

# 지하도상가 활성화방안 연구 및 실태조사 용역 보고서(요약본)



2021. 11.  
인천광역시

---

# INDEX

I. 문제점 진단 및 활성화 전략

II. 지하도상가 활성화 계획

III. 운영 조직

IV. 권역별 추진 로드맵

V. 예산안

# I. 문제점 진단 및 활성화 추진 전략

## 지하도상가의 문제점



상가별 특색이 없으며,  
저가 상품 중심의 충동구매 상품 위주



온라인 쇼핑으로의  
유통환경 변화에 따라가지 못함



판매 점포가 대다수이며,  
편의시설 부족으로 상가 체류시간 짧음



자동승강장치 등 접근성 부족  
출입구의 시인성 낮음

MD  
구성

활성화 수준별 차별화된 전략

A/B등급 상가

(상가별 방향성에 기반한 역량강화)

상인 역량강화 지원을 통해  
업종변화/상품강화 유도

상가별 차별적 컨셉 도입을 위한  
방향성 제시 (MD/VMD)

전략 수행을 위한 조직 결성,  
내외부 홍보/이벤트 진행

C등급 상가

(지역 수요에 기반한 주민편의시설로 전환)

온라인  
서비스

온라인 쇼핑 기반 구축

민간 플랫폼 진출 지원

우수 점포 중심 시범사업 추진

온라인 역량 강화 교육과 연동

인천e음 연계

입점 지원 및  
활성화 사업과 연동한 운영

물리적  
환경

편의시설 비율 높임

쇼핑 지원시설  
및 편의시설 확충

(고객 대상)  
포켓 편의시설, 화장실, 수유실 등

(상인 대상)  
교육장, 라이브커머스 스튜디오

점포 규모 조정

중형 규모의 점포 확보 방안

접근성

지상과의 유기적 네트워크 구축

진출입 연결성 강화

지하철역과의 통합 출구 번호 체계

유동인구, 횡단보도 등을 종합적으로  
고려한 자동승강장치 설치

출입구 시인성 제고  
(방문유도)

연결통로 확충

(주변 개발계획 시 연동)

## II. 지하도상가 활성화 계획

### 1. MD개선을 위한 기반 조성

#### 1) 조례 일부 개정(안)

- 現 조례의 상가 운영 체계 : 공단이 관리운영 주체가 되어 일반입찰로 점포별 상인을 모집 → 가격으로만 낙찰자 결정되어, 특색있는 상권 조성에 취약함
- 조례 일부 개정(안) : 인천광역시 지하도상가 관리운영 조례의 업종제한 관련 조항을 포지티브 방식\*으로 전환

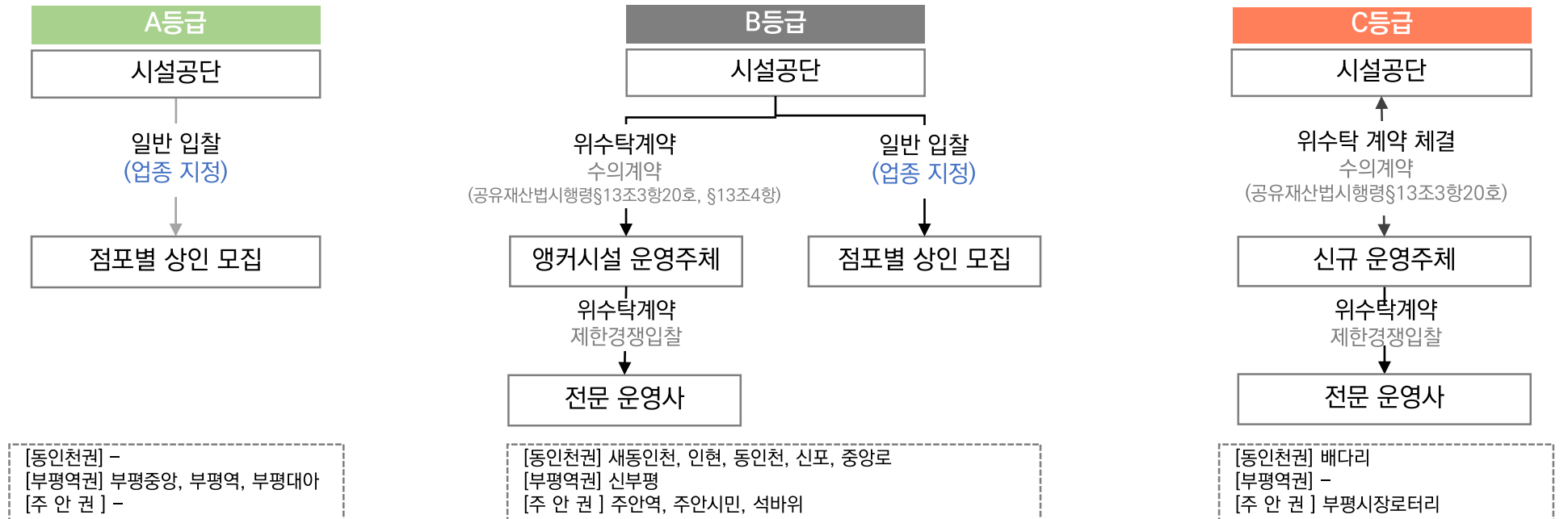
[개정(안)] 인천광역시 지하도상가 관리 운영 조례 제9조(업종제한 등)

① 사용자의 영업 업종은 관리수탁자가 지정 또는 승인한 업종으로 한다.

② 사용자의 영업부진 및 기타 사유로 부득이 업종을 변경하고자 할 때에는 구비서류를 붙여 관리수탁자의 승인을 받아야한다.

\* 포지티브 방식은 법령이 허용하고 있는 행위만 할 수 있는 규제 방식임

#### 2) 상가 등급별 MD개선 차별화



## II. 지하도상가 활성화 계획

### 1. MD개선을 위한 기반 조성

#### 3) 상인 역량 강화

##### 맞춤형 상인 교육

- 상가별 현황 분석 및 추진방향 설정
- 맞춤형 상인 교육 진행
  - 온라인 교육과 현장 교육(강의 및 실습) 병행
- 역량강화에 따른 경쟁력 제고 및 업종 전환 유도
- 동인천권 교육 커리큘럼(안)

분야	강의 주제
상 품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 동인천 상권활성화 방안 이해</li> <li>• 소비트렌드 변화 및 뉴트로 트렌드 소개</li> <li>• 내 아이템 분석 및 뉴트로와 결합</li> </ul>
운 영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 점포 VMD교육 및 점포 컨설팅</li> <li>• 지역 우수 사례 및 강점 찾기</li> </ul>
서 비 스 (온라인 강의)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자의 이해 및 고객응대 기법</li> <li>• 미스터리 쇼퍼 및 피드백</li> </ul>
홍 보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 커뮤니케이션 전략 방법</li> <li>• 온라인 홍보 방법 이해</li> <li>• 소셜미디어 마케팅 및 실습</li> </ul>

##### 내부 스터디 및 스타점포 육성

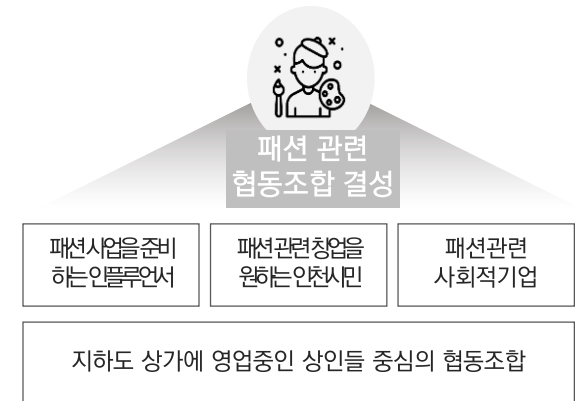
- 상인들 내부적으로 장기적인 학습 조직 체계 구성
- 교육 및 내부 스터디로 성장한 점포를 상권 핵심 점포로 홍보 지원



스타 점포 육성

##### 빈 점포를 활용한 공동 매장 운영

- 패션 관련 창업 희망자에게 유휴 점포를 임시 판매공간으로 제공하여 상가 내 신규 MD 도입 효과
- 장기적으로 상인들이 협동조합 결성해 공동 운영할 수 있음



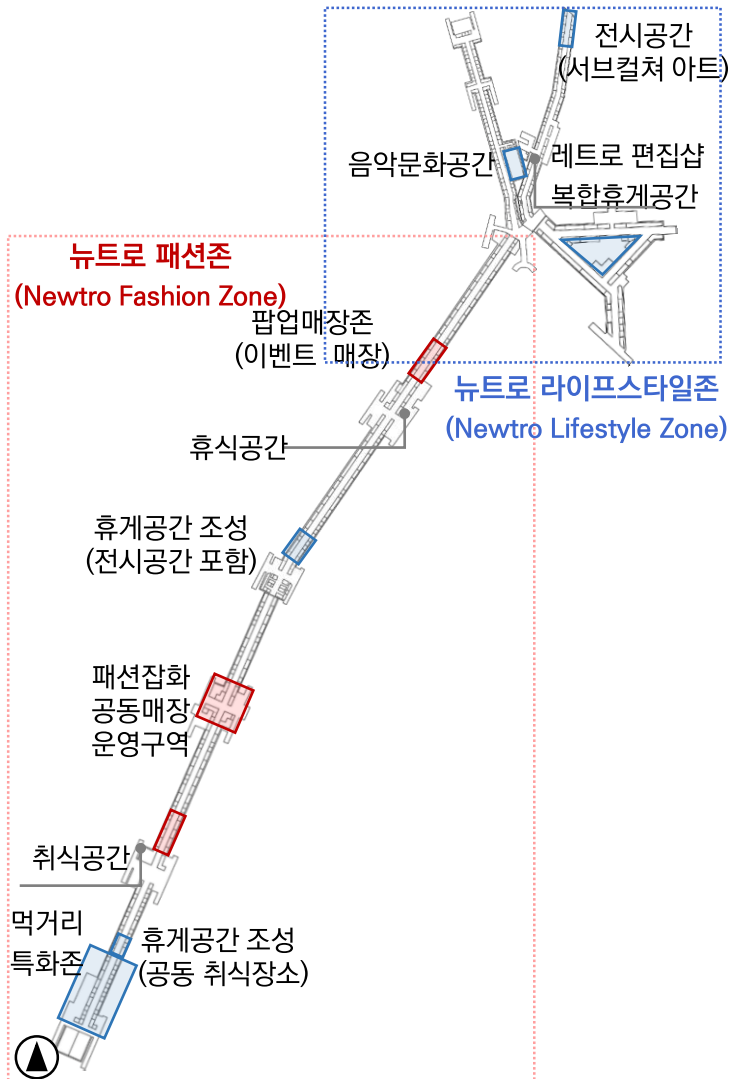
배다리 '요일가게'

삼청동 '웜킪친'

## II. 지하도상가 활성화 계획

### 2. 상가별 MD 개선

#### 1) 동인천권 지하도상가



지역 분석	고객 분석	환경 분석	경쟁 분석
<ul style="list-style-type: none"> <li>개항장 문화지구와 인접하며, 지상에 부족한 중저가 패션을 보완하는 상권</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>인근 위치한 중고등학교의 재학생</li> <li>개항장 문화지구 방문 관광객</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>20대 주도로 뉴트로 트렌드 지속중</li> <li>'복고여행의 성지'인 개항장 문화지구</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>단순 판매 공간에서 새로운 경험을 제공하는 공간으로 변화하는 오프라인 상가</li> </ul>

## Underground Newtro Complex

복고 감성의 패션을 중심으로 패션상권 차별화  
밀레니얼 세대의 문화적 욕구를 충족하는 문화공간 확충

전체 권역 통합브랜드 구축	뉴트로 패션존 상인교육 통한 MD변화 유도	뉴트로 라이프스타일존 문화공간 확충
<ul style="list-style-type: none"> <li>통합 BI 개발</li> <li>뉴트로 디자인 간판 제작 / 설치</li> <li>지역 축제 시 지하도상가 편집샵 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>맞춤형 컨설팅 및 VMD교육</li> <li>뉴트로 스타일 체험 이벤트</li> <li>지하도상가 한정판 굿즈 제작</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>복합 휴게 공간</li> <li>뉴트로 트렌드와 관련된 음악 문화 공간</li> <li>서브컬처 아트 전시 공간</li> <li>레트로 전문 편집샵</li> </ul>
	<p>뉴트로 VMD 예 - 을지다락</p>	



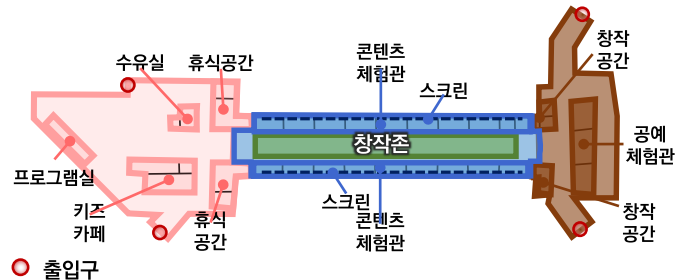
# II. 지하도상가 활성화 계획

## 2. 상가별 MD 개선

### 2) 배다리 지하도상가 기능 전환(안)

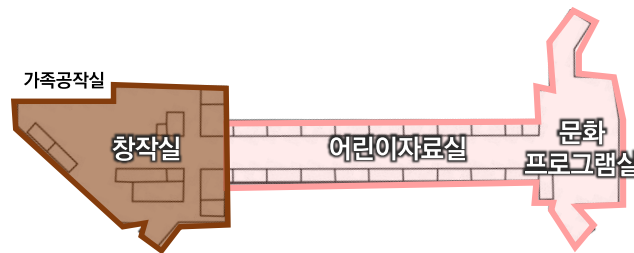
#### 1안\_어린이가 주도해 디자인하는 창작공간

- 3개 구역으로 나눠 프로그램 구성
  - 커뮤니티랜드 : 부모와 자녀가 함께하는 활동 기반의 놀이공간
  - 미디어랜드 : 커뮤니티아트 체험공간
  - 메이크랜드 : 청소년 특화메이커스페이스
- 운영주체 후보
  - 인천문화재단 : 문화예술 공간 운영 전문성
  - 인천테크노파트 : 콘텐츠 육성사업과 연계 가능



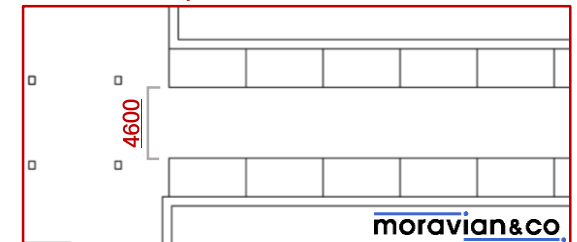
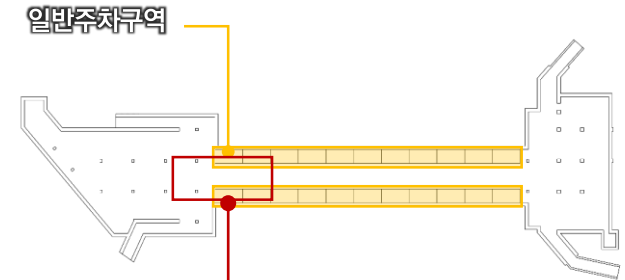
#### 2안\_지역 커뮤니티를 위한 어린이 도서관

- 어린이 전용 커뮤니티 도서관
- 공간 구성
  - 어린이자료실 : 유아, 초등학교 저학년 자료와 학년별 교과 연계 자료 등을 비치
  - 창작실 : 아날로그 메이킹 체험 활동공간
  - 가족공작실 : 자율참여형 메이킹 공간
  - 문화프로그램실 : 체험형동화구연, 독서문화강좌 등
- 운영주체 후보 : 인천광역시도서관발전진흥원



#### 3안\_주차문제를 해소하는 지하주차장

- 주차대수 : 22대 → 사업성 낮음
- 현 구조 유지 시 차량의 일방 통행만 가능
  - 현 구조 상 차도 폭 : 약 4.6M
- [참고] 주차장법시행규칙§6조 구조 설비 기준 : 주차대수 규모 50대 이상인 경우 너비 6M 이상인 2차로 확보 또는 진입차로 진출차로 분리



## II. 지하도상가 활성화 계획

### 2. 상가별 MD 개선

#### 3) 부평역권 지하도상가



지역 분석	고객 분석	환경 분석	경쟁 분석
<ul style="list-style-type: none"> <li>1020세대들이 선호하는 디자인 의류 및 아이템들 집적</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>패션 소비를 위해 지하도상가를 방문하는 목적형 고객 다수</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>패션 관련 온라인 소비의 비중이 높아지고 있는 추세</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>단순 판매 공간에서 새로운 경험을 제공하는 공간으로 변화하는 오프라인 상가</li> </ul>

### 부평 패션 라이프스타일 창조 플랫폼

패션 중심의 상권 경쟁력을 유지 및 강화  
라이프스타일 상품군 확대 및 쇼핑 지원 시설 확충

전체 권역 브랜드 내재화사업 연속 추진	전략 구역 앵커테넌트유치로 경쟁력강화	전체 권역 패션 관련 콘텐츠 운영
<ul style="list-style-type: none"> <li>부평모두물* BI 상가 내부 홍보 연속 추진 <ul style="list-style-type: none"> <li>자체 소셜미디어 개설/ 운영</li> <li>마스코트를 활용한 상가 홍보 요소 도입 (예)쇼핑백 개발</li> </ul> </li> <li>뉴트로 디자인 간판 제작 / 설치</li> <li>고객 대상 참여형 이벤트 추진</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>[부평중앙] 패션 브랜드 유치 기반 조성 <ul style="list-style-type: none"> <li>매장 규모 재조정 : 8㎡ → 40㎡</li> <li>업종 지정 후 입찰공고 진행</li> </ul> </li> <li>[신부평] 친환경 라이프스타일 복합 매장 조성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>패션 큐레이션 서비스 제공</li> <li>플리마켓 진행</li> <li>MZ세대 대상 패션 이벤트 개최 : 스타일링 경연, 고교 패션쇼 개최</li> </ul>

\* 문화관광형육성사업 선정으로 개발된 기존 BI의 네이밍. 기존 BI 홍보사업은 육성사업 종료와 함께 중단됨



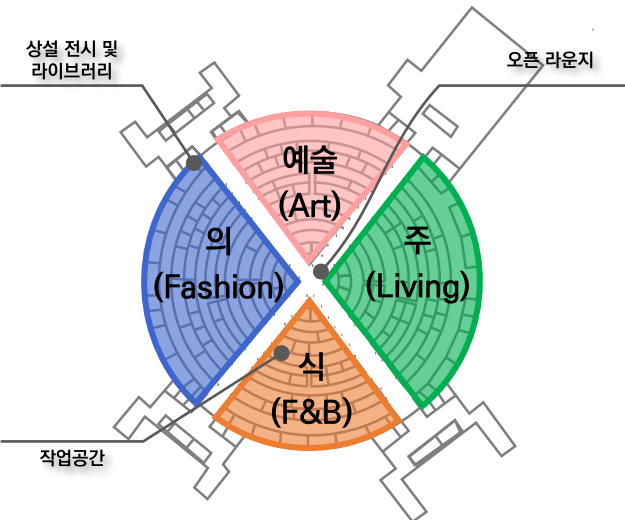
## II. 지하도상가 활성화 계획

### 2. 상가별 MD 개선

#### 4) 부평시장로터리 지하도상가 기능 전환(안)

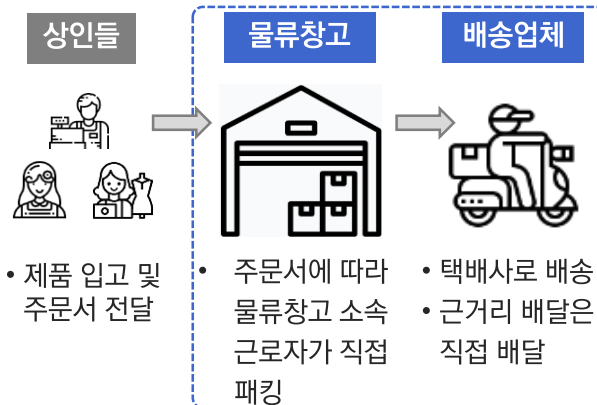
##### 1안\_지역 청년들의 창업 및 공유오피스

- 라이프스타일 관련 청년 창업 공간
  - 의 : 패션산업 창업자 입주 사무실과 작업 공간
  - 식 : F&B산업 창업자 사무실과 공유주방 등
  - 주 : 리빙산업 창업자 사무실과 공예 등 작업공간
  - 예술 : 작가 레지던시, 오픈 스튜디오 및 시민 예술 프로그램실, 매니저 상주 공간 등
- 입주사 인큐베이팅 프로그램 : 멘토링, 정기 경연 프로그램, 협업 프로그램 운영 등
- 운영주체 후보 : 인천테크노파크, 인천창조경제혁신센터



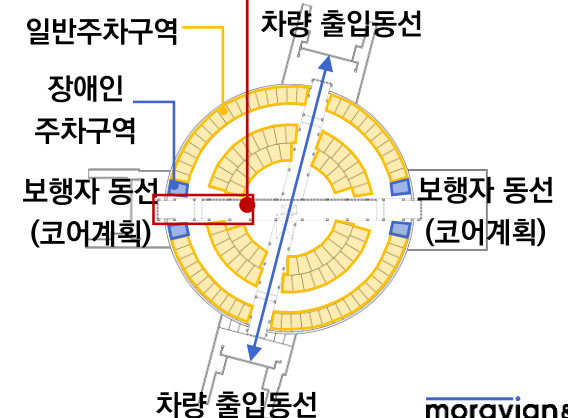
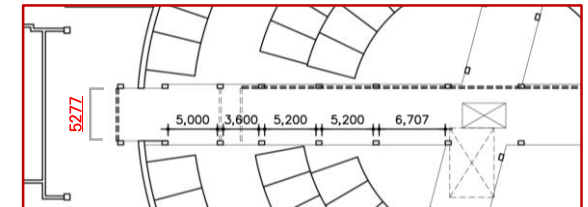
##### 2안\_인근 상권을 위한 물류창고 및 배송센터

- 부평역지하도상가와 전통시장, 문화의 거리 등 인근 상권을 위한 물류창고 및 배송 지원 시설
- 물류창고 : 개별 창고를 임대하고, 온라인 주문 발생 시 창고 직원이 패킹 및 배송 서비스 제공
- 배송 지원 서비스 : 창고 임차인 외에도 온라인 주문 발생 시 창고에 주문하면 패킹 및 배송 서비스 대행
- 규모의 경제를 통한 운송비(택배 수수료) 절감 효과
- 출입구 자동승강장치 설치 필요 : 1개소



##### 3안\_주차문제를 해소하는 지하주차장

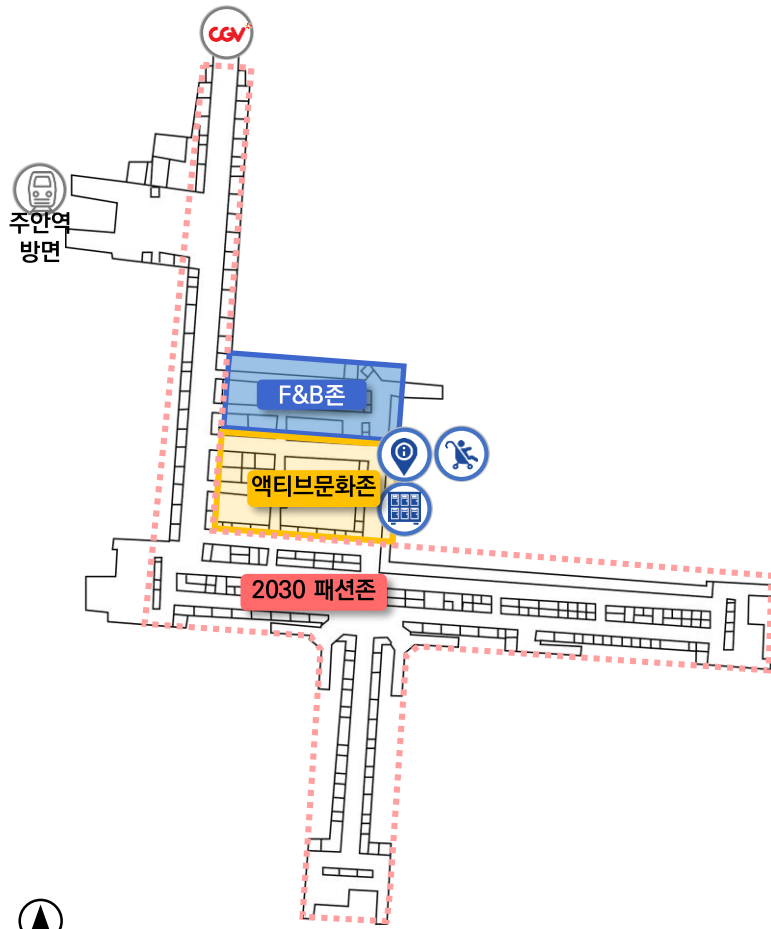
- 총 주차대수 : 120대
- 장애인 주차대수 : 4대
- 현 구조(Span) 유지 시 차로 폭 확보 불가
  - [주차장법시행규칙§6조(구조 설비 기준)] : 주차대수 규모 50대 이상인 경우 너비 6M 이상인 2차로 확보 또는 진입차로 진출차로 분리
  - 현 구조 상 차로 폭 : 약 5.3M



## II. 지하도상가 활성화 계획

### 2. 상가별 MD 개선

#### 5) 주안역 지하도상가



#### 지역 분석

- 원도심 중심상권 기능을 유지하나, 상권의 유희타운화 방지 필요

#### 고객 분석

- 2030세대 젊은 고객이 대다수이며, 이를 위한 콘텐츠 필요

#### 환경 분석

- 젊은 세대들은 공간을 문화와 여가를 보내는 콘텐츠로 소비

#### 경쟁 분석

- 경쟁 시장 대비 낮은 쇼핑 경쟁력 보완 요구됨

## 2030세대 신개념 놀이문화공간

상상력을 자극하는 앵커시설 조성  
F&B존 재활성화로 전체 상가의 MD 다양화 견인

#### F&B존 청년 창업 공간으로 재탄생

- [1인] 지역 맛집들과 제휴해 도제식 교육 운영
- [2인] 메뉴 개발 및 종합 컨설팅 제공



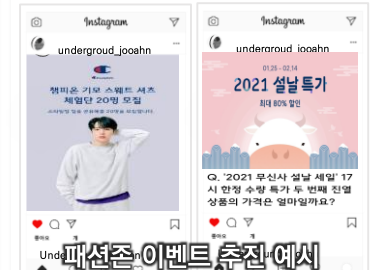
#### 액티브문화존 (오피스 제안)

- [1인] 실내 클라이밍(볼더링 종목)
- [2인] 커뮤니티 도서관 조성
- 공간 조성 및 프로그램 운영 과정에서 'Youth 자문단' 의견 수렴



#### 전체 권역 참여 기반 콘텐츠 운영

- 패션존 : 주기적 이벤트와 지상 문화공간과 제휴 이벤트 시행
- 액티브문화존 : 인증 문화를 활용한 소셜미디어 이벤트
- F&B존 : 맛집 평가단 운영 등



\* 문화관광형육성사업 선정으로 개발된 기존 BI의 네이밍. 기존 BI 홍보사업은 육성사업 종료와 함께 중단됨

## II. 지하도상가 활성화 계획

### 2. 상가별 MD 개선

#### 6) 주안시민 지하도상가



로컬푸드 판매장

지역 분석	고객 분석	환경 분석	경쟁 분석
<ul style="list-style-type: none"> <li>2030세대와 5060 세대를 아우르는 패션잡화 점포들이 고루 분포함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>배후 인구는 20세 ~50세대가 고루 분포하며, 유동인구는 5060세대가 다수</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>주민들이 더 많이 동네 가게를 찾게 하는 '커뮤니티 스토어' 유형</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>메디 &amp; 라이프 상업 시설에 병원, 영화관 등 대형 앵커시설 입점 예정</li> </ul>

### 주안시민 Community Mall

패션/로컬푸드/문화가 어우러진  
우리 동네 복합유통공간

#### F&B존 및 로컬 푸드 매장 조성

[위수탁 계약기간 중]

- 지역 농협 or 로컬푸드 생산자 협동조합과 MOU 체결하여 로컬푸드 무인 판매대 운영

[위수탁 계약 만료 후]

- 로컬푸드 직매장을 유치하여 지하철 이용객, 주민 이용 유도



완주로컬푸드 무인판매대

#### 로컬푸드 문화 프로그램 운영

- 로컬 푸드아트: 주제에 맞게 식재료를 접시 위에 표현하고 프로그램 이후 음식을 나눠먹으며 공감대 형성



푸드아트 예시 작품

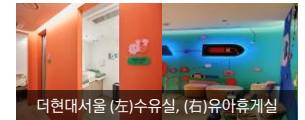
- 푸드 테라피: 푸드 작품을 통해 자신의 마음을 들여다 보며 자기 성장하는 치료 프로그램



푸드테라피 예시 작품

#### 가족 타겟 지원서비스 및 마케팅

- 쇼핑지원 서비스: 아이 중심의 콘텐츠가 있는 휴게공간 및 편의시설 확충



더현대서울 (左)수유실, (右)유아휴게실

- 구매행위가 취약계층에 선순환되는 코즈 마케팅(Cause Marketing) 진행해 커뮤니티 몰로서 기능 강화

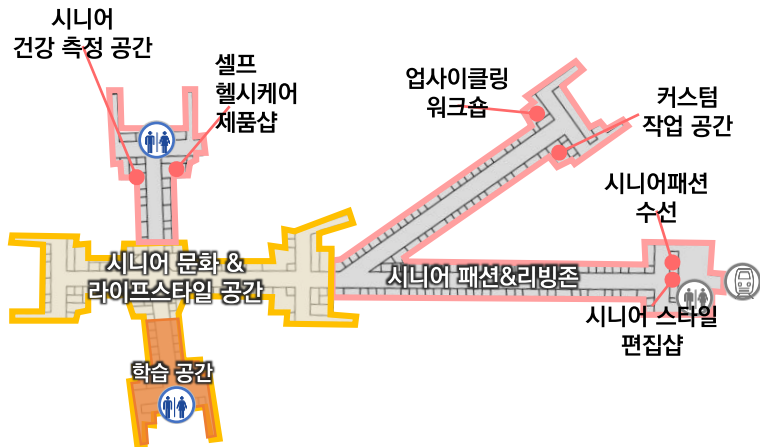
참여 점포 모집 > 현장 이벤트 진행 > 수익금 기부



## II. 지하도상가 활성화 계획

### 2. 상가별 MD 개선

#### 7) 석바위 지하도상가



#### 지역 분석

- 주변 아파트들이 입지하고 5060세대를 타깃으로 한 패션잡화 중심상권

#### 고객 분석

- 거주인구는 고르게 분포하나 지하도상가 주 이용객은 5060세대임

#### 환경 분석

- 사회문화적으로 주체적인 삶을 누리는 액티브 시니어 등장

#### 경쟁 분석

- 생활형 소비시장인 석바위 시장이 위치하여 시장 경쟁력 강화 프로그램 진행

### Active-Senior Lifestyle Complex

\*오파(OPAL)세대를 위한  
생활밀착형 커뮤니티 라이프스타일 공간 구축

#### 시니어 문화& 라이프스타일 공간 전환

#### 시니어 맞춤 문화프로그램 운영



시니어 피트니스

- 실내 체육 공간 : 시니어 체조, 요가, 필라테스, 재활운동 등



F&B / 휴게공간

- 시니어 건강을 고려한 F&B 점포 조성
- 휴게공간을 함께 조성



시니어 뷰티 강좌

- 시니어 뷰티 체험 및 강좌 : 피부관리, 메이크업, 헤어 컬러 등



학습 공간

- 라이프스타일 교육 : 스마트폰 활용 교육, 음악 치료 등
- 경력개발 교육 : 바리스타, 크리에이터 등



커뮤니티 공간

- 시니어 문화이벤트 공간
- 취미 공유 커뮤니티 공간
- 실버 아카이브 : 지역 시니어 이야기 전시



업사이클링 워크숍

- 업사이클링 워크숍
- 커스텀 작업실 : 시니어 소지품을 취향에 맞게 꾸미는 공간



시니어 스타일 편집샵

- 시니어 맞춤형 아이템을 모아놓은 편집샵 : 패션의류, 소품, 액세서리, 화장품 등

\*오파세대: Old People with Active Life의 줄임말로 은퇴 후 적극적인 삶과 여가활동을 즐기는 5060세대

## II. 지하도상가 활성화 계획

### 2. 상가별 MD 개선

#### 8) 제물포 지하도상가



#### 지역 분석

- 과거 만남의 장소 역할을 수행했으나 현재 청소년을 위한 문화 공간 수 부족

#### 고객 분석

- 인근 거주 중고등학교 생 유동인구가 많음

#### 환경 분석

- 취향중심, 자기표현, 가성비 등 10대 청소년들의 소비트렌드

#### 경쟁 분석

- 10대 청소년 패션 중심지인 부평역이 높 이 공간의 역할 수행

### UnderStreet Jem:Y

10대 청소년들의 자유로움을 발산하고,  
재미를 발견할 수 있는 복합문화공간

#### 청소년이 기획, 운영하여 꿈을 실현하는 공간

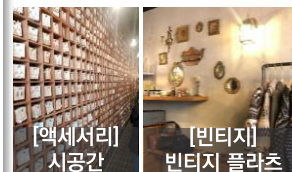
- 커뮤니티 및 크루 선발 및 관리
- 창작활동 관련 전문 교육 및 컨설팅
- 청소년 대상 경연 대회 참가 지원 및 인플루언서 주도형 경연 콘텐츠 기획



경연 대회 참가 지원

#### 청소년의 일상이자 쇼핑 공간

- Y street: 식음료, 잡화, 액세서리, 빈티지 의류 잡화 등
- M street: 문화시설(즉석 사진, 무인코인노래방, 오락실 등)
- J street: 화장품(로드샵), 패션잡화, 액세서리류(휴대폰, 의류 등)

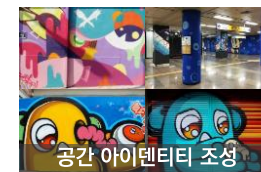


[액세서리] 시공간

[빈티지] 빈티지 플라츠

#### 스트리트 감성의 문화/예술 공간

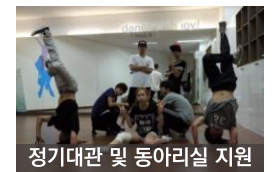
- 지역 작가와 연계하여 어반/ 스트리트아트 공간 아이덴티티 개발
- 스트리트 문화 페스티벌 기획



공간 아이덴티티 조성

#### 다양한 취향을 공유하는 커뮤니티 공간

- 연습 공간 정기 대관 및 동아리실 지원
- 크리에이터 교육 프로그램 기획
- 오프라인 커뮤니티 활성화



정기대관 및 동아리실 지원

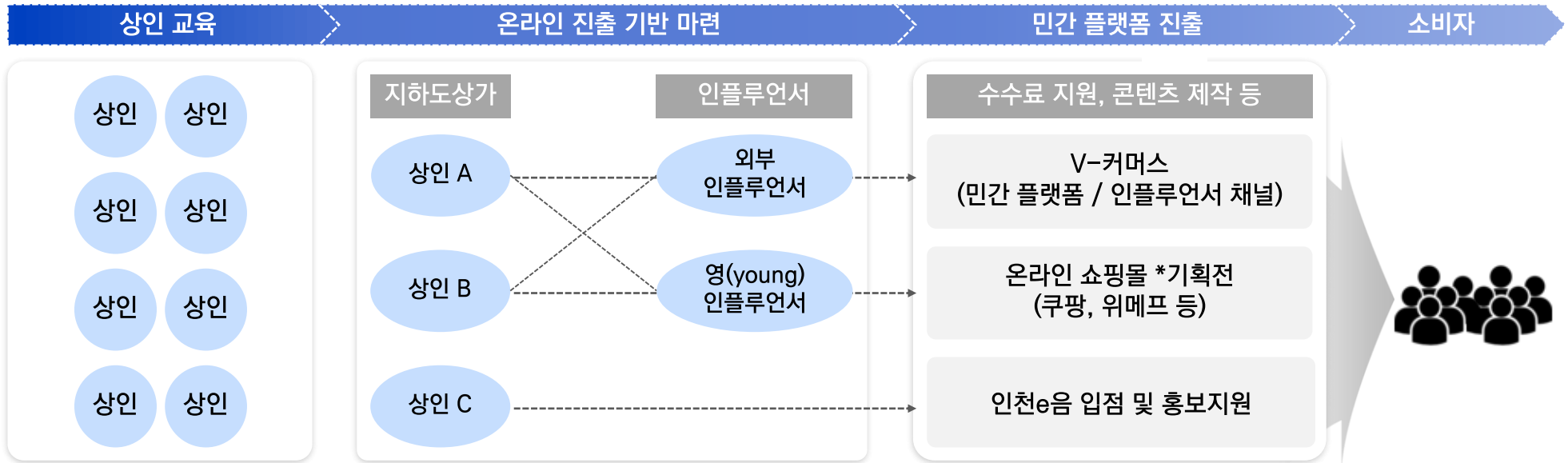


## II. 지하도상가 활성화 계획

### 3. 온라인 진출 지원

#### 1) 민간 플랫폼 진출 지원

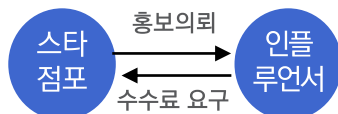
- 온라인 역량 강화 교육과 연동하여 부평권 지하도상가의 온라인 플랫폼 진출을 우선적으로 지원하되, 장기적으로 지하도 상가 상인들의 전반적인 온라인 판매 역량강화를 지원할 수 있도록 함
- 초기에는 온라인 역량이 없는 상인들이 인플루언서들과 온라인 진출을 하도록 지원하지만 장기적으로 온라인 역량을 자체적으로 갖추도록 함



#### 협력 주체 (Cooperation Partners)

##### [ 마이크로 인플루언서\* ]

지역 기반으로 활동중인 패션 관련 인플루언서  
\*100명~수천명에 이르는 구독자를 보유한 개인 인플루언서

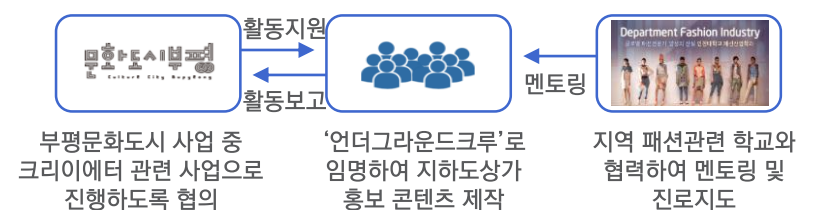


##### [ 지하도상가 상인 ]

상인교육을 통해 지하도상가 상인들이 직접 라이브커머스를 운영하도록 함



##### [ 영 인플루언서 ]



## II. 지하도상가 활성화 계획

### 3. 온라인 진출 지원

#### 2) 인천e음 연계 방안

- 지하도상가 상인의 인천e음 입점을 지원하며, 상가 활성화사업과 연동함

#### 입점 준비 단계

##### [1. 상인 대상 입점 홍보]

- 인천 지하도상가 상인 타깃으로 기존 홍보 채널(인천시 블로그, SNS 등) 및 현장 홍보를 통해 인천e몰 모집 공고 홍보



##### [2. 상인 입점 교육]

- 인천 지하도상가 상인의 인천e음 입점을 위한 인천e음 안내 교육 진행
- QR코드를 활용한 간편 결제 시스템, 상세 페이지, 사진 촬영 교육
- 오프라인 교육과 점포 운영으로 참석하기 어려운 상인들을 위한 온라인 병행 진행

#### 입점 단계

##### [1. 인천e음 내 지하도상가 홍보]

- 인천e음 사용자를 타깃으로 자치구 카테고리별 배너를 게시하여 지하도상가 내 인천e음 결제 서비스 이용 홍보



##### [2. 상품 등록 지원]

- 인천e음 상품 등록이 어려운 상인에게 상품 등록 서비스 지원
- 운영방식
  - 1) 전문 업체 외주
    - 전문 운영사와 용역 계약 체결
  - 2) 지역 작가 섭외
    - 지역 내 사진 작가와 협업하여 상세페이지 제작 및 사진 촬영 제공

#### 운영 단계

##### 초기 운영 단계

##### [1. 지하도상가 할인]

- 일정기간 동안 기초자치단체 카드와 연동하여 추가 캐시백 혜택 제공(미추홀e음카드, 부평e음 카드, 남동e음)

##### [2. 상가별 문화 프로그램 홍보]

- 상가별 진행되는 문화프로그램 정보 게시(ex. 동인천 북콘서트, 주안역 실내클라이밍 체험 등)

##### 안정화 운영 단계

##### [1. 지하도상가 전용 카테고리]

- 인천 지하도상가에서 추가 캐시백 혜택 기능이 추가된 카드 발급 및 인천e음몰 내 지하도상가 전용 카테고리 제작

##### [2. 상가별 기획전 운영]

- 인천e음 운영사와 협의를 통해 상가별 기획전 진행(ex. 동인천권역 레트로스타일 기획전)

##### [3. 지하도상가 배송 서비스 운영]

- 인천e음 내 배송 서비스 적극 활용

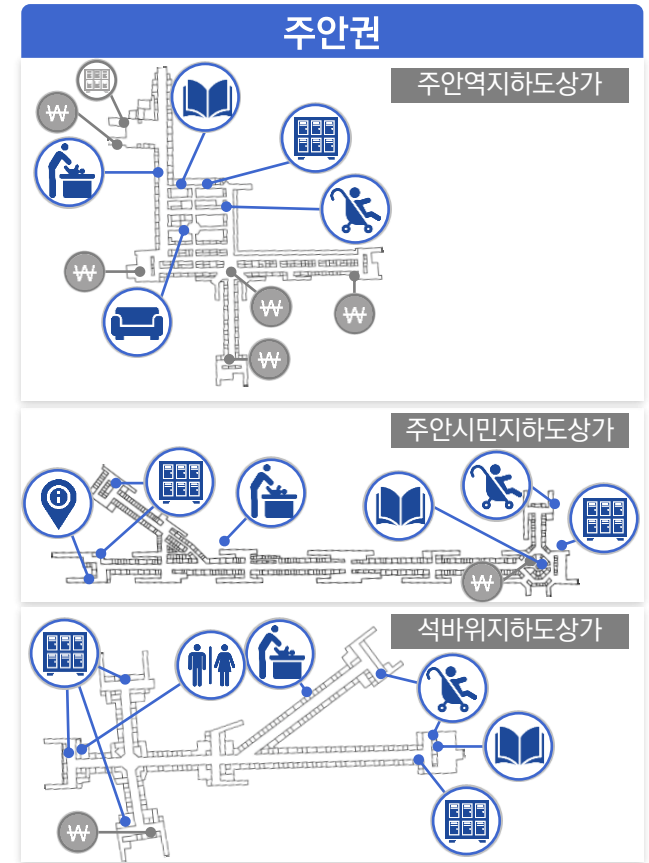
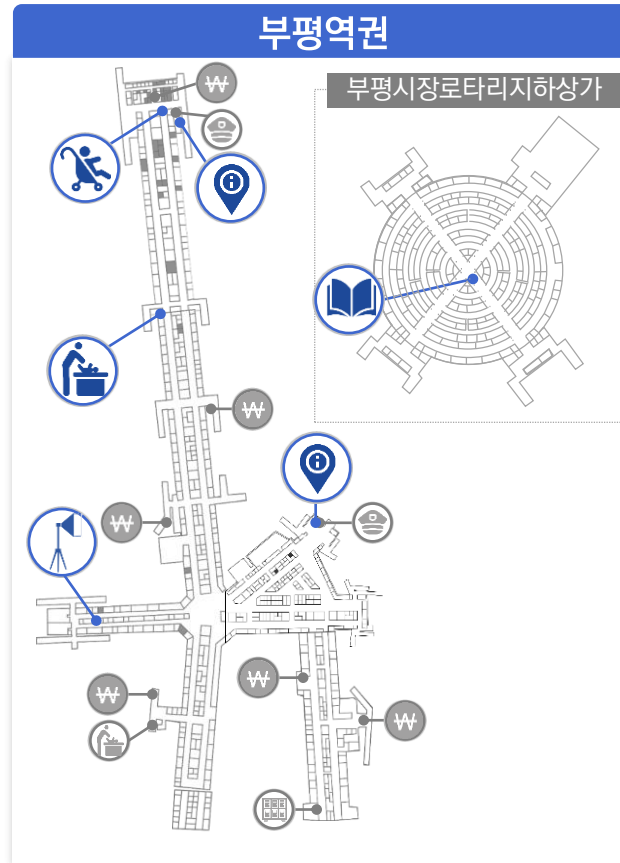
## II. 지하도상가 활성화 계획

### 4. 물리적 환경 개선

#### 1) 편의시설 및 쇼핑 지원시설 확충

• 장기적으로 편의시설을 확충하되, 관리 운영비용이 발생하는 부분은 되도록 무인으로 관리 가능한 형태로 제안

- 1) 키오스크 (무인 인포메이션) 설치로 매장 찾기 지원
- 2) 무인 도서관/대출기 설치로 저렴한 비용으로 문화공간 조성 및 방문목적 발생
- 3) 상인 모임 공간을 동아리 모임 공간으로 지역사회에 제공하여 방문목적 발생 시키기



물품 보관함



유모차 대여



고객센터



수유실



쉼터



현금지급기



관리사무소



화장실



무인도서관 / 도서대여기



스튜디오



기존 편의시설



신규 편의시설

## II. 지하도상가 활성화 계획

### 4. 물리적 환경 개선

#### 2) 점포 규모 조정

- 쇼핑 환경 변화에 따라 구매 경험 만족도를 높이기 위해 소형 점포에서 벗어나 중형 규모의 점포로 확대가 필요함.

#### 인천지하도상가 점포 현황

##### [소형 점포 중심의 지하도상가]

- 지하도상가 내 점포는 평균 8m<sup>2</sup> 정도인 소형 점포가 대다수임
- 협소한 점포 규모에 따라 동선이 제한되어 있어 쇼핑 만족도가 낮음
- 상품 진열과 상품 보관의 기능을 같이하고 있어 VMD 수준이 낮음
- 고객의 쇼핑 만족도 향상 및 VMD를 개선시키기 위한 지하도 상가 내 점포의 규모 조정 필요

#### 개별점포의 경쟁력 강화 필요



동인천지하상가 점포 VMD 현황

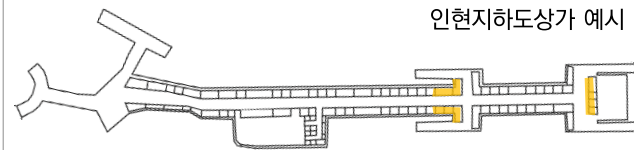


'본' 갤러리아 광고점 VMD

#### 개선방안

##### [1안: 상품보관 창고존 조성]

- 상가 내 일부 구역을 상품보관 창고로 만들어 개별 점포의 부족한 공간 문제를 해결하여 VMD 역량강화, 상품 경쟁력 강화에 기여
- 유동인구가 적은 출입구 주변으로 창고를 조성하여 쇼핑 환경 개선



인현지하도상가 예시



서울 이수역 물품보관용 창고

##### [2안: 지하도상가 내 중형 점포 확보]

- 소형 점포 4~5개를 연결한 중형 점포를 조성하여 공간의 개방성 확보
- 점포내 상품 보관실, 디스플레이 공간 등 부가 시설 확보하고 일부 스타성 있는 점포를 성장시킬 수 있는 기반 마련

인현지하도상가 예시



수원역 원더플레이스

## II. 지하도상가 활성화 계획

### 5. 지상과의 연결 강화

#### 1) 중단기 과제

\* 중요도 순 나열

##### 자동승강장치 설치

- 위수탁계약 만료 시 자동승강장치 확충 설치
- 동인천 지하도상가 설치(안)



엘리베이터



에스컬레이터



휠체어 리프팅

##### 출입구 시인성 제고

- 이미지 개선을 통한 자연스런 동선 유도
  - BI를 활용한 디자인
  - 시민 참여형 디자인(출입구 벽면 적용 가능)
- 정보 전달을 통한 목적형 방문 유도
  - 판매 제품을 시각화한 간판 디자인 적용
  - 할인 등 시즌 이벤트 정보 제공 패널 부착



##### 지하철역과 통합 번호 체계 구축

- 지하철역과 지하도상가의 출구번호 체계 이원화 문제 해결
- [1안] 순차적인 번호 부여 (예) 1,2,3,...10
- [2안] 지하철역과 인접한 출구 기준으로 부분 부여 (예) 1,1-1,1-2,2,3,...,10
- 관련 연구용역 후 지하철역 관리운영 기관과 협의





## II. 지하도상가 활성화 계획

### 5. 지상과의 연결 강화

#### 2) 주변 개발 수요 발생 시 연결통로 확충

- 현재 인천광역시 지하도상가는 상업시설로 연결된 상가가 3개소에 불과함 (석바위 6번 출구 인접 상가/부평중앙 21번 출구 인접 상가/ 부평역 14번 출구 인접)
- 반면 서울특별시 지하도상가는 상업시설/문화시설/업무시설 등 다양한 유형의 건물들과 직접 연결되어 상가 활성화에 기여하고 있음

#### 도입 대상

##### 공공/문화시설

- 공공시설 혹은 공익적 성격의 시설이 도입될 시 연결통로 건립 추진
- 주민편의시설을 해당시설과 함께 조성할 수 있을 것으로 기대됨

##### 상업시설

- 집객력이 높은 상업시설을 선정하여 연결통로 제안
- 높은 유동인구를 발생시킬 수 있으며, 해당 상업시설과의 연계된 사업추진이 가능함

##### 업무시설

- 일정규모 이상의 업무시설(빌딩)에 연결통로 제안
- 해당건물 근로자들을 대상으로 한 식음료 판매, 업무지원 기능의 상업시설 활성화 기대

#### 도입 방법

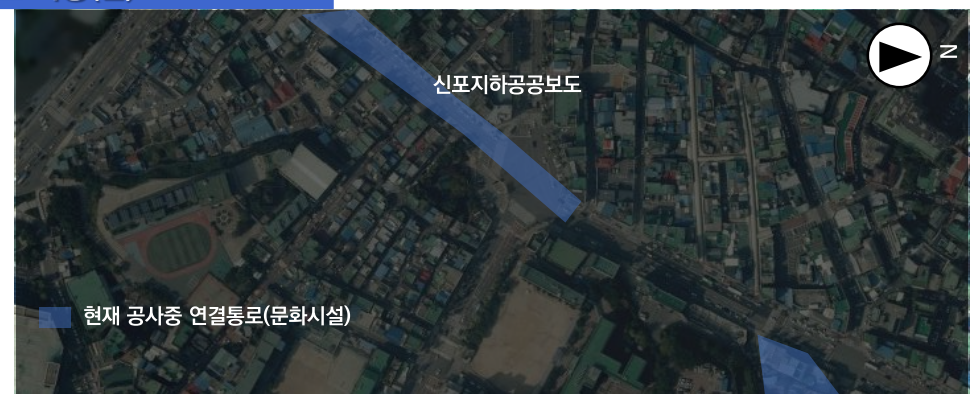
##### 기존 시설

- 기존 시설 중 연결통로 도입시 기대효과가 명확한 건축물을 대상으로 제안
- 규모, 집객능력, 진출입로와의 거리 등을 중심으로 평가
- 소요되는 사업비 중 감면 가능한 부분이 있는지 사전에 관련 부서 검토 필요

##### 신규 건립

- 사전에 연결통로 건립시 파급효과가 클 대상지를 선정하여 관리
- 해당지역에 신규건립사업 승인과정 중 연결통로 건립을 제안
- 승인절차 간소화, 용적률 완화 등 제공할 수 있는 이점을 사전에 정리하여 해당 사업체에 제안

#### 연결통로 확충(안)



### III. 운영 조직

#### 1. 인천시설공단

##### 1) 필요성

- 향후 점포 사용허가가 시설공단-개별 점포로 일원화되어 상가를 관리하는 수탁법인이 부재함. 한편 새로운 상인공동체 형성에는 시간이 소요됨
- 이에 따라 시설공단의 역할이 시설관리 업무에서 상권활성화 실무를 지원하고, 상인회와 함께 거버넌스를 구축하는 허브 역할을 수행할 필요성 제기됨

##### 2) 조직 개편(안)

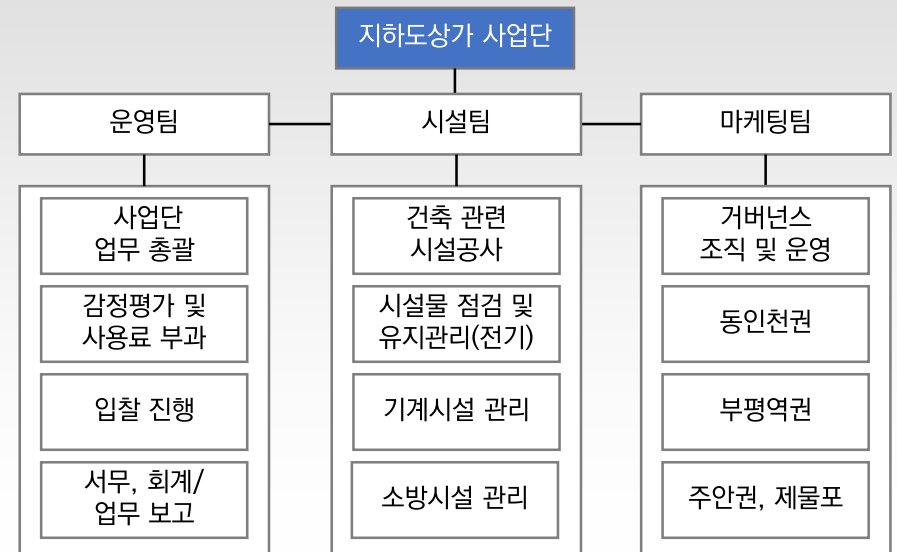
###### 변경 전 조직 구조

- 지하도상가 업무는 상가주차사업단 내 단일팀으로 운영중
- 세부 업무는 업무별 담당자 1인 체제로 운영



###### 변경 후 조직 구조

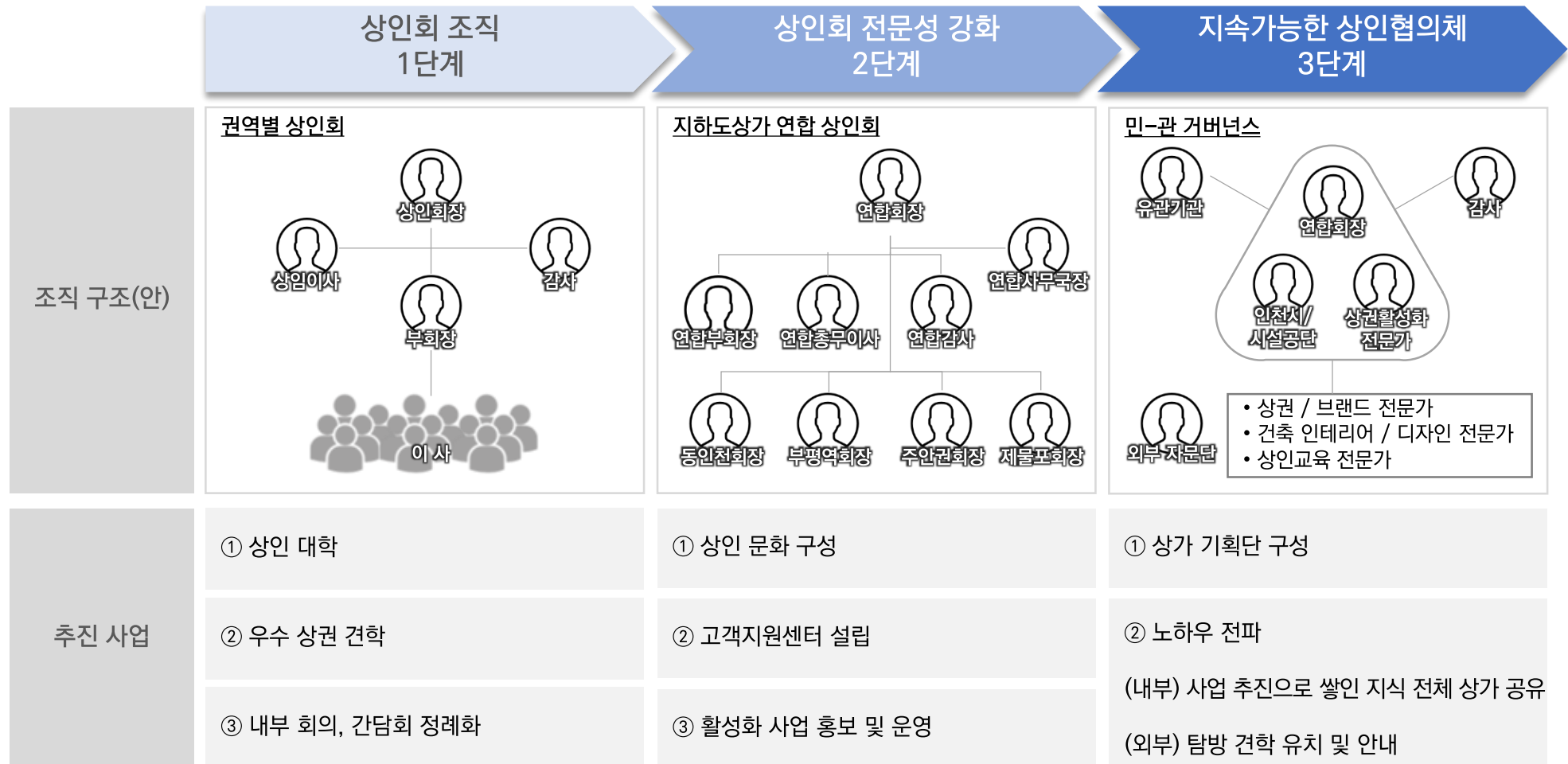
- 지하도상가 조직 승격 : 지하도상가팀 → 지하도상가 사업단
- 업무별 팀 조직해 상가 관리 운영의 전문성 제고
- 마케팅팀은 각 권역별로 담당자 조직해 활성화 사업 추진














### III. 운영 조직

## 2. 상인 협의체

### 1) 단계별 상인 협의체 구축 모델



## Ⅳ. 단계별 추진 로드맵

단기(2022년)	중단기	중기(2025~2029년)				장기(2030년 이후)		
'22	'23~'24	'25	'26	'27	'29	'31	'33	'37
배다리 계약 만료 (‘21.11월)	-	새동인천/인현/ 신부평/부평중앙/ 주안역/석바위 계약 만료	부평시장 계약 만료	동인천 계약 만료	부평역/신포 계약 만료	중앙로 계약 만료	주안시민 계약 만료	부평대야 계약 만료
 권역별 컨셉에 따른 상인 교육 설계 및 운영	 공실(빈 점포)을 활용한 팝업 매장, 이벤트 매장 등 운영	 패션 일변도의 상품을 탈피하기 위한 라이프스타일 앵커 시설 (업체) 유치				 상가 전체의 브랜드 가치에 대한 제고를 위한 운영전략 도입과 내부 규정 확립		
	 패션 관련 인플루언서들을 활용하여 패션상권 위상 유치	 패션 관련 사회적 기업 등 지역 내 주체들을 통해 패션 관련 장소성 강화, 체험 및 교육 공간 등 조성				 상가 활성화를 위한 연간계획 수립 (이벤트, 축제, 패션쇼, 연말/연초 행사 등)		
 배다리 지하도상가 신규 공간 조성	 패션 관련 이벤트로 패션 관련 장소성 확보 방안 제고	 일부 공간을 공동판매장 및 이벤트 공간으로 조성				 공동 브랜드 규정, 공동 브랜드 대표 상품 개발 등		

## V. 연차별 예산(안)

단위 : 백만원

		'22	'23	'24	'25	'26	'27	'28	'29	'30	'31	'32	'33	'34~'36	'37	
		배다리 (21.11월)	-	-	새동인천/인 현/신부평/부 평중앙/주안 역/석바위	부평시장	동인천	-	부평역/신포	-	중앙로	-	주안시민	-	부평대아	
전 체	상인교육	195	195	195	195	135	135	125	125	105	105	95	95	85	75	
	상인조직화	-	-	10	70	70	80	80	100	100	110	110	120	120	130	
	온라인 진출 지원	30	30	30	100	60	60	60	60	60	100	100	100	100	100	
	공단 신규 인력(4명)	224	224	224	224	224	224	224	224	224	224	224	224	224	224	
상 가 별	동인천권	통합BI개발	-	-	30	35	-	22	-	30	-	30	-	-	-	
		MD개선	-	-	115	-	15	-	25	-	25	-	-	-	-	
		행사 이벤트	50	50	50	50	100	100	100	100	100	150	150	150	150	150
		진출입 연결 강화	-	-	-	-	-	-	-	2,000	-	-	-	-	-	-
	배다리	공간 조성(어린이 도서관 리모델링)	2,050	205	205	205	205	205	205	205	205	205	205	205	205	205
	부평역권	브랜드 내재화	20	20	20	20	50	50	50	20	20	20	20	20	20	20
		MD개선	-	-	136	15	-	-	55	-	-	-	-	-	30	-
		행사 이벤트	-	-	-	-	20	20	120	120	120	120	120	120	120	120
		출입구 개선	-	-	-	200	-	-	-	200	-	-	-	-	-	100
	부평시장로터리		-	-	-	-	1,000	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	주안역	청년창업자 교육	-	-	108	20	20	20	-	-	-	-	-	-	-	-
		시민 조직	-	-	10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
		MD개선			60	674	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
	석바위	MD개선	-	-	40	2,574	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
		화장실 확충	-	-	-	1,540	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		행사 이벤트(전시)	-	-	-	63	-	-	63	-	-	63	-	-	63	-
		진출입 연결 강화	-	-	-	1,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	주안시민	편의시설	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	-	-
		진출입 연결 강화	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,000	-	-
		행사 이벤트	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
총 계		2,599	754	1,263	8,020	2,501	2,618	1,809	2,886	1,661	2,829	1,726	1,756	1,819	1,826	