

02

[부여 롯데 아울렛 고객 원도심 유인방안 워크숍]

부여 롯데아울렛 고객의 원도심 유입 대책

박 종 배

부여군 기획감사실장

I . 추진 현황 (총괄)

- 롯데 아울렛 고객 원도심 유입을 위한 전략과제별 장단기 로드맵 마련
⇒ 3者(부여군&상인회&롯데) 협의체 구성운영, 실행 로드맵 마련 및 공동발표

□ 그동안 추진상황

- 2013. 5월 : 도심 상권활성화 군민 제안공모(86건)
- 2013. 8월 : 도심 상권활성화 부서별 창발시책 발굴(83건)
- 2013. 8월 : '14년 상권활성화 부서별 특수시책 발굴(35건)
- 2013. 8월 : 원도심 활성화방안 간담회 개최(국회의원 등 34명)
- 2013. 9월 : 아울렛 고객 원도심 제1차 유입대책 보고회(18건)
- 2013. 10월 : 아울렛 고객 원도심 제2차 유입대책 발굴 보고회(38건)
- 2013. 10월 : 3자간(부여군 & 상인회 & 롯데) 실무협의팀 구성(1단장 7팀장)

□ 앞으로 추진일정

- 부여 롯데 아울렛 고객 원도심 유입대책 워크숍 : 11월 15일
- 롯데 아울렛 고객 원도심 유입 실행 로드맵 제1차 공동발표 : 11월말

〈 아울렛 고객 현황 〉

- 고객 현황 : 평일 4천명, 주말 2만명 / 週 6만명, 年間 312만명 예상
- 고객 특성
 - 지 역 별 : 대전 20%, 전북 33%, 서울·경기 7% 順
 - 이동수단 : 자가용(99%) / 고객층 : 가족고객(70%이상)
 - 쇼핑시간 : 2~3시간 / ※ 향후 1~2시간으로 줄어듦 전망(원도심 유입 기대)
- cf) 아울렛 종사원 : 평일 460명 / 주말 600명(부여군 거주 83.6%)

Ⅱ. 전략 과제별 주요시책

1 원도심 특화시장 육성

- ① 부여 전통시장 음식특화시장 육성
- ② 도심 상권활성화 구역지정(중앙~부여시장) 및 특화거리 조성(터미널~농업인회관)
- ③ 고향의 옛정취를 느낄 수 있는 저잣거리 조성(주막집, 국밥집 등)

2 도심상권 인프라 조성

- ① 도심 간판이 아름다운 거리 조성(입체형·LED조명 간판/227업체 487개 간판)
- ② 부여읍소재지 종합장비사업새버뮤니티센터, 상설시장 복합 주차타워, 도로개설 등)
- ③ 차 없는 이색창조거리 조성(에펠제과~이안경원, 백제약국~파크랜드~조이너스)
- ④ 고객 편의를 위한 공용 주차공간 확충(부지매입 509㎡, 지장물 철거, 주차장 조성)

3 연계 관광상품 개발

- ① 백제문화단지~원도심 연계 수륙양용버스 도입(32인승 2대/22km)
- ② 열린 문화공연 확대 및 시티투어 코스 추가(문화단지~원도심) 운영
- ③ 녹색·농촌 체험마을 활성화(체류형·가족형 체험 프로그램 개발/8개소)
- ④ 아울렛 연계 백마강 수상관광 자원 발굴(오토캠핑장, 수상레저 체험 등)
- ⑤ 금강 어메니티 조성(야간경관 조명, 전망시설 등 / 백제대교, 백마강교)
- ⑥ 사적지 야간 경관조명 사업(부소산성, 구드래, 궁남지 등 주요사적지)
- ⑦ 백마강 둔치 4계절 야생화단지 확대 조성(코스모스, 거대억새, 기생초 등)
- ⑧ 부여 전통, 향토 음식 메뉴 개발(부여8미 활용, 연, 한우 숙성육, 민물장어 등)

4 홍보 및 의식개혁 추진

- ① 의식개혁 연계 서비스업소 종사자 친절운동 생활화(교육 및 캠페인)
- ② 아울렛 매장내 전용 홍보물 등 제작 비치(전광판, 홀피, 안내표지판 정비 등)
- ③ 부여전통시장 등 SNS & 언론홍보(부여맛집, 우수점포, 농특산물, 볼거리 등)
- ④ 현지인이 추천하는 맛집 지도 제작 홍보(기존메뉴 대상 대표맛집 선정)
- ⑤ 고객 눈높이 쇼핑환경 조성(노상적차·천막 정비, 가격·원산지 표시제, 현금영수증 발행 등)
- ⑥ 유통환경 변화 대응 마케팅 교육(상인대학, 선진시장 벤치마킹, 경영혁신 등)
- ⑦ 아울렛 상품 구매고객 대상 부여사랑 상품권 제공 및 원도심 홍보 지원 등

Ⅲ. 분야별 실행시책

원도심 특화시장 육성

1-① 부여 전통시장 음식특화시장 육성

[장기적-부여군]

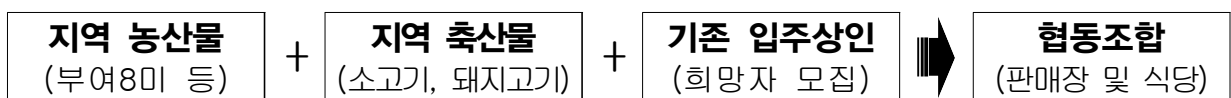
○ 부여시장을 지역을 대표하는 특화(먹거리)시장으로 육성

□ 시장 현황

- 위 치 : 부여군 부여읍 구아리 420번지 일원
- 면 적 : 대지 9,262㎡, 매장면적 4,929㎡(지하 1층, 지상 2층)
- 점 포 수 : 88개소(식당 21, 정육3, 생선6, 금융1, 기타 57)
 - 1층 : 식당, 판매시설(소매점), 새마을금고 / 51개소
 - 2층 : 판매시설, 사무실 및 회의실 등 37개소(입점 23, 빈점포 14)

□ 대상사업

- 부여시장 리모델링을 통한 특화시장 조성(로컬푸드 시스템 도입) : 5억원
- 부여시장 2층 점포를 활용 농축산물 판매장 겸용 특화 식당가 조성
 - 1층 상가는 현재대로 유지하고 2층 입주 상인을 대상으로 희망자 모집



ex) 장흥 정남진 토요시장 및 한우 특화거리(한우+버섯+키조개)

□ 추진계획

- 협동조합 지원체계 구축(지역내 농축산물 생산농가와 시장 상인회간 협동조합 구성)
- 협동조합 지원조례 제정(시장 재배치에 따른 보상비, 이주비 등 지원 근거 마련)
- 상가 이전 및 리모델링(중기청 전통시장 현대화사업 등을 통한 리모델링)
- 특화 품목 선정 및 육성(농축산물 생산자 단체 및 특화품목 판매자와의 연계)
- 관광 투어 상품과 연계를 통해 부여를 대표하는 식당가 육성
 - 연계시장으로 부여 야시장 특화거리도 조성(포장 마차촌/토요장터 운영 등)

1-② 도심 상권활성화 구역지정 및 특화거리 조성

[장기적-부여군]

○ 부여도심 내 상권활성화 구역지정으로 지역상권의 중심으로 육성

□ 사업개요

<부여상가 특화거리 조성>

- 위 치 : 부여읍 구아리 (시외버스터미널 ⇄ 농업인 회관)
- 사업기간 : 2013. 11 ~ 2014. 12
- 사업량 : 전선지중화, 간판정비, 비가림시설, 야간조명 등
- 총사업비 : 3,000백만원(도비 1,500 / 군비 1,500)

<도심 상권활성화 구역지정>

- 사업추진기간 : 2013년 ~ 2017년(5년간)
- 중점구간 : 중앙시장 ~ 중앙로 ~ 버스터미널 ~ 부여시장
전통시장 ← 부여도심 상권활성화 구역 → 전통시장
- 주요내용 : 상권활성화 구역지정 및 구역내 사업계획 추진
⇒ 특화·테마거리 조성, 비가림·간판정비, 공동마케팅등 사업추진

□ 추진계획

- 부여상가 특화거리 조성
 - 2013. 11월 : 특화거리 조성 사업별 설계 및 사업자 선정
 - 2014. 1월 : 부여 상가 특화거리 조성사업 추진
- 도심 상권활성화 구역지정
 - 2014. 1월 : 부여도심 상권활성화 구역 사업 공모 신청
 - 2014. 2월 : 사업대상지 선정
 - 2014. 3월 : 부여도심 상권활성화 구역 사업 추진

1-③

고향의 옛정취를 느낄수 있는 저잣거리 조성

[장기적-부여군]

- 부여도심에 체류할 수 있는 여건 조성으로 상권 활성화

□ 사업개요

- 부여시장 광장 및 주변 공유지를 활용한 저잣거리 조성
- 백제문화와 연계한 특색 있는 먹거리, 볼거리, 즐길거리 제공

□ 추진방향

- 구드래 입구 근대건물을 부여의 근대사 홍보관으로 운영
 - 백제역사와 함께 근대사의 새로운 볼거리로 조성 관광자원화
- 50~60년대 자료와 고증을 통한 토속먹거리 및 농산물 판매장 조성
 - 잡곡 판매장(쌀전), 주막집, 국밥집, 막국수집 등
- 전통방식을 접목한 체험형 제조방법 재현 및 판매
 - 두부, 엿, 국수, 떡만들기, 만두빚기, 각종 절임 가공 발효식품 만들기 등
- 기존 토요장터 연중 운영 및 활성화로 다양한 볼거리, 먹거리 제공
 - 다양한 공연, 경연대회, 장기자랑 등
- 부여를 다시 찾을 수 있는 계기 마련을 위한 포인트제 운영
 - 부여도심에서 사용한 숙박비, 식비, 물건 구입비 등을 포인트화



도심상권 인프라 조성

2-① 도심 간판이 아름다운 거리 조성

[단기적-부여군]

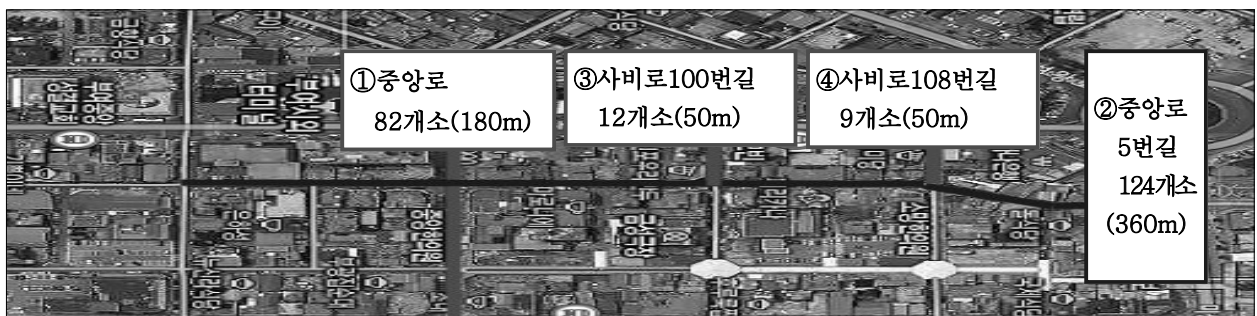
○ 부여도심 중심상권의 간판개선을 통한 활력있는 상권 이미지 연출

□ 사업개요

- 사업기간 : 2014. 5월 ~ 2014. 12월
- 대상구간 : 4개구간(중앙로, 중앙로5번길, 사비로100번길, 사비로108번길)
- 개선대상 : 227개 업소, 487개 간판
- 소요예산 : 1,134백만원(보조 567, 군비 567)
- 사업내용 : 입체형·LED조명 간판 등으로 교체

□ 추진계획

- 2013. 3월 : 부여군 중앙로 간판개선사업 추진계획 기 수립
- 2013.12.~2014. 5 : 공모사업 신청(안전행정부, 지식경제부)
- 2014. 5~6월 : 광고물 등 정비시범구역 지정 고시
- 2014. 6~7월 : 사업설계, 주민설명회
- 2014. 8~12월 : 사업발주 및 준공



2-②

부여읍 소재지 종합정비사업

[장기적-부여군]

○ 문화공간 조성 등 역사와 문화, 사람이 만나는 古都 관광 거점 육성

□ 사업개요

- 사업명 : 부여읍 소재지 종합정비사업
- 위 치 : 부여군 부여읍 지내
- 사업비 : 100억원(국비 70, 도비 4.5, 군비 25.5)

세 부 계 획			사업량	시행연도	비고
기초생활 기반확충	문화복지	사비커뮤니티센터	165㎡	2015	
		문화복지회관 리모델링	331㎡	2016	
	시장활성화	상설시장 복합 주차타워	160대	2015	
		5일 시장 연계도로 개설	800m	2016~2017	
지역경관 개선	백제왕 구드래 나들이길 조성		635m	2015	
	5일 시장 특화거리 주변 경관 정비		24,000㎡	2016~2017	

□ 추진계획

- 2012. 04. : 2013년 일반농산어촌개발 신규사업 기 신청
- 2013. 03. : 2014년 일반농산어촌개발 신규사업 기 신청
- 2014. 01. : 기본계획 및 시행계획 수립
- 2015. 03. : 사업 착수
- 2017. 12. : 사업 준공

②-③ 차 없는 이색 창조거리 조성

[중기적-부여군]

- 부여시가지 터미널 주변 환경정비 및 특화거리 조성

□ 사업개요

- 사업위치 : 에펠제과 ~ 이안경원 구간
- 사업비 : 2,000백만원 / 사업기간 : 2014년 ~ 2015년
- 노후된 포장(L=250m B=10m) 및 상·하수도 재설치(L=250m)
 - 사업내용 : 간판정비, 트릭아트, 경관조명 설치, 전선지중화 등 포함

□ 추진계획

- 2014. 1월 : 2014년도 이색창조거리 조성사업 예산 확보
- 2014. 3월 : 경관 기본계획에 의한 '차 없는 거리' 지정
- 2014. 3월 : 트릭아트 등 신규사업 추진을 위한 사례 연구 및 선진지 견학
- 2014. 4월 : 전선지중화 및 상·하수도 사업 등 용역 실시
- 2015. 3월 : 차없는 이색 창조거리 조성 1차분 사업 발주
- ※ 추후, 백제약국거리~파크랜드~BYC~조이너스 구간까지 확대 방안 검토(웃가게 구간)

②-④ 고객 편의를 위한 공영주차장 확충

[중기적-부여군]

- 부여 시내 주차공간 확보로 관광객, 상가고객들에게 편의 제공

□ 사업개요

- 위치 : 부여읍 구아리 270-1번지 일원(KT부여지사 뒤편)
- 사업량 : 4필지 509㎡(부지매입, 건물철거 및 주차장 조성공사)
- 사업비 : 1,000백만원(특별교부세 500, 군비 500)

□ 추진계획

- 특별교부세 추가 확보상황에 따라 군비 확보
- 2014. 상반기내 : 토지 4필지, 건물 매입 및 지장물 철거
- 2014. 8월 : 매입토지 차도블럭 포장 및 휀스 설치공사 실시
- 2015년 : 공영 유료주차장으로 위탁 관리

〈참고사항〉

- 1차 공영주차장 조성사업(주차면수 : 34면)
 - 위치 : 부여읍 구아리 272번지, 962㎡ / 사업비 : 1,032백만원

연계 관광상품 개발

3-① 문화단지~원도심 연계 수륙양용버스 도입

[중기적-부여군]

○ 수륙양용버스 도입을 통한 새로운 관광상품 개발 운영

□ 사업개요

- 투어코스 : 백제문화단지~백마강~부여시가지
- 운행수단 : 수륙양용버스 32인승 2대
- 운행거리 : 22km, 75분 / 1일 4회 운행
- 초기사업비 : 36억원(버스 20억, 입출수장 10억, 차고지 및 정비소 등 6억)
- 연간운영비 11억원 예상(인건비 5억, 연료비 3억, 보험료 등 유지관리 3억)

□ 추진상황

- 금강 수상관광활성화 연구용역 : 문화관광연구원('13. 4~10월)
- 법적절차 검토, 국내외 사례분석, 사업성 검토, 노선 제안
- 연구용역 보완 중 : '13. 10월 ~ 11월

□ 추진계획

- 선진사례 및 수륙양용버스 관련업체 자문 : '13. 11.~12월
- 도입을 위한 기본계획 수립 : '14. 1월 ~ 6월
- 기반시설 조성계획 및 문화제 현상변경허가 준비 등

3-②

열린문화공연 확대 및 시티투어 코스 추가 운영

[단기적-부여군]

- 롯데아울렛 유입인구 도심권 유입을 통한 도심 상권 활성화 기여

□ 추진 개요

<열린 문화공연 확대>

- 내 용 : 국악, 관현악, 대중가요, 라이브콘서트 등
- 방 법 : 전문 기관단체 위탁
- ※ 장소 : 새시장, 시외버스터미널 앞 사거리 등 도심 상권

<시티투어 코스 운영> : 예약에 의한 매주 주말 운영

- 부여군 충남국악단 토요일상설공연~도심상권과 연계한 투어코스 확대 운영

□ 추진 계획

- 사업 추진에 따른 예산 확보
- 거점별 열린 문화 공연 : 매주 주말 운영
- 시티투어 노선 변경과 문화단지와 시내권 순환노선 추가 운영

3-③

녹색·녹색 체험마을 활성화

[단기적-부여군]

- 다양한 프로그램 개발로 아울렛 방문객 유도 및 농가소득 증대 도모

□ 사업 개요

- 체험마을 개소수 : 8개소(기와, 백제인동, 송죽, 구례울, 녹간마을 등)
- 주 체험프로그램 : 음식체험, 알밤 줍기, 농작물체험, 전통놀이 등 10종

□ 추진 계획

- 아울렛 특산품관 및 안내 데스크를 이용한 홍보 판촉물 배부
- 아울렛 내 전통놀이 체험거리 등 제공으로 체험객 마을 유도
 - 투호놀이, 제기차기, 집풀 공예, 다담이 두드리기 등
- 체류형, 가족형 프로그램개발 및 온라인 홍보 추진

3-④

아울렛 연계 백마강 수상관광 자원 발굴

[단기적-부여군]

- 롯데 아울렛 연계 수상관광 인프라 구축을 통한 상생발전 도모

□ 사업개요

- 사업기간 : 2013년 ~ 2014년
- 소요예산 : 2,900백만원(국비 750, 도비 650, 군비 1,500)
- 위 치 : 부여군 부여읍 백마강교 ~ 백제대교 일원
- 도입시설 : 오토캠핑장(4,860㎡), 수상레저 계류장, 교량 경관조명 등

□ 추진계획

- 오토캠핑장 : 롯데, 부여군과 협력 캠핑장 개발계획 확대 추진
 - 기 국가하천점용허가, 1단계 실시설계완료('14. 06. 준공예정)
- 수상레저 계류장 : 수상레저 체험교실 운영 등 수상레포츠 활성화('14. 03. 준공예정)
 - 2012년~2013년, 강바람 타고 요트/카누 체험교실 운영
- 경관조명 : 백마강교('13.11월 준공), 백제대교('14.6월 준공) 경관조명 설치
- 구드래 전동카트 체험 : 전동카트 민자사업자 유치

3-⑤

금강 어메니티 조성 사업

[단기적-부여군]

- 백제대교를 21C 관광트랜드에 맞는 분수시설, 야간경관조명 설치

□ 사업개요

- 기 간 : 2013. 9 ~ 2014. 6월
- 위 치 : 백제대교
- 사업량 : 분수시설 및 야간경관 조명 설치 등 1식
- 사업비 : 총사업비 2,203백만원(국비 2,000, 군비 203)

□ 추진계획

- 2013. 9월 : 기본조사 및 디자인 실시설계용역 기 제안공모
- 2014. 1월 : 실시설계 완료
- 2014. 2월 : 구조안전점검 실시
- 2014. 3월 : 사업 발주 / 2014. 6월 : 사업 준공

3-⑥

사적지 야간 경관조명 사업

[중기적-부여군]

- 아울렛 고객 원도심 유입 및 상권 활성화 도모

□ 사업개요

- 기 간 : '13. 10월~'15. 12월 / 사업비 : 1,200백만원(국비 600, 도비 200, 군비 400)
- 대 상 : 부소산성, 구드래, 궁남지 등 주요사적지
- 시 설 : 부소산성 등 주요 문화재

□ 추진계획

- 2014. 1월 ~ 6월 : 구드래공원 경관조명 설치
- 궁남지 야간경관조명 기 설치 : 포룡정 및 연지 둘레 등
- 2014. 1월 ~ 6월 : 부소산성 경관조명 기본계획 용역
- 2014. 7월~2015. 12월 : 부소산성 경관조명 설치사업 추진

3-⑦

백마강 둔치 4계절 야생화단지 확대 조성

[단기적-부여군]

- 백마강 둔치 내 사계절 꽃이 있는 명품 꽃 단지 조성

□ 사업개요

- 위 치 : 백마강 둔치(구드래 둔치 / 군수리~현북리 6.0km 등)
- 내 용 : 코스모스, 금계국, 해바라기, 기생초, 가우라 등
- 사업기간 : 2013. 8 ~ 2014. 11월 / 사업비 : 150백만원

□ 추진계획

- 2014. 4월 : 구드래 둔치 부지정리 및 가우라(나비바늘꽃) 식재
- 2014. 6~10월 : 가우라·기생초 개화기간, 시비 및 유지(보식 및 제초 등) 관리
- 2014. 9월 : 부지정리 및 코스모스 파종
- 2014.10월 : 코스모스 개화기간, 시비 및 유지관리
- ※ 사업 확대 구간에 대한 하천점용 허가 실시(국토관리청 및 충청남도)

〈참고사항〉

- 백마강변 거대억새 시범단지 조성(400,000㎡)
 - 사업기간 : 2014년 ~ 2016년 / 소요예산 : 1,800백만원(군비)
 - 위 치 : 금강둔치 일원(부여읍 자왕리~양화면 시음리)

3-⑧

부여 전통, 향토음식 메뉴 개발

[장기적-부여군]

○ 부여만의 차별화된 전통 향토음식 개발로 관광객 유치 도모

□ 추진 계획

1. 연, 마음식 개발 및 테마음식 특화거리조성

- 연, 마음식 개발 및 보급 백제의 집 등 16개소
- 연, 마음식 테마거리조성 : 궁남지 주변 28개소
- 향후 연 비빔밥, 연 김밥 등 메뉴의 다양성 추진

2. 부여8미, 한우 숙성육, e-민물장어 등 활용 향토음식 개발

- 개발주체 : 부여밥상연구회(대학 · 민간 · 연구소 등과 연계)
- 방 법 : 품목별 팀을 구성하여 합동연구 및 평가
 - 타 지역 음식개발 사례 견학 및 연구 등 지속적인 다양한 메뉴개발
- 소요예산 : 개발에 필요한 재료 및 컨설팅 지원



홍보 및 의식개혁

4-① 의식개혁 연계 서비스업소 종사자 친절운동 생활화

[단기적-부여군]

○ 전군민의 친절의식 등 의식변화를 위한 교육과 캠페인 실시

□ 사업개요

- 전 군민 친절의식 등 의식변화를 위한 교육 및 캠페인 전개
 - 7대덕목 : 친절, 칭찬, 예절, 질서, 나눔, 환경, 안전
- 외식업소, 이·미용업소 종사자 친절교육 및 선진지 견학 실시
- 운수업체 종사자 복장관리, 불법 주정차 금지, 친절교육 실시 등

□ 추진상황

- 2013. 4월 : 범 군민 의식개혁 운동 추진위원회 개최
- 2013. 5월 : 운수종사자 복제 착용 및 친절, 질서 함양 교육
 - 시외버스, 농어촌버스, 모범운전자 복제 착용
- 2013. 9월 : 롯데아울렛 개장에 따른 의식개혁교육 및 가두캠페인
- 2013.10월 : 제59회 백제문화제 “7대덕목 풍선 나눠주기” 전개

□ 추진계획

- 음식업자 경영개선 특화과정 신설 운영으로 영업환경에 맞는 전략교육
- 2014년 서비스업 종사자 의식·혁신 고객만족 자치대학 운영
- 서비스업 종사자 친절·질서·청결의식 함양 캠페인 전개(복제 착용 병행)

4-②

아울렛 매장 내 전용 홍보물 등 제작 비치

[단기적-부여군]

- 아울렛 방문객을 대상으로 다양한 홍보를 통한 원도심 방문 유도

□ 추진 개요

- 아울렛 매장에 전용 홍보물 비치(맛집, 향토음식점, 모범음식점 등)
- 고객 맞춤형 관광코스 개발 및 지도 제작 비치
 - 일정별(1~4시간 코스), 계층별(4~5계층 / 주부, 가족, 연인, 부부 등)
- 아울렛 전광판 및 홈페이지 활용 관광 홍보
 - 전광판 홍보 : 부여 10경, 각종 축제 등 아울렛 고객 원도심 유도
 - 홈페이지 연계 : 관광정보, 문화재, 맛집 등 자동연결시스템 구축
- 관광안내 유도표지판 설치(롯데 아울렛 ~ 부여 도심간)

□ 추진 계획

- 2013. 11월 : 아울렛 전광판에 활용할 부여 관광 홍보물 제작
- 2013. 12월 : 종류별 향토음식점(맛집) 선정
 - 모범음식점, 향토음식점, 지정식당, 인터넷 블로거 분석 등(15~20개소 선정)
- 2014. 1월 : 고객 맞춤형 관광안내지도 제작 및 아울렛 비치
- 2014. 2월 : 아울렛 ~ 부여 도심간 관광 유도표지판 설치(20개소)
- 2014. 4월 : 아울렛 홈페이지내 관광정보 자동연결시스템 구축

4-③

부여 전통시장 등 SNS & 언론 홍보

[단기적-부여군]

- 언론매체를 통한 부여맛집, 우수점포, 농특산물 등 소개

□ 추진 계획

- 지역특산물, 부여맛집, 전통시장, 축제 등 언론매체 홍보
- SNS활용, 페이스북에 관내 음식점 소개
- 부여맛집 등 부여자랑 페이스북 이벤트 실시
- 모범·향토·전통음식점, 추천음식점 등 부여군블로그 홍보
 - 모범음식점(45개소), 향토특색음식점(8개소), 전통음식점(7개소) 등
- IP-TV, SNS, 신문·방송 등 언론매체를 활용한 홍보 확대
 - 부여맛집, 우수점포 및 「訪問後記」 등을 적극 발굴 소개

4-④

현지인이 추천하는 맛집 지도제작 홍보

[단기적-부여군]

○ 원도심 활성화를 위한 지역 현지인 추천 맛집 지도 제작 홍보

□ 사업개요

- 대 상 : 우리지역 현지인 추천 맛집(기존메뉴 대상 대표맛집 선정)
- 선정방법 : 전문 여론조사 기관을 통한 설문조사 방식

- ▶ 한식, 중식, 양식, 분식 등 분야별 구분을 통한 대표 맛집 선정
- ▶ 부여소재 도처에 산재해 있는 주변 맛집 발굴을 통한 경제 활성화

- 활 용 : 아울렛 방문객 배포 및 홈페이지를 통한 홍보
 - 홍보 인쇄물 및 인터넷 이용객을 위한 온라인 테마지도 제작

□ 추진방향

- 맛집 지도 제작 세부 추진계획 수립(조사범위, 예산 확보 등)
 - 일반음식점 대상 지역별, 메뉴별 세분화된 데이터 베이스 구축
- 여론조사 기관 선정 및 군민 대상 설문 조사를 통한 맛집 발굴
 - 반기 또는 년도별 조사를 통한 맛집 관리와 지속적 홍보 효과
- 대표 맛집 지도 인쇄물 발간 및 홈페이지용 온라인 테마지도 제작
 - 메뉴, 찾아가는 법(자가용, 대중교통 이용 등), 특징, 이용자 팁 등 수록
 - ※ 온라인 테마지도 방문 후기를 통해 맛 품평 및 개선 의견 수렴
- 맛집 지도 홍보(언론보도, 아울렛 비치, 아울렛 홈페이지 온라인 지도 링크)
 - 롯데아울렛 종사자 및 방문자를 대상으로 맛집 음식 시식, 품평회 개최

4-⑤

고객 눈높이에 맞는 쇼핑환경 조성

[단기적-소상공인회]

- 원도심을 고객의 눈높이에 맞는 쇼핑문화공간 조성하여 아울렛 고객 방문 유도
→ 소상공인회 차원의 도심상권활성화를 위한 실현가능한 자체 사업 구상

□ 추진사업

○ 대 상 : 부여군 소상공인회(회장 이치영)

○ 사업내용

- 환경정비 : 무질서한 천막·파리솔 정비, 금연시장 지정, 노상적치 상품 정비 등
 - 노상적치로 인해 고객의 동선을 확보하여 상인 우선이 아니라 고객우선주의로 의식변화
 - 고객 동선확보를 위한 고객선 지키기와 고객전용주차장 지키기 운동 추진
- 고객편의 : 무료주차장 운영, 고객 휴게공간 조성 등
- 착한가격 : 가격 및 원산지 표시제 시행, 현금영수증 발행 등
 - 가격 표시 및 원산지 표시 : 상품별 원산지 표시와 가격을 소비자에게 공개
 - 상품별 원산지 표시 위치, 표시 크기, 표시 재료에 대한 명확한 지침을 만들어 운영



- 간판정비 : 상점 랜드마크 조성을 위해 스토리텔링과 결합한 간판정비
 - 간판은 상점의 얼굴이기에 상품이나 상인의 특성을 잘 도출하기 위해 각 상점이 가지고 있는 이야기 거리를 찾아내고, 이를 시각화하여 소비자들이 쉽게 이야기할 수 있는 간판 제작(군과 협조)
 - 공공디자인에 대한 디자인 방향을 수립하여 추진



수원 못골시장 스토리텔링 간판(자료: <http://viewsign.blog.me/10093415123>)

- 로컬푸드 : 상인회 & 생산자 협약체결을 통한 저렴하고 신선한 농산물 공급

4-⑥

유통환경 변화 대응 상인 마케팅 교육

[단기적-소상공인회]

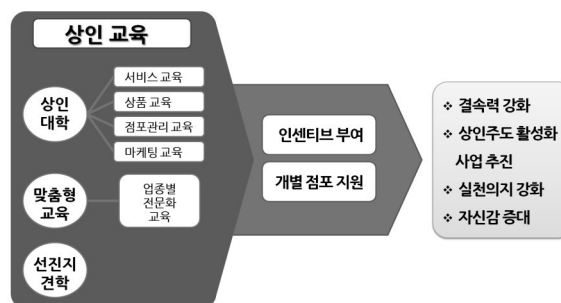
- 소비자의 눈높이에 맞는 판매기법 및 경영혁신 도입으로 원도심 상권활성화
→ 소상공인회 차원의 도심상권활성화를 위한 실현가능한 자체 사업 구상

□ 추진사업

○ 대 상 : 부여군 소상공인회(회장 이치영)

○ 사업내용

- 지식함양 : 상인대학, 선진시장 벤치마킹 실시로 상인 스스로 의식변화
 - 상인대학 및 전문화교육을 시행함으로써 상인들의 의식혁신 및 전문지식 습득
 - 상인 교육은 모든 사업 중 최우선적으로 시행하고 지속적으로 시행함
 - 교육내용은 서비스교육, 상품교육, 점포관리교육, 마케팅 교육으로 구분하여 실시(경영선진화 도모)
 - 국내외 선진지 견학(벤치마킹)
- 부여상권과 유사한 상권의 성공 및 실패사례 탐방을 통해 의식전환 필요



상인의식개혁 및 역량강화 사업 내용 및 효과

- 경영기술 : 대형마트(아울렛 포함) 경영기법 도입(상품진열, 특가판매 실시 등)
 - 상인들이 가지고 있는 다양한 이야기를 진열할 수 있도록 상품진열 기법 및 특가판매 교육
 - 상품의 제작과정 노출 극대화 및 상품구매 촉진
- 친절청결 : 유통환경변화에 대응하는 친절·청결 생활화
 - 정기적 친절 서비스 교육 및 운영관련 교육 시행으로 시장 이미지 개선
- 협동조합 : 협동조합 조직을 통한 공동마케팅 및 대형유통업체 경쟁력 강화
- 캠페인 : 경영혁신 및 소비자의 불만요소 개선을 위한 캠페인 전개

4-⑦

아울렛 상품 구매고객 대상

부여사랑 상품권 제공 및 원도심 홍보 지원

[롯데 아울렛]

○ 롯데 아울렛 차원의 부여 원도심 고객유입을 위한 지원시책 구상

□ 단기적 추진사업

○ 부여사랑 상품권 구매

- 아울렛 직원 포상, 아울렛 이용 고객 상품권 증정
→ 5천원 상품권/물품 15만원 구입, 1만원 상품권/물품 30만원 구입시
- 아울렛 직원대상 전통시장 이용의 날 지정(5일, 10일)

○ 아울렛 내 부여군 홍보관 운영

- 안내데스크, 특산물 매장내 홍보부스 운영
- 부여관광 안내 책자 비치 및 지역행사 홍보물 게시
- 아울렛 LED 모니터에 부여군 홍보영상 게시
- 아울렛 안내방송을 통한 재래시장 개장 홍보(5일, 10일)
- 부여군내 대형 관광안내지도 아울렛 내 설치(장소제공 : 2개소)

○ 부여 대표 맛집 선정 후 홍보

- 아울렛 고객발송용 전단지(월 1곳), 홈페이지 등 홍보
- 음식점 할인쿠폰 아울렛 비치 및 아울렛 직원 회식의 날 운영
- 직원대상 부여군 대표음식점 이용 캠페인 전개

□ 중·장기적 추진사업

○ 롯데 VIP 투어 및 각종 교육 / 홍보 유치

- 롯데 전점 VIP 고객대상 부여 투어상품 개발
- 롯데 임직원 교육시 부여 투어 진행
- TV/여행사 아울렛, 부여군 촬영(런닝맨 10/29) 외

○ 파워 블로거 초청 행사(분기 1회/아울렛, 부여 맛집, 재래시장 등 투어 포스팅)

○ 외국인 관광객 유치(부여관광지, 리조트, 골프장 연계 투어상품 개발)

○ 재래시장 및 상점경영 재능 기부

- 시장 경쟁력 강화 교육(서비스, 위생, 시설 등) 및 판매기법 교육(상품진열, ISP 구성 등)

Ⅲ. 참 고 자 료

단 · 중 · 장기별 추진과제

연번	단 · 중 · 장기별	아 이 템
1-①	장기적	○ 부여 전통시장 음식특화시장 육성
1-②	장기적	○ 도심 상권활성화 구역지정 및 특화거리 조성
1-③	장기적	○ 고향의 옛정취를 느낄 수 있는 저잣거리 조성
2-①	단기적	○ 도심 간판이 아름다운 거리 조성
2-②	장기적	○ 부여읍소재지 종합정비사업
2-③	중기적	○ 차 없는 이색창조거리 조성
2-④	중기적	○ 고객 편의를 위한 공용 주차공간 확충
3-①	중기적	○ 백제문화단지~원도심 연계 수륙양용버스 도입
3-②	단기적	○ 열린 문화공연 확대 및 시티투어 코스 추가 운영
3-③	단기적	○ 녹색·농촌 체험마을 활성화
3-④	단기적	○ 아울렛 연계 백마강 수상관광 자원 발굴
3-⑤	단기적	○ 금강 어메니티 조성(백제대교)
3-⑥	중기적	○ 사적지 야간 경관조명 사업
3-⑦	단기적	○ 백마강 둔치 4계절 야생화단지 확대 조성
3-⑧	장기적	○ 부여 전통, 향토 음식 매뉴 개발
4-①	단기적	○ 의식개혁 연계 서비스업소 종사자 친절운동 생활화
4-②	단기적	○ 아울렛 매장내 전용 홍보물 등 제작 비치
4-③	단기적	○ 부여전통시장 등 SNS & 언론홍보
4-④	단기적	○ 현지인이 추천하는 맛집 지도 제작 홍보
4-⑤	단기적	○ 고객 눈높이 쇼핑환경 조성
4-⑥	단기적	○ 유통환경 변화 대응 마케팅 교육
4-⑦	단·중·장기적	○ 아울렛 상품 구매고객 대상 부여사랑 상품권 제공 ○ 원도심 홍보 지원 / 재래시장 경쟁력 강화 교육

범 례

- 단기적 : 2년 이내(2013~2014년)
- 중기적 : 3년 이내(2013~2015년)
- 장기적 : 3년 이상(2013~2017년)

기관별 추진과제

연번	기관별	아 이 템	비 고
1-①	부여군	○ 부여 전통시장 음식특화시장 육성	
1-②	부여군	○ 도심 상권활성화 구역지정 및 특화거리 조성	
1-③	부여군	○ 고향의 옛정취를 느낄 수 있는 저잣거리 조성	
2-①	부여군	○ 도심 간판이 아름다운 거리 조성	
2-②	부여군	○ 부여읍소재지 종합정비사업	
2-③	부여군	○ 차 없는 이색창조거리 조성	
2-④	부여군	○ 고객 편익을 위한 공용 주차공간 확충	
3-①	부여군	○ 백제문화단지~원도심 연계 수륙양용버스 도입	
3-②	부여군	○ 열린 문화공연 확대 및 시티투어 코스 추가 운영	
3-③	부여군	○ 녹색·농촌 체험마을 활성화	
3-④	부여군	○ 아울렛 연계 백마강 수상관광 자원 발굴	
3-⑤	부여군	○ 금강 어메니티 조성(백제대교)	
3-⑥	부여군	○ 사적지 야간 경관조명 사업	
3-⑦	부여군	○ 백마강 둔치 4계절 야생화단지 확대 조성	
3-⑧	부여군	○ 부여 전통, 향토 음식 메뉴 개발	
4-①	부여군	○ 의식개혁 연계 서비스업소 종사자 친절운동 생활화	
4-②	부여군	○ 아울렛 매장내 전용 홍보물 등 제작 비치	
4-③	부여군	○ 부여전통시장 등 SNS & 언론홍보	
4-④	부여군	○ 현지인이 추천하는 맛집 지도 제작 홍보	
4-⑤	소상공인회	○ 고객 눈높이 쇼핑환경 조성	
4-⑥	소상공인회	○ 유통환경 변화 대응 마케팅 교육	
4-⑦	롯데	○ 아울렛 상품 구매고객 대상 부여사랑 상품권 제공 ○ 원도심 홍보 지원 / 재래시장 경쟁력 강화 교육	

소요사업비

(단위 : 백만원)

연번	아 이 템	사업비			
		계	국	도	군
합계		30,157	13,217	2,800	14,140
1-①	○ 부여 전통시장 음식특화시장 육성	500			500
1-②	○ 도심 상권활성화 구역지정 및 특화거리 조성	4,800	1,800	1,500	1,500
1-③	○ 고향의 옛정취를 느낄 수 있는 저잣거리 조성	100			100
2-①	○ 도심 간판이 아름다운 거리 조성	1,134	567		567
2-②	○ 부여읍소재지 종합정비사업	10,000	7,000	450	2,550
2-③	○ 차 없는 이색창조거리 조성	2,000			2,000
2-④	○ 고객 편의를 위한 공용 주차공간 확충	1,000	500		500
3-①	○ 백제문화단지~원도심 연계 수륙양용버스 도입	3,600			3,600
3-②	○ 열린 문화공연 확대 및 시티투어 코스 추가 운영	100			100
3-③	○ 녹색·농촌 체험마을 활성화	비예산			
3-④	○ 아울렛 연계 백마강 수상관광 자원 발굴	2,900	750	650	1,500
3-⑤	○ 금강 어메니티 조성(백제대교)	2,203	2,000		203
3-⑥	○ 사적지 야간 경관조명 사업	1,200	600	200	400
3-⑦	○ 백마강 둔치 4계절 야생화단지 확대 조성	150			150
3-⑧	○ 부여 전통, 향토 음식 메뉴 개발	300			300
4-①	○ 의식개혁 연계 서비스업소 종사자 친절운동 생활화	비예산			
4-②	○ 아울렛 매장내 전용 홍보물 등 제작 비치	130			130
4-③	○ 부여전통시장 등 SNS & 언론홍보	비예산			
4-④	○ 현지인이 추천하는 맛집 지도 제작 홍보	40			40
4-⑤	○ 고객 눈높이 쇼핑환경 조성	비예산			
4-⑥	○ 유통환경 변화 대응 마케팅 교육	비예산			
4-⑦	○ 아울렛 상품 구매고객 대상 부여사랑 상품권 제공 ○ 원도심 홍보 지원 / 재래시장 경쟁력 강화 교육	아울렛 자체예산			