

# 서울도시연구 Seoul Studies

제24권 제2호 2023. 6

서울시 자치구별 재래시장 활성화를 위한 1인 가구 배달앱 서비스 제안

| 권아름·김승인

# 서울도시연구

2023. 6 제24권 제2호

서울시 자치구별 재래시장 활성화를 위한 1인 가구 배달앱 서비스 제안

..... 권아름·김승인 1

# 서울시 자치구별 재래시장 활성화를 위한 1인 가구 배달앱 서비스 제안

권아름\*.김승인\*\*

## Proposal of Single-Person Household Delivery Application Service for Revitalization of Traditional Markets by Autonomous Districts in Seoul

Arum Kwong\*.Seung In Kim\*\*

**요약** : 국내 유통시장이 디지털로 이동함에 따라, 백화점과 대형마트는 디지털 전환으로 유통망을 확대하고 있으나 디지털 서비스에 상대적으로 약한 재래시장은 경쟁력을 잃고 있다. 급격하게 디지털로 전환되는 시장 환경에 대응하기 위하여, 재래시장만의 자생력을 갖기 위해서는 디지털 거래를 위한 플랫폼에 관한 연구가 필요하다. 따라서 이 연구는 서울시 자치구 재래시장 활성화를 위한 배달앱 서비스를 제안하며, 이는 1인 가구를 대상으로 한다. 연구 방법으로는 문헌조사, 사례조사, 소비자 설문조사, 이해관계자의 심층 면접을 진행하였다. 연구 결과, 서울시 자치구 재래시장 배달앱 서비스는 소비자 위치 기반으로 지역별 가까운 재래시장과 연결하여, 짧은 이동 거리와 순환 배송, 묶음 배송으로 배송비 부담을 줄일 수 있다. 그뿐만 아니라 적은 양의 식품구매와 저렴한 배송비에 대한 니즈가 있는 1인 가구는 소량의 상품을 구매하고 배송받을 수 있다. 또한, 최소 포장 및 직접 픽업 서비스, 도보, 자전거 등 배송 수단을 활용할 수 있어 에코 플레이가 가능하여 지속가능한 서비스가 될 것으로 기대한다.

**주제어** : 재래시장, 디지털 플랫폼, 지속 가능, 1인가구

**ABSTRACT** : As the domestic distribution market moves online, department stores and large marts are expanding their distribution networks through digital conversion, but traditional markets, which are relatively weak in digital services, are losing competitiveness. In order to cope with the rapidly changing market environment, it is necessary to study the platform for digital transactions to have the self-sustaining power of the traditional market. Therefore, this study proposes digital platform services to revitalize traditional markets in Seoul and targets single-person households. As research methods, case studies, consumer surveys, and in-depth interviews with stakeholder were conducted. As a result of the study, the digital platform of the traditional market can be connected to the local traditional market based on the consumer location, and the burden of the shipping cost can be reduced by the short travel distance and the bundled delivery, and the single person can purchase small amount of goods and pay for cheap delivery fee. In addition, due to the short delivery distance, it is possible to simply pack and use the means of delivery such as walking, bicycle, etc., so that eco-play is possible and it is expected to be a sustainable service.

**KeyWords** : Traditional market, digital platform, sustainable, single-person households

---

\* 홍익대학교 국제디자인전문대학원 디자인학 박사과정(Graduate Student, Dept. of Design Studies, IDAS, Hongik Univ.)

\*\* 홍익대학교 국제디자인전문대학원 디지털미디어디자인전공 교수(Professor, Dept. of Digital Media Design, IDAS, Hongik Univ.) 교신저자(E-Mail : r2d2kim@naver.com, 02-2176-5650)

# I. 서론

## 1. 연구의 배경 및 목적

본 연구는 서울시 자치구별 재래시장의 온라인 거래를 위한 배달앱 서비스를 제안함으로써 재래시장 활성화를 위한 연구이다.

온라인 식품 판매업이 지속적으로 성장하며, 대형마트에서는 경쟁력 강화를 위한 디지털 전환으로 고객 맞춤화와 같은 다양한 서비스를 제공하는 한편, 디지털에 취약한 재래시장은 변화의 속도에 뒤처지며 경쟁력을 잃고 있다. 2012년부터는 재래시장 활성화를 위해 대형마트 의무휴업을 강제했지만, 이는 재래시장 활성화로 이어지지 못했다. 규제가 아닌 재래시장만의 경쟁력을 키울 필요성이 제고되며, 소비행태가 이미 온라인으로 집중된 지금, 재래시장도 변해야 할 때다.

따라서 본 연구는 문헌 연구, 해외 재래시장의 디지털 전환 사례, 그리고 시장의 상인들과 소비자, 특히 20~30대 1인 가구 생활자를 대상으로 조사한 정성 요소를 활용하여 1인 가구를 위한 재래시장 배달앱 서비스를 제안하는 데 목적이 있다.

## 2. 연구의 범위 및 방법

본 연구는 서울시에 있는 371개의 재래시장을 대상으로 하는 배달앱 서비스를 제안한다. 하나의 서비스디자인 연구로서 서비스디자인 방법론을 활용한다. 발견-정의-개발-전달 과정으로 진행된다. 이경아·나건(2013)은 서비스디자인은 서비스 제공자와 사용자 모두의 경험을 토대로 디자인하는 효율적인 방법이자 도구로 보았다. 이 연구는 문헌 연구 및 해외 사례와 같은 2차 자료 활용을 통해

실태 등을 분석 및 검토한 후 소비자의 재래시장 인식도 및 배달앱 서비스 니즈를 조사했다. 조사 대상으로는 20~30대 1인 가구 50명에게 설문조사를 실시하였다. 설문조사 내용은 재래시장에 대한 인식도 조사 5문항, 재래시장 앱에 대한 인식도 조사 2문항, 배달앱 서비스 1문항으로 구성했다. 반면 이해관계자를 이해하기 위하여 재래시장 상인회 매니저 대상으로 심층 면접을 진행했다. 4개의 각 시장 매니저와의 면접을 통해 재래시장의 배달앱 서비스 이용현황 및 불편 사항, 개선점 등을 파악하였다. 면접 내용의 분석과정은 Krippendorff(2004)의 콘텐츠 분석 방법론을 사용하였다. 이는 텍스트와 이미지에 의해 생성되고 구성되는 사회 현상에 대한 내용 분석 방법에 초점을 맞추는 방법론으로 다섯 가지 과정을 지닌다. 먼저 배달 플랫폼 범주를 구분하고, 각 범주에 대한 진술을 기록한 후 주요 내용으로 요약하였다. 이를 토대로 요인을 도출 후 제시하였다. 소비자의 설문조사와 이해관계자의 심층 면접을 통해 파악한 문제점과 니즈를 활용해 1차 배달앱 서비스 블루 프린트를 구성하였다. 소비자와 상인의 경험 흐름을 단계별로 점검하며 터치 포인트 및 개선점을 규정하여 소비자와 이해관계자 모두가 만족할 수 있는 지속가능한 서비스를 도출하고자 하였다.

# II. 이론적 고찰 및 선행연구 검토

## 1. 재래시장 특성 및 디지털 현황

재래시장은 지역 고유의 특징과 정서를 담고 있는 문화적 기능뿐만 아니라 상품과 용역의 거래가 이루어질 필요로 조성된 장소로서 경제적 기능을

검하고, 정보 교환과 수집, 상호교류가 일어나는 사회적 기능도 수행하고 있다(유천 외, 2022; 심민섭·장광집, 2018). 이처럼 지역 내 중요한 역할을 하는 재래시장을 활성화하기 위하여 정부에서는 오랫동안 많은 노력을 시도해왔다. 과거에는 시설 개선 및 컨설팅, 교육 등 오프라인 지원 정책을 집중을 해왔다면 최근에는 소상공인과 재래시장의 디지털화에 초점을 맞추며 디지털 및 비대면 거래를 지원하는 계획을 발표했다. 정부는 평균 연령이 높은 재래시장 상인을 위해 온라인 MD와 같은 디지털 매니저를 파견하고 배달 서비스 컨설팅 등을 지원할 계획이다. 현재는 기업과의 협업을 통해 디지털 플랫폼, 놀러와요 시장 ‘놀장’과 네이버 ‘동네시장 장보기’(이하 네이버 장보기) 서비스를 시행하고 있으며, 배달업 플랫폼으로는 ‘쿠팡이츠’와 ‘배달의민족’에서 재래시장 맛집 배달 서비스가 진행 중이다. 그러나 위와 같은 디지털 및 배달 플랫폼을 사용하고 있는 재래시장의 수는 미미하며, 공동사업인 홈페이지, SNS, 모바일 앱 운영과 같은 사업을 하는 비율도 매우 저조하다. 배달 서비스는 126개(8.8%), 장보기 서비스는 50개(3.5%)다(조혜정·김종우, 2020).

## 2. 1인 가구 특성

### 1) 1인 가구 현황 및 현상

최근 통계청에 따르면 1인 가구 비율이 2000년에 15.5%에서 2021년은 33.4%로 빠르게 증가하며 2047년에는 37.3%로 더 높아질 것으로 전망했다. 김우홍·장중혁(2017)에 의하면 증가하는 1인 가구가 거대 소비 집단으로 부상하며 2014년부터는 1인 가구를 위한 서비스가 지속해서 확대됨에 따라 다양한 경제 활동 분야에서 1인 가구의 특성과 수요를 활용한 새로운 기회를 포착할 수 있다고

한다. 특히 식품업체에서는 1인 가구를 위한 소포장, 소용량, HMR 식품 등에 집중하고 있다(허윤경·심기현, 2016). 그뿐만 아니라 1인 가구 증가로 음식을 간편하게 주문할 수 있는 배달 문화가 보편화되어 온라인 식품시장 규모가 2021년에는 약 57조 원으로 성장하였다(송호철 외, 2023; 류선우, 2023).

### 2) 1인 가구 식품 소비행태

송호철 외(2023)는 모바일 앱의 확대 및 배달시장의 성장, 팬데믹과 같은 환경적 영향에 따라 1인 가구의 식생활 행태가 빠르게 변화되고 있으며 더 가속화될 것으로 전망했다. 식품소비행태조사 보고서에 따르면 1인 가구는 다인 가구에 비해 외식 식비 지출이 높고, 식료품 구입 주기가 길며, 동네 중소형 슈퍼마켓 이용 빈도가 높았다. 식품구매에서는 채소류, 과일류와 같은 신선식품은 소포장 형태의 판매보다는 원하는 양만큼 오프라인에서 구입하는 것을 선호하며 품질, 맛, 신선도, 가격을 주요 고려요인으로 꼽았다(김지훈·임성수, 2021).

식품 소비에 있어 1인 가구가 겪는 어려움으로는 소용량, 소포장, 소형 제품 및 서비스의 종류가 다양하지 않다는 응답이 가장 많이 차지하며 이를 해결하기 위해 배달비와 대용량 상품을 나누는 공동구매족이 증가하고 있다(한국소비자원, 2015). 음식을 주문할 때 배달이 가능한 최소주문 금액을 위하여 2인분 이상의 음식을 시켜야 하는 과소비와 더불어 급격한 물가 상승으로 배달비 부담을 줄이기 위해 소셜 서비스를 통한 공동구매로 이어지는 추세다. 허윤경·심기현(2016)에 의하면 1인 가구 식생활 태도 조사 연구에서 1인 가구 대부분은 식생활이 불규칙하고 외식하는 비율이 높아 혼자서 먹기에 양이 많거나 2인 이상 식사 시 주문하도록 메뉴 선택을 제한한 것에 불편해하며, 식품업체나 외식업체에서 합리적인 가격대의 다양한 메뉴

개발과 서비스 제공이 필요하다고 제시했다. 또한, 건강한 식생활을 위해 편의성이나 경제성만을 추구하는 식품보다는 영양으로 균형 잡힌 식사를 할 수 있는 HMR 식품 개발과 직접 요리할 수 있는 간편 채소와 반조리 식품을 예로들며 배달 서비스와 더불어 건강하고 간편한 식품 보급을 제안했다.

### 3. 배달 서비스 및 배달앱 선행연구

음식 배달 서비스의 시장 규모가 갈수록 커질수록 다양한 문제점들도 발견되고 있다. 특히 높은 배달비와 최소 주문 금액 규제로 이를 해결하기 위한 1인 가구를 위한 배달 서비스에 대한 선행연구가 늘어나고 있다. 나재현 외(2023)은 1인 가구가 최소 주문 금액 이상의 값 지물과 배달비 인상에 대한 부담을 해결하기 위한 공동 음식 배달 시스템에 관한 연구를 진행한 한편 이예은 외(2002)는 GPS 기반 공동 구매 지원으로 주변 사용자들과 배달 비용을 나누어 지불할 수 있는 1인 가구를 위한 공동 구매 및 정보 공유 커뮤니티 서비스를 제안했다. 이 외에도 다양한 선행연구에서 1인 가구의 배달비 문제를 해결하기 위한 서비스를 제안했다.

한편 배달앱 서비스의 품질 요인을 분석하는 연구 사례도 있다. 송규태·정문석(2021)은 배달앱의 서비스품질 요인을 신뢰성, 사용 용이성, 유희성, 상호작용성으로 보고, 이 네 가지 요소가 고객 만족과 배달앱 지속 사용 의도에 긍정적인 영향을 미친다는 연구 결과를 검증했다. 또 다른 연구에서는 서비스품질 요인으로 음식 품질, 보증성, 공감성, 유형성, 반응성, 신뢰성으로 규명하였다(송호철 외, 2023; 김동수, 2010). 정오·구철모(2018)는 사용자들의 지각된 가치와 배달앱이 제공하는 정보의 정확성 및 적시성이 배달앱의 유용성과 사용 용이성에 정(+)의 영향을 미치는 결과를 입증했다.

배달앱 서비스 차별화 전략으로는 고미애·김지연(2022) 연구에서 소비자들의 감성적인 충동 행동을 할 수 있는 전략을 수립하고 업체의 개성을 살릴 수 있는 특별한 서비스에 중점을 두어야 한다고 제시했다.

이상과 같은 선행연구를 토대로 공통으로 언급된 배달앱 서비스의 문제점과 서비스품질 요인, 서비스의 차별화 전략을 확인할 수 있다.

### 4. 해외 재래시장의 디지털 전환 사례

일본의 시나가와구 도쿄시 긴자 상점가 연합회에서는 ‘도쿄시 긴자 넷’이라는 회원제 전자상거래를 활용하고 있다. 단골손님을 대상으로 회원 등록을 받아 지역 소비자와 상점가, 조합원이 온라인으로 점포 정보와 지역 정보를 교환한다. 오프라인과 달리 ‘도쿄시 긴자 넷’의 이용자는 지역 주민보다 그 지역에 근무하는 회원이 많았다. 신창호·문정일(2004)에 따르면 일본 도쿄에서는 상점가가 지역이나 커뮤니티의 중심이 되는 플랫폼 역할을 한다는 인식 아래 상인, 도민, 기업이 파트너십을 통한 협동을 이끌고 있다고 했다. 구체적인 플랫폼 역할로는 생활의 플랫폼, 지역경영의 플랫폼, 네트워크의 형성 및 정보 플랫폼, 문화를 전하는 플랫폼으로 상점가의 매출 증가만이 아닌 상점가와 함께 지역 사회의 공동 발전을 도모하는 특징이 있다.

미국 재래시장은 O2O(Online to Offline) 서비스 제공을 위해 변화를 시도하고 있다. 일례로 7일 장 형태로 여러 지역을 이동하는 ‘Urban Village Farmers Market Association’은 ‘Whats Good’ 플랫폼을 이용해 캘리포니아 지역 생산품만을 소비자에게 공급하고 있다. ‘Whats Good’은 지역 생산품을 소비자에게 직·공급하는

플랫폼 서비스로 16개의 주를 대상으로 서비스를 시행하고 있다. 소비자는 월요일부터 목요일까지 플랫폼을 통해 주문하고 일요일에 시장이 열리는 장소에서 주문 제품을 받는 방식이다. 이는 지역 상권 활성화에 도움이 될 뿐만 아니라 농산품의 이동 거리가 짧아 신선하게 공급된다. 지역 생산자의 식품을 소비자와 연결해주는 온라인 연결 플랫폼 시장이 점점 더 성장하며 비대면 거래 활성화에 새로운 판로가 될 수 있을 것이다(조혜정·김중우, 2020).

이뿐만 아니다. 이들(Shute, 2020; Marvar, 2021)에 의하면 미국에서 농부들의 전용 전자 상거래 앱 서비스가 최근 몇 년 동안 등장하며 농업에서 가지고 있지 않은 소비자 직접 판매 및 맞춤형 CSA, 예약 주문 및 배송을 제공하며 새로운 가능성의 세계를 제공했다고 말했다. 그 중 'Grown By' 플랫폼은 소비자들을 위해 지역 생산품을 제공할 뿐만 아니라 농장의 협동조합 형태로 운영하고 있다. 제품을 판매하는 모든 농부가 조합원 지분으로 회사 이익의 일부를 받을 수 있으며, 농부 대표가 이사회에 대한 주요 회사 결정에 투표할 수 있다. 참여 농부들을 모두 회사의 임직원으로 여기며 함께 성장하는 상생 서비스이다.

마지막으로 영국의 유명 지역 시장 중 하나인 캠든 마켓은 디지털 플랫폼 'Good Sixty'와 제휴하여 온라인 판매를 시작했다. 'Good Sixty'는 런던뿐만 아니라 브리스톨, 옥스퍼드, 리즈 등 영국 전역의 도시에서 자치구 시장과 동반관계를 맺어 소비자들이 다양한 물품을 손쉽게 구매할 수 있는 서비스를 제공한다. Cameron( 2022)은 이 서비스가 지역 사회에 60% 경제적 이익을 가져다주었으며 홍보가 어려운 소규모 상인들을 돕는다고 했다. 캠든 마켓은 'Good Sixty'의 첫 번째 패션 및 라이프스타일 제품을 판매하는 시장으로 영국 전 지역에서 캠든 마켓을 즐길 수 있다.

전 세계적으로 오프라인 성격이 강했던 재래시장이 온라인 중심으로 빠르게 변화하며 디지털 전환 시도를 하고 있는 사례들을 살펴보았다. 일본은 지역 주민들만을 위한 재래시장이 아닌 지역에서 일하는 회사원으로, 새로운 소비자 타겟의 범주를 발견할 수 있었으며, 미국의 사례에서는 상인들의 디지털 전환 인식 및 플랫폼 주주로서 함께 성장할 수 있는 이해관계자 간의 관계에 대한 아이디어를 얻을 수 있었다. 마지막으로 영국은 상품 카테고리 를 식품으로 한정 짓기보다는 패션과 라이프스타일 제품으로 확대하는 시도를 엿볼 수 있었다.

### III. 소비자와 이해관계자 조사

#### 1. 소비자 조사

##### 1) 재래시장에 대한 1인 가구 설문조사

본 연구에서는 1인 가구 50명을 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 통계청 KOSIS 인구 총 조사에 따라 1인 가구 중 비율이 높은 20대와 30대를 대상으로 진행하였다.

〈표 1〉 설문조사 설계

구분	세부 내용
조사 대상	서울에 거주하는 20대~30대 1인 가구
조사 방법	온라인 설문조사
조사 기간	2022년 11월 14일~ 11월 18일

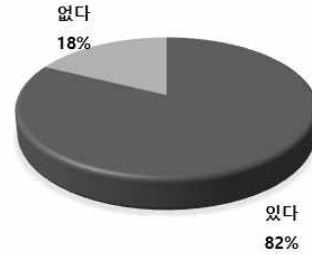
조사 항목은 재래시장에 대한 인식도, 재래시장 앱에 대한 인식도, 식품 배달 관련 앱 서비스 개선 질문으로 구성하였다.

〈표 2〉 설문지 질문

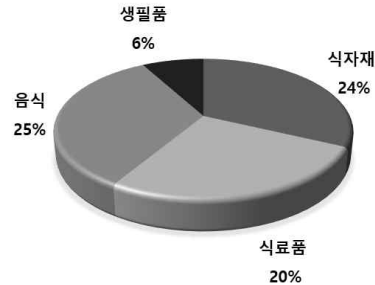
구분	설문 내용
재래시장에 대한 인식	Q. 재래시장에서 물건 구매 여부
	Q. 재래시장에서 구매한 품목 및 구매할 의사가 있는 품목
	Q. 재래시장 장점
	Q. 재래시장 단점
	Q. 재래시장에서 필요한 서비스
재래시장 앱 인식	Q. 재래시장 앱 사용 경험 유무 Q. 재래시장 앱 사용 시 불편했던 점
식품 배달 앱 서비스	Q. 식품 배달 앱 이용 시 개선되길 원하는 서비스

설문조사에 따르면 〈그림 1〉과 같이 응답자 82%가 재래시장에서 물건을 구매한 적이 있었으며, 〈그림 2〉는 구매했거나 구매할 의사가 있는 상품의 조사 결과로 음식 25%, 식자재 24%, 식료품 20%로 대부분 식품 위주였다.

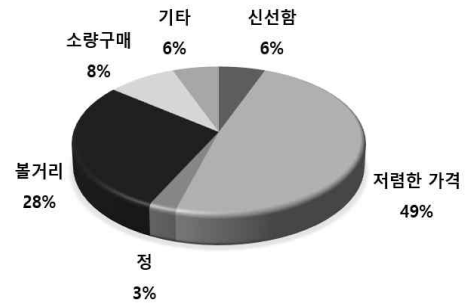
〈그림 1〉 재래시장에서 물건 구매 여부 설문조사 결과



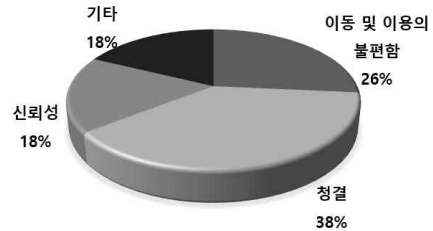
〈그림 2〉 재래시장에서 구매한 품목 및 구매할 의사가 있는 품목 설문조사 결과



〈그림 3〉 재래시장의 장점 설문조사 결과



〈그림 4〉 재래시장의 단점 설문조사 결과



〈그림 3〉은 재래시장의 장점에 대한 의견으로 저렴한 가격이 49%로 가장 높았으며, 볼거리 28%, 소량 구매 8%로 낮은 가격을 가장 큰 장점으로 꼽았다. 반면 〈그림 4〉와 같이 단점으로 청결 문제가 38%, 이동 및 이용의 불편함이 26%, 그 외 일정하지 않은 품질을 단점으로 꼽았다. 재래시장에서 필요한 서비스로 〈그림 5〉와 같은 결과로 디지털화가 32%로 나타났으며, 배송 부분이 18% 비율로 응답했다.

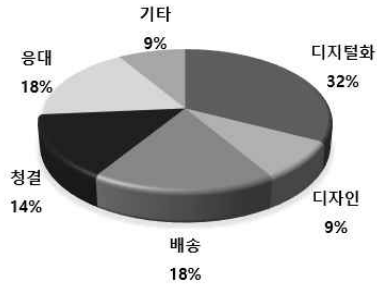
〈그림 6〉은 재래시장 앱 사용 경험에 관한 결과로 응답자 97%가 사용해본 경험이 없었으며 그 이유는 〈그림 7〉과 같이 재래시장 앱에 대한 낮은 인지도로 확인됐다.

마지막으로 식품 배달앱에서 필요로 하는 서비스로 〈그림 8〉처럼 저렴한 배송비가 38%, 소량구매가 35% 비율로 1인 가구의 니즈를 확인할 수 있다.

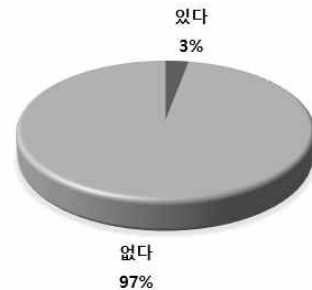
## 2) 1인 가구 설문조사 분석

설문조사 결과 20~30대 1인 가구 소비자들은 재래시장에 대해 저렴한 가격과 소량구매가 가능한 점을 장점으로 생각하는 반면 단점으로는 청결과 이용의 불편함, 신뢰성으로 꼽았다. 이는 재래시장에 필요한 서비스로 응답한 디지털화, 배송, 청결 요소와 연결되며, 동시에 선행연구 분석 시 배달앱 서비스 품질 요인의 신뢰성과도 일치한다. 재래시장 앱에 대해서는 사용한 적이 없는 응답자가 대부분이나 이는 홍보에 대한 부족으로 적극적인 앱 홍보가 필요하다. 마지막으로 시중에 사용되고 있는 배달앱 서비스에 대한 만족도 조사 결과 배송비 문제와 소량 구매에 대한 서비스 개선이 필요하며, 이는 문헌 연구를 통해 도출한 이론 중 배달앱 문제점과 같은 것을 확인할 수 있었다.

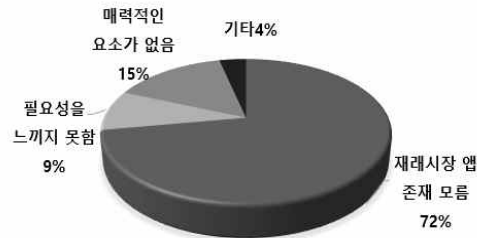
〈그림 5〉 재래시장에서 필요한 서비스 설문조사 결과



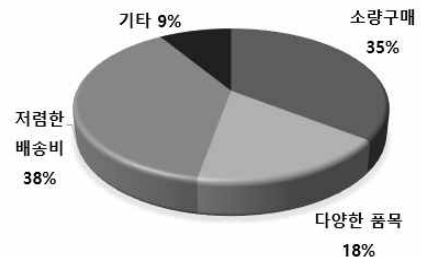
〈그림 6〉 재래시장 앱 사용 경험 유무 설문조사 결과



〈그림 7〉 재래시장 앱을 사용하지 않는 이유 설문조사 결과



〈그림 8〉 식품 배달앱 이용 시 개선되길 원하는 서비스 설문조사 결과



## 2. 이해관계자 조사

### 1) 상인회 매니저 심층 면접 조사

본 연구의 이해관계자인 재래시장 상인회의 매니저를 대상으로 심층 면접을 진행하였다. 서울 송파구의 마천시장과 마천중앙시장, 중구에 있는 서울중앙시장, 종로구의 통인시장으로 4명의 매니저가 면접에 참여하였다. 4명의 심층 면접은 Krippendorff(2004)의 콘텐츠 분석 방법론을 활용해 온라인 이용 현황, 온라인 거래 시 어려운 점, 필요한 서비스 세 가지의 범주로 분류하여 상인들의 기술을 바탕으로 <표 4>와 같이 요약하였다.

의류, 화장품, 수선 등 다양한 품목의 점포가 구성되어있는 마천시장은 ‘네이버 장보기’ 플랫폼과 ‘위메프’를 이용하고 있었다. 주로 ‘네이버 장보기’를 사용하는데, 식품 관련 제품만 판매할 수 있어 10~15개의 점포만 참여하고 있다. 이러한 이유로 시장 전체의 활성화에 어려움이 있었다. 또 다른 문제점으로는 온라인으로 주문된 상품을 수거하는 장소에 상인들이 직접 상품을 가져다 두어야 하는

불편함을 호소하며 시장 내 매니저의 필요성, 신선함을 유지 할 수 있는 해결책이 필요했다.

식품 관련 점포가 많은 마천중앙시장은 ‘놀장’과 ‘쿠팡이츠’ 플랫폼을 통해 매출이 증가하며 초기에는 1,140개의 점포 중 86개의 점포가 ‘놀장’에 입점했다. 그러나 연령대가 높은 상인들의 디지털 기기 사용의 어려움으로 현재 약 40개의 점포만 참여하고 있다. 디지털 교육을 전면적으로 실시했음에도 불구하고 새로운 상품등록과 주문 확인 과정의 불편함이 해소되지 않아 이에 대한 개선이 요구된다.

중구의 서울중앙시장은 농산물, 축산물, 식자재, 돼지 부산물 등 다양한 품목으로 시장 규모가 크지만, 상인회에서 진행하는 온라인 거래 플랫폼은 별도로 없었고 상인 개별로 ‘배달의민족’ 플랫폼을 활용하고 있다. 온라인 거래는 법적 서류 문제의 복잡함과 어려움으로 인해서 디지털 전환에 대한 니즈가 없다.

통인시장 역시도 상인 개별로 ‘쿠팡이츠’와 ‘배달의민족’을 사용하며 중앙시장과 같은 법적 서류

〈표 4〉 온라인 거래에 대한 상인회 의견

시장 명	이용 중인 온라인 플랫폼	온라인 거래 운영 시 어려운 점	필요한 서비스
마천시장	1. 네이버 장보기 2. 위메프	- 상인들의 높은 평균 연령대로 디지털 기기 사용의 어려움 - 상인이 지정된 장소에 직접 주문 제품을 운반 하는 불편함 - 식품 위주만 가능하여 다른 판매 카테고리 점포의 비활성화	- 시장 내 플랫폼 매니저가 직접 제품을 확인하고 픽업하는 서비스 - 다양한 품목을 판매할 수 있는 카테고리의 확장 - 배송 시 신선도와 따뜻함을 동시에 유지 할 수 있는 분리 포장 시스템
마천중앙시장	1. 놀장 2. 쿠팡이츠	- 상인들의 높은 연령대로 새로운 품목 등록 및 이용의 어려움 - 상인이 지정된 장소에 직접 주문 제품을 운반하는 불편함	- 상인들의 손쉬운 플랫폼 사용법
서울중앙시장	배달의민족 (상인 개별)	- 디지털 플랫폼에 입점하기 위해 법적으로 필요한 서류의 복잡함	
통인시장	1. 배달의민족 2. 쿠팡이츠 (상인개별)	- 동네 특성상 건물의 용도 변경 문제 등 법적으로 필요한 서류를 제시하지 못함	

이유로 온라인 플랫폼에 대한 활성화가 이루어지지 않았다.

## 2) 상인회 매니저 심층 면접 분석

재래시장 상인회의 매니저 면접 기술을 토대로 도출한 요인은 다음과 같다.

첫째, 재래시장 상인회에서 배달 플랫폼 활용을 통한 디지털 전환 시도하고 있었으며, 법적 서류 절차에 대한 문제를 해결할 수 있으면 재래시장의 참여율을 높일 수 있다.

둘째, 지속해서 디지털 플랫폼이 사용될 수 있는 요소가 필요하다. 평균 연령이 높은 상인들을 위한 손쉬운 디지털 플랫폼과 식품 이외의 상품군도 판매가 가능할 수 있는 시스템 구축이 절실하다.

셋째, 배송을 위한 물건 픽업 서비스와 상품등록과 같은 번거로움을 해결할 수 있는 간편한 프로세스와 해결방안이 요구된다.

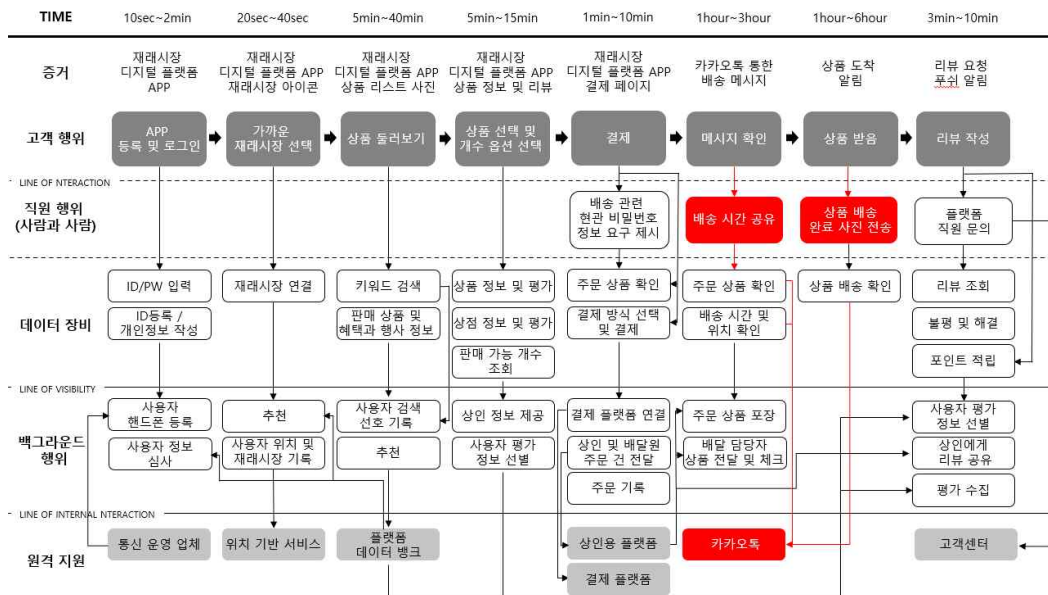
# Ⅳ. 재래시장 배달앱 서비스 모델 방향 제시

## 1. 서비스 블루 프린트

소비자와 이해관계자의 니즈 및 문제점 분석을 토대로 두 이해집단의 배달앱 서비스에 대한 일련의 과정들을 압축하여 블루 프린트를 완성하였다. 좌에서 우로 소비자의 관점에서 플랫폼을 다운받는 것부터 배송되어 상품을 받기까지의 순차적인 진행으로 단계별 이해관계자와 시스템 구성에 필요로 하는 내용을 포함한다.

안지현(2021)에 의하면 서비스 블루 프린트는 서비스를 경험하는 과정에서 고객이 원하는 니즈를 충족시킬 수 있는 서비스인지, 지속해서 서비스를

〈그림 9〉 서비스 블루 프린트



개선이 가능한지, 궁극적으로 서비스 점점 관리가 가능한지를 파악할 수 있다. 그 결과 해당 플랫폼의 구체적인 개발 방향성을 발견할 수 있었으며, 이를 적용하여 경험 점점에서 이루어지는 세부적인 서비스를 제안한다.

## 2. 세부 서비스 디자인 발견

앱을 내려받고, 시장을 선택한 후 서비스를 경험하게 되는 첫 단계인 상품을 둘러보는 과정에서는 배달앱 서비스 품질 요인 선행연구 조사나 소비자 설문조사에서 재래시장에 필요로 하는 서비스로 확인한 신뢰도 및 품질 관리 요소를 터치 포인트로 결합한다. 이때 품질 검증이 사전에 이루어져야 하며 이를 바탕으로 정확한 정보 전달한다. 또한, 상품을 둘러보는 과정에서는 상인들의 스토리텔링과 브랜딩을 통한 재래시장의 개성을 부각하여 차별성을 제공해 소비자가 앱에 관한 관심을 높게 만든다. 구매가 이루어지는 부분에서는 다른 배달앱과는 차별점이 될 수 있는 저렴한 가격과 소량 구매를 강조할 수 있는 옵션 및 UI/UX가 필요하다. 다음으로 결제가 이루어지는 점점에서는 배송비 절감을 위한 근거리 배송, 순환 배송 정보를 제공하고, 소비자들이 배송 시간을 설정하고 직접 픽업할 수 있는 서비스 옵션을 마련해 정보 전달뿐만 아니라 배달앱 서비스의 에코 플레이 가치를 함께 전달한다. 상인들에게 구매 정보를 전달하는 과정에서는 손쉽게 사용할 수 있는 간편 시스템과 디자인을 제공해야 하며 별도로 주문된 상품 관리 및 배송을 담당하는 인력이 고려되어야 한다. 마지막으로 구매 후 리뷰 작성 및 커뮤니티 형성으로 정보를 공유할 수 있는 장을 제공함으로써 상호작용할 수 있는 지속적인 앱 사용을 유도할 수 있다.

서비스 블루 프린트를 통해 전반적인 배달앱 서비스의 과정을 정리한 후 플랫폼 시스템, 배송 방법, 서비스의 확장과 같은 서비스를 위한 세부적인 요소들을 점검하여 아이디어를 제안했다. 그럼으로써 디지털 플랫폼의 경쟁력 및 실현 가능성을 확인할 수 있었다.

## V. 결론

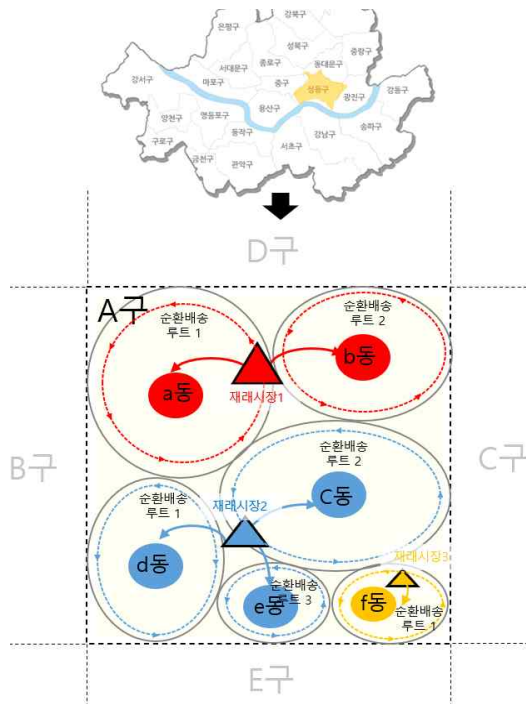
### 1. 재래시장을 위한 배달앱 서비스 제안

본 연구는 디지털 중심의 유통환경 변화에 대응하여 재래시장의 온라인 거래를 위한 플랫폼 서비스를 제안하며 그 대상으로는 1인 가구를 대상으로 한다. 재래시장의 디지털 진출은 초기 단계로 다양한 정부 지원과 플랫폼 서비스를 통해 실시되고 있으나 활성화의 정도와 이에 참여하는 수가 적다. 한편 증가하는 1인 가구로 다양한 분야의 비즈니스에서 변화가 이루어지고 있으며, 특히 식품 업계에서 1인 가구를 대상으로 소량의 식품 포장과 배송비를 절약하기 위한 공동 구매가 이루어지고 있었다. 이러한 이론적 고찰과 소비자 설문조사, 이해관계자의 심층 면접을 통하여 재래시장이 가진 고유한 특성을 살린 배달앱 서비스를 제안한다. 지역 내 문화적, 사회적, 경제적 기능을 지닌 재래시장 활성화 기여도 또한 함께 높인다.

동네별로 형성되어 있는 재래시장의 가까운 접근성과 소량구매가 가능한 점을 활용하여 배달앱 서비스의 문제점으로 대두되고 있는 배송비 절감과 1인 가구가 소량으로 음식을 구매할 수 있도록 <그림 10>과 같이 제안한다.

지역별 인접해 있는 재래시장과 연결해 시장 내

〈그림 10〉 디지털 플랫폼 서비스 기본 시스템



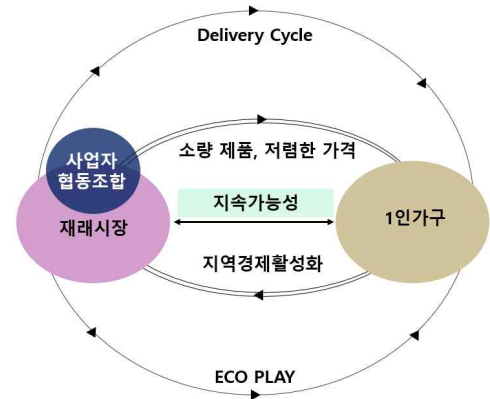
판매하는 다양한 상품을 구매할 수 있으며 동네별 시장과 매칭하여 배송 지역을 한정함으로써 자연스럽게 묶음 배송이 되어 배송비를 절감할 수 있다. 전국구를 대상으로 많은 양의 상품을 배송하는 마트와는 달리 재래시장은 지역 상품을 가까운 지역만, 소량 배송되는 차별점을 두며 대형마트와의 경쟁 구도를 두지 않는다.

서비스의 상호작용은 〈그림 11〉과 같다.

첫째, 예코 플레이가 가능하다. 단거리 배송으로 최소한의 포장 가능하여 쓰레기를 줄일 수 있으며, 한 지역을 순환하는 배달 서비스를 진행으로 무분별한 배송으로 인한 대기오염을 줄일 수 있다. 또한 직접 픽업할 수 있는 서비스도 함께 시행해 픽업 시 다른 소비자의 물품을 배달할 수 있도록 하고 포인트 보상을 제공한다. 이는 시장 주변 지역에 거주하는 모든 사람이 시장에 오가며 배달원

이 될 수 있으며 시장 활성화 및 지역 경제에 도움을 줄 수 있다.

〈그림 11〉 디지털 플랫폼 서비스 상호작용



둘째, 지속적인 시장 거래를 위하여 앱 내 지역 커뮤니티를 서비스를 제공한다. 커뮤니티를 통해 시장 물품 정보 교류 및 지역 정보 교류가 이루어져 신뢰를 쌓는다면, 상인들은 상점 홍보를 하여 소비자와 상인 간의 직접적인 커뮤니케이션이 이루어질 수 있도록 한다.

셋째, 전통시장의 저렴한 가격, 소량 구매의 특징을 살릴 수 있는 시장 PB상품으로 HMR 키트를 제작한다. 선형연구 시 배달 음식으로 영양 부족이 문제점인 1인 가구가 집에서 간단하고 간편하게 요리할 수 있도록 시장 내 식품들을 활용한 HMR 키트를 개발한다.

재래시장을 위한 배달앱 서비스는 상인들이 손쉽게 사용할 수 있는 시스템과 주문의 편의성을 고려한 디자인은 필수적이다.

50~60대의 전유물이었던 재래시장은 1인 가구의 젊은 세대들과 연결되어 지역 경제 활성화로 이어질 것으로 기대한다.

## 2. 연구의 한계 및 시사점

이 연구를 진행하면서 지역별 재래시장의 점포 개수와 참여할 수 있는 점포, 판매할 수 있는 품목에 대한 정량적 지표를 분석하지 못하였다. 또한 연구에서 활용한 데이터가 다소 제한적 내용을 담고 있어 추후 비즈니스 설정에 오류가 발생할 수 있으며, 371개의 각 시장이 가진 특성을 고려한 차별화된 전략화에 대한 향후 추가 연구가 필요하다. 그러나 이 연구는 젊은 세대와 재래시장의 연결, 1인 가구의 배달앱 문제점인 배송비 절감 및 소량 구매에 대한 니즈를 실현할 가능성을 확인하고, 앞으로 재래시장 디지털 활성화를 위한 핵심 요소와 기초 자료 및 가이드라인을 제시했다는 데 의의가 있다.

## 참고문헌

- 고미애·김지연, 2022, “외식 배달앱 서비스 이용 소비자의 혁신성이 감성적 소비가치와 행동의도에 미치는 영향”, 『한국관광연구학회』, 36(1): 235 ~ 249.
- 김우홍·장중혁, 2017, “1인 가구 시대에 유용한 웹기반 주문 관리 시스템”, 『예술인문사회융합멀티미디어논문지』, 7(8): 371 ~ 382
- 김지훈·임성수, 2021, “1인 가구와 다인가구의 배달·테이크아웃 식품소비행태 비교 분석”, 『융합정보논문지』, 11(11): 327 ~ 334.
- 나재현·이종렬·김민수·오병우, 2022, “1인 가구를 위한 공동 음식 배달 시스템”, 2022 한국정보기술학회 하계 종합학술대회 논문집.
- 송규태·정문석, 2021, “배달앱의 서비스품질 요인이 고객만족, 지속사용의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 『관광경영학회』, 25(4): 93 ~ 116.
- 송호철·오정훈·심성진·강근욱, 2023, “배달음식의 이용현황과 인식 및 만족도 연구 -수도권 20~30대 1인 가구를 중심으로-”, 『한국외식산업학회지』, 19(1): 69 ~ 85.
- 신창호·문경일, 2004, 『재래시장 전자상거래 현황과 과제』, 서울경제연구센터.
- 심민섭·장광집, 2018, “전통시장과 기업형 슈퍼마켓(SSM)의 생태 환경개선을 위한 특성별 인식 경향에 관한 연구: 이마트 노브랜드 상생스토어의 물리적, 비물리적 요소를 중심으로”, 『기초조형학회』, 19(4): 244 ~ 256.
- 안지현, 2021, “경험디자인 요소를 접목한 서비스 블루프린트 방법 제안: 서비스와 고객경험 향상에 대한 문헌을 중심으로”, 『한국디자인학회』, 0: 110 ~ 115.
- 유천·이치현·정남식, “디지털 전환 시대의 전통시장 고객개발 방안에 관한 탐색적 연구: 유희적 쇼핑동기를 중심으로”, 『국제e-비즈니스학회』, 23(5), 65 ~ 83.
- 이경아·나건, 2013, “감성-경험 기반의 서비스디자인 프로

- 세스에 대한 연구”, 「한국디지털디자인학회」, 13(1): 415 ~ 426.
- 이경아·곽윤영, 2005, 「1인 가구 소비행태와 소비자문김진 이, 2020, 「디지털 전환에 따른 지역 소상공인 대응 방안」, 중소벤처기업부.
- 조혜정·김종우, 2020, 「전통시장 비대면 거래(온라인) 진출 방안 연구」, 중소기업연구원.
- 정오·구철모, 2018, “배달앱에 대한 지각된 가치와 제공하는 정보품질이 지속적 이용의도에 미치는 영향”, 「정보시스템연구」, 27(4): 129 ~ 147.
- 허윤경·심기현, 2016, “수도권에 거주하는 1인 가구 식생활 태도 조사”, 「한국식품영양학회지」, 29(5): 735 ~ 745.
- Krippendorff K, 2004, Content Analysis: An Introduction to Its Methodology, Sage Publications: Thousand Oaks.
- <https://biz.sbs.co.kr/article/20000097016>
- <https://medium.com/farm-generations-cooperative/small-farmers-lets-go-big-together-d49de8687775>
- <https://www.chargedretail.co.uk/2022/11/30/camd-en-market-to-launch-online-platform-with-good-sixty/>
- <https://www.sedaily.com/NewsView/26CAPQZE7R>
- <https://www.theverge.com/22618396/farmers-market-online-local-food-distribution-platforms>

원 고 접 수 일 : 2023년 1월 16일

1 차 심 사 완 료 일 : 2023년 6월 5일

최 종 원 고 채 택 일 : 2023년 6월 29일

## 「서울도시연구」 편집 및 발간 규정

2001년	1월	4일	제정
2002년	1월	3일	개정
2003년	1월	2일	개정
2003년	7월	4일	개정
2003년	9월	18일	개정
2004년	2월	10일	개정
2004년	6월	15일	개정
2004년	12월	30일	개정
2005년	4월	20일	개정
2005년	10월	18일	개정
2006년	11월	21일	개정
2007년	9월	10일	개정
2008년	5월	27일	개정
2010년	3월	26일	개정
2010년	5월	28일	개정
2010년	6월	16일	개정
2010년	9월	30일	개정
2010년	12월	29일	개정
2012년	3월	29일	개정
2014년	5월	14일	개정
2018년	5월	24일	개정

### I. 투 고

#### 1. 원고의 대상 및 종류

- 1) 「서울도시연구」는 서울 및 도시관련 분야의 연구성과를 수록하는 전문 학술지로서, 논문을 게재하는 것을 원칙으로 한다. 논문은 창의적인 연구결과 및 일정한 주제에 관한 연구성과·동향·전망을 학술논문의 형식에 따라 기술한 것을 말한다.
- 2) 논문은 다른 학술지 또는 문헌에 게재하지 않은 것이어야 한다.
- 3) 위조, 변조, 표절 등 연구부정행위가 있는 논문은 게재하지 않는다.
  - (1) '위조'는 존재하지 않는 데이터, 연구결과 등을 허위로 만들어 내는 행위를 말한다.
  - (2) '변조'는 연구자료, 장비, 과정 등을 인위적으로 조작하거나 데이터를 임의로 변형, 삭제함으로써 연구 내용 또는 결과를 왜곡하는 행위를 말한다.
  - (3) '표절'은 타인의 아이디어, 연구내용, 결과 등을 정당한 승인 또는 인용 없이 도용하는 행위를 말한다.
- 4) 본지에 투고한 후 '게재불가' 판정을 받은 원고는 재투고할 수 없다.

#### 2. 원고의 분량

- 1) 논문의 분량은 그림 및 표, 사진을 포함해 A4 용지 15매 내외로 한다.
- 2) 원고분량이 본 규정보다 지나치게 초과 또는 미달하는 경우에는 본지 편집위원회가 저자에게 조정을 요구할 수 있으며, 저자는 이에 따라야 한다.

### 3. 원고의 작성

- 1) 모든 원고는 본지의 원고작성방법에 따라 작성하여야 한다.
- 2) 원고의 작성언어는 국문 또는 영문을 원칙으로 한다.
- 3) 원고는 워드프로세서(한글)를 이용하여 A4 용지에 작성함을 원칙으로 한다.
- 4) 논문의 첫 페이지에 국문요약과 영문초록(ABSTRACT), 국문 주제어와 영문 키워드(Key Words)를 필히 첨부하여야 하며, 각주에 모든 저자의 소속과 직위(직급)를 국문과 영문으로 표기한다. 저자가 1인일 경우 그 저자의 이메일주소와 전화번호를 소속 뒤에 기재하며, 저자가 복수일 경우 교신저자의 소속 뒤에 '교신저자'라고 기재한 후 이메일주소와 전화번호를 표기한다. 주저자와 교신저자가 같을 경우에도 소속 뒤에 '교신저자'라고 기재한 후 이메일주소와 전화번호를 기재한다.
- 5) 그림 및 표, 사진은 특별한 경우를 제외하고는 컬러가 아닌 흑백으로 작성해야 하며, 수정 없이 바로 인쇄에 들어갈 수 있도록 만들어야 한다. 그림 및 표, 사진에 있는 글자와 숫자 등이 선명하게 보일 수 있도록 작성해야 한다.
- 6) 투고자는 논문 작성 시 위조, 변조, 표절, 이중게재, 부당한 논문저자 표시 등의 연구부정행위를 하지 말아야 한다.

### 4. 원고의 접수

- 1) 원고는 수시로 접수하며, 접수일자는 원고가 본지 편집위원회에 도착한 날로 한다.
- 2) 논문 투고자는 이메일(E-mail)로 논문을 제출하여야 한다.
- 3) 투고자는 본지의 투고신청서에 논문제목, 주저자의 이름·소속 및 직급/직위·주민등록상의 주소·연락처와 함께 원고의 주요내용을 기재하여 제출하여야 한다. 또한 교신저자(해당 원고 관련 문의에 응할 수 있는 공동저자)가 별도로 있다면 교신저자의 이름·소속 및 직급/직위·주민등록상의 주소·연락처 등도 기재해야 한다.
- 4) 투고자는 논문 투고 시 본지 편집위원회에 연구윤리서약 및 저작권활용동의서를 제출하여야 한다. 최종 심사를 거쳐 서울도시연구에 게재되는 논문은 학술 및 홍보를 위해 일부 인용 및 활용될 수 있으며, 저자는 이에 대한 저작권 활용에 동의해야 한다. 저자가 이에 따르지 않을 경우, 편집위원회는 논문 접수를 거부할 수 있다.
- 5) 접수된 원고 중 본지 투고규정 및 원고작성방법에 의거해 작성하지 않은 원고는 본지 편집위원회에서 저자에게 수정 및 보완을 요구할 수 있고, 투고자는 이에 따라야 한다.
- 6) 본지 편집위원회는 원고 접수 시 표절검증절차를 운영한다.
  - (1) 본지 편집위원회는 표절검사를 실시하여 표절률이 일정 기준 이상으로 판명된 논문은 저자에게 수정을 요구할 수 있으며, 투고자는 이에 따라야 한다.
  - (2) 투고자가 편집위원회의 수정 요구를 따르지 않을 경우, 원고 접수를 거부할 수 있다.

## II. 원고작성방법

### 1. 논문의 구성

#### 1) 국문논문의 구성

- (1) 국문논문의 경우 국문제목, 국문저자명, 영문제목, 영문저자명, 국문요약, 국문 주제어, 영문초록(ABSTRACT), 영문 키워드(Key Words), 본문, 참고문헌, 부록(필요한 경우) 등의 순서로 구성한다.

- (2) 저자의 소속/직급/직위는 논문 첫 페이지의 하단에 각주로 작성하되, 국문을 먼저 작성한 후 괄호 안에 영문을 작성한다.
- 2) 영문논문의 구성
  - (1) 영문논문의 경우 영문제목, 영문저자명, 국문제목, 국문저자명, 영문초록(ABSTRACT), 영문 키워드(Key Words), 국문요약, 국문 주제어, 본문, 참고문헌(References), 부록(필요한 경우) 등의 순으로 구성한다.
  - (2) 저자의 소속/직급/직위는 논문 첫 페이지의 하단에 각주로 작성하되, 영문을 먼저 작성한 후 괄호 안에 국문을 작성한다.
2. 논문제목 표기
  - 1) 논문제목은 연구내용을 간결하고 명확하게 표현할 수 있도록 기재한다.
    - (1) 국문논문의 경우 국문제목을 먼저 작성하고, 국문저자명 아래에 영문제목을 작성한다. 한자 또는 영어로 표기하지 않으면 의미 전달이 곤란한 경우에는 괄호 안에 한자 또는 영어를 병기한다.
    - (2) 영문논문의 경우 영문제목을 먼저 작성하고, 영문 저자명 아래에 국문제목을 기재한다. 영문제목(부제목 포함)의 첫 글자는 대문자로 시작한다. 문장 중의 단어는 전치사와 접속사, 관사를 제외하고는 첫 글자를 대문자로 시작한다(예: Review of Administrative Reform in Seoul).
  - 2) 논문에 부제목이 있는 경우 국·영문 논문 공히 주제목 아래에 부제목을 기재하고, 부제목 양 옆으로 하이픈(-)을 표기한다.
3. 저자 표기
  - 1) 국·영문 논문 공히 국문제목 밑에 국문 저자명을 기재하고, 영문제목 밑에 영문 저자명을 기재한다.
  - 2) 표기 방법
    - (1) 영문저자명은 이름을 먼저 쓰고 그 다음 성을 기재한다.  
(예: Gildong Hong, Gil Dong Hong, Gil-Dong Hong)
    - (2) 저자가 복수일 경우, 연구에 기여한 정도에 따라 주저자(제1저자)부터 순서대로 표기한다. 저자명의 오른쪽 어깨에 \*, \*\*, \*\*\*, ... 을 표기하고, 저자와 저자 사이에 가운뎃점(.)을 넣어 구분한다.
4. 저자의 소속 및 직급/직위, 교신저자 연락처 표기
  - 1) 논문 첫 페이지 하단에 각주로 표기한다.
  - 2) 표기 방법
    - (1) 저자가 1인일 경우에는 \* 다음에 저자의 소속 및 직급/직위를 표기하고, 저자가 복수일 경우에는 \*, \*\*, \*\*\*, ... 을 표기하고, 주저자부터 순서대로 표기한다.
    - (2) 저자가 1인일 경우 소속 뒤에 이메일주소와 전화번호를 표기한다. 저자가 복수일 경우 교신저자의 소속 뒤에 '교신저자'라고 표기한 뒤 괄호 안에 이메일주소와 전화번호를 표기한다. 주저자와 교신저자가 같을 경우에도 소속 뒤에 '교신저자'라고 표기한 뒤 괄호 안에 이메일주소와 전화번호를 표기한다. 교신저자는 여러 공동저자를 대표하여 논문의 투고 및 심사과정에 있어서 연락과 수정을 책임지며, 논문이 출간되었을 때에는 이와 관련된 여러 가지 문제에 대해 최종적으로 책임을 지는 저자를 말한다.

- (3) 저자의 소속 및 직급/직위는 국문으로 먼저 표기한 후, 괄호 안에 영문으로 표기한다.
- (4) 국문 표기방법은 소속기관, 부서(또는 학과), 직급(또는 직위)의 순으로 한다. 그리고 영문 표기방법은 직급(또는 직위), 부서(또는 학과), 소속기관의 순으로 한다.
- (5) 이상 저자의 소속 및 직급/직위, 교신저자 연락처 작성요령의 예시는 아래와 같다.

① 저자가 1인일 경우

\* 서울연구원 도시경영부 연구위원(Research Fellow, Department of Urban Management, Seoul Development Institute), E-mail: paper@sdi.re.kr, Tel: 02-2149-1234

② 저자가 복수이며, 주저자와 교신저자가 같을 경우

\* 서울연구원 도시경영부 연구위원(Research Fellow, Department of Urban Management, Seoul Development Institute), 교신저자(E-mail: paper@sdi.re.kr, Tel: 02-2149-1234)

\*\* 서울연구원 도시기반연구본부 연구위원(Research Fellow, Metropolitan Planning Research Group, Seoul Development Institute)

③ 저자가 복수이며, 주저자와 교신저자가 다를 경우

\* 서울연구원 도시경영부 연구위원(Research Fellow, Department of Urban Management, Seoul Development Institute)

\*\* 서울연구원 도시기반연구본부 연구위원(Research Fellow, Metropolitan Planning Research Group, Seoul Development Institute), 교신저자(E-mail: paper@sdi.re.kr, Tel: 02-2149-1234)

## 5. 국문요약 및 영문초록(ABSTRACT) 작성

- 1) 국문요약 및 영문초록(ABSTRACT)은 연구목적, 연구방법, 연구결과, 연구의 시사점, 향후 연구 방향 등을 중심으로 작성한다.
- 2) 국문요약은 '요약'이라고 기재하고 콜론(:)을 표기한 후 700자 내외의 국문요약을 작성한다.
- 3) 영문초록의 경우 'ABSTRACT'라고 기재하고 콜론(:)을 표기한 후 200단어 내외의 영문초록을 작성한다.

## 6. 주제어(Key Words) 표기

- 1) 국문요약과 영문초록 하단에 각각 5개 내외의 국문 주제어와 영문 키워드(Key Words)를 함께 첨부하여야 한다.
- 2) 국문 주제어는 '주제어'라고 기재하고 콜론(:)을 표기한 후 작성한다.
- 3) 영문 키워드는 'Key Words'라고 기재하고 콜론(:)을 표기한 후 작성한다.

## 7. 본문 작성방법

- 1) 본문은 논문의 통상적인 전개방식에 따라 작성한다.
- 2) 원고의 읽기와 교정이 용이하도록 용지의 상하좌우 및 행간에 여백을 두도록 한다. 논문의 요약 부분을 제외하고는 2단 편집으로 한다(글자체 #신명조, 글자크기 10.5pt., 장평 95%, 자간 -10%, 줄간격 168%로 하고, 용지 종류는 A4(국배판), 용지여백은 위 32mm, 머리말 12.5mm, 왼쪽과 오른쪽은 각각 31mm, 아래쪽 32mm, 꼬리말 12.5mm로 한다).
- 3) 각주는 반드시 본문 해당면의 하단에 위치하도록 한다.
- 4) 본문의 단락 표기는 왼쪽 들여쓰기 2칸으로 한다.
- 5) 기타 사항은 각 항목별 세부작성방법에 준한다.

## 8. 표기 언어 및 표기 방법

- 1) 국문원고의 경우, 의미 전달상 필요한 경우에 한하여 한자 및 외래어를 괄호 안에 표기한다.
- 2) 목차 및 본문의 장, 절, 항 등의 번호 전개는 I., 1., 1), (1), ①의 순으로 한다.
- 3) 숫자는 아라비아 숫자를 사용하고, 모든 단위는 미터법을 사용한다.

## 9. 도표 및 사진

- 1) 표번호는 <표 1>, <표 2>의 순으로 표 상단 좌측에 제목과 함께 명기한다.
- 2) 그림번호는 <그림 1>, <그림 2>의 순으로 그림 하단의 중앙에 제목과 함께 명기한다.
- 3) 사진번호 표기방법은 그림번호 표기방법에 준한다.
- 4) 본문에 들어가는 도표 및 사진은 수정 없이 바로 인쇄할 수 있도록 작성하여 제출한다. 특별한 경우가 아니면 컬러인쇄를 하지 않으므로 이에 유의하여 흑백으로 선명하게 작성하여야 한다.
- 5) 인용한 도표 및 사진의 경우 출처를 밝히도록 한다. 출처 표기방법은 인용문헌이나 참고문헌 작성방법에 준하며, 참고문헌에도 반드시 기재하여야 한다.

## 10. 인용문헌, 각주 및 참고문헌 표기법

## 1) 인용문헌

- (1) 본문 중 인용문헌은 다음과 같이 저자와 발표연도를 기재한다. 단, 필요한 경우에는 인용한 쪽수(page)를 밝힐 수 있다.

- ① 단독연구 : 장병권(2000)에 의하면 ... , Smith(1992: 82~83)는 ... , 이들 연구(유승호, 1996; 임창호, 1998)에 의하면 ... , ... 라는 견해도 있다(황혜선, 1999: 25~27).
- ② 공동연구(2명인 경우) : 김주찬·민병일(2003)에 의하면 ... , Getis and Ord(1992)는 ... , ... 라고 말하고 있다(Howe and Linaweaver, 1967; Weeks and McMahon, 1973)
- ③ 공동연구(3명 이상인 경우) : 이동필 외(2001)는 ... , ... 라고 지적하였다(Maidment et al., 1985), Maidment et al.(1985: 50~52)은 ...

- (2) 국문 저자명은 성과 이름을 다 밝히고, 영문저자명은 성만 기재한다. 중국, 일본 등 한자 표기 저자명은 국문 저자명의 표기방법에 준한다.

- (3) 인용문헌은 본문에 인용표시를 하고 참고문헌에도 반드시 기재하여야 한다.

## 2) 각주

- (1) 본문 중에 부연 설명을 필요로 하는 내용이 있을 경우, 해당 내용의 마지막 글자 오른쪽 어깨에 일련번호(예: 1), 2), 3), ...)를 붙이고, 해당 페이지 하단에 각주로 처리한다.

- (2) 각주에는 가능한 한 인용자료의 출처를 기재하지 않는다. 자료 출처는 본문에 인용표시를 한 뒤 참고문헌에 기재하여야 한다. 본문에 인용표시를 하기 힘들 경우 각주에 출처를 기재할 수 있다. 이 경우에도 인용자료를 참고문헌에 포함시켜야 한다.

## 3) 참고문헌

- (1) 국문 참고문헌을 가나다순으로 먼저 열거한 후 동양문헌을 기재한다. 그 다음 서양문헌을 알파벳순으로 나열한 후, 인터넷 사이트를 기재한다.

- (2) 논문의 경우 저자, 출판연도, 제목, 출처 및 페이지를 밝히고, 논문 제목은 “ ”으로 표시한다.

- (3) 단행본의 경우 저자, 출판연도, 서명(書名), 페이지(필요한 경우), 출판자의 순으로 기록하고, 서명은 「 」(국문 및 동양문헌) 또는 이탤릭체(서양문헌)로 표시한다.

- (4) 동일한 저자의 문헌은 연대순으로 나열하고, 동일한 연도의 문헌이 2개 이상 있을 경우에는 순서(가나다 또는 abc순)에 따라 연대 뒤에 a, b, c ...를 기입한다.

- (5) 서양문헌의 저자는 성, 이름순으로 표기한다.
- (6) 저자가 복수일 경우 모든 저자를 다 밝힌다.
- (7) 이상 참고문헌 작성요령의 예시는 아래와 같다.
  - ① 국문단행본 및 보고서
 

노용희, 1987, 「한국의 지방자치」, 서울: 녹원출판사.

고재경·정규호·김희선, 2008, 「경기도 지속가능성 평가체계 구축방안 연구」, 경기개발연구원.

서울특별시, 1992, 「하수도 기본계획 재정비 보고서」.
  - ② 국문논문
 

최상철, 1992, “동북아 연안역의 환경 및 생태계 보존을 위한 협력”, 『환경논총』, 30: 65~106, 서울대 환경대학원.

김운수·정숙영·조용현·김경배, 2007, “서울시 도시관리계획 환경성검토 제도의 문제점 및 개선방안 연구”, 『서울도시연구』, 8(1): 107~125.

김미연, 2005, “삼성동 코엑스 복합 문화공간 확장 기본계획”, 서울대학교 석사학위논문.
  - ③ 영문논문
 

Moss, M. L., 1987, “Telecommunications, World Cities, and Urban Policy”, *Urban Studies*, 24(6): 634~546.

Waket, D. and Odam, S., 1982, “The older women: Increased psychological benefits from physical activity”, *Journal of Physical Education Recreation and Dance*, 53(3): 34~35.
  - ④ 영문단행본
 

McShane, W., 1990, *Traffic Engineering*, Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Pleffer, Jeffrey and Salancik, Gerald R., 2003, *The External Control of Organization: A Resource Dependence Perspective*, Stanford: Stanford University Press.

Sherif, C. C., Sherif, M., and Nebergalle, R. E., 1965, *Attitude and attitude change: The social judgment-involvement approach*, Philadelphia: W. B. Saunders.
  - ⑤ 번역서
 

송경현·박용훈(역), 1994, 「교통과 도시계획」, 서울: 명보문화사(Blunden, W. R. and Black, J. A., 1984, *The Land-use/Transport System*, 2nd ed., New York: Pergamon Press).
  - ⑥ Internet Web 자료(서울시 홈페이지에서 서울시 통계연보 2003을 참고하였을 경우)
 

<http://www.metro.seoul.kr/kor2003/main/index.html>

## 11. 감사의 말 등 표기

- 1) 연구비의 출처와 사사(謝辭, acknowledgement)는 논문 첫 페이지 각주에 필자의 소속과 직위에 앞서 기재한다.
- 2) 논문의 접수일, 심사완료일 및 최종원고채택일은 논문의 참고문헌 다음에 편집위원회에서 기재한다.

### Ⅲ. 논문 심사

#### 1. 심사대상

- 1) 「서울도시연구」에 게재하려는 모든 논문은 소정의 심사를 거쳐야 한다.

#### 2. 심사절차

- 1) 1차 심사 : 투고된 논문에 대하여 해당 분야의 전공 심사위원 3인을 위촉하여 논문을 심사한다.  
단 편집위원회에서 적합성 검토를 하여 투고된 논문이 부적합하다고 판정하면 1차 심사 전에 반려할 수 있다.
- 2) 재심사 : 1차 심사 결과 재심사가 필요한 경우 1차 심사위원이 저자의 원고 수정 후 재심사를 수행한다.

#### 3. 심사위원 선정

- 1) 편집위원회는 해당분야의 전공자(박사학위 소지자) 중에서 심사하려는 논문과의 전공 일치도 및 연구업적 등을 고려하여 심사위원을 선정·위촉한다.
- 2) 편집위원장은 투고논문의 심사위원을 추천할 편집위원을 선정한 뒤 해당 편집위원에게 심사위원 추천을 의뢰하고, 의뢰받은 편집위원은 소정의 기간 내에 심사위원 3명 이상을 추천한다. 편집위원은 해당 논문의 참고문헌 등을 검토해 투고논문을 가장 전문적으로 평가하고 공정하게 심사할 수 있는 전공자를 추천해야 한다.
- 3) 편집위원장은 추천받은 심사위원 중에서 심사를 제대로 수행할 수 없다고 판단되는 사람을 제외하고 3명의 심사위원을 선정해 심사를 의뢰한다.
- 4) 만일 투고논문의 심사를 의뢰받은 심사위원이 심사를 거절하거나 지연할 경우 편집위원장은 심사위원을 교체할 수 있다. 이 과정에서 심사위원 추가 선정이 필요한 경우 해당 분야 편집위원에게 심사위원 추천을 의뢰할 수 있다.
- 5) 편집위원장이나 편집위원이 논문을 투고할 경우 편집위원회는 해당 분야 다른 편집위원이나 전공자에게 심사위원 추천을 의뢰할 수 있다.
- 6) 편집위원장이나 편집위원이 투고한 논문은 특별한 경우를 제외하고 편집위원을 심사위원으로 선정할 수 없다. 서울연구원 직원이 투고할 경우에도 특별한 경우를 제외하고 서울연구원 직원을 심사위원으로 선정할 수 없다.
- 7) 편집위원을 심사위원으로 선정할 경우 연간 전체 논문 심사위원의 30% 미만을 유지하도록 한다.
- 8) 1차 심사결과가 '수정후 재심사'로 나온 논문의 경우 1차 심사위원이 재심사를 수행해야 하는데 연락 두절, 사망 등의 이유로 재심사를 의뢰하지 못할 경우 편집위원회의 심의를 거쳐 다른 심사위원을 선정해 심사를 의뢰할 수 있다.
- 9) 심사위원 선정 시 심사위원의 신분은 심사위원 상호간 및 투고자에게 노출되지 않도록 한다.

#### 4. 논문심사 기준

- 1) 심사위원은 객관적 기준과 자율적 판단에 의거해 심사를 하되 본지의 논문심사의견서의 양식에 맞춰 다음의 심사기준을 고려하여 심사한다.
  - ① 논문 주제의 적절성
  - ② 연구의 창의성과 독창성
  - ③ 연구방법의 적절성과 연구자료의 신뢰성

- ④ 논문 전개의 논리성과 일관성
  - ⑤ 연구결과와 학술적·실천적 기여도
  - ⑥ 표·그림·사진·지도·참고문헌(각주)의 적절성
  - ⑦ 선행연구 분석의 적절성
  - ⑧ 국문·영문 초록의 질적 수준
- 2) 심사위원은 학문적 양식에 따라 논문을 공정하게 심사하여야 하며 논문의 위조, 변조, 표절, 이중게재 등 연구부정행위의 혐의 발견 시 즉시 편집위원회에 통보하여야 한다.

#### 5. 심사위원의 익명성

- 1) 논문의 심사과정에서 저자와 심사위원은 공개하지 않는다.
- 2) 심사위원은 심사과정에서 얻은 정보를 공개하거나 남용하지 아니하여야 하며, 저자와 심사위원은 편집위원회를 통해서만 의견을 개진할 수 있다.
- 3) 심사위원에게 심사를 의뢰할 때 소정의 심사비를 지급할 수 있다.

#### 6. 논문심사 판정

- 1) 1차 심사결과는 ‘현 상태 게재’, ‘수정후 게재가’, ‘수정후 재심사’, ‘게재불가’의 4등급으로 판정한다.
  - (1) ‘현 상태 게재’는 원고 내용 그대로 게재가 가능하다고 판단되는 경우이다.
  - (2) ‘수정후 게재가’는 수정사항이 경미하여 일부 수정 보완하면 게재가 가능하다고 판단되는 경우이다.
  - (3) ‘수정후 재심사’는 논문이 대폭 수정 보완되어야 한다고 판단되는 경우이다.
  - (4) ‘게재불가’는 본지의 논문으로 게재하기에는 적합하지 않다고 판단되는 경우이다.
- 2) 재심사 결과는 ‘현 상태 게재’, ‘수정후 게재가’, ‘게재불가’의 3등급으로 판정한다.
- 3) 심사위원은 심사판정의 이유와 근거를 본지의 논문심사의견서에 작성, 소정의 기간 내에 본지 편집위원회에 제출해야 한다.

#### 7. 논문심사결과의 처리

- 1) 논문심사결과가 나오면 본지 편집위원회는 심사위원의 실명을 삭제한 후 논문심사의견서 사본을 투고자에게 송부하여야 한다.
- 2) 논문의 최종게재 여부는 원칙적으로 심사위원의 심사판정과 저자의 논문수정 여부에 대한 편집위원회의 검토결과에 의거해 본지 편집위원회에서 결정한다.
  - (1) 심사위원 2인 이상의 심사결과가 동일할 경우 다수결 원칙에 따라 그 심사결과에 따라 논문을 처리한다. 단, 아래의 경우는 예외로 한다.
    - ① 현 상태 게재, 현 상태 게재, 수정후 게재가(또는 수정후 재심사, 게재불가)의 경우 ‘수정후 게재가’로 판정한다.
    - ② 1차 심사결과가 수정후 재심사, 수정후 재심사, 게재불가인 경우 게재불가로 판정한다.
  - (2) 심사결과가 각기 다르게 나올 경우 차악(次惡)을 기준으로 판정한다. 예를 들어 현 상태 게재, 수정후 재심사, 게재불가의 경우 ‘수정후 재심사’로 판정한다.
  - (3) 1차 심사결과가 ‘수정후 재심사’로 나올 경우 재심사는 1차 심사 때 수정후 재심사로 판정한 심사위원이 1차 심사 때와 동일한 심사기준으로 1회에 한해 수행한다.
  - (4) 재심사의 심사위원이 1인일 경우 그 심사결과에 따라 논문을 처리하고, 2인 또는 3인일 경우 게재불가가 둘 이상일 경우에만 게재불가로 처리한다(논문심사결과 처리 일람표 참조).

- (5) 1차 심사 또는 재심사 결과 ‘수정후 게재가’ 판정이 나와 투고자가 원고를 수정해 제출한 경우, 수정보완 여부 확인은 본지 편집위원회에서 담당한다. ‘현 상태 게재’ 판정이 나온 논문이라도 수정보완 지적사항이 있는 경우 이 절차에 따른다.
- 3) 투고자는 원칙적으로 심사위원의 수정 지시를 따라야 한다. 단, 수정할 수 없는 분명한 이유와 근거를 제시할 경우 수정하지 않을 수 있다. 만약 본지 편집위원회에서 실시한 수정 확인과정에서 분명한 이유와 근거 없이 심사위원의 수정보완 지적사항대로 원고를 수정하지 않았다고 판단되는 경우, 본지 편집위원회에서는 해당 논문을 게재하지 않는다.
- 4) ‘게재불가’ 판정이 내려진 논문에 대해서는 본지 편집위원회의 명의로 ‘게재불가’ 사유를 명기하여 투고자에게 통보한다.
- 5) 투고자가 심사결과에 대해 이의가 있을 경우에는 본지 편집위원회에 서면 또는 이메일로 이의 신청을 할 수 있다.
- 6) 투고자의 이의신청이 있을 경우 본지 편집위원회는 이의내용을 심사하고 그 결과를 차기 발간일 전까지 투고자에게 통보하여야 하며, 투고자는 편집위원회의 통보내용에 대해 더 이상의 이의제기를 할 수 없다.
- 7) 논문의 심사평은 필요에 따라 게재할 수 있다.
- 8) 논문심사결과 처리절차를 일람표로 정리하면 다음과 같다.

1차 심사 결과			재심사 결과			판정
심사위원 1	심사위원 2	심사위원 3	심사위원 1	심사위원 2	심사위원 3	
게재가/ 수정 후 게재가	게재가/ 수정 후 게재가	게재가/ 수정 후 게재가/ 수정 후 재심사/ 게재 불가	-			(수정 후) 게재함
게재 불가	게재 불가	게재가/ 수정 후 게재가/ 수정 후 재심사/ 게재 불가	-			게재하지 않음
수정 후 재심사	수정 후 재심사	게재 불가				
게재가/ 수정 후 게재가	수정 후 재심사	게재 불가	-	게재가/ 수정 후 게재가	-	(수정 후) 게재함
			-	게재 불가	-	게재하지 않음
수정 후 재심사	수정 후 재심사	게재가/ 수정 후 게재가/	게재가/ 수정 후 게재가	게재가/ 수정 후 게재가/ 게재 불가	-	(수정 후) 게재함
			게재 불가	게재 불가	-	게재하지 않음
수정 후 재심사	수정 후 재심사	수정 후 재심사	게재가/ 수정 후 게재가	게재가/ 수정 후 게재가	게재가/ 수정 후 게재가/ 게재 불가	(수정 후) 게재함
			게재가/ 수정 후 게재가/ 게재 불가	게재 불가	게재 불가	게재하지 않음

#### 8. 연구부정 행위의 처리

- 1) 투고논문에서 연구부정행위의 혐의가 발견되었을 경우 본지 편집위원회는 즉시 부정행위에 대한 조사에 착수하여 발견일로부터 30일 이내에 조사를 완료하여야 하며, 그 결과를 제보자에게 통보해야 한다.
- 2) 조사 결과 연구부정행위가 사실로 판명되었을 경우에는 해당 논문을 '계재불가'로 처리하고 부정행위 내용을 투고자, 투고자 소속기관장, 한국연구재단에 통보한다.
- 3) 연구부정행위를 한 투고자는 해당 논문으로 인해 발생한 일체의 비용을 부담하여야 하며 향후 3년간 본지에 논문을 투고할 수 없다.

#### 9. 투고논문 심사위원 위촉, 심사, 수정보완, 수정확인 등에 소요되는 기간은 아래와 같다.

- 1) 논문 심사위원 위촉: 편집위원회는 논문 접수 후 10일 내로 심사위원을 위촉한다. 투고논문이 서울도시연구의 성격에 부합하는지 검토하는 과정이 필요한 경우에는 2주 내로 연장한다.
- 2) 1차 심사: 심사위원은 기본적으로 심사를 의뢰받은 후부터 2주 내로 심사의견서를 편집위원회에 제출해야 하며, 부득이한 경우 3주까지 연장할 수 있다. 심사 거절, 심사 지연 등의 이유로 심사위원을 교체하는 경우 편집위원회는 기본 심사기간을 단축할 수 있다.
- 3) 재심사: 심사위원은 기본적으로 심사를 의뢰받은 후부터 10일 내로 심사의견서를 편집위원회에 제출해야 하며, 부득이한 경우 2주까지 연장할 수 있다. 심사위원의 연락 두절, 사망 등의 이유로 심사위원을 교체하는 경우 편집위원회는 기본 심사기간을 단축할 수 있다.
- 4) 논문 수정보완: 1차 심사 및 재심사 결과 '계재불가' 판정을 받은 논문을 제외하고 수정보완 요구사항이 나온 논문의 경우 투고자는 수정보완을 의뢰받은 후부터 10일 내에 수정보완한 논문을 편집위원회에 제출해야 한다. 부득이한 경우 수정보완 기한을 연장할 수 있으나 최대 1개월을 초과할 수 없다. 만일 정당한 사유 없이 기한을 초과할 경우 '계재불가'로 판정할 수 있다.
- 5) 논문 수정확인: 편집위원회는 투고자가 수정보완한 논문에 대해 수정확인을 해야 하는데, 1차의 경우 10일 내에, 그 이후에는 7일 내에 검토의견서를 작성해 투고자에게 통보해야 한다. 부득이한 경우 기한을 얼마간 연장할 수 있다.
- 6) 수정확인 결과에 따른 논문 수정보완: 투고자는 편집위원회의 수정확인 및 검토의견에 따라 1주 내에 논문을 수정보완해 편집위원회에 제출해야 한다. 부득이한 경우 수정보완 기한을 연장할 수 있으나 최대 1개월을 초과할 수 없다. 만일 정당한 사유 없이 기한을 초과할 경우 '계재불가'로 판정할 수 있다.

### IV. 발 간

#### 1. 원고 교정

- 1) 본지 편집위원회는 심사자의 심사 결과 및 편집위원회의 수정 확인 결과 '현 상태 게재'로 판정난 논문에 대해 최종 교정을 담당한다.
- 2) 본지 편집위원회는 오타자, 비문(非文), 논리 전개상의 오류, 기타 수정보완이 필요한 사항을 직접 교정하거나 저자에게 수정을 요구할 수 있으며, 저자는 이에 따라야 한다.

## 2. 원고의 게재

- 1) 편집위원회에서는 교정 및 편집 일정 등을 고려해 해당 호 발행일 이전 적절한 시기에 게재 원고를 확정해야 한다. 논문 수정 및 편집상의 이유로 해당 호 게재가 불가능한 경우에는 편집위원회의 결정으로 이를 다음 호에 게재할 수 있다.
- 2) 원고의 게재순서는 특별한 경우를 제외하고는 게재 확정 순으로 하는 것을 원칙으로 한다.

## 3. 연구지원비 지급

- 1) 채택된 논문에 한해 소정의 연구지원비를 지급한다. 단, 연구지원비는 실제 게재된 후에 지급하고 게재 당시의 연구지원비 지급기준에 기초해 지급하는 것을 원칙으로 한다.

## 4. 발행 횟수와 시기

- 1) 본지는 1년에 4회 발행하는 것을 원칙으로 한다. 다만, 본지 편집위원회에서 필요하다고 인정될 경우 발행횟수를 조정할 수 있다.
- 2) 본지 발행일은 3월 31일, 6월 30일, 9월 30일, 12월 31일로 한다. 다만, 발행횟수를 조정할 경우 발행일은 본지 편집위원회에서 정한다.

## 5. 발행 부수

- 1) 본지의 발행부수와 인쇄의 질 등은 편집위원회에서 정한다.

## 「서울도시연구」 연구윤리규정

2009년 6월 1일 제정  
2011년 5월 27일 개정  
2018년 5월 24일 개정

### 제1장 총 칙

제1조 (목적) 이 연구윤리규정은 서울연구원에서 발간하는 학술지 「서울도시연구」에 연구결과를 게재하고자 논문 등을 제출하거나 이를 심사, 출판할 때 연구·출판의 부정행위를 방지하고 연구윤리를 확보하는 데 필요한 연구자 및 심사자의 역할과 책임에 관하여 원칙과 방향을 제시함을 목적으로 한다.

제2조 (적용) 이 규정은 「서울도시연구」에 제출된 논문 및 기타 관련 자료를 대상으로 하며 이 윤리규정을 준수해야 할 주체는 편집위원, 논문 심사위원, 저자이다.

### 제2장 편집위원 윤리지침

제3조 (편집위원의 책임) 편집위원은 투고된 논문의 게재 여부를 결정하는 책임을 지며, 저자의 인격과 독립성을 존중해야 한다.

제4조 (논문 취급의 공정성) 편집위원은 학술지 게재를 위하여 투고된 논문을 저자의 성별, 나이, 소속 기관은 물론이고, 어떤 선입견이나 사적인 친분과도 무관하게 오직 논문의 질적 수준과 「서울도시연구 편집 및 발간 규정」에 근거하여 공정하게 취급하여야 한다.

제5조 (심사위원 선정의 객관성) 편집위원은 투고된 논문의 평가를 해당 분야의 전문적 지식과 공정한 판단 능력을 지닌 심사위원에게 의뢰해야 한다. 심사위원 선정 시에는 저자와의 친분, 적대적인 관계 등을 피함으로써 객관적인 평가가 이루어질 수 있도록 노력한다.

제6조 (논문심사 과정의 비공개성) 논문심사 과정에서 저자와 심사위원을 공개하지 않는다.

### 제3장 심사위원 윤리지침

제7조 (논문심사의 성실성과 적실성) 심사위원은 서울도시연구 편집위원이 의뢰하는 논문을 일정한 기간 내에 성실하게 평가하고 그 결과를 편집위원에게 통보하여야 한다. 만약 본인이 논문을 평가하기에 책임자가 아니라고 판단될 경우에는 지체 없이 그 사실을 편집위원에게 통보한다.

제8조 (논문심사의 객관성) 심사위원은 학문적 양심에 따라 논문을 객관적 기준에 의하여 공정하게 평가하여야 한다. 충분한 근거를 명시하지 않은 채 논문을 저평가하거나, 심사자 본인의 관점이나 해석과 일치하지 않다는 이유로 논문을 탈락시켜서는 안 된다.

제9조 (논문심사의 타당성) 심사위원은 전문인으로서의 저자의 인격과 독립성을 존중하여야 한다. 심사의견서에는 논문에 대한 자신의 판단을 밝히되, 보완이 필요하다고 생각되는 부분에 대해서는 그 이유를 상세하게 설명하여야 한다. 심사위원은 논문심사 중 논문의 위조, 변조, 표절, 이중게재 등 연구부정행위의 혐의 발견 시 즉시 편집위원회에 통보하여야 한다.

제10조 (논문심사의 비밀 보장과 사전 인용 금지) 심사위원은 심사대상 논문에 대한 비밀을 지켜야 한다. 논문의 평가를 위하여 특별히 조언을 구하는 경우가 아니라면 논문을 다른 사람에게 보여 주거나 논문의 내용을 다른 사람과 논의하는 것도 바람직하지 않다. 또한 논문이 게재될 학술지가 출판되기 전에 저자의 동의 없이 논문의 내용을 인용해서도 안 된다.

### 제4장 저자 윤리지침

제11조 (저자의 의무) 연구자는 학문추구에서 정직하고, 정확하고, 성실해야 할 의무가 있으며, 이에 따라 표절, 위조, 변조, 이중게재, 부당한 논문저자 표시 행위 등의 연구부정행위를 하지 말아야 한다.

제12조 (타인의 표절) 타인의 표절은 그 어떠한 경우에도 허용되지 않는다. 표절은 일반적 지식이 아닌 타인이 쓴 글의 고유한 내용을 원저작자의 승인을 받지 않고 또는 의도적이든 비의도적이든 그 출처를 밝히지 않고 마치 자기 것인 것처럼 사용하는 것을 뜻한다. 표절의 대상은 타인의 저작물에 담긴 고유한 생각(아이디어), 독특한 표현(단어, 어구, 절, 문장, 그래프, 도표, 사진 등), 연구 착상(가설)이나 방법(분석 체계 또는 논리), 이론 및 연구결과, 데이터, 조사자료 등이다.

제13조 (자기표절) 비록 자신의 저작물이라 할지라도 적절하게 출처를 밝히지 않고 그 일부 또는 전부를 마치 새로운 것처럼 다시 사용하는 것도 표절에 해당된다. 또한 출처를 표시한다고 해도 정당한 범위 안에서 공정한 관행에 합치되게 인용하지 않는 경우도 표절에 해당한다.

제14조 (이중 게재) 저자는 국내외를 막론하고 이전에 타 학술지를 통해 출판된 자신의 연구물(게재 예정이거나 심사 중인 연구물 포함)을 새로운 연구물인 것처럼 투고하거나 출판을 시도하지 않는다. 이미 발표된 연구물을 사용하여 출판하고자 할 경우에는 편집위원장에게 이전 출판에 대한 정보를 제공하고, 이중 게재나 중복 출판에 해당되는지 여부를 확인하여야 한다.

제15조 (위조 및 변조) ‘위조’는 존재하지 않는 데이터, 연구결과 등을 허위로 만들어 내는 행위를 말하며, ‘변조’는 연구자료, 장비, 과정 등을 인위적으로 조작하거나 데이터를 임의로 변형, 삭제함으로써 연구내용 또는 결과를 왜곡하는 행위를 말한다. 위조와 변조는 일종의 사기행위로서 연구자는 절대로 이러한 행위를 해서는 안 된다.

제16조 (부당한 논문저자 표시) 저자는 자신이 실제로 행하거나 공헌한 연구에 대해서만 저자로서의 책임을 지고, 업적으로 인정받는다. 저자의 순서는 연구에 기여한 정도에 따라 반영하여야 한다. 반면, 연구나 저술에 기여하였음에도 불구하고 공동저자로 기록되지 않는 것 또한 정당화될 수 없다.

제17조 (인용 및 참고 표시) 공개된 학술자료를 인용할 경우에는 정확하게 기술해야 하고, 상식에 속하는 자료가 아닌 이상 반드시 그 출처를 명확히 밝혀야 한다. 다른 사람의 글을 인용하거나 아이디어를 차용(참고)한 경우에는 반드시 본문 또는 각주를 통하여 인용 및 참고 여부를 밝혀야 한다.

제18조 (기관생명윤리위원회 승인 확인) 본지 편집위원회는 인간 대상 연구에 대해서는 저자가 사전에 소속기관의 기관생명윤리위원회(IRB)에서 승인을 받아 연구를 수행했는지 여부를 확인할 수 있다. 저자가 IRB의 승인을 받지 않은 인간 대상 연구를 투고할 경우 논문 접수를 거부할 수 있다.

제19조 (연구윤리서약) 연구자는 저자 윤리지침에 따라 논문 투고 시 본지 편집위원회에 연구윤리서약서를 제출하여야 한다. 저자가 이에 따르지 않을 경우, 편집위원회는 논문 접수를 거부할 수 있다.

## 제5장 연구부정행위의 처리

제20조 (연구부정행위의 처리) ① 투고논문에서 표절, 위조, 변조, 이중게재, 부당한 논문저자 표시 행위 등 연구부정행위의 혐의가 발견되었을 경우 편집위원회는 즉시 부정행위에 대한 조사에 착수하여 발견일로부터 30일 이내에 조사를 완료하여야 하며 그 결과를 제보자에게 통보해야 한다.

② 조사 결과 연구부정행위가 사실로 판명되었을 경우에는 해당 논문을 게재불가로 처리하고 부정행위 내용을 투고자, 투고자 소속기관장, 한국연구재단에 통보한다.

③ 연구부정행위를 한 투고자는 해당 논문으로 인해 발생한 일체의 비용을 부담하여야 하며 향후 3년간 본지에 논문을 투고할 수 없다.