니다.

01 단독 매대 POP-UP 실시

타사와 공유하지 않는 단독 매대 운영. 자사 브랜드명으로 실적 만들기.

02 <적극 판매>

판매원 인센티브 + 상담형 접객 + 세트 제안 + 테스터 체험 유도로 <적극 판매>.

03 판매 데이터

SKU별 / 일별 / 시간대별 / 성별 / 연령대 등 고객층별의 자세한 구매 데이터 제공.

04 고객 반응 리포트

일본 시장의 「누가 / 왜 / 어떻게」 구매했는가에 대한 정성 리포트.

05 실시 사진

바이어·벤더 협상에 그대로 사용 가능한 품질의 현장 사진.

06 판매원 회고 MT

POP-UP 종료 후 판매원과 회고 MT 실시. 실제 고객의 반응과 목소리를 공유합니다.

※ 모든 자료는 영어·일본어 정리본으로 정리하여 종료 후 1주일 이내에 송부합니다.

단독 POP-UP의 「판매 실적 + 자료 패키지」를, 일본 시장 협상의 무기로 가져갈 수 있습니다.

POP-UP 요금 안내

본래 매대 사용료는 기간별 요금. 2026년도 한정으로 매대 사용료 무료.

★ 2026년도 무료 캠페인 — POP-UP 매대 사용료 0엔 ★

매대 사용료

무료 (0엔)

2026년도 한정

정규: 3일 75,000 / 1주 100,000 / 2주 150,000엔

실적 패키지 ①②

무료

기간 불문

① 단독 매대 POP-UP 실시 ② <적극 판매>

실적 패키지 ③~⑥

8만엔

(세금 포함)

- ③ 판매 데이터
- ④ 고객 반응 리포트
- ⑤ 실시 사진 (10매)
- ⑥ 판매원 회고 MT

2026년도 합계 = 8만엔 / 옵션(시당·사이니지·라이브 등)은 별도 견적.

실제 제공한 리포트 발췌 — 「누가 / 왜 / 어떻게」 구매했는가

아래는 더마 브랜드 POP-UP에서 제공한 일별 고객 반응 리포트의 일부입니다.

상품명	고객 특성	반응 / 판매 경위
비타민 앰플	50대 / 단골	리페어 제품 사용 단골. 기미 고민. 멜라닌 억제·끈적임 없음에 호평.
부스터	30대	모공·건조 고민. 마지막에 부스터 소개. 모공 7대 고민 해결 포인트에 호평.
콜라겐 100	20대 후반	탄력 고민. 「조기부터 시작하는 안티에이징」 케어로 추천 → 구매.
비타민 앰플	40대 / 해외	기미 고민. 멜라닌 억제 + 「제약 회사 개발」 키워드에 호의적인 반응.
부스터	50대	갈락토 사용 경험. 「보습력 48시간 지속」문구에 호감 → 재구매.
플럼퍼	50대 / 영어권	색상이 귀여워서 즉시 구매. POP의 비주얼이 결정 포인트.
시카로닉 세럼	20대	여드름·민감 피부. 끈적임 없음에 호평. 리페어 라인과의 병용 가능 안내.
카페인 아이 세럼	40대	카페인 고함량에 호감. 메이크업 전 부기 케어로 소개 → 구매.
복주머니 6,000엔	30대	아누야·조선미녀와 고민 중. 민감 피부 어필 → 세트로 구매.

※ 실제 리포트는 일별·SKU별로 100건 이상의 기록을 정리하여 엑셀로 제공합니다. (일본어·한국어 양국어 대응)

POP-UP 운영 조건

VMD·공급가율·재고 처리·SKU 기준 등 단독 POP-UP의 표준 운영 조건입니다.

VMD·집기

기본 디자인과 집기는 브랜드사에서 준비.
대형·파손 우려 품목은 일본 측에서 대리 발주 가능
(저비용 거래처를 안내. 견적 후 결정 OK).

SKU 기준

기본 3 SKU. 매장 직원이 직접 설명하며 판매하므로,
품목을 늘리기보다 「주력에 집중」이 판매 효율이 높습니다.
스킨케어 라인은 테스트로 체험 유도하여 구매 전환을 끌어냅니다.

공급가율

팝업 플랜 **15-30%** / 위탁 판매 플랜 **40%**
매입 비율은 협의 (POP-UP 기간 동안 안정 공급 우선).

POP-UP 종료 후 재고 처리

기본 1~2주 종료 후, 최대 6개월간 위탁 판매 가능.
완판을 목표로 하지만 만약에 남았을 경우는 아래 순서로 처리를 합니다.
①추가 판매 → ②프로모션·할인 → ③다음 POP-UP / 라이브 / 시딩 → ④최종 반송 검토.

직원 인센티브

POP-UP 상품에 한해 판매원에게 인센티브를 부여.
적극적인 설명·터치업·세트 제안으로 매출 극대화.

재고 수량 결정

매장 팀장이 POP-UP 전체 기간을 고려하여 적정 수량을 결정.
과잉 재고 / 결품 리스크를 최소화합니다.

※ POP-UP 종료 후 고객 반응에 따라 점포에 상설 도입, 판매합니다

공급 플랜 & 위탁 조건

브랜드의 진출 의지에 맞춘 2가지 공급 플랜과, 전 플랜 공통 위탁 조건입니다.

팝업 플랜 (적극 판매)

공급가율 **15-30%**

입고 시 최소 유통기한 **1년 6개월 이상**

첫 발송비 **브랜드사 부담**

2회차 이후 발송비 **cos:mura 부담**

시딩용 상품 무상 제공 **5~15개**

위탁 판매 플랜

공급가율 **40%**

입고 시 최소 유통기한 **1년 이상**

첫 발송비 **브랜드사 부담**

2회차 이후 발송비 **매회 브랜드사 부담**

시딩용 상품 무상 제공 **0개 (필요시 별도 협의)**

위탁 판매 조건 (전 플랜 공통)

- 위탁 기간 : 6개월
- 판매 부진 상품 반송 : 위탁 3개월 시점에서 5개 미만 판매 시 브랜드사로 반송 (반송비 cos:mura 부담)
- 미판매 잔여 재고 반송비 : cos:mura 부담
- 위탁 가능 상품 : 유통기한 1년 이상 남은 상품만 가능

※ 모든 반송 조건은 일본 국내에 한합니다.

옵션 | 인플루언서 시딩

당사가 자체 운영하는 마이크로 인플루언서 네트워크에 시딩 가능합니다. (20~60명 규모)

당사의 인플루언서란?

- 매장의 단골 고객, 자사 다른 사업의 고객, 미용에 관심이 깊은 지인 등, 직원과 「얼굴을 아는」 관계의 인플루언서로만 엄선.
- 팔로워와 게시자가 지인 관계인 경우가 많고, 댓글창에서의 교류가 활발한 「신뢰도 높은」 계정만 리스트화.
- 90% 이상이 샷포로 거주. 상품을 직접 손에 들고 전달하는 것도 가능.
- PR 안건만 노리거나 받자마자 게시 후 삭제하는 「수량형 인플루언서」는 채용하지 않음. 「양보다 질」을 우선한 네트워크.

운용 방법

- 규모: 20~60명 (브랜드의 인지 단계에 맞춰 조정)
- 재고가 남은 경우의 활용도 가능 (POP-UP 종료 후 실시 OK)
- 게시 가이드라인(#PR 등 일본 스텔스 마케팅 규제 대응) 제공

수수료

1인당 2,000엔

(시딩 상품의 배송이 필요하기 때문)

상품은 브랜드사에서 한국으로부터 각 인플루언서 자택으로 직배송도 가능 (개인 수입 형태로 통관).

브랜드사 준비 자료

판매 촉진 / 실적 리포트 작성을 위해 다음 자료를 준비해 주십시오.

01 리플릿

브랜드 소개, 제품 특징, 주요 성분, 사용법

02 SNS용 기사·게시물 자료

브랜드 소개문, 이미지, 숏폼 영상, 기사용 텍스트

03 VMD(디스플레이용 집기 등)

판넬, 벽면 포스터, 집기,부품 등 브랜드 세계관에 맞는 디스플레이
매장에 있는 소품, 보조 용품 무료 대여.

04 패널·POP (A1 / A3)

매장에서 한눈에 어필할 수 있는 A1 패널 + A3 패널,

05 상품 설명 자료

판매 직원을 위한 핵심 정리 자료 (성분·소구점·NG워드 등)

06 세트 할인·샘플·노벨티 (선택)

고객 반응 확인 및 화제 조성에 효과적

07 디지털 사이니지용 동영상 (유료)

시설 외벽 사이니지에 게재 (비용 60만엔 / 주)

08 온라인 미디어 게재 (선택)

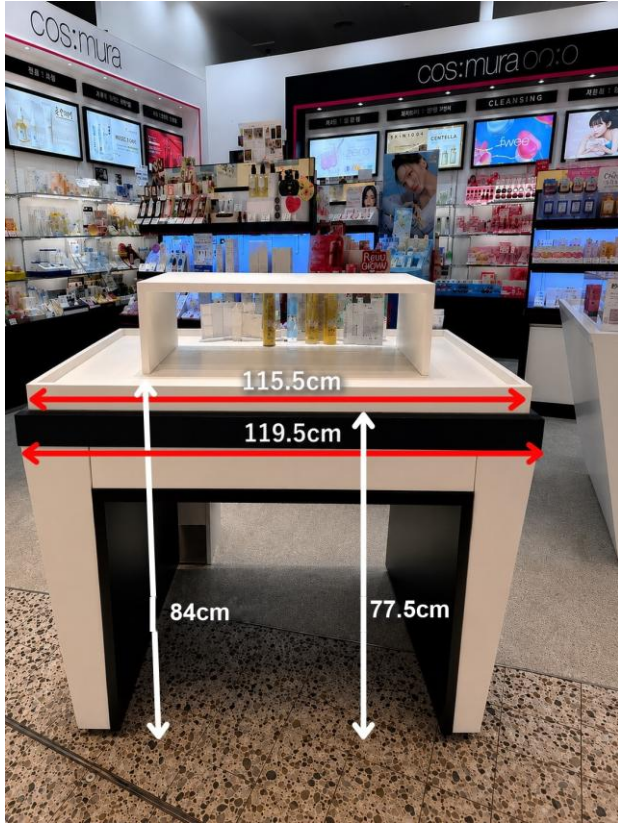
PR TIMES 게재 — 일본 최대급 PR 매체
Yahoo!뉴스 등에 자동 전재 → 소비자·바이어 노출 효과 강력
별도 8만엔(세금 별도)

실시 약 2주일 전 ~ 1주일 전까지 위 자료를 송부 부탁드립니다.

- 매장 판매원은 사전에 온라인 미팅 또는 영상 자료로 상품 교육을 받고 판매에 활용합니다.
- 상품 외포·라벨에 일본어 표기가 필요한 경우, 일본 측에서 라벨 작성 지원이 가능합니다 (별도 견적)
- 브랜드 세계관에 맞춘 매장 내 사이니지·POP 등 해외배송이 어려울 경우 일본 측에서 제작 대행 가능 (별도 견적).

POP-UP 이벤트 매대 사양 (VMD 참고용)

POP-UP 시 사용 가능한 매대입니다. 아래 사이즈를 기준으로 VMD를 검토해 주시기 바랍니다.



▲ 정면 (받침대 설치 상태)

■ 메인 이벤트 매대 (고정형·흰색)

- 상판(진열면): 가로 111.5 × 안길이 61.5cm
- 전체 폭: 115.5cm / 119.5cm (테두리 포함)
- 높이: 77.5cm (바닥~상판) / 84cm (테두리)

■ 흰색 받침대 (분리·이동 가능)

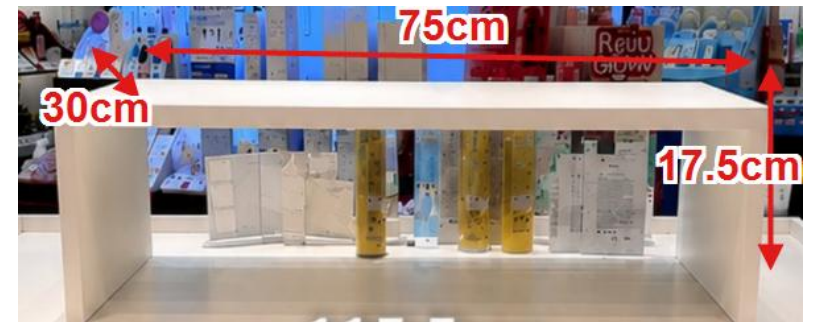
- 가로 75cm × 세로(깊이) 30cm × 높이 17.5cm
- 상품을 위에 올려 높이감을 연출하는 받침대
- 분리·이동 가능 → 레이아웃 자유 구성

■ VMD 검토 시

- 진열 면적 약 111.5 × 61.5cm 기준
- 받침대 위 = 주력 상품(1~2종) 강조 위치
- POP·패널·받침대는 위 사이즈에 맞춰 준비 부탁드립니다



▲ 상판을 위에서 본 모습

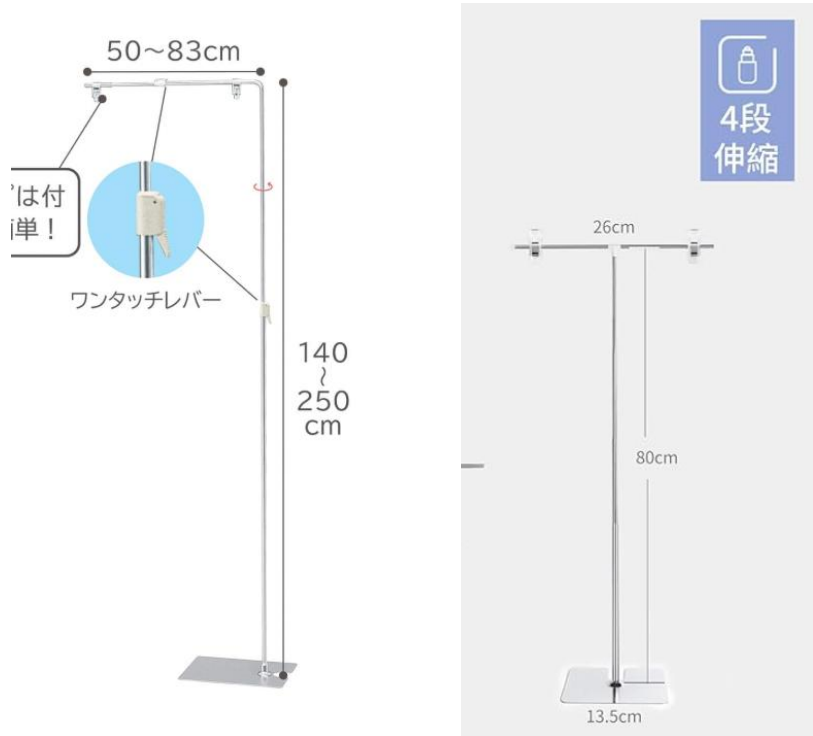


▲ 흰색 받침대 측면 (ㄷ자 형태·상품은 위에 진열)

추가 디스플레이 (POP 스탠드 · 벽면 활용)

매대 이외에도 매장 내에서 활용 가능한 POP 스탠드와 벽면(기둥) 게재 위치입니다.

■ POP 스탠드 (이동형·조절 가능)



▲ 걸이식 POP 스탠드

▲ 소형 POP 스탠드 (4단 신축)

■ 벽면(기둥) 게재 (포스터·배너)



▲ 벽면 (좌측 기둥)
가로43.5cm 세로 180cm



▲ 벽면 (우측 기둥)
가로43.5cm 세로 180cm



포토존 설치 위치

설치 에리어 상세

- 폭 약 59.2cm (안길이 약 56.3cm)
- COCONO SUSUKINO 1F cos:mura 매장 내
- 고객 동선 상 시인성 높은 벽면 공간
- 브랜드 포스터 · 포토존으로 활용 가능
- 로고를 활용한 월스티커 추천

벽 포스터 참고 이미지

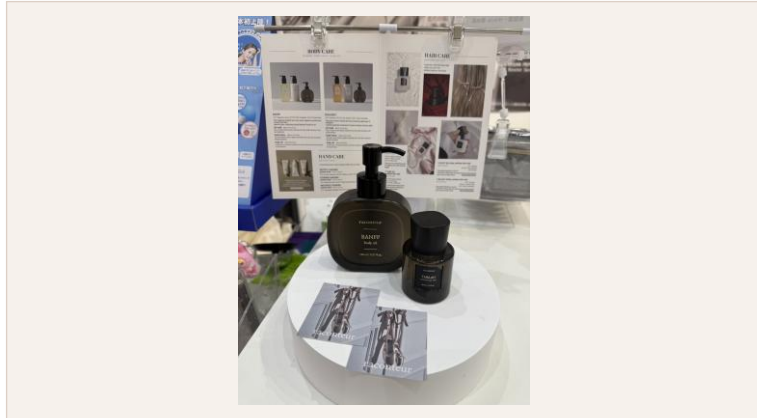
포스터 사양

- 설치 공간 폭 (가로43.5cm 세로 180cm) 에 맞는 사이즈
- 브랜드 비주얼 · 제품 이미지를 사용한 디자인



실제 VMD 사례 — 단독 매대 디스플레이 참고

cos:mura에서 실시한 브랜드별 단독 매대의 VMD 사례입니다. 디스플레이 검토 시 참고해 주십시오.



▲ 향수·바디 오일·헤어 미스트 (단독 매대 클로즈업)



▲ 단독 매대 전경



▲ 주변 매대 연동 전시



▲ 메이크업 브러쉬 단독 매대



▲ 세라미드 앰플 단독 매대(디자인)



▲ 더마 스킨케어 단독 매대

응모 안내 / 연락처

관심 있는 브랜드께서는 아래 내용을 보내 주십시오.

보내 주실 내용

- ① 브랜드 소개서 / POP-UP 희망 상품 자료 (주력 3~5 SKU)
- ② 일본 내 온라인 (Qoo10·Amazon 등) 판매 여부
(판매 중이라면 해당 사이트 주소)
- ③ 일본 내 오프라인 매장 유통 여부
(판매 중이라면 매장명·웹사이트 주소)
- ④ 일본 내 유통이 없는 경우, 화장품 수입 허가 취득 여부
- ⑤ 희망 플랜 (3일 / 1주 / 2주) 및 희망 시기
- ⑥ 옵션 희망 여부 (시딩 / 사이니지 / 라이브 커머스)
- ⑦ 담당자 성명 및 연락처

Contact

주식회사 ONE DAY

cos:mura COCONO SUSUKINO 1F

담당자

Kodera Yuka

E-mail

studio1day.yk@gmail.com

Instagram

@cosmura_onair_coconosusukino

주소

〒064-0804

홋카이도 삿포로시 추오구

미나미4조니시 4-1-1 COCONO SUSUKINO 1F