

나 혼자 산다

수유시장

By. B팀 5조



A man with glasses and a dark jacket is crouching in a traditional Korean market. He is looking towards the camera with a slight smile. The background shows a wooden building with a sign that reads '전통시장' (Traditional Market) and a phone number 'TEL. 957-8687'.

전통시장을 서비스 디자인하다

목차

01. 조원 소개
02. 프로젝트 목표
03. 인사이트
04. 컨셉
05. 서비스
06. 목업 스케치 및 렌더링

01. 조원소개



16 / 여민지



13 / 구현교



16 / 김예진



16 / 박미레



수유시장

나 혼자 산다

02. 프로젝트 목표

서비스디자인으로 전통시장 살리기

기존 전통시장 지원사업의 한계점을 극복하는 사례 개발을
통해 수유자 중심의 서비스개발방법으로서 디자인 도입의
필요성 인식을 확산하고 이를 통해 디자인 시장 확대 및
전통시장 활성화에 기여

쾌적한 시장환경 만들기

홍보 이벤트, 교육, 커뮤니티 활동

고객 중심 제품, 서비스 개발

03. 인사이트

수유시장

나 혼자 산다

강북구 노인인구 비율이 높음

“수유시장에 노인 소비자가 많음”

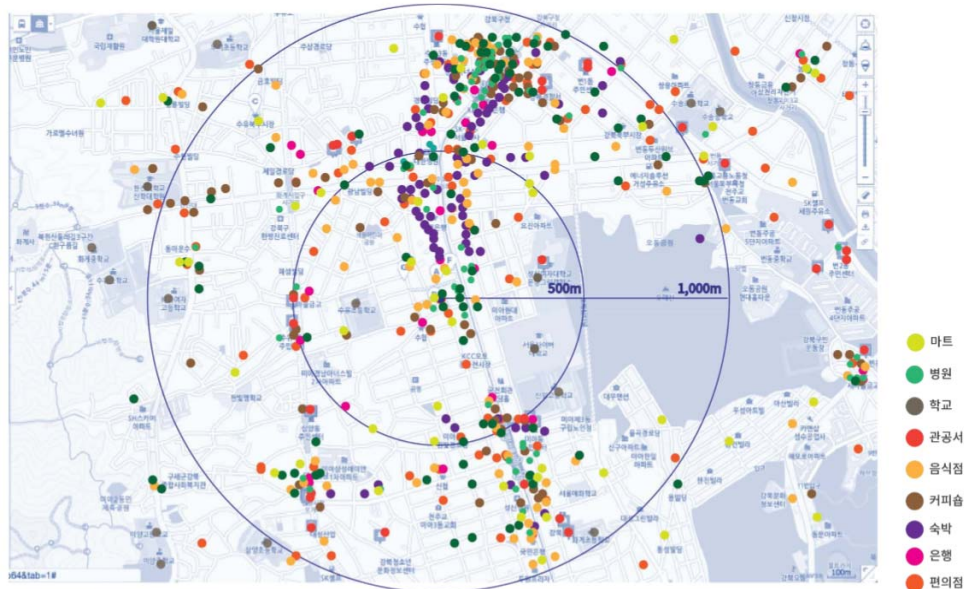
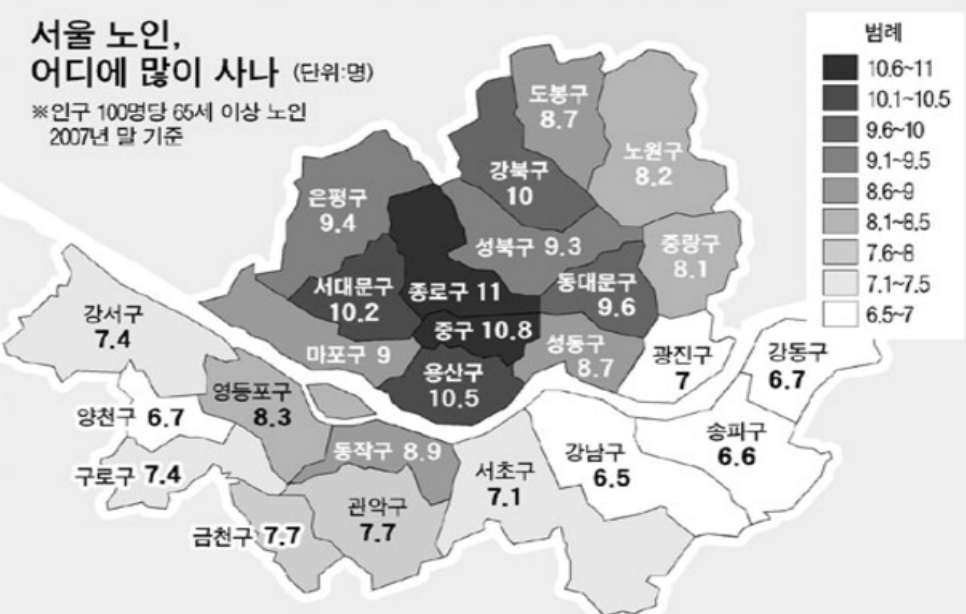
시장 반경 500미터 내에
음식점, 숙박업소, 병원, 학교 등이
많이 분포되어있음

젊은 층들이 쉽게 접할 수 있는 여건

“수유시장에 젊은 층 소비자가 적음”

서울 노인, 어디에 많이 사나 (단위:명)

※인구 100명당 65세 이상 노인
2007년 말 기준



* 출처 : 수유마을시장 인근 수요 여건 조사 (2016.9, 한국디자인진흥원)

20대 트렌드

- **노멀 크리시**
보통정서를 함모하다

이중적 소비패턴

- **나로서기**
혼자가 익숙하고 또 혼자 많은 것을 할 수 있는 20대
혼밥 혼술등이 트렌드화



30대 트렌드

90년대의 추억과 향수 => 새로운 문화
예) 음악, 영화(건축학개론)

키워드

- 개방적 가족관
- 일과 삶이 균형중시
- 편안함
- 식도락
- 가족과의 여가
- 소유보다는 실용적 거주
- 이중적 소비패턴



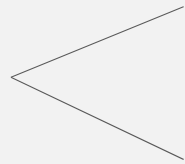
04. 컨셉

컨셉

수유시장

나 혼자 산다

산다



Live

Buy

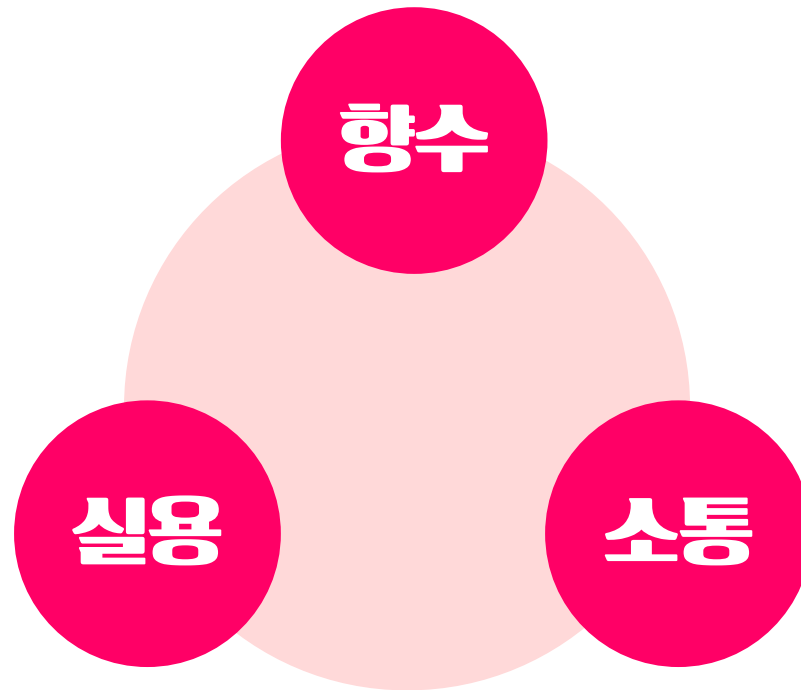


타겟

20,30대 젊은 층 / 주변 원룸 촌 사람들

음식점, 숙박업소, 병원, 학교, 원룸촌 등이 많이 분포되어 있어
젊은 층들이 쉽게 접할 수 있는 여건임에도 불구하고 수유시장에
젊은 층들의 방문수가 적어 젊은 층들의 방문수를 늘리고자 타겟을 정했다

Keyword

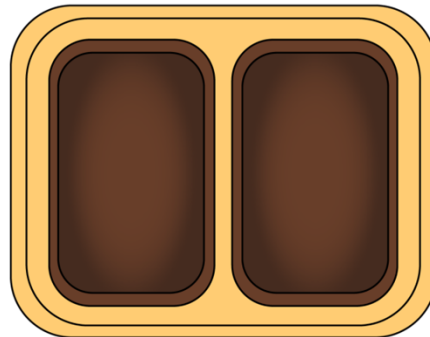
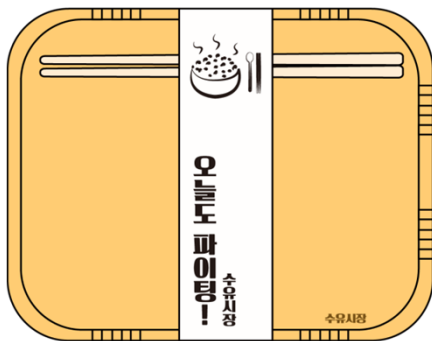
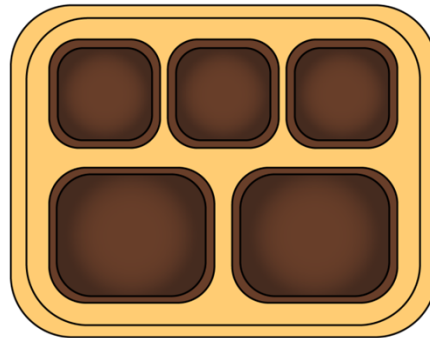
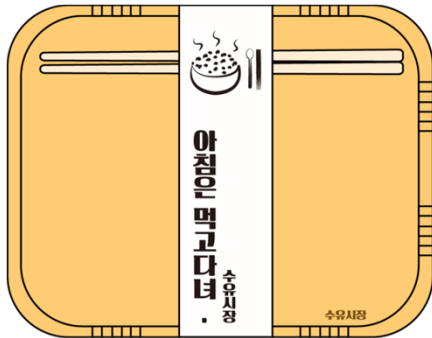


수유시장

나 혼자 산다

05. 서비스

실용성



식도락

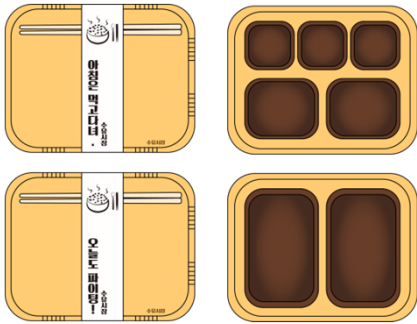
혼자서 시장에 오면 빨리 해결하고 가려는

특성을 반영하여 실용성을 강조시킨

1인용 도시락에 회수권을 내고 뷔페 식으로

원하는 양만 반찬을 받을 수 있음.

실용성



도시락
구입

회수권
구입

반찬
한 줍씩
구입



식도락



수유시장

나 혼자 산다

실용성



포장지

혼자 오는 고객을 위해 작은 1인용 봉투

종이봉투에 손잡고 있는 듯한

그림을 넣어 혼자서도 손잡고 외롭지 말라는

디자인으로 1인 고객에게 더욱 유쾌한

수유시장이 될 수 있다



실용성

아침밥 부스 1인분



혼자 살 수록 아침밥을 챙겨먹기 어려워진다.
그래서 아침시간에 버스정류장 근처에 있는
수유시장 입구에서 지나가다 간편히 사먹을 수 있도록
1인분씩 소량 포장 된 시장의 각종 음식들을 판다



라디오

시장 천장에 라디오를 설치하고 취식대, 테이블등
시장 곳곳에 사연함을 배치해서 고객들의 사연이나
신청곡 등을 받고 상인이야기, 뉴스 등 다양한 방송
으로 혼자오는 1인소비자와 소통하고 하나 되는 시장

향수

수유시장

나 혼자 산다

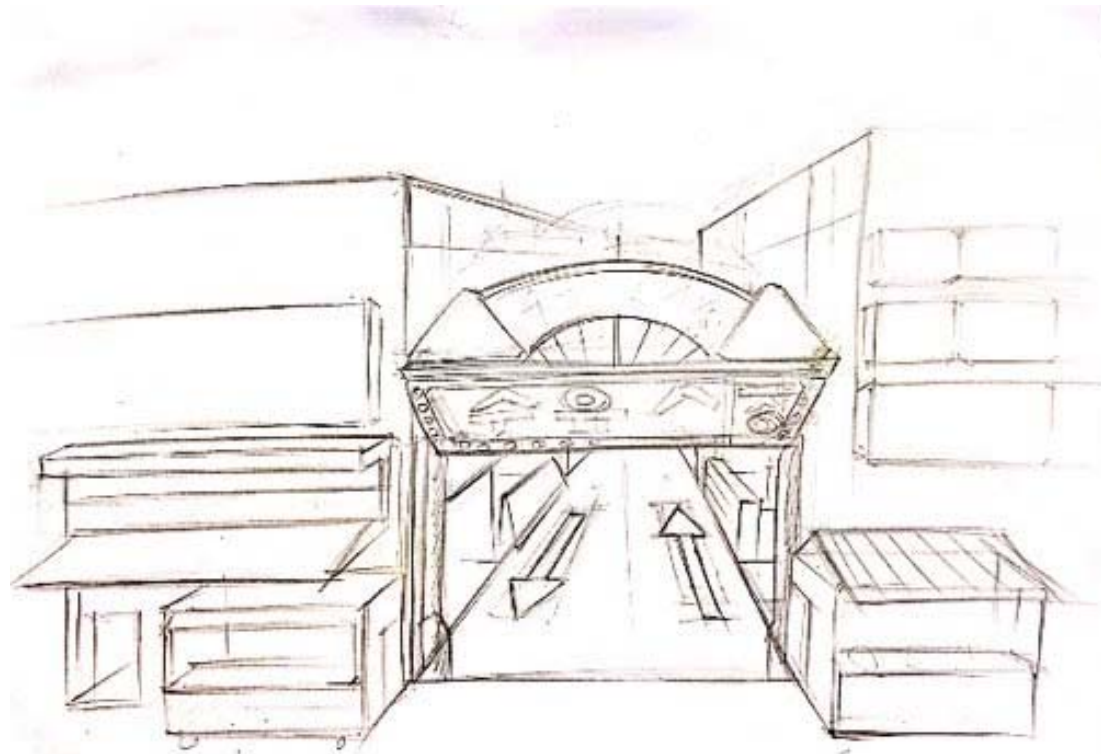


복고거리

복고느낌이 생기는 가게 디자인으로
30대 싱글족에게 감성과 향수를 불러 일으킴
복고디자인 또한 이전 키워드에 접목시켜
활용방안을 극대화 할 계획

06. 목업 스케치 및 렌더링

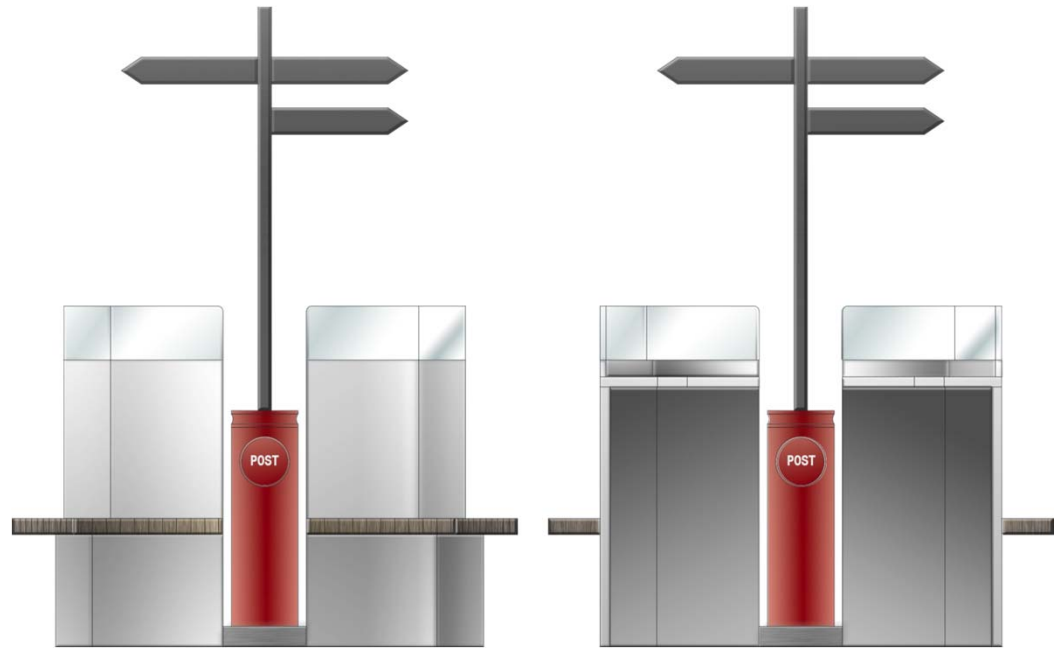
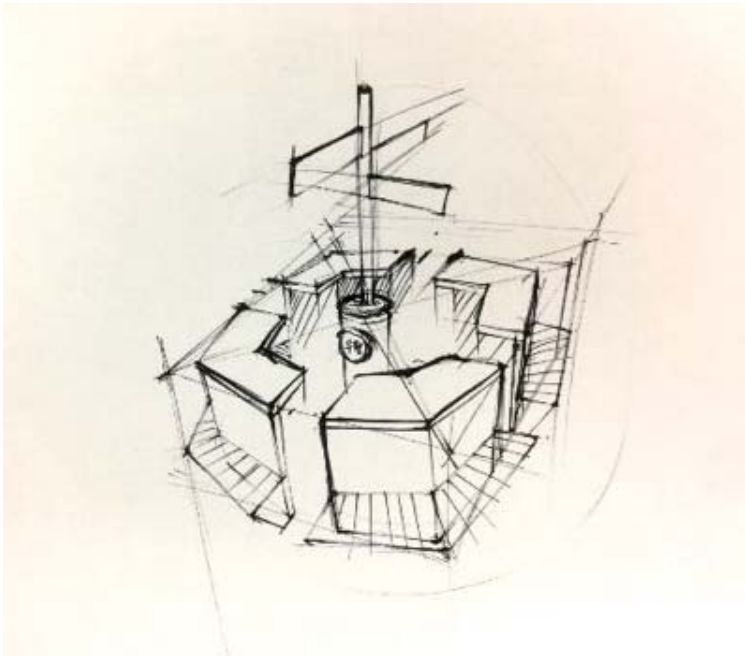
수유시장 입구



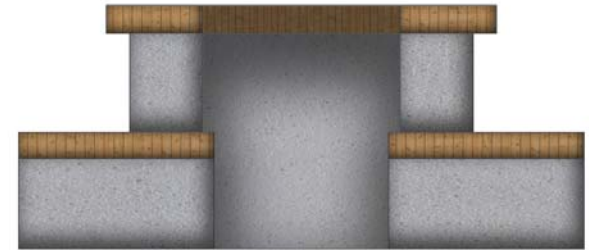
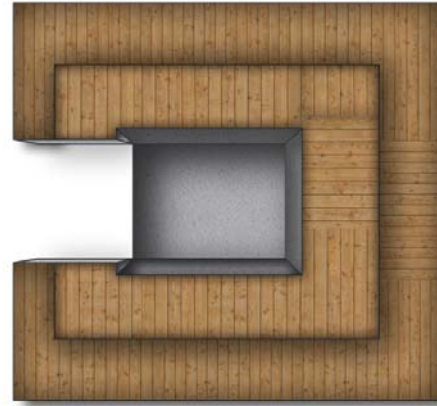
1인분 포장_ 아침밥 부스



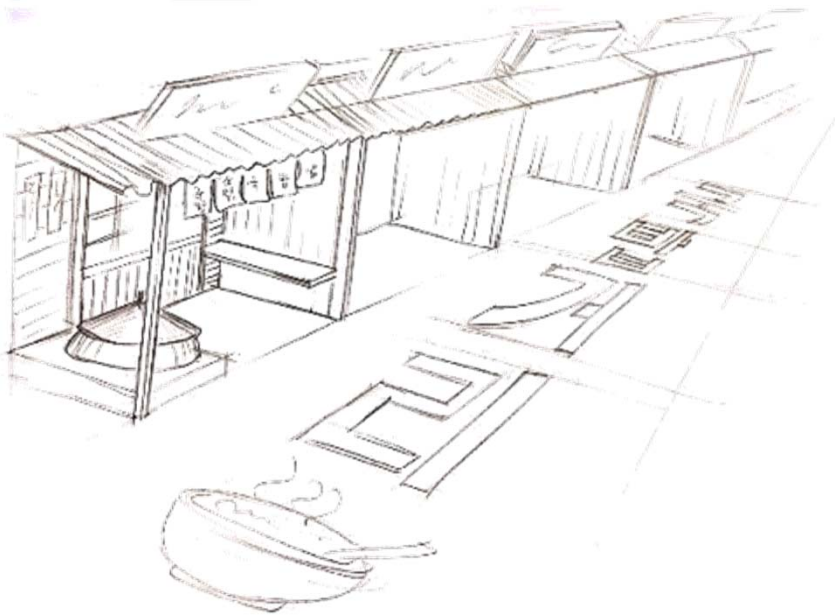
취식대 스케치 및 렌더링



포차거리 스케치 및 렌더링

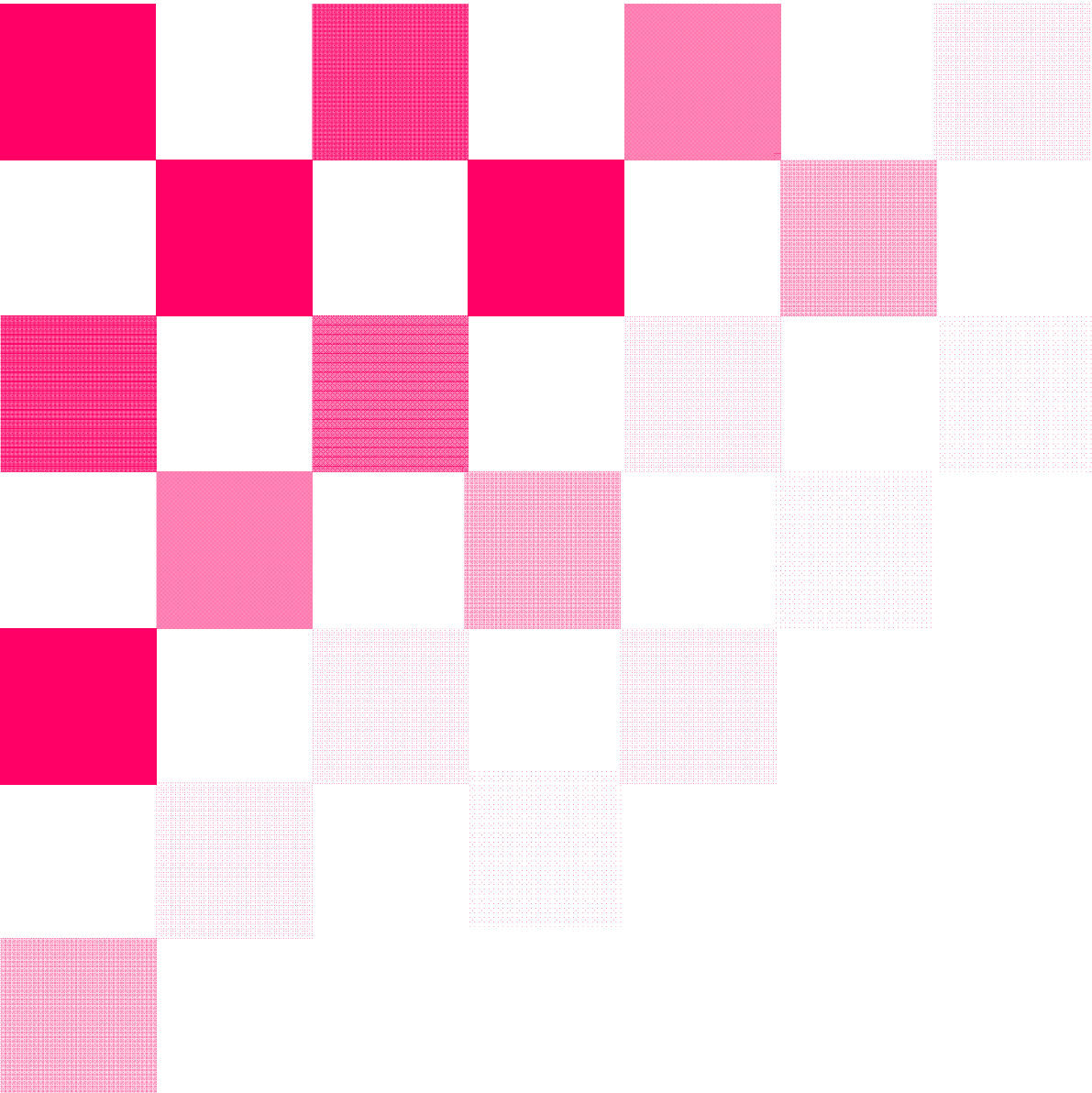


국밥 거리 스케치 및 목업 사진



목업 사진





나 혼자 산다

고마워요

By. B팀 5조

