

- 동대문운동장주차장 지상상가(現 유어스) 활성화 관련 -

전문가 자문회의 자료

2016. 8.

I 현 상가(유어스) 운영 현황

□ 상가현황

○ 위 치 : 서울특별시 중구 신당동 251-7번지(동대문 DDP인근에 위치)



○ 상 가 명 : 유어스 (U:US)

○ 규 모 : 1개(1 ~ 3층) * 업종 : 여성의류 도매

- 면 적 : 9,654m² (1층 2,854m², 2층 3,411m², 3층 3,389m²)

- 운영개시 : 2006. 9월 ~

- 운영시간 : 20:00 ~ 다음날 06:00 ※ 야간 영업

- 점 포 : 346개

구 분	계	1층	2층	3층
점 포	346개	103	117	126

※ 4층 일부 및 5층은 서울디자인재단에서 사용하고 있음

○ 운 영 사 : (주) 문인터내쇼날

- 관리인력 : 41명(경영진5, 계약 수입금 10, 상가관리7, 안내 상담 3, 보안 16)

○ 주 고객층 : 중국인 관광객(유커) 및 바이어가 주고객층임

- 디자이너, 제조공장(봉제), 바이어 등과 연계된 유통망이 구축되어 있음

▣ 주변 경쟁(유사)상가 : APM, APM럭스, APM플레이스, 퀸즈 등

□ 공단 운영예정 : 2016.9.2~ (현재 인수 추진중)

II

현 운영사 상가관리현황 및 공단 운영상의 문제점

□ 현 운영사 상가 관리현황

- 운영사인 (주)인터내쇼날은 상가관리 전문 민간운영사이고, 관리에 법적 제약이 적다고 할 것임
- 상가관리 : 여성의류 도매상가로 MD구성
 - 제품구성은 여성의류, 여성관련 잡화·악세사리로 한정
 - 상가 개설 초기에는 우수상인에게 임대료를 면제시키는 등 활성화 유도
 - 우수상인은 에스컬레이트 주변 등 고객이 많은 부분에 입점시켜 고객을 더욱 집중시키고, 주변 점포도 같이 매출을 높이려 함
 - 매출이 낮은 점포는 주변 구석으로 이전시키거나 퇴점조치 함
 - ※ 우수상인을 중심으로 10~15개 점포가 소규모 MD를 구성한 상태임
- 점포관리 : 연1회 상가 리모델링하여 상시 깔끔한 상태 유지하려함
 - 매년 여름(7월말~8월초) 약 10일 기간으로 상가 폐점하고 상가 리모델링
 - ※ 2016년은 8.6~8.14일(9일간) 리모델링 실시
- 상가 홍보마케팅을 위한 홍보비 징수
 - 점포별로 월 70~80만원의 홍보비를 징수하여 행사, 홍보 등에 사용

□ 공단 관리상의 문제점

- 공유재산 및 물품관리법, 주차장법, 서울시 주차장설치 및 관리조례 등 관련규정 준수
- 상가활성화를 위하여 우수상인을 영입한다거나, 영업을 못한다고 하여 퇴점조치 등 행위 못함
- 연간 집행예산이 미리 확정되어 불시 필요한 부분 발생시 적기집행 곤란
 - 점포주로부터 홍보비 명목의 비용 징수 불가
- 상가 리모델링은 상인회 동의 받아야 추진 가능

Ⅲ 전문가 자문요청 사항

공단 상가활성화 필요성

- 공단에서는 잠살, 을지로 등 지하도 상가(25개 상가 2,700여 점포) 30여년 이상의 관리경험은 있으나, 야간에 운영되는 의류도매상가 운영 경험은 없음
- 현재 “유어스 상가”는 동대문 상권에서 가장 활성화된 상가로, 운영 예정에 있는 공단에서는 더욱 활성화 시켜야 하는 상황에 있음
 - 또한 현재의 입점상인 및 서울시, 시의회 등에서 상가활성화에 대하여 많은 관심이 있는 상태임
- 이에 전문가로부터 활성화에 대한 제언을 수렴하여 상가운영에 접목하고자 회의를 추진함

1. 상가 MD 관련사항

- 현 유어스상가는 여성의류 관련 도매상가로 기존 상인 및 향후 신규 입점 상인 모두 이를 인지하고 있음 (야간운영)
- 향후 여건 변화하면 MD를 재구성 하여야 하는가?
한다면 어떤 절차를 밟아야 하는가

2. 공단에서 바이어(국내외) 개척이 가능한가

- 운영사인 문인터내쇼날에서는 국내외 바이어 개척 및 알선 등으로 점포주에게 영향력을 발휘 및 상가활성화에 기여 하였다고 여겨짐
- 공단은 공기업으로서 국내외 바이어 개척이 가능한가?
 - 예산 및 인력지원시 상인에 대한 특혜소지가 있는 것 아닌가?

3. 신규브랜드 홍보시 적정 매체는?

- 현재 공단에서는 “유어스”브랜드를 대체하는 신규브랜드를 개발하고 있음
브랜드 확정시 홍보를 위하여 일부 금액을 책정해 놓은 상태임
- 브랜드 홍보를 한다면 적정 매체는?
 - 일간지, 인터넷, 케이블 TV 등

4. 홍보 및 유통전문가 활용방안?

- 공단에서는 상가활성화를 위하여 홍보 및 유통전문가 3명을 채용 추진중에 있음
- 공기업으로 관련규정을 준수하여야 하나, 상가활성화를 위한 유통전문가 활용에 대한 의견

5. 온라인 마케팅 방안은?

- 현재 공단에서는 신규브랜드를 개발중에 있으며, 브랜드에 맞는 홈페이지 구축 등을 추진할 예정이 있음
- 효과적인 온라인마케팅 방안이 있다면?

6. 상인회를 구성하여 향후 상가 활성화를 공동 추진하고자 하는데 효율적 운영방안은?

- 상가가 활성화되기 위해서는 많은 바이어가 방문하여 상가내 구비 상품을 비교 판단하여 많은 주문을 하여야 활성화된다고 보고 있음
 - 공단에서는 시설물 관리, 기타 제규정에 따른 관리를 추진할 수 있으나 바이어 상담 등에는 취약할 수밖에 없음
- 따라서 공단에서 상가운영에 도움을 줄 수 있는 방안은 상인회로부터 제안을 받아 활용가능한 것은 추진하려 하는데, 이에 대한 전문가 의견은?

7. 동대문 상가 관리직원의 내부역량강화를 위하여 받으면 좋은 교육과정은?

- 공단직원은 야간 도매상가 관리경험이 없으며, 향후 효과적인 내부역량강화가 없으면 활성화 추진은 효율성이 저조하리라 판단됨
- 직원이 능동적으로 활성화를 추진할 수 있도록 역량을 강화할 수 있는 교육과정이나 기관은?

**8. 상기 사항 이외에 상가활성화에 대한 전문가의 조언을
구하겠습니다. (무엇이든 좋습니다.)**