

2016년 정부3.0 국민디자인과제 결과보고서

---

# 양평물맑은시장 3.0, 문화관광형시장을 넘어 HOT ROAD로 #하태핫태!

---

2016. 10.



경기도 양평군

□ **현황 및 문제점**

- 시장 방문고객수의 큰 변동 폭
  - 큰 변동폭에 따른 불안정한 수익구조(상점상인은 장날 고객 감소)
- 많은 유동고객 대비 구매/소비 고객 부족
- '양평물맑은시장'만의 특화된 요소(콘텐츠)의 부족

□ **정책 추진 내용**

- 양평물맑은시장 문화관광형시장 육성사업 추진('13~'15)
- 전국 최고의 전통시장을 위한 상인대학 운영('10년/40명, '16년/52명)
- 양평물맑은시장 쉼터 및 광장 조성(고객과 주민의 편의공간조성)
- 양평물맑은시장 핫로드 소식지 발행('13년부터~, 월500부 발행)

□ **국민디자인단 운영 성과**

- 국민디자인과제명 : 주민이 참여하는 양평군 전통시장 특화방안
- 국민디자인단 명칭 : 전통시장 국민디자인단
- 국민디자인단(탐험대) 구성 : 11명
- 연구주제 선정 : **양평물맑은시장 HOT ROAD 특화거리 조성**
- 단계별 서비스디자인 활동을 통한 아이디어 도출

- ☞ 즐겁고, 편하게, 믿을 수 있고 계속 오고 싶은 시장 만들기
  - 주차문제 정비/상인서비스 개선/상점등록제와 인식표 개발
- ☞ 양평물맑은시장만의 특화 요소 개발/ HOT ROAD(특화거리) 개발
  - 핫한 맛과 핫한 입담이 있는 “핫로드”
  - 솜사탕처럼 달콤하지 않다면 핫로드를 즐길 자격이 없다!
  - 핫로드에서 물 가지고 핫하게 놀아보자!!

□ **향후 추진일정 및 보완사항**

- 활용 가치가 높은 아이디어를 대상으로 프로토타입 제작
- HOT ROAD에 조성된 시설물에 대한 사용자 경험 관찰 및 보완
- 양평물맑은시장 특화거리 조성시 아이디어 반영

과제 분류	특화과제	주관 기관 (협업/관련 기관)	경기도 양평군 지역경제과 (양평군 기획예산담당관)
과제 담당자	장수현 주무관 안동명 주무관	담당자 전화번호	사무실 : 031-770-2084 H.P : 010-2060-6788

### 가. 현황 및 문제점

- 시장 방문고객수의 큰 변동 폭
  - 장날/ 비 장날의 현저한 시장방문 고객 수 차이
  - 5일장 상인들 대비 상점상인들의 상대적인 박탈감 발생
  - 큰 변동 폭에 따른 불안정한 수익구조(상점상인은 장날 오히려 감소)
- 많은 유동고객 대비 구매/ 소비고객 부족
  - 생각보다 비싼 가격과 불친절한 시장상인 서비스의식
  - 지속적인 구매/ 소비할 양질의 제품/ 서비스의 부족
  - 홍보 및 서비스이용환경(ex.주차장)의 비 효율화
- '양평물맑은시장'만의 특화된 요소(콘텐츠)의 부족
  - 특별한 즐길거리/ 먹거리의 부재
  - 상대적으로 낮은 관광지경유 고객과 목적방문 고객
  - 기존 인프라와 콘텐츠들이 다른 목소리를 냄으로 집중력 저하
  - 관광지를 경유하는 소비주체 발굴 필요

### 나. 정책 추진 내용

#### □ 양평물맑은시장 문화관광형시장 육성사업

##### ○ 중소기업청 공모사업 선정

- 목 적 : 양평물맑은시장의 상인들의 경영환경개선을 통한 지속적인 고객유입 및 서비스 마인드 개선
- 대 상 : 지역주민 및 관광객, 전통시장 상인

- 기간/예산 : 2013년 8월 ~ 2015년 12월 / 1,500백만원
- 내 용 : ICT육성사업, 자생력강화, 기반설비, 이벤트 행사의 4가지 대분류를 통한 단계적 추진을 전통시장의 경쟁력을 강화 시켜 전통시장의 재생을 통한 지역경제 활성화 도모



양평물맑은시장 시장1길

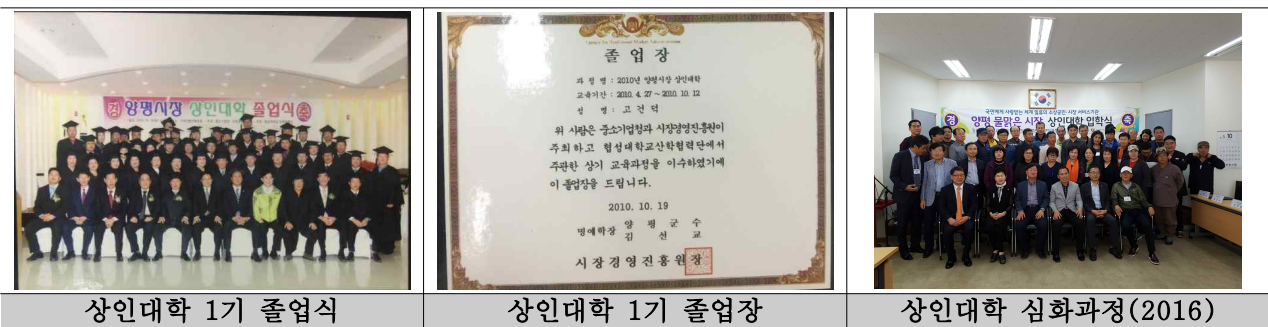
문화 야시장 개장

이벤트 행사

## □ 전국 최고의 전통시장 조성을 위한 상인대학 운영

### ○ 상인의식강화 교육사업 진행

- 목 적 : 전통시장의 변화와 혁신의 기본이 되는 상인들의 의식수준 향상을 통한 시장 경쟁력 강화
- 기간/인원 : 2010년 1기(협성대학교) / 4.27~10.12 / 40명 수료  
2016년 2기(호서대학교) / 10.20~12.5 / 52명 교육중
- 내 용 : 대학교(전문가)와 전통시장 간의 협력(자매결연)을 통하여 상인들의 마인드를 향상시켜 시장의 변화와 혁신을 통한 고객이 만족하는 전통시장 기틀 마련



상인대학 1기 졸업식

상인대학 1기 졸업장

상인대학 심화과정(2016)

## □ 양평물맑은시장 쉼터(광장)조성

### ○ 고객과 주민을 위한 편의 시설 조성

- 목 적 : 시장을 방문하는 고객과 상인들이 쉬어갈 수 있는 공간 조성
- 대 상 : 양평물맑은시장을 찾는 관광객 및 상인
- 기간/예산 : 2014. 12월 ~ 2015. 12 / 3,300백만원



- 내 용 : 경기도 균형발전기금의 공모사업을 통하여 고객이 쉴 수 있고 다양한 공연도 진행할 수 있는 시장내 공간 조성



쉼터 전경

2층 작은도서관

아이 놀이방

□ 양평물맑은시장 핫로드 소식지 및 정보지 발간

- 전통시장에서 이루어지는 다양한 사업의 홍보 및 전달
  - 시장의 정보를 공유하여 상인들간의 단합을 유도하고 방문하는 고객들에게 시장의 종합정보를 전달하는 매개의 역할
  - 2013년 ~ 현재까지 발간해 오고 있으며, 매월 500부씩 발행
  - 내 용 : 시장에서 이루어지는 다양한 사업들의 종합적 소식지 발간을 통하여 상인들간의 유대관계를 이끌어내고, 시장을 방문하는 고객에게 시장에 대한 정보를 전달하여 편리한 쇼핑 환경을 제공하고자 함



시장 정보 리플릿(1)

시장 정보 리플릿(2)

시장(핫로드) 소식지

<최근 3년간 주요 정책추진 계획 >

'16년	'17년	'18년
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 활성화 이벤트 지속운영</li> <li>○ 특화 먹거리 골목 발굴</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지역선도시장으로 성장</li> <li>○ 시장 전문인력지속양성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 상설시장으로 전환</li> <li>○ 전국구 시장으로 도약</li> </ul>

## 다. 국민디자인단 운영 성과

### □ 국민디자인단 구성

- 국민디자인과제명 : 주민이 참여하는 양평군 전통시장 특화방안
- 국민디자인단 명칭 : 전통시장 국민디자인단
- 국민디자인단(탐험대) 구성 : 11명
  - 탐험가이드(1명) : 강동선
  - 탐험대원(9명) : 장수현, 임지선, 방장혁, 고건덕, 박수형, 김하나, 백문정, 박재민, 장정은
  - 정책가이드(1명) : 안동명
- 연구주제 선정 : 양평물맑은시장 HOT ROAD 특화거리 조성

### □ 이해하기 단계

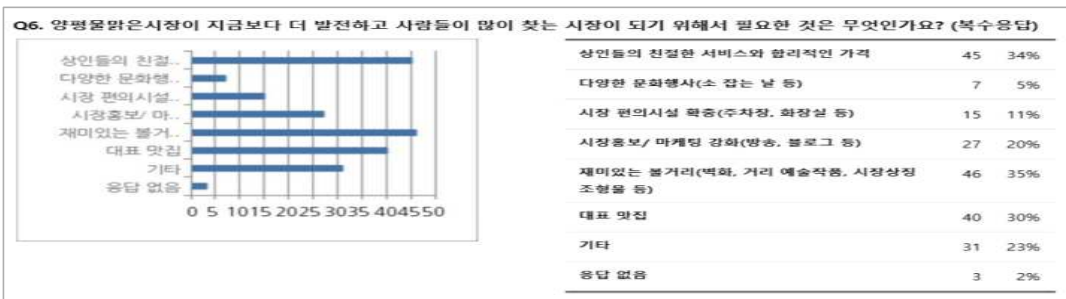
- 비즈니스 모델 캔버스 작성
  - 간담회를 통해 나누었던 내용을 한 장의 캔버스로 정리하여 서비스디자인의 목적을 발견하기 위한 밑그림 작성
- 정책수요자 설정
  - 서비스디자인을 통해 정책 진행시 고려되어야할 주체에 대한 발굴
- 이해관계자 맵 설정
  - 정책진행과 관련하여 고려되어야 하는 이해관계자를 핵심대상, 직접적/ 간접적 이해관계자로 구분하여 작성
- 조사목표 설정
  - 정책수요자가 만족하는 부분과 직면한 문제를 알아보고 해결할 수 있는 방향성 작성

비즈니스 모델 캔버스	정책수요자 설정	이해관계자 맵 설정	조사목표 설정

# □ 발견하기 단계

## (사용자 니즈/페인 포인트 발견)

- 사용자 니즈와 문제점 분석을 위해 이해관계자, 주민, 상인 대상 설문조사 및 인터뷰 진행



**특화거리 조성구간 상인 인터뷰**

1. 양평의 특색을 살려주는 볼거리가 필요하다.  
2. 양평의 특색을 살려주는 볼거리가 필요하다.  
3. 양평의 특색을 살려주는 볼거리가 필요하다.  
4. 양평의 특색을 살려주는 볼거리가 필요하다.  
5. 양평의 특색을 살려주는 볼거리가 필요하다.  
6. 양평의 특색을 살려주는 볼거리가 필요하다.

특화거리 조성 구간 상인대상 인터뷰

**심층인터뷰**

준비물: 필기구, 인터뷰 비음 차단기 등

인터뷰내용: 양평물맑은시장에서 판매하는 판매처를 설명해주시고, 양평물맑은시장에 가장 마음에 드는 것은 무엇 일까요? 등

심층인터뷰 진행

- 당연하여 잊고 있었던 문제점 확인
  - 콘텐츠 개발만큼 시장상인의 서비스 마인드 개선이 시급
  - ※ 설문조사 결과 “상인들의 친절 한 서비스와 합리적인 가격”이 재미있는 볼거리와 대표 맛집과 동등한 35% 개선사항 유지
- 양평물맑은시장의 3가지 얼굴(=역할) 발견

- 재래시장만의 역할을 넘어 새로운 공간으로서의 가능성 발견
- 재래시장(5일장) / 시내중심지(행정·교통시설, 간단소비) / 즐기는 공간(술집, 만남의 장소)
- 컴퓨터와 아케이드 구간의 새로운 공간으로서의 변화 가능성 확인

## □ 정의하기 단계

### ○ 피소나 작성

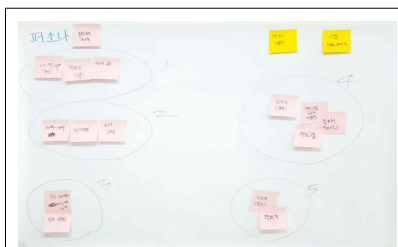
- 이해관계자 맵에서 알게 된 정책수요자와 이해관계자를 바탕으로 가상의 인물에 대한 피소나 작성

### ○ 여정맵 작성

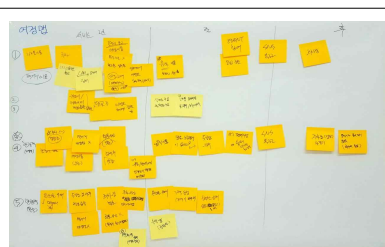
- 가상 인물의 피소나를 바탕으로 여정맵을 작성하여 어떠한 pain-point가 있는지 확인

### ○ 핵심이슈 도출 및 서비스 목표수립

- 여정맵을 작성하며 발견한 공통된 장점과 단점을 바탕으로 핵심 문제점으로 도출하였으며, 이를 바탕으로 해결방안에 대한 고민을 문장으로 작성(어떻게 하면 000 할 수 있을까?)



피소나 작성



여정맵 작성



핵심이슈 도출

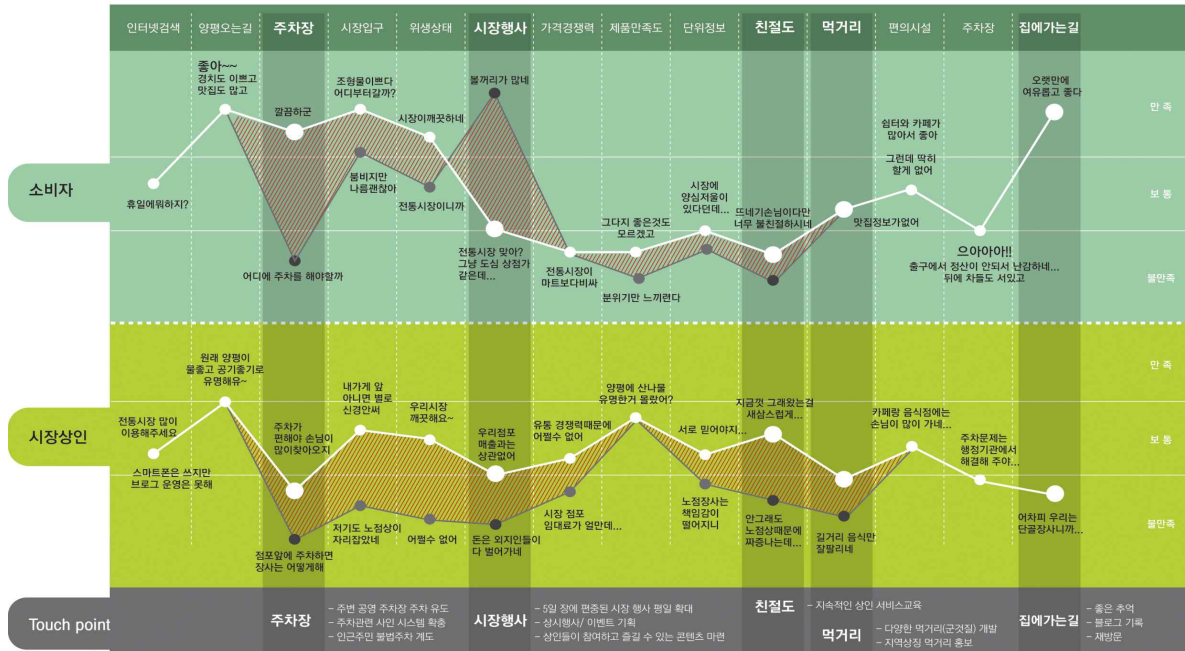
## (피소나 작성)

1	<p><b>시장상인</b> 53세 남자(시장운영) 나상민</p> <p><b>시장거주인</b> 자가소유 45세 여성(상가임대) 양영덕</p> <p><b>학생</b> 중2년 15살 여자 중이병</p> <p><b>양평주민 소비자</b> 33세 여자(전 입주) 놀러와</p>	<p><b>상황(Persona's Behaviors)</b> - 임대료는 높음 고려한다. - 시장 변화에 민감하다. - 있어, 볼거리, 동화거리 있다. - 복지편하다. - 젊은 세대가 없고 시장 소문만 퍼보다</p> <p><b>요구사항(Persona's Goal)</b> - 관광객이 더 많이 왔으면 좋겠다. - 임대료 상승이 부담(대규모 매장)</p> <p><b>상황(Persona's Behaviors)</b> - 임대료 상승이 부담이 있다. - 시장 변화에 민감하다. - 생활 편의가 편리하다. - 다양한 시장이 활기를 보인다. - 환경을 중요시 한다. - 다양한 임대료, 임대료 간 커뮤니케이션이 적극적이다. - 가능하다면 재래시장을 이용 한다.</p> <p><b>요구사항(Persona's Goal)</b> - 임대료 상승이 부담이 된다. - 시장 변화에 민감하다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 지속적으로 상승하지 않으면 좋겠다.</p> <p><b>상황(Persona's Behaviors)</b> - 임대료 부담에 관심이 있다. - 저렴한 세대가 살고 있다. - 임대료 부담이 높고 임대료가 높다. - 임대료를 줄여주고 편리하게 한다. - 임대료 외에 다양한 임대료 환경을 원한다.</p> <p><b>요구사항(Persona's Goal)</b> - 줄일 수 있는 임대료가 많으면 좋겠다. - 가격 부담을 줄이면 좋겠다. - 친구들과 함께할 특별한 공간이 필요하다. - 온·오프라인 시장이 필요하다.</p> <p><b>상황(Persona's Behaviors)</b> - 임대료 고 인건비, 직장을 이용해 먹거리를 추구 한다. - 가정에 손님, 직장을 이용해 먹거리를 추구 한다. - 원산지 및 재래의 특색을 팔고 싶어 한다. - 임대료 부담이 높고 임대료가 높다. - 임대료를 줄여주고 편리하게 한다. - 임대료를 제외한 임대료 부담을 가지고 있다.</p> <p><b>요구사항(Persona's Goal)</b> - 임대료 부담을 줄이면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 생활 편의가 높고 임대료가 저렴하면 좋겠다. - 지원과 함께(이웃) 먹거리/물거리가 있으면 좋겠다.</p>	<p>5</p>	<p><b>상황(Persona's Behaviors)</b> - 가족을 양육하는 중이며 출생육아를 준비 한다. - 사색이 다양한 공방(공예)을 즐긴다. - 카피, 크리에이티브 등을 즐긴다. - 서예(수묵화)와 전통공예를 즐긴다. - 가족친화적인 시설을 즐긴다. - 가정이 잘 맞는 것을 추구 한다. - 문화관광의 중요성을 인식도가 높다. - 노후보다는 상류층, 재키지가 강력한 재능을 선호 한다.</p> <p><b>요구사항(Persona's Goal)</b> - 문화관광 시설이 있으면 좋겠다. - 환경을 원한다. - 카드사원이 많았으면 좋겠다. - 편의시설이 있으면 좋겠다. - 지속적인 구매를 위한 배송서비스가 있으면 좋겠다.</p> <p><b>상황(Persona's Behaviors)</b> - 임대료 부담에 관심이 있다. - 임대료가 저렴하면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 지속적으로 상승하지 않으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다.</p> <p><b>요구사항(Persona's Goal)</b> - 임대료 부담을 줄이면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다.</p>	<p>8</p>	<p><b>상황(Persona's Behaviors)</b> - 정식회관을 목표로 하며 여가 및 자기 개발에 적극적이다. - 1인 가구로 대부분을 차지하고 해결하거나 간편화(리빙)로 해결한다. - 인터넷과 함께 다양한 서비스를 즐긴다. - SNS에 의존적이다. - 온라인 쇼핑을 이용하여 대부분 구매한다. - 가정이 소비를 추구한다.</p> <p><b>요구사항(Persona's Goal)</b> - 친구들과 함께 만날 수 있는 공간이 다양하면 좋다. - 다양한 먹거리(이웃)를 원한다. - 임대료가 저렴하면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다.</p> <p><b>상황(Persona's Behaviors)</b> - 온·오프라인 시장이 필요하다. - 임대료 부담에 관심이 있다. - 임대료가 저렴하면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다.</p> <p><b>요구사항(Persona's Goal)</b> - 임대료 부담을 줄이면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다. - 임대료가 저렴했으면 좋겠다.</p>
---	---	--	----------	--	----------	---



## [고객 여정맵 설정]

- 시장을 찾는 소비자와 상인이 시장을 방문하는 경험의 전 과정을 터치포인트에 따라 순차적 나열 및 시각화



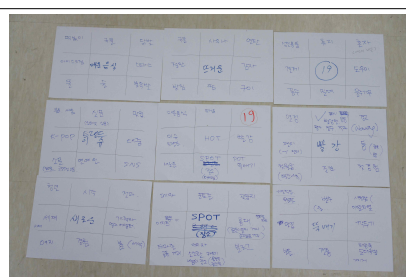
## □ 발전하기 단계

### [아이디어 발산]

- 브레인스토밍/아이데이션 : 3~4명씩 작은 팀으로 나눠 "여행"이라는 주제로 브레인스토밍 진행
- "여행"의 주제를 구체화 시킨 3가지 주제(힐링, 웃음, 즐거운 입)로 팀별 브레인스토밍 진행
- 만다라트 : 3x3 Box의 형태의 만다라트 방법을 활용하여 "HOT"라는 주제를 가지고 키워드 도출
- 솔루션 탐색 : 브레인스토밍과 아이데이션, 만다라트를 통해 진행된 다양한 아이디어를 조합하여 특화거리 조성을 위한 솔루션 탐색



브레인스토밍



만다라트



아이데이션

문제해결  
Solving Card brainstorming+7\*7  
방법

웃음

문제해결  
Solving Card brainstorming+7\*7  
방법

먹는입만 즐겁나?!

즐거운 입

문제해결  
Solving Card brainstorming+7\*7  
방법

이것이 슬롯에 들어갈 수 있는 1000원짜리 동전입니다.

힐링

## □ 전달하기 단계 (스토리 보드)



소통을 통한 상인 간 다양한 갈등과 문제점 해결



낙후되고 인적이 드문 골목길에서 발생하는 청소년 흡연, 음주 등의 문제점 해결



일찍 문을 닫는 상점가와 골목길 불법주차, 취객들로 인한 밤길 여성 안전 위험요소 개선



넷지에서 물놀이 했던 중·장년의 추억을 현대적인 방법으로 되살려 누구나 즐길 수 있는 이벤트, 축제 형태로 발전



여러 사람들이 소통하고 체험할 수 있는 '장'을 마련하여 다양한 갈등 해소와 보행 즐거움 부여(시장방송국 연계)



밤 늦게까지 옥자지겔 재미있는 볼거리와 인적이 넘쳐나는 '핫한' 양평물맑은시장 명소 조성(보행 센서등 설치)



주인과 관광객의 포토존, 블로그 활동으로 인한 자연 홍보  
"너흰 워터파크 가니? 우린 양평 핫로드 간다~"



양평시장 내 다양한 계층 간 이해관계자의 소통과 노력으로 모두가 참여하는 행복한 시장만들기



## [아이디어 구체화]

[기본부터 탄탄하게] 즐겁고, 편하게, 믿을 수 있는...

그래서 계속 오고 싶은 양평물맑은시장 만들기!

### 1. 주차문제 관련 정비

- 주차 자동정산 시스템 설치 및 주차장이용 관리 운영 메뉴얼 제작
- 인근주차장 유도사인 설치
- 방문객의 동선을 고려한 주차장 사인시스템 개발

### 2. 상인서비스 개선

- 기존상인대학의 효율성 강화(고객응대와 같은 실질활용서비스 교육)
- 정찰가격제 시행

### 3. 상점등록제를 통해 시장상인 인식표 개발/배포

- 상점등록제를 통한 시장상인 인식표 개발(ex.친절점포, 추천점포 등)

## [응용은 특별하게]

양평시장만의 특화 요소 개발/HOT ROAD(특화거리) 개발

### 1. 핫한 맛과 핫한 입담이 있는 "핫로드"

- 양평물맑은시장 상인들의 핫한 입담들, 혼자만 알고 있는 자랑거리 등
- 모두와 나누고 싶은 입담, 간직하고 싶은 입담, 하지 못했던 입담.
- 사랑하는 가족, 친구, 연인에게 그리고 부모님께 평소에 하지 못했던 이야기를 핫로드에서 기록해 본다.

### 2. 솜사탕처럼 달콤하지 않다면 핫로드를 즐길 자격이 없다!

- 핫로드 곳곳의 비밀장소에 나만의, 우리만의 달콤한 비밀을 간직한다.
- 글로, 그림으로 남겨진 우리들의 달콤한 소망들이 모여 달콤한 소망거리, 핫로드를 만든다.

### 3. 핫로드에서 물 가지고 핫 하게 놀아보자!!

- 물 풍선을 가지고 신나게 놀 수 있는 곳
- 불꽃모양/ 물방울 모양 풀빵으로 간단한 먹거리 판매

**상징성과 의의성을 부여한 걷는 재미와 웃음**

보행자 보편성을 통한 시공간효과



카페와 서티움(타이프) / 아이들 웃음소리 / 풍소리 관중들의 함성 등의 효과음으로 보행자로 하여금 걷는 재미와 웃음 전달  
 "포토드에서는 나도 레드카펫 위의 스타"  
 "최진유 열풍, 벨로더가 나오는 걷기외박박스"

**다양한 사람들의 의견 개제를 통한 스토리길 완성**

시민의 권유여이 만들어가는 '잇로드스톰' 캐서린 설치



특화거리 조성구간 내 위약적 및 사생활이 많이 보이는 장소에 큰, 그외, 이도저로 볼 수없고 또한 가시성 모든 수단을 동원하여 자신의 메시지로 하여 이곳을 방문하는 다양한 계층, 관계자, 소비자의 의견을 청취하고 문제점을 발견할 수 있는 소통의 장구

HOT ROAD  
 I want to  
 Like

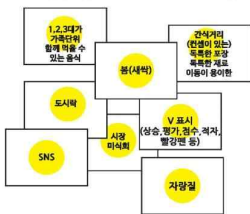


**콜라 먹는 재미가 있다. 컵비빔밥 (양평물맑은컵비빔밥 31)**



양평의 다양한 나뭇과 좋은 한우를 이용한 불고기 등 다양한 재료를 아이스크림처럼 골라먹고 비벼먹는 "양평물맑은시장컵비빔밥31"을 만들  
 아이들이 좋아할수 있는 김가루나 초코시럽등도 선택할수 있도록 하여 이동하면서도 간편하게 먹을수 있도록 함.

다양한 캐릭터들과 콜라보하여 일화음 비빔밥 컵을 판매, 리미트컵 컵들을 만들어 지속적으로 제작하고 사람들이 모일수 있도록 유도



**양평 물안개 솟사탕 (자전거 패달 충전으로 생산)**

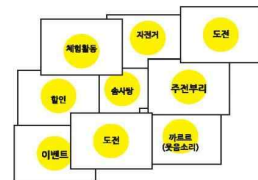


자전거 패달을 돌리면 전기기가 충전되어 그 힘으로 솟사탕 만드는 기계가 돌아감  
 -그날 재충을 수있게된다  
 -충전할 전기만큼 충전음 재충

여인들을 위한 지속가능발전교육(ESD:Education for Sustainable Development)을 실현하는 신교과

자연을 사랑하는 양평군의 경제성과 양평물맑은시장의 활기넘치는 시장을 다양한 모습을 표현

최신시간 재충을 할아 한주간 TOP10을 표시



가족-연인-친구-상인들과 소통하고 알리는 '핫 소식통'



다양한 사람들의 의견 개제를 통한 스토리길 완성



핫한 친구들 다 모여!!



지역 상징성에 초점을 둔 계절별 맞춤 아이템과 먹거리 개발

## □ 국민디자인단 활동 전·후 변화

### (Before)

- 5일장 기간 외 시장내 상권이 활성화되지 않으며 활력이 없다.
- 과거 지역주민 위주의 상권에서 현재 외지인 상권이 결합되며 상인간에 소통 두절 및 마찰이 발생한다.
- 시장을 찾은 관광객들 대부분이 비싼 가격과 불친절의 문제를 제기한다.
- 양평물맑은시장은 시내에 위치해 중고등학생의 통학로, 쉼터로 활용되고 있지만, 시장 곳곳 어두운 골목에서 문제가 발생할 소지가 있다.

### (After)

- 5일장 기간외에도 시장을 찾는 외부 관광객 및 지역주민이 증가하고 상권이 활성화되어 사람 사는 이야기를 듣기 위해 또는 오래 전 자신의 녹음해 둔 음성기록을 찾아 듣기 위해 반복적으로 방문하게 된다.
- 시장내 상인들이 각자가 주인공이 되는 방송을 통해 상인들간의 유대관계가 좋아지고, 즐겁고 웃음이 넘치는 시장이 만들어진다.
- 시장 상인이 물건 값을 왜 비싸게 받는지에 대한 이유, 말로 표현 못하는 어색함에서 발생할 수 있는 불친절에 대한 오해를 해소할 수 있다.
- 시장은 중고등학생들에게 단순히 지나치는 길이 아닌, 어두운 골목이 아닌, 다른 친구들에게 자랑하고 싶은, 그리고 놀고 싶은 즐거운 놀이터·골목으로서의 역할을 갖게 된다.

## 라. 향후 추진일정 및 보완사항

### □ 향후 추진일정

- 국민디자인단 활동이 이후 산출된 결과물들 중 제작이 용이하고 활용 가치가 높은 아이디어를 대상으로 프로토타입 제작

	10	11	12	1	2	3, 4	5,6,7,8
양평국민디자인단	결과보고서제출						
'HOT' 한 입담이 있는 "핫로드" 메시지 전달장치 부스 설치		프로토타입 제작 (예산비용 : 700만원)					
'HOT' 스토리길 완성 낙서하고 기록해보자		프로토타입 제작 (예산비용 : 300만원)					
'HOT' 한 친구들 다모여 핫로드 안에서 이루어지는 풍선던지기/ 물총싸움					행사/ 이벤트기획	홍보 및 세부일정계획	
맞춤형 아이템과 먹거리 개발 계절 맞춤형 아이템 개발			계절 맞춤형 아이템 개발				계절 맞춤형 아이템 개발

## □ 보완사항

### ○ 프로토타입 제작

- 핫로드 주변으로 유동인구가 많고 시설 낙후된 지역에 우선적으로 설치
- 중·고생의 흡연 장소로 활용되는 좁은 골목길이나 은폐된 장소에 설치하여 공개되고 열린 공간으로 탈바꿈

### ○ 사용자 관찰

- 설치된 시설물에 대해서 사람들이 활용하는 형태를 관찰하고 기록하여 추가적인 아이디어를 도출

## 마. 홍보 방안

### □ 노출빈도가 높은 매체 활용

#### ○ 버스/지하철 광고

- 도시 외곽으로 운행하는 버스/지하철 광고에 삽입하여 활기차고 재미가 넘치는 양평군의 이미지 보여줌





- 시장길 바닥/사인물
  - 시장 주변 곳곳에 행사 관련 포스터 및 찾아오는 방법 등 적극 홍보
- SNS, 블로그 전파
  - 스마트폰 활용 빈도가 높고 파급력이 강한 학생들을 서포터즈로 활용하여 SNS, 블로그를 통해 전파
  - 양평군 공식 SNS 및 인터넷 방송(양평톡톡TV)에 영상 홍보

[Communication]

온, 오프라인 소통의 중심지, 다시 찾고 싶은 시장

공유

SNS

마케팅








**첨부1 : 국민디자인단 구성 및 활동 실적**

**첨부2 : 국민디자인단 추진 시 애로사항 및 개선 건의사항**

**첨부3 : 서비스디자인 단계별 산출물**

## 첨부1

# 국민디자인단 구성 및 활동 실적

### □ 정부3.0 국민디자인단 구성

구분	성명 / 소속 / 직위	역할
서비스 디자이너	강동선 (한양여자대학교/교수)	국민디자인단 탐험가이드
전문가	장수현 (양평물맑은시장사업단/단장)	시장전문가 자문/ 서비스제안
	임지선 (서비스디자인연구소/소장)	서비스디자인방향 자문
	방장혁 (주)소울수프/대표이사)	서비스디자인 진행/ 서비스제안
정책 수요자	고건덕 (양평물맑은시장/상인회장)	대외적인 시장상인회 입장에서 서비스제안
	박수형 (양평물맑은시장/매니저)	시장전반의 입장에서 서비스제안
	김하나 (용문천년시장/사무장)	서비스디자인 참여/ 서비스제안
	백문정 (양수리전통시장사업단/기획단장)	서비스디자인 참여/ 서비스제안
	박재민 (워킹플레인/소장)	서비스디자인 진행/ 서비스제안
	장정은 (PIPE/디렉터)	서비스디자인 진행/ 서비스제안
주관부서 (사업담당)	안동명 (기획예산담당관/주무관)	국민디자인단 진행 및 성과관리

### □ 정부3.0 국민디자인단 활동실적

구분	일시	장소	참석자	활동내용
1차	2016.9.19. 14:00~17:00	물맑은 양평시장 센터 (2층 회의실)	국민디자인단 9명, 디자이너1, 공무원1	국민디자인단 구성 및 OT 진행 "서비스 디자인이란?" 특강 및 방법 설명
2차	2016.9.26 14:00~17:00		국민디자인단 8명, 디자이너1, 공무원1	아이스 브레이킹 진행 시장의 기시행사업 사례 토론 핫로드에 대한 설명 및 토론
3차	2016.10.4 10:00~13:00		국민디자인단 7명, 디자이너1, 공무원1	비즈니스 캔버스 작성, 정책수요자 설정 이해관계자 맵 설정, 조사목표 설정
4차	2016.10.11 10:00~12:30		국민디자인단 7명, 디자이너1, 공무원1	퍼스나 작성, 여정맵 작성 핵심이슈 도출 및 서비스 목표수립
5차	2016.10.18 10:00~13:00		국민디자인단 8명, 디자이너1, 공무원1	설문조사 분석 결과 공유 브레인스토밍/아이데이션, 현장답사
6차	2016.10.25 10:30~13:00		국민디자인단 5명, 디자이너1, 공무원1	만다라트(3x3 Box)를 통한 키워드 도출 솔루션 탐색(특화거리 솔루션)



□ 팀미팅, 인터뷰 등 활동사진

○ 팀미팅 사진



○ 설문조사 및 인터뷰 활동



□ 정부3.0 국민디자인단 활동 총평

○ 국민디자인단 활동을 위해 양평물맑은시장에 처음으로 방문한 날은 5일 장날 이었다. 다양한 사람들이 모여들어 활기가 넘치는 시장이었다. 아케이드, 쉼터, 케이블지중화, 공연무대, 라디오방송국 등 부족함이 전혀 없어보였다. 그리고 가장 중요한 목적거리는 활기까지.. 최고의 시장이 아닌가? 그런데, 이상하게 전에 와봤던 시장이라는 느낌이 들었다. 정확히 5년전에 아이들과 함께 근처 레일바이크를 타고난 후 잠깐 들렸던 그 시장이었다. 내 기억 속에서 사라져있던 시장... 왜 기억

에 없었을까? 국민디자인단 활동을 하며 그 답을 찾았다. 기억을 더듬어 보니 불편했던 주차시설과 불친절했던 전형적인 관광지 재래시장 상인들의 기억까지... 5년 전 방문했을 때나 지금이나 특별히 각인(킬링 콘텐츠)되는 것이 없다는 것... 거기에 불편했던 기억까지 있었으니 생각 속에서 지워버린 것은 당연하였다. 하지만, 6번의 워크숍과 개별 방문활동을 통해 마무리된 국민디자인단 활동을 통해 양평물맑은시장은 5년 동안 더 크게 도약할 수 있는 기초체력(인프라구성, 다양한 사업진행 및 경험 등)을 많이 키웠다는 것을 알게 되었다. 이제 그 기초체력을 활용하여 “핫로드”라는 특화거리조성으로 도약하리라 기대된다. 서울에서 출발하여 양평까지 오는 길에 보이는 산과 물이 만들어내는 아름다운 풍광을 보며 힐링하고, 양평물맑은시장 핫로드에서 핫한 에너지를 충전해가는 그림을 기대해 본다.

- 실질적인 현황과 기 정책 사업에 관한 정책수요자의 다양한 입장과 효과를 한자리에 모여 논의할 수 있었던 점이 좋았다. 그동안의 시장 사업에서 더 발전가능성이 있는 것과 아닌 것에 대해 파악을 하고 무조건 새로운 것만이 아닌 장점과 장점을 잘 연결하여 시너지 효과를 내어주는 방향으로 가야한다고 생각한다. 양평물맑은시장은 일반 전통 시장에 비해 쾌적하고 많은 시설과 다양한 행사들이 있고, 서울과의 접근성이 좋아 특화된 점을 잘 강조한다면 많은 관광객 유입을 이끌 수 있다. 먹거리, 즐길거리 부분의 아이템과 콘텐츠를 살린 재화 등 설문과 리서치에서 얻은 아쉬웠던 부분을 채운다면 물맑은시장은 옛스러움과 멋스러움이 공존하는 핫 플레이스가 될 수 있을 것 이라 생각한다.
- 생각이 다른 여러 사람들과 하나의 주제를 가지고 논의하고 합을 맞추어 가는 과정이 쉽지는 않았지만, 개인이나 특정 단체가 아닌 우리 모두에게 적용되고 모두가 수혜자가 될 수 있는 문제들을 해결하기 위해 노력했던 국민디자인단에서의 시간들은 시간이 지나도 스스로에게 자부심과 자랑스러운 시간들로 기억될 것이다.
- 다양한 이해관계자들이 모여서 다양한 의견을 제시함으로써 풍성한 이야기를 나눌 수 있게 되어서 좋았다. 하지만 빠른 결론을 내리려하는 이해관계자들의 모습 때문에 체계적으로 발전시키는 것이 쉽지 않았다.

## 첨부2

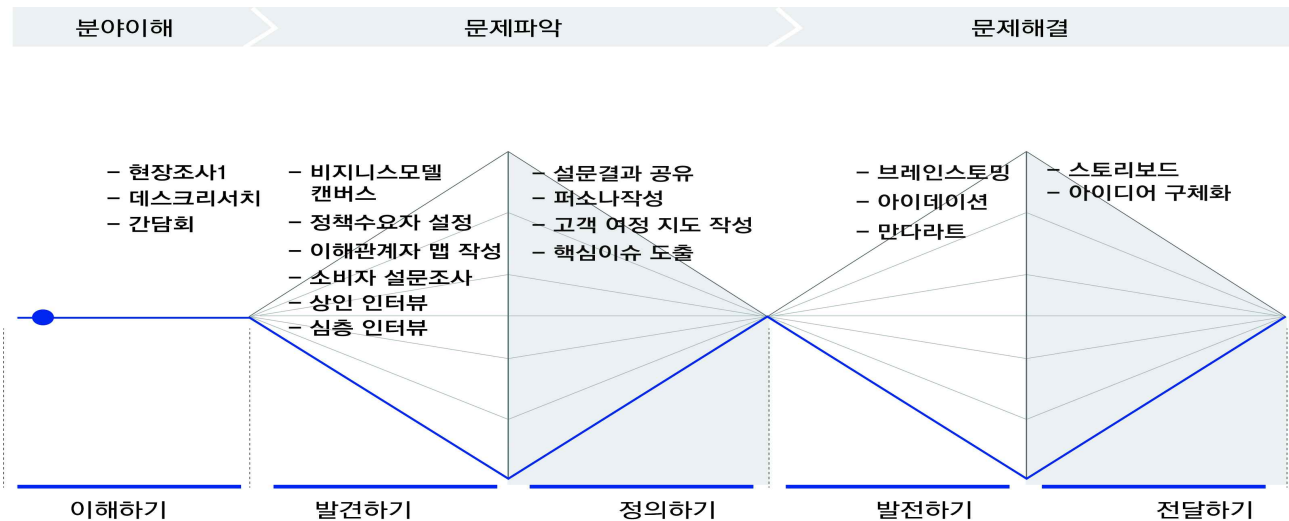
## 국민디자인단 추진 시 애로사항 및 개선 건의사항

- 다양한 의견을 나누고 다양한 조사를 진행하기에는 워크숍 기간이 짧아 아이디어를 내고 그 부분에 실험을 해볼 수 없어서 아쉬웠다.
- 시간과 경제적인 부분들이 해결된다면 보다 훌륭한 결과물 도출에 큰 도움이 될 것으로 기대한다.
- 운영관련 실질적 문제도출부터 해결책 제시까지 시간적으로 부족하다 보니, 아쉬운 부분이 많다.
- 초기 서비스디자인에 대한 간단한 사전 워크숍을 진행한다면 단계별 진행시 선부른 결론을 내리려하는 상황을 줄일 수 있을 것 같다.

## 첨부3

## 서비스디자인 단계별 산출물

### □ 양평물맑은시장 서비스디자인 프로세스



### □ 이해하기 : 데스크리서치, 시장탐색, 간담회

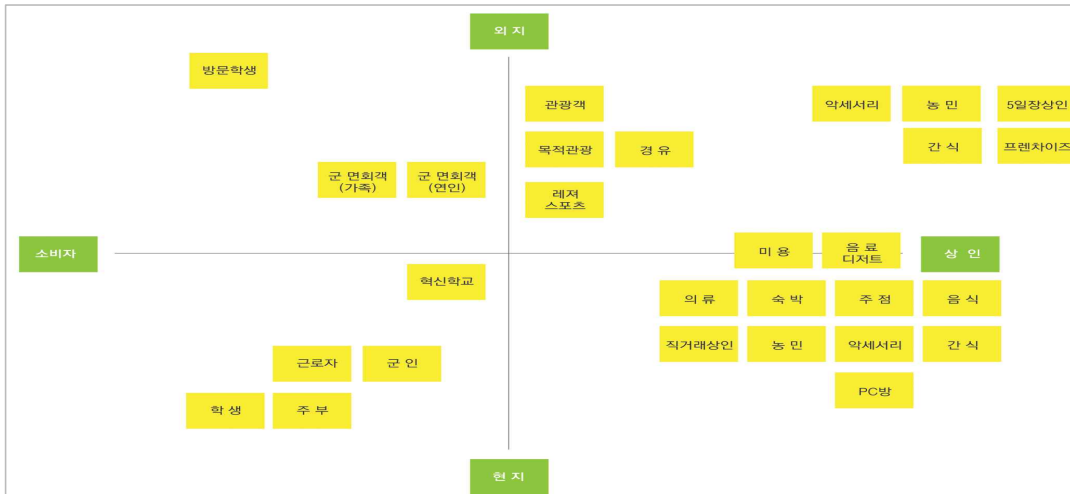


# □ 1단계

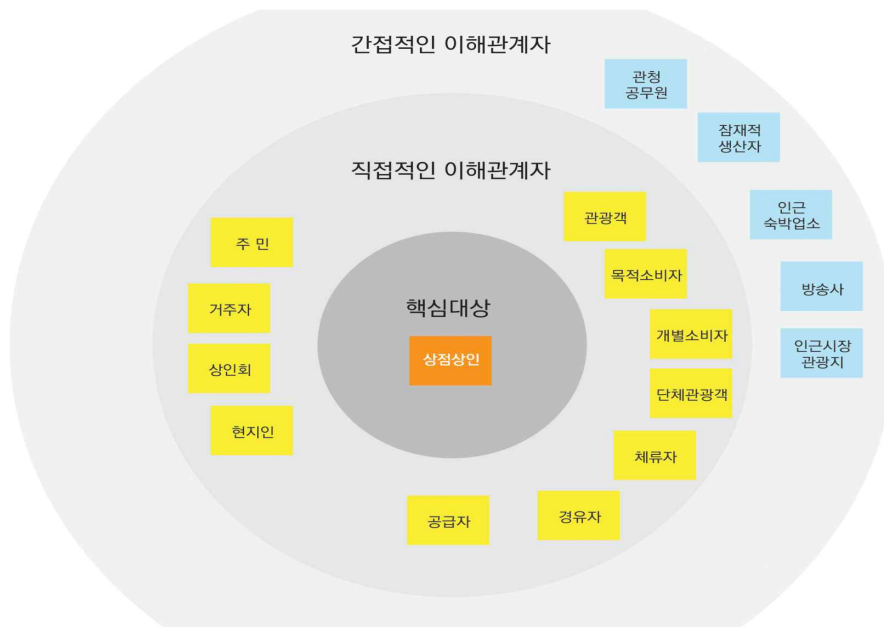
## ○ 비즈니스 모델 캔버스

핵심 파트너십	핵심활동	가치제안	수요자관계형성/ 유지	정책수요자
<ul style="list-style-type: none"> <li>소비자</li> <li>관광객</li> <li>주민</li> <li>군부대</li> <li>상점, 상인</li> <li>노점상</li> <li>농민</li> <li>지원기관</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상거래활동</li> <li>문화체험</li> <li>시설현대화</li> <li>홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>시장형성화</li> <li>수익극대화</li> <li>5일장</li> <li>지속적인 소비자유입</li> <li>맛있는 신리 (보통재)</li> <li>음식 품질</li> <li>서비스개선 (인형도)</li> <li>브랜드개성 확보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3대시장 홍보</li> <li>컴터, 주차장</li> <li>유통구조 단순화</li> <li>문화공연 5일장</li> <li>군부대 행사</li> <li>특화관광</li> <li>다시찾고 싶은 시장</li> <li>직거래장터</li> <li>포장상품 (패키지)</li> <li>맛있는 음식</li> <li>전통체험</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>양평군청</li> <li>상점주 건물주</li> <li>상점가</li> <li>상점상인</li> <li>소비자</li> <li>주민</li> <li>관광객</li> <li>군부대</li> <li>유통업자</li> <li>관광사 (여행사)</li> <li>운송업자</li> </ul>
	<b>핵심자원</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>상인</li> <li>군청</li> <li>기차/전철</li> <li>전문인력</li> <li>상인회</li> <li>브랜드 이미지</li> </ul>		<b>채널</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>버스/지하철 광고</li> <li>블로그 SNS</li> <li>블거리</li> <li>Eco bag</li> <li>행사</li> <li>PPL (발송)</li> <li>원수막</li> <li>종이봉투</li> <li>직접방문</li> <li>지도(Map)</li> <li>음모권</li> </ul>	

## ○ 정책수요자설정



## ○ 이해관계자 맵





# ○ 소비자 설문조사

### 설문 문답지

시장 이용 실태 및 만족도/ 개선점을 중심으로 9개의 문항으로 구성

**"광명물류시장" 국민디자인단 설문조사**

본 조사는 국민디자인단(이하 국민디자인단)이 광명물류시장의 사용자로서 시장 이용 실태 및 만족도/ 개선점을 중심으로 9개의 문항으로 구성된 설문조사에 참여하여 의견을 제시하는 것입니다. 설문조사 결과는 국민디자인단의 의사결정에 반영될 예정입니다.

1. 본 설문조사에 참여하시겠습니까?  
 1) 참여합니다 2) 참여하지 않습니다  
 3. 본 설문조사에 참여한 후, 설문조사 결과에 따라 시장 이용 실태 및 만족도/ 개선점을 중심으로 9개의 문항으로 구성된 설문조사에 참여하여 의견을 제시하는 것입니다. 설문조사 결과는 국민디자인단의 의사결정에 반영될 예정입니다.

2. 본 설문조사에 참여한 후, 설문조사 결과에 따라 시장 이용 실태 및 만족도/ 개선점을 중심으로 9개의 문항으로 구성된 설문조사에 참여하여 의견을 제시하는 것입니다. 설문조사 결과는 국민디자인단의 의사결정에 반영될 예정입니다.

4. 본 설문조사에 참여한 후, 설문조사 결과에 따라 시장 이용 실태 및 만족도/ 개선점을 중심으로 9개의 문항으로 구성된 설문조사에 참여하여 의견을 제시하는 것입니다. 설문조사 결과는 국민디자인단의 의사결정에 반영될 예정입니다.

5. 본 설문조사에 참여한 후, 설문조사 결과에 따라 시장 이용 실태 및 만족도/ 개선점을 중심으로 9개의 문항으로 구성된 설문조사에 참여하여 의견을 제시하는 것입니다. 설문조사 결과는 국민디자인단의 의사결정에 반영될 예정입니다.

6. 본 설문조사에 참여한 후, 설문조사 결과에 따라 시장 이용 실태 및 만족도/ 개선점을 중심으로 9개의 문항으로 구성된 설문조사에 참여하여 의견을 제시하는 것입니다. 설문조사 결과는 국민디자인단의 의사결정에 반영될 예정입니다.

7. 본 설문조사에 참여한 후, 설문조사 결과에 따라 시장 이용 실태 및 만족도/ 개선점을 중심으로 9개의 문항으로 구성된 설문조사에 참여하여 의견을 제시하는 것입니다. 설문조사 결과는 국민디자인단의 의사결정에 반영될 예정입니다.

8. 본 설문조사에 참여한 후, 설문조사 결과에 따라 시장 이용 실태 및 만족도/ 개선점을 중심으로 9개의 문항으로 구성된 설문조사에 참여하여 의견을 제시하는 것입니다. 설문조사 결과는 국민디자인단의 의사결정에 반영될 예정입니다.

9. 본 설문조사에 참여한 후, 설문조사 결과에 따라 시장 이용 실태 및 만족도/ 개선점을 중심으로 9개의 문항으로 구성된 설문조사에 참여하여 의견을 제시하는 것입니다. 설문조사 결과는 국민디자인단의 의사결정에 반영될 예정입니다.

### 조사 장소

시장 입구 및 사람들의 왕래가 빈번한 구역과 심터 주변

**Q1. 광명에서 광명물류시장에 오시는길은 주로 어떤 교통수단을 이용하십니까?**

지하철	39	25%
버스	34	23%
자전거/자전거	12	8%
보통	40	27%
기타 (승용차/택시/승용차)	3	2%

**Q2. 광명에서 광명물류시장에 도착하신 교통수단은 어떤 교통수단으로 이동하십니까? (복수응답)**

지하철	23	27%
버스	24	28%
자전거/자전거	77	91%
보통	7	8%
기타 (승용차/택시/승용차)	17	20%
합계	41	49%

**Q3. 광명에서 노후는, 광명물류시장의 개편 및 서비스 만족도는 어떠한가요?**

1	2	1%
2	11	13%
3	38	46%
4	45	54%
5	11	13%
합계	107	128%

**Q4. 광명에서 광명물류시장에서 구매하신 제품/서비스는 어떤 제품/서비스인가요? (복수응답)**

생활필수품	23	27%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%

**Q5. 광명에서 광명물류시장을 본 날에 몇 번 정도 방문 하시나요?**

1회 미만	21	18%
1~2회	28	24%
3~4회	20	17%
5~6회	12	10%
7~8회	6	5%
9회 이상	7	6%
매달 방문하시는 경우	87	75%

**Q6. 광명에서 광명물류시장에서 주로 사용하는 결제수단은 어떤 결제수단을 사용하십니까?**

현금	7	6%
신용카드	9	8%
체크카드	21	18%
카드	48	41%
카드	20	17%
카드	18	16%
카드	18	16%
카드	18	16%
카드	18	16%
카드	18	16%
카드	18	16%

**Q7. 광명에서 광명물류시장에 방문할 때 주로 방문하시는 구역은 어떤 구역인가요? (복수응답)**

시장 입구	44	49%
심터	34	38%
합계	78	87%

**Q8. 광명에서 광명물류시장에 방문하신 후, 어떤 서비스를 이용하십니까? (복수응답)**

생활필수품	29	33%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%

**Q9. 후진거래수준**

후진	34	40%
중진	30	35%
합계	64	75%

**Q10. 광명에서 광명물류시장에 방문하신 후, 어떤 서비스를 이용하십니까? (복수응답)**

생활필수품	29	33%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%

**Q11. 광명에서 광명물류시장에 방문하신 후, 어떤 서비스를 이용하십니까? (복수응답)**

생활필수품	29	33%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%

**Q12. 광명에서 광명물류시장에 방문하신 후, 어떤 서비스를 이용하십니까? (복수응답)**

생활필수품	29	33%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%
주방용품	24	28%

# ○ 상인 인터뷰 및 심층인터뷰

**인터뷰 대상**

- ▶ **방이뒤편 상인들이** 중흥 일대부터 가리마고등학교 근처까지
- ▶ **5일당이나** 시장에서 하루 5일당만 일하는 상인들이
- ▶ **이웃 물건을** 물건을 팔지 않고도 물건을 팔고 있는 상인들이
- ▶ **공복장에서** 학생들이 학원비를 받기 위해 물건을 팔고 있는 상인들이
- ▶ **주차분계가** 가장 심한 구역에 주차분계가 없는 상인들이
- ▶ **외부에서** 외부에서 오는 손님들을 유치하고 싶은 상인들이

**인터뷰 대상**

- ▶ **호가재** (호가재) 13년
- ▶ **용석정** (용석정) 17년
- ▶ **수정** (수정) 23년
- ▶ **용석정** (용석정) 19년
- ▶ **용석정** (용석정) 22년
- ▶ **포천에서 전방정** (포천에서 전방정) 3년

**준비물**

준비물, 메모지, 인터뷰 허가서 등

**인터뷰 내용**

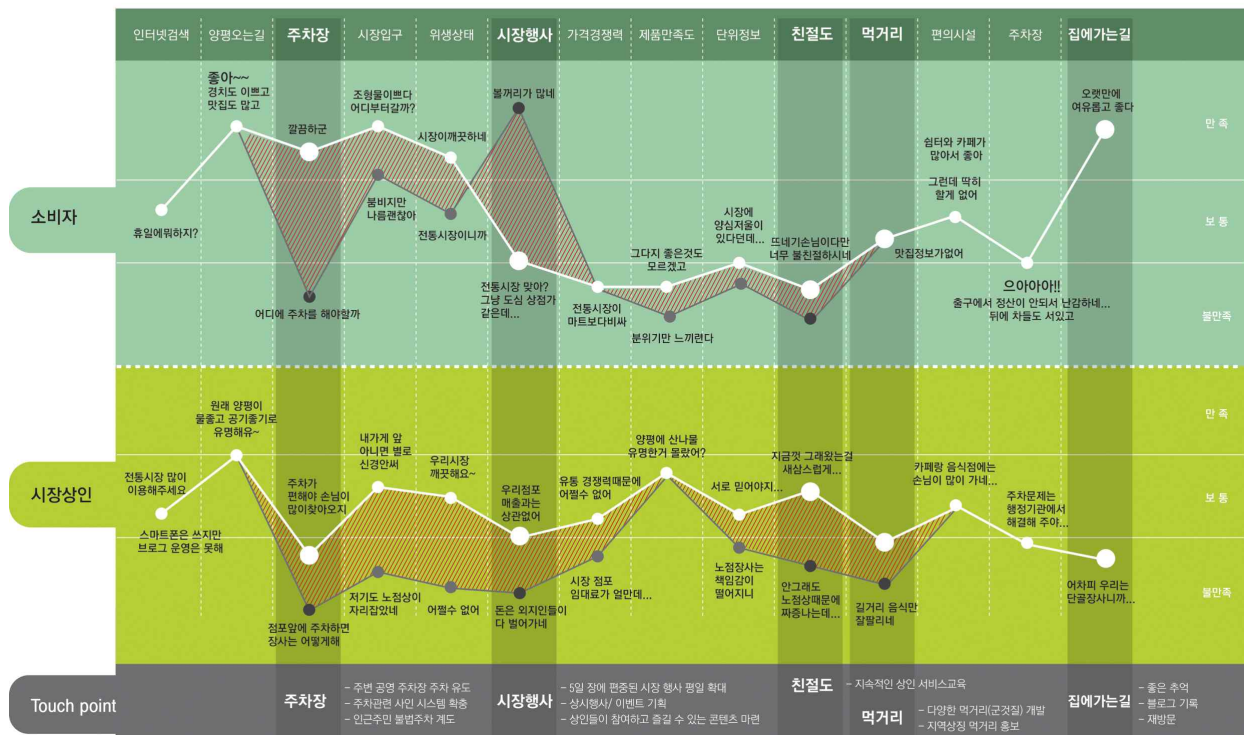
광명물류시장에서 어떤 일을 하시나요?  
 광명물류시장에서 가장 마음에 드는 것은 무엇인가요?  
 원해요,  
 원해요 왜 마음에 드세요?  
 원해요 언제쯤에요? 어떤 손님들이 많고 어떤 손님들이 적은가요?  
 우리 시장에서 다른 친구들한테 자랑할 만한 것이 있으니까요?  
 시장에 사람들이 많고 길거리공연도 문화행사 등 직접 참여할 수 있는 프로그램이 있어서 좋아요  
 그 외 우리 시장에서 원하시는 것이 있으니까요?  
 원해요 더 좋게요 좋게요 5년간 임대료도 분식집, 육포, 달방집에 자주가지만 더 많이 왔으면 좋겠어요 그 외 저쪽은 유통업이나 생선 같은 유통업은 원해요 원해요 그 외 어떤 업종에서 어떤 일을 할 수 있는 게 좋을지 원해요 원해요  
 광명물류시장의 시설, 서비스도 좋지만, '주차' '위생' 무엇일까요?  
 광명물류시장입니다.  
 감사합니다.

# □ 2단계

## ○ 피소나 작성

<p>1</p> <p>시장상인 임대사업장 53세 남자(식당운영) 나상인</p>	<p>성향(Persona's Behaviors)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 손해보는 것을 싫어한다</li> <li>- 시장 변화에 민감하다</li> <li>- SNS 블로그 활동이 어렵다</li> <li>- 부지런하다</li> <li>- 높은 해기가 없고 시장 소문이 빠르다</li> </ul> <p>요구사항(Persona's Goal)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 임대사업 더 많이 얻고자 한다</li> <li>- 임대료 상승이 두렵다(임대료 안정)</li> </ul>	<p>5</p> <p>관광객(경유) 40대 부부(초고지녀) 머하지</p> <p>성향(Persona's Behaviors)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가족과 함께하는 주말 외출계획을 준비 한다</li> <li>- 자녀의 다양한 경험(체험교육)을 중요시 한다</li> <li>- 가치 있는 소비에 돈을 아끼지 않는다</li> <li>- 서비스고객대(인플루언서)에 민감하다</li> <li>- 가격경쟁보다는 정장제를 중요시 한다</li> <li>- 기념이 될 만한 것들을 구입 한다</li> <li>- 캠프(머하지)의 정보성고과 신뢰도가 높다</li> <li>- 노점보다는 상점들, 패카지가 깔끔한 제품을 선호 한다</li> </ul> <p>요구사항(Persona's Goal)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 부모님께 사드 줄수 있는 선물형 제품이 있었으면 좋겠다.</li> <li>- 정장제를 원한다</li> <li>- 다양한 안내서인 및 정보를 원한다</li> <li>- 카드사용이 편리하였으면 한다</li> <li>- 반조리 식품이 있었으면 한다</li> <li>- 지속적인 구매를 위한 배송서비스가 있었으면 한다.</li> </ul>	<p>8</p> <p>근로자 32세 설계사무소 남자 (애인있음) 김열섬</p> <p>성향(Persona's Behaviors)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정기회원을 목표로 하며 여가 및 자기 개발에 적극적이다</li> <li>- 1인 가구로 대부분을 외식으로 해결하거나 간편조리식으로 해결한다</li> <li>- 연인과 함께 다양한 레스토랑을 즐긴다.</li> <li>- SNS에 의존적이다.</li> <li>- 온라인 쇼핑을 이용하여 대부분 구매한다.</li> <li>- 가성비 소비를 추구한다.</li> </ul> <p>요구사항(Persona's Goal)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 친구들과 함께 한끼를 즐길수 있는 공간이 다양했으면 한다.</li> <li>- 다양한 먹거리(익식/간편조리식)가 있었으면 좋겠다.</li> <li>- 맛있고 서비스가 좋은 가게가 많았으면 좋겠다.</li> <li>- 쉽게 즐길수 있는 재미요소(경험요소)가 있었으면 좋겠다.</li> </ul>
<p>2</p> <p>시장거주인 자가소유 45세 여성(상가임대업) 양평덕</p>	<p>성향(Persona's Behaviors)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 5달음으로 인한 매출저하에 불만이 있다.</li> <li>- 시장 변화에 민감하다</li> <li>- 깨끗한 시장이 되기를 바란다</li> <li>- 건강을 중요시 한다</li> <li>- 오랫동안 저수익을 올렸던 만큼 인 커뮤니티에 적극적이다</li> <li>- 가능하다면 재차시장을 이용 한다</li> </ul> <p>요구사항(Persona's Goal)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 깨끗한 시장이 되기를 바란다</li> <li>- 시장 매출이 높아졌으면 좋겠다</li> <li>- 임대료가 지속적으로 상승되었으면 좋겠다</li> </ul>	<p>6</p> <p>이주민(잠재소비자) 58세 여자(은퇴자 아내) 나잘녀사</p> <p>성향(Persona's Behaviors)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자신의 사회적 지위에 대한 프라이드가 강하다.</li> <li>- 친척 및 지인들을 초대하여 파티를 자주 연다.</li> <li>- 뒷날 가꾸기에 관심이 있다</li> <li>- 지역주민에 대한 관심이 있다</li> <li>- 전통시장에 대한 관심이 있다</li> <li>- 지역주민과의 커뮤니티 형성에 소극적이고 두려움이 있다.</li> <li>- 건강과 관련된 소비를 추구한다</li> </ul> <p>요구사항(Persona's Goal)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 말을 수 있고 인정받기/식재료를 구했으면 한다.</li> <li>- 편안하게 쉬고 싶으면 좋겠다.</li> <li>- 지속적인 구매를 위한 정보 제공 받았으면 좋겠다.</li> <li>- 지인들에게 선물할 수 있는 제품들이 있었으면 좋겠다.</li> </ul>	<p>9</p> <p>군인/ 면회객 23세 남자(애인 있음) 군중성</p> <p>성향(Persona's Behaviors)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 군 복무 기간중 아무 할일이 없을 수 있도록 관리자를 한다.</li> <li>- 재대로 미래를 위한 자기개발에 적극적이다.</li> <li>- 외박/연회에 출결수 있도록 돈을 모은다.</li> <li>- 여인과 함께 할 수 있는 추억에 대해 항상 고민한다.</li> </ul> <p>요구사항(Persona's Goal)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유용시설의 다양화를 원한다.</li> <li>- 여인과 함께 할수 있는 특별한 먹거리가 많았으면 한다.</li> <li>- 도보를 이용한 근거리(메트로 코스)의 개발을 원한다.</li> <li>- 교통인프라 확충으로 여인과 교외로 출퇴근이 쉬웠으면 한다.</li> <li>- 가격에 대한 신뢰(정찰제)가 있었으면 한다.</li> </ul>
<p>3</p> <p>학생 중2년 15살 여자 중이병</p>	<p>성향(Persona's Behaviors)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이들과 이성에 관심이 많다</li> <li>- 지인표현 욕구가 강하다</li> <li>- SNS 활동능력과 소통 빈도가 높다</li> <li>- 연예인을 좋아하고 따라하려 한다</li> <li>- 새로운 것에 대한 관심과 경험을 원한다</li> </ul> <p>요구사항(Persona's Goal)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 즐길 수 있는 커피가 많았으면 좋겠다</li> <li>- 자기를 표현할 공간을 원한다</li> <li>- 친구들과 할까할 특별한 공간이 필요하다</li> <li>- 값 싸고 다양한 먹거리가 있었으면 좋겠다</li> </ul>	<p>7</p> <p>근로자 26세 은행직원 여자 김머니</p> <p>성향(Persona's Behaviors)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정기회원을 목표로 하며 여가 및 자기 개발에 적극적이다.</li> <li>- 주말을 이용하여 차견이 해미를 한다.</li> <li>- 1인 가구로 대부분을 외식으로 해결하거나 간편조리식으로 해결한다</li> <li>- 방송에 나오는 레시피를 이용한 조리법 관심이 있다</li> <li>- SNS에 의존적이다</li> <li>- 온라인 쇼핑을 이용하여 대부분 구매한다.</li> <li>- 가성비 소비를 추구한다.</li> </ul> <p>요구사항(Persona's Goal)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 먹거리(익식/간편조리식)가 있었으면 좋겠다.</li> <li>- 맛과 서비스가 좋은 가게가 많았으면 좋겠다.</li> <li>- 쉽게 즐길수 있는 재미요소(경험요소)가 있었으면 좋겠다.</li> </ul>	<p>7</p> <p>근로자 26세 은행직원 여자 김머니</p> <p>성향(Persona's Behaviors)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정기회원을 목표로 하며 여가 및 자기 개발에 적극적이다.</li> <li>- 주말을 이용하여 차견이 해미를 한다.</li> <li>- 1인 가구로 대부분을 외식으로 해결하거나 간편조리식으로 해결한다</li> <li>- 방송에 나오는 레시피를 이용한 조리법 관심이 있다</li> <li>- SNS에 의존적이다</li> <li>- 온라인 쇼핑을 이용하여 대부분 구매한다.</li> <li>- 가성비 소비를 추구한다.</li> </ul> <p>요구사항(Persona's Goal)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 먹거리(익식/간편조리식)가 있었으면 좋겠다.</li> <li>- 맛과 서비스가 좋은 가게가 많았으면 좋겠다.</li> <li>- 쉽게 즐길수 있는 재미요소(경험요소)가 있었으면 좋겠다.</li> </ul>
<p>4</p> <p>양평주인 소비자 33세 여자(전업주부) 놀러와</p>	<p>성향(Persona's Behaviors)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강하고 신선한 식재료를 이용한 먹거리를 추구 한다</li> <li>- 가성비 소비를 추구한다</li> <li>- 원산지 및 재래의 제조과정을 꼼꼼히 살핀다</li> <li>- 인터넷 커뮤니티를 통한 정보습득 및 교류에 적극적이다</li> <li>- 온라인쇼핑을 자주 한다</li> <li>- 재차시장 제어나 서비스의 낮은 기대감을 가지고 있다</li> </ul> <p>요구사항(Persona's Goal)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 말을 수 있는 식재료 등을 손쉽게 구했으면 좋겠다</li> <li>- 편의시설이 많아졌으면 좋겠다</li> <li>- 생활 전반의 수준 높은 인프라가 구축되길 원한다</li> <li>- 지인과 함께(아이포함) 먹거리/놀거리가 있었으면 좋겠다.</li> </ul>	<p>7</p> <p>근로자 26세 은행직원 여자 김머니</p> <p>성향(Persona's Behaviors)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정기회원을 목표로 하며 여가 및 자기 개발에 적극적이다.</li> <li>- 주말을 이용하여 차견이 해미를 한다.</li> <li>- 1인 가구로 대부분을 외식으로 해결하거나 간편조리식으로 해결한다</li> <li>- 방송에 나오는 레시피를 이용한 조리법 관심이 있다</li> <li>- SNS에 의존적이다</li> <li>- 온라인 쇼핑을 이용하여 대부분 구매한다.</li> <li>- 가성비 소비를 추구한다.</li> </ul> <p>요구사항(Persona's Goal)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 먹거리(익식/간편조리식)가 있었으면 좋겠다.</li> <li>- 맛과 서비스가 좋은 가게가 많았으면 좋겠다.</li> <li>- 쉽게 즐길수 있는 재미요소(경험요소)가 있었으면 좋겠다.</li> </ul>	<p>7</p> <p>근로자 26세 은행직원 여자 김머니</p> <p>성향(Persona's Behaviors)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정기회원을 목표로 하며 여가 및 자기 개발에 적극적이다.</li> <li>- 주말을 이용하여 차견이 해미를 한다.</li> <li>- 1인 가구로 대부분을 외식으로 해결하거나 간편조리식으로 해결한다</li> <li>- 방송에 나오는 레시피를 이용한 조리법 관심이 있다</li> <li>- SNS에 의존적이다</li> <li>- 온라인 쇼핑을 이용하여 대부분 구매한다.</li> <li>- 가성비 소비를 추구한다.</li> </ul> <p>요구사항(Persona's Goal)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 먹거리(익식/간편조리식)가 있었으면 좋겠다.</li> <li>- 맛과 서비스가 좋은 가게가 많았으면 좋겠다.</li> <li>- 쉽게 즐길수 있는 재미요소(경험요소)가 있었으면 좋겠다.</li> </ul>

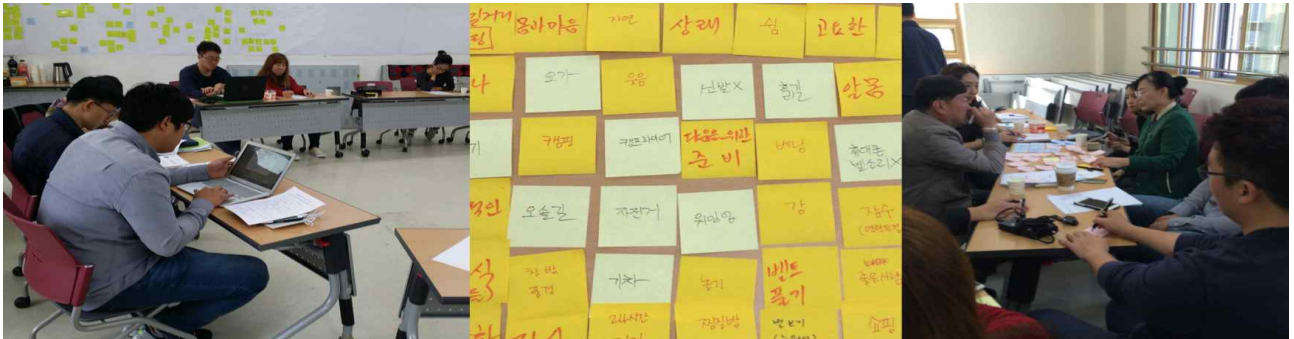
## ○ 고객 여정 지도 작성



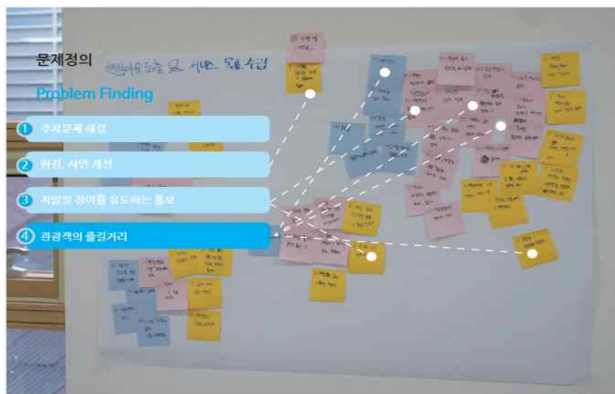


# □ 3단계

## ○ 브레인스토밍



## ○ 아이디어션



### 문제해결 Solving Card brainstroming+7\*7 출간용집

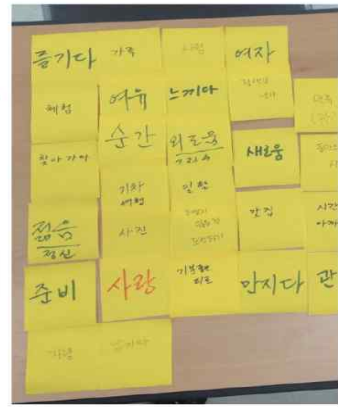
1. 2022년 상반기 출간용집	출판권	출판
2. 2022년 하반기 출간용집	출판권	출판
3. 2022년 상반기 출간용집	출판권	출판
4. 2022년 하반기 출간용집	출판권	출판

먹는에만 즐겁나??



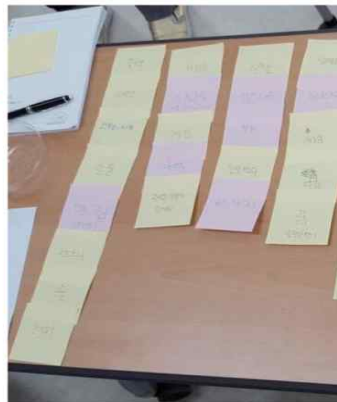
### 문제해결 Solving Card brainstroming+7\*7 힐링

힐링	힐링
힐링	힐링
힐링	힐링
힐링	힐링



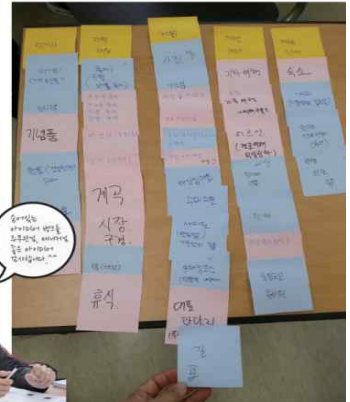
### 문제해결 Solving Card brainstroming+7\*7 웃음

웃음	웃음	웃음
웃음	웃음	웃음
웃음	웃음	웃음
웃음	웃음	웃음



### 문제해결 Solving Mandal-Art+7\*7 HOT

HOT	HOT	HOT
HOT	HOT	HOT
HOT	HOT	HOT
HOT	HOT	HOT



# ○ 만다라트

## HOT

장맛	유족	장맛고추	AV	비디오	영상(영화)	여행물	비디오	영화(스마트)
역사	역물	역물	역물	역물	역물(역물)	역물	역물	역물
역사	장맛	유족	역물	역물	역물(역물)	역물	역물	역물
역물	역물	장맛	역물	역물	역물	역물	역물	역물
역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물
역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물
역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물
역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물
역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물
역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물

## HOT-2

역물	역물	장맛	역물	역물	역물	역물	역물	역물
역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물
역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물
역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물
역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물
역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물
역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물
역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물
역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물
역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물	역물

# □ 4단계

## ○ 스토리보드



시장내 상인들의 불만

소통을 통한 상인 간 다양한 갈등과 문제점 해결



골목길의 다양한 문제점1

낙후되고 인적이 드문 골목길에서 발생하는 청소년 흡연, 음주 등의 문제점 해결



골목길의 다양한 문제점2

일찍 문을 닫는 상점가와 골목길 불법주차, 취객들로 인한 밤길 여성 안전 위험요소 개선



양평의 문화·정서적 가치 나눔

넷가에서 물놀이 했던 중·장년의 추억을 현대적인 방법으로 되살려 누구나 즐길 수 있는 이벤트, 축제 형태로 발전



참여·재미, 소통·해소

여러 사람들이 소통하고 체험할 수 있는 '장' 을 마련하여 다양한 갈등 해소와 보행 즐거움 부여(시장방송국 연계)



추억과 경험 공유

밤 늦게까지 왁자지껄 재미있는 볼거리와 인적이 넘쳐나는 '핫한' 양평물맑은시장 명소 조성(보행 센서등 설치)



블로그 활동을 통한 마케팅

주인과 관광객의 포토존, 블로그 활동으로 인한 자연 홍보 "너희 워터파크 가니? 우리 양평 핫로드 간다~^^"



행복한 시장 만들기

양평시장 내 다양한 계층 간 이해관계자의 소통과 노력으로 모두가 참여하는 행복한 시장만들기



○ 아이디어 구체화

- 핫한 친구들 다모여!!



- 핫한 입담이 있는 “**핫로드**”

- 가족, 연인, 친구, 상인들과 소통하고 알리는 ‘**핫 소식통**’

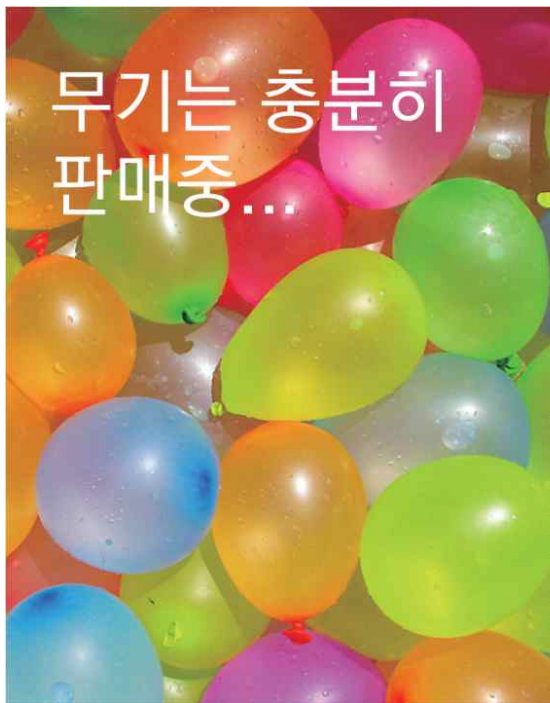




- 다양한 사람들의 의견 계재를 통한 **스토리길** 완성



- 지역 상징성에 초점을 둔 계절별 행사 **맞춤형 아이템과 먹거리**를 개발하여 양평물맑은시장의 상징성 부여



허기질땐  
불꽃모양  
물방울모양  
모양모양  
플빵으로..

