

## 기획과제 III

# 재래시장 활성화를 위한 디자인 연구 - 부여전통시장을 중심으로 -

---

한남대학교  
사희민 교수



## 재래시장 활성화를 위한 디자인 연구

-부여전통시장을 중심으로-



한남대학교 디자인학과 사 희 민  
충남발전연구원 공공디자인센터 권 영 현

### 부여전통시장의 현황

#### ○재래시장의 상권 위축

1996년 유통시장의 전면개방 이후 대형할인점과 전문점의 개점, 홈쇼핑과 전자상거래 등 유통채널의 다양화에 따른 소비자들의 구매패턴이 변화, 재래 상권이 급속도로 위축

#### ○전통성과 지역경제의 침체

재래시장의 급격한 몰락은 지역 고유의 문화적 정체성 상실을 포함하며 경제적으로는 지역의 경제 침체의 중요한 요인으로 작용

#### ○경쟁력 강화를 위한 환경개선

정부 및 지자체별로 재래시장을 활성화 시키기 위한 사업이 주로 환경개선사업 차원에서 진행, 공간의 변화만으로는 시장의 주체인 상인과 상업활동의 혁신으로 이어지기 어려움

#### ○정체성 구현을 위한 디자인 방안 마련

재래시장의 특성을 담은 현실적인 디자인 가이드라인이 필요한 실정에서 특화된 이미지를 모토로 하는 시장 고유의 정체성이 담긴 시각적 이미지의 개발이 요구됨

## 부여전통시장의 현황

- 부여장은 산업화가 본격화되기 전인 50~60년대까지만 해도 매우 번성했으며, 모시, 삼베, 과일, 소금, 생선 등이 주로 거래되었고 5일과 10일에 장이 섰음
- 부여 군내에는 전통 5일장이 9개가 있었지만 부여와 홍산면 장을 제외한 은산, 외산, 임천면장은 침체, 규암, 논티, 마정시장은 기능이 거의 상실 되었음
- 부여전통시장은 1916년 개설 후 관북리에서 1969년 현 위치(부여읍 구아리)로 이설된 이후에도 상기능 뿐만 아니라 지역의 정보, 문화, 삶이 교류되는 곳으로서 매우 중요한 기능을 담당함.
- 이때부터 각종 잡화, 생선 기성복 등이 주요품목으로 거래 되었고 포목점, 농기구점, 잡화점 같은 상설점포가 들어섰으며, 가을에는 인근의 청양, 공주 등지에서 생산되는 고추가 부여장으로 집하됨
- 시장의 하루 평균 이용객수는 장날에는 1만명 정도이며, 평일은 3천명 정도임

19

## 부여전통시장의 현황

- 상설점포  
시장구분상 정기시장, 공설시장이며 도로변 상점을 중심으로 상설 점포가 영업하고 있음.  
토지소유는 부여군, 점포는 모두 임대 형태로 운영  
시장 건축물과 시설이 노후화/지붕재와 벽 노후로 화재와 붕괴 등 위험
- 장터노점  
장터 중앙부 주변의 차도와 인도에 노점상이 형성, 생선, 건어물, 야채, 젓갈, 잡화 등을 판매  
5일장에는 190개 이상의 노점이 난립, 무질서한 골목시장의 현상을 보이는 주 요인



20

## 부여전통시장의 문제점

- 고객 편의시설의 미비  
신유통점의 부대 및 편의 시설에 비해 시설이 낙후, 고객감소의 주요 요인이 되고 있음.  
주 고객을 겨냥한 **시장의 정체성 확립과 이에 걸맞는 시설 보완**이 요구됨
- 노점상의 성행  
시장 접근이 양호한 가로변을 점거하여 기존 상설 점포와 마찰을 야기하며  
품질의 보증이 어렵고 반품이나 교환이 어렵기 때문에 시장 신뢰도에 악영향을 미침
- 체계적 시장 관리와 안내시스템의 미비  
품목이 특화된 다른 재래시장과는 달리 다양한 품목의 판매와 상설점포와 노점의 혼재로  
이용객의 편의가 부족, 상설점포와 노점의 구분 관리와 업종별 계열화, 이에 따른  
인지 및 유도 시스템이 제대로 설치되어 있지 못한 현실임
- 문화 콘텐츠의 제공 부실  
전통시장의 특성을 살린 축제나 이벤트, 주변 관광자원과 연계성이나 부여의 역사와  
문화의 특색을 반영하지 못하고 일반화 된 시장기능 만이 있음.  
문화공간을 갖추지 못했거나 접근성과 문화적 다양성이 떨어지고 있음.

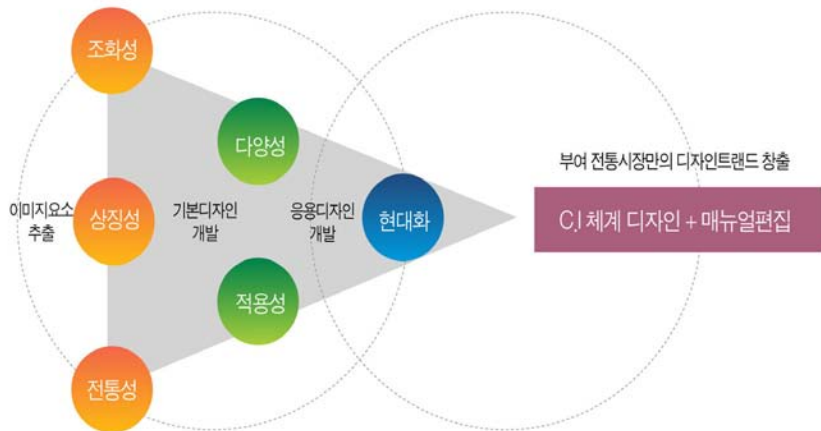
21

## 디자인 기본 방향

- 부여 전통시장의 전통성과 상징성 추구  
역사와 명성을 되살리기 위한 이미지 요소 추출과 디자인 전개로 전통성을 확보.  
부여군의 **심볼, 로고, 캐릭터, 공동브랜드** 등 기존 상징물과 조화되는 디자인 방법 모색
- 공공영역 개념 적응성과 다양성 충족  
상설점포 및 노점이 혼재하는 재래시장의 환경 적응성에 강점을 갖추는 디자인체제 마련.  
공공영역 개념의 접근으로 **구역별, 형태별, 용도별로** 충족하는 다양한 **디자인 요소 개발**
- 수요자 중심의 현대화 디자인 모색  
디자인 경쟁력 확보를 위하여 소비자의 디자인 감성을 충족시키는 디자인 전개.  
현대디자인의 장식적 표현양식과 디자인 트렌드의 적용으로 고유한 조형언어를 창출
- C.I 체계의 디자인 전개  
환경 및 시각적 디자인의 체계적 도입과 관리를 위한 C.I 체계의 디자인 전개.  
디자인표준 규정집(매뉴얼) 마련으로 디자인 유지와 보수, 활용의 실효성에 접근.

22

## 디자인 기본 방향



23

## 세부 디자인 방향

### ○ 시장의 기능적 영역에 따른 공간 아이덴티티 설정

문화관광형시장으로 활성화하기 위하여 기존 수용시설뿐 아니라 컨셉과 스토리텔링에 부합하는 공간의 구성을 고려함.

부여재래시장의 기능별 시설 구분

구분	내용	비고
시장기능시설	점포	상설점포 및 마트 등
	특화상품점	지역특산물판매장, 마/연 상품특화공간
	노점공간	노점광장, 노점아케이드 등
문화관광시설	체험및 관람시설	전통문화 체험장, 공예 체험장
	광장시설	아외공연장, 만남의 광장 등
	식당공간	전통먹거리타운, 단체관광객용식당 등
편의/관리시설	편의시설	휴게실, 화장실 등
	관리시설	주차장, 관리실 등

24

## 세부 디자인 방향

### ○ 공간구성에 적합한 시각적 아이덴티티 전개

부여재래시장의 전체적인 컨셉과 아이덴티티를 유지하기 위하여 기능별공간특성에 따라서 차별화된 시각적요소(그래픽모티브, 전용패턴, 지정색상 등)를 도입하는 디자인으로 전개하여 특성화된 활용이 가능하도록 함.



25

## 스토리 테일링과 네이밍

- 네이밍 **부여전통시장** (브랜드의 상업적 기능을 표현)  
**"서동장터"**  
**Seodong Marketplace**

### "서동"의 이미지 크라이티어

성공신화 스토리, 인생역전, 상인, 마, 선화공주,  
머리좋은, 야망을 가진 청년, 백성들의 영웅,

### 부여전통시장의 정체성과 경쟁력을 표현하는 핵심가치

부여는 백제라는 브랜드와 서동이라는 또 하나의 브랜드 아이덴티티를 구축.

### 서동을 핵심 콘텐츠로! 정체성과 경쟁력을 갖는 마케팅 전략으로!

백제의 마지막 수도인 부여는 백제 역사상 가장 드라마틱한 출생과 성장, 즉위 스토리를 가진 소재로 서동은 왕이 되기 전까지 사비성에 있는 장에서 "마"를 팔던 상인이었으며, 이는 부여전통시장과 잘 부합됨

26



## 디자인 기본 요소



- 사람(현대, 기능) +  
산수문전(고유, 정서)

- 심벌 마크



- 마스코트



27

## 디자인 기본 요소

- 색상체계

### 주색상

Main Color-A			
	PANTONE 2945 C <small>Process Color / CMYK</small>	PANTONE 399 C <small>Process Color / CMYK</small>	
Main Color-B			
	PANTONE 2945 C <small>Process Color / CMYK</small>	PANTONE 399 C <small>Process Color / CMYK</small>	
Main Color-C			
	PANTONE 2945 C <small>Process Color / CMYK</small>	PANTONE 399 C <small>Process Color / CMYK</small>	

### 보조색상

PANTONE 2945 C <small>Process Color / CMYK</small>	PANTONE 399 C <small>Process Color / CMYK</small>
PANTONE Cool Gray 5 C <small>Process Color / CMYK</small>	PANTONE Cool Gray 8 C <small>Process Color / CMYK</small>
Black <small>Process Color / CMYK</small>	
PANTONE 877 C	PANTONE 872 C

28



## 디자인 기본 요소

가로조합



그래픽모티프-A type  
구름무늬  
상설점포 전용



상하조합-A type



그래픽모티프-B type  
인동무늬  
점타노점 전용



상하조합-B type



그래픽모티프-C type  
봉황무늬  
관리, 편의시설 전용



29

## 디자인 활용 요소

### ● 사인체계



- 점포사인의 형태는 부착형과 돌출형을 혼합하여 일체형으로 제작
- 점포사인의 규격은 높이는 통일, 가로는 점포의 규모에 따라 조정가능



30

## 디자인 활용 요소

### ● 사인체계

타공된 철재 판재 사용



방열처리된 목재 사용



스톤 코팅된 알루미늄 사용



알루미늄 A type



알루미늄 B type



31

## 디자인 활용 요소

### ● 노점상 가판대 유형



• 목재 재질 후 도료, 알루미늄  
• 전열대 알루미늄 가판대



• 가판대 판매로인한  
공간 활용

32

## 디자인 활용 요소

### ● 사인 유형

자랑막·기본형



행사용 프랭카드



33

## 디자인 활용 요소

### ● 사인 유형

거요동 갖방·기본형



도로교통용 유도서면



통출형



무착형



고정식



이동식



34

## 디자인 활용 요소

### ● 유니폼 류



35

## 디자인 활용 요소

### ● 상품권, 통용 엽전



36

## 장터입구 아치



36

## 공연장 무대



37

## 디자인 활용방안

- 디자인 실행 전담팀 설치
  - 시장 이미지의 시각적 아이덴티 구축을 위한 연구
  - 시장 조성 실행에서 디자인 실행 전담팀 구성
- 디자인 관리시스템 확립
  - 디자인의 성공은 매뉴얼에 근거한 지속적인 관리에 있음
  - 실행 후 관리주체는 상인연합회 등 민간에 이관이 바람직

38

## 정책제안

- 시장 형태에 따른 운영체제 및 프로그램 도입
  - 상설시장과 정기시장을 아우르는 운영체제 정립
  - 상설점포만으로 운영시 한산하지 않도록
  - 장날에는 혼잡해지는 공간구성을 피해야 함
- 노점관리를 위한 디자인 시스템
  - 노점상의 이미지 낙후로 전체 이미지 훼손 우려가 높음
  - 노점용 시설물 및 서비스용품을 제작하여 임대 방안

39