

2018~2020

# 서울밤도깨비야시장 2020년 사업계획안

@여의도 | @반포 | @DDP | @청계천 | @문화비축기지



# **2019년 운영 결과 요약**

## 전체 지표는 2018년 보다 감소하였으나 개장 횟수 대비 지표는 상승

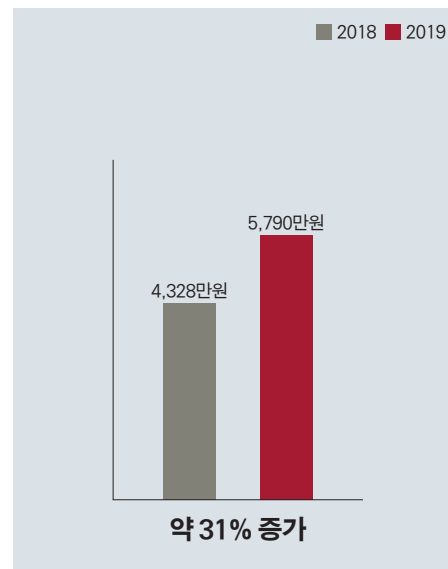
### 2019년 전체 지표



|       | 2018년    | 2019년    | 증감률  |
|-------|----------|----------|------|
| 개장횟수  | 267회     | 191회     | ▽28% |
| 총 매출  | 약 117억   | 약 110억   | ▽6%  |
| 총 방문객 | 약 428만 명 | 약 412만 명 | ▽4%  |

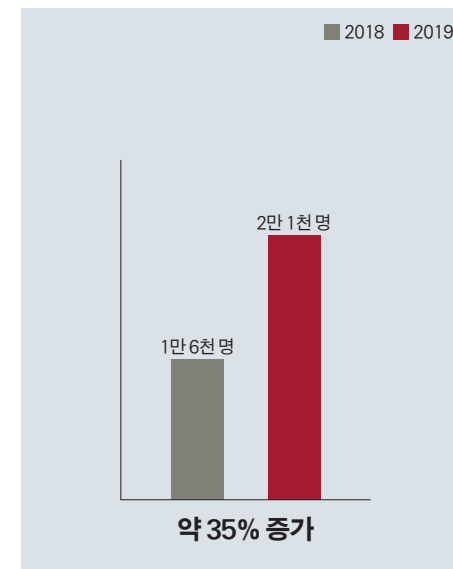
\* 크리스마스마켓 미 포함 수치

### 회당 매출



\* 총 매출/개장 횟수

### 회당 방문객



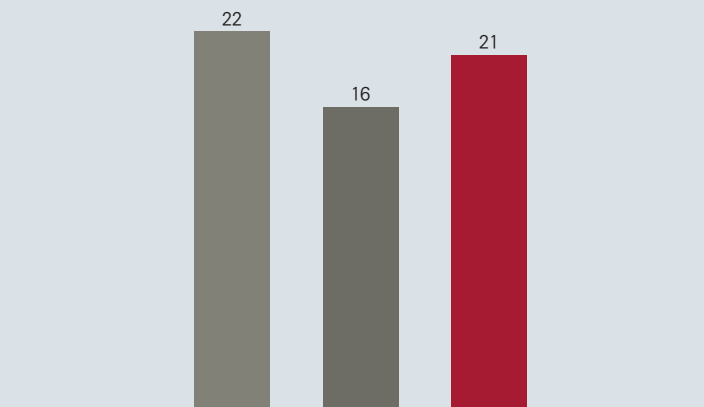
\* 총 방문객/개장 횟수

## 일 평균 방문객 수, 일 평균 매출액 증가

### 일 평균 방문객수

단위: 천 명

■ 2017 ■ 2018 ■ 2019

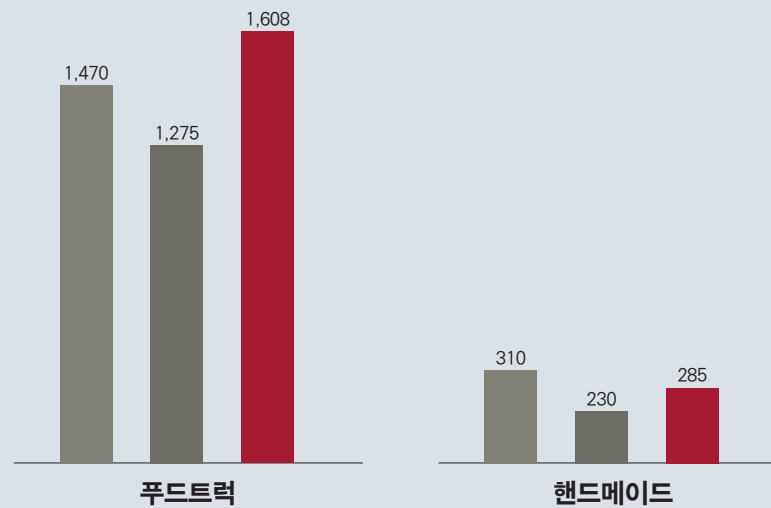


\* 총 방문객수/개장횟수

### 일 평균 매출액

단위: 천 원

■ 2017 ■ 2018 ■ 2019



## 시장 지역별 격차 심화, DDP·청계천 침체

### 지역별 총 매출

단위: 천 원

|     | 2017      | 2018      | 2019      |
|-----|-----------|-----------|-----------|
| 여의도 | 4,878,640 | 4,800,640 | 4,698,864 |
| 반포  | 3,313,100 | 3,684,575 | 3,760,066 |
| DDP | 2,256,160 | 1,141,891 | 1,039,369 |
| 청계천 | 1,957,930 | 1,390,827 | 1,503,244 |

- DDP 지역 총 매출의 지속적 하락세
- 여의도·반포 지역과 타 지역의 매출 격차 심화

### 지역별 일 평균 방문객 수

단위: 천 명

|     | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----|------|------|------|
| 여의도 | 36   | 33   | 40   |
| 반포  | 27   | 24   | 30   |
| DDP | 17   | 9    | 7    |
| 청계천 | 15   | 11   | 5    |

- 여의도·반포 지역은 일 평균 방문객 수 증가
- 청계천·DDP 지역은 일 평균 방문객 수 하락

\*청계천 지역은 2019년도 광화문~덕수궁 일대 집회의 영향을 일부 받은 것으로 파악

## 운영 체계 안정화, 운영에 불필요한 소모 감소 친환경야시장(플라스틱제로), 제로페이 등 서울시 정책 반영

### 운영안정성 확보와 상단 야시장 밀착도 증가

#### 상단 1년제 운영

- 상·하반기 모집 폐지
- 정규모집 이후 추가모집 진행
- 여름 폭염기 3주 휴장 기간 설정

#### 참가비 정액제 운영

- 정률제 폐지
- 참가비 고정으로 운영
- 품목별·지역별 차등 적용

#### 심사 및 평가 시스템 구축 완료

- 모집·심사·선발 전 과정
- 온라인 시스템을 통한 진행

### 서울시 정책 반영

#### 친환경 야시장·플라스틱 프리 하반기 도입

- 참여상단 플라스틱 용기 사용 금지
- PLA용기 사용
- 오프라인 환경 캠페인 진행

#### 제로페이 도입

- 참여 상단 제로페이 가입
- 야시장 내 제로페이 홍보존 운영

#### 기타

- 플라워 트럭 도입 등

## 시장별 차별화 및 변화 시도 첫 걸음



### 여의도·반포 대형 푸드존 설치

- 시민 식음 공간 마련으로 편의 제공



### DDP 큐브 도입

- 서울디자인재단과 공동 운영한 디자인제품 위탁 판매
- 마켓 DDP큐브 운영



### 청계천 시장 공간 확장, 포토존 설치

- 청계천 시장 공간 확장
- 확장 된 공간에 포토존 설치
- 미니 이벤트 운영으로 방문객 즐길거리 제공

# **2020년 운영 계획안**



## 반포야시장 상인참가비 인상, DDP야시장 기존 팔거리에서 외부지역으로 위치 변경

여의도

월드  
나이트마켓

금·토 18:00~23:00

푸드 45팀, 일반 60팀

- 전년과 동일

반포

낭만  
예술마켓

금·토 18:00~23:00

푸드 45팀, 일반 60팀

- 외부 이동식 화장실 추가
- 화장실 추가에 따른  
참가비 인상

DDP

청춘  
런웨이마켓

금·토 17:00~23:00

푸드 30팀, 일반 40팀

- 야시장 개최 지역 변경  
(DDP 팔거리→DDP 외부)
- 일반상인 규모 축소

청계천

타임  
투어마켓

토 17:00~23:00

일 16:00~21:00

푸드 30팀, 일반 60팀

- 전년과 동일

시즌마켓

문화비축기지  
+  
크리스마스  
마켓

5월·12월 개장

- 구체적인 일정은  
추후 공고 및 진행

## 2020년 야시장 운영 목표 및 과제 설정

### 문화 프로그램 강화

- 시민들이 방문해서 참여하고  
즐길 수 있는 체험·문화 프로그램 강화
- 문화 프로그램을 중심으로 홍보 진행



### 지역 차별화

- 지역 별 특화 키워드 설정  
및 차별화 강화
- 지역 차별화를 통한  
지역 격차 해소 방안 강구



### 캐릭터 활용

- 야시장 홍보 및  
온·오프라인 프로그램 등에  
야시장 캐릭터 활용

## 온·오프라인 채널 야시장 캐릭터를 활용한 홍보문화프로그램을 중심으로 하는 홍보 콘텐츠 제작이미지+짧은 영상 콘텐츠 제작

### 캐릭터

#### 캐릭터 '밤이', '달이'를 활용한 홍보

- 기획의도: 야시장 캐릭터 인지도 제고
- 개요: 온라인 콘텐츠 및 현장 홍보물, 기타 이벤트 등을 통해서 야시장 캐릭터 노출 빈도 수 증가

### 문화 프로그램

#### 문화프로그램 중심의 홍보

- 기획의도: 서울밤도깨비야시장의 문화프로그램 소개를 통해 다양한 프로그램이 열리는 문화야시장으로의 이미지 구축
- 개요: 기존에 진행했던 푸드트럭, 핸드메이드 제품 소개 카드뉴스에서 벗어나 각 지역의 문화프로그램이나 주요 이벤트 등을 SNS 채널을 통해 홍보

### 영상 콘텐츠

#### 영상 콘텐츠 강화

- 기획의도: SNS에 영상콘텐츠를 업로드하여 콘텐츠 주목도 향상
- 개요: 이미지 기반의 카드 뉴스 외에 영상 콘텐츠 기획 제작  
2019년도 현장 스케치 영상과 같이 단순한 현장 영상 외의 콘텐츠 추가 제작 및 홍보

## 시장 지역 차별화

### 지역별 문화·체험 프로그램 다양화와 프로그램 중심의 홍보 진행

음식·상품 외에도 재미있는 문화프로그램이 있는 야시장

- 방문할 때마다 색다른 프로그램이 있는 야시장
- 지역마다 다양한 프로그램이 있는 야시장
- 방문일과 방문지역을 미리 계획하고 방문하는 야시장

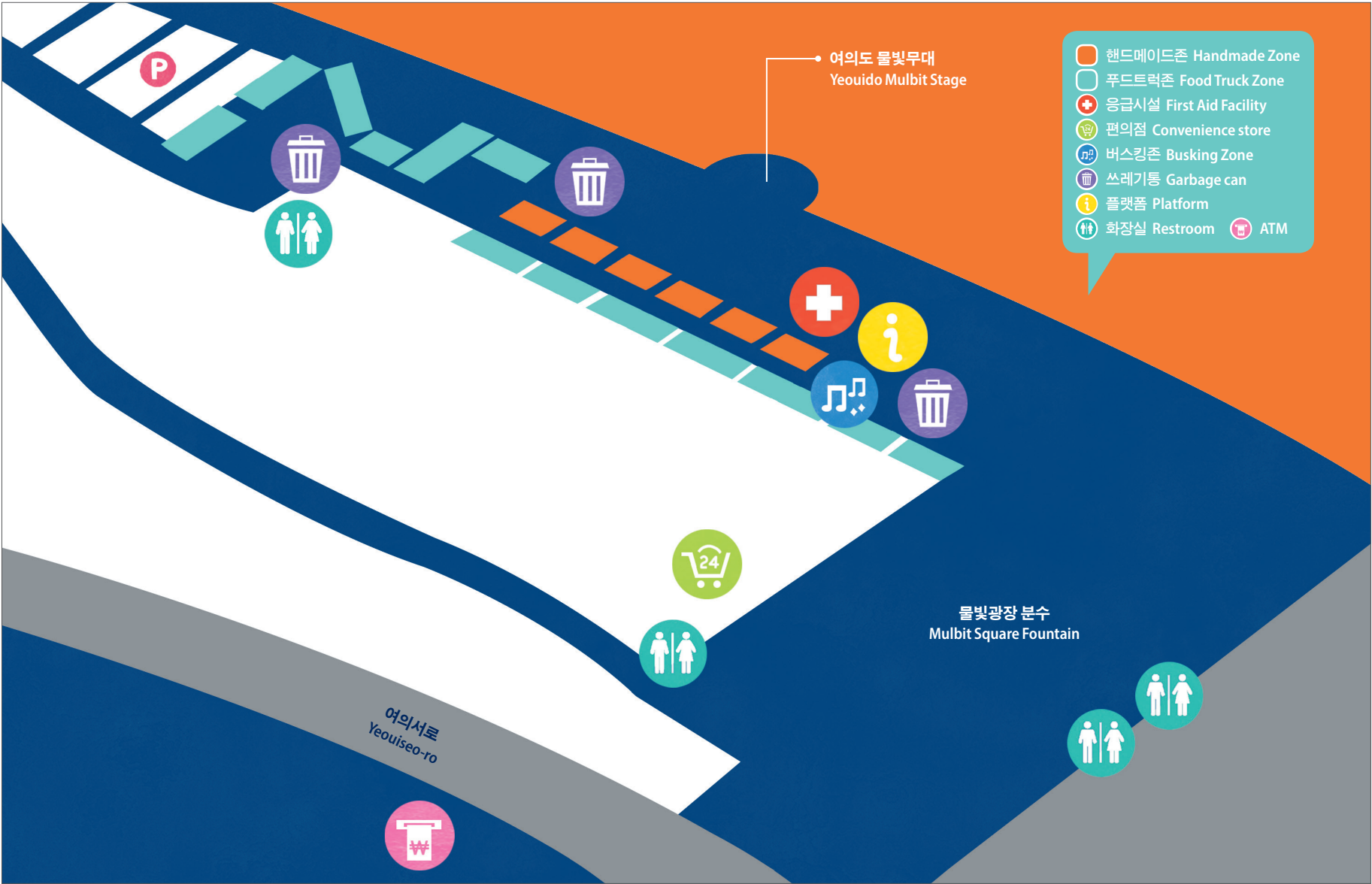


운영: 기존에 진행한 버스킹·음악 공연과는 다른 방향의 이벤트 프로그램 운영  
홍보: 지역 별로 다양한 문화·체험 프로그램 홍보로 야시장의 새로운 이미지 형성

시민들에게 즐거움을 주는 다양한 퍼포먼스,  
K-CULTURE 콘텐츠와 글로벌 관광객이  
함께 체험할 수 있는 프로그램 운영



- 퍼포먼스: 다양한 퍼포먼스와 K-CULTURE 콘텐츠로 여의도 야시장에서만 만날 수 있는 특별한 경험을 제공
  - 글로벌: 전세계의 관광객들과 함께하는 글로벌 야시장으로서 다양한 문화를 담은 볼거리 제공
  - 체험: 시민들과 글로벌 관광객들이 함께 체험 할 수 있는 프로그램 기획



## 〈판타스틱 서커스〉 야시장 곳곳에서 펼쳐지는 서커스·마술·퍼포먼스 공연



### Fantastic 서커스

#### 기획의도

기존의 야시장에서 진행되던  
소규모 버스킹 스타일의 공연 팀들을 한자리에 모아  
여의도만의 하나의 페스티벌로 정착시키고자 함

#### 운영개요

남녀노소 모두 함께 즐길 수 있는  
저글링 서커스·마술·퍼포먼스 위주의 공연을  
야시장 곳곳에서 진행



## 〈판타스틱 쇼케이스〉

기존의 버스킹 공연에서 탈피하여 더 다양한 공연팀에게 기회 제공



### Fantastic 쇼케이스

#### 기획의도

인지도 있는 대중가수나 공연팀을 섭외하여  
야시장 방문객 증대 효과

#### 운영개요

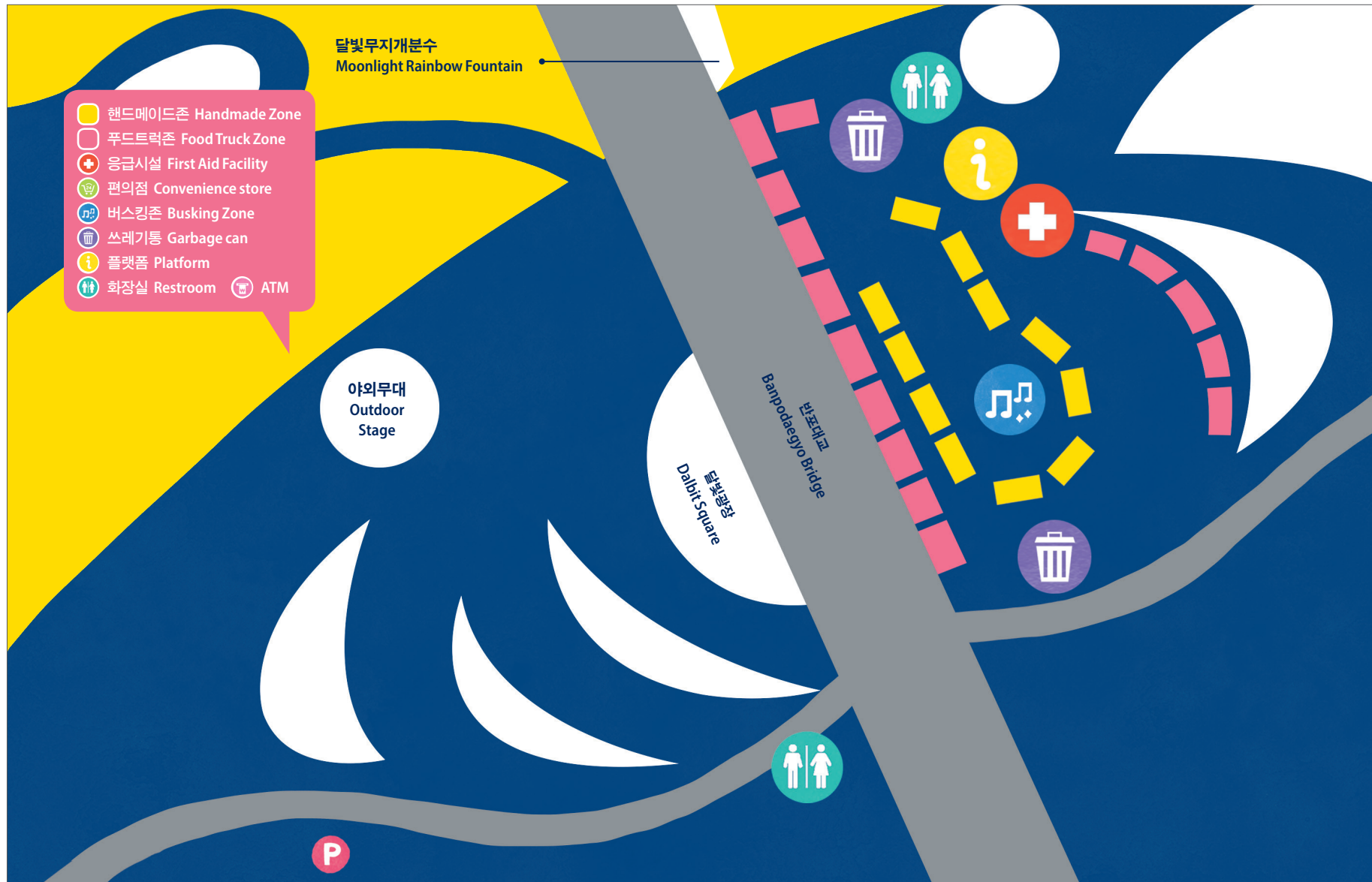
기존의 버스킹 공연에서 탈피하여  
신인가수·컴백가수·인디밴드·아마추어 등  
다양한 공연팀에게 공연기회를 제공



## 방문객들이 함께 할 수 있는 음악과 댄스·예술프로그램들을 결합시켜 아름다운 야경·빛과 예술이 어우러지는 로맨틱한 공간으로 연출



- 페스티벌: 버스킹 공연 위주였던 예년과는 달리 좀 더 풍성하게 시즌 별 페스티벌 개최
- 예술: 음악과 댄스가 있는 프로그램을 통해 낭만과 예술이 있는 야시장으로 조성
- 체험: 시민 참여형 체험프로그램을 기획



## 〈여름 음악 댄스 페스티벌〉

### 무더운 여름, 계절의 분위기를 만끽할 여름 음악과 댄스 공연



#### 여름 음악 댄스 페스티벌

##### 기획의도

뜨거움과 열정의 계절에 맞는  
여름음악 댄스페스티벌 개최하여  
방문객들에게 계절의 분위기를 만끽하게 함

##### 운영개요

각 시대별 컨셉을 정해 매주 다른 시대의 음악을  
커버하며 시민들과 함께 즐길 수 있는 댄스타임 운영

##### 진행일시

8월 매주 토요일

## 〈클래식 피크닉〉 로맨틱한 분위기를 선사하는 클래식 선물세트



### 클래식 피크닉

#### 기획의도

기존에 야시장에서 공연했던  
클래식 공연팀들이 한데 모인 클래식 선물세트

#### 운영개요

아름다운 야경과 분수, 음악과 낭만이 있는  
반포 야시장에서만 느낄 수 있는  
로맨틱한 분위기를 시민들에게 선사하는  
클래식 페스티벌 개최

#### 진행일시

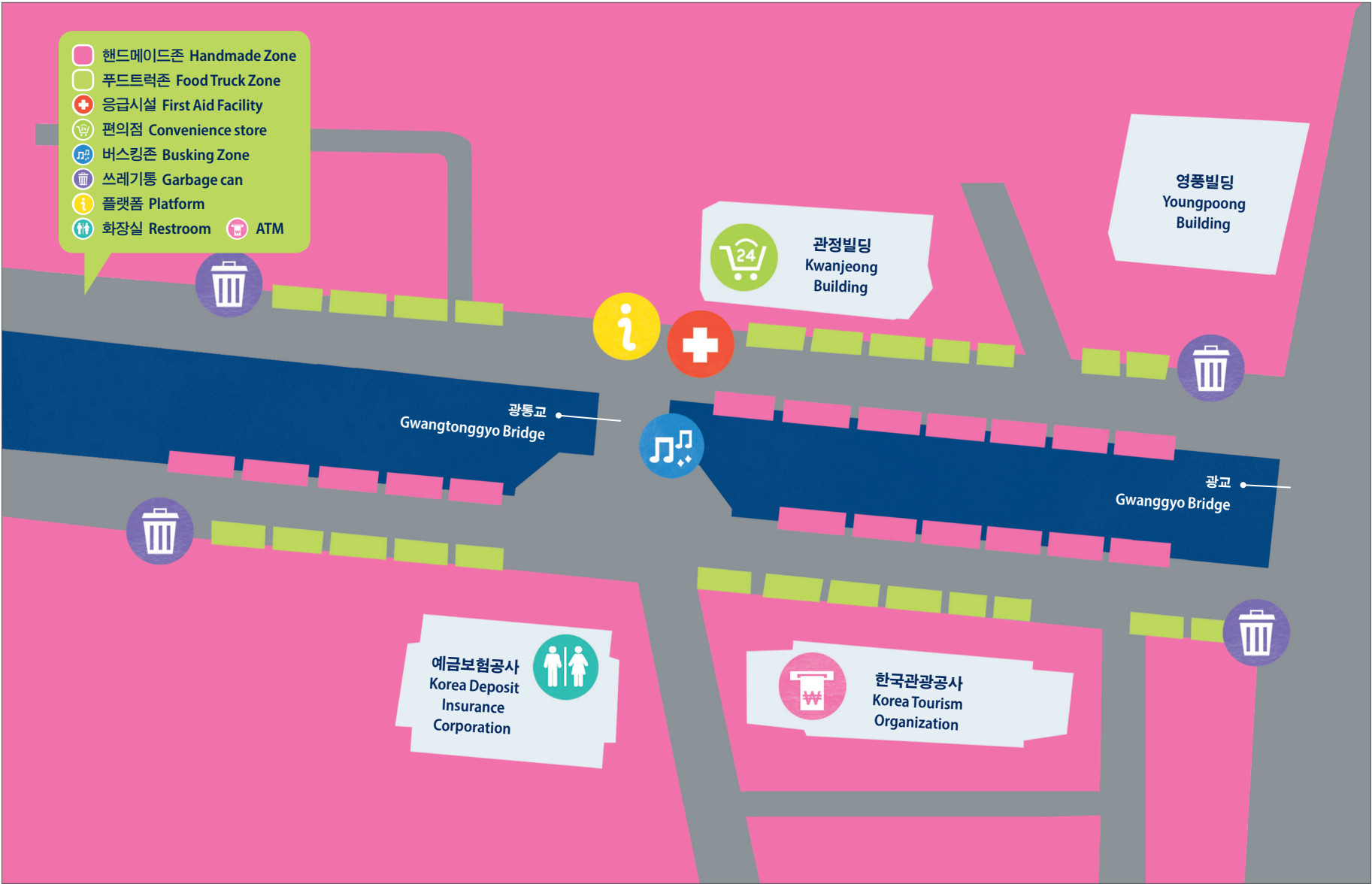
9월 매주 토요일



## 외국인뿐만 아니라 내국인들도 관광객으로 방문하는 관광명소로서 한국의 옛 것을 입혀 야시장의 새로운 볼거리 제공



- 레트로: 기존의 야시장에 한국의 옛 문화를 첨가한 야시장 구성
- 청트로: 청계천+레트로 의 합성어. 청계천 야시장에서 즐기는 레트로 콘텐츠로 청계천 만의 볼거리 제공
- 그때, 그대: 청계천 야시장만의 매력을 느낄 수 있는 프로그램 기획 운영



## 〈청계천 골목대장〉

고무줄놀이, 땅따먹기, 문구점 오락실, 가벼운 마음으로 즐기는 추억의 놀이



### 청계천 “골목대장”

기획의도

예전 골목에서 보고, 듣고, 놀 수 있는  
체험 프로그램 진행

운영개요

골목존에 고무줄놀이, 레트로 게임기, LP판,  
옛날 영상 상영 등 진행  
이달의 골목대장 선정 이벤트

진행일시

상시

## 〈담벼락 방명록〉

### 담벼락에 추억을 소환하듯 아름다운 세월의 빛을 발산한다

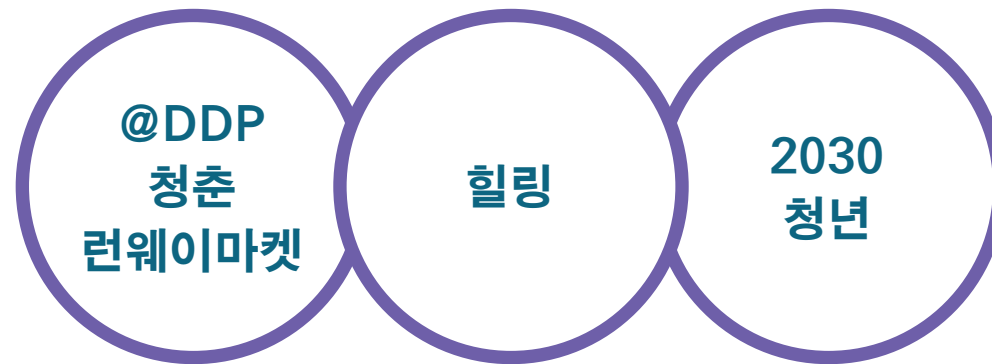


#### 청계천 “담벼락 방명록”

|      |                                                                                                                                                                                   |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 기획의도 | 시민들이 참여해 반응이 좋았던 프로그램을 확대 운영                                                                                                                                                      |
| 운영개요 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 청계 거리에 다양한 그림이나 글귀 등을 자유롭게 표현 할 수 있도록 운영</li> <li>• 그 달의 특성으로 그림을 그릴 수 있는 조형물 설치 예정</li> <li>• 야시장 시작 전 거리에 그림을 미리 그려놓고 운영 시작</li> </ul> |
| 진행일시 | 상시                                                                                                                                                                                |



## 달리는 청춘의 빛나는 순간을 함께, 대학생 및 2030세 청년 유치, ‘청춘 런웨이’테마에 집중한 프로그램 운영



- 힐링: 도심 속 휴식 '힐링'을 테마로 지친 일상에 반짝이는 활기를 불어넣는 프로그램 위주 운영
  - 청년: 기존 가족 대상 프로그램에서 대학생 및 청년 대상 프로그램으로 변경
- 단순 버스킹 및 할인 이벤트 최소화: 실질적 체험 위주로 감각을 만족시키는 힐링 야시장 운영



## 〈청운만리 행사지원〉

### 청춘이여 운명적인 만남을 이끌어라, 2030청년들의 동아리모임 지원 프로그램



#### 청운만리 행사지원 프로그램

##### 기획의도

2030대 단체 유입으로 젊고 활기찬 분위기 조성 및 젊은 층에게 야시장홍보

##### 운영개요

- 야외에서 진행되는 색다른 동아리 모임
- 행사 전 주 수요일까지 신청
- 금·토 오후 4시~7시/7시~10시(3시간 2타임)
- 10명 이상 단체 신청 시 행사장비대여
- 동아리명 판넬제작, 테이블세팅 및 공간구성
- 푸드트럭 상품으로 구성된 청춘 도시락 세트 유상 제공

## 〈밤도깨비 디너파티〉

### 야시장에서 즐기는 가든파티, 푸드존이 공연을 만날 때



#### 밤도깨비 디너파티

##### 기획의도

젊은밴드들의 재기발랄 연주를  
차분히 감상할 수 있는 푸드존 마련으로  
시민들의 야시장 체류시간 증대

##### 운영개요

- 먹는 것 조차 바빠야했던 청춘들에게  
공연을 관람하며 푸드트럭 음식을 음미할 수 있는  
푸드존 제공
- 버스킹 공연+푸드존
- 기존의 공연존에 테이블 & 의자 배치
- 공연 시작시 티슈 및 물 제공

##### 진행일시

매월 4주차 월간 행사



## 〈오늘의 나와 함께 원데이 클래스〉 나에게 건네는 20분간의 위로, 문화 체험형 시즌클래스



### 오늘의 나와 함께, 원데이 클래스

#### 기획의도

시민 참여형 체험을 위한 원데이 클래스,  
야시장을 추억할 만한 결과물, 경험재의 필요성

#### 운영개요

- 바쁜 일상 속에서 잠시 한숨 돌릴 수 있는 수공예 체험
- 각 야시장 사이트 간 소통 후 강사 섭외
- 5월·9월 시즌별 2주간 운영
- 사전 접수 10여 명, 현장 접수 10여 명
- 강의 시간 20분, 개인 제작 시간 20분
- 총 40분간 하루 3타임(4시, 6시, 8시) 운영

**감사합니다**