

<박사학위논문 소개>

상업용 부동산의 머천다이징 개념화와 구성요소 및 가중치 분석*

- 서울시 동대문구 현대시티타워를 중심으로

A Study on Commercial Real Estate Merchandising Conceptualization and Components Weighting Analysis
- Focusing on Hyundai City Tower in Dongdaemun-gu, Seoul -

저 자: 오 미 용 (Oh, Meeyong)**

지도교수: 박 태 원 (Park, Taewon)***

유통산업을 둘러싼 다양한 외적환경의 변화는 소비자들의 소비행태를 변화시키고 고도화된 소비방식을 가져왔다. 또한 기술 발전에 따른 공유수단의 발달과 리테일테크(Retail-tech)의 발전으로 소비의 다중화가 실현됨에 따라 소비패턴은 점차 가속화되어 갔다.

이에 따라 상업용 부동산의 성패는 하드웨어적 변화뿐만 아니라 소프트웨어적 처방이 좌우하는 시대가 도래 하였다. 위치 고정성을 가진 상업용 부동산은 급속도로 변해가는 소비자들을 유인하기 위하여 인테리어 리뉴얼과 같은 하드웨어적 방법 외에 적절한 소프트웨어적 조합을 통하여 부동산의 가치를 더욱 폭발적으로 증가시키고 있다. 본 연구가 추구하는 상업용 부동산 머천다이징의 목적 역시 상업용 부동산의 하드웨어와 소프트웨어적 조합에 따른 '상업용 부동산의 상품성 제고'에 그 목적을 두고 있다.

상업용 부동산의 소프트웨어 중요성이 점차 증가하고 있는 것에 비하여 이에 대한 체계적인 이론정립은 활발히 이루어지고 있지 않다. 또한 부동산 업계에서 사용되고 있는 상업용 부동산 머천다이징은 '레이아웃', '테넌트 믹스' 등 공간구획의 개념에 국한되어 사용되고 있다.

머천다이징 이론의 연구가 가장 활발하게 이루어지고 있는 패션 머천다이징에서는 머천다이징의 범위를 상품화의 전 과정 즉, 상품기획부터 판매까지를 그 범위로 보고 있다. 머천다이징 본래의 의미인 '상품화계획'이라는 의미를 고려한다면 현재 부동산 업계에서 사용되는 상업용 부동산 머천다이징의 범위와 내용은

보다 확장되어 재정립할 필요가 있다.

이를 위하여 본 연구에서는 패션머천다이징의 이론을 활용하여 상업용 부동산 머천다이징 과정을 시장분석, 개발기획, 설계·건축, 관리운영 4단계를 기준으로 각 단계별 머천다이징의 목적과 실행방안을 정립하였다.

연구 대상으로서의 쇠퇴 후 건물의 재활성화에 성공한 중대형 상업용 부동산으로 범위를 한정하였다. 건물 신축단계에서부터 이론을 정립하기에는 본 연구가 초기이론으로서 다루어야 할 범위가 광범위하고 각 요인의 명확한 규명이 어렵기 때문이다. 반면 쇠퇴 후 재활성화 된 사례는 건물 활성화 요인을 규명하는데 객관성을 확보할 수 있다고 판단되기 때문이다.

심층 사례분석 대상지로는 건물 쇠퇴 후 다수의 재활성화 전략을 취하였으나, 결국 공매로 넘어가 최초 감정가의 30%에도 못 미치는 금액으로 매각되었던 서울시 동대문구 현대시티타워(구 거평프레아)를 중심으로 분석하였다. 현대시티타워는 매각 후 건물의 물리적 취약점은 보완하되, 기존 하드웨어적 특징을 최대한 활용하는 방향으로 리모델링을 하였다. 또한 사례대상지가 입지한 동대문의 문화, 쇼핑, 관광이라는 지역 정체성을 개발 컨셉 수립에 반영하고, 경쟁 쇼핑물의 테넌트 구성 및 소비자 타겟을 분석하여 사례대상지의 층별 용도와 테넌트군을 설정하는데 적극 반영하였다. 이에 따라 각 용도별로 전문성이 확보된 운영사와 탄력적 임대차계약구조로 장기임대차계약을 체결함으로써 공실률 0% 달성은 물론 건물의 성공적인 활성화를 이루어낸 대표적인 사례라고 할 수 있다.

* 본 논문은 광운대학교 박사학위 논문인 오미용(2020), '상업용 부동산의 머천다이징 개념화와 구성요소 및 가중치 분석'을 요약한 것임.

** 본 학회 정회원, 광운대학교 박사, omy8099@kw.ac.kr

*** 본 학회 정회원, 광운대학교 도시계획부동산학과 교수, realestate@kw.ac.kr

연구 방법으로는 선행연구와 사례분석, 표적집단면접법(Focus Group Interview, 이하 F.G.I라 칭함)을 통하여 예비요인을 도출하고 요인분석을 실시하였다. 그러나 요인분석을 통하여 도출된 결과, 통계분석이라는 정량적 분석만으로는 상업용 부동산 머천다이징의 실무적 내용을 반영하기에 한계가 있었다.

따라서 본 이론의 활용도를 높이기 위하여 요인분석 후 전문가 집단과의 2차 F.G.I를 거쳐 최종 상업용 부동산 머천다이징의 구성요소를 도출하였다. 도출된 구성요소는 개발담당, 설계·건축담당, MD컨설턴트, 소유자&PM 각각 6명에게 설문을 실시하여 계층분석기법(AHP)을 통하여 중요도 및 우선순위를 분석하였다.

그 결과 시장조사단계에서는 배후환경분석, 경쟁상권분석, 소비자 분석이 도출되었으며, 개발·기획단계에서는 타겟설정, 이미지 제고, 특색있는 입점사, 소비 유형 다양화가 도출되었다. 설계·건축단계에서는 테넌트 배치계획과 동선계획이, 관리·운영 단계에서는 시설관리와 자산관리가 도출되었다.

각 요인별 중요도 분석 결과 대항목에서는 테넌트 구성계획(0.235), 사업기회탐색(0.220), 컨셉 도출(0.207), 소비환경조성(0.179), 자산효율 극대화(0.159) 순으로 나타났다. 중항목에서는 특색있는 입점사(0.118)가 소항목에서는 브랜드파워 있는 앵커테넌트(0.0427), 용도·업종·업태 재구성(0.0367), 광고·홍보의 다각화(0.0363) 순으로 나타났다. 소항목의 상위 3개은 모두 '이미지 제고'에 해당하는 요인으로 기존 쇠퇴이미지의 상쇄를 위한 노력이 건물 활성화에 매우 중요한 요인임을 시사한다.

본 연구는 분야별로 분산된 상업용 부동산의 업무를 단계별로 규명하고, 각 단계별 구성요소 정립 및 우선순위를 분석하여 상업용 부동산 머천다이징의 기초이론을 마련하였다는 것에 그 의의가 있다.

주제어 : 상업용 부동산, 부동산 머천다이징, 활성화

Keyword : Commercial Real Estate, Real Estate merchandising, Activation