



전통시장에서 야시장 만들기

헬로 나이트마켓의 3가지원리

Contents

I . 시장 이해하기

외부환경

내부환경

II . 헬로나이트마켓의 3가지 원리

커뮤니티 비즈니스 만들기

커뮤니티 프로그램 만들기

커뮤니티 디자인 만들기

특공대

뭉쳐야 번다! 新 생존의 법칙
마을 기업! 간세 인형

KBS2 HD



I. 시장 이해하기

경제적
환경

지리적
환경

외부환경

사회
문화적
환경

내부환경

상권분석

상인조직분석

타깃분석

외부환경 – 지리적 환경

경기도 남서부에 위치한 사통팔달 항만도시, 평택시

- 도 로 | 한반도의 세로축 경부고속도로, 서해안고속 도로
- 철 도 | 수도권 지하철 및 경부선 접근/수도권 고속철도
- 항 만 | 평택항을 통해 중국,일본 등 동남아 관광객 접근 가능



외부환경 – 사회경제적 환경

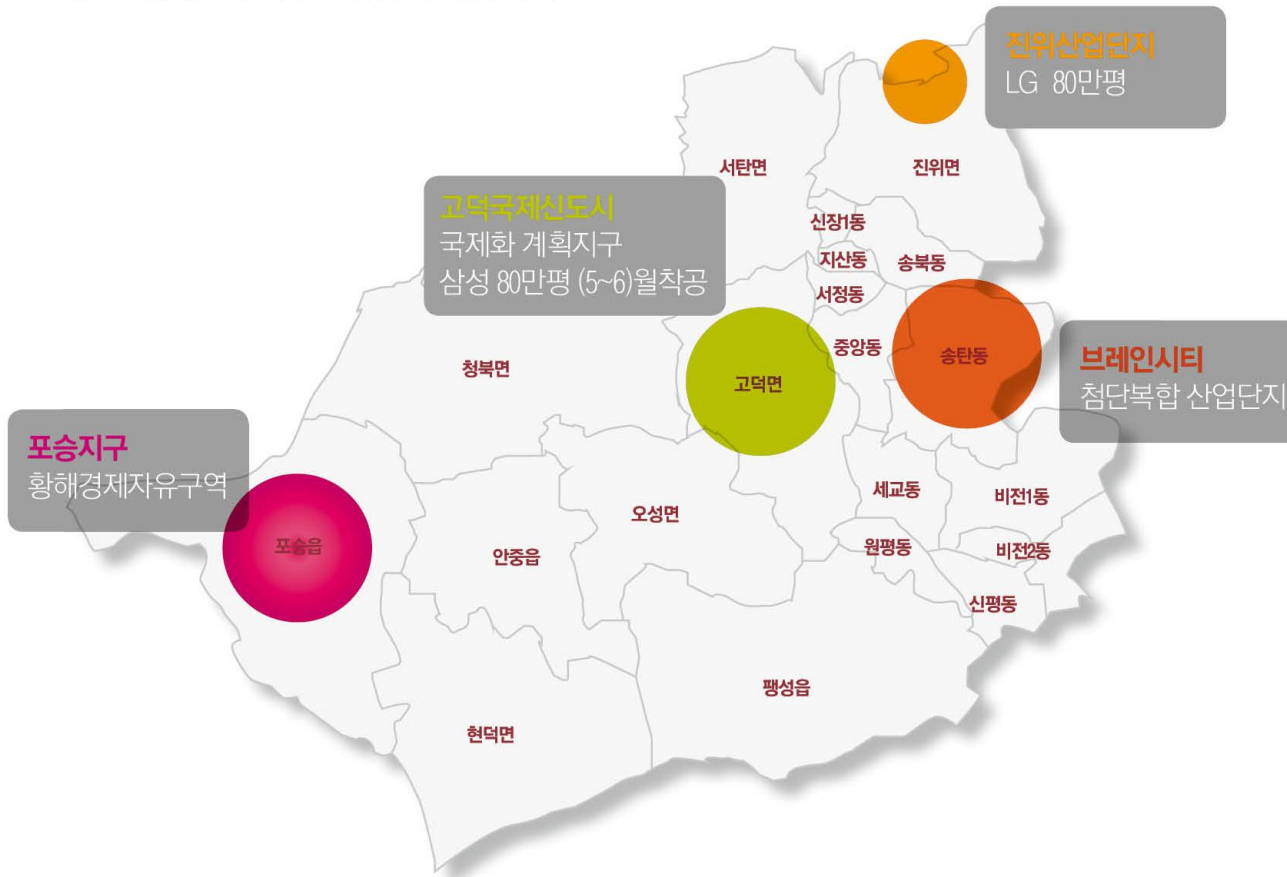
자연과 산업시설이 어우러진 도농복합도시. 평택시

- 향후 인구 증가

고덕 국제 신도시, 삼성, LG 등 공단 입주, 미군 평택 이전계획 등으로 현재 43만명의 인구 80만명으로 증가 예상

- 미군 기지와 산업단지의 확장에 따른 상권의 변화 예측

기존 관광특구와 역주변 상권의 개선 계획



외부환경 - 사회경제적 환경

- 해양자원 : 평택항, 평택호 주변에 서해안특유의 해양레저 관광지 형성
- 생태자원 : 하천을 따라 진위천 철새도래지, 생태유원지 조성 및 부락산 자전거도로 연계
- 문화예술자원 : 생활친화형 문화공간인 웃다리문화촌 운영 및 다양한 축제 개최
- 전통자원 : 평택 농악, 평택 민요 등 무형문화재 활성화
- 국제적 관광상권 : 송탄관광특구 지정, 팽성 문화관광특구 형성 중



내부환경_시장 개요



• 일반현황

위 치 : 평택시 신장 1, 2동 일원

사무실 : 신장2동 329-38

점포수 : 중앙시장 242개, 신장쇼핑몰 거리 152개

상인수 : 중앙시장 242명, 신장쇼핑몰 거리 152명

• 상인조직

중앙시장 상인회 : 임원 5~6인

송탄상공인회(신장쇼핑몰 상인회) : 임원 10명, 상임이사 위원장 4인, 이사 45인, 사무차장 1인, 서무 1인

• 시장활성화 실적 (시설현대화 사업진행)

시장활성화 실적

시설현대화사업: 차양막(456m), 도로개설

주차장조성사업: 주차타워조성

화장실조성사업: 공용화장실

• 고객 편의시설 보유 현황

시장내 공용주차장 3개소

: 중앙시장 상인회주차장/공영주차장/신장쇼핑몰 주차장

중앙시장 주변 공용화장실 1개소

방송 시스템 구축

온누리 상품권 유통/카드단말기 보급률 90% 이상

내부환경_상권분석

식음료	패션	생활용품	농수산물	관광상품
-----	----	------	------	------

- 식음료 및 패션관련 상점이 대부분으로 전통시장과는 차별화된 골목형 쇼핑몰 상권 형성
- 외국인 취향에 적합한 맞춤 옷집, 다국적 음식점, 공예관련 관광상품 등 관광형 상권 형성
- 젊은 상인들이 운영하는 카페,베이커리,패션샵 등 세련된 분위기의 상점 입점
- 영역별 상권 차별화

AB 지역민대상 패션>식음료

CD 지역민대상 음식점>잡화,수산물

E 외국인대상 식음료>패션

F 외국인대상 관광상품



2012년 1월 기준 : 주요 고객층 분석 결과

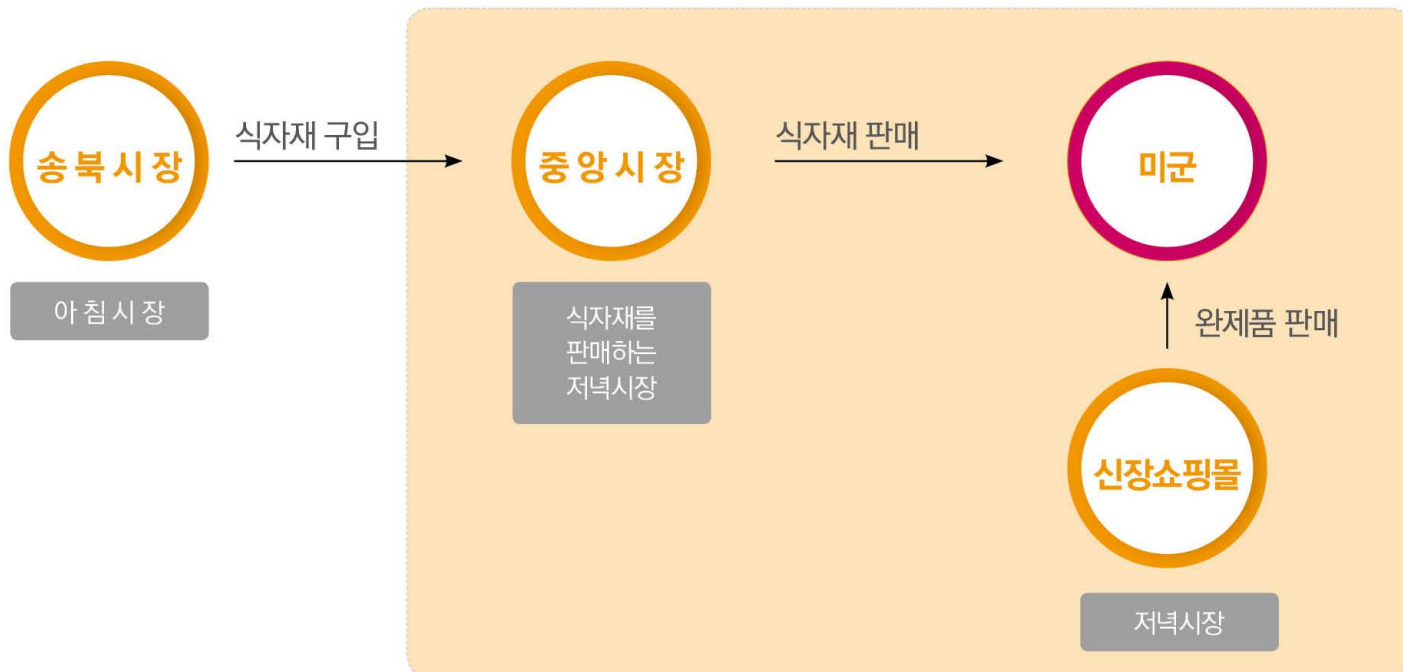
내부환경_상권분석

• 평택 중앙시장

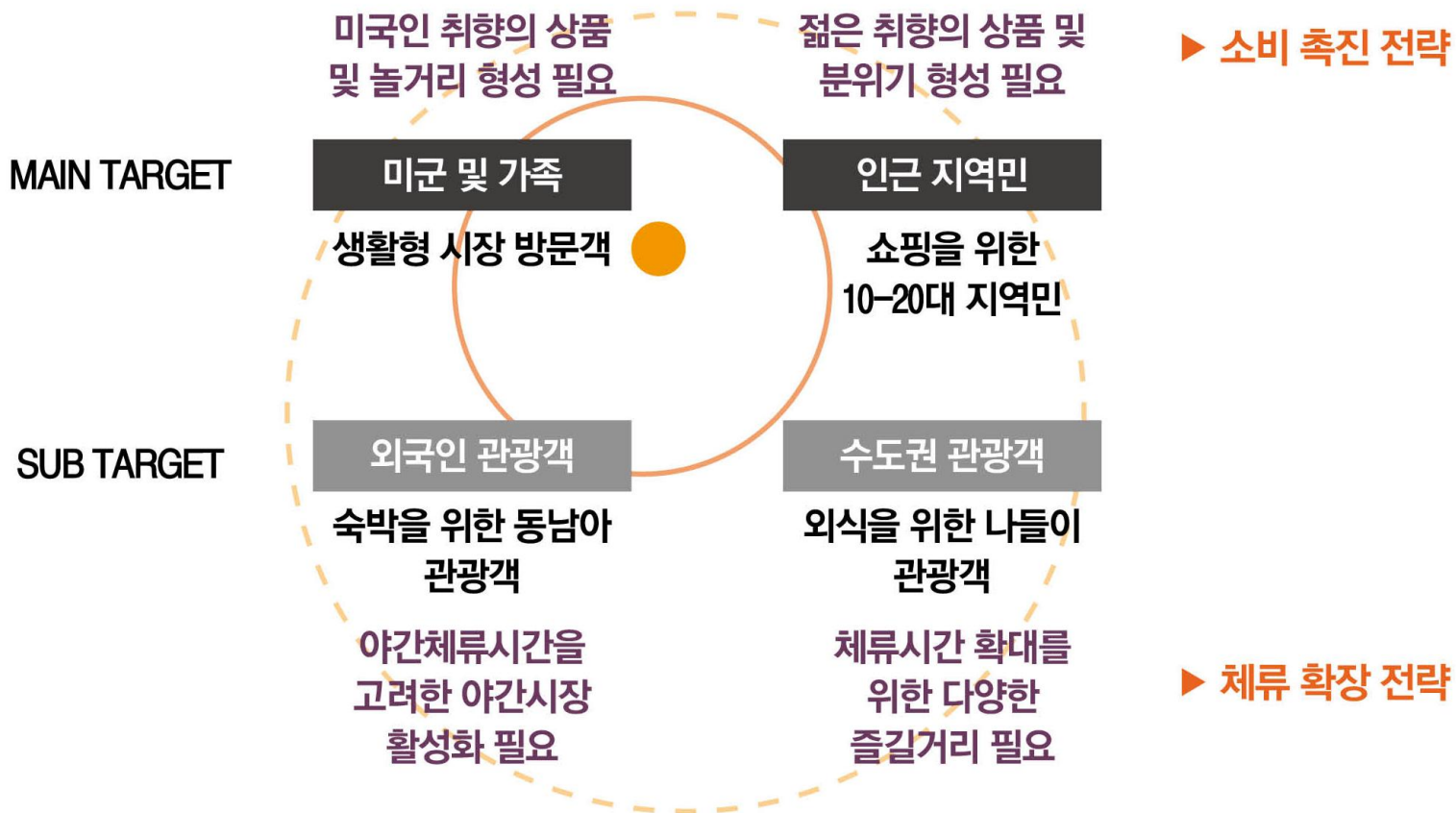
1950년대 미군기지 설립으로 형성된 시장으로 과거 인근 송북시장에서 오전에 식자재를 구입하여 저녁때 미군에게 판매하는 저녁시장이었음

• 신장쇼핑몰 거리

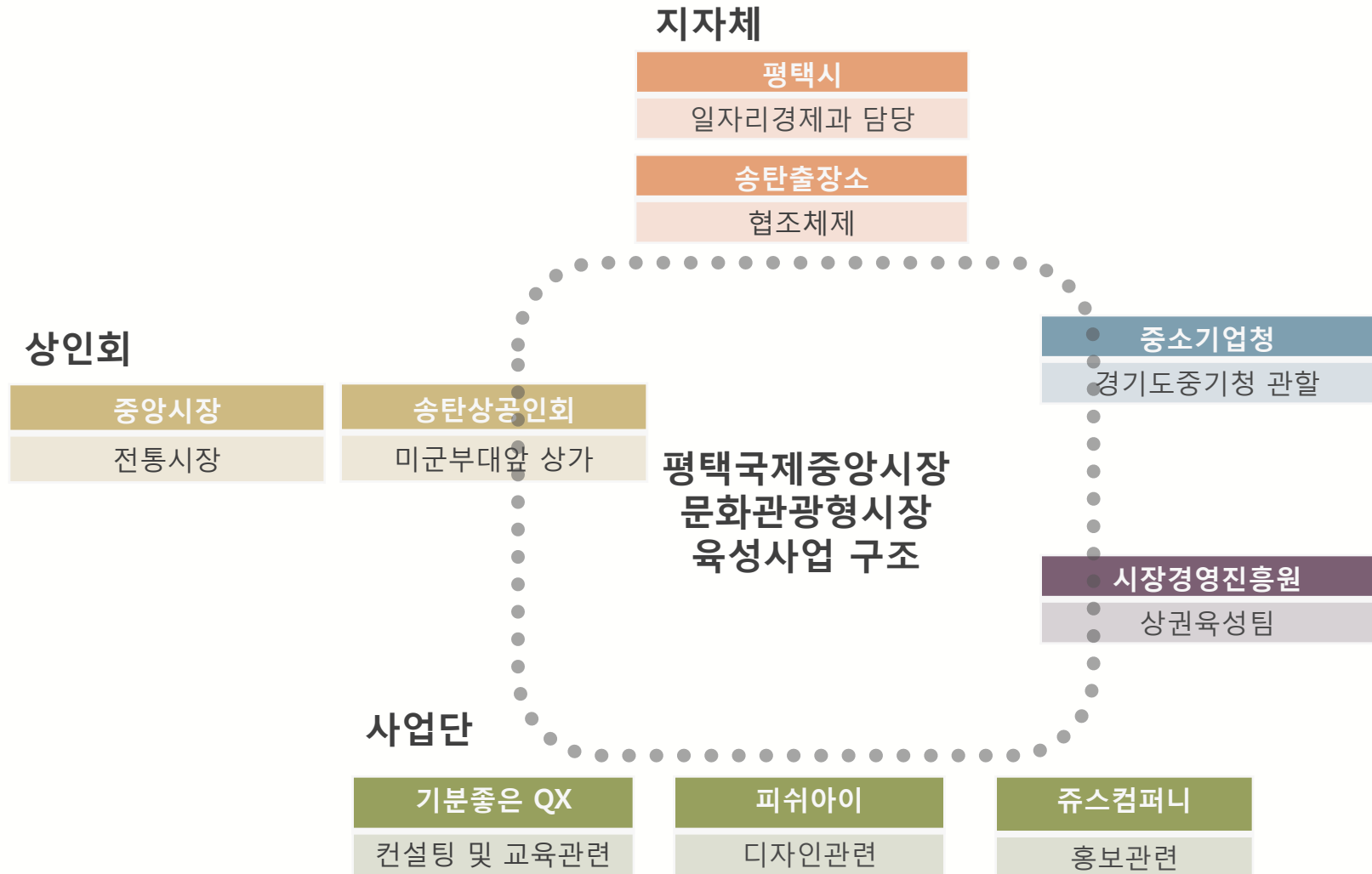
의류, 가방, 생활용품 등 완제품과 클럽 등의 유흥을 판매하는 시장으로 중앙시장 자체가 전통이며 국제명소시장으로 활성화 할 수 있는 문화공간임



내부환경_타깃분석



내부환경_조직분석



내부환경종합

• 이국적 세계 음식

미스진 햄버거, 김네집 부대찌게 등 대중적으로 인기 있는 맛집과 브라질 식당, 이국적인 카페 등 세계 음식 먹거리가 있음



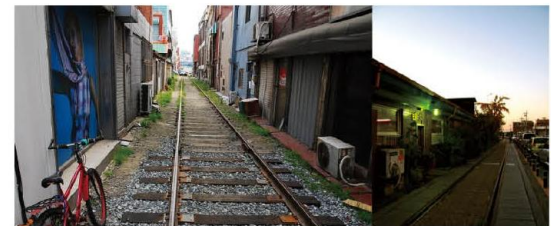
• 국제적 거리 풍경

신장 쇼핑몰 거리는 미군부대 주둔으로 클럽 문화가 자연스럽게 유입되고 한국의 대중적 요소와 결합하여 독특한 거리 풍경이 연출되어 있어 볼거리가 있음



• 독특한 지역 시설

미군부대 안으로 연결되어 있는 철길은 지역적 특성을 살릴 수 있는 매력요소임

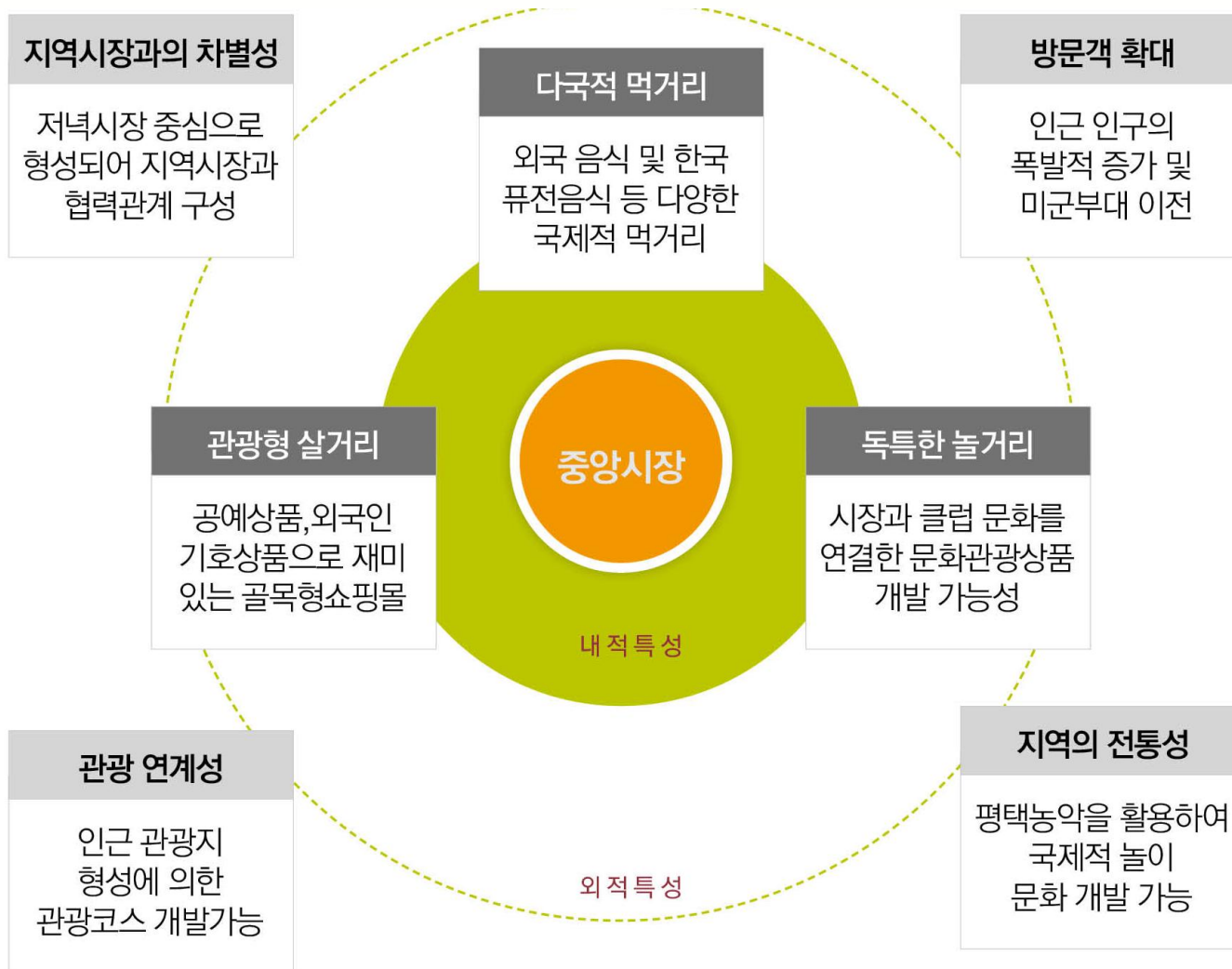


• 외국인 기호 상권

외국인을 위한 침구류나 생활용품, 가족제품류, 밀리터리 룩, 세계 민속 상품, 맞춤 옷 이나 신발 등 외국인이 선호하는 상권으로 형성되어 있음



내외부환경종합





II. 헬로나이트마켓의 3가지 원리

커뮤니티 비즈니스 만들기

• 시장형 수익모델 형성

커뮤니티 프로그램 만들기

- 지속화 전략 확보
- 지역 구심점 확보

커뮤니티 디자인 만들기

• 브랜드 전략 구축

커뮤니티 비즈니스 만들기_시장형 수익모델 : 나이트마켓 탄생의 비밀

상인들이 가장 잘 하는 활동은 무엇인가?

상인들은 장사를 잘 한다

시장형 정기 이벤트를 제시하도록 한다.

상인들은 노점의 필요성을 알고 있다

노점과 상점이 시너지 효과를 노리자.

저녁시장의 부활을 꿈꾸다

지역적 특색을 살린 문화 이벤트로 자리메김하자.

상인들과 지역민중심의 이벤트를 만들다

다국적 음식과 문화를 소개하는

3차년 계획하에 조금씩 확장한다

시장형 문화이벤트 형성

solution

헬로 나이트마켓 운영

커뮤니티 비즈니스 만들기_시장형 수익모델 : 나이트마켓 탄생의 비밀

- 주말야간시간에 전통시장과 쇼핑몰, 그리고 문화 예술이 어우러진 **일상 예술형 국제 야시장**



페루,멕시코,태국,필리핀,한국 등
다국적 음식으로 구성된

국제화 시장 이미지 형성



도자기,가죽공예,베이킹,캐리커처 등
지역민과 상인들이 만들어가는

지역 예술 커뮤니티 형성



중고물품 교류 및 경매 등
상인 이벤트가 어우러진

자발적 상인 기획 마켓 형성

커뮤니티 비즈니스 만들기_시장형 수익모델 : 나이트마켓 탄생의 비밀



- 1차년도 9월중순~11월중순 총 8회 실시
총매출 19,288,250원 /일일 방문객 1,000명 추정
참여상인 42명 / 지역예술인참여 32명
- 2차년도 3월 ~ 12월 매주 토요일 정기적으로 실시
참여상인 50여명/지역예술인 50여명/헬로서포터즈 30여단체
횡재마켓 실행하여 거리 확장
→협동조합 구성하여 상인회 운영사업으로 성장



커뮤니티 프로그램 만들기_지속화 전략 : 상인기획단 탄생의 비밀

사업단과 상인회가 함께 일할 수 있는가?

상인들은 바쁘다

조직을 세분화하여 프로그램별로 구성한다.

상인들은 전문적인 지식이 부족하다

최대한 쉽게 조금은 강압적으로 주간 회의를 한다.

상인들간의 이익다툼이 발생한다

책임자를 변경하여 서로의 어려움을 이해하도록 한다.

기획부터 운영까지 책임을 준다

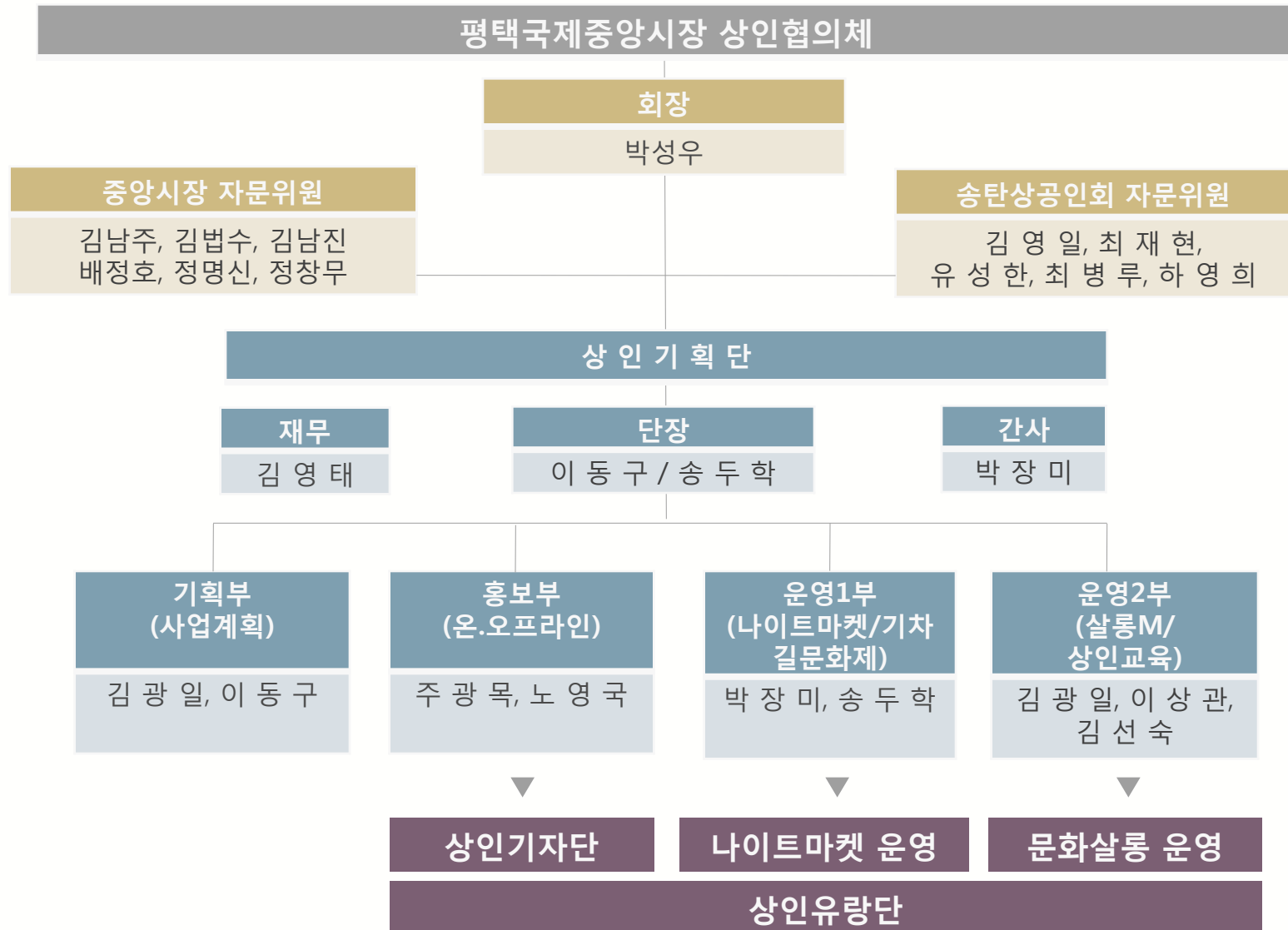
상인자체적인 회의문화 및 조직 책임감 형성

미래 시장의 이미지를 제공한다

solution

상인기획단 구성

커뮤니티 프로그램 만들기_지속화 전략 : 상인기획단 탄생의 비밀



커뮤니티 프로그램 만들기_지속화 전략 : 상인기획단 탄생의 비밀

상인기획단

사업단과 함께 출범식 기획 및 진행
상인들이 직접 사회 및 통역 담당, 지역 동아리 축하공연 유치 등



상인유랑단

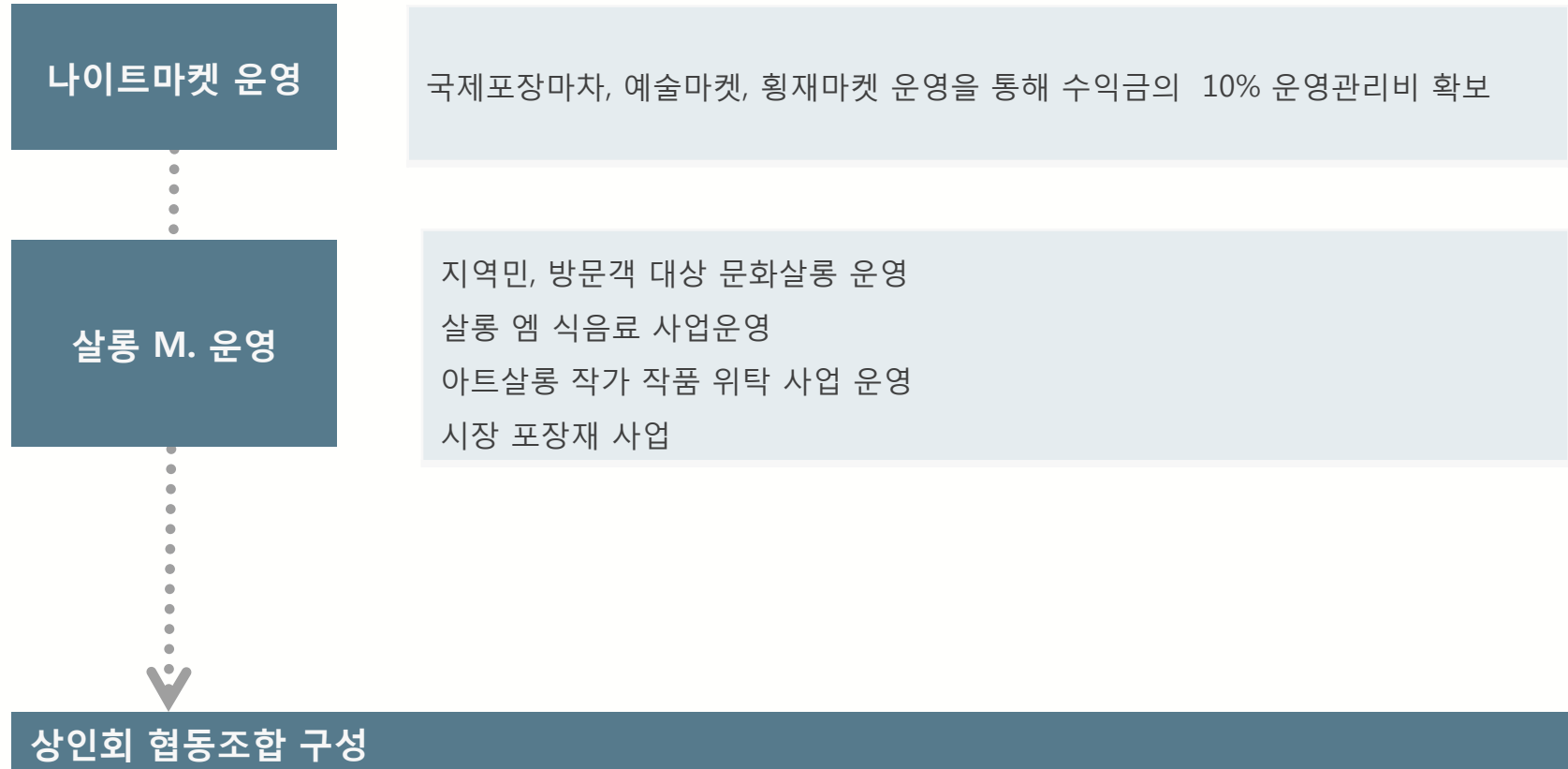
만담, 마술 등 상인 동아리 활동을 통해 우수시장박람회 및 각종 행사 공연
상인 DJ 준비 중



상인기자단

블로그 운영 및 소식지 발행

커뮤니티 프로그램 만들기_지속화 전략 : 상인기획단 탄생의 비밀



커뮤니티 프로그램 만들기_지역 구심점 확보 : 살롱엠 운영의 비밀

상인들간의 의사소통은 불가능한가?

상인들은 의사소통이 어렵다

상인들간의 상호이해가 필요하다.

상인들은 바쁘다고 회의나 교육을 회피한다

만나서 이익이 되는 회의를 만든다.

상인들 서로 잘 모른다.

서로 만나서 부드러운 이야기를 유도한다.

상인들과 지역민이 만나는
작은 모임을 만들다
수익성 사업으로 확장한다

상인들과 지역민의 구심점이 되는
시장형 문화공간형성

solution

살롱엠 운영

커뮤니티 프로그램 만들기_지역 구심점 확보 : 살롱엠 운영의 비밀

시장문화살롱_Salon M.

- 아케이드내 활성화를 위한 시장 복합문화공간 및 인포센터 구축 프로젝트



복합문화공간

교육, 체험, 공연, 음악, 휴식, 파티
등을 즐길 수 있는 시장 내
다목적 문화공간 형성을 통해

아케이드 이미지 개선



아트살롱 및 푸드 살롱 등
지역민 및 방문객의
참여프로그램개발을 통해

체험형 시장 구축



프로모션

사라의 팔죽 릴레이, 도자기 체험
등 시장형 프로모션을 개발하여

시장 방문객 확대

커뮤니티 프로그램 만들기_지역 구심점 확보 : 살롱엠 운영의 비밀

시장 문화 사랑방으로서 상인들의 모임공간이며 방문객의 인포센터로 탄생

- 외부인을 위한 시장 리플렛, 지도 배치
- 상인 결속을 위한 상인회 회의 및 상인 소식지 공급
- 오픈 화장실, 외부음식 절대 환영 등 시장 구심점으로 자리매김

→주말 헬로나이트마켓의 구심점으로 일상적인 연결고리 형성



커뮤니티 프로그램 만들기_지역 구심점 확보 : 살롱옴 운영의 비밀

시장문화살롱_Salon M.

- 아트살롱 : 가족공예, 도자기공예, 퀼트 공예 강좌 (약150여명 참여)
- 쿠키살롱 : 외국인과 함께 하는 한국음식강좌, 아이와 함께 하는 홈베이킹 강좌 (약 160여명 참여)
- 지역 예술 커뮤니티 네트워크 형성/상인강사 발굴
- 컵받침 및 헬로 도너츠 등 시장 관광상품 개발



커뮤니티 프로그램 만들기_지역 구심점 확보 : 살롱엠 운영의 비밀

푸드파티 프로그램

- Artist Party → 지역민 관계 형성 파티
- Birthday Party → 상인 관계 형성 파티
- X-mas Party → 고객 관계 형성 파티



커뮤니티 프로그램 만들기_지역 구심점 확보 : 살롱엠 운영의 비밀

살롱M. 프로모션

- 사랑의 팔죽 릴레이 : 동짓날 40여명의 시장 관계자 및 상인들 중심으로 팔죽 릴레이 실시하여 1년간 감사의 뜻 전달
- 도자기 타일 공공 워크숍 : 150여명 참여하여 도자기 타일 그림 그리기 워크숍 체험
- 아트살롱 작품 위탁 판매 : 도자기 및 가족 작품 전시 및 위탁 판매



커뮤니티 디자인 만들기_브랜드 전략 : 헬로 마켓 탄생의 비밀

시장 브랜드화가 가능한가?

상인회와 지자체의 갈등

상인들 조직간의 갈등

송탄 vs. 평택

중앙시장 vs. 신장쇼핑몰

새로운 이름으로 새롭게 시작하자

브랜드 시장으로 변화를 추구하자

KEY WORD

국제시장, 화합, 다국적문화

solution

Hello International
MARKET
PLACE
평택국제중앙시장

커뮤니티 디자인 만들기_브랜드 전략 : 헬로 마켓 탄생의 비밀



Hello International
MARKET
PLACE
평택국제중앙시장
Hello Friends! Hello Market!

다국적 문화의 어울림으로 세계인과 만나는 친구 시장!

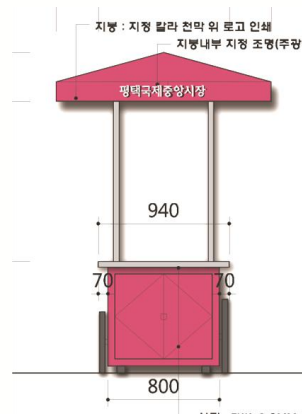
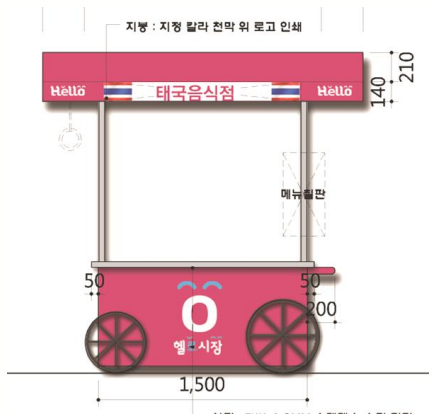
The Friend Market by the Harmony of World Cultures & World Peoples

각양각색의 민족과 문화를 배경으로 상인과 지역민들이 함께 만들어내는
이색적인 시장, 언어가 아닌 감성적 소통으로 친구가 된다!

Hello Night Market 헬로나이트마켓

커뮤니티 디자인 만들기_브랜드 전략 : 헬로 마켓 탄생의 비밀

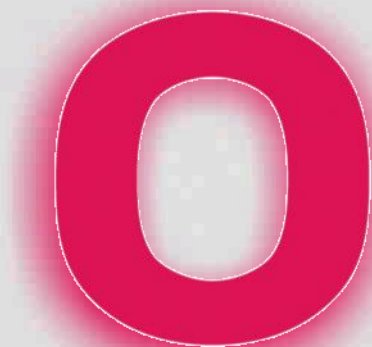
상인들의 협의에 의한 디자인 체계 구축→실용화 단계에서 직접적인 활용한 개발





Hello





평택국제중앙시장