

SERVICE DESIGN
TEAM PROJECT



모란도란

소통해요 우리, 도란도란 모란모란

PLANNING
DOCUMENT



CONTENTS

01 STORY

BACKGROUND
SURVEY
ANALYSIS

02 CONCEPT

PROJECT DIRECTION
DESIGN LOGO
DESIGN CONCEPT

03 OUTPUT

PLANNING
DESIGN RESEARCH
DESIGN SIMULATION



STORY

전통시장 규모 성장에따라
복잡해진 동선 문제를
해결하고 가시성을 보완할
서비스를 제안합니다.

BACKGROUND

다양한 물품과 볼거리를
제공하는 전통시장

현대인의 생활패턴
변화로 불편함이 발생



모란민속 5일장

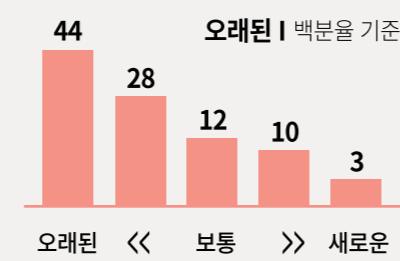
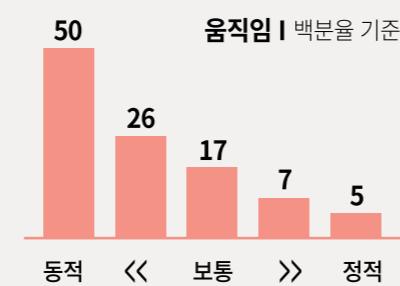
모란민속 5일장은 경기도 성남시에 위치한 전국 최대 규모의 전통시장입니다. 5일장이란 5일마다 열리는 시장을 뜻하며, 모란민속 5일장의 경우 4와 9가 들어있는 날짜에 열립니다. 1990년 9월 공영주차장으로 이전하게 되면서 현재에 이르러 전국적인 규모를 자랑하게 되었습니다. 다양한 물품을 판매하고 큰 규모인 만큼 총 13개 구획으로 나뉘어 이루어진 상태입니다.

전통시장의 현주소

1993년 서울 창동을 기점으로 여러 대형마트가 생겨나게 되면서 국내 시장 업계는 놀라운 속도로 발전하게 되었습니다. 모란민속 5일장에 발걸음하는 주민들은 끊이지 않고 있지만 온라인 시장의 활성화로 인해 현장에 가지 않아도 필요한 물품을 구매할 수 있게 되면서, 현대인의 생활패턴에는 많은 변화가 생겼습니다. 이에 따라 전통시장 또한 재정비를 필요로 하게 되었습니다.

SURVEY

모란민속5일장 이미지에 대한 인식 | IMAGE COGNITION



모란민속5일장의 재방문 의사

RETURN VISIT EXPRESSION OF OPINION

WHY | 백분율 기준

- 01 불편한 이동이 예상됨 23%
- 02 산만하고 복잡해 보임 20%
- 03 찾아갈 이유가 없음 11%
- 04 서비스가 안 좋을 것 같음 6%

48.0%
방문하고 싶지 않다

있다 | 35% 기타 | 11%

전통시장 비방문 이유
OPINION REASON**48.0%**시장 내에서
불편한 이동**47.7%**편리한 쇼핑이 가능한
다른 곳들 존재**37.4%**적립 및
혜택제도 없음모란 5일장의
부족한 편의 서비스

대표적인 원인 | 복잡함 & 불편함

5일장에 유입률이 낮은 이유는 대형 규모에 비해 비체계적인 환경 탓이 가장 크다.



ANALYSIS

모란민속5일장을 편리하게 개선할 방법은?

IMPROVEMENT WAY KEYWORD

PROBLEM



01

편의시설 인지

시장 이용 중
편의시설에 대한
인지가 어려움



02

규모대비 체계성

큰 규모에 비해
체계적이지 못한
시장의 구조



03

시각적 인식

전통시장은
오래되고
복잡하다는 인식

SOLUTION

편의시설 안내

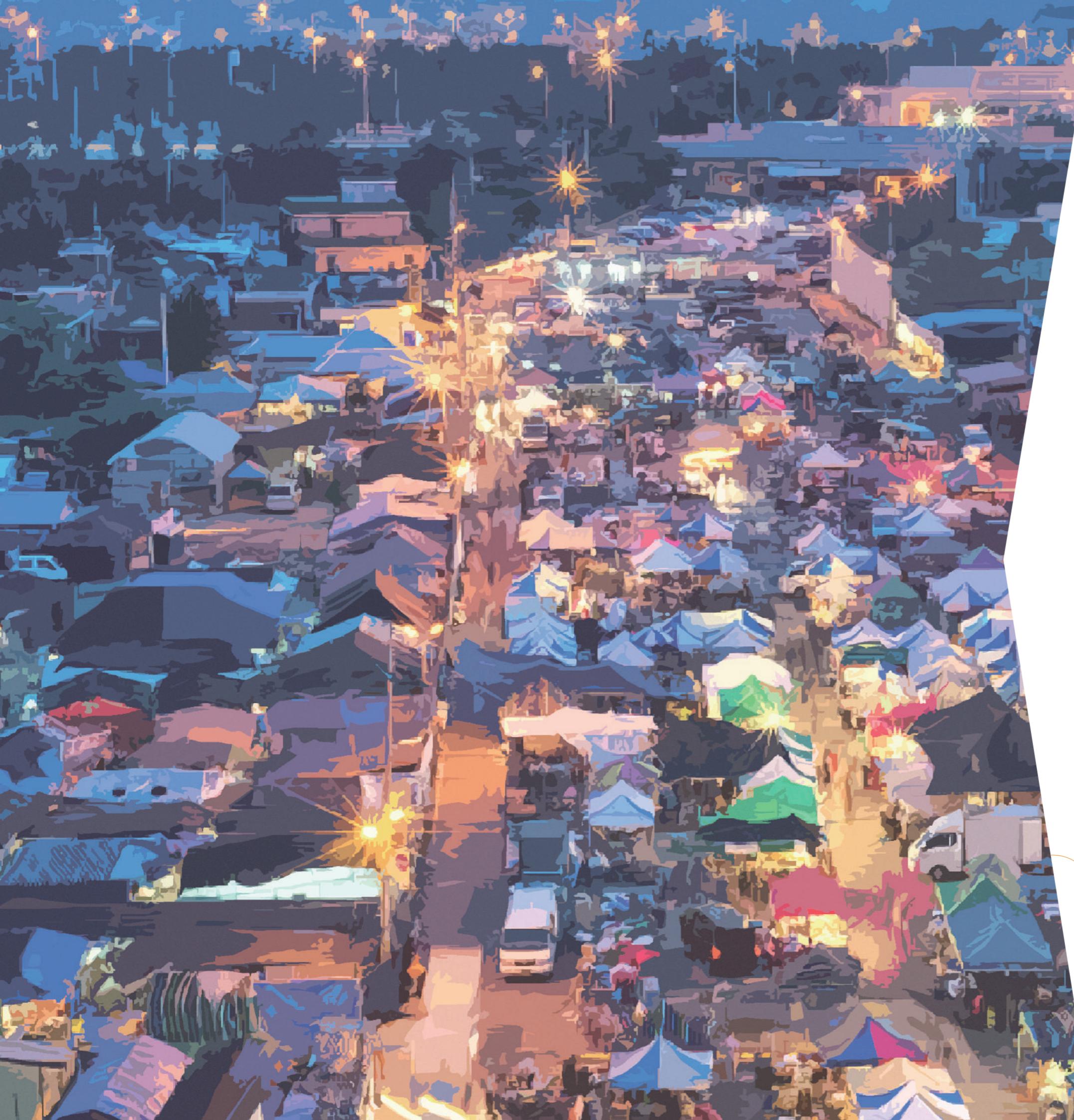
편의시설에 대한
위치, 이용안내 등
정보 제공 서비스

구조의 체계화

브랜드화를 통한
시장 구조의
체계성 확립

시각적 인식 개선

구역별 시각적
보완을 토대로
인식 개선



CONCEPT

'편리한 전통시장'을 중심으로
브랜드의 방향성 확정 및
디자인 콘셉트를 설정하였습니다.



PROJECT DIRECTION

DIRECTION & CONCEPT | EXPLANATION

인식과 체계에 따른 주민들의 설문조사를 토대로 '편리한 전통시장 이용'을 서비스 방향성으로 잡았습니다. 전통적인 모란민속5일장만의 아이덴티티를 살린 브랜드를 구축하고 이를 통해 불편했던 시스템과 인식을 개선하여 남녀노소 편하고 재미있게 전통시장에 접근 할 수 있도록 합니다.

KEYWORD



편리



인식



접근

CONCEPT

주제	+	콘셉	=	도출
모란	+	도란도란	=	모란도란

모란민속 5일장	여럿이 서로 정답게 이야기 하는 소리	편하고 정답게 이용할 수 있는 전통시장
-------------	----------------------------	-----------------------------

SLOGAN

편의시설 안내와 체계화 된 구조, 안정된 가시성 등 한껏 편리해진 모란 장이 현대인들에게 소통의 공간이 되도록 방문을 권유하는 의미를 담았습니다.

KOREAN

소통해요 우리, 도란도란 모란모란

ENGLISH

Let's communicate.
DORANDORAN MORANMORAN

DESIGN LOGO

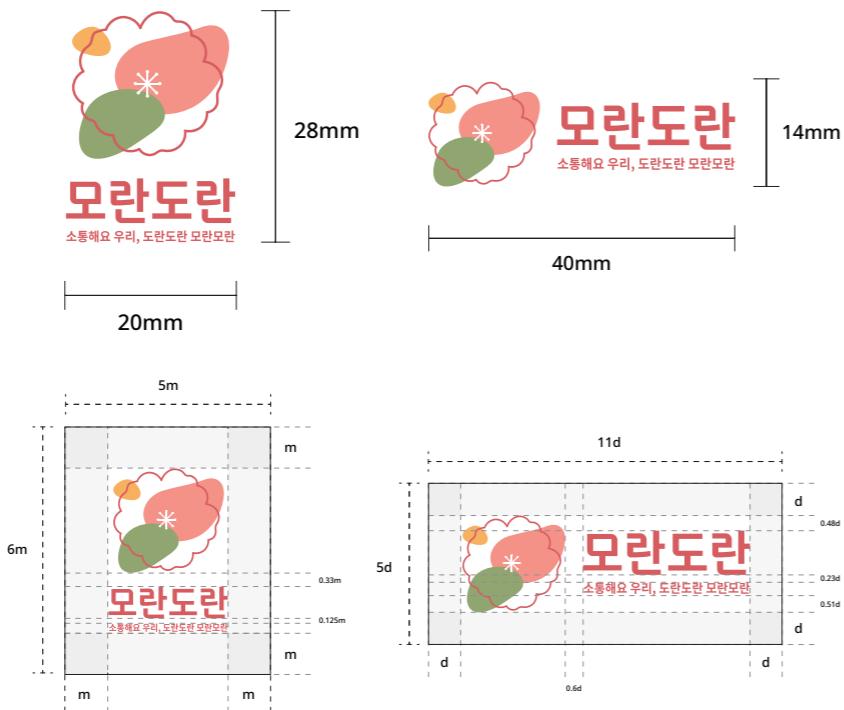
VISUAL MOTIVE



모란 장의 이름을 따라 모란 꽃을 형상화하여 브랜드의 로고를 제작하였습니다.

전통시장인 점, 이용하는 사람들의 인지를 고려하여 한글로 표기하였습니다.

LOGO SYSTEM



TYPE FACE

KOREAN | Noto Sans CJK KR - DemiLight & Bold

소통해요 우리, 도란도란 모란모란

소통해요 우리, 도란도란 모란모란

ENGLISH | Noto Sans - Regular & Bold

Let's communicate. DORANDORAN MORANMORAN

Let's communicate. **DORANDORAN MORANMORAN**

DESIGN CONCEPT

COLOR SYSTEM



BRAND COLOR

PANTONE 1625 C #ff9c8a	R:255 G:156 B:138 C: 0 M:48 Y:39 K: 0
PANTONE 2344 C #f97d63	R:249 G:125 B: 99 C: 0 M:64 Y:60 K:0
PANTONE 4057 C #e25a5a	R:226 G: 90 B: 90 C:13 M:78 Y:57 K:0

PANTONE 2001 C #ffed98	R:255 G:237 B:152 C: 1 M: 3 Y:50 K: 0
PANTONE 135 C #ffbc57	R:255 G:188 B:87 C: 0 M:29 Y:75 K:0
PANTONE 2302 C #99ad67	R:153 G:173 B:103 C:44 M:19 Y:75 K:1

GRAY SCALE



LIGHT ← → DARK

DESIGN CONCEPT

VISUAL MOTIVE

BASIC

디자인 된 메인 로고를 형상화하여 모란 시장만의 마스코트 캐릭터들을 제작 하였습니다.



APPLICATION

메인 디자인 및 서브 디자인 항목에 적용시킬 수 있도록 응용형을 제작하였습니다.



BASIC & APPLICATION CHARACTER

DESIGN CONCEPT

ZONE PICTOGRAM



1구역
음식·기타



2구역
가금·애견



3구역
생선·민물



4구역
채소·고추



5구역
의류·잡화



6구역
화훼·잡곡·약초

SUB 1



PATTERN





OUT PUT

디자인 콘셉트를 바탕으로
제작된 프로젝트의 다양한
적용 사례들을 보여줍니다.

PLANNING

소통의 공간 전통시장을 효과적으로 전달할 수 있는 방법
EFFECTIVE METHOD OF DELIVERY

1



**PACKAGE
SERVICE**

2



**ONLINE
SERVICE**

3



**OUTDOOR
SERVICE**



**PACKAGE
SERVICE**

**시장 이용
안내**

- 모란장 내 구역별 위치 안내 및 판매 물품 간략 소개를 기재하여 이용하는 사람들의 편의성을 높입니다.
- 주변 볼거리를 소개하여 연계 유입을 활성화 합니다.

**시장 내
사용 물품**

- 장바구니, 손난로, 부채, 티셔츠, 앞치마, 미아 방지 띠, 우산과 같이 전통시장 내에서 사용률이 높은 물품들을 제작하여 편의성을 높여줍니다.
- 로고, 마스코트 캐릭터, 패턴 등을 활용하여 모란장의 아이덴티티를 강화합니다.

**OUTDOOR
SERVICE**

**구역별
시각적 보완**

- 구역별로 천막 디자인을 보완하여 구간인식에 안정을 주고 불필요한 이동을 축소시킵니다.

**외부
홍보 요소**

- 성남시 내 모란역과 세계 유네스코 문화유산 남한산성 부근에 유동인구가 많은 점을 토대로, 주변부에 게시할 가로등 배너, 홍보 포스터, 지하철 광고를 제작합니다.

**ONLINE
SERVICE**

**온라인
소식**

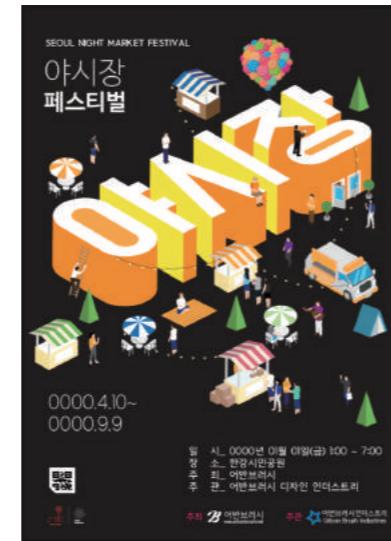
- 반응형 웹을 제작하여 시장을 이용하는 사람들이 언제 어디서든 원활하게 소식을 접할 수 있도록 합니다.

DESIGN RESEARCH

관련 자료 리서치를 통한 메인 디자인 방향성 확립 RELATED MATERIALS RESEARCH MAIN DESIGN

VISUAL MOTIVE

사진이 아닌 일러스트레이션 활용,
아이소메트릭을 통한 타이틀 강조,
가독성을 위한 본문의 돋움체 사용



CONTENT

이름, 일시, 장소, 주최, 주관, 행사
내용 및 참여안내, 로고, 문의번호,
QR코드, 관련 문구 등 필요 정보



VISUAL MOTIVE

디자인에 맞춰 부분 변형 및 3단
접지, 브랜드 컬러 활용

CONTENT

주변 교통편 및 볼거리를 비롯한
구역별 종합 안내

PROMOTIONAL POSTER & LEAFLET & RESPONSIVE WEB



VISUAL MOTIVE

브랜드 컬러와 함께 아이덴티티가
담긴 아이덴티티 일러스트레이션
그래픽 구성

CONTENT

PC

스크롤 방식으로 콘텐츠의 소개
및 이용 유도, 제공하는 서비스에
대한 안내

MOBILE

반응형 웹 페이지 구성으로 인한
모바일 열람 시 그에 따른 다양한
콘텐츠 요약

DESIGN SIMULATION

메인, 서브 디자인과 실질적 서비스 제공 시뮬레이션 MAIN, SUB DESIGN WORK AND SIMULATION

MAIN POSTER DESIGN



디자인 콘셉

모란도란의 타이틀을 기반으로 일러스트레이션과 함께 브랜드 컬러를 활용하여 브랜드의 인지도를 높이고 보는 사람들이 호기심과 함께 친근한 접근을 할 수 있도록 제작하였습니다.

SUB POSTER DESIGN



내용 구성

- 모란도란 이름 및 슬로건, 장소, 일시, 교통, 문의 번호, QR코드, 간단한 소개 문구, 행사 내용, 로고 등
- 구역별 컬러가 적용된 천막, 마스코트 캐릭터 등 모란도란 특징이 담긴 일러스트레이션

PROMOTIONAL POSTER SIMULATION



MAIN POSTER

기획·제작 나하영

브랜드 컬러 중 난색 계열을 적극적으로 활용하고 날이 저물도록 시장을 이용하는 사람들과 은은한 빛 표현을 통해 정겨운 느낌의 모란도란을 표현하였습니다.

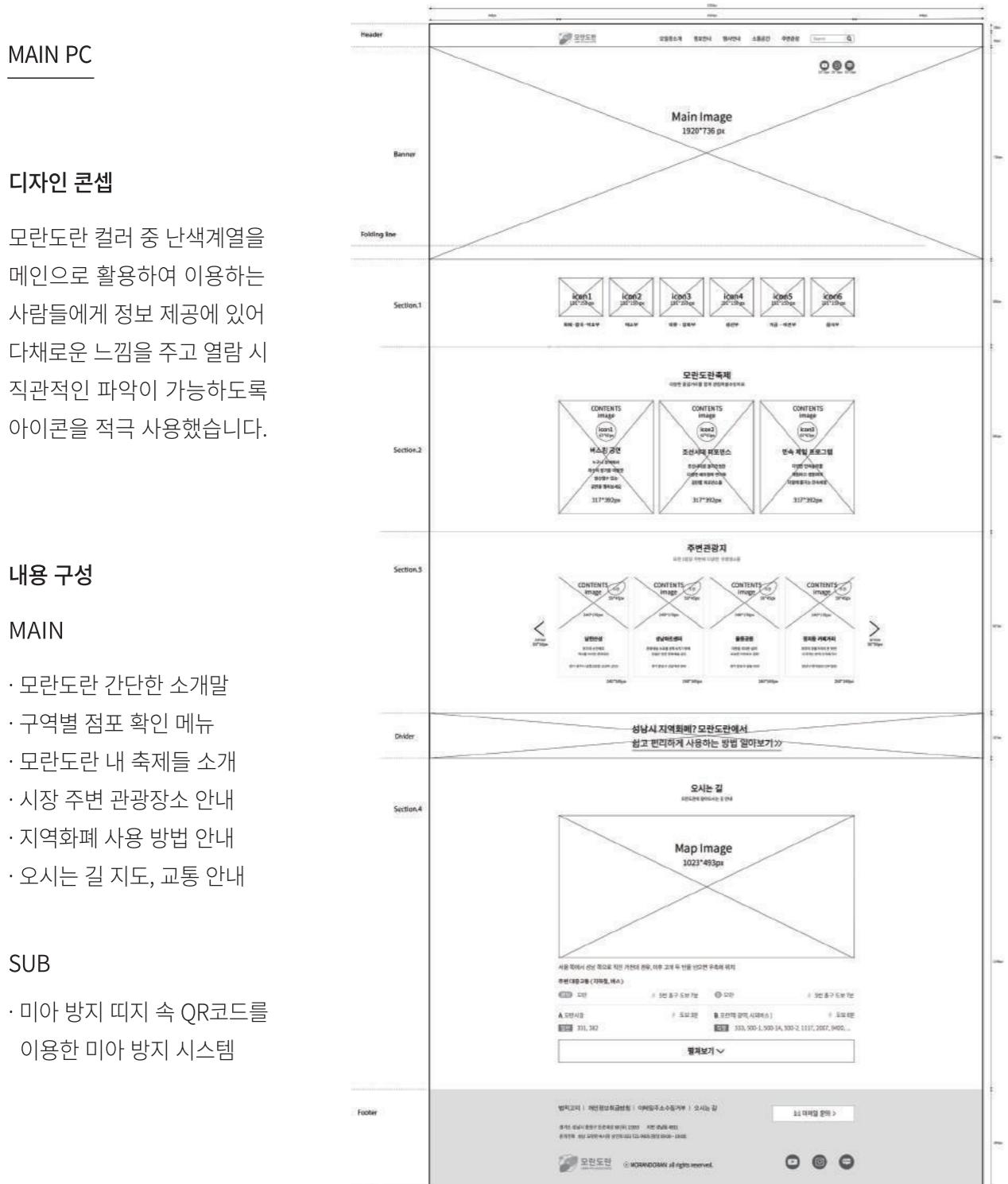
SUB POSTER

기획·제작 정예은

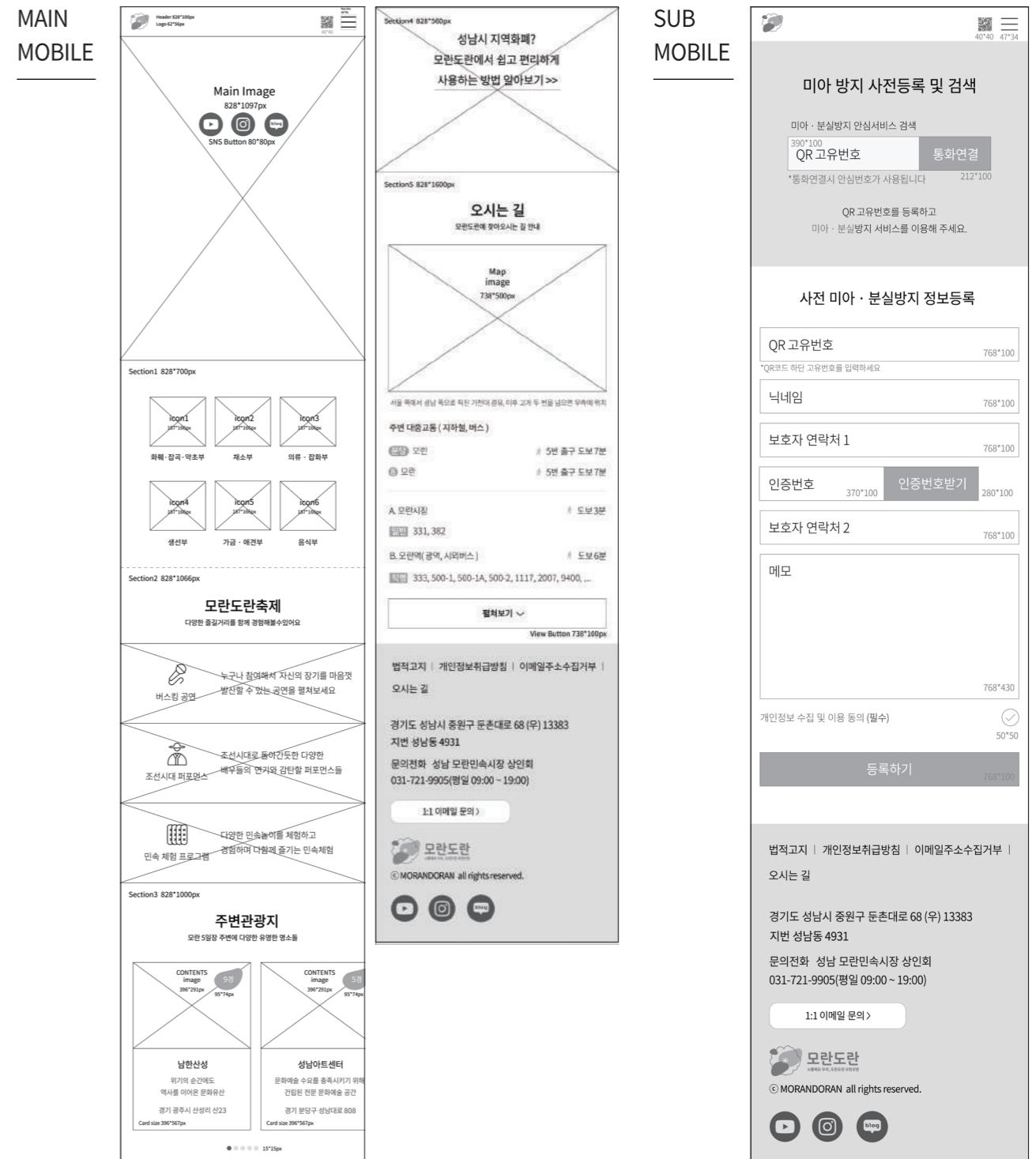
하늘에서 바라보는 것처럼 모란시장의 전체적인 모습을 담아냈습니다. 복작거리며 이용하는 사람들과 함께 낮 시간대의 활기있는 시장의 분위기를 나타내었습니다.

DESIGN SIMULATION

MAIN & SUB RESPONSIVE WEB WIREFRAME 1



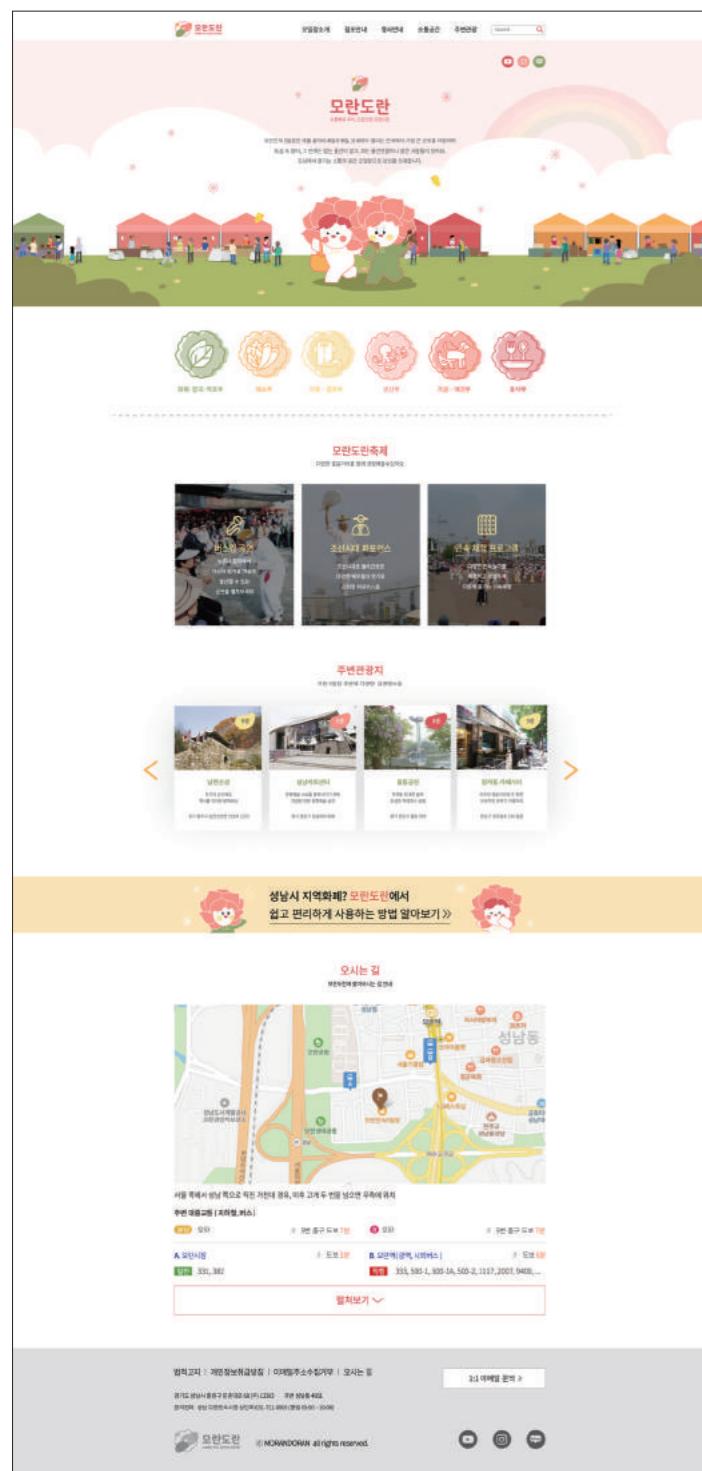
MAIN & SUB RESPONSIVE WEB WIREFRAME 2



DESIGN SIMULATION

MAIN & SUB RESPONSIVE WEB DESIGN

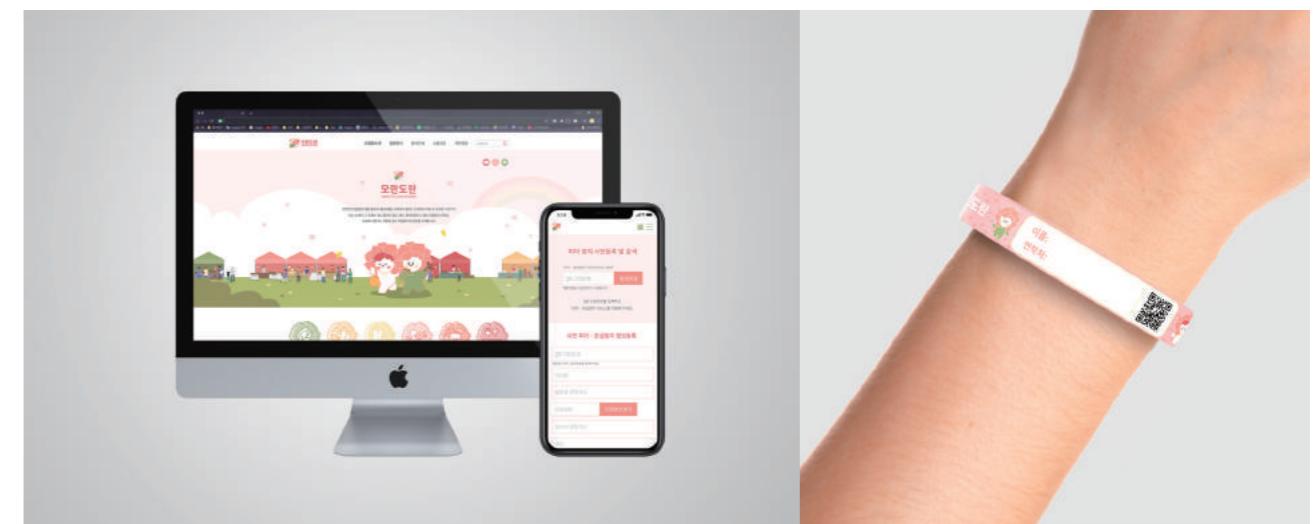
MAIN



SUB



MAIN & SUB RESPONSIVE WEB SIMULATION



기획·제작 김지수, 문보희

DESIGN SIMULATION

ZONE GUIDE LEAFLET DESIGN SIMULATION

기획·제작 김민주

디자인 김민주, 이주현

디자인 콘셉

로고와 캐릭터, 흰색과 대비감 있는 브랜드 컬러를 사용하여 정보 가독성을 높이고 투시가 적용된 지도 그림을 통해 위치 인지가 원활하도록 했습니다.

내용 구성

- 이름, 슬로건, 장소 및 일시
- 주변 볼거리 소개
- 구역별 위치 및 안내
- 문의번호, 주변 교통



ZONE CANOPY TENT DESIGN SIMULATION



DESIGN SIMULATION

GENERAL USE ITEM DESIGN SIMULATION



EXTERIOR PROMOTION DESIGN SIMULATION



DESIGN SIMULATION

디자인 결과물 제작에 대한 규격 정리 DESIGN OUTPUT SPEC SHEET

결과물 품목	규격	재질 및 출력 방법
홍보 포스터	A2 세로 판형(420*594mm) / 180g	아트지 / 디지털 인쇄
안내 리플렛	A4 가로 판형(210*297mm) / 160g	랑데뷰 / 4도 컬러(양면)
반응형 웹	PC(Mac) / MOBILE(iPhone 11)	PC 해상도(1920*1080px) / MOBILE 해상도(828*1792px)
부채	270*160mm / 두께 0.6T / 2단 / 손잡이 63mm	폴리프로필렌(P.P) / 손잡이 반투명 플라스틱 / 읍센컬러UV
우산	우산 살 600mm / 막대790mm / 484g / 1단	폴리에스터 100% / 디지털 전사 / 손잡이 플라스틱
손난로	140*180mm / 150g / 철분, 물, 활성탄 등	나일론 & 폴리에틸렌 / 내부 부직포 / 스티커 인쇄
시장가방	395*420*100mm	면 100% / 실크 인쇄
앞치마	Free / 기장 730mm / 너비 700mm / 150g	폴리에스터 / 나염 인쇄
티셔츠	S 90 / M 95 / L 100 / 18수	면 100% / 나염 인쇄
미아방지 띠	220*20mm	타이벡지 / 단면 코팅
가로등 배너	600*1500mm / 2매 1조 봉미싱	후렉스 / 실사 칼라 인쇄
지하철 광고	3400*1500mm	LED 내부 조명 / 스크린 도어 벽면
구역별 천막	지붕 3*3m / 지붕 높이 1m / 전체 높이 2.3m 옆 천막 1*3m / 무게 약 18kg	실크 인쇄 / 천막 지붕 600D 방수 / 옆 천막 폴리에스테르 철봉 강철 프레임 함마튼 분체 도장



프로젝트를 마치며

나하영 2016228013

팀원들 간의 원활한 소통과 적절한 피드백을 통해 더 나은 모습으로 발전해가는 것을 확실히 느낄 수 있었습니다. 주제 선정과 디자인의 방향을 정하는 과정에서 갈피를 잡지 못해 고민하는 시간이 많았습니다. 그러나 그 과정이 있었기에 작업을 하는 동안 어떻게 해야 좋은 결과물을 만들 수 있을지 한 번 더 생각할 수 있었던 것 같습니다.

이주현 2017228029

처음에는 주제가 광범위해서 선정하는데 어려움이 있었습니다. 하지만 팀원들과 의견을 공유하고 소통하며 주제를 확실하게 선정할 수 있었습니다. 큰 프로젝트이다 보니 기획부터 제작까지 작업할 양이 많았지만, 저에게 도움이 많이 되는 프로젝트였습니다.

정예은 2017228034

디자인을 기획하는 초기에 주제 선정과 디자인의 방향성을 정하는 데에 어려움을 겪었으나 팀원들과의 원활한 의사소통으로 좋을 결과물을 제작할 수 있었습니다. 프로젝트를 진행하며 팀원들과 호흡을 맞추는 법을 배웠고 지속적인 피드백의 중요성도 깨달을 수 있었습니다.

김민주 2018228004

코로나로 인해 비대면 수업으로 진행되어 초반에 프로젝트 방향성 잡는데 어려움이 있었습니다. 하지만 이내 팀원들과 원활한 소통을 하며 점점 나아가 디자인의 방향성을 확립할 수 있었습니다. 물론 그 과정에도 많은 어려움이 따랐지만 팀원들과 지속적인 피드백을 통하여 좋은 결과물을 이루어낼 수 있었습니다.

김지수 2018228011

주제 선정에 있어 다소 어려움이 있었지만 자료조사와 데이터 분석을 통해 방향성을 재설정하는 방법을 터득하고 문제점을 파악하여 해결방안을 도출해내는 과정을 상세하게 배울 수 있었으며 전체 디자인 설계를 완성해 나갈 수 있었던 것은 팀원들과 꾸준한 피드백을 통한 상호작용이 잘 이뤄졌기 때문인 것 같습니다.

문보희 2018228014

열심히 잘 해내고자 했던 의지와 다르게 초기 진행에 있어 스스로의 미숙함과 비대면 진행 등으로 많은 어려움과 아쉬움이 있었습니다. 하지만 대처해나가는 과정에서 그만큼 다방면으로 많이 배우며 성장할 수 있었고 보람을 느꼈습니다. 다사다난했지만 서비스 디자인의 본질을 이해하는 뜻깊은 프로젝트였다고 생각합니다.

프로젝트 참여

기획 나하영, 김지수

디자인 이주현, 정예은

제작 김민주, 문보희

기획서 제작 문보희

소속 수원여자대학교

지도교수 박상용 교수

서비스디자인 지역/문화 디자인 플랫폼 구축

