

2018~2020

서울밤도깨비야시장 2019년 사업계획안

@여의도 | @반포 | @DDP | @청계천 | @문화비축기지



완성된 운영체계를 기반으로 지역별 차별화, 자생력 강화를 통한 야시장 완성도 제고

서울형 야시장의 완성 “2019 서울밤도깨비야시장”

운영체계 완성

4년간 시도한 다양한 운영시스템에서의
경험 및 노하우로 야시장 운영체계 완성

+

지역별
특색 강화

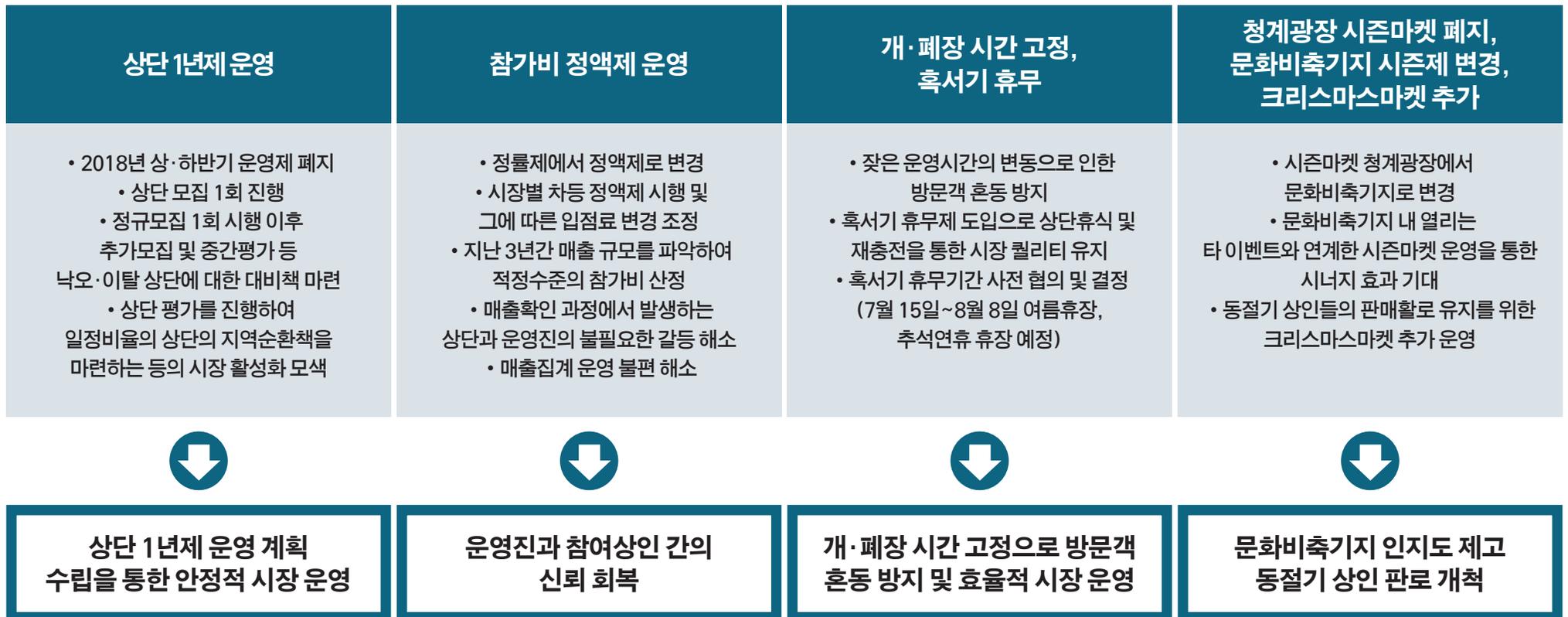
완성된 운영체계 아래 지역별 야시장 특색 강화 및
상품의 질적 수준 향상 도모

+

자생력
강화

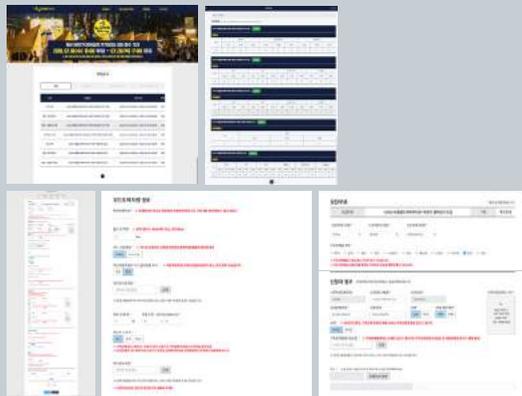
상단 주도 야시장 구축으로 참여 자부심,
소속감을 느낄 수 있는 야시장으로 발전

2018년까지 시도한 다양한 운영시스템의 경험을 통한 2019서울밤도깨비야시장 운영체계 확립



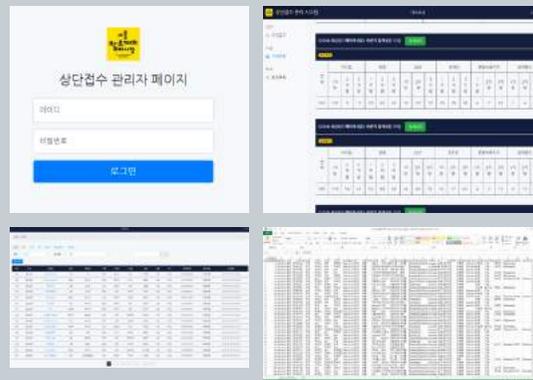
19년 상단접수 신청 추가 항목 개발 및 변경사항 반영 심사시스템 추가 개발로 단계별 심사프로세스 시스템화

상단접수시스템 | 신청화면
(2018년)



상단 선발을 위한 야시장
접수 시스템 개발. 주요 신청정보 입력 기능,
사진, 이미지 업로드 기능, 가산점 체크 기능 등 적용

상단접수시스템 | 신청화면
(2018년)



참여상인 신청현황 및 통계정보를
실시간으로 확인 및 엑셀로 추출
신청서 미리보기, PDF 내보내기 등 제공

상단심사시스템
(2019년 상반기 심사시 적용 예정)



서류심사 및 현장품평회 심사시 각 심사위원별로
심사점수를 온라인으로 입력할 수 있도록 제공하여
실시간 평가결과 합산 및 통계 기능 제공



19년 밤도깨비아시장 추가 및 변경 신청항목 접수시스템내 반영 및 운영
서류심사, 현장품평회 심사를 온라인으로 진행하고 집계를 자동화하기 위한 심사시스템 추가 개발 후 적용

플라스틱 제로, 쓰레기 줄이기 등 야시장 구성원 모두가 “환경을 생각하는 야시장”으로 발전

상인

심사항목 신설

- 2019서울밤도깨비야시장 참여 상단 모집 시 플라스틱 프리 반영도, 메뉴 구성 기여도 등 환경관련 이슈 심사항목 신설
- 야시장 내 참여 상인들의 친환경 제품 사용 등 유도



시민

다회용기 할인제도

- 상단 모집 공고시 텀블러, 다회용기 등 지참 방문객에게는 상품 할인 시행 조건을 사전 공고
- 다회용기 지참 방문객 할인제도를 통해 다회용기 사용 장려



야시장

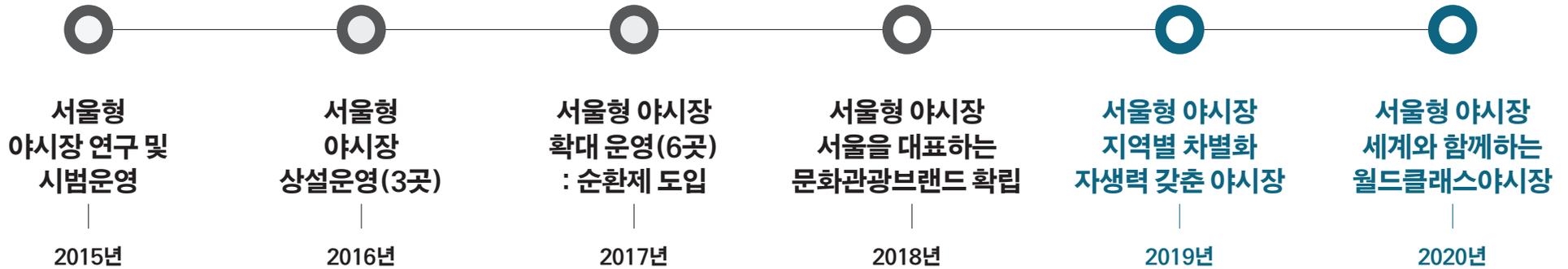
환경 캠페인

- 2019 서울밤도깨비야시장 운영 기간 동안 야시장 내 환경캠페인 진행
 - 온·오프라인 채널을 통한 환경캠페인 기획 및 진행
- * 해당 예산 확보 시 진행



야시장 참여 구성원 모두가 환경을 생각하는 서울밤도깨비야시장

서울의 밤을 대표하는 문화관광브랜드에서 세계와 함께하는 서울형 야시장으로의 확장



사업내용

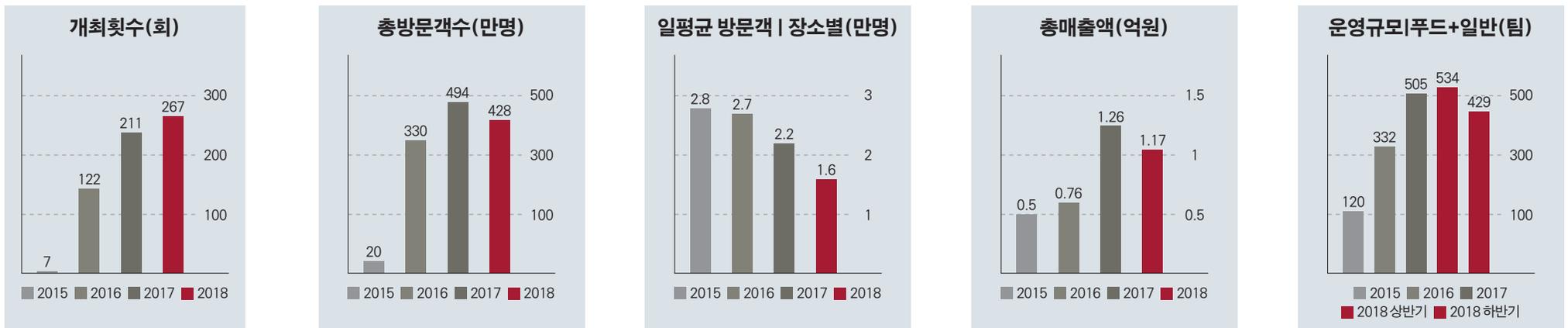
서울을 대표하는 장소에서 특색있는 야시장을 개최하여 문화공연, 독특한 상품, 푸드트럭을 이용한 다양한 먹거리 판매 등 서울시민의 삶의 질 향상에 도움을 주고 외국인 관광객에게는 좋은 이미지를 심어주어 서울을 세계에 알리는 기회를 마련하고자 함

사업개요

사업명	서울밤도깨비야시장 운영
기간	협약체결일 ~ 20. 12. 31.
장소	여의도한강공원, 반포한강공원, DDP, 청계천, 문화비축기지 일대
타겟	서울시민, 국내외 관광객
참여규모	총 585팀 예정(일반상인 400팀, 푸드트럭 185팀)
주요 상품	• 푸드트럭 먹거리, 핸드메이드 제품, 체험프로그램 등
문화공연 및 체험 부대프로그램	• 문화공연, 시민참여형 문화프로그램, 시민, 관광객 참여 이벤트 등

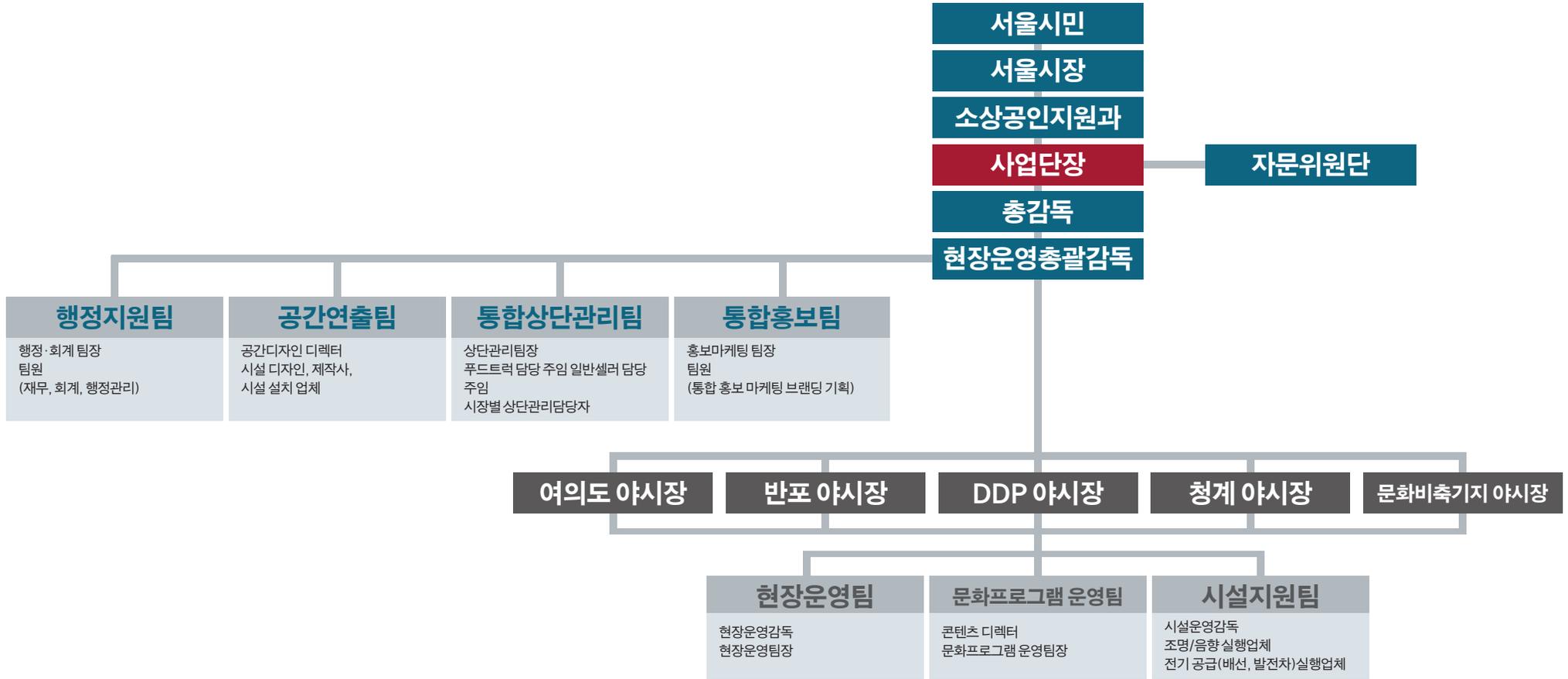
2018년 총 6개소, 개장횟수 267회, 430만명 방문, 117억원 매출, 상인 963팀 상단분리모집으로 참여기회 확대, 야시장 자생력 강화를 위한 시스템 도입

15~18년도 서울밤도깨비야시장 운영성과 지표



4년 연속 만족도·재방문 의사 등 80% 이상 유지 서울의 대표 여가 공간으로 자리매김 시범사업 및 상설화 등 4년 동안의 운영을 시스템에 도입 및 접목

운영 노하우-시스템 도입 및 접목 야시장 매출 투명화 강화	통합상단관리로 판매상품에 대한 신뢰성 강화 및 운영편차 최소화	운영 노하우-시스템 도입 및 접목 야시장 매출 투명화 강화																																								
<ul style="list-style-type: none"> 야시장 자생력을 키우기 위한 정률제 입점료 징수방식 도입 <ul style="list-style-type: none"> 매출의 정확한 집계를 위한 통합카드단말기 사용 푸드트럭 현금거래 제한, 현금 결제 무인 키오스크 도입 <ul style="list-style-type: none"> 야시장내 다양한 시도 - 생수 및 수제맥주 판매 상하반기 상단 분리 모집으로 참여인원 확대 온라인 상단접수시스템 개발(하반기 모집시부터 접수) 	<ul style="list-style-type: none"> 전 상인 원산지 표시 및 가격, 정량제 표기, 카드결제시스템 구축 시행 상품 및 위생 관리를 위한 현장 점검 실시 상단선발, 상단교육프로그램, 컨설팅 등 통합 운영시스템 및 매뉴얼 확립 	<ul style="list-style-type: none"> 2018 서울시 정책브랜드 1위 서울 관광 홍보영상 방탄소년단 '나의 서울 플레이리스트 - 딜리셔스 서울(Delicious Seoul)'내 야시장 소개 중국 '798 예술구 -미러 레이크 (Mirror Lake)내 리브 서울 플레이 그라운드인 베이징 (Live Seoul Style Play Ground in Beijing) 홍보 전시장내 야시장 소개 2018 리브서울 플레이그라운드인 호치민 (2018 Live SEOUL Play Ground in Ho chi minh)내 관광명소로 소개 																																								
일자리 창출 및 경제효과	시민 만족도 조사 결과																																									
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>일자리 창출(개)</p> <table border="1"> <tr><th>연도</th><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018 상반기</td></tr> <tr><th>일자리 창출(개)</th><td>280</td><td>726</td><td>1187</td><td>1201</td></tr> </table> </div> <div style="text-align: center;"> <p>일평균 매출 여의도 푸드트럭(만원)</p> <table border="1"> <tr><th>연도</th><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td></tr> <tr><th>일평균 매출(만원)</th><td>135</td><td>184</td><td>182</td><td>177</td></tr> </table> </div> </div>	연도	2015	2016	2017	2018 상반기	일자리 창출(개)	280	726	1187	1201	연도	2015	2016	2017	2018	일평균 매출(만원)	135	184	182	177	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>만족도(점)</p> <table border="1"> <tr><th>연도</th><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td></tr> <tr><th>만족도(점)</th><td>80</td><td>80</td><td>82.5</td><td>80.8</td></tr> </table> </div> <div style="text-align: center;"> <p>재방문 의사(점)</p> <table border="1"> <tr><th>연도</th><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td></tr> <tr><th>재방문 의사(점)</th><td>81.9</td><td>81.1</td><td>84.6</td><td>83.7</td></tr> </table> </div> </div>	연도	2015	2016	2017	2018	만족도(점)	80	80	82.5	80.8	연도	2015	2016	2017	2018	재방문 의사(점)	81.9	81.1	84.6	83.7	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>서울시 정책브랜드 길라잡이 정책브랜드 부분 1위</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>BTS 서울 홍보영상 소개</p> </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> <p>Live Seoul Style Play Ground내 관광명소로 소개</p> </div>
연도	2015	2016	2017	2018 상반기																																						
일자리 창출(개)	280	726	1187	1201																																						
연도	2015	2016	2017	2018																																						
일평균 매출(만원)	135	184	182	177																																						
연도	2015	2016	2017	2018																																						
만족도(점)	80	80	82.5	80.8																																						
연도	2015	2016	2017	2018																																						
재방문 의사(점)	81.9	81.1	84.6	83.7																																						



사업 총괄자 사업단장 신지희

서울대학교 미술대학교 산업미술학과 시각디자인 전공 졸업

1995~1999년

한겨레신문사 <씨네21> 아트디렉터

2000~2008년

디자인 이즈(법인명 (주)디자인 아이에스) 대표이사

2010년

오니트 주식회사 설립

서울대학교 미술대학 디자인학과 출강(2007년~현재)

2017년

서울밤도깨비야시장 기획 및 통합 홍보 마케팅, 상단 운영 총괄

2016년

서울밤도깨비야시장@여의도 기획 및 홍보 마케팅 총괄

2015년

서울밤도깨비야시장 기획 및 홍보 마케팅 총괄

2013년

서울상상나라 내외부 공간 디자인(그래픽 및 설치물 등) 및 홍보물 제작

2008년

KT&G 상상마당 신진디자인전 '99.9°C전' 기획, 운영

2006년

하이서울 청계천프로젝트 기획-서울문화재단

2005년

제1회 광주 디자인비엔날레 'New Wave in Design展' 기획, 운영

2004년

서울디자인센터 개관기념 'On-Off Design展' 기획, 운영

2004년

광주 프레 디자인비엔날레 특별전 기획, 운영

2001년

디자이너스블록 런던 초청전 기획, 운영

도쿄 디자이너스블록 초청전 기획, 운영

서울국제도서전 디자인이즈 아트북 전시 기획, 운영

시장 내 콘텐츠 질적 강화, 야시장 완성도 높이기 다시 찾고 싶은 야시장, 재방문율 높이기

브랜드·공간 구축 브랜드 강화 야시장 공간의 차별화

- 시장별 차별화 콘텐츠에 따른 공간 구축
- 브랜드 홍보 강화 및 홍보 콘텐츠 다각화
 - 시장 환경연출과 분위기가 최고의 콘텐츠가 되는 시장



세계가 찾아오는
서울의 대표 명소

운영 친환경시장, 참여형시장

- 플라스틱프리, 환경보존 등
지속가능한 세상을 만들어가는 시장
 - 안전, 위생관리 강화
- 지역공동체, 인근 상권과 함께하는
참여형 시장



지속가능성을 제시하는
미래형 시장

콘텐츠전략 상인과 시민 중심의 야시장형 콘텐츠 개발

- 시장별 테마에 따른 차별화된 프로그램
- 상인이 시장의 콘텐츠가 되는 시장



문화가
상품이 되는 시장

상단 관리 상인 역량강화, 상인 주도형 운영 체계 도입

- 교육 프로그램을 통한 상인 역량강화
- 상인의 운영 참여를 점진적으로 확대
- 청년일자리 창출을 실천하는 시장
 - 취약계층 등 사회적 약자 지원



상인이
이끌어가는 시장



한강에서 즐기는 하룻밤의 세계여행 세계의 음식과 상품을 선보이는 글로벌 야시장

서울밤도깨비야시장
@여의도 월드나이트마켓

세계 각국의 상품을 만날 수 있는 세계 최고의 야시장
아름다운 한강의 야경과 세계 각국의 먹거리,
특별한 핸드메이드 상품이 있는 다문화 체험시장
각양각색의 세계음식과 핸드메이드 상품,
아티스트들의 색다른 공연까지
지금 한강에서 세계여행을 즐기세요



컨셉트 세계 각국의 상품을 만날 수 있는 '월드나이트마켓'

내용 세계여행을 주제로 한 세계 각국의 먹거리와 상품이 있는 다문화 체험 시장

공간 오렌지를 메인컬러로 독특한 디자인의 이동식 매대 설치

퍼포먼스 아티스트가 선보이는 춤과 노래를 퍼포먼스로 제공

한강의 아름다운 야경을 배경으로 세계 각국의 이색적 경험을 제공할 수 있는 공간으로 구성



공용 존

- 주 출입구(게이트웨이) 연계 공용 공간
- 종합 안내소, 상환실 및 운영본부, 의료지원 부스 역할
- 한강 여의도 야시장 랜드마크로 구성

먹거리 존

- 푸드트럭 45대로 구성 예정
- 판매부스 존을 푸드트럭이 조화롭게 둘러싼 배치

살거리 존

- 일반 셀러 60부스로 구성 예정 (핸드크래프트 상품+아트 상품+생활 소품 등)

체험·볼거리 존

- 체험프로그램 부스
- 버스킹 무대+게릴라형 퍼포먼스 공간 구성
- 물빛무대 활용

쉼거리 존

- 시민 휴게 및 식음 공간
- 너른 들판과 물빛무대 스탠드 활용



야경과 분수, 낭만과 예술이 있는 시장

서울밤도깨비야시장
@반포 낭만달빛마켓

달빛을 배경으로 펼쳐지는 한밤의 예술 시장
맛있는 먹거리는 물론 다양한 이벤트와 낭만적인 공연,
아티스트들이 참여하는 프리마켓,
오래도록 간직하고 싶은 핸드메이드 상품까지
예술과 낭만을 즐길 수 있는 곳입니다.



컨셉트 낭만적인 풍경과 예술이 있는 곳 '낭만예술시장'

내용 한강의 야경, 달빛이 만드는 낭만적인 풍경과 예술이 어우러지는 야시장

공간 옐로우를 메인 색조로 독특한 형태의 매대 구성

퍼포먼스 재즈, 클래식, 어쿠스틱 장르 등의 낭만적인 공연



달빛을 형상화한 먹거리, 살거리 존과 함께 야경과 분수, 빛과 음악이 어우러지는 낭만적인 공간으로 구성



공용 존

- 주 출입구(게이트웨이) 연계 공용 공간
- 종합 안내소, 상황실 및 운영본부, 의료지원 부스 역할
- 한강 반포 야시장 랜드마크로 구성

먹거리 존

- 푸드트럭 45대로 구성 예정
- 판매부스 존을 푸드트럭이 조화롭게 둘러싼 배치

살거리 존

- 일반 셀러 60부스로 구성 예정 (핸드크래프트 상품+아트 상품+생활 소품 등)

체험·볼거리 존

- 체험프로그램 부스
- 버스킹 무대+게릴라형 퍼포먼스 공간 구성
- 달빛광장내 무대 활용

실거리 존

- 수변무대 및 초생마루 활용
- 시민 휴게 및 식음 공간
- 피크닉장 및 리버스탠드 활용



트렌디한 문화프로그램, 반짝이는 감각과 아이디어를 만나는 디자인 마켓

서울밤도깨비야시장
@DDP 청춘런웨이마켓

도심 속 DDP의 독특한 야경을 배경으로 진행되는
청춘런웨이마켓에서는 청춘들의 시선을 끌어당기는
패션 소품, 청년 디자인 제품, 액세서리, 생활 제품을 선보입니다.
청년예술가와 음악이 함께 하는 트렌디한 야시장입니다.

컨셉트 패션의 중심지인 DDP, 트렌디한 청춘 프로그램이 함께 하는 시장

내용 패션 소품, 액세서리, 생활 디자인 제품 판매

공간 DDP 공간과 조화로운 안내부스와 매대 구성

퍼포먼스 댄스, 락, 재즈, 밴드, 어쿠스틱 등 트렌디한 공연



DDP 내 독특한 야경과 배경을 바탕으로 멋과 여유가 느껴지는 도심 속 트렌디한 공간으로 구성



공용 존

- 주 출입구 연계 공용 공간
- 종합 안내소, 상황실 및 운영본부, 의료지원 부스 역할

먹거리 존

- 푸드트럭 30대로 구성 예정
- DDP 내부에 시민동선을 고려하여 푸드트럭 배치

살거리 존

- 일반 셀러 60부스로 구성 예정
- DDP 알림터와 배움터 사이에 공간 구성

체험·볼거리 존

- 체험프로그램 부스
- 버스킹 무대+퍼포먼스 공간 구성

실거리 존

- 시민 휴게 및 식음 공간
- LED 장미공원 및 잔디언덕



한국적인 퍼포먼스, 독특한 관광 상품 도심속 투어리스트 마켓

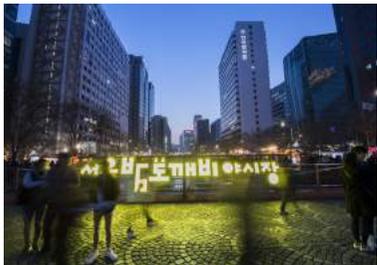
서울밤도깨비야시장
@청계천 타임투어마켓

한국적인, 그러나 현대적인 관광 상품을 표방하는
다양한 관광상품들이 함께하는 투어리스트 시장입니다.
한국적인 퍼포먼스와 관광상품이 함께하며
전통 문화에 기반한 다양한 체험 프로그램들도 준비됩니다.

컨셉트 다양한 상품 및 체험프로그램과 함께하는 야시장
내용 청계천의 생태적 야경, 한국적인 퍼포먼스가 함께 하는 관광 야시장
공간 핑크를 메인 색조로 독특한 형태의 인포 부스 및 매대 구성
퍼포먼스 관광객과 시민들의 참여와 체험에 중점을 둔 공연



청계천로에 먹거리, 살거리 존을 배치하여 청계천 산책과 동시에 야시장을 보고 즐길 수 있도록 구성



공용 존

- 주 출입구 연계 공용 공간
- 종합 안내소, 상환실 및 운영본부, 의료지원 부스 역할

먹거리 존

- 푸드트럭 30대로 구성 예정
- 청계천을 따라 푸드트럭 존을 청계천을 따라 배치하여 다양한 먹거리를 구경할 수 있도록 구성

살거리 존

- 일반 셀러 60부스로 구성 예정 (핸드크래프트 상품 + 관공 상품 등)
- 체험프로그램 부스 추가

볼거리 존

- 참여 프로그램 + 이벤트 공간 구성
- 광통교에 무대를 구성하여 먹거리, 살거리를 구경한 후 이벤트 등에 참여할 수 있도록 유도

실거리 존

- 청계천 천변난간에 시민 휴게 및 식음 공간 제공
- 청계천 산책로 및 냇가



-  운영본부
-  응급의료
-  대기실
-  화장실
-  분리수거통
-  원형테이블

숲속에서 즐기는 달밤의 피크닉, 시민 벼룩시장과 함께하는 야시장

서울밤도깨비야시장 @문화비축기지 시즌 마켓

시민들의 벼룩시장과 함께하는 마켓
자생적 지역 시장과 밀착된 시장으로
시민들이 직접 상품을 팔고 사는 숲속의 벼룩 야시장
5월 중 3주간 총 6회 진행

컨셉트 지역 자생 상인과 함께하는 지역기반 야시장

내용 숲속의 밤을 즐기는 달밤의 피크닉

공간 문화비축기지의 공간적 특색에 맞는 톤앤매너의 공간 구성

퍼포먼스 지역기반 행사에 맞는 편안하고 즐거운 분위기의 공연



문화비축기지내 문화생산자, 시민 마켓, 벼룩시장과 밤도깨비야시장이 함께하는 복합문화공간으로 구성



공용 존

- 주출입구 연계 공용 공간
- 종합 안내소, 상환실 및 운영본부, 의료지원 부스 역할

먹거리 존

- 푸드트럭 존 구성
- 문화비축기지 가운데 광장을 중심으로 푸드트럭이 조화롭게 둘러싼 배치
- *비축기지 사정에 따라 변동 가능

살거리 존

- 일반 셀러 부스로 구성
- 체험프로그램 부스 추가

볼거리 존

- 버스킹 무대+게릴라형 퍼포먼스 공간 구성
- 문화비축기지내 공연장 및 야외무대 광장 활용

실거리 존

- 시민 휴게 및 식음 공간
- T1파빌리온, T2공연장, T3학습공간, T4전시공간, T5 이야기관 등
- 문화비축기지 주변 산책로

4. 테마의 전개 | 크리스마스마켓

‘서울밤도깨비야시장’

2018
서울크리스마스마켓
2019

서울밤도깨비야시장
@크리스마스마켓



크리스마스를 전후로 열리는 서울밤도깨비야시장 겨울 시즌마켓

서울밤도깨비야시장 콘텐츠

서울밤도깨비야시장 참여상인들과
함께 만드는 크리스마스마켓

푸드트럭
+
핸드메이드 상품
+
체험프로그램



크리스마스 특화 콘텐츠 개발 및 시즌, 계절감 연출

크리스마스
특화 상품 개발

상단 모집단계에서
크리스마스에 어울리는 음식,
상품의 개발을 염두에 두고
마켓준비를 진행

크리스마스 분위기
공간연출과 이벤트

산타, 크리스마스 트리 등의 소품,
설치물 사용과 크리스마스 분위기를
낼 수 있는 컬러의 사용

서울 대표 명소

서울을 대표하는 명소에서 열리는
크리스마스시즌마켓을 통해
서울대표 관광거리로 자리매김

서울 대표 야시장

서울을 대표하는 야시장
서울밤도깨비야시장의
브랜드를 활용한
크리스마스시즌 야시장 구축

특색있는 콘텐츠

청년 창업가들의 아이디어가 담긴
푸드트럭 메뉴와
다양한 핸드메이상품을
만날 수 있는 크리스마스시즌마켓

겨울의 즐길거리

청년 창업가, 소상공인들의
겨울철 판매 활로 확보 및
서울시민들의 겨울철
즐길거리 제공

야시장 브랜드 강화

겨울까지 열리는
밤도깨비야시장으로
야시장 브랜드 발전 및
서울밤도깨비야시장 브랜드 강화

홍보 콘텐츠 다각화 및 수급 방식 다양화 채널별 역할 분리를 통한 온라인 홍보 강화

홍보 콘텐츠 다각화

<p>현장스케치 (영상 콘텐츠)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 현장 스케치 영상 제작 • 온라인 채널 업로드 및 상인들에게 배포하여 확산 유도
<p>카달로그 (사진 콘텐츠)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 상인 소개 카달로그 제작 • 카달로그 제작 시 촬영한 사진을 활용하여 온라인 홍보용 콘텐츠 제작
<p>야시장 창업 성공사례 아카이빙 (스토리텔링)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 야시장 성공사례집 제작 • 소상공인 지원정책의 일환인 서울밤도깨비야시장의 성공사례 수집

채널별 역할 분리

<p>공 지 위 주</p>	<p>홈페이지</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 야시장 전체 정보, 주요 전달사항 공지 채널로 활용
	<p>Facebook</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 휴·개장 정보, 이벤트 정보 등 공지사항 전달 채널로 활용 • 운영 문의 등 문의사항 답변 채널
<p>친 밀 도 제 고</p>	<p>Instagram</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 현장 사진, 영상, 홍보콘텐츠 등 가벼운 콘텐츠 위주 홍보채널로 활용 • 시민, 상인들과 친밀도 높은 채널로 운영 및 브랜딩
	<p>Twitter</p>	

상단 변화를 주도하는 미래형 마켓플랫폼 구현 서울밤도깨비야시장 운영관리

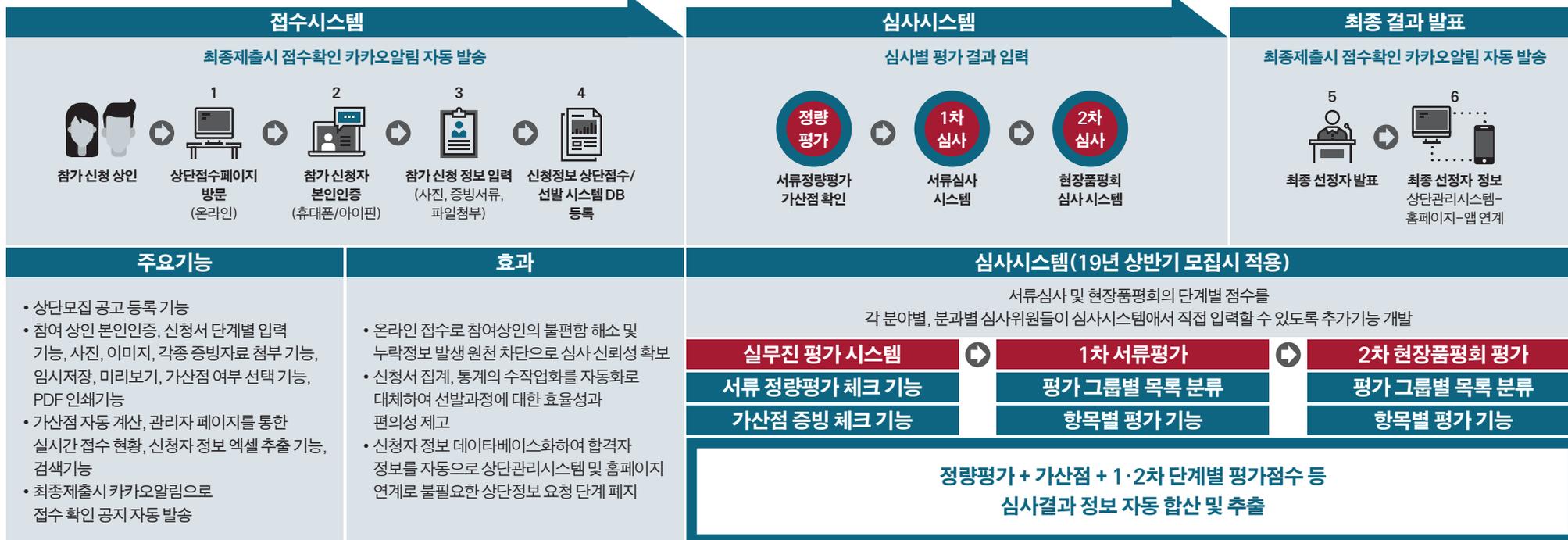


온라인 상단접수시스템 구축 및 심사시스템 개발

상단 선발 및 관리의 효율성을 제고할 수 있는 운영 인프라 시스템 구축 완료

심사 프로세스 편의성 증대 및 심사 관련 업무 자동화를 위한 심사시스템 추가 예정

상단접수 및 심사시스템 프로세스



감사합니다