

상권 및 야시장 제도 및 운영개선을 위한 워크숍

○ 회의목적

- 군단위에서 최초로 추진된 상권활성화 사업이 2016년 완료되는 시점에서 문제 공유 및 개선 방안, 향후 추진방안 모색
- 행자부의 국비사업인 야시장 운영 추진에 대한 문제점 및 개선 추진방안 논의

○ 회의일시 : 2016년 12월 23일 금요일 오후 2시 ~ 오후 4시30분

○ 회의장소 : 부여군 부여시장 2층 상인회 회의실

○ 참석인원 : 20명 내외(원내 연구진, 외부자문가 및 공무원, 상권활성화재단, 부여청년창업팀, 부여시장상인회 임원 및 상인, 소상공인회장 등)

○ 주최·주관 : 충남연구원

○ 세부일정

시 간		내 용	담당자
부 터	까 지		
14:00	14:05	· 인사말 및 참석자 소개	부여군 이종관 경제교통과장
14:05	14:15	· 야시장 운영에 대한 재진단	충남연구원 윤정미 연구위원
14:15	14:30	· 상권활성화 재단 추진 사업	상권활성화재단 노재정 사무국장
14:30	16:25	· 종합토론	참석자 전원
16:25	16:30	· 마무리	충남연구원



부여 상권과 야시장 운영개선 방안



국내 야시장 사례

국내야시장 사례-하드웨어

부산 부평강통야시장

경관조명 설치



이동식 매대



공동 조리장

전주 남부야시장

경관조명 설치



이동식 매대



부산 초량야시장

경관조명 설치



이동식 매대



평택 헬로나이트마켓

이동식 핑크수레



매대 보관소



목포 남진야시장

이동식 매대



조명 및 상징물



국내야시장 사례-소프트웨어

먹거리

> 지역 특색있는 먹거리 개발

→ 목포남진야시장의 목포5미와 별미5선, 부평강통시장의 어묵 등

> 청년 창업자의 참신한 아이디어 먹거리 개발

> 야시장 특색에 맞는 저렴한 먹거리 개발

→ 목포남진야시장의 3~5천원의 회 한접시, 순천 아랫장 만원한장 행복한 먹거리(1~6천원)

> 서울 밤도깨비 야시장의 경우 푸드트럭 이용 다양한 먹거리 제공

문화공연

> 버스킹 공연, 이벤트 행사 흥미 유도

> 도자기, 비누 공예 등 체험행사로 가족단위 방문객

> 마스코트가 돌아다니며 흥 돋움

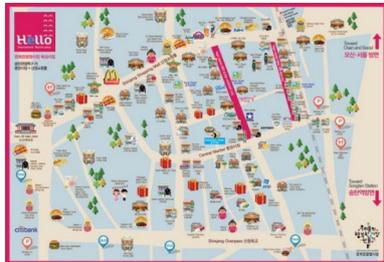
→ 순천 아랫장 야시장, 서울 밤도깨비 야시장 등



국내야시장 사례-홍보 및 마케팅

홍보물 제작

> 포스터, 리플렛, 지도 등 제작 배포



옥외 광고물 제작

> 상징물 조형 제작으로 시장 이미지 부각



온라인 홍보

> 홈페이지 제작, SNS(페이스북, 블로그)를 활용한 다양한 이벤트 홍보



사례조사 시사점

인접한 관광지 및 지역에 방문한 고객을 위한 야시장

- > 전주 남부한옥야시장은 한옥마을
- > 부산 부평강동시장은 국제시장 관광명소와 함께 야시장 활성화
- > 광주 대인시장 야시장 별장 아시아문화예술의 전당
- > 순천 아랫장 야시장 순천만정원박람회 계기

다양한 주체와 연계

- > 다문화가정, 청년몰, 청년 창업
- > 청년 일자리 창출, 청년 인턴 실습

다양한 사업으로 예산 수반 및 전문가 활용

- > 문화관광형 시장으로 인한 전문가 활용한 야시장
- > 행자부 사업으로 인한 야시장 조성
- > 야간관광활성화를 위한 지자체 예산 투입

사례조사 시사점

상인회 리더십 및 철저한 고객위주 운영

- > 다문화가정은 자국 민속의상, 유니폼 착용
- > 다년간의 상인교육으로 상인의식변화

예술을 도입한 밤문화 창출, 볼거리, 젊음의 거리 조성

- > 참신한 아이템, 볼거리, 즐길거리 조성

현대화가 아닌 차별화 시스템 도입

야간 경관 조명 등 공간을 브랜드 전략화

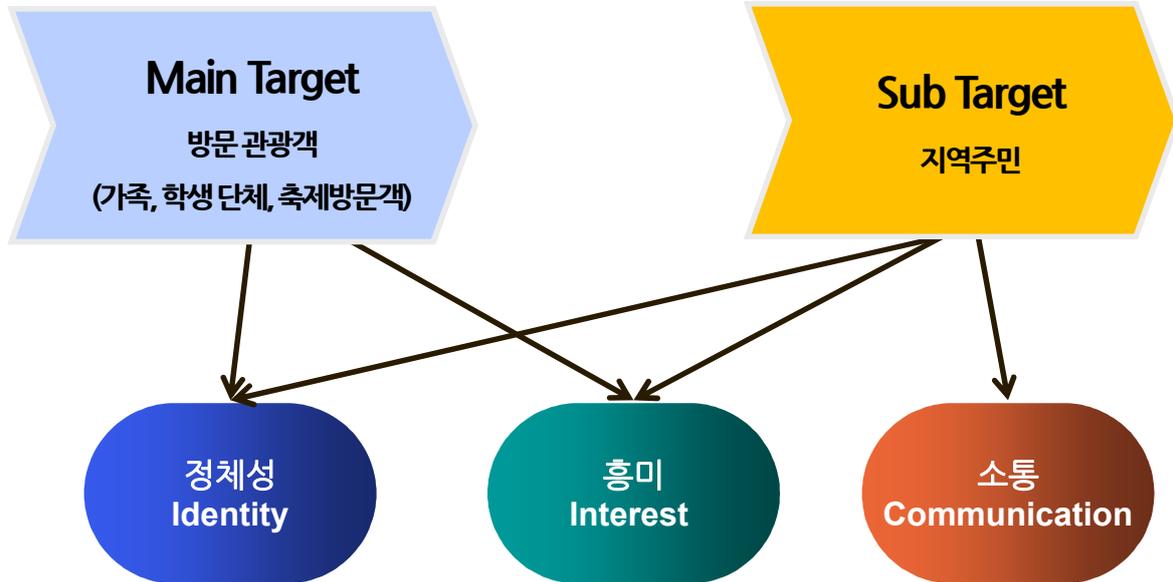
7



야시장 추진사업

1. 기본 방향
2. 공간개선사업
3. 소프트웨어사업
4. 홍보마케팅사업

기본 방향- 타깃 설정은?



저잣거리 장터 공간 조성?

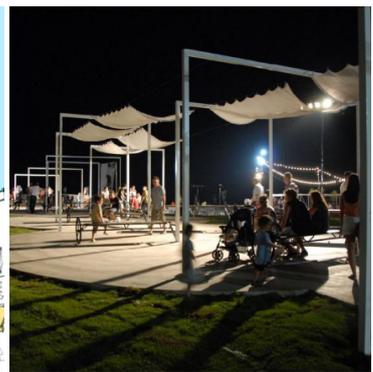
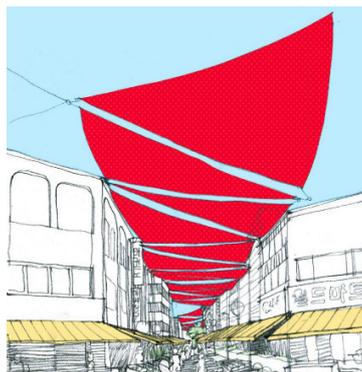
■ 저잣거리 장터 공간?

■ 광장 무대 및 공연장소?

■ 야시장 상징게이트



■ 광장 마당 상부 설치 예술



야시장 운영 시설물?

야시장 매대 제작

- > 특화상품 코너를 위한 옛 저잣거리 체험할 수 있는 모양의 매대 제작
- > 일반 제작 매대 및 행사용 테이블 활용 (타 용역 결과 활용)
- > 부여야시장 비전 및 방향 반영한 디자인 기획



야시장 매대 보관소

- > 야시장 운영 공간 인근에 조성
- > 컨테이너 박스 형태의 조립식 보관소 조성



야시장 운영 시설물

공동 조리장 조성

- > 즉석판매제조·가공업 시설기준을 위한 공동 조리장 조성 필요

- 관련법령 : 식품위생법
- 관련규정 : 식품위생법 제36조(시설기준), 제37조(영업허가 등), 시행령 제21조(영업의 종류), 시행규칙 제36조(업종별 시설기준), 제 37조(즉석판매제조·가공업 대상)

음향시설 및 쓰레기통 비치

- > 공연 및 행사를 위한 음향시설 계획 필요
- > 야시장 청결용 쓰레기통 비치

도심 관광지연계 이동수단운영

- > 야시장 연꽃마차 제작 및 운영
- > 인근 관광지와 롯데리조트 이동수단
- > 백제 전통성이 가미된 이색 치장 및 연출



야간 경관 조성?

야시장 광장 상부 및 측면 설치예술 도입(야간 조명)

- > 비전인 '밝히다'의 야간 조명 / 연등 느낌 상부 설치예술 도입
- > 전문가 교육프로그램에 의한 일반인 참여 전시(소망등 형태)



야간 조명 활용 캐릭터 및 포토존

- > 야간 경관 조명 활용 이벤트 시설
- > 야간 조명 활용 캐릭터 조성



소프트웨어 사업?

스토리텔링 발굴

고도(古都) 부여의 이미지를 반영한 스토리텔링

스토리텔링을 통한 특화상품 개발 및 판매

부스 및 매대 운영

먹거리 매대 운영

살거리 매대 운영 및 상품 개발

체험거리 매대 운영

문화·예술·참여 프로그램

대형 스크린 조성

백마강 달밤 축제

백제역사문화 교육축제

백제문화제와 연계 프로그램 운영

상인과 주민 커뮤니티 형성 프로그램 운영

스토리텔링에 의한 토크쇼, 인형극 운영

부여 야시장 장터 분위기 조성 사업

판매 상인 복장 착용 및 백제인 분위기 조성

백제 전통복 대여 및 기념사진 촬영

스토리텔링 발굴?

스토리텔링

- > 기존 발굴되었거나 회자되었던 스토리텔링 내용 재점검
- > 이야기 대중성, 공감성, 상품 활용 가능성 고려 재선정

》스토리텔링 예시

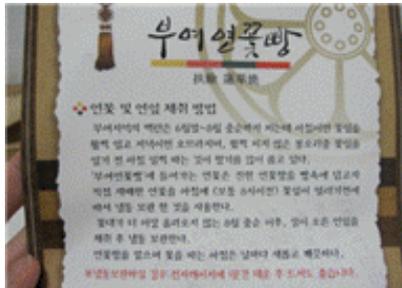
- 기존 '서동과 선화공주의 사랑(서동요)' 에서 야망을 가진 서동으로 재가공
- 서동을 중심으로 하는 개혁세력의 주체
- 이야기와 결부된 상품성 높은 재료 : 마, 연
- '연'을 활용한 기존의 다양한 축제 : 부여 서동연꽃축제 재구성
- '연', '마'를 활용한 음식 상품 개발 : 특화상품개발
- 이야기와 결부된 연극, 뮤지컬, 드라마 제작 - 문화재단과 연계



스토리텔링 발굴

스토리텔링을 통한 특화상품 개발

- > 기존의 상품 중 스토리텔링 주제와 연관된 상품개선
- > 특화상품 코너에 특별 판매 부스 제공



부스 및 매대 운영

■ 먹거리 매대 운영

> 부여만의 서동을 주제로 한 먹거리 개발

- 주제 음식을 통해 야시장 방문객들이 역사속의 주인공이 되어 보고 부여 전통시장의 일부 분이 되어 다른 상품 구매와 연결될 수 있는 주제 음식 개발
- 서동 건강음식 '마', 서동의 어머니 연화의 아름다움 비결 '연', 서동의 사랑 '사랑밥' 등

> 백제의 음식 매대 운영

- 와일드 푸드 활용 백제음식: 통메추리/돼지 바비큐, 향아리/진흙구이, 밤/고구마 구이 요리 상품화
- 전통음식과 로컬푸드 활용한 백제음식 상품화(연꽃도깨비빵, 두부, 떡, 발효 식품 상품화)

> 아시아 음식

> 백제의 전통주

- 충청도의 전통주 활용
- 전통주+백제 스토리가 연계된 전통주 칵테일 개발
- 백제시대 술잔 및 식기를 재현하여 활용

부스 및 매대 운영

■ 살거리 매대 운영

> 지역공예가 공예품

- 지역에서 활동하는 공예가 참여 유도 체험과 상품 판매
- 어르신 전통 공예품 체험 및 판매를 통한 노인 일자리 창출

> 청년 창업팀 개발 상품

- 충남발효식품고등학교, 부여정보고등학교, 한국전통문화대학교와 연계를 통한 청년 창업 지원과 야시장 참여 유도
- 교육과 창업지원을 통해 청년들이 지역에 자리 잡을 수 있도록 하고 시장 성장의 핵심 인력으로 자라날 수 있도록 함

> 6차산업 등과 연계한 농산물 가공품

> 부여군 농특산물(굿뜨래8미) 로컬푸드 마켓 운영

- 운영방안 : 파머스마켓 형태로 운영, 지역농민 중심(작목반 또는 마을, 마을기업, 협동조합, 영농조합 참여)으로 운영하여 지역특산물 홍보와 판매 창구로 활용

부스 및 매대 운영

■ 체험거리 매대 운영

> 백제의 놀이 및 기존 부여 체험마을 놀이 운영

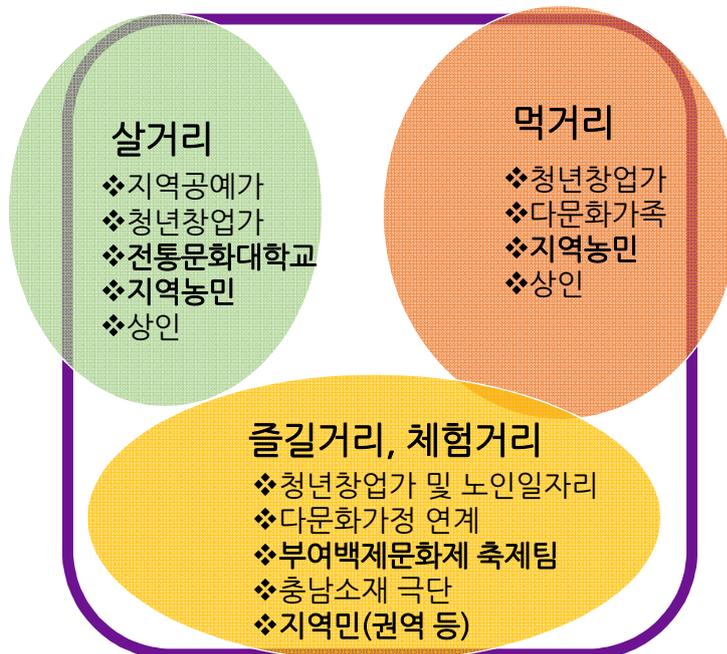
- 백제시대 놀이 재현과 전통놀이 매대 운영
- 6차산업 인증 마을에서 진행되는 체험, 권역사업 마을의 체험, 부여군 생태체험 및 문화체험 프로그램 운영
- 사업 추진을 위한 매대 운영 : 유료
 - 백제시대 놀이 재현과 전통놀이 매대 : 야시장추진위원회에서 선발하여 계획 및 추진
 - 부여 체험마을 놀이 운영 : 각 체험마을에서 계획 및 추진(참여 유도 필요)

> 아시아의 전통 놀이

- 중국, 일본, 베트남, 인도 등의 전통놀이 체험
- 다쿠마오토시(일), 캔다마(일), 공주(중), 구련환(중), 나이샵(베) 등
- 야시장추진위원회에서 계획 후 추진

부스 및 매대 운영

다양한 주체에 의한 체험거리, 놀거리 운영으로 흥이 있는 야시장



문화·예술·참여 프로그램

■ 대형 스크린 상영

› UCC 공모 상영 : 주민참여 효과

■ 백마강 달밤 축제

› 찾아가는 문화행사 개최 통기타 라이브, 가야금연주, 백제문화제/서동연꽃축제 행사유치, 충남도·전국단위 행사시 국악공연 등

■ 백제역사문화 교육축제

› 백제역사와 관련된 다양한 역사문화를 체험을 통해 학습

- … 금동대향로 발굴체험
- … 백제기와 발굴체험
- … 백제미마지탈 그리기체험
- … 한지공예 만들기체험
- … 백제유물바로알기 체험
- … 장승숫대 만들기체험



문화·예술·참여 프로그램

■ 백제문화제와 연계프로그램 운영

› 부여백제문화제 운영 프로그램 협의 운영

■ 상인과 주민 커뮤니티 형성 프로그램 운영

› 주민들이 문화생산자로 무대에 참여하는 기회 마련
› 상인과 주민 화합 도모하여 한바탕 놀아보는 프로그램

- … 서비스타 선발대회
- … 상인 동아리 및 외부 학교 연계 공연
- … 전통생활공예 경연대회
- … 사비 프리마켓
- … 백제팔씨름왕 선발대회

■ 스토리텔링에 의한 토크쇼, 인형극 운영

› 부여야사 토크쇼, 인형극 개발
› (사)문화콘텐츠개발원 부속 도깨비 인형극단, (사)스토리텔링 협의회, (사)한국연극협회 등 업체와 연계하여 인형극 개발
› 충남 소재의 극단과 연계하여 운영

백제 야시장 장터 분위기 조성 사업

■ 판매 상인 복장 착용 및 백제 분위기 조성

- > 백제 옷을 개량하여 단체복 입기
- > 우수 상인(셀러)에게 귀족 복장 또는 의관 대여(편리성 확보)



■ 백제 전통복 대여 및 기념사진 촬영

- > 즐길거리 제공 - 한복 또는 백제전통복 대여
- > 한복 대여자 할인품목 지정 및 운영
- > 전통시장 한복점포 협동조합 결성 시행 가능
- > 일부 한복은 구비하고, 일부는 기증을 통해 준비



홍보 및 마케팅 사업

특화 전략

특별전 기획 및 운영

야螟이 야시장 운영 및 사은품 증정행사

셀러 모집 및 교육

상인을 키워나가는 야시장 마케팅 교육 진행

군수와 함께하는 마케팅 전략

왕과 함께하는 마케팅 전략

MI 및 캐릭터 개발 전략

M.I. (마켓 아이덴티티) 개발

언론 홍보 전략

보도 자료 구성 및 배포

기자 간담회, 언론광고

홍보물 제작

포스터 제작 및 부착

리플렛, 맵북, 쿠폰북, 홍보물 제작 배포

오프라인 홍보 온라인 홍보

현수막 및 옥외 광고물 제작

SNS 운영 및 홈페이지 제작

상권연계 마케팅 전략

■ 특별전 기획 및 운영

- › 인근 상권 및 상점가 참여 - 부여 야시장 특별전 구성 운영
- › 부여시장 외에 중앙로 상권, 지역 내 상인 참여 기회 제공

■ 야떨이 야시장 운영 및 사은품 증정행사

- › 매우 저렴한 가격 판매 : 구매 유도 마케팅 운영
- › 주부 및 학생들이 참여하는 베틀시장
- › 물건기증 운영방식, 일정금액 이상 구매 시 사은품 증정



셀러 모집 및 운영을 통한 마케팅

■ 셀러 모집 및 교육

- › 셀러 모집 시 참여 조건과 참여 이후 준수 사안 공지
- › 지속적으로 함께 활동 가능한 '상단' 구성에 초점
- › 모집 이후 교육을 통한 참여 목표 공유
- › 판매 강화를 위한 전략 함께 고민, 실행하기 위한 협력을 이끌어 냄

■ 상인을 키워나가는 야시장 마케팅 교육 진행

- › 지역 상권의 미래를 밝히는 적극적인 도전임을 주지시켜야 함
- › 월 1회의 야시장 참여 상인 대상 마케팅 교육
 - ... 현장 판매 증대를 위한 매대 구성 및 가격 전략 컨설팅
 - ... 개별 SNS 및 지인을 통한 입소문 마케팅 방법 교육

■ 군수와 함께하는 마케팅 전략

■ 왕과 함께하는 마케팅 전략

- › 왕이 방문객과 함께 담소 나눔
- › 고민 상담도 하는 마케팅 전략

마케팅 전략

M.I. (마켓 아이덴티티) 개발



- > '부여의 밤을 밝히다'라는 비전과 '부여의 이야기를 담은 야시장' 컨셉에 부합하는 디자인 구성

언론 홍보 전략

- > 언론은 야시장 마케팅의 핵심적 채널
- > 대상 매체를 전문적으로 관리 : 가장 중요
- > 야시장추진협의회에서 방송, 신문, 잡지 매체에 다이렉트로 홍보 요청 : 언론 노출 최대화 목표
- > 공간 자체가 홍보물이 되도록 조성

홍보물 제작

- > 집객을 위한 사전 홍보와 현장 홍보 구분 진행
- > 리플렛, 맵북 등 메인 홍보물은 한국어, 영어와 일어 3개 국어 제작
- > 용도에 맞는 다양한 소량 홍보물들을 제작하여 전달 될 수 있도록 함



마케팅 전략

현수막, 옥외 광고물 등 오프라인 홍보

- > 현수막, 가로등 배너, 홍보물 스탠딩 배포, 광고 등 가능한 모든 매체 활용
- > 오프라인 홍보물은 현장 분위기 연출과 이미지 전달에 매우 중요한 역할

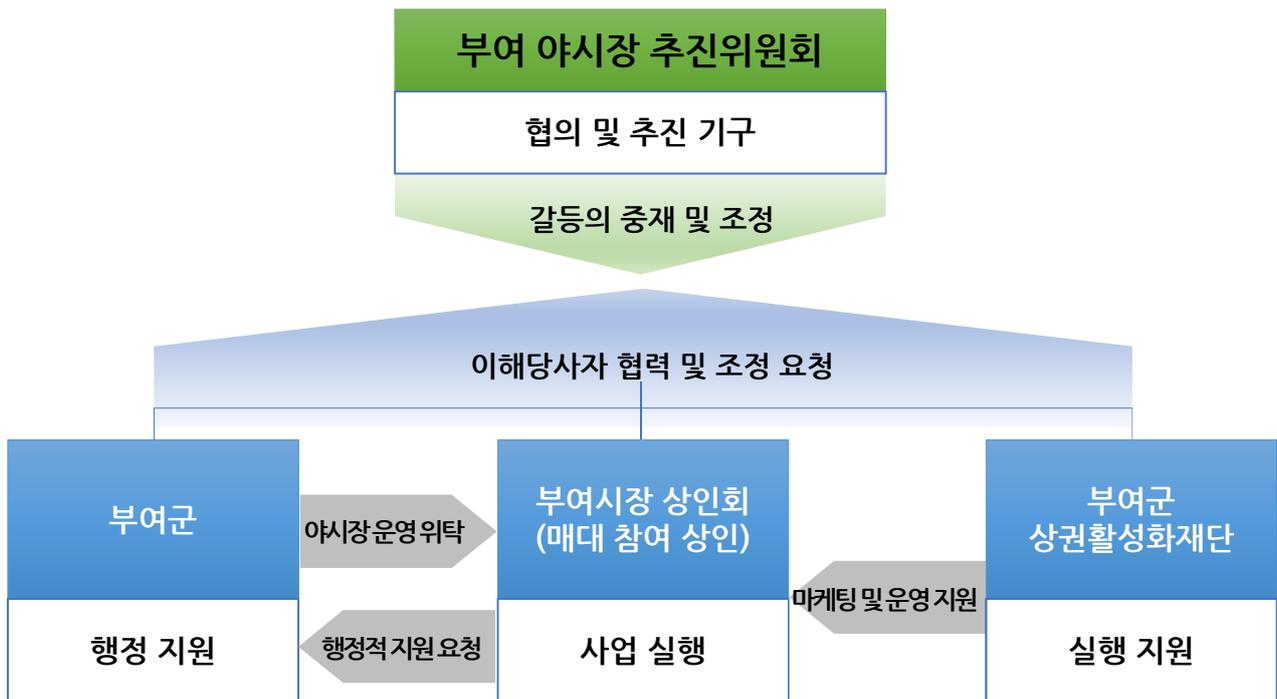
SNS운영, 홈페이지 제작 등 온라인 홍보

- > 야시장 브랜드 이미지 향상과 소비자 유입을 위한 SNS 채널 운영함
- > 메인 채널 네이버 블로그, 서브 채널로 페이스북
- > 야시장에 대한 다양한 콘텐츠를 생산 및 확산
- > 지역 청년 및 파워 블로거 대상의 온라인 이벤트 진행을 통한 붐업 활동에 초기 집중함



추진방안

추진 체계



- 초기에는 부여군과 재단 주도의 야시장 운영 기반 조성
- 2017년 재단 및 상인회에 운영 위탁 방식

조직구성-부여야시장 추진위원회

추진위원회 구성의 필요성

- > 야시장과 관련된 직·간접적인 문제 중재, 조정, 결정
- > 이해당사자들의 참여를 이끌어 낼 수 있는 추진위원회 구성 필요

추진위원회의 역할

- > 이해당사자의 협의 도출, 리더들의 협력 유도
- > 사업 추진 시 발생하는 갈등의 중재 및 조정을 통한 원활한 사업추진 지원



31

매대 운영자 운영방안

매대 구성

- > 부여상권 상인 우선 배정
 - 육성을 통한 먹거리 중심의 배치
 - 전통주 등은 상인회 공동사업으로 진행
- > 취약계층 및 지역민
- > 지역상인 및 청년 공모를 통한 청년창업자와 전문 셀러 양성
- > 기타 외부공모 및 푸드트럭 공모

매대운영자 계약 및 규약 제정

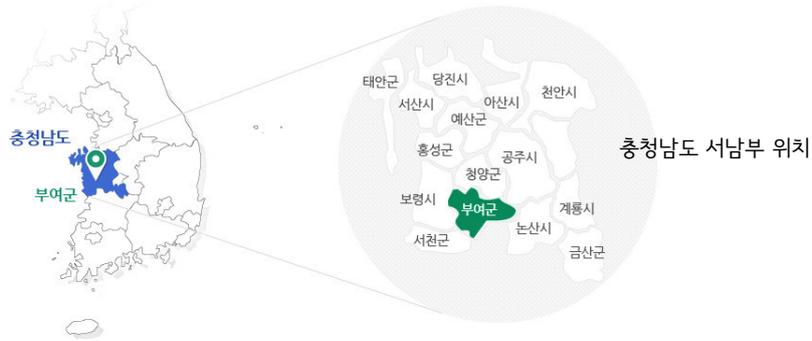
- > 매대 운영자에게 초기 매대 보관비 받음
- > 2016년 초기 시범기간에는 전기료 및 운영비는 무료로 진행
- > 안정기 : 매대별 차등적 소정의 운영비
- > 규정 및 조례 제정

32

감사합니다

부여의 지역문화자원과 연계를 통한 상권활성화 사례

1. 부여상권 기본 현황



- 공주-서천 간 고속도로, 천안-논산 간 고속도로 : 수도권 및 인접 도시와 높은 접근성
- 국도 4호선, 부여-구룡 간 도로, 백제큰길 등 순환형 내부교통체계 : 주요 거점에 대한 높은 접근성
- 공주 KTX, 논산역과 20분 거리
- 충청문화산업철도 부여군 경유 확정

부여의 문화자원 : 역사자원

백제 제26대 성왕부터 제 31대 의자왕 때 까지 123년간 백제의 왕도
백제의 고도로서 찬란한 민족문화유산이 다수산재하고 있으며,
2015년 유네스코 세계문화유산에 등재



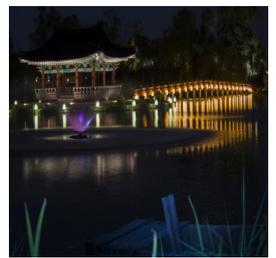
관북리유적



백제금동대향로



정림사지5층석탑



궁남지



사비나성



능산리 고분군



부소산성



구드래 나루터

부여의 문화자원 : 인문정신

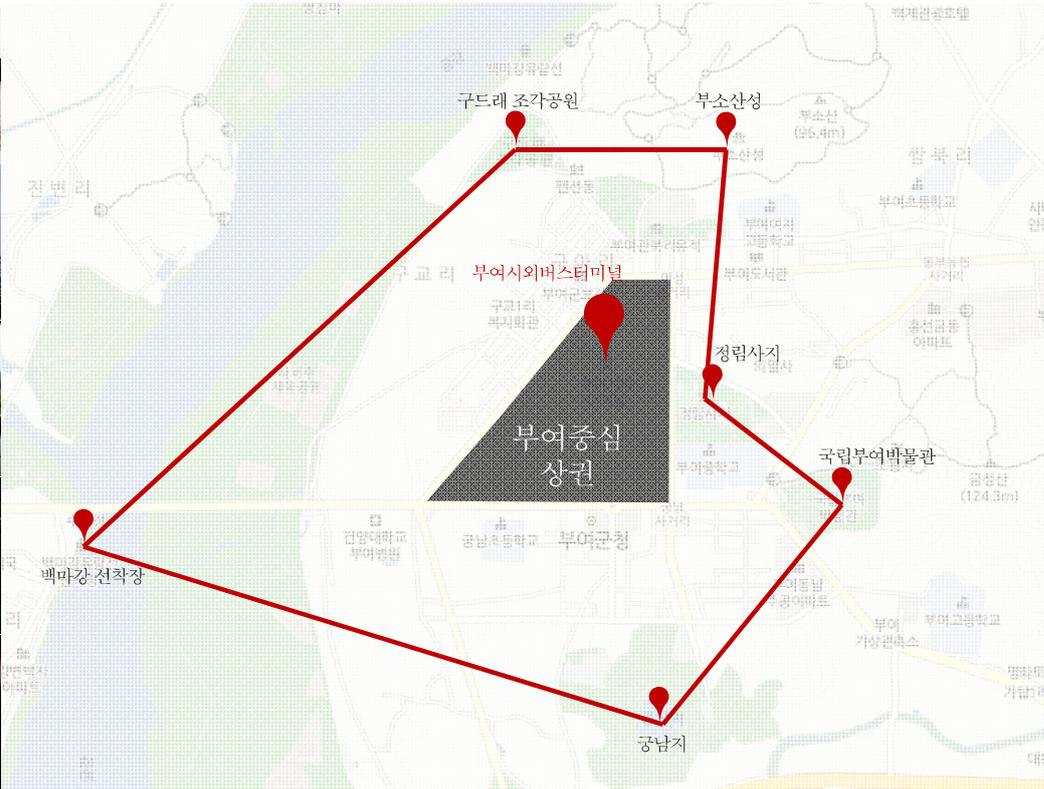


동학년
곰나루의
그아우
성만
살고
꼭
데기
는
가
라

일제강점기부터 전쟁까지, 한국의 근현대사를 노래한 민족시인 신동엽의 고향 대표작 '꼭 데기는 가라'

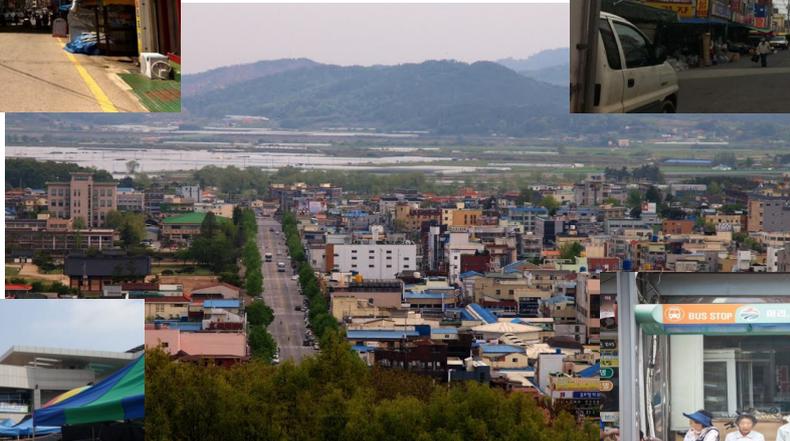


부여의 공간적 특성



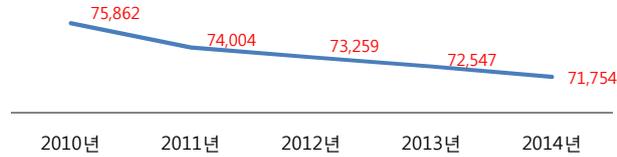
부여 중심상권의 현황과 문제

전국 5대 시장 중 하나였던 부여시장을 비롯하여
부여군의 경제를 이끌어 왔던 부여 중심상권의 침체



인구변화추이

- 최근 5년간 인구추이를 살펴보면, 부여군의 전체 인구는 감소추세

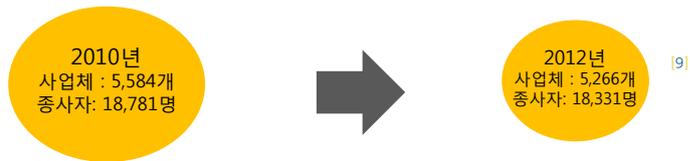


인구 구조의 변화

- 2014년을 기준으로 15~64세의 생산연령인구가 62.3%, 65세 이상의 노령인구가 28.0% (**초고령 사회**)

사업체 및 종사자 변화

- 중심 상권 사업체 및 종사자 수 감소



부여상권 실태조사 결과

구분	중앙시장 구역		부여시장 구역		터미널 인근 구역		전체 구역		
	빈도	백분율	빈도	백분율	빈도	백분율	빈도	백분율	
업종	농산물	16	4.3%	6	6.7%	2	3.5%	24	4.6%
	축산물	6	1.6%	7	7.8%	2	3.5%	15	2.9%
	수산물	2	0.5%	3	3.3%	-	-	5	1.0%
	가공식품	19	5.1%	5	5.6%	7	12.3%	31	6.0%
	의류 및 피복	69	18.5%	18	20.0%	6	10.5%	93	17.9%
	기타 가정용품	26	7.0%	5	5.6%	6	10.5%	37	7.1%
	음식점	65	17.4%	15	16.7%	9	15.8%	89	17.1%
	근린생활서비스	67	18.0%	9	10.0%	15	26.3%	91	17.5%
	기타 소매업	103	27.6%	22	24.4%	10	17.5%	135	26.0%
	합계	373	100%	90	100%	57	100%	520	100%
상인 연령	20대	7	1.9%	1	1.1%	-	-	8	1.5%
	30대	46	12.3%	6	6.8%	5	8.6%	57	11.0%
	40대	105	28.1%	7	8.0%	8	13.8%	120	23.1%
	50대	116	31.0%	25	28.4%	16	27.6%	157	30.2%
	60대 이상	100	26.7%	49	55.7%	29	50.0%	178	34.2%

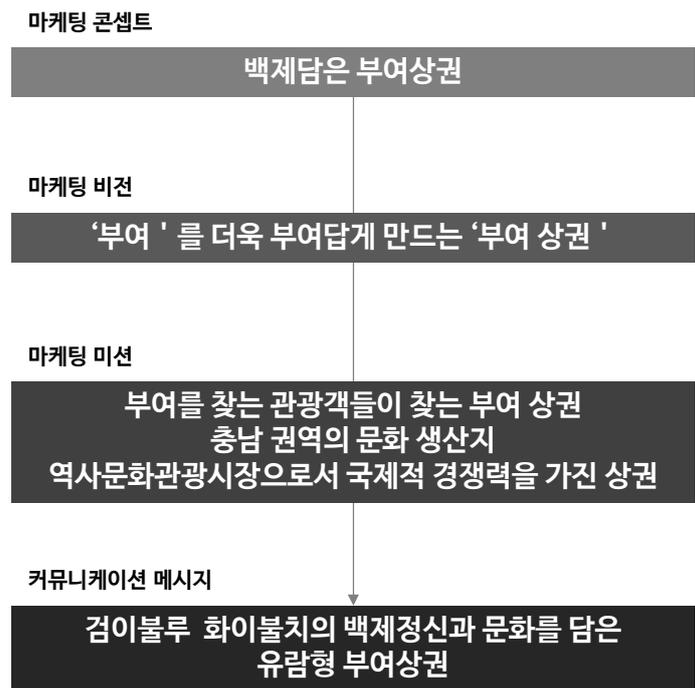
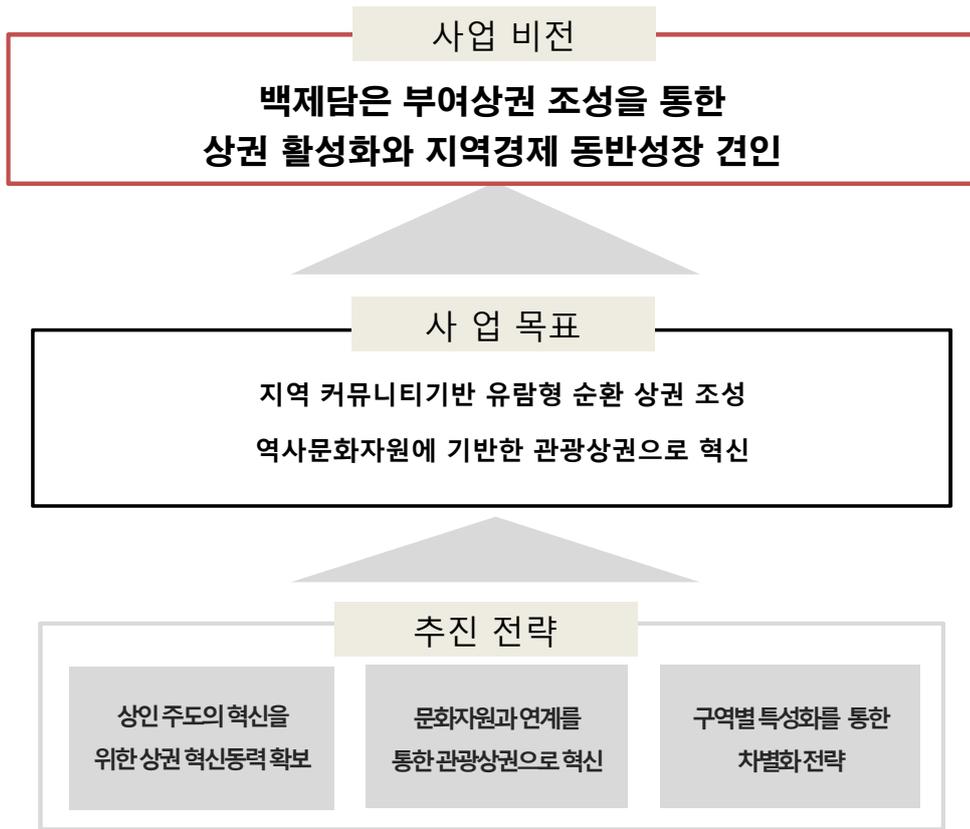
부여 중심상권 60세 이상 상인 34.2%(부여시장 55.7%)

부여상권 침체의 원인

- 부여군 인구감소 및 고령화
- 고도보존 사업으로 인한 중심지기능의 약화
- 롯데아울렛 입점으로 인한 중심 상권 약화
- 대안 주거지인 규암면 아파트 단지 건설로 인한 상권 분리 예상

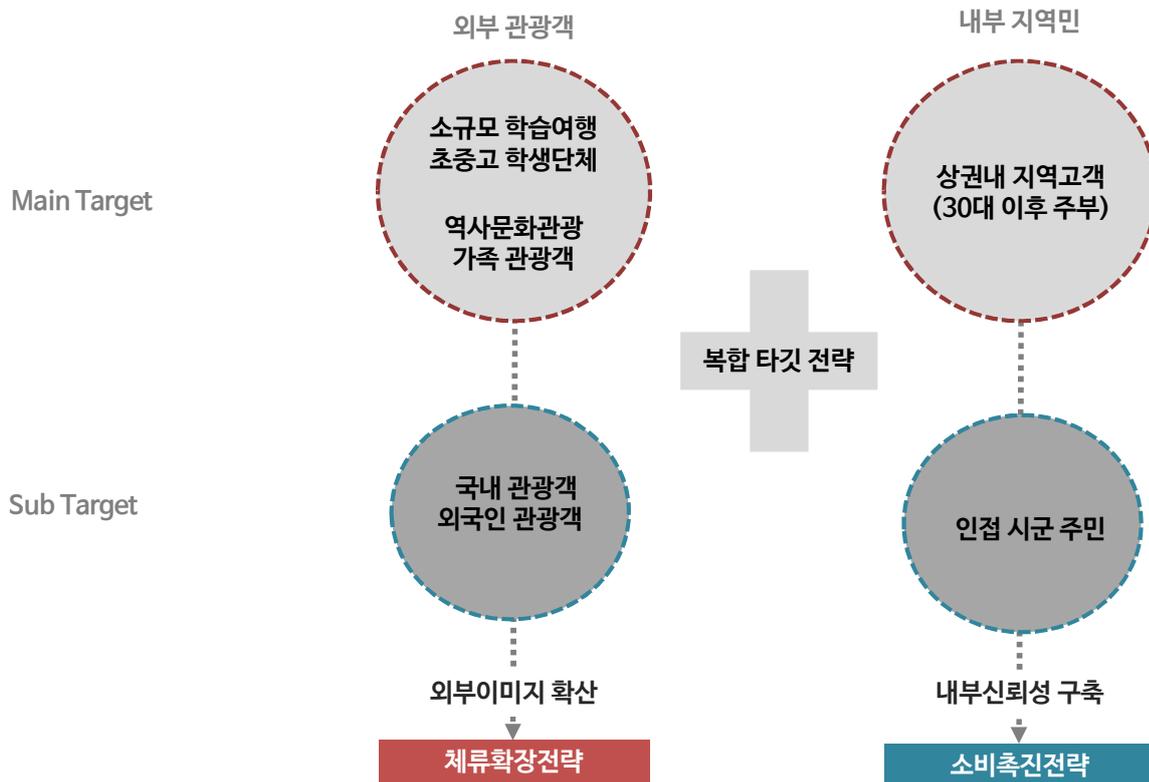


2. 부여군상권사업의 방향과 내용





타깃 전략



[점포혁신사업] 청년창업 점포 육성



사업 성과

- 사업 대상 : 부여중앙시장 및 부여시장
- 사업 내용
 - 청년점포 육성 교육, 청년점포 창업 지원
- 사업 성과
 - 1,2,3차 사업 창업 점포 현황(총 21개팀)
 - 2016년 하반기 4차 청년창업 지원사업 진행중(6개팀 선정 목표)



[점포혁신사업] 청년창업 점포: 부여중앙시장(공예)



[점포혁신사업] 부여시장 청년커뮤니티마트

부여도심상권활성화구역
상권 B.I. 개발 및
공간디자인 전략수립



[점포혁신사업] 상권의 혁신 동력으로 성장

부여도심상권활성화구역
상권 B.I. 개발 및
공간디자인 전략수립

문화융성 충남문화재단

매달 마지막 수요일은 **문화가 있는 날**

2016 문화가 있는 날 - 지역 거점 프로그램

보부상, 부역 문화를 입히다

부여, 중앙시장
(충남 부여군 소재)

매달 마지막
수요일

태동	4.27
울림	5.25
화합	6.29
신명	7.27
학산	8.31
공감	9.28
나눔	10.26
추억	11.30

백마가 달밤 시장

2016. 7. 1일(화)
7월 2.16.30
8월 13.27
9월 3.17
10월 4.06 - 11.06
12월 11.06(토요일 포함)



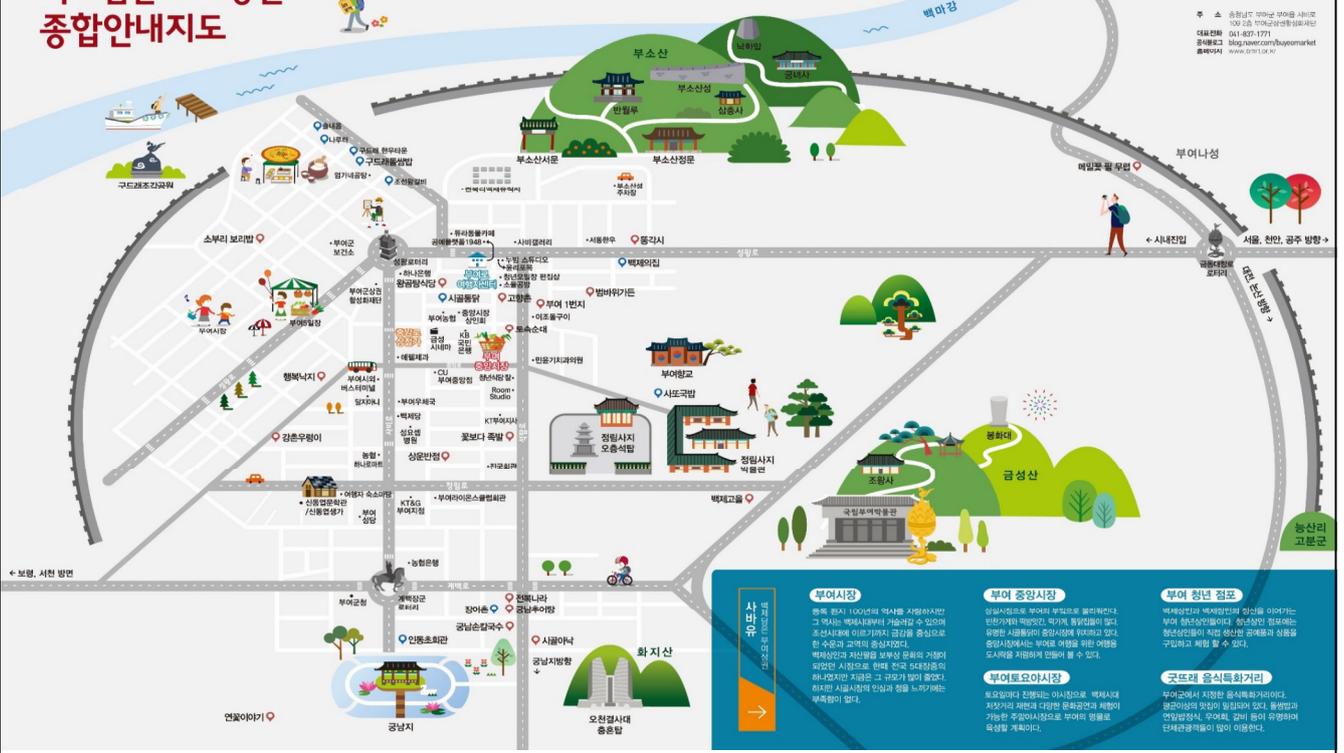
[상생상권사업] 지역 연계 부여로 도보여행 서비스

부여도상생상권사업
상권 B.I. 개발 및
공간디자인 전략수립



주소 충청남도 부여군 부여읍 서안로 193-30 부여도상생상권사업부서
대표전화 041-832-1771
홈페이지 blog.naver.com/buyeomarket
홈페이지 www.byeo.or.kr

와바유, 맛바유, 사바유! 백제담은 부여상권 종합안내지도



사바유

백제 담은 부여상권

부여시장

총면적 100여년의 역사를 자랑하지만 그 옛날 백제시대부터 지금까지 수없이 조선시대에도 이르기까지 공기를 중심으로 할 줄을 고쳐서 조성되었다. 백제시대의 저산형을 보살 보살의 거처로 되었던 시장으로 현재 전국 54개중의 하나로 지정된 부여 시장이 있다. 하지만 시골시대의 모습과 정을 느끼는 매력은 있다.

부여 중앙시장

중앙시장에 부여의 부유층이 몰려다닌다. 탄탄한 기반이 백제, 화계, 통일시절에 있다. 다양한 시장들이 융성하여 번영하고 있다. 중앙시장에서는 부여의 전통을 체험할 수 있는 다양한 상품들이 판매되고 있다.

부여 청년 점포

백제담은 부여로 와바유, 맛바유, 사바유! 백제담은 부여에서 사바유!

맛바유 백제담은 부여상권

주요 먹거리

부여에서 생산되는 백제담은 부여상권. 맛바유, 사바유, 와바유. 맛바유, 사바유, 와바유. 맛바유, 사바유, 와바유.

부여 8미

부여 사람들이 좋아하는 그곳. 부여 사람들이 추천하는 맛집.

blog.naver.com/buyeomarket

맛바유 추천하는 맛집

부여 8미

- [시골 음식] 백제담은 부여상권. 맛바유, 사바유, 와바유.
- [시골 향토음식] 백제담은 부여상권. 맛바유, 사바유, 와바유.
- [시골 향토음식] 백제담은 부여상권. 맛바유, 사바유, 와바유.
- [시골 향토음식] 백제담은 부여상권. 맛바유, 사바유, 와바유.

부여 사람들이 좋아하는 그곳

부여 사람들이 추천하는 맛집

- [시골 음식] 백제담은 부여상권. 맛바유, 사바유, 와바유.
- [시골 향토음식] 백제담은 부여상권. 맛바유, 사바유, 와바유.
- [시골 향토음식] 백제담은 부여상권. 맛바유, 사바유, 와바유.
- [시골 향토음식] 백제담은 부여상권. 맛바유, 사바유, 와바유.

blog.naver.com/buyeomarket

백제담은 부여상권

백제담은 부여로 와바유, 맛바유, 사바유!
백제담은 부여에서 사바유!

주소 충청남도 부여군 부여읍 서안로 193-30 부여도상생상권사업부서
대표전화 041-832-1771
홈페이지 blog.naver.com/buyeomarket
홈페이지 www.byeo.or.kr

와바유 부여로 도보여행

01 백제담은 부여상권 추천 도보여행

백제 담은 부여상권

02 백제담은 부여상권 추천 도보여행

사비 백제 담은 부여상권

03 백제담은 부여상권 추천 도보여행

세계유산 백제역사유적지구 탐방코스

04 백제담은 부여상권 추천 도보여행

부여로 (도로) 코스

05 백제담은 부여상권 추천 도보여행

부여로 (도보) 코스

[상생커뮤니티조성] 지역 협력형 비즈니스 모델 창출



- 사업대상 : 부여중앙시장
- 사업내용
 - 부여로 여행자센터 운영
 - 부여로 여행코스 개발
 - 부여로 여행 도시락 공방 운영
 - 부여로 여행 청년 가이드 육성
 - 청년공예인 연계 공예상품 개발
 - 여행상품 개발 및 운영



4-3: [마케팅혁신] 상권 연계 상품 개발



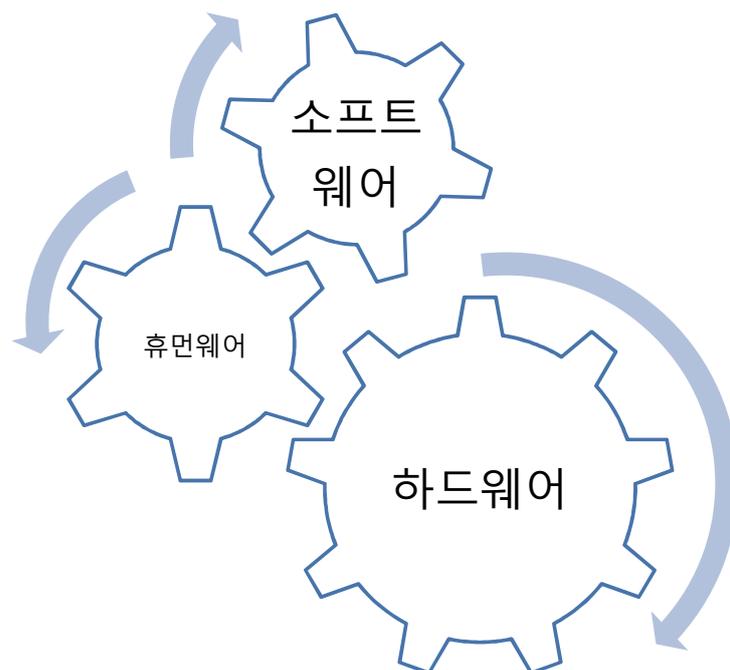
부여연꽃도깨비빵 상품 개발

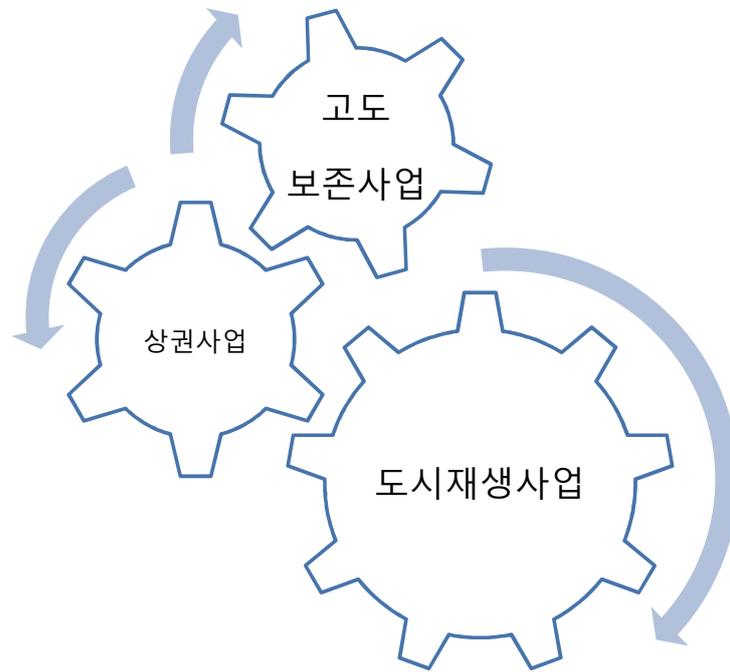


<부여 공예가 소울의 부여연꽃도깨비 도자기 제작물>

3. 결론

상권 활성화 사업 성공의 조건





와바유, 맛바유, 사바유!
백제담은부여상권