

DDP Store 종합 운영 계획

2016 . . .

문서번호	디자인공예산업팀-1 69	책임	팀장	본부장	단장	대표이사	
결재일자	2017.02.02.	02/01 김지혜	02/01 전기현	02/01 최구환	02/02 유석윤	02/02 이근	
공개여부	비공개(1)	협 조		선임			
방침번호	대표이사방침 제 (334)호		02/01 정종희				

추진근거	<ul style="list-style-type: none"> - 2017년 예산 사업 계획서(2017.12.19) - DDP store 종합 운영 계획 2017 대표이사 보고(2017.1.25) 		
대 내 외 협력현황	부서(단체)명	협약내용	협약결과
	백화점등 유통 채널	오픈시기, 매장 개수	17년 중 추가오픈
	디자인하우스	살림터 1층 운영관련	30% 서비스 공간 R&R 정리 디자인하우스와의 협력
사 업 비	'17년 1,450백만원 (우수디자인상품 판매 활성화 700백만원 + 공예사업-공예브랜드 상품개발 100백만원 공예사업-인정제도입 및 품의 매장 운영 500백만원+공예사업-우수상품고급매장입점지원 150백만원)		

* 세부계획은 첨부 참조

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 <input type="checkbox"/> () 무 <input checked="" type="checkbox"/>
	이 해 당 사 자 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 <input checked="" type="checkbox"/>
	전 문 가 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 <input checked="" type="checkbox"/>
	옴 브 즈 만 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 <input checked="" type="checkbox"/>
법 령 및 기타 고 려 사 항	법 령 규 정 : 교통 <input type="checkbox"/> 환경 <input type="checkbox"/> 재해 <input type="checkbox"/> 기타 <input type="checkbox"/> 무 <input checked="" type="checkbox"/>
	기 타 : 고용효과 <input type="checkbox"/> 노동인지 <input type="checkbox"/> 균형인지 <input type="checkbox"/>
	취약계층 <input type="checkbox"/> 성인지 <input type="checkbox"/> 장애인 <input type="checkbox"/> 디자인 <input type="checkbox"/>
	갈등발생 가능성 <input type="checkbox"/> 유지관리 비용 <input type="checkbox"/> 무 <input checked="" type="checkbox"/>
타 자 원 의 활 용	중 앙 부 처 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 <input checked="" type="checkbox"/>
	민 간 단 체 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 <input checked="" type="checkbox"/>
	기 업 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 <input checked="" type="checkbox"/>
관 계 기 관 및 단 체 협 의	관 계 기 관 : 유 <input checked="" type="checkbox"/> (현대백화점, 신세계백화점, 두산, PMQ, 베이징 751 D-park, 한국문화재단, 국립박물관문화재단) 무 <input type="checkbox"/>
	관 련 단 체 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 <input checked="" type="checkbox"/>

DDP Store 종합 운영 계획

복합 문화 공간, 청년 창업자를 위한 공간으로서의 DDP store 운영 기반 구축 및 DDP 아이덴티티를 가진 대표 상품의 출시 · 개발

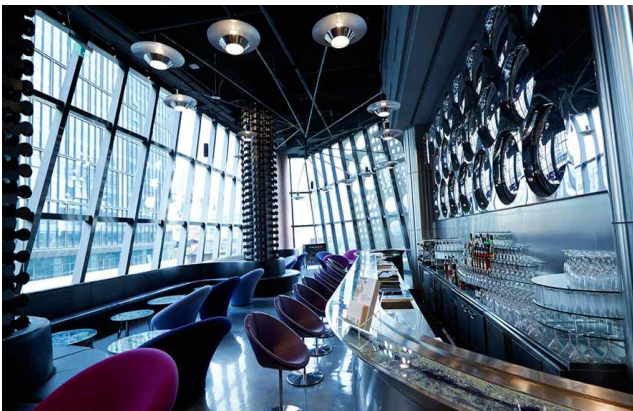
1. 추진근거

- 2017년 예산 사업 계획서(대표이사 방침 4055호)

2. 개요

- 사업명 : 2017년 DDP Store 운영
- 기간 및 예산 : 17년 1월 1일~17년 12월 31일/ 1,450,000천원
- 사업 추진 방향

복합 문화공간



음식, 책, 정보, 상품, 트렌드를 체험할 수 있는 공간

DDP store 스토리 텔링



청년 창업자가 성장하고, 협업할 수 있는 커뮤니티 공간

DDP 대표상품의 개발



DDP를 느낄수 있는 문화 콘텐츠 로서의 DDP Store의 역할
DDP 아이덴티티를 형상화 한 DDP 대표 상품을 개발 출시

청년 디자이너의 참여의 장



청년 디자이너가 직접 참여하여 상품, Shop을 디자인

3. DDP Store 운영 목표

■ 운영 전략 및 운영 목표

운영 방향	“ 상품 개발 및 마케팅 기반 조성을 바탕으로 중소기업의 육성지원 ”		
운영 플랫폼			
추진전략 (4P)			
사업 및 활동	<ul style="list-style-type: none"> - 우수디자인상품발굴 - DDP 상품개발 - 공예상품개발 - DMC 창업센터 운영 - 서울상징관광기념품 공모전 - 서울공예상공모전 - CMF 교육 	<ul style="list-style-type: none"> - DDP Store 운영 - 살림터 1층 운영 - 백화점 유통 채널확장 (현대, 신세계) - 홍콩 PMQ - 베이징 751 D-park 	<ul style="list-style-type: none"> - 매종 & 오브제 참가 - DDP store 뉴스레터 - 서울공예박람회 - 서울디자인워크 - 건축비엔날레
4P	Before		After
상품 Product & Service	<ul style="list-style-type: none"> - 대표 상품 필요성 요구 - 상품 카테고리 및 다양화 고려 - 상품에 대한 품질 관리 필요 		대표 상품 개발 및 발굴 <ul style="list-style-type: none"> - DDP 대표 디자인 상품의 개발 - 서울 대표 공예 상품 발굴 - 디자인 경쟁체제로 품질 향상 유도
유통채널 Place & Space	<ul style="list-style-type: none"> - 중장기 마스터플랜 없이 오픈 - 스토어-콘텐츠-지원센터간 연계 필요 - 외부 매장별 자체 콘셉트 요구 		디자인산업 육성 거점 개발 및 연계 <ul style="list-style-type: none"> - 권역별 매장운영 중장기 마스터플랜 수립 - 유통채널-지원센터-DDP 콘텐츠 간 연계 - 매장별 콘셉트 수립 - 매장별 상품 MD 기획
홍보 마케팅 Promotion & Reputation	<ul style="list-style-type: none"> - 정기적 홍보 마케팅 요구 - 기존 재단 행사와 DDP Store 연계 필요 		가치 소비 촉진 Promotion <ul style="list-style-type: none"> - DDP 뉴스레터 발간 - 유통 채널 연계 멤버십 개발 - 유통채널-지원센터-DDP 콘텐츠 간 연계
수익 Price & Value	<ul style="list-style-type: none"> - 객단가 3만원 미만 중심 상품 구성 - 모든 매장 손익분기점 부근으로 낮은 투자자본 수익률 		상향 객단가 High-End Shop <ul style="list-style-type: none"> -객단가 3~10만원대 구성 -상품 진화단계별 Value 전략

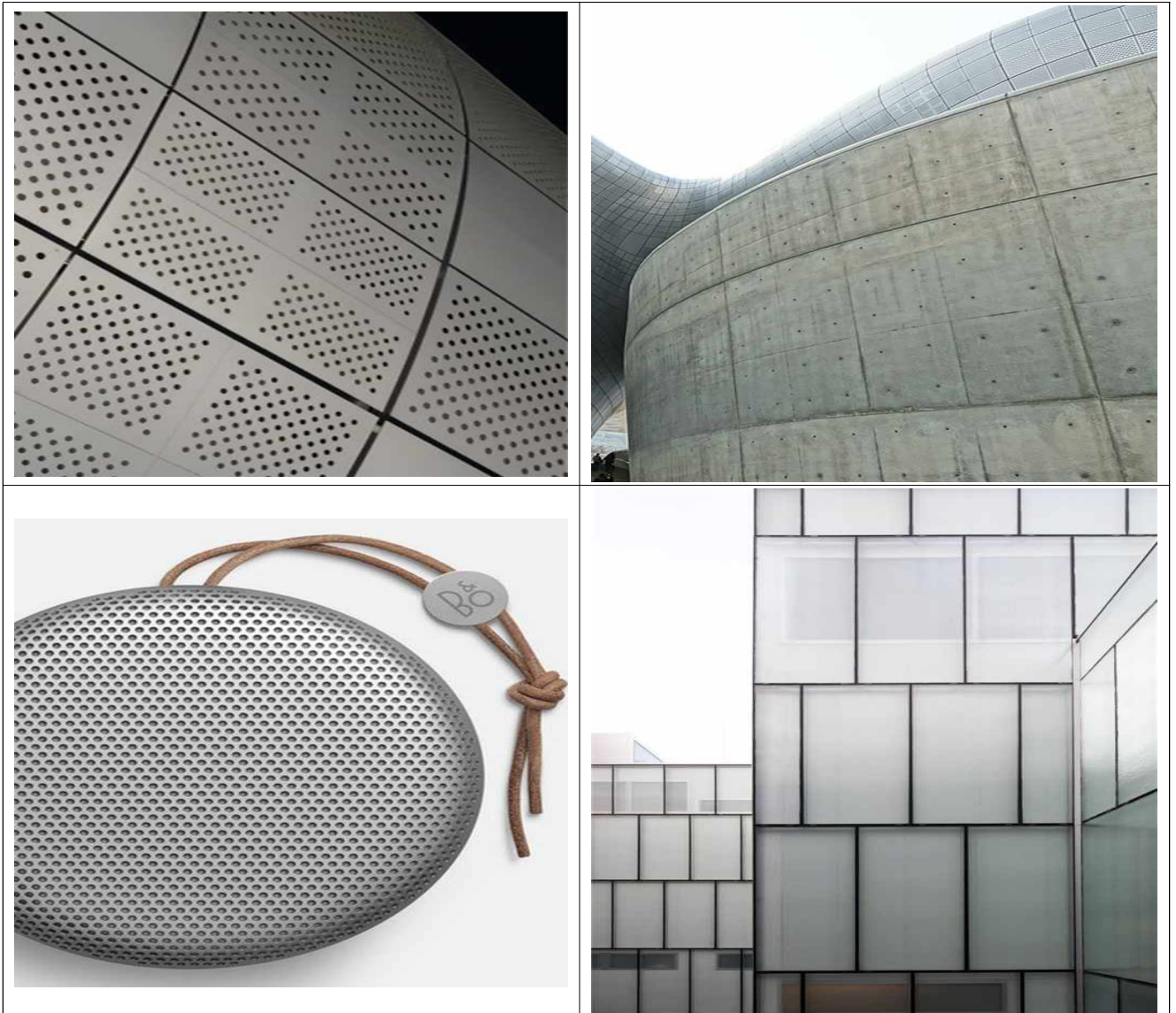
4. 상품 Product & Service

■ DDP 상품 BI 및 Store 디자인 매뉴얼 개발

- 목적 : DDP 브랜드 가치 재조명, DDP 상품, Store 활용 디자인 매뉴얼 개발
- 디자인 키워드 : 실버, 하이테크 디자인, 금속, 도트, 그리드, 알루미늄
- 항목

DDP 상품 Brand Identity	DDP Store Design Manual
Basic System : 심볼, 컬러, 크기	Store Space Plan : 공간, 동선 구성
Basic System Guideline : 심볼 적용, 패턴	Store Furniture Guideline : 랜드마크 조형물, 가구 스펙
BI Application System : 문서, 사인, 패키지, 용품(문구, 리빙 등)	Store Design Application : 가구 및 사인 배치 등

■ 디자인 키워드 예시



■ 상품 출시 계획



우산



<제작방식>
 - 기존 제품 BI 교체
 - 패턴 개발 후 주문 제작
 <크기> 장우산(골프), 2단, 3단 등
 <시제품>
 - 1번 제작 시 3월 중
 - 2번 제작 시 6월 중

협력 디자이너 : 알루이 로젤라
 예시>


예상가격 : 30,000~50,000원 내외

■ 상품 출시 계획(계속)

모형



<제작방식>
 - 3D 모델링 후
 - 3D 프린팅, 크롬 도금, 알루미늄
 CNC, 또는 세라믹, 고무 마그넷 가공
 <크기> 200*150
 <시제품> 6월 중

협력 디자이너 : FROMHENCE
 예시>


<예상가격>
 - 도금 50,000원/- 스틸 150,000원
 - 세라믹 100,000원/- 마그넷 5,000원

문구



<제작방식>
 패턴 개발 후 주문 제작
 <종류> 노트, 연필, 지우개, 볼펜
 펜 케이스
 <시제품> 8월 중

협력 디자이너 : oo&p, Knot_note
 예시>


<예상가격>
 - 노트 1권 3000~50,00원
 - 연필 1타스 5,000원

■ 상품 출시 계획(계속)

Bag		
		
<p><제작방식> - 디자인 개발 후 주문 제작 - 재활용 플라자 연계 제품 제작</p> <p><종류> 파우치, 에코백 등 가방류</p> <p><시제품> 10월 중</p>	<p>협력 디자이너 : GEAR3 by SAEN</p> <p>예시></p> 	<p><예상가격> - 30,000~100,000원 내외</p>

아이 서울유 브랜드 상품(2차 서울 콜라보展 2016 출품 작품)

		
<p><제작방식> - 디자인 선택후 작가와 제작 - 재활용 플라자 연계 제품 제작</p> <p><종류> 에코백, 문구류, 잡화</p> <p><제품> 상반기 본제품 출시 가능</p>	<p><협력 디자이너> 아트콜라보 참여 작가</p>	<p><예상가격> - 30,000~100,000원 내외</p>

5. 유통채널 Place & Space

■ 유통 채널 연도별 확장 목표

년도	2016 (실적)	2017 (목표)		2018 ~ (목표)	
		Positive Plan	Contingency plan	Positive Plan	Contingency plan
채널수	8개소	28개소	17개소	44개소	28개소
직영	3개소	4개소	4개소	4개소	4개소
민간협력	2개소	17개소	6개소	22개소	17개소
온라인	2개소	2개소	2개소	2개소	2개소
위탁	1개소	3개소	3개소	14개소	3개소
해외	-	2개소	2개소	2개소	2개소

■ 유통 채널 2017년 현황(Positive plan)

2017년 : 28개소

* 신규오픈 20개소

- 직영 4개소 - DDP 배움터 2개소
- DDP 알림터 1개소
- 광화문 '한글누리'
- 민간협력 17개소 - 두타 면세점
- 현대 무역센터 면세점
- 신세계 남대문 공예클러스터
- 롯데월드타워 3개소
- 현대백화점 삼인상 10개소
- 커먼그라운드 1개소
- 온라인 2개소 - 더 현대닷컴
- 더 미코 온라인
- 위탁 3개소 - 인천공항 더방
- 국립고궁박물관
- 국립중앙박물관
- 해외 2개소 - 홍콩PMQ
- 베이징 751 D-Park



26

* 유통 채널 2017년 현황(Contingency plan)

- 직영 4개소 : DDP 배움터 2개소, 알림터 1개소, 광화문 한글누리
- 민간협력 6개소 : 두타면세점, 현대무역센터 면세점, 신세계 남대문공예클러스터, 롯데월드타워 3개소
- 온라인 2개소 : 더 현대닷컴, 더 미코 온라인
- 위탁 3개소 : 인천공항 더방, 국립고궁박물관, 국립중앙박물관
- 해외 2개소 : 홍콩 PMQ, 베이징 751 D-park

■ 주요 채널별 운영 계획 2017

살림터 1층

살림터 1층 design shop

브랜드 기업

KIDS

카페1

카페2

DDP Store Design, Craft, Fashion

브랜드 기업 (오나비 등)

살림터 1층 design shop

디자이너 쇼룸

디자인 프롬나드

E1

E2

ENTRANCE 1, 2

디자이너 쇼룸 VMD WINDOWS

DDP Store 디자인, 공예, 패션

KIDS 교육 및 체험놀이터

브랜드 기업 (오나비 등)

<운영방식 및 MD 계획> 서비스 공간(면적 30%)를 활용한 디자인하우스와의 협업
 <공간> 디자인하우스와의 협업을 통해 공간활용과 집객 중심의 공간 구성

현대무역센터 면세점



오픈 : 17년 11월
 운영 : 단독
 면적 : 15~20평
 목표 매출 : 연간 18억월 15천만
 MD : 공예품 및 토산품 우주 구성
 단가 : 3~5만원

신세계 남대문 공예클러스터

Mesa 7층 평면도

창업 스튜디오 1

창업 스튜디오 2

공동공간

카페

회의실

공동작업장

Mesa 1층 `한수` 판매장 활용

MOU : 17년 3월
 오픈 : 17년 11월
 운영 : 남문공예클러스터&판매장
 면적 : Mesa 7층 290평 예상
 * 창업 체험공간 & 판매장으로 구성
 MD : 공예품 중심
 1층 `한수` 판매장과 연계
 단가 : 10만~50만원

* 유통채널 운영 계획 상세는 첨부 참조

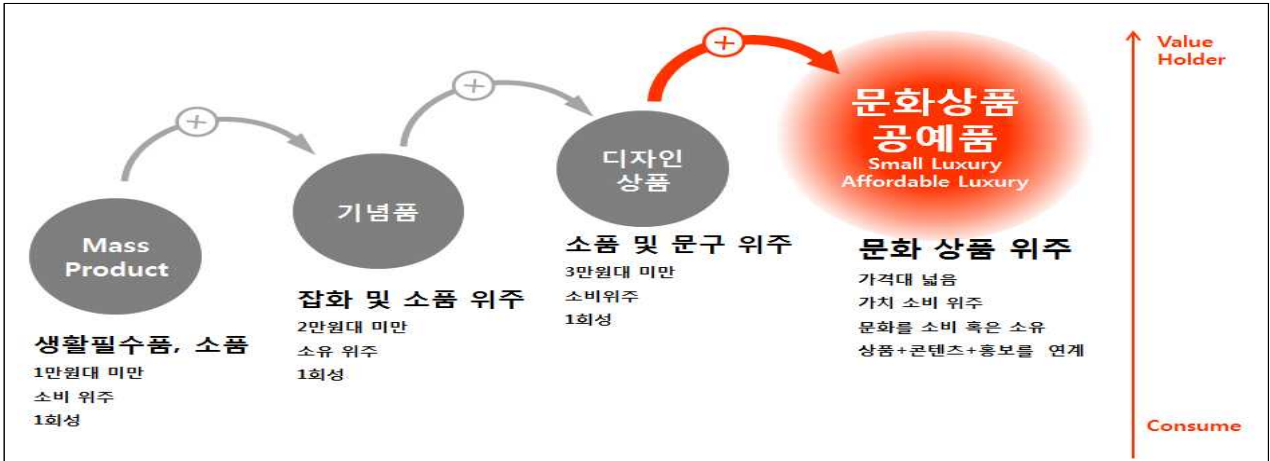
6. 홍보마케팅 Promotion & Reputation

■ 주요 홍보 마케팅 운영 방안

공예교육	
	<p><방향> 민·관·학의 협업을 통한 공예 교육 실시</p> <p><찾아가는 공예 교육(안)> 주제 : 내가 만드는 쓸모있는 공예 디자인 일시 : 2017년 3월~ 10월 장소 : 전통시장, 낙후지역 대상 : 장소 근무자 및 초등학생 참여 : 민간단체 및 작가, 학생 내용 : 대상공간 사용자 생활 패턴 및 사용성 고려 가구 및 용품 디자인</p> <p><어린이 공예 체험 교육(안)> 주제 : 내가 만드는 쓸모있는 공예 디자인 일시 : 2017년 5월 5일 장소 : DDP 공간 내 대상 : 초등학교 어린이 내용 : 우리가족에게 필요한 공예 디자인 사용자와 사용성을 고려 공예품 만들기</p>
DDP 뉴스레터 발간	
	<ul style="list-style-type: none"> - 국내외 소셜 미디어 플랫폼 활용 - 다국어 표시 기능으로 외국 관광객 어필 ※ 홍보마케팅팀 연계
유통채널 멤버십 활용	
	<ul style="list-style-type: none"> - 백화점 멤버십 카드 연계 - 멤버십 포인트 관련 앱과 연계

7. 수익 Price & Value

- 상품 진화 단계별 Value 전략
 - 가치 소비 위주 문화 상품 MD를 통한 Value 증대



- 상품개발 및 제조단계 개선을 통한 Value 전략

구분	개선	프로세스		
기존	작가 중심	상품 및 디자이너 발굴	디자이너 자체 생산	출시
		발굴된 제품 만 상품화 DDP 정체성 X 지적재산권 X	디자이너 직접 생산 제조원가 ↑ 품질관리 미비 납품 지연	상품 중장기 로드맵 구성 X 수익성 ↓ 개별 디자이너의 창조성 ↑

개선	기획 중심	MD 계획	개발, 생산발주	사전홍보 마케팅	출시
		DDP 상품 개발 DDP 정체성 ○ 지적재산권 ○	직접 ODM 주문 생산 제조원가 ↓, 품질관리 가능 생산량 적기 납품 가능	예측가능성 증가 사전홍보 마케팅 가능 사전 홍보로 판매량 증대 DDP 상품에 대한 시민 인식도 증가	수익성 ↑ 상품 중장기 로드맵 구성 ○ 개발과 생산의 분업으로 산업유발효과 ↑

- 객단가 증대 Value 전략

기본단가	대표상품	매장별 전략
대표 객단가 3~10만원대 위주구성	DDP 상징품 DDP 콘텐츠 연계 상품	-면세 : 기념품 위주(3만원대 미만) -현대 : 7~10만원대 위주 구성 -롯데 : 기념품 위주(3만원대 미만) -신세계 : 공예품 위주(7~10만원대 위주 구성) -직영 : Pilot Shop(전 가격대 상품)

* 출시 상품 예시

우산 5만원	스케일 모형 10만원	문구 1만원	백 5만원

8. 중장기 계획

2017년 목표	2017년 실행
집객	DDP 상품개발, 교육, DDP Store 운영으로 서울 트렌드 리더를 위한 DDP 라이프 스타일 제안
Volume	DDP store 유통망 확장, 매출 증대 생태계 조성 자본의 선순환 구조 정립

2016 DDP Store V 1.0	2017~2019 DDP Store V 2.0	2020~ DDP Store V 3.0
DDP Store 운영기반 구축	DDP Store 정체성 확립	DDP Store 대중화
전환기 Design Tag→DDP store로 전환 디자인상품 중심→문화 및 공예상품 중심 전환 소수 직영 유통채널 중심→대형 유통채널 중심 진출	상품 DDP 상품의 개발 산업 중심 공예 문화 상품의 개발 유통 44개 유통채널 확장 홍보 마케팅 DDP store 시민 홍보 수익 매출 불륨 확대 및 투자	상품 DDP 상품의 유행 선도 서울 대표 문화상품으로서의 입지 유통 44개 유통채널의 안정화 주요 매장에 대한 선택 과 집중 투자 홍보 마케팅 DDP store에 대한 시민 인지도 증가 및 개선 수익 수익성 고려 및 재투자 외부 자본 유치를 위한 활동

9. 기타

■ 예산 현황

예산과목			금액(단위: 천원)
정책사업	단위사업	세부사업	
디자인생태계조성	우수디자인상품판매활성화	우수디자인상품판매활성화	700,000
공예문화사업활성화	공예디자인사업	공예상품개발	100,000
		인정제도입및품의매장운영	500,000
		우수상품매장입점지원	150,000
합계			1,450,000

■ 2017년 상반기 일정(안)

- 브랜드 BI 및 샵 매뉴얼 실행 용역 발주 : 17년 2월중
- 1분기 상품 기획 개발 발주 : 17년 2월중

- DDP Store 상품 창고 임대 : 17년 2월중
- 살림터 1층 계약 협상 및 운영 진행 : 17년 2월 ~ * 계약갱신일 3월 21일
- PMQ 상품 매입 및 입점 진행 : 17년 2월 ~ 4월
- PMQ 홍콩 현지 인테리어 및 매장 검수 : 17년 3월 중
- 롯데월드타워 입점 진행 : 17년 3월 ~ 5월
- 신세계 MOU 체결 예정 : 17년 3월 ~ 4월
- DDP Store 위탁 용역사 1차 기성금 지급 : 17년 6월~7월

첨부 1. 2017년 사업계획서 1부.

2. DDP Store 운영 계획 1부(대표이사 보고자료). 끝