



정신여자대학교  
산업디자인과  
20133927  
정희정

전주  
디자인



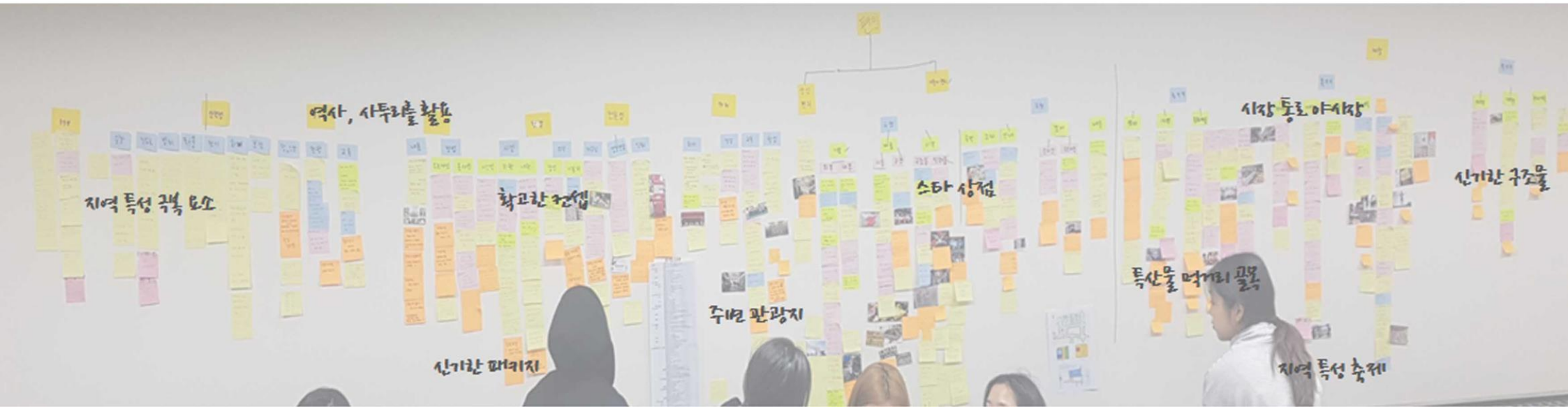
## 수유시장\_차별화

### 수유시장의 차별화 필요성

먹거리나 볼거리, 놀거리가 대부분의 시장과 다르지 않고

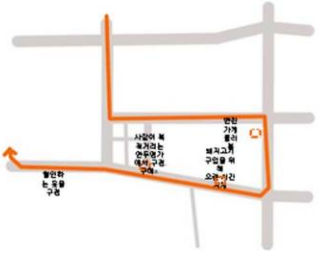
광장시장이나 국제시장 같은 유명하고 활성화된 시장에 비교하기에는 사람들을 끌 수 있는 매력이 부족

**주변에 있는 잠재적 사용자들을 끌기도 하고 나아가 수유시장만의 특색을 통해 홍보되어 관광형 시장을 만들 것**

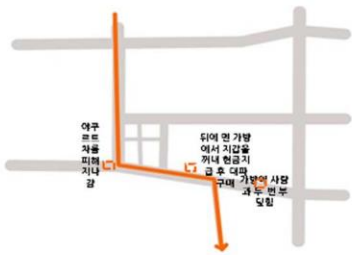


# 수유시장 \_ 동선 관찰

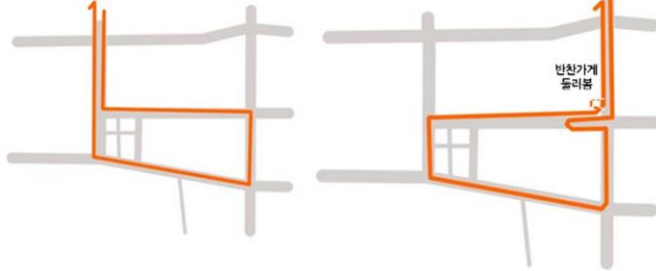
장보러 오는 형



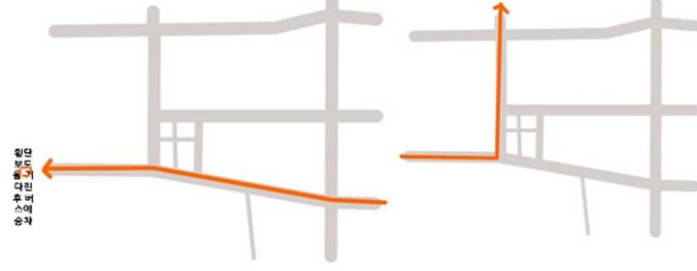
장이 목적이 아니지만 구매하는 형



구매하지 않고 장 구경 하는 형



시장을 그냥 지나가는 형



특정 가게 들르는 형



# 수유시장 \_성신여자대학교 미아캠퍼스 학생 인터뷰

## A (생활소비자학과 & 의류학과 복수전공)

- 수유시장 멀지 않다고 생각한다.
- 오래된 떡으로 된 떡볶이를 먹어서 제한 적이 있음
- **개강, 종강 때 돈 쓰기가 싫고 헤어지기 아쉬울 때 시장 가서 칼국수, 돈까스 먹음**
- 수업 중간에 땀땀이 치고 잠깐 다녀올 정도로 가깝고 가벼운 이미지이다.
- 학교 근처에 뭐가 없어서 가는 수준
- 대부분 셔틀버스를 타고 돈암캠퍼스까지 가서 먹거나 혜화까지 가서 먹음
- 시장에서 가는 곳이 많아 두 군데라서 길을 잃는다던가 길 찾기에 어려움을 느낀 적이 없었음

## B (생활소비자학과 & 미아 2년 자취생)

- 반찬가게에서 반찬 사러 갔다가 실패해서 다시는 안 삼
- 대부분 과일 사러 감 과일이 좀 저렴함
- 그 안에 쌀국수 맛 집이 있어서 일주일에 한 번 이상은 감
- 다른 곳은 다 그저 그랬음
- 처음에는 헛갈렸는데 워낙 자주 가서 길 찾기에 어려움을 느낀 적이 없었음
- 실 공간이 있다고 들었는데 아무리 다녀도 잘 모르겠다
- 이것저것 다양하게 먹고 싶어서 친구들이랑 같이 시장에 갔는데 사놓고 먹을 공간이 없어서 자취방가서 먹음
- 시장을 가서 가격을 보고 있는 것을 사고 시장에서 사지 못한 것을 마트에서 사는 편 (시장 → 롯데마트)
- 갔던 길 다시 가고 아 여긴가 해서 골목길 속속 갔는데 왔던 길 다시 간 거 에피소드
- 수유시장이 작다고 생각, 큰 시장인가?

## C (공예과 & 의류학과 복수전공)

- 돼지 국밥을 먹으로 간 적이 있다
- 그냥 식사는 학교에서 대부분하고 술겸 밥을 먹으러 가는 편
- 전이랑 국밥은 술 마시기 좋음 (수업 전에 낮 술을 마신 적도 있음)
- 시장 뒤쪽이 완전 모텔이랑 나이트여서 좀만 늦어도 그 쪽 다니기가 그렇다
- 위생은 집마다 다른 거 같다
- 혼자 길 잃은 적 많은 데 딱히 기본 나쁜진 않았다. 시장이라는 공간이 그러기도 하는 거지라고 생각함
- 친구들이랑 있으면 길잡이가 한 명 있어서 잃어버리지 않는다

## D (생활소비자학과)

- 미아캠은 학식이 맛이 없는데다가 워낙 갈 곳이 없어서 (먹거리, 놀거리 다) 놓고 먹고 하러 감
- 학교 근처에 제일 가까운 곳에 놀러 간다 해도 버스를 타고 가야 하는 곳이다 보니 수유시장이 가깝다고 느낌
- 시장은 점심에 가본 적이 없음 거의 5시 반에서 7시? 집 가기 전에 저녁 먹고 집에 가는 정도
- 호치민 쌀국수에 취가 나왔다는 소문이 나서 친구들이랑 다 같이 발을 끊음
- 점심은 시장에서 전이랑 분식을 사서 먹을 곳이 없어서 학교 가져와서 먹음
- **시장은 느긋하게 앉아서 먹는 분위기가 아닌 것 같다 (아무래도 장보는 거리에 앉아서 먹는 느낌이어서)**
- **시끄럽기도 하고 파는 음식 종류 자체가 빨리 먹고 가야 하는 느낌**
- **시장 길을 아는 친구 하나를 따라 가서 혼자서 가면 다시 찾아가진 못할 것 같다**
- **털보아저씨네에서 먹었는데 사라 가는 사람들도 계속 와서 치거나, 뒤에 사람들이 움직이고, 보고 있는 느낌)**



# 수유시장 \_상인 / 시장 회장님들 인터뷰

## 수유시장의 단점?

- 돌아다니기 불편해요. 손님도 많고 복잡해서 손수레를 끌고 다니고 싶어도 그러지를 못해요.

- 이 쪽 길이 차도 못 다니고 오토바이도 다니기 힘들어. 그게 좀 불편하지.

상인들만 불편한 게 아니라 손님들도 많이 불편해 해.

주차장을 이제 와서 지었지만 주차장도 확보를 좋은 길에 했어야 했는데 그것도 아니야.

그리고 많은 손님들이 오려면 주차장이 많이 확보가 되어 하는데 주차장이 많이 불편하지.

여기 있는 주차장으로는 한계가 있어. 많이 안 들어가.

그 주차장엔 손님들이 아니라 상인들이 주로 주차를 해버리니까 손님들이 못 들어가거든

- 좀 좁아서 다니기 힘든 부분이 있어요. 그리고 빵 가게 같은 게 가게가 시장 안에 한 두 개 밖에 없어서 그런 게 좀 늘어나면 좋겠어요.

종류도 많이 없어서 고를 수도 없어요.

- 수유시장은 그 니즈를 충족시켜주고 있다고 생각함.

즉 쉬면서 사는 이야기를 할 수 있는 공간, 소위 사랑방의 역할을 해주고 있음.

- 재래시장과 수유시장의 접점 개선 필요함.

재래시장 방문객들이 수유시장에 더 많이 들어올 수 있게 해줬으면 함. **과거에는 전통시장과 수유시장의 동선이 땡 돌려 있었는데 지금은 자연스런 흐름이 막혀있음.**

- 중국인 관광객들의 구매 유인 전략 필요. 인근 거주 동남아 출신 주민들을 위한 전략도 필요.

- 주차장 위치를 한번에 알 수 있도록 길바닥에 표시하거나, 안내판이 있었으면 좋겠습니다. 기존에 있는 안내판들을 개선할 필요가 있어요.

- **수유시장에는 젊은 층/외국인이 살만한 물건이 없음.(먹자가 유일함)**

- 젊은 층/외국인은 기존의 식자재 같은 물건에 관심이 없으며, 가공식품 등의 부가가치가 높은 상품 위주로 갖춰줘야 함

- 기존에 장사하던 나이 든 상인들은 판매 품목 변화에 보수적임(강경상회의 상인 2세가 업종을 바꾸려는 시도를 하였으나 모친이 만류)

## 수유시장 장점?

- 재래시장 방문자들이 수유시장을 거쳐가니까 생존 가능.

실내에 있는 수유시장은 화장실이 깨끗하고 노인 분들 쉴터가 있으며 주차장과 연결되어 있는 장점이 있음. 또한 헬스클럽과 목욕탕도 있어 사람들을 유인할 수 있음.

- 중국인 관광객들이 많이 방문하며, 인근에 거주하는 동남아(태국, 필리핀, 베트남) 출신 주민들이 장을 보러 많이 옴. 수유시장 내 쌀 국수 가게(호치민 쌀국수, 베트남출신 여성 운영)는 매우 잘됨.

## 젊은 사람들이 시장에서 보이는 유형?

수유시장이 빨리 문을 닫기 때문에 (8시) 학생이나 직장인들이 시장 닫기 직전에 와서 부랴부랴 사고 간다.

## 기타

- 저희 시장내에는 파배기랑 만두를 파는 만두명가 유명한 상점들이 몇 개 있어요. 예전에 대통령 표창을 받은 적이 있었는데 그 이후에 주요 방송국에서 몇 개의 상점을 소개하기 위해 추천해달라는 요청이 있었어요. 그 때 마침 만두명가를 달인 코너에 소개해줬고, 그 이후로는 강의도하고 3대 천왕에도 출연했어요.

- 전통시장의 스시, 파배기집과 같이 새로운 상인들이 유입되어 새로운 시도를 하기도 함

- 재래시장의 만두명가, 금조홍어와 같은 스타상점을 육성하고자 하는 바람이 큼

- **스타상점의 영향으로 인해 시장의 다른 상점까지도 고객 증가 효과를 볼 수 있음**

- 3차년도 계획을 세우고 있는데 1, 2차년도에는 점포의 변화를 주어 내실을 다지고, 3차년도에는 홍보를 위한 활동을 펼칠 예정이 다.

- 건너편에는 성신여대 등이 위치하고 있어서, 대학생 고객 유치를 노려볼 수 있음

- 수유시장이 타 시장보다 잘 되고 있다고는 하지만, 과거에 비해 고객들이 많이 감소함. 시장의 활성화를 위해서는 젊은 층의 유입이 필요한데, 그 방법 중 하나가 먹거리라고 생각함. 최근 들어 스시집을 오픈하기도 하고, 기존시장보다 깔끔하고 소포장 된 먹거리가 필요하다고 봄.

## 수유시장 \_선술집 거리로 해결

동선 관찰 -> 목적 상관없이 수유시장 안에서 이동하게 되면 선술집 거리의 양 출입구를 필수적으로 지나게 됨

성신여대 학생 인터뷰 -> 가볍게 갈만한 곳이 수유시장이나, 수유시장도 특별히 없는 듯  
시장은 느긋하게 앉아서 먹는 분위기가 아닌 것 같다 (아무래도 장보는 거리에 앉아서 먹는 느낌이어서)  
파는 음식 종류 자체가 빨리 먹고 가야 하는 느낌

상인/회장님들 인터뷰 -> 과거에는 전통시장과 수유시장의 동선이 뺑뺑이 있었었는데 지금은 자연스런 흐름이 막혀있음  
수유시장에는 젊은 층/외국인이 살만한 물건이 없음  
스타상점의 영향으로 인해 시장의 다른 상점까지도 고객 증가 효과를 볼 수 있음

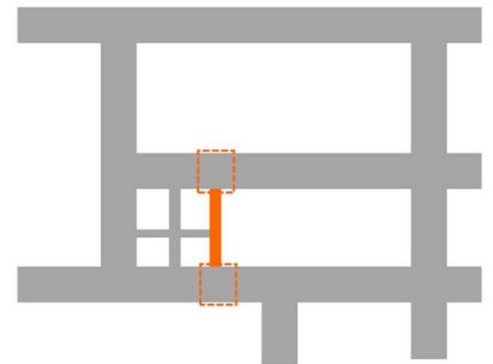
>> 눈에 띄다면 자연스러운 유입이 가능

>> 편안한 분위기의 먹을 곳이 있으면 함

>> 자연스러운 동선의 흐름을 다시 연결해야 함

>> 젊은 층들이 좋아하는 것들이 존재 했으면 함

>> 유명한 요소로 인한 수유시장 전체 고객 증가



## 수유시장 \_선술집 거리

### <<선술집 거리>>

10am ~ 10pm

건물 문에 숨어져 있어서 사람들 잘 모르는 독립적인 분위기 공간

실내 포차 느낌으로 날씨에 상관 없이 즐김

입구 양 옆에 만두 명가, 롯데마트 큰 입구 존재

이모님들과 이야기 할 수 있는 바 형태(대부분 ㄷ구조)

선술집의 가장 큰 매력은 눈앞에서 요리를 만드는 것을 볼 수 있다는 점

손님 취향이 반영될 수 있음

평의 주방공간에서 20여가지 음식

2000원의 저렴이 막걸리

이모님들의 서비스(덤)

단골들의 사랑방

실비집에서 만나서 친구가 됨

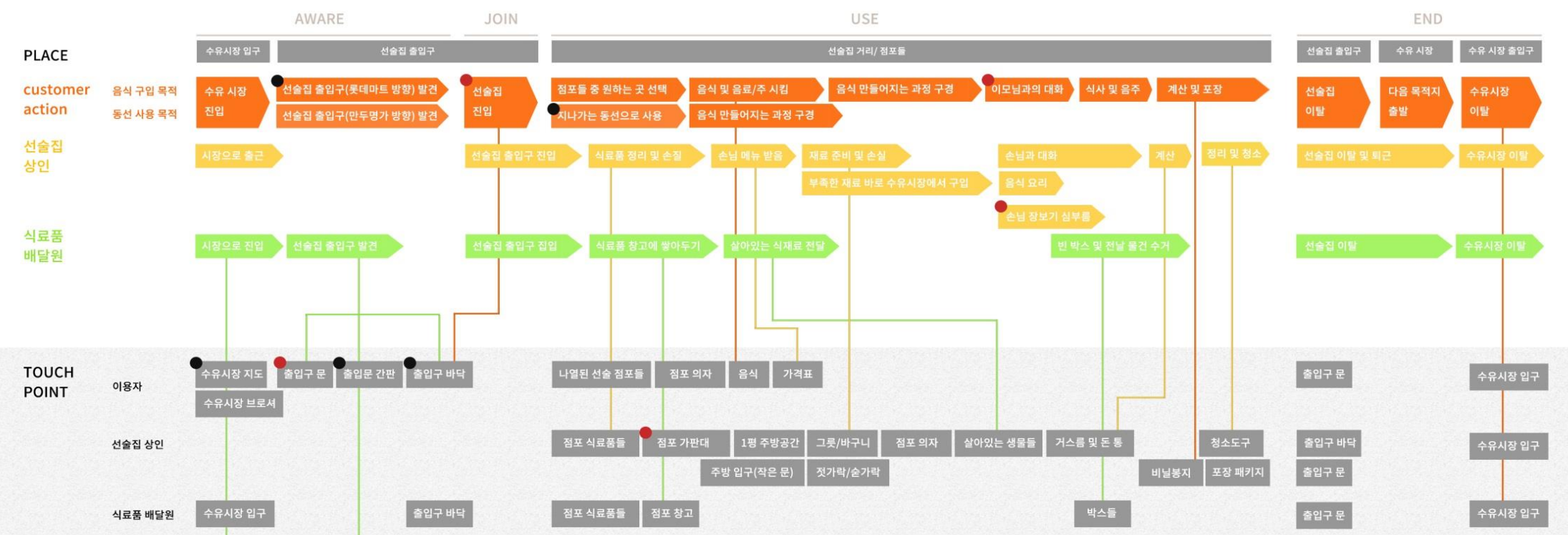
주인장이 가게를 손님에게 맡기고 대신 장을 보러 감

수유시장의 중심이 되는 거리

어디든 접근성이 좋음







PAIN POINT	IMPROVE POINT
<p>● 눈에 띄지 않는 걸모습</p> <p>수유 시장의 특이한 점이라고 생각할 수 있는 장소지만 사람들이 발견하지 못하는 디자인의 문과 간판으로 아는 사람들만 이용하는 실태</p>	<p>● 접근성이 좋은 위치</p> <p>수유시장의 심장 위치로 핵심 거리로 중간을 이어주는 위치 상/하 점포들을 쉽게 오갈 수 있는 위치</p>
<p>● 지나가는 동선으로 사용 실패</p> <p>지름길 같이 사용하거나 길을 찾기위해 사용 그에 비해 길이 넓은 편이 아님 지나가는 사람들을 집을 특별한 것의 부재</p>	<p>● 상인과 대화가 가능한 점포 형태</p> <p>bar 형태의 점포를 통해 지속적인 대화 가능 취향을 음식에 대입할 수 있음</p>
<p>● 개성없고 지저분한 출입구 바닥</p> <p>선술거리에 들어가서 보이는 첫인상은 옛날느낌을 가지고 있고 정감이 가는 이미지와 동시에 지저분하고 복잡한 이미지, 다른 시장과 다르지 않음</p>	<p>● 이모넵과 대화 가능</p> <p>이모넵과 대화가 가능한 형태를 이용해서 혼자라도 말동무가 있고 메뉴나 필요한 것을 바로바로 받을 수 있음</p>
<p>● 잘 사용되지 않는 지도</p> <p>잘 만들어진 지도가 있음에도 불구하고 사람들은 시장을 다니기위해 지도를 들고 다니지 않음 들고다니는 지도를 대체하여 길을 안내할 필요성이 있음</p>	<p>● 상인과 고객의 끈끈한 정</p> <p>탄탄한 신뢰를 토대로 매장을 맡기고 가거나 장을 대신 봐주는 등의 행태</p>
<p>● 연관없는 내용의 출입구 간판</p> <p>출입구 간판에 시장 입구라는 뜬금없는 내용이 적혀있음</p>	<p>● 두 문을 통해서만 입장이 가능</p> <p>비밀의 문같은 느낌으로 이미지를 형성 유일한 두 출입구를 통해서 연결</p>



## 수유시장 \_선술집거리

수유시장의 중심이 되는 거리  
바 형태(대부분 ㄷ구조)  
건물 문에 숨어져 있어서 사람들 잘 모르는 독립적인 분위기 공간

이러한 특징을 사용하여

주변에 있는 잠재적 사용자들을 끌기도 하고  
나아가 수유시장만의 특색을 통해 홍보되어 관광형 시장을 만들 것



## 수유시장 \_유시문화

수유시장의 그 거리,	
수유시	장
유시에 만남세	
그	6명의 이모님들,
거리	30여가지 메뉴,
10am - 10pm	끝없는 주류.

수유시장의 그 거리,	
수유시	장
유시에 만남세	
그	6명의 이모님들,
거리	30여가지 메뉴,
10am - 10pm	끝없는 주류.

수유시장		그 거리	
10am - 10pm		그	거리
이모님 상비집 책이집 전주집 남도집 정유네			

수유시장			
10am - 10pm		그	거리
이모님 상비집 책이집 전주집 남도집 정유네			

수유시장의 “유시” -> 유시는 5부터 7시정도의 시간으로 선술집 거리의 가장 활발한 시간을 의미함

Happy hour : 외국에서 5-7시에 주류를 저렴하게 마시는 문화와 비슷한 컨셉으로 한국에도 몇 호텔과 이태원에서 시행되는 술 문화이다.

이와 비슷하게 수유시장만의 ‘해피아워=유시’ 라는 술거리 문화를 만들어 냄으로써 새로운 시장문화 활성화에 선두가 되고자 한다.

## 수유시장 \_선술집거리

<< 시장 입구에서 선술집 거리를 들어오는 사람 >>

**문, 간판 디자인**을 독특하게 해서 호기심을 유발한다.

하이든 컨셉을 이용한 **홍보인쇄물**도 만들면 재미있게 홍보할 수 있을 것이라고 생각

<< 선술집에서 즐기는 사람 >>

선술집 만의 **공간적인 특징을 살린 요소**로 사람들이 식사와 음주를 하면서 재미를 유도한다.

<< 선술집 거리에 들어와서 어떤 목적지로 향하는 사람 >>

선술집 거리 안에서 **문 안내지도** 통해 지도 없이 유명 지점, 화장실, 롯데마트 등 찾아간다.



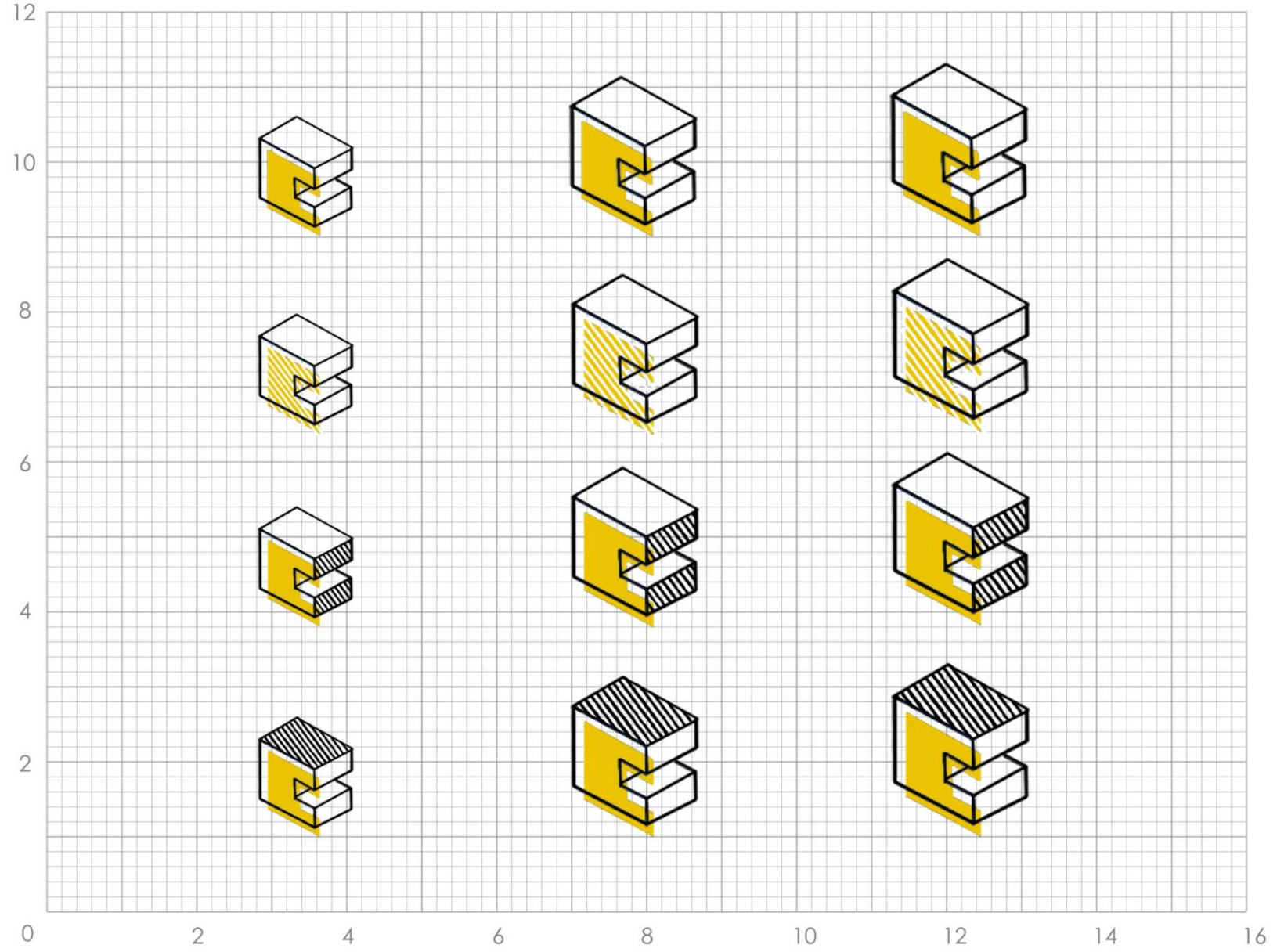


## 수유시장 \_선술집거리

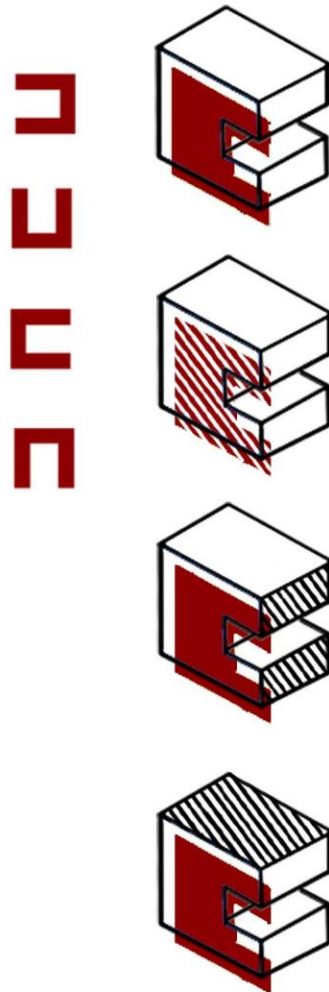
- 홍보 인쇄물
- 문 디자인
- 차림표
- 의자
- 사이드 패키지



# 선술집 거리 로고

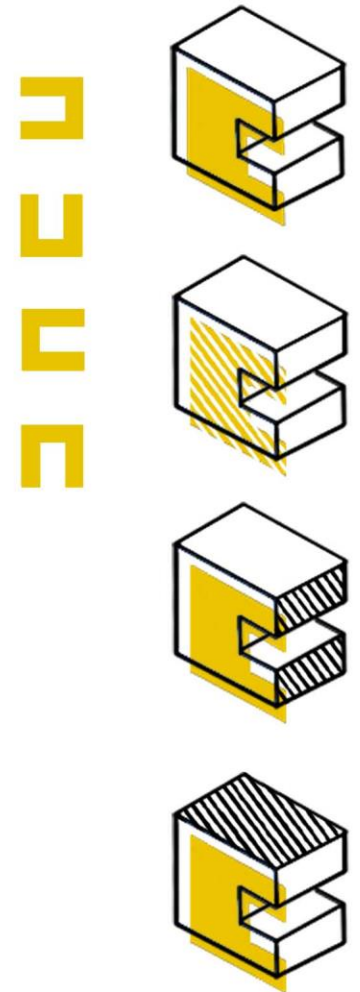


# 선술집 거리 로고



CMYK COLOR

C : 41%  
M : 100%  
Y : 100%  
K : 8%

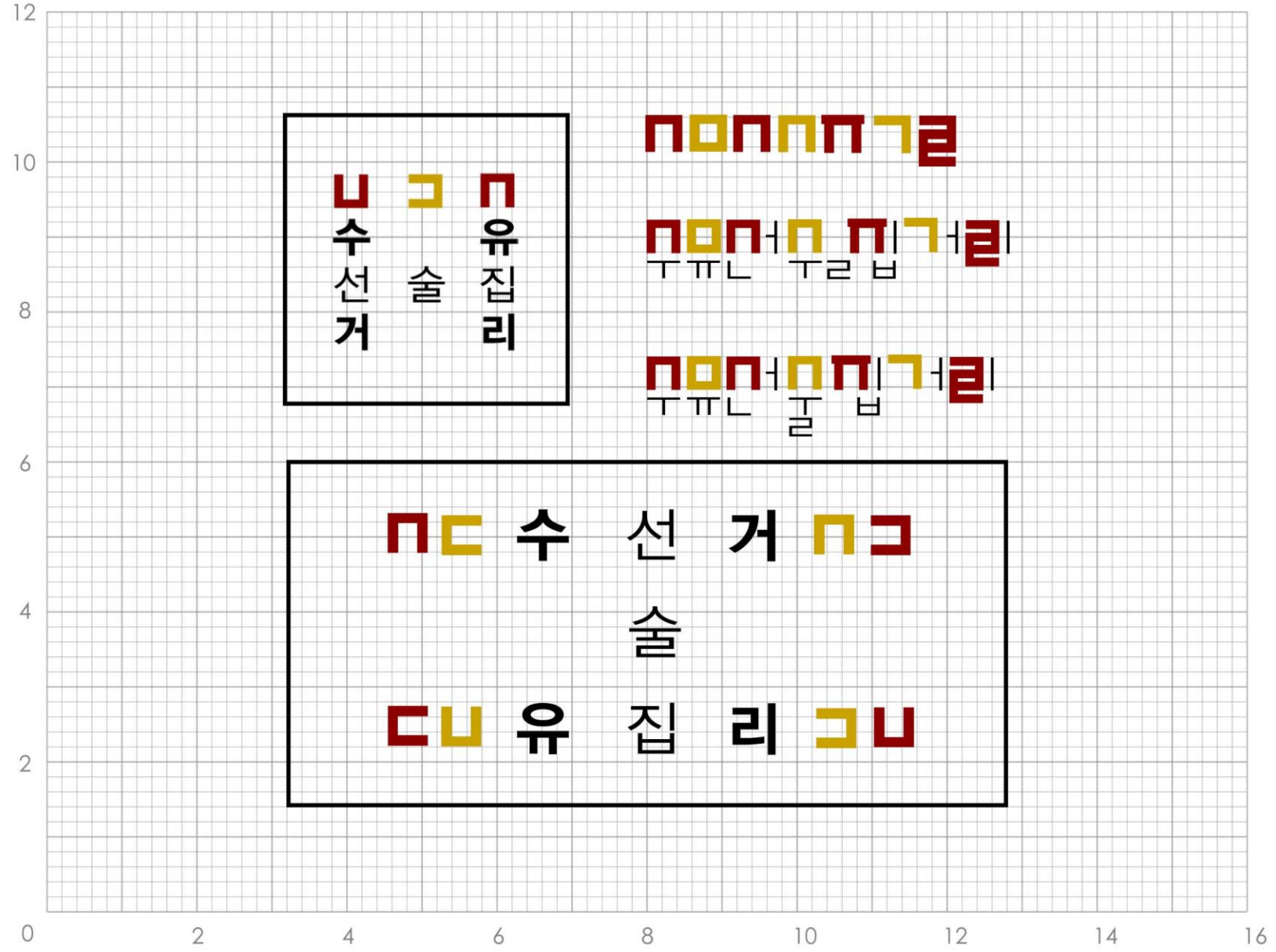


CMYK COLOR

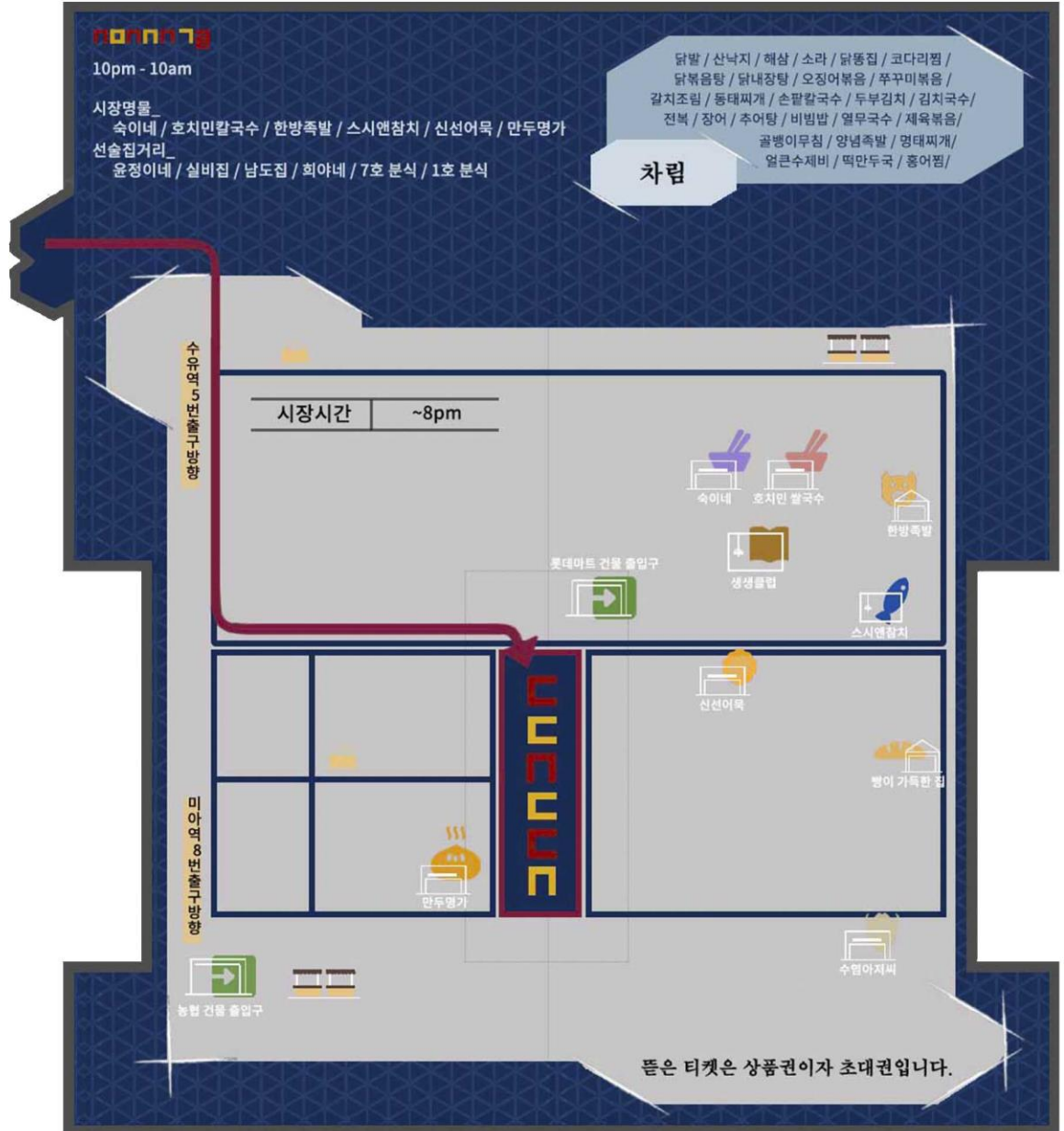
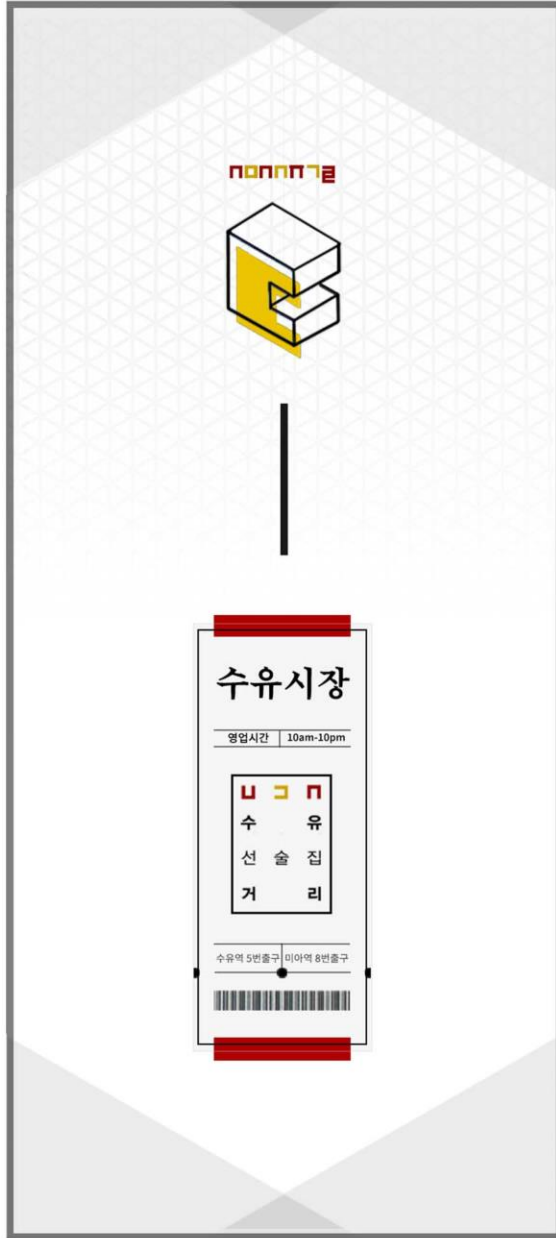
C : 7%  
M : 27%  
Y : 92%  
K : 0%



선술집 거리 로고

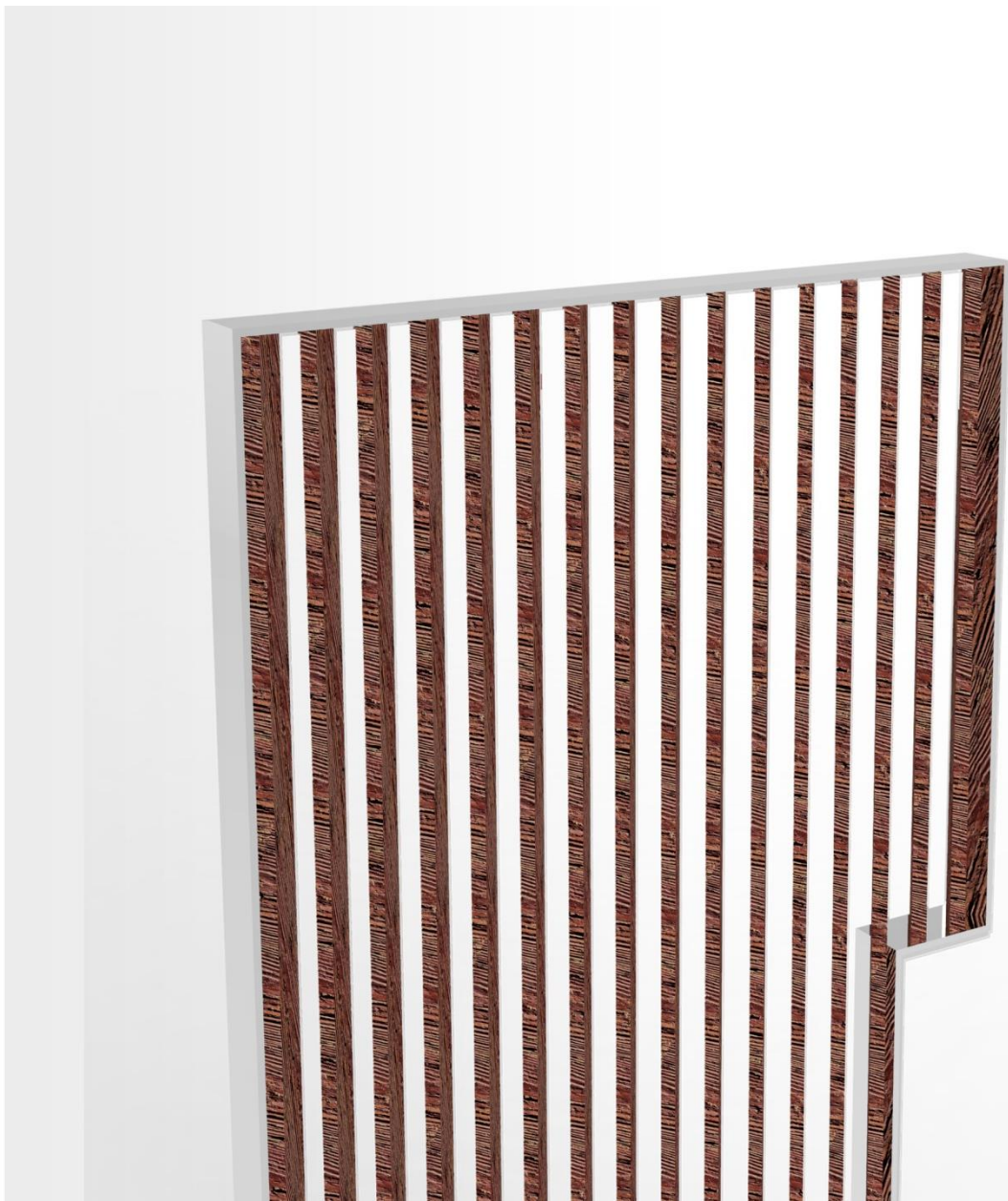


# 홍보인쇄물





# 선술집 문





선술집 문

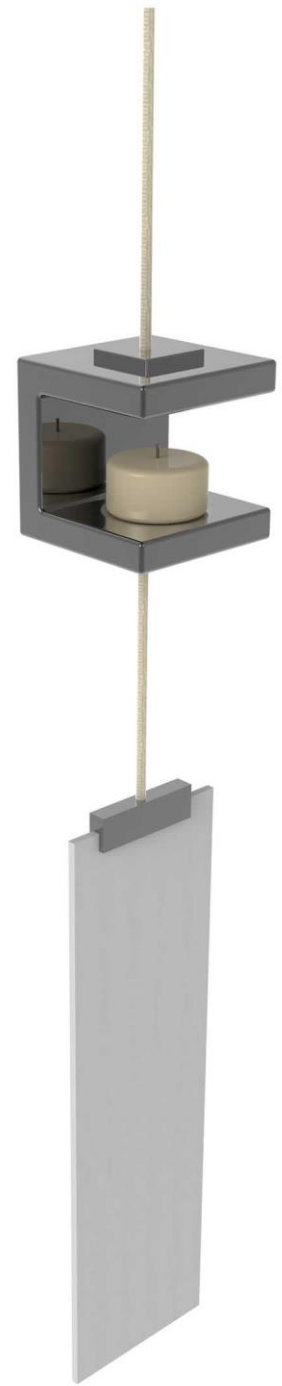




선술집 문



선술집 차림표

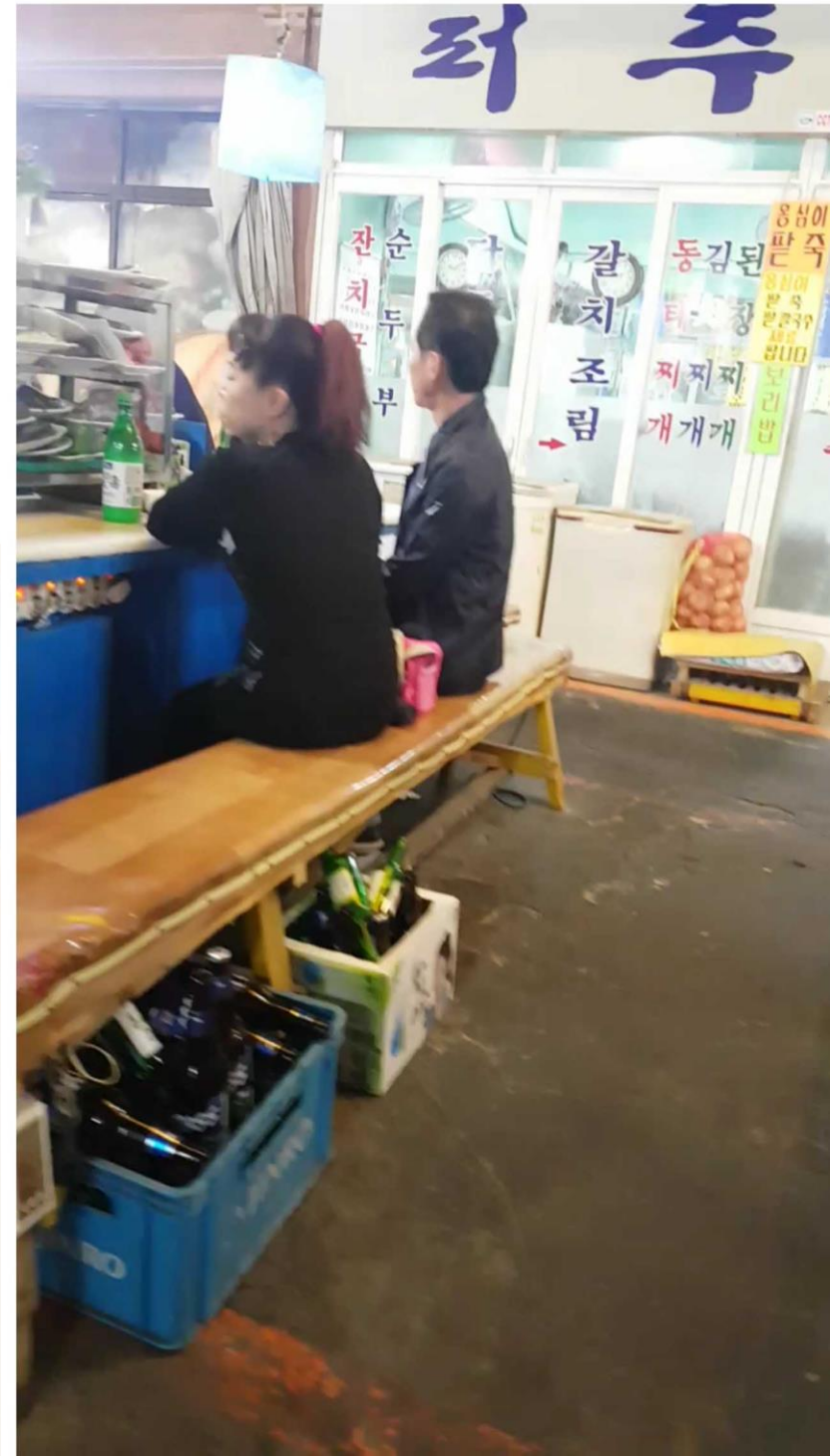




## 선술집 차림표

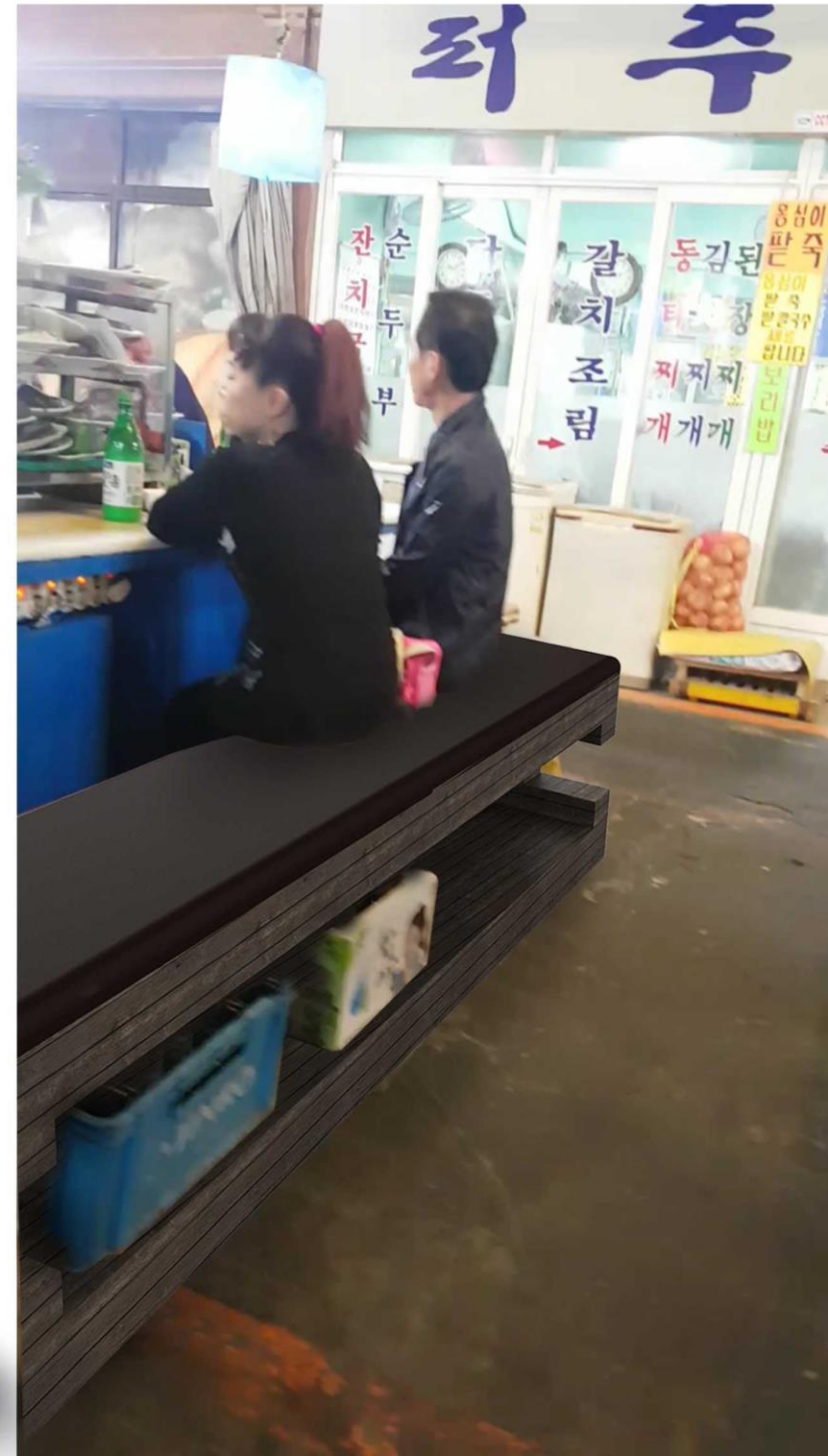


## 선술집 의자

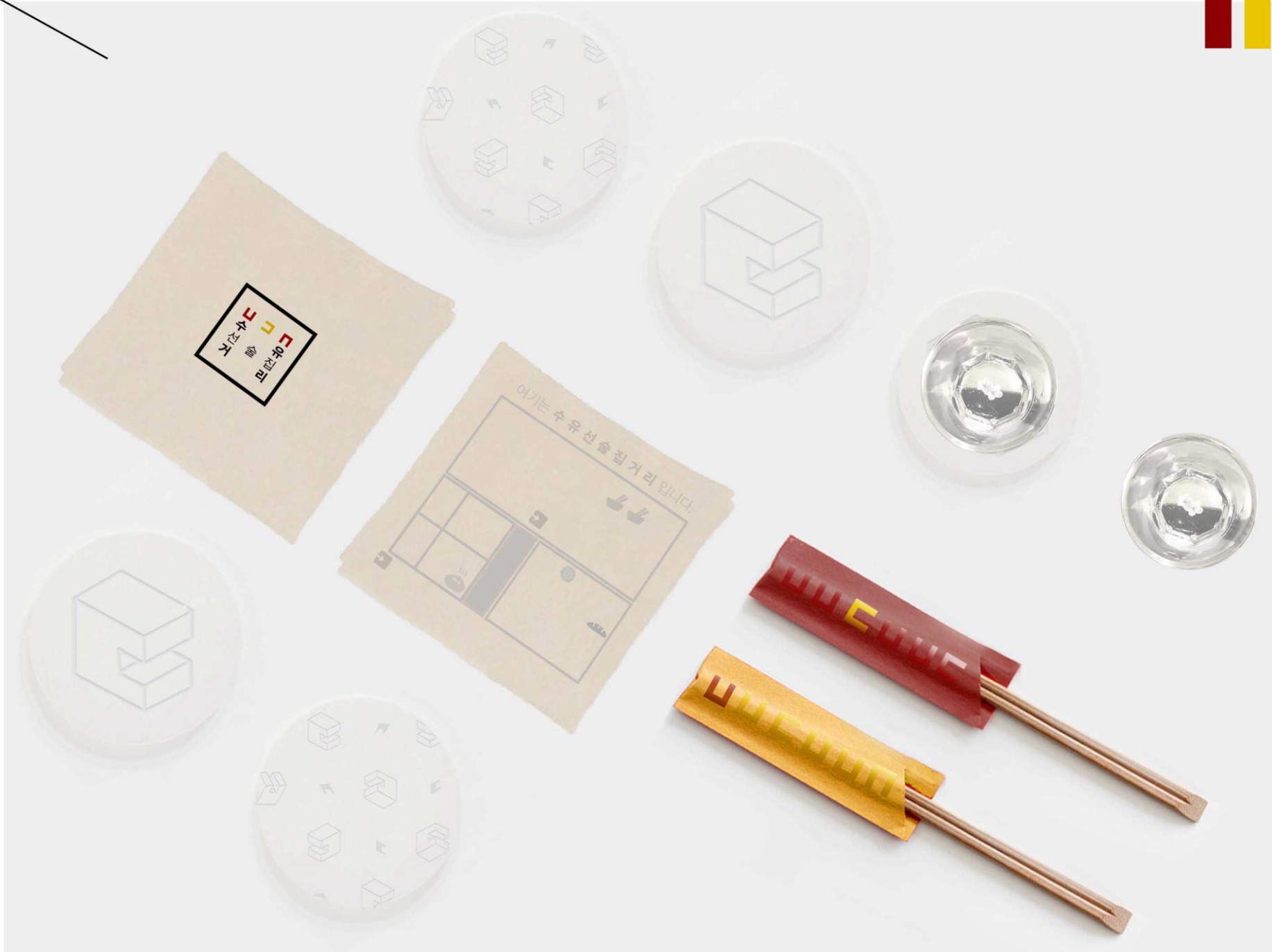




## 선술집 의자



# 선술집 패키지



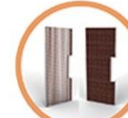


# 최종 디자인

## 수유시장의 중심 선술집 거리, 가이드

가운데 티켓을 뜯으면 선술집거리를 중심으로 수유시장이 열리는 컨셉으로 선술집 거리 홍보를 하면서 수유시장 전체를 한 눈에 볼 수 있는 가이드를 디자인하였다. 또한 뜯은 티켓은 온누리 상품권 가을 하여 사용자가 선술집거리를 가면서 시장에 관심을 갖게 유도한다.

- 선술집 6점포 차림표 음식
- 대표 맛집 10개
- 영업 시간
- 초대권 및 할인권



## 숨어있는 공간을 위한, 하이든 문

숨어있는 선술집거리의 컨셉을 유지하면서 시선을 끌기 위해 보는 각도마다 내부가 보였다가 보이지 않는 반 개방형으로 문을 디자인하였다. 위치상 보이지 않던 간판을 과감하게 없애고 나무재질의 큰 문으로 바꾸었다.

- 반개방형
- 각도별 노출형
- 선술집 나무 문
- 무간판 호기심

## 통일감과 정보전달, 차림표

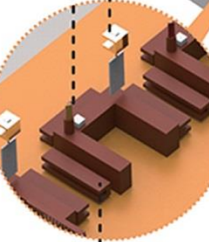
점포주인들이 직접 만든 조명에 감성적인 조명의 차림표를 달아 통일성을 주었다. 가벼운식사, 혼한 안주, 독특한 안주로 카테고리를 나눠서 2~30개의 메뉴 속에서 쉽게 안주 선택이 가능하게 하였다. 또한 뒷면에 점포 이름을 넣어서 간판이 없어서 일어나는 불편함을 없앴다.



## 경험과 정보를 제공, 테이블 패키지

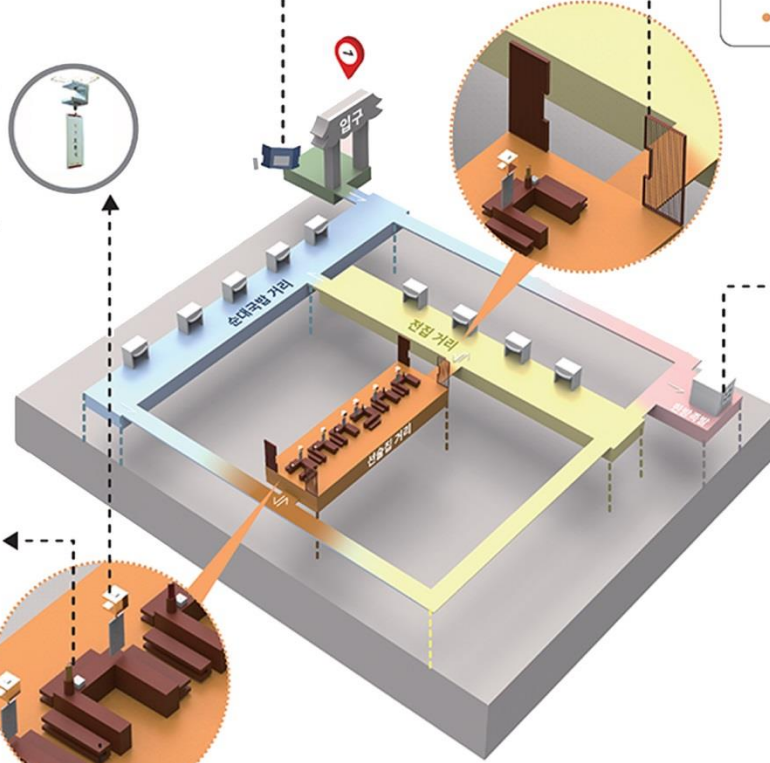
테이블 마다 있는 나무젓가락, 잔갈개, 휴지를 통해 정보를 전달하거나 좋은 경험을 선물하고자 한다. 패키지를 통해 수유시장 안에 존재하는 다른 먹거리특화거리들을 함께 소개하여 시장에 먹거리 코스를 자연스럽게 노출한다.

- 휴지 뒷면 지도
- 젓가락 점포 위치 표시
- 시장 관광 코스 유도
- 패턴 컵갈개



## 실용적이고 통일성을 제공, 'ㄷ' 의자

선술집거리의 시그니처인 디귤형태를 사용하여 물건을 보관할 수 있게하여 사용자들이 지나다니거나 앉을 때 불편함이 없게 하였다. 문과 통일 된 나무재질과 위에 방석재질로 안정감과 폭신함을 주었다.



## 시장 안 맛집과 연결, 맛집 상생

가이드와 선술집 패키지들을 통해 시장에 유명한 맛집들을 자연스럽게 노출시켜 홍보하여 선술집 거리와 맛집을 둘 다 인지하게 하였고 맛집들을 가기 위해서는 선술집거리를 지나치게 하여 서로 상생하는 효과를 기대한다.

## 기대 효과 및 결론

선술집 거리

전통시장의 새로운 술문화 형성  
젊은 층과 노년층과 조화

전통 시장 경쟁력

관광소재, 젊은 사람이나 외국인들이 흥미를 갖을 만한 것이 없이 크기만 컸던 수유시장에 기존 가지고 있는 특색을 조금 빛나게 해주어서 활기가 돌고 관광형시장, 생계형시장 둘 모두 긍정적인 방향으로 바꾸게 되었다. 더 나아가 사라지는 전통시장의 경쟁력을 높여서 우리의 전통 분위기를 지켜가고 젊은 층과 노년층과 조화를 시장을 통해 이루고자 한다.

# 최종 디자인

