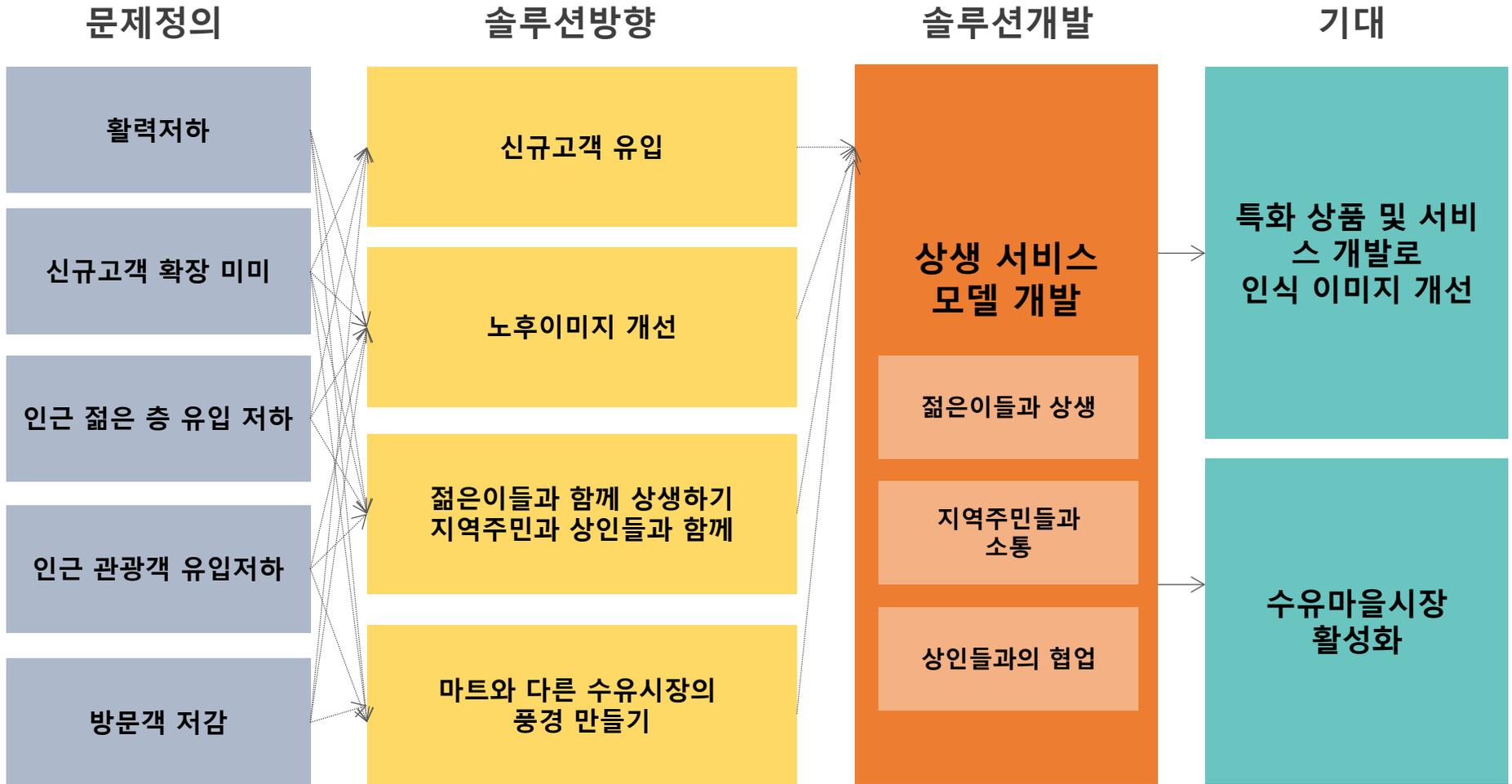


서비스디자인 for 수유마을시장



CONTENTS

1. 문제정의와 해결방안
2. 리서치
3. 인사이트
4. 페르소나
5. 솔루션개발 - concept generation
6. 서비스 체계도
7. 디자인 컨셉
8. 블루프린트



전통시장, 그리고 수유마을전통시장
고객과 상인 모두가 애용하는
“비닐봉투”

그러나

일지적으로 포장으로만 이용되고
그 다음에 무차별 적으로 버려지는 가혹한 운명
마트는 구매하지만 시장은 무료라



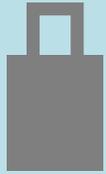
수유마을시장은 재활용을 돈을 주고
정기적으로 가져가고 있음

폐기처리비용 월 평균 275만원

수유마을 시장에서 모두가 비닐봉투를 들고 다닌다.

시간적 여유가 있는 어르신이 시장에 모인다.

윤리적인 의식의 고객



개인 장바구니를 이용하는 소비자

- 시장에 갈 때마다 물건을 담아주는 비닐봉지는 들고 오기 불편함
- 물건을 살 때 마다 담아주는 비닐 봉지가 너무 많다
- 매번 쌓이게 되어 처치 곤란인 비닐봉지, 한 번 쓰고 버리는 비닐봉지는 낭비다
- 장바구니 사용이 합리적이라 생각함
- 비닐봉지 사용을 줄이면 환경오염을 줄이는데 도움이 될 텐데...



합리성과 기능성을 중시하는 고객



비닐봉지를 이용하는 소비자

- 시장 방문횟수 주3회 미만, 한번 장 볼 때 평균 6~8개의 비닐봉지를 받아 옴
- 비닐봉지를 모아 놓았다가 필요할 때 사용
- 음식물 쓰레기 버릴 때 비닐봉지를 사용하지만 결국 한번 더 쓰고 버림
- 모아진 비닐봉지를 재사용하기는 하지만 결국 단발성임
- 비닐봉지 사용을 줄이면 환경오염을 줄이는데 도움이 줄 수 있을까?
- 편리함 때문에 안 쓸 수는 없다.



편의성만 추구하는 고객



비닐봉지를 버리는 소비자

- 주2회 미만 방문고객들은 빈 손으로 시장에 가서 장보는 것을 선호
- 어차피 시장에서 많은 물건을 사지 않기 때문에 간단하게 비닐봉지에 담아주는 것이 편리함.
- 장바구니는 가지고 다니기 번거롭고 장바구니도 없음
- 비닐봉지가 시장에서 물건을 담아오는 기능을 한 것만으로 만족
- 비닐봉지는 한번 쓰면 버리는 것으로 인식
- 여기저기 버려진 비닐봉지를 보면서 사용을 줄였으면 하는 바램은 있다.





PERSONA 1

개인 장바구니를 이용하는 고객

- 나이: 50대 기혼
- 성별: 여성
- 직업: 가정주부
- 가족관계: 남편, 20대 자녀들 있음
- 성격: 가정적이고 친절함.

“비닐봉지 사용이 익숙해진
삶의 방식을 지속 가능한 문화로
바꿔야 해요”

Key Characteristics

- 가족의 건강한 먹거리를 추구하여 시장에 평균 주5회 이상 방문.
- 자녀들은 장성하여 밖에서 식사하는 경우가 많지만 남편과 자신의 건강을 위해 신선한 재료로 다양한 요리를 하려고 노력함.
- 한번 시장에 가면 봉지마다 물건을 담아 오는 것이 싫어 개인 장바구니 이용.
- 장바구니 사용을 귀찮게 여기지 않음

Needs

- 비닐봉지 사용을 줄여 환경오염 문제에 도움이 되었으면 함.
- 많은 사람들이 장바구니를 이용하길 바람.
- 구매한 물건이 많아 힘들 때 쉽게 들고 다니면서 시장을 돌아 볼 수 있었으면 좋겠다.

Behaviors





PERSONA 2

비닐봉지를 합리적으로 사용하는 고객

- 나이: 30대 기혼
- 성별: 여성
- 직업: 회사원
- 가족관계: 남편, 1남 1녀
- 성격: 쾌활하고 적극적임

“쌓여만 가는 비닐봉지를
유용하게 쓸 수 없을까요?”

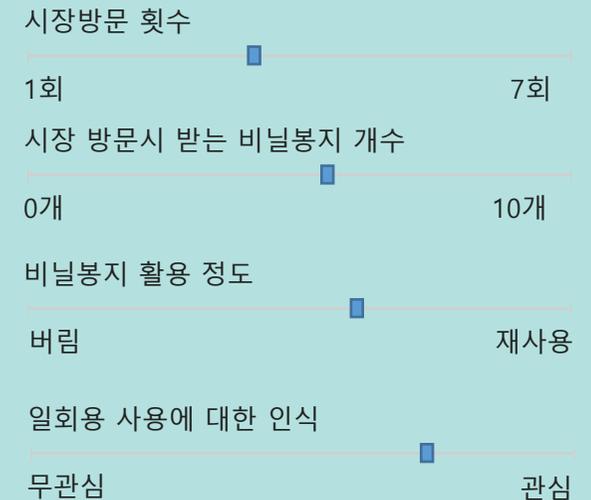
Key Characteristics

- 퇴근길에 시장에 들러 장을 봄.
- 바쁜 직장생활로 가사일에 소홀하지만 아토피가 있는 아이 때문에 먹거리 만큼은 꼼꼼하게 신경 씀.
- 아이 때문에 환경문제에도 관심이 있음.
- 시장에서 구매한 물건이 많을 때는 담아준 비닐을 하나로 합쳐서 들고 옴.
- 시장이나 마트에서 받아온 비닐 봉지는 모아둠.

Needs

- 장을 본 후 쌓이는 비닐봉지를 음식물 쓰레기 버릴 때 등 재사용 하고 있지만 남아 있는 비닐봉지가 여전히 많음.
- 집에 쌓여있는 비닐봉지를 유용하게 썼으면 한다.
- 장바구니 사용에 대한 의지는 있지만 실질적으로 실천하기 쉽지 않음.
- 미리 챙겨가지 않아도 장바구니를 사용할 수 없을까?

Behaviors





PERSONA 3

비닐봉지 활용에 무관심한 고객

- 나이: 20대 기혼
- 성별: 여성
- 직업: 대학생
- 가족관계: 부모님, 여동생
- 성격: 밝고 긍정적이며 사교적임

“시장은 장만 보러 오는 곳이 아니라
특색을 향유 하는 곳 입니다.
맛집과 주전부리 등 전통시장만의
재미와 흥겨움이 있어야 한다고 생각합니다.

Key Characteristics

- 대학교 인근에서 자취생활
- 간단한 반찬이나 간식거리 구매를 위해 시장 이용.
- 미리 계획하고 시장에 오는 것이 아니라 지나가다가 또는 필요한 것이 생각날 때 방문.
- 물건을 구매할 때 담아주는 비닐봉지는 그다지 사용할 때가 없어 바로 버리는 편임.

Needs

- 시장에 맛있는 먹거리가 많거나 여기만의 특색 있는 것이 있으면 장을 보지 않더라도 친구들이랑 더 자주 오고 싶다.
- 무분별한 비닐봉지 사용에 대한 문제 인식은 있지만 당장 편리함을 추구.
- 비닐봉지를 대체할 만한 방법이 있으면 사용하겠다.

Behaviors

시장방문 횟수

1회

7회

시장 방문시 받는 비닐봉지 개수

0개

10개

비닐봉지 활용 정도

버림

재사용

일회용 사용에 대한 인식

무관심

관심

- 버려지게 될 비닐을 수거
- 재활용하거나 업사이클링 하여 재판매 하는 서비스 모델

젊은이들과의 상생 / 상인과의 협업 / 주민과의 소통

청년창업가



시장상인



지역주민



HOW TO RECYCLE a [plastic bag]



HOW TO **UPCYCLE** a [plastic bag]



업사이클링 Upcycling

버려질 물품 혹은 재료를 기존보다 더 높은 품질이나 가치의 상품으로
창조하는 등의 방법에 따라 재사용 하는 것

SERVICE DESIGN | BINILGUNY Project

- 솔루션 개발

버리지 않고

디자인하여

새롭게 태어나는

수유마을시장만의 장바구니

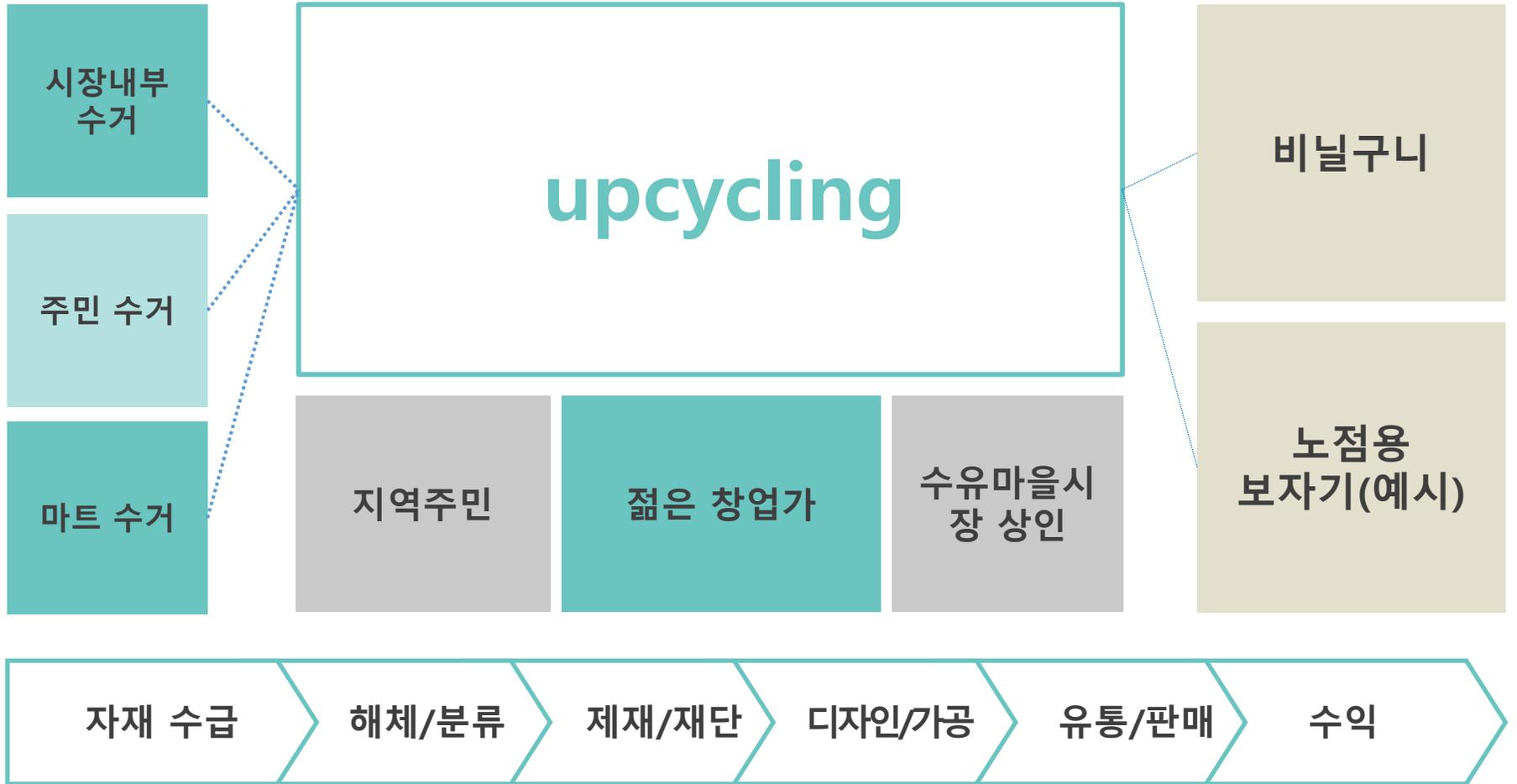
비닐구니

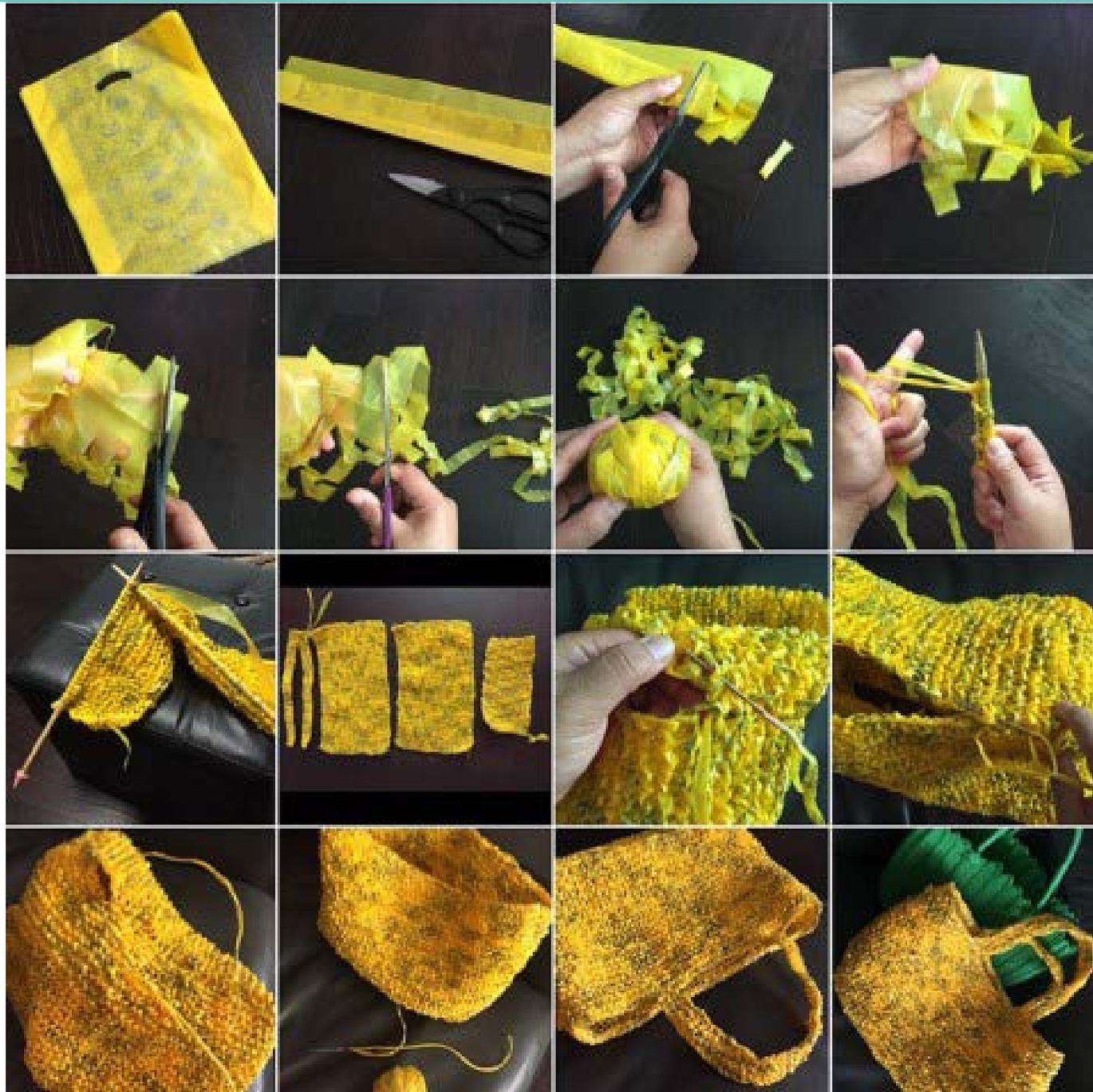
BINILGUNY Project

단순한 비닐봉지가 아닌 수유시장의 가치를 담아 한 단계 뛰어 넘는 개념으로
디자인을 입혀 높은 수준의 부가가치를 지닌 상품으로 전환하는 서비스로
새로운 상품을 만들어 이윤을 창출하며 이윤에 대한 수익을 함께 나누고
수유마을시장 발전에 기여하고자 합니다.

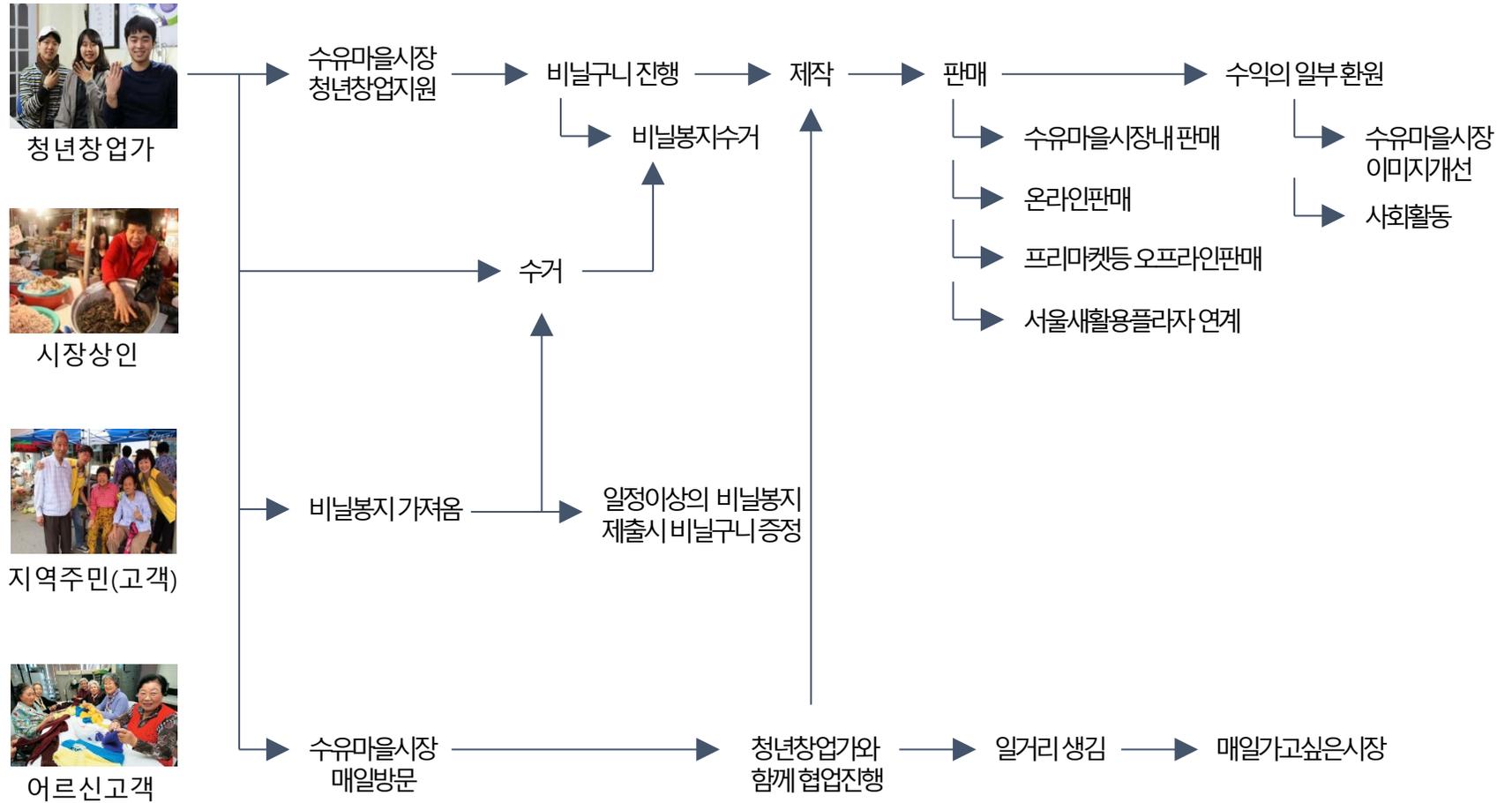
비전	수유마을시장과 주민, 젊은이들과의 가치창출		
추진 목표	젊은이들과의 협업	수유마을시장 정체성 발굴	주민일자리 창출
	젊은이들의 참여로 지속 가능한 수유마을시장 서비스 모델 구축	수유마을시장을 인지 시킬 수 있는 이미지 정립과 각인시키기	주민들과 상인이 함께 꾸려 나가 지역을 강화시키는 수유마을시장

- 새로운 플랫폼을 도입하여 수유시장만의 수익모델 발굴
- 청년창업의 밑거름을 제공하고 수유시장과 함께 윈 윈 할 수 있는 곳
- 폐자원(비닐봉투)를 활용한 장바구니를 판매하여 수익금으로 수유시장의 인식을 높임
 - 상인과 고객의 불편함을 해소할 수 있도록 노력





- 블루프린트





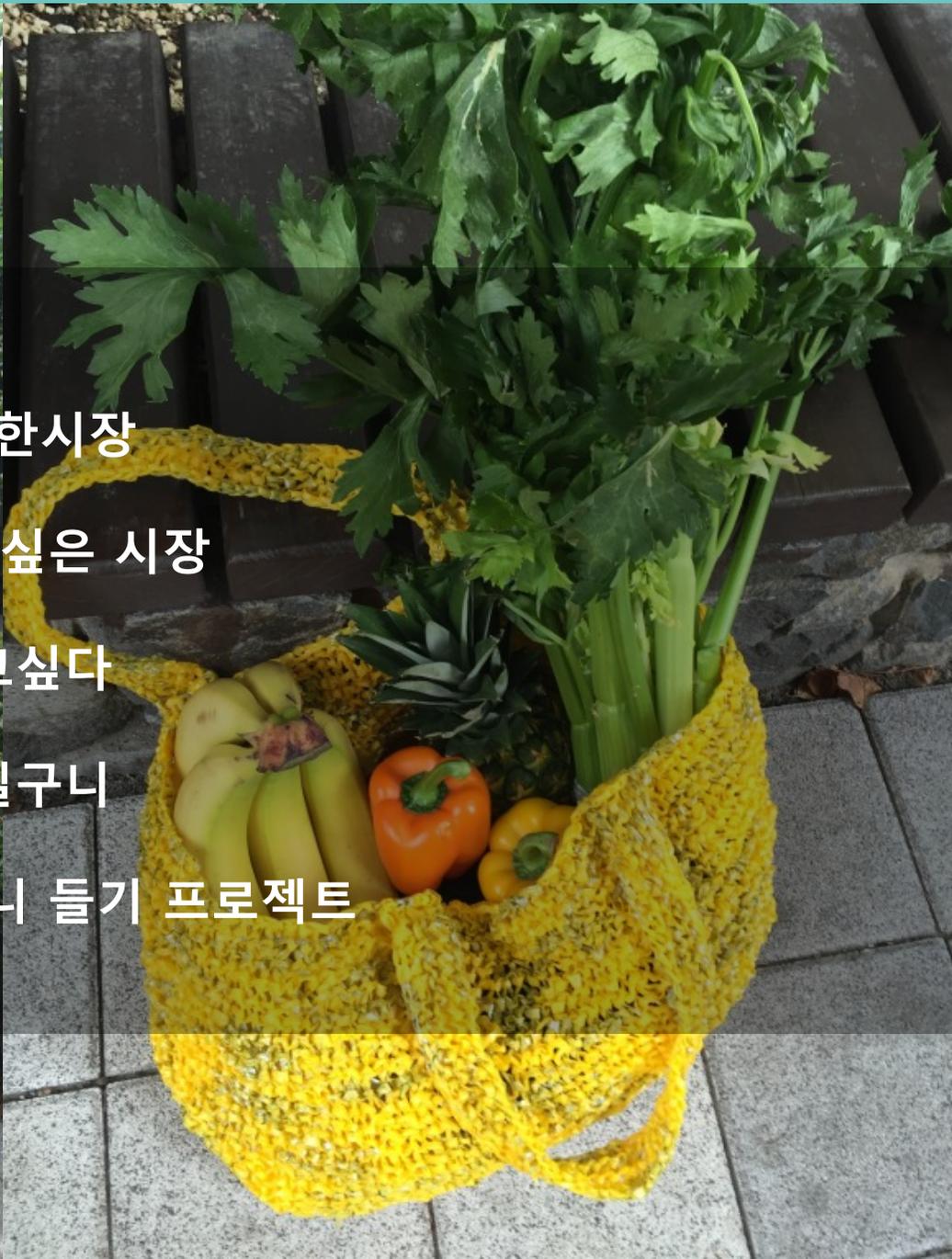
#안락한시장

#또 가고 싶은 시장

#갖고싶다

#비닐구니

#전국민 비닐구니 들기 프로젝트



Q & A

감사합니다.