

자치구경제이슈

- 「용산전자상가 발전 10개년 계획」을 통한 지역경제 활성화
최오근(용산구청 생활복지국장)

「용산전자상가 발전 10개년 계획」을 통한 지역경제 활성화

최오근
용산구청 생활복지국장
yjy@yongsan.seoul.kr

추진배경 및 목적

○ 추진배경

- 1980년대 형성되기 시작하여 오늘날 국내는 물론 국제규모의 전자제품 전문 상권으로 성장한 용산전자상가는 IMF 사태 이후 장기불황 및 서울·수도권 일원 경쟁상권의 대두, 전자상거래 및 신업태의 등장, 다양한 고객욕구에 부응하지 못하는 시장 공간·시설 및 서비스의 낙후 등으로 2000년 이후 지속적이고 심각한 침체국면에 돌입해 있음
- 따라서 국내 최고 전자유통 및 R&D벤처 국제허브라는 미래비전에도 불구하고 용산전자상가의 상권활력 상실은 새로운 시대가 부여하는 막대한 사업적 기회 상실을 의미함
- 사업적 기회의 상실은 곧바로 시장주체의 손실로 나타나고 있으며, 중·장기적으로는 지방화시대 지역경제의 침체이자 IT부문의 시장화 수단 상실로 국민경제의 부담으로까지 파급된다는 점에서, 상권침체를 타개하기 위한 용산전자상가 전반의 근본적인 활성화 대책이 요구됨

○ 추진목적

- 상권 재구축에 대한 시장주체의 요구 반영 및 용산구의 정책의지 강화에 의해 「용산전자상가 활성화 추진계획」¹⁾을 통하여 용산전자상가를 명실상부한 국제·국내 「IT유통의 메카」로서의 명성을 되찾아 지역경제 활성화를 기하고자 함

1) 2005년 2월 용산전자상가 활성화 추진단 위원회 승인, 3월 구청장 방침 하에 현재 추진 중인 사업임

용산전자상가의 기본 현황

- 현재 6개 시장회사가 상가를 임대하거나 관리·운영중이며, 부지면적은 90,285㎡, 건물연면적은 260,503㎡, 건물동은 24개동, 점포는 5,296개소임
- 또한 소유구조에 따라 점포 전체를 상가회사가 소유하고 있는 상가(나진산업·서울 전자유통·용산관광버스터미널), 상가회사 소유와 개별 소유가 혼재한 상가(원효전자상가), 개별 점포별로 소유주가 있고 상가회사는 단순 관리회사 성격의 상가(선인피앤엠·전자타운)로 구별됨
- 경기침체 및 새로운 유통환경의 대두로 어려운 상황에 직면함
 - 국민경제가 IMF 사태의 후유증을 거의 극복한 2000년대 초부터 오히려 불황의 터널로 진입해 2004년 12월 현재 상권의 전반적인 침체가 계속되고 있는 상황으로 연간 10조원을 상회한 매출액이 6조 원대로 하락 추정됨
 - 또한 온라인 마켓, 가격비교사이트, 지역거점 대형 전자쇼핑몰 등장 등 새로운 유통 환경에 직면함
 - 따라서 경쟁 환경에서 살아남고, 시장침체를 벗어나기 위해서는 기존의 노후화된 시설과 상거래 시스템의 획기적인 개선이 불가피한 상황임
- 용산전자상가는 내부도로망인 용호로를 축으로 동서 840m, 남북 340m에 걸쳐 전자상가 집적단지를 형성하고 있어, 지정·지경학적 입지성은 양호하나 철도단절로 접근성을 개선해야 할 필요가 있음
- 2004년 10월 용산민자역사내 개장한 「아이파크몰」은 용산전자상가에 상승효과로 인한 상권 전체의 활성화 가능성과 지역 전체 개발추진 잠재수요의 획기적 증가 등 긍정적인 영향을 미칠 수 있으나 용산전자상가와 직접적으로 업종·기능이 중복 되며, 상대적으로 시설 또한 우수하여 가격경쟁력을 유지하지 못할 경우 상권을 잠식당할 가능성이 있음

추진방안

- 시장외부환경과 내부구성요소에 대한 조사·분석, 미래예측, 평가 등을 통해 상권 재도약을 위한 기본전략 및 부문별 실행프로그램을 수립·구축함

- 시장주체의 애로 해소 및 직·간접의 종합 지원대책을 준비함과 아울러 용산구 정책 판단 기준과 활성화 추진단·시장주체·이해당사자 등의 실무지침을 제시, 장기적인 발전방안을 마련함
- 계획기간 및 사업기간은 2005~2014년(10년간)으로 하고, 목표연도는 2014년임
- 참여범위는 용산구 6개 상가회사와 진흥조합(입점주)이며 관련기업, 전대자, 지역 관계자, 전문가, 일반투자자(향후 수익모델 구현시)가 참여 대상임

물적구조 개선방안

- 실현가능성에 1차 중점을 두고자 하며, 비용발생이 있는 경우 수익자 부담원칙에 따른 배분을 대책수립의 기본방향으로 함
- 현행 법·제도상 수용이 어려운 경우에는 실행가능한 범위의 대안과 해결방안을 제시하여 시장주체, 지역주민, 용산구, 서울시의 미래지향적 상생을 도모함
- CORE 빌딩을 개발함
 - 물적구조 혁신을 위한 전면투자가 어려운 상황에서 중앙집객점 및 투자 기폭제 역할을 할 수 있는 대표건물을 시장주체 공동으로 시범 투자하여 확보함에 개발의 의의가 있음
 - 위치는 현 나진 12·13동으로 하며, 시장의 물적구조 개선 및 이미지 쇄신에 기여할 수 있는 랜드마크로서의 기능과 전자랜드 - 관광터미널 - 선인 - CORE빌딩으로 민자 역사와 대응하는 기능을 하도록 하며, 매장 외에 시장활성화를 위한 정보·커뮤니티 센터 및 스크린·전광판 설치하여 활용함
 - 상가 물적구조 개선의 상징이자 시금석이기 때문에 도시계획시설 해제나 공공지원 등의 옵션(급부)없이 나진 및 상가회사들이 반드시 구현해야 할 사업으로 일관하여 추진함
 - 나진 및 시장관리기구가 결정하는 경우 상가회사의 공동참여를 도모하고, 도시계획시설 인센티브를 부여할 경우 전자랜드·관광터미널·원효는 새로운 상가구역내(용호로 남측)에 투자 대상 건물이 없으므로 코어빌딩에 대한 공동투자 의무화를 검토함
 - 도시계획시설 해제, 중앙주차장의 제공 등에 대한 용산구청의 역할을 평가하여 관리 기구 투자지분을 할애, 개발이익 일부의 공익화를 구현함
- 상징조형탑을 설치함
 - 상징조형물과 실용기능(첨단전광시설·만남의 장소)을 복합하여 코어빌딩 - 이미르 광장과 함께 중앙집객점 역할을 담당토록 하는데 설치 의의가 있음

- 최대한 많은 지점으로부터 시각적 인지가능한 지점인 중앙주차장 진입부(중앙주차장과 동선 연계)에 위치하게 함
 - 공개공모에 의한 일정 수준이상의 작품성(비디오 아트) 확보를 통하여 작품을 제작하고, 시장관리기구가 광고권 운영 및 상업시설을 관장하여 관리·운영하게 함
- 디지털스크린과 루미나리에(Luminarie)를 확충함
- 수익모델을 가질 수 있는 디지털스크린은 이벤트광장 설치 및 관리·운영체계의 일환으로 추진하여 외부자금 유치 및 광고권 부여 등을 통해 자금을 조달함
 - 루미나리에는 역량 한도내에서 관리기구가 주관하거나 상징조형탑 사업(외부자금유치)의 일환으로 추진함

시장인프라 확충부문

- 물적구조면에서 유기적인 활성화 대책이 수립되기 위해서는 상가시설은 물론 이들 시장인프라에 대한 분석·평가가 병행되어야 함
- 중앙주차장(e-mir 중앙광장) 활용이 가능할 경우 상가기획 판매점 등 주차장을 직접 이용할 수 있는 프로그램들을 수용하고 PC 조립대회, 신제품 전시회 등을 구상하여 활성화를 추진함

시장지원환경 조성부문

- 시장활성화에 유리한 상가의 위상 강화와 관련 국가제도, 향후 발전연계요소, 도시계획 사항 등을 체계화하고 실무적 추진대책을 강구하여 시장 지원환경을 조성함
- 「지역특화발전특구에 대한 규제특례법²⁾상의 특례활용과 상가 위상강화를 위한 특구지정추진방안으로써 재정경제부 주관의 지역특화발전특구 지정을 추진함
 - 용산전자상가가 산업자원부의 「중심시가지상권 활성화 사업³⁾ 시책 취지에 부응하는 성공모델의 위상을 확보할 수 있도록 금번 활성화대책을 활용한 관련 사업계획을 수립(산자부와 사전조율)하고 정부지원사항에 대한 체계적 요구조건을 마련하여 산

2) 2004년 3월 22일 개정, 2004년 9월 23일 시행

3) 2004년 6월 산업자원부가 수립한 제2차 유통산업발전기본계획(2004~2008년)은 4대 중점추진 과제중 하나로 “중소유통업의 구조개선지원” 분야를 설정하고 4개 시책구상을 제시함. 이의 4개 시책중 “중심시가지상권”과 “상점가진흥조합”은 용산전자상가에 직접 해당되는 시책이라고 볼 때, 지자체나 시장주체 입장에서 용산전자상가 활성화를 국가계획과 연계하여 추진할 수 있는 근거가 됨

업자원부가 수립한 중심시가지상권·상점가진흥조합 활성화사업에 참여함

- 관광특구와 면세점은 일반이 인식하는 것처럼 탁월한 관광객 유인효과가 있다거나 지정에 따른 정부지원을 기대할 수 있는 제도는 아니지만, 관광특구의 경우 문화관광부가 새로운 지원제도를 준비중에 있고 지역의 관점에서 이태원 관광특구와 쌍벽을 이루면서 관광진흥 및 방문객 유인을 도모할 수 있는 전략이 가능하다는 점에서 면세점 사업과 함께 필요시점에서 활용할 수 있는 추진방안을 점검해 두고자 함
- 또한 개별 점포단위로 이루어지는 면세판매장 활성화를 위해 관리기구에서는 이에 대한 충분한 정보를 준비하고, 문의시 안내·지도하며 향후 국제업무단지 개발을 통하여 외국인관광객이 일정수준 이상이 되면 관리기구 차원에서의 대응방안을 마련함

단계별 추진계획

○ 사업준비기 (2005년)

- 사업추진에 필요한 기본·필수여건의 점검 및 준비단계로 용산전자상가 활성화추진단을 설립하여 10개년 계획에 입각한 활성화 실행대책을 합의함
- 현재 용산전자상가 활성화 방안의 일환으로 중앙주차장 개선방안 추진 중이며 전자상가내 우수지를 복개하여 주차장으로 사용하고 있는 5개의 중앙주차장을 서울시와 협의, 용산구로 이관하기로 최종결정함
- 이관에 따른 감정평가사를 선정하여 평가 중이며, 그 결과에 의거 용산구에서 서울시에 부담할 금액이 결정 될 예정임
- 또한 주차장이 이관될 경우 1층은 주차장으로 이용하면서 데크 등을 설치하여, 2층에 젊은 소비층을 유인할 수 있는 광장 및 체육시설 설치 가능여부 등을 법적으로 검토함

○ 기술확보기 (2006~2007년)

- 상가 활성화 대책 추진에 필요한 기초 환경 확보단계임
- 주차장·부대시설 관리·운영방향 서울시와 협의, 미관종합계획, 중앙주차장 데크 설치 및 본격 활용, 상가회사 투자 계획이 있음

○ 상가부흥기 (2008~2010년)

- 각종 활성화 대책의 추진 효과 가시화 단계로서 상징조형탑·코어빌딩을 완공하고 도시계획시설 변경결정과 확대투자를 계획함

- 활성화추진단의 개편 방안으로 (주)이미르로의 수익사업 참여를 검토함
- R&D 복합기 (2011~2013년)
 - R&D벤처생태계 조성과 배후 대블럭 개발 실현 단계로 테스트베드 기능을 활용한 유통·벤처의 신입태를 구축하여 고부가가치를 창출함
 - 용호로 북측 상가구역 본격 개발하는 배후 대블럭 지구단위계획을 실현함
- 상가성숙기 (2014년 및 그 이후)
 - 상권의 국제허브 진입 및 관리기구 수익모델 완성 단계임
 - 국제업무단지 - 민자역사 - 전자상가의 국제전자유통 허브역량 및 실행을 지향하며 관리기구의 시장발전을 위한 자체순환 투자, 벤처생태계 성숙을 도모함

사업파급효과

- 용산전자상가 활성화에 따른 사회·경제적 파급효과를 산출해 보면, 2004년 12월 현재 6조 원의 상권매출을 통한 사회·경제적 파급효과와 향후 상권활성화로 증가가 예상되는 4조 원의 매출을 통한 사회·경제적 파급효과로 나누어 분석할 수 있음
 - 현재 6조 원의 상권매출이 결과하는 사회·경제적 파급효과를 살펴보면 용산지역에 1,257,509백만 원의 소득유발 효과가 나타나며 이는 2,337,595백만 원의 국민경제전체 소득유발효과로 산출됨(<표 1> 참조)

<표 1> 2004년 12월 현재 상권매출이 결과하는 경제적 파급 효과

| 구 분 | 총지출액 | 국민경제 | 서울지역 | 용산지역 |
|-----------------------|-----------|------------|-----------|-----------|
| 총지출액(백만원) | 6,000,000 | - | - | - |
| 생산유발(백만원) | - | 11,001,725 | 7,859,632 | 5,501,743 |
| 부가가치유발(백만원) | - | 4,910,915 | 3,508,358 | 2,455,850 |
| 고용유발(명) | - | 96,988 | 74,535 | 52,174 |
| 취업유발(명) ^{주)} | - | 150,000 | 115,275 | 80,693 |
| 소득유발(백만원) | - | 2,337,595 | 1,796,442 | 1,257,509 |
| 세수유발(백만원) | - | 882,000 | 630,101 | 441,071 |

주: 취업유발효과는 고용유발효과와 자영업주 및 무급가족 종사자를 합임
 자료: 전병제 외, 「용산전자상가 활성화 방안 연구」, 한얼경제연구원, 2004

- 여기에 상권활성화로 4조 원의 총지출액이 증가한 사회·경제적 파급효과를 살펴보면 용산지역이 소득유발 효과가 838,340백만 원 증가한 것으로 나타나며, 국민경제전체

로 살펴보면 1,558,397백만 원의 소득유발효과가 증가한 것으로 산출됨(<표 2> 참조)

<표 2> 향후 상권활성화를 통해 추가될 경제적 파급 효과

| 구 분 | 총지출액 | 국민경제 | 서울지역 | 용산지역 |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 총지출액(백만원) | 4,000,000 | - | - | - |
| 생산유발(백만원) | - | 7,334,483 | 5,239,755 | 3,667,828 |
| 부가가치유발(백만원) | - | 3,273,943 | 2,338,905 | 1,637,234 |
| 고용유발(명) | - | 64,658 | 49,690 | 34,783 |
| 취업유발(명) ^{주)} | - | 100,000 | 76,850 | 53,795 |
| 소득유발(백만원) | - | 1,558,397 | 1,197,628 | 838,340 |
| 세수유발(백만원) | - | 588,000 | 420,067 | 294,047 |

주: 취업유발효과는 고용유발효과와 자영업주 및 무급가족 종사자를 합함
 자료: 전병제 외, 「용산전자상가 활성화 방안 연구」, 한얼경제연구원, 2004

기타 행정사항

- 용산구 - 서울시의 유기적 관계 설정 및 관련 기관과의 연계가 필요함
 - 활성화 대책의 많은 부분이 서울시 결정과 연계 및 외부기관 지원이 필요하며, 활성화 추진에 대한 주기적인 보고·홍보·협의·자문 및 인적 네트워크 확충이 요망됨
- 중앙주차장 문제의 중요성 인식 및 포괄타결 추진이 필요함
 - 중앙주차장은 그 자체의 집객력이나 투자유도의 “격발장치”로서 활성화의 출발점이기 때문에 관할권 인수에서 복합활용까지 재량권을 확보할 수 있는 포괄정책 판단이 필요함
- 시장위상강화 및 지원확보를 위한 국가제도의 지정 신청이 필요함
 - 시장의 위상과 지명도에 긍정적인 영향을 미치게 될 지역특화발전특구, 중심시가지 상권사업, 관광특구 등의 지정신청을 준비하고 추진하여야 함
- 민자역사와의 발전적 관계 설정이 중요함
 - 상권 대통합으로 외부환경에 대한 공동대응이 상생(WIN-WIN)의 길이라고 판단됨
 - 이에 민자역사 전자상권의 기반이 기존 용산전자상가임을 인식하고 현안 협력이 조성되어야 함
- 용산구의 경영마인드 강화와 수익기회 포착의 방안으로 활용함
 - 본사업의 수익적 잠재력을 지자체의 세세연년 경영수익 창출기회로 활용하는 시각에

서 실질적인 투자이외에 공로지분에 대하여도 분명한 입장을 정리해야 함

○ 정책결정기구의 지속적인 관심과 확고한 추진의지가 요구됨

- 적어도 10년의 안목을 가지고 전자유통 국제허브를 육성한다는 용산구·서울시의 정책의지 및 최고의사결정기구의 관심·독려가 성공 원동력 중의 하나임

「용산전자상가 발전 10개년 계획」을 위한 미래비전

○ 민·관의 대응을 통해 활성화 노력이 지향하는 용산전자상가의 미래비전을 제시함

- 지방자치시대의 지역성장엔진으로서 2020년 서울도시기본계획의 이상을 향한 “용산 시대”의 견인력이자 서울의 대표상권으로 성장하고자 함
- 막대한 전자제품 유통과 기술소비를 통한 세계적인 테스트베드이자 IT·전자산업의 경쟁력 강화 센터상용거점으로 거듭나고자 함
- 세계시장의 전자제품 트렌드에 막강 영향력을 가진 국제교역 거점이자 외국인 관광 쇼핑의 명소로 국제HUB의 역할을 하고자 함
- 유통, 기술, 관내대학, 용산구가 결합한 모범적인 고효율의 산업혁신체제(IIS)이자 지역혁신체제(RIS)를 구축하고자 함
- 지속가능수익모델을 활성화 하여 개별 점포로서도, 시장 전체로서도 확대재생산성을 구조화 함으로써 지속 진화하고자 함

참고문헌

- 전병제 외, 「용산전자상가 활성화 방안 연구」, 한얼경제연구원, 2004