

2016년 아트샵 하반기 운영 계획

2016 . . .

문서번호	공예디자인팀-1297	책임	팀장	본부장	단장	대표이사	
결재일자	2016.07.12.	07/08 김지혜	07/08 전기현	07/11 강문석	07/12 유길준	07/12 이근	
공개여부	공개	협 조					
방침번호	대표이사방침 제 (2007)호						

추진근거	<ul style="list-style-type: none"> - 『2016년 우수디자인상품 판매 활성화 계획』 대표이사방침 제(201)호,('16.1.22) - 『2016년 예산 및 사업계획(안)』 대표이사방침 제(28150)호,('15.12.24) 		
대 내 외 협력현황	부서(단체)명	협약내용	협약결과
	DDP전시컨벤션팀	DDP디자인태그숍 이전	매장이전 장소
	DDP 시설관리본부	DDP디자인태그숍 이전	매장이전 장소
사 업 비	'16년 697백만원		

서울디자인재단 (공예디자인팀)

사전 검토항목

※ 해당사항이 없을 경우 '무 ✓' 표시하시기 바랍니다.

검 토 항 목	검토여부 '✓' 표시	
시 민 참 여 고 려 사 항	시 민 :	유 □ () 무 ■
	이 해 당 사 자 :	유 □ () 무 ■
	전 문 가 :	유 □ () 무 ■
	옴 브 즈 만 :	유 □ () 무 ■
법 령 및 기 타 고 려 사 항	법 령 규 정 :	교통 □ 환경 □ 재해 □ 기타 □ 무 ■
	기 타 :	고용효과 □ 노동인지 □ 균형인지 □
		취약계층 □ 성인지 □ 장애인 □ 디자인 □
	갈등발생 가능성 □ 유지관리 비용 □ 무 ■	
타 자 원 의 활 용	중 앙 부 처 :	유 □ () 무 ■
	민 간 단 체 :	유 □ () 무 ■
	기 업 :	유 □ () 무 ■
관 계 기 관 및 단 체 협 의	관 계 기 관 :	유 □ () 무 ■
	관 련 단 체 :	유 □ () 무 ■

2016년 아트샵 하반기 운영 계획

상품판매 및 운영 채널 안정화 및 점진적 매출 성장을 도모하고, 글로벌 디자인문화상품 발굴 및 판매율을 높여 국내디자이너 및 기업의 자생적 생태계 조성 기반 마련

1. 추진근거

- 『2016년 우수디자인상품 판매 활성화 계획』 대표이사방침 제(201)호('16.1.22)
- 『2016년 예산 및 사업계획(안)』 대표이사방침 제(28150)호('15.12.24)

2. 2016년 중점 운영 사항

- 운영 관리: 매장 확대 운영 / 해외 매장 진출
- 손익 관리: 매장별 특성에 따른 매출 관리 / 협력강화를 통한 고정비 최소화

구분	중점 운영 개선사항	15년 운영실적	16년 중점 운영사항
총 매장 개수		7개소	19개소 예정
매장 운영	매장 확대 생태계 조성을 위한 매장 확대	국내 매장 7개소 · 국내 5개소 : DDP 3개소, 광화문 1개소, 인천공항 1개소 · 온라인 2개소 : 네이버, 디자인태그	국내 매장 17개소 · 국내 16개소 : DDP 3개소, 광화문1개소, 인천공항 1개소, 두산면세점 1개소, 현대백화점 9개소 오픈추진 중 → DDP 매장 확장 하반기 이전 (살림터 1개소를 알림터와 배움터로 구분후 확장이전) → 두산 면세점 5월 오픈 · 온라인 2개소 : 변경 없음
	해외 매장 진출	일시적 매장운영 * 해외 박람회 부스 운영을 통한 참가	2개소 운영예정(하반기) * 홍콩 PMQ/ 상하이 D-park
매출 관리	매장별 매출관리 ·매장별 대표 상품 판매주력 ·대표 매장 제품 포트폴리오 벤치 마킹 ·매장별 객단가 분석을 통한 제품 MD	총액 기준 매출 관리 ·연간 누적 총매출 위주 관리 ·매장별 동일 제품군 판매 * 15년 총매출 938,766천원	매장별 매출 관리 ·매장별 월평균 매출 관리 ·대표매장 (DDP 아트샵) 제품군 분석후 타매장 확대 편성 ·매장별/분기별 객단가 분석후 판매 제품 군 수정
비용 관리	고정비 절감 활동 ·기존유통업체와의 협력강화를 통한 고정비 share	단순 지출 절감 관리 · 단순비용 통제 : 최저가 입찰, 소모품비 통제등 소극적 절감관리	협력을 통한 고정비 절감 관리 ·두산, 현대 등 유통업체와의 협력을 통한 임대료, 인력비용등 절감

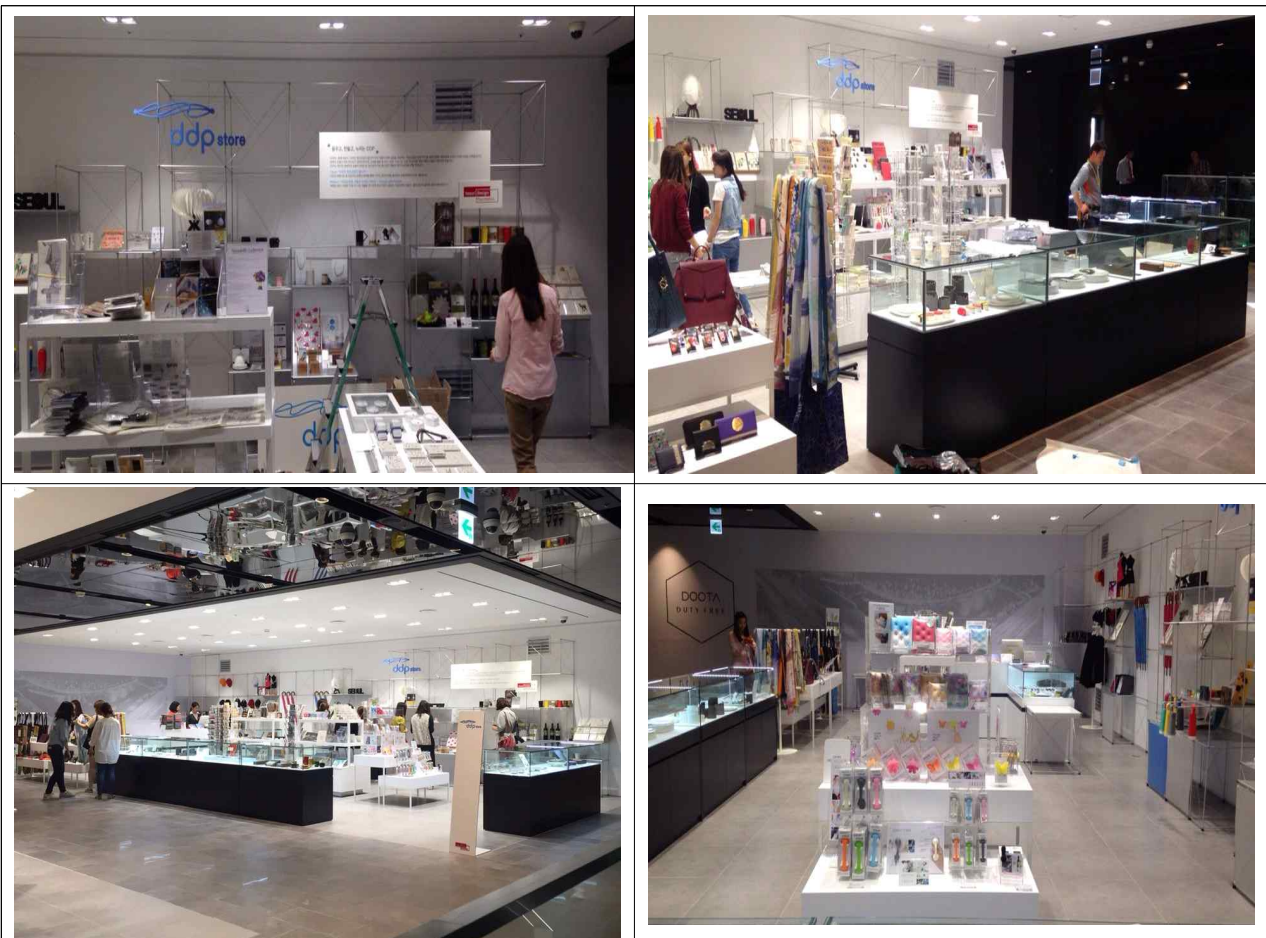
목표 : 매출증대, 비용 절감을 통한 수익률 강화와 생태계 촉진 동시 달성

1. 매장 증가 통한 매출 증대와 생태계 조성 범위 확대 동시 달성
2. 협력 강화를 통한 고정비 절감 과 생태계 조성 범위 확대 동시 달성

3. 2016년 상반기 운영실적

■ 두산 면세점 오픈

- 계약 기간 : 16년 5월 20일 ~ 16년 12월 31일
- 상품구성 : 두산과 협의후 상품 구성
- 상품 구성현황 : 서울공예문화상품, 서울상징관광기념품수상작, DDP 개발상품, 재단유통채널선정상품, 하반기 아트숍 입점 품평회 선정상품, 메종 오브제 출품작 외에 MD 독자 발굴 상품
- 입점업체 : 70여 업체
- 관리현황 : 매장운영 매뉴얼을 통한 재고 및 고객 서비스관리
주1회 상품 디스플레이 MD 재구성 적용 업체별 프로모션 상품기획
- 입점업체 : 월평균 매출 1,300만원(6월 기준)



■ 매장별 상반기(2016년 6월) 실적

매장명칭	누적매출실적 (원)	월평균매출실적 (원)	누적 입점업체수	누적 판매품목수	객단가 평균
인천공항(더방)	3,435,800	572,633	12개	176개	18,000원
광화문 한글누리	47,315,030	7,885,838	96개	820개	16,808원
DDP아트숍	111,772,700	18,628,783	132개	1,019개	17,348원
DDP 디자인박물관	201,157,200	33,526,200	1개	341개	18,243원
온라인1 (디자인태그)	상반기 매출 없음				
온라인2(네이버)	238,500	39,750	3개	4개	10,441원
두타 면세점	15,928,277	13,000,000	60개	388개	9,220원
합계 및 평균	379,847,507	* 12,275,534	304개	2,748개	15,010원

* 인천공항 과 네이버 매장 제외시 월평균 18,260천원임

해당 두매장은 운영비 투입이 없는 매장이므로, 운영에 대한 비용 리스크 없음 상품 추가 리뉴얼후 매출 증대를 위한 노력 필요

■ 매장별 상반기(6월) 주요 상품 매출 현황

기준	DDP 아트숍		두산면세점	광화문 한글누리
	살림터	디자인 박물관		
판매개수 기준				
상 품 명	서울엽서	3,000 마그넷	서울디자인엽서	씨앗카드
판매개수	1,652개	1,003개	154개	601개
매출액 기준				
상 품 명	자개폰 아이폰 케이스(나전칠기컴)	6부도록	당의앞치마	코러블 블록 4x4
매 출 액	1,760,000원	15,475,000원	708,400원	2,159,280원

3. 2016년 하반기 운영 계획

1) DDP 매장 재배치

- DDP 배움터 B2층, 알림터 1층에 매장 Open

변경전		변경후	
<p>DDP 1개소 (DDP아트숍, 살림터 1층 위치)</p>	→	<p>DDP 2개소 로 확장 운영 (DDP 배움터 B1층, 알림터 1층)</p>	
  <p>(6월 27일 철수 완료)</p>		 <p>1. 배움터 B2층</p>	 <p>2. 알림터 1층 (택 1)</p>
<p>1. 상품구성 : 상품 품평회를 통한 입고</p> <p>2. 판매 : 전통, 공예, 디자인 문화 상품의 집합적 판매</p> <p>3. 프로모션 기획 X</p>	→	<p>배움터 B1층</p> <p>1. 상품구성 선정기준</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ DDP 개발상품 및 DDP 로고상품 ■ 서울상징관광기념품과 한국이미지를 대표하는 상품 ■ 기존 DDP 아트숍 중 판매율 상위 20% 상품 ■ 약 20업체, 총 50-60종 선정 <p>2. 프로모션 상품 개발 계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ DDP 에코백, 티셔츠 등 ■ DDP 체험엽서 	<p>알림터 1층</p> <p>1. 상품구성 선정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> • 기존 DDP 아트숍 중 판매율 하위 20%를 제외한 상품과 직접 발굴하여 MD 강화 - 서울공예문화상품, 디자인문화상품, 품평회 선정상품 등 공예 및 디자인성이 강화된 상품 구성, 배움터B1층 매장과의 차별화된 MD 구성 - 약 60업체, 총 300여종 선정 <p>2. 프로모션</p> <p>입점업체와의 공동 기획 프로모션 기획 확대</p>

■ DDP 매장 재배치 일정

구분	배움터 지하 2층	알림터 1 층
일정	<ul style="list-style-type: none"> - 7월 25일 : 오픈 준비 공사예정, 시설 및 전시 컨벤션과 잠정협의 - 7월 26일 : 오픈 예정일 	<ul style="list-style-type: none"> - 11월 이후로 예상 (10월 까지 대관 일정 있음)
이슈사항	없음	<ul style="list-style-type: none"> - 동일 장소 행사에 대한 의사결정 없음(구글 광고 일정 컨펌 없음) - 대관일정으로 인하여, 디자인워크 시기에 오픈 불가능 및 7월~11월 까지 매출 기회비용 발생

2) 해외 매장 진출

구분	홍콩 PMQ	중국 751 D-PARK
오픈시기(예정)	하반기 예정	하반기 예정
계약기간(예정)	미정(MOU 6월 30일)	미정
현황	홍콩의 센트럴 소호에 위치한 전 기혼 경찰 숙소 유적지로 현재 독창적인 문화예술공간으로 운영 중	2016년 베이징디자인워크 개최 장소, 전시 참가 이후 이를 연계하여 751 D-PARK에 입점 계획 추진 중
상품구성	지역 디자이너를 양성하기 위한 비영리 단체로 재단과의 협약 추진 중, 재단의 유통채널 상품과 PMQ의 디자이너 상품을 맞교환하여 판매하는 방식 추진 중	<ul style="list-style-type: none"> - 베이징 디자인 워크 참가 기업 상품 - 재단 유통 채널 상품
추진현황 및 계획	- PMQ 측 담당자와 상품 MD 구성 및 무역 Process 협의중	진행 여부 협의 중

3) 국내매장 신규 진출 : 현대백화점과 7월초 MOU 협약 추진

- 삼성 무역센터점을 기점으로 약 9개소 추가 운영 계획
 - 3분기 중 서울권역내 진행 : 본점, 무역, 목동, 천호, 동대문
 - 4분기 중 전국 확산 진행 : 킨텍스, 판교, 울산, 대구

4. 주요 매장 매출 분석 및 세부 운영 계획 (DDP 아트샵)

■ 연도별 현황

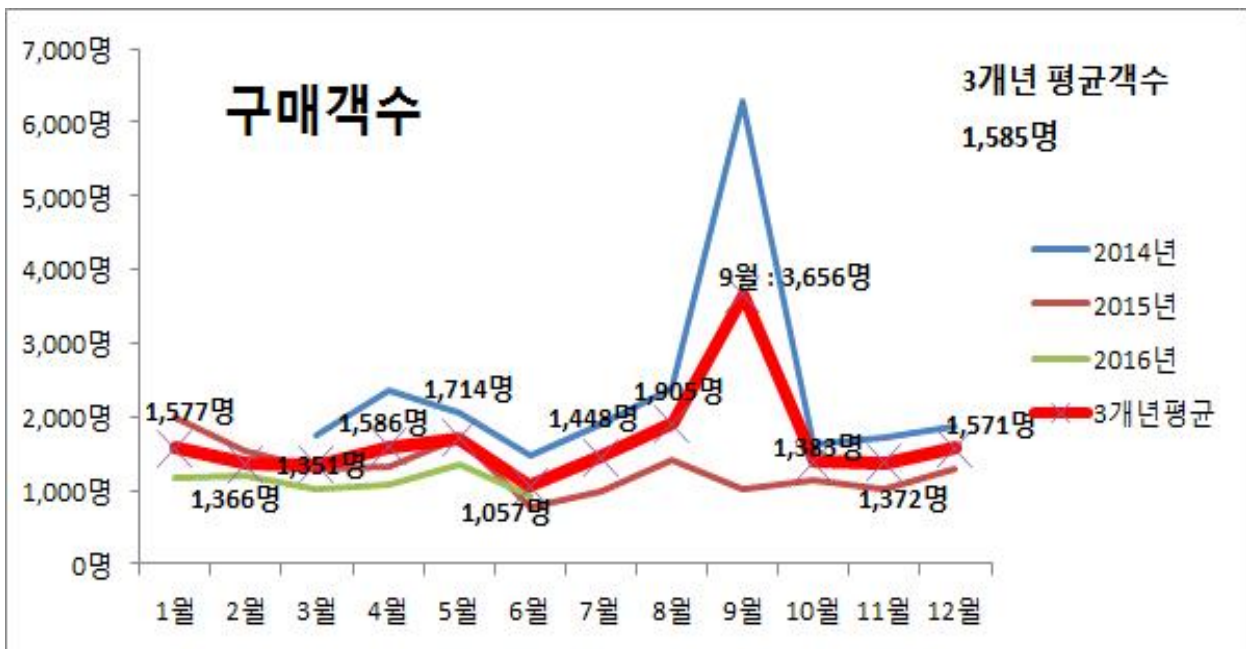
년도	월평균실적	월평균 객단가	월 평균객수	월평균매 제품개수	주요판매상품
2014년	37,523천원	15천원	2,344명	-	
2015년	20,889천원	16천원	1,293명	2,738개	- 클립펜: 월평균 330개, 단가 2천원, 평균매출 900천원 - 스마트스트랩 : 월평균 59개, 단가 6천원, 평균매출 350천원
2016년 상반기	18,636천원	17천원	1,119명	2,574개	- 서울엽서: 월평균 273개, 평균단가 1천원, 평균매출 275천원 - 자개아이폰케이스 : 월평균 15개, 평균단가 29천원, 매출 448천원

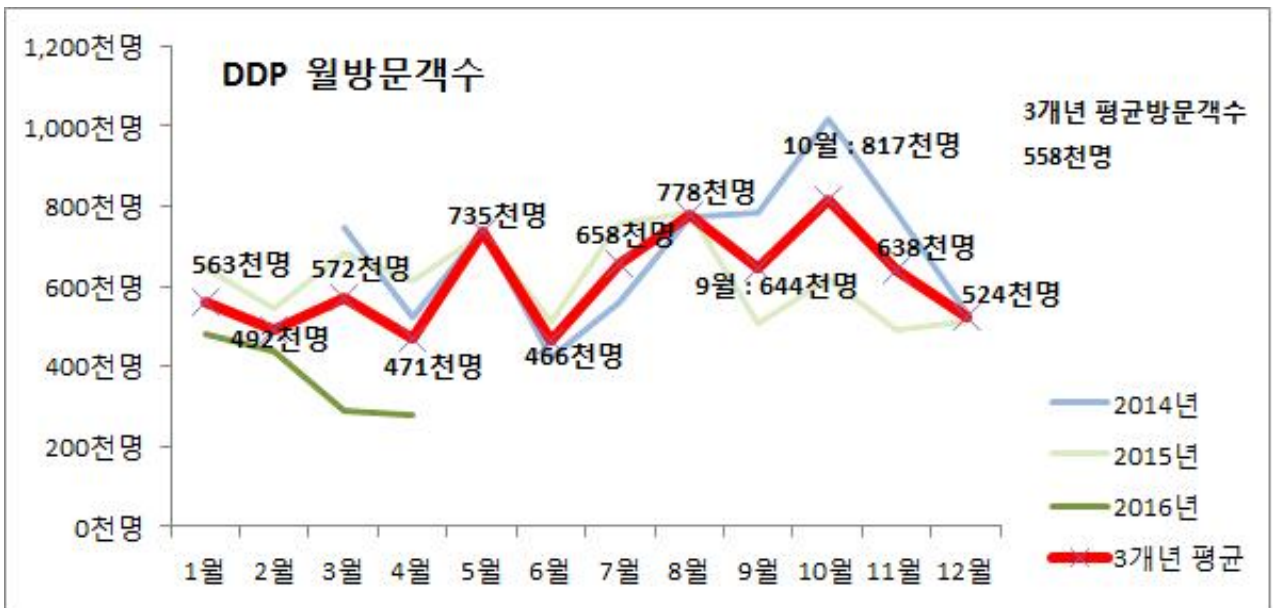
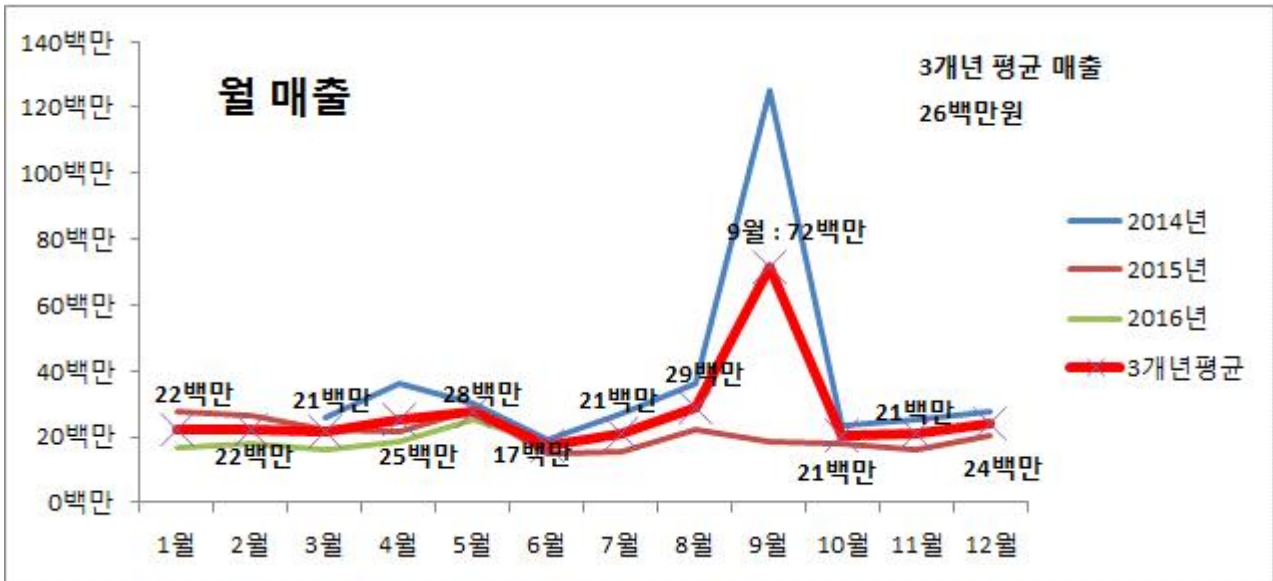
- 개관초 대비 월평균 실적 감소, 단 월평균 객단가는 꾸준히 상승

- 16년 중 자개아이폰 케이스 단가 높은 제품의 매출이 꾸준히 발생

→ 결론 : 목적성 구매객이 아니므로, 객 단가를 낮추고, DDP 활성화를 통한 방문객 유입 증가를 통한 매출실적 증대 필요

■ 지표별 상관관계





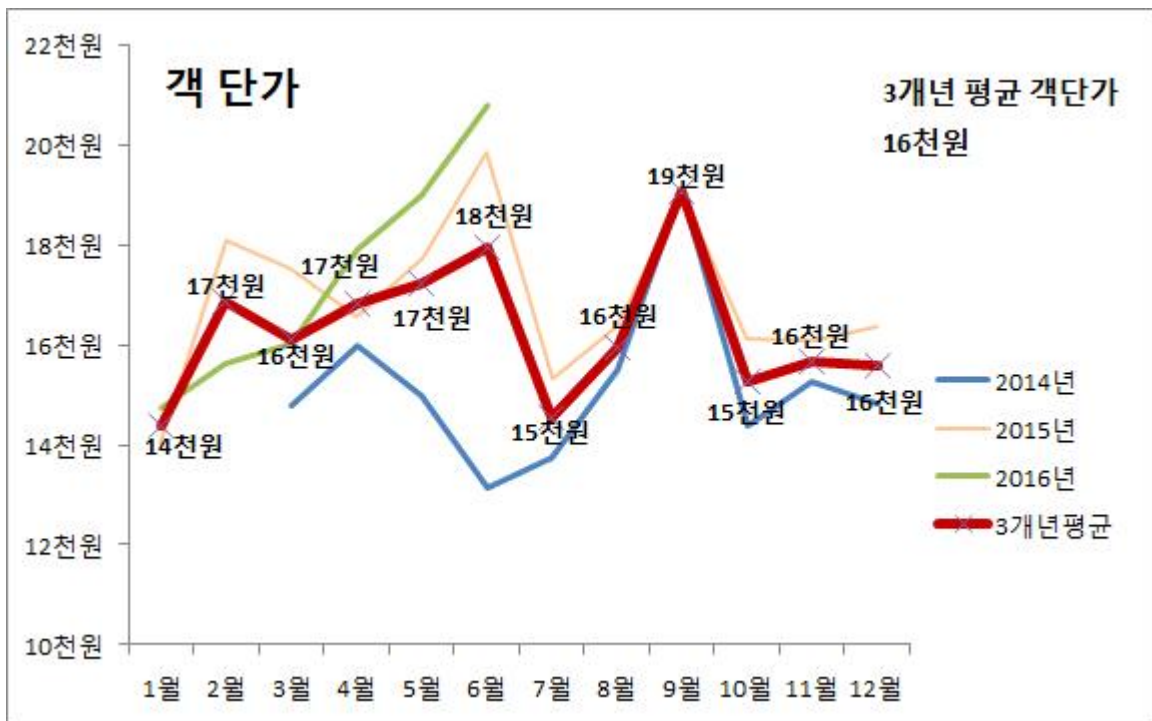
- DDP방문객수와 매출과의 월별 유의성이 크지 않음(방문객수와 구매로 직접 연결되지 않음)
- 방문객의 살림터 유입 유인이 없음
- 3개년 평균 9월에 매출액이 가장 높음(14년 9월 일시적 효과임)
- 특정시점 10월에 구매객수 와 방문객수가 추이가 반대임, 10월은 DDP 건물 외부 행사(패션위크 등)로 인해 건물 내부로 방문객이 살림터 유입되지 않음으로 예측됨

→ 결론 :

- ① 방문객을 구매로 유인할 수 있는 방법 강구 (매장의 위치이전, 직접적인 프로모션)
- ② 특정기간 10월(패션위크등 주요행사) 행사시에는 주요행사와 연계된 상품 MD 구성 필요

■ 단가분석

상품별 단가	2016년 상반기(6개월)			2015년 연간(12개월)		
	매출비중	누적개수	누적매출	매출비중	누적개수	누적매출
10만원이상	4%	20개	4,687천원	2%	32개	4,066천원
5만원~10만원	13%	233개	13,911천원	11%	292개	19,030천원
3만원~5만원	10%	276개	10,817천원	11%	492개	18,443천원
3만원~1만원	42%	2,604개	46,442천원	35%	3,535개	60,207천원
1만원~5천원	13%	2,222개	14,203천원	22%	5,939개	37,661천원
5천원 미만	19%	10,090개	21,632천원	20%	14,357개	35,103천원



- 누적 기준 대표상품 1만원~3만원 대 임
- 1만원~5천원 사이 상품 비중 감소 및 상품 비중 감소, 추가 상품 개발 필요
- 결론 : 1~3만원대, 1만원~5천원 가격대의 제품을 주력제품화 하고 개발 필요

■ 아트샵 하반기 운영 계획

- 단가구성 : 3~1만원대/ 1만원~5천원 대로 구성
- 매출프로모션 : 매장이전(배움터, 알림터 1층), DDP 집객프로모션 필요, 연간 주요행사와 연계한 상품 MD 구성 필요

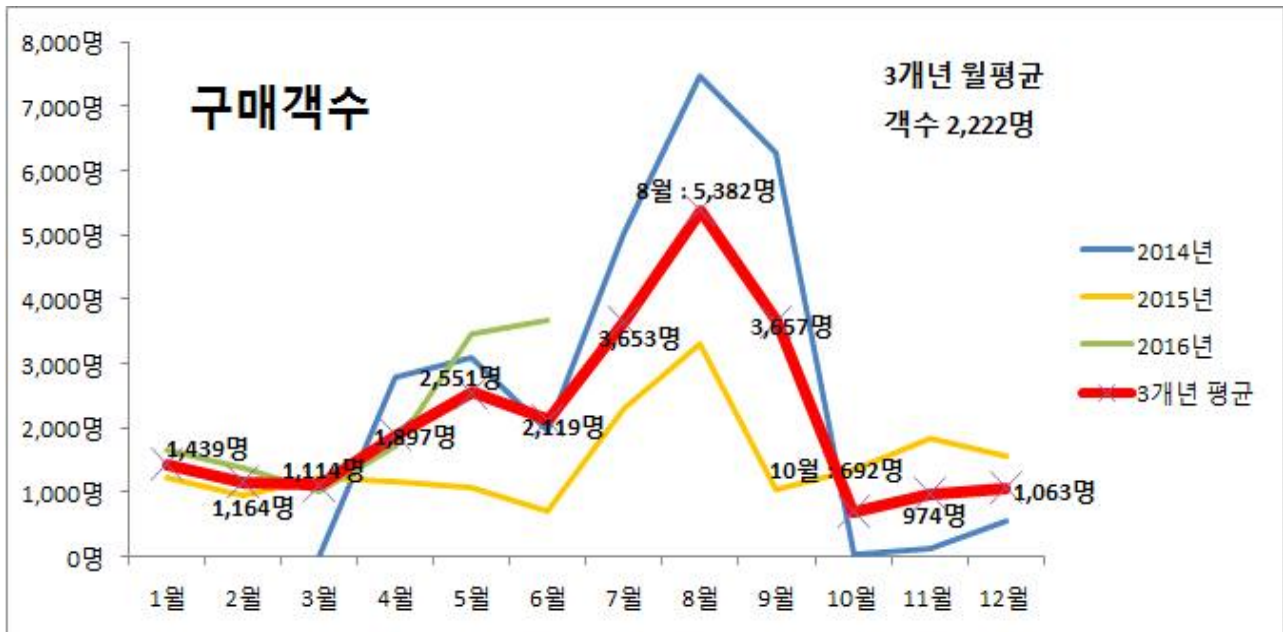
5. 주요 매장 매출 분석 분석 및 세부 운영 계획(간송 기념품 샵)

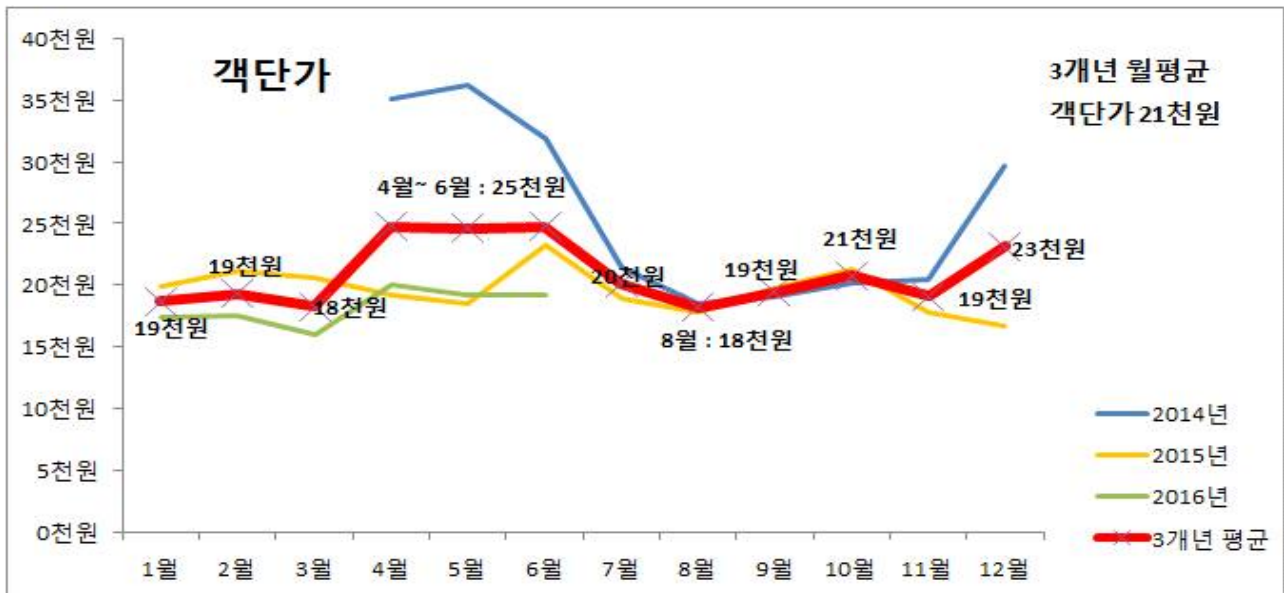
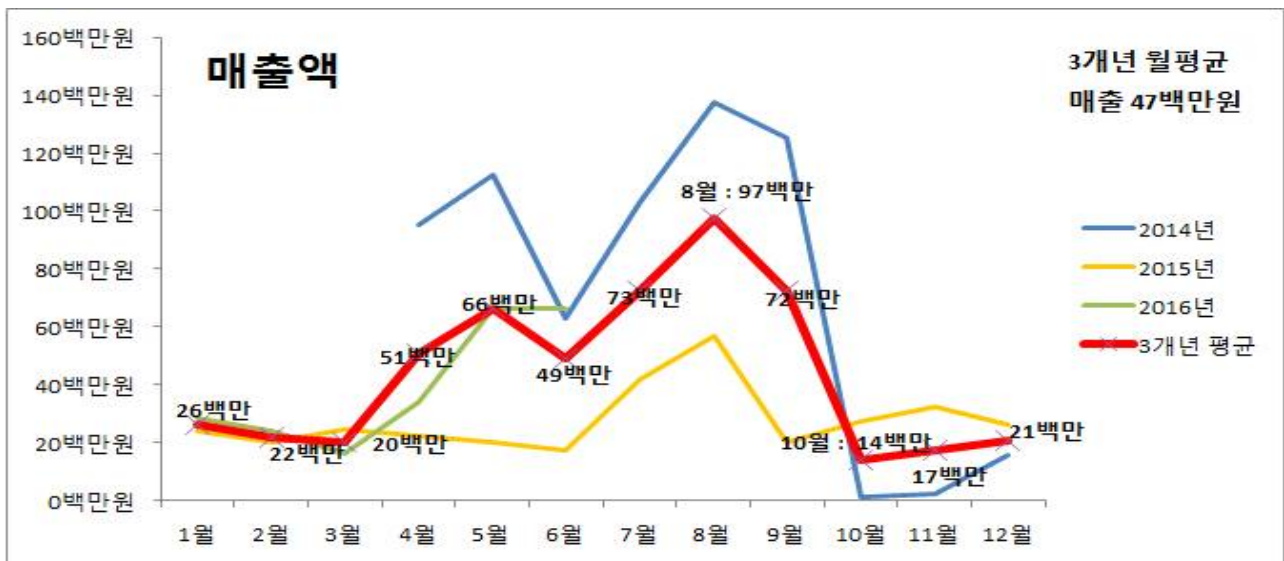
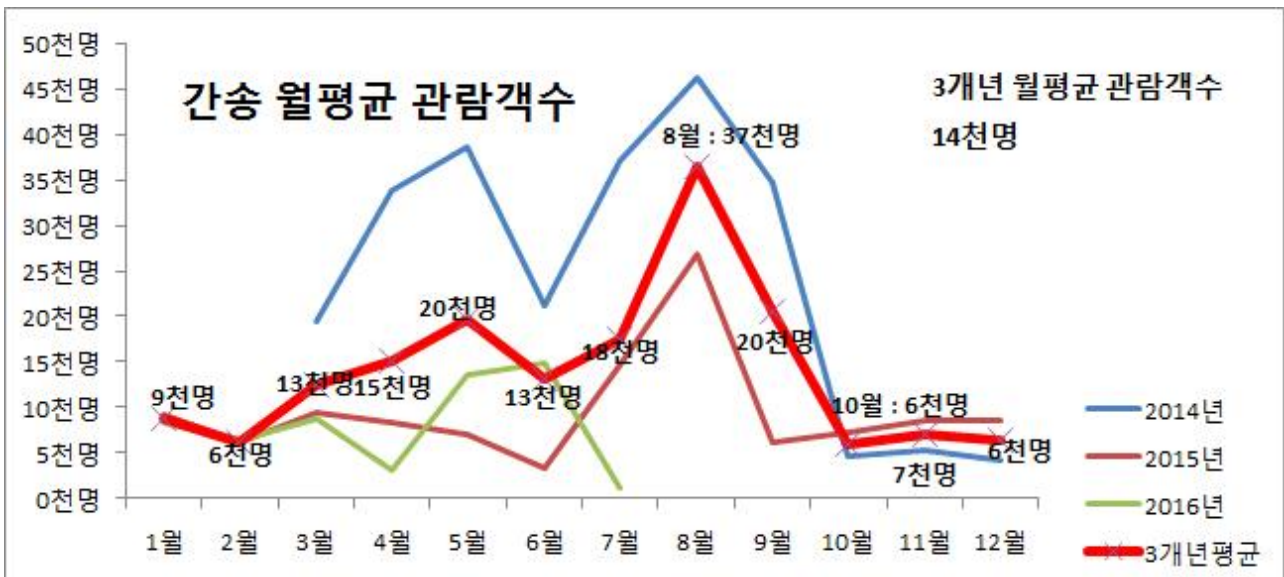
■ 연도별 현황

년도	월평균실적	월평균 객단가	월 평균객수	월평균판매 제품개수	주요판매상품
2014년	72,798천원	25.805원	3,038명	-	
2015년	27,697천원	19.582원	1,476명	3,396개	- 3000마그넷 : 월평균 354개, 단가 3천원, 평균매출 1,062천원 - 4부 사군자전 도록 : 월평균 389개 단가 22천원, 평균매출 8,562천원
2016년 상반기	39,086천원	18.243원	2,153명	3,481개	- 3000마그넷 : 월평균 200개, 단가 3천원, 평균매출 602천원 - 6부풍속인물화도록 : 월평균 309개, 단가 25천원, 평균매출 7,737천원

- 2015년 메르스로 인한 월평균 매출 실적 감소, 16년중 정상적 수준 회복

■ 지표별 상관관계





- 월별 구매객수와 월별 간송전시 관람객수, 월별 매출액이 유의성이 있음
- 방학중 구매객수가 가장 높고, 전시 휴관이 있는 10월이 가장 구매객수가 낮음
- 4~6월 평균(도록위주)객단가가 가장 높으며, 여름 중 하락 후 10~12월 사이에 다시 객단가 상승함(간송전시 콘텐츠 리뉴얼 주기를 기준으로 객단가 상승과 하락이 반복)
- 구매객수 높은 8월중은 객단가가 낮음(관람객이 학생위주로 구성됨에 기인함)

→ 결론 :

- ① 7월 ~ 8월 방학 기간 동안 학생을 타겟으로 한 객단가 낮은 상품 20천원대 이하 제품 집중구성
- ② 전시 리뉴얼 초기 기간에는 도록/명인본등 전시 콘텐츠와 관련이 높은 상품종류를 보다 다각화 하여 판매 운영

■ 단가분석

상품별 단가	2016년 상반기(6개월)			2015년 4월~12월(9개월)		
	매출비중	누적개수	누적매출	매출비중	누적개수	누적매출
10만원이상	5%	16개	2,784천원	6%	103개	16,594천원
5만원~10만원	3%	19개	1,661천원	1%	52개	3,318천원
3만원~5만원	3%	56개	1,730천원	3%	289개	8,784천원
3만원~1만원	53%	1,591개	28,945천원	63%	8,930개	166,648천원
1만원~5천원	6%	622개	3,548천원	6%	2,629개	15,277천원
5천원 미만	30%	5,302개	16,395천원	20%	17,373개	53,727천원

- 16년 상반기 기준, 5천원 미만 제품 매출액 비중이 큰폭(10%) 증가
- 3만원~1만원 사이 상품 비중 감소 및 상품수 감소, 추가 상품 개발 필요

→ 결론 : 3~1만원대, 5천원대 이하 가격대의 제품을 주력제품화 하고 개발 필요

■ 간송기념품 샵 하반기 운영 계획

- 단가구성 : 3~1만원대/ 5천원 대이하 로 구성
- 매출프로모션 : 시즌별로 제품 구성을 재편성 필요
 - ① 전시 리뉴얼 초창기에 콘텐츠와 연관된 도록, 명인본 위주의 고가 제품 주력 편성가능
 - ② 여름방학에 학생을 타겟으로 한 교육성 기념품 판매 필요, 교육프로그램과 동시 프로모션 진행 등 고려

6. 기타

■ 하반기 일정

구 분	2016년							2017년	
	6	7	8	9	10	11	12	1	2
신규매장 운영(현대)									
MOU체결예정									
계약(예정)									
매장 오픈준비									
매장 운영									
해외매장 운영(PMQ)									
MOU(6월 30일)									
계약(예정)									
매장 오픈준비(예정)									
매장 운영(예정)									
해외매장 운영(D-Park)									
계약(예정)									
매장 오픈준비									
매장 운영									
매장 이전 후 운영									
배움터 이전									
배움터 운영									
알림터 이전후 운영									
매장 총괄운영									
매장현황 보고									
월간보고/매출현황									
수시보고									
종료보고									
팀내 사업 공유 (매주 수요일)									

□ 3분기 실적 보고 : 9월 20일 경 보고 예정

■ 기타 개선사항 : 인천공항 더방 상품 리뉴얼

- 개요 : 인천 공항 매장 상품 판매 활성화를 위한 상품 MD 변경
- 매출 현황 (2015년~2016년 상반기)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	합계
2015년도	1,233,000	1,052,300	868,400	521,800	704,200	4,379,700
2016년도	595,000	589,100	413,000	427,300	677,400	2,701,800
증감	▼ 51.7%	▼ 44%	▼ 52.4%	▼ 18.1%	▼ 3.8%	▼ 38.3%

- 2015년 상반기 대비 매출 38% 감소
- 2014년 10월 최초 오픈 이후 상품 MD 변경 없음으로 인한, 매출 저조

□ 개선 방향

- 매출 상위 20% 기존 3개사(970상품)와 재단유통채널의 우수판매업체 5개사(1057상품), 더방 요청업체 1개사(38상품), 총 9개사 선정후 상품 구색 변경
- 현황

구분	변경전	변경후
기존업체의 신규상품구성	3개사(212상품)	3개사(970상품)
퇴거업체	6개사(143상품)	X
신규입점업체	X	6개사(1095상품)
합계	9개사(355상품)	9개사(2065상품)

끝.