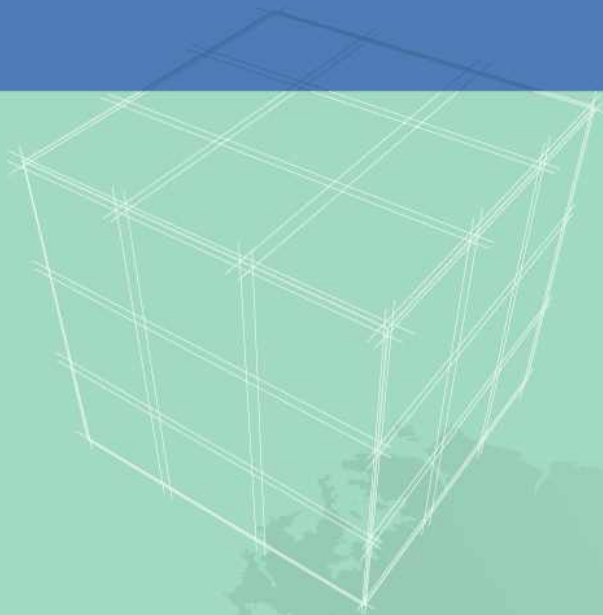


현안과제연구

부여군 굿뜨래 야시장 조성사업 추진계획

연구수행 : 윤정미 · 이민정



I. 야시장 현황

□ 명칭

- 부여군 굿뜨래 야시장
- 역사가 이뤄지는 **천일夜화 야시장**

□ 개요

- 부여시장 위치 : 충남 부여군 부여읍 구아리 420
- 부여시장의 입지 특성 : 부여상권활성화 구역 내에 위치하고 있으며, 부여 야시장 2km 이내에 부여의 주요 역사문화자산인 백제문화단지, 롯데 리조트·골프장·아울렛, 오토캠핑장 2개, 박물관(3) 및 정림사지, 부소산(낙화암), 공원(3)/궁남지 등이 입지되어있음



□ 야시장 개설 목적

- 부여시장은 2008년 문화관광형 시범시장으로 선정되어 시설 현대화를 이루었으나 아직까지 시장의 활성화가 이루지지 못하고 있음, 현재의 5일장 중심의 운영으로는 시장활성화에 한계가 있음 따라서 주말중심의 야시장 개설을 통해 시장활성화를 이뤄내고 지속적인 관광객 유치를 위한 방안을 마련하고자 함

- 부여의 다양한 역사,문화, 농업 자원을 활용하여 부여를 찾는 방문객을 위해 즐기며 먹고 , 볼 수 있는 원도심의 관광 명소를 만들고자 함

- 2010년 개장한 문화관광형시범시장 부여시장의 활성화를 위한 개선 필요
- “군민과 함께여는 행복한 부여”를 실현하기 위해서는 군민과 관광객이 밤과 낮, 날씨에 관계없이 휴식도 취하고 즐기고 찾을 수 있는 명소가 필요함
- 롯데 리조트·아울렛·골프장 개장과 백제문화단지 조성으로 일평균 숙박객이 3천명에 이르고, 백제문화제·서동연꽃축제·국화축제와 전국단위 체육대회 등 행사 개최로 방문객도 큰 폭으로 증가하고 있으나 야간에는 즐길거리, 먹거리, 볼거리가 없어 원도심 유입을 위한 방안이 필요하며, 특히 롯데그룹에서 추진중인 어뮤즈먼트파크 개장시 연간 1,500만명이 방문할 것으로 예측됨

□ 부여 시장 현황

구분	내용
위치	부여군 부여읍 구아리 420
시설현황	지하1층, 지상2층, 광장, 화장실 및 에스컬레이터 설치
개설형태	건물형 시장, 상설시장+5일장
점포현황	식당 18, 정육점 2, 생선가게 2, 금융(새마을금고) 1, 채소가게 3, 기타 63개
상인 연령	평균 연령 60대 이상
시장활성화 실적	<ul style="list-style-type: none"> · 2008년 문화관광형시장시범사업선정 2010년 현재 시장의 모습으로 변화 · 2012년저잣거리 주말장터, 2013년 토요일문화장터사업 운영 · 2013년 부여상권활성화 구역 및 사업 선정



부여시장 평상시 모습



부여시장 5일장 모습

□ 야시장 성공 잠재력

○ 방문객 증가

- 인구는 감소하고 있으나 방문객(관광객)은 증가하고 있음
- 특히 대상지 인근에 연간 580만명 이상의 관광객 방문
(7km 이내에 위치한 롯데 아울렛 및 롯데 리조트·골프장 이용객이
2010년 751만명 → 11년 545만명 → 12년 527만명 → 13년
580만명)

○ 2km 이내 주요 역사문화자원 조성

- 정림사지, 박물관(3), 부소산, 낙화암, 궁남지, 공원(3), 구드래나루터, 수북정, 부여향교, 부여동헌, 부산서원, 자온대, 부여나성, 왕홍사지, 호암사지

○ 지역 농·특산물 및 향토 음식

- 굿뜨래 8미(수박,밤,표고버섯,송이버섯,방울토마토,딸기,오이)외 한우, 포도, 우여회, 인동주, 산삼배양주, 소곡주(한산), 칠장주(청양), 연잎 보쌈

○ 지명 및 스토리자원

- 백마강 용신설화, 백제 삼천궁녀 설화, 장승배기, 빙고재, 자온대, 부소산 등

○ 문화 콘텐츠 자원

- 음 악 : 꿈꾸는 백마강, 백마강 외 수십여곡
- 연 극 : 백마강 달밤에
- 전통문화 : 용정리 호상놀이, 추양농악, 내지리 단잡기놀이, 은산별신제, 삼천궁녀천도제

□ 야시장 조성의 기대효과

- 야간상권 형성으로 내수활성화와 지속적인 관광객 유치로 통한 창조경제 실현
- 부여군은 백제의 고도로 문화재가 많이 분포하여 주간에는 볼거리가 많고 “굿뜨래 8미”등 품질 좋은 농산물이 많이 생산되어 야시장 성공 잠재력 높음

○ 인 구 : 2000년 92,000명 → 2013년 72,000명(연평균 1.5%감소)

○ 관 광 객 : 2010년 751만명 → 11년 545만명 → 12년 527만명 → 13년 580만명

- (유료관광지 기준) 외국인 2009년 10.1만명, 2010년 11.6만명

○ 롯데(리조트/골프장/아울렛)방문객 : 2011년 32만명 → 12년 37만명 → 13년 335만명

○ 각종 대회 참가자 : 2012년 19종 32만명 → 2013년 20종 34만명

II. 야시장 컨셉 및 생활상

□ 컨셉

테마가 있는 야시장, 역사가 있는 야시장, 여유가 있는 야시장,
사랑이 있는 야시장

- 밤, 역사, 서동설화, 천년사랑 등의 관련키워드와 풍성한 볼거리, 먹거리, 이야깃거리가 밤 시간대에 이뤄진다는 것을 “역사가 이뤄진다”고 위트있게 표현
- ‘서동’을 핵심 콘텐츠로!
 - 서동설화, 사랑을 모티브로 한 다양한 마케팅, 이벤트 구성
 - ‘백제의 마지막 수도’인 부여는 백제 역사상 가장 드라마틱한 출생과 성장, 즉위 스토리를 가진 ‘서동’의 땅임
 - 특히 서동은 왕이 되기 전까지 시비성에 있는 장에서 ‘마’를 팔던

상인이었으며, 이는 부여시장과 잘 부합됨

○ ‘서동’과 선화공주의 캐릭터를 살려 부여야시장에 적용

– 머리 좋은 ‘서동’, 세상에서 가장 성공한 ‘서동’의 이미지를 마케팅에 활용함

– 서동과 선화공주의 천년사랑이야기의 이미지를 夜시장에 적용

□ 풍경

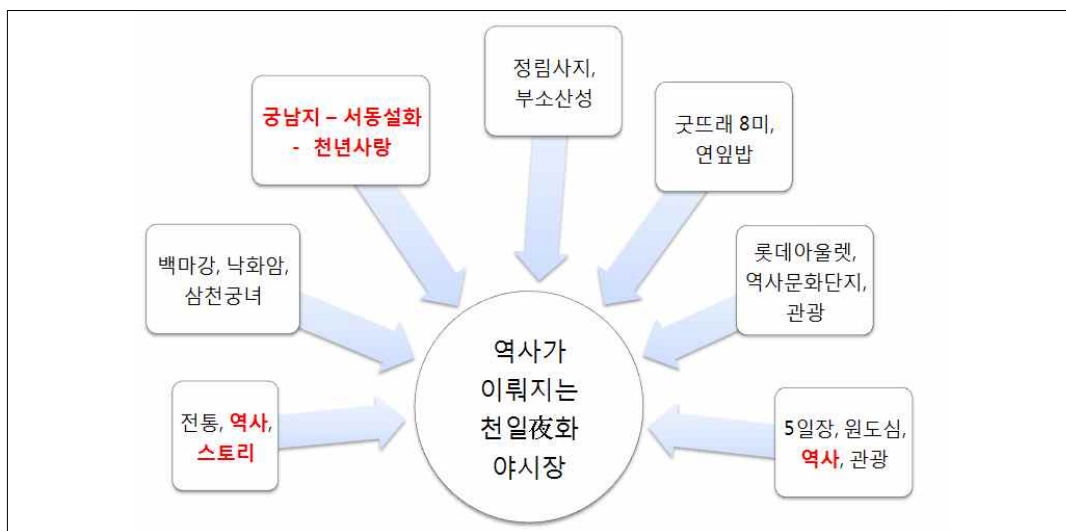
○ 서동설화, 사랑을 모티브로 한 벽화(한 평 갤러리), 상품 등을 마케팅. 친구, 연인, 가족 등의 지역주민, 관광객들이 주말저녁의 한가한 시간을 보낼 수 있는 공간

□ 생활상

○ 낮에는 지역주민을 중심으로 한 공간

○ 주말에는 지역주민 및 관광객, 다양한 국적의 사람들이 모이는 공간으로 탈바꿈

○ 지역대학 및 지역예술가과 연계하여 유통공간이자 문화공간, 체험공간 등의 다양한 기능을 부여



[그림] 부여시장 관련키워드 및 컨셉도출

Ⅲ. 야시장 사업 개요

□ 개장일 : 주6일(월,수,목,금,토,일)

○ 1단계 : 금, 토, 일

○ 2 단계 : 운영결과에 따라 주6일(화요일 휴장) 운영으로 확대

□ 개장시간

○ 19:00 ~ 익일 01:00(6시간)

□ 야시장 주요 품목

○ 부여군 농특산물:굿뜨래 8미 및 가공식품

○ 향토 음식 먹거리

○ 청년 창업팀 개발 먹거리 상품

○ 지역공예가 및 어르신 공예품

○ 주말 베틀시장

□ 야시장 공간개선

○ 방향: 백제와의 연계성 강화, 백제의 풍경과 조화

○ 막구조 아케이드설치, 엘리베이터설치 , 상설무대 설치, 야간조명, 포토존, 대형스크린, 음향시설, 건물벽화, 청년창업 점포 지원

□ 야시장 운영 개선

○ 상설무대 운영, 대형스크린활용 영화제, 세시 별 굿뜨래 8미 축제

○ 상시체험프로그램

○ 단체복77(백제 의복), 백제어 사용 교육(충청도 사투리)

□ 운영주체

○ (재) 부여군상권활성화재단

－ 부여시장 상인회와 협조하여 (재)부여군상권활성화재단에서 운영

※ 야시장 운영은 부여 도심상권 활성화와 연계 · 추진하여 시너지효과 기대(부록 1. 전문가 워크숍 결과 참고)

IV. 야시장 구상

□ 야시장의 주요 품목 및 구성

- 야시장의 주요 품목 및 구성은 먹거리, 살거리, 볼거리, 즐길거리, 쉴거리로 구분하여 제시하였음



□ 야시장세부내용

1) 먹거리

○ 부여만의 서동을 주제로 한 먹거리 개발

- 주제 음식을 통해 야시장 방문객들이 역사속의 주인공이 되어 보고 부여 전통시장의 일부분이 되어 다른 상품 구매와 연결될 수 있는 주제 음식 개발

- 서동 건강음식 ‘마’

: 마를 파는 아이 서동을 주제로 서동의 충명함과 건강을 얻을 수 있다는 컨셉으로 야시장 음식 개발

: 마에는 노화를 방지하는 소화기능 촉진 물질이 풍부하게 함유되어 있으며, 마를 이용한 음식으로 마칼국수, 마두부 야채튀김, 마전, 마크로켓, 마죽, 마꽃떡, 마약과, 마구이 등이 있음



- 서동의 어머니 연화의 아름다움 비결 ‘연’

: 왕에게 사랑받은 아름다운 미모의 여인 서동의 어머니 연화를 소재로 한 연을 이용한 건강음식을 개발

: 연은 성인병 예방과 소화촉진, 콜레스테롤 저하, 위벽보호, 해독작용 등의 효과가 있으므로 연을 활용한 야시장 음식으로는 연밥, 연근전, 연근야채볶음, 연근탕, 연근깨강정, 연근빈대떡, 연근밀쌈, 연근떡볶이 등이 가능



－ 서동의 사랑‘사랑밥’

： 지역에서 생산되는 재료를 활용하여 서동과 선화공주의 ‘사랑’을 주제로 한 모양으로 사랑주먹밥, 사랑도시락, 사랑꽃밥 등 음식개발

○ 구수한 식탁 : 향토음식먹거리

－ 각종 분식 및 향토음식(순대, 호떡, 어묵, 빈대떡, 연탄구이, 꼬치구이, 한우전문점, 우여회 등)⇒ **특화먹거리 개발용역 결과 도입**



○ 세계인의 식탁 : 다문화 먹거리

－ 바나나 튀김, 짜요, 미고랭, 케밥, 아까슈마, 오꼬노미야끼, 팟타이 등 길거리 음식

⇒ **다문화가족지원센터와 연계**



○ 전통술

： 부여 산삼배양주, 서천 한산소곡주, 청양 구기자술 등 인근 시군 협조

○ 품목별 요일제 순환점포 운영 : 횃집, 일반음식점 등 푸드 트럭 활용

2) 살거리

○ 벼룩시장 중고물품, 야(夜)떨이시장

- 빈티지 의류, 액세서리, 장신구, 식재료 등
- 주부 및 학생들이 참여하는 벼룩시장으로 중고물품 판매



○ 부여군 농특산물(굿뜨래8미)

- 밤뜨래, 포도즙, 딸기잼, 표고 등

⇒ 굿뜨래 농식품 로컬푸드 산업화 구축사업과 연계 추진

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">○ 굿뜨래 8미 : 수박, 밤, 방울토마토, 양송이버섯, 멜론, 딸기, 표고버섯, 오아+한우,포도 등○ 가공식품 : 밤뜨래, 포도즙, 딸기잼, 표고 된장, 오이 짬아지, 치즈, 요구르트 등○ 향토 음식 먹거리 : 한우 구이, 우여회, 순대, 인동주, 소곡주, 칠장주, 잔치국수, 한과 |
|--|

- 운영방안

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



○ 청년 창업팀 개발 상품

- 충남발효식품고등학교, 부여정보고등학교, 한국전통문화대학교와 연계를 통한 청년 창업 지원과 야시장 참여 유도
- 지역 농특산물 또는 백제를 테마로 한 먹거리 또는 공예품 개발과 판매
- 교육과 창업지원을 통해 청년들이 지역에 자리 잡을 수 있도록 하고 시장 성장의 핵심 인력으로 자라 날 수 있도록 함
- 운영방안 : 청년창업가, 전통문화대학교 연계 운영

○ 지역공예가 및 어르신 공예품

- 지역에서 활동하는 공예가 참여 유도 체험과 상품 판매(한지, 도자, 보릿대, 금속, 회화, 목공예)
- 어르신 전통 공예품 체험 및 판매를 통한 노인 일자리 창출(짚풀 공예, 연 만들기 등)

V. 야시장 공간 개선(백제의 풍경과 조화)

□ 부여시장 공간개선

○ 막구조 아케이드 설치

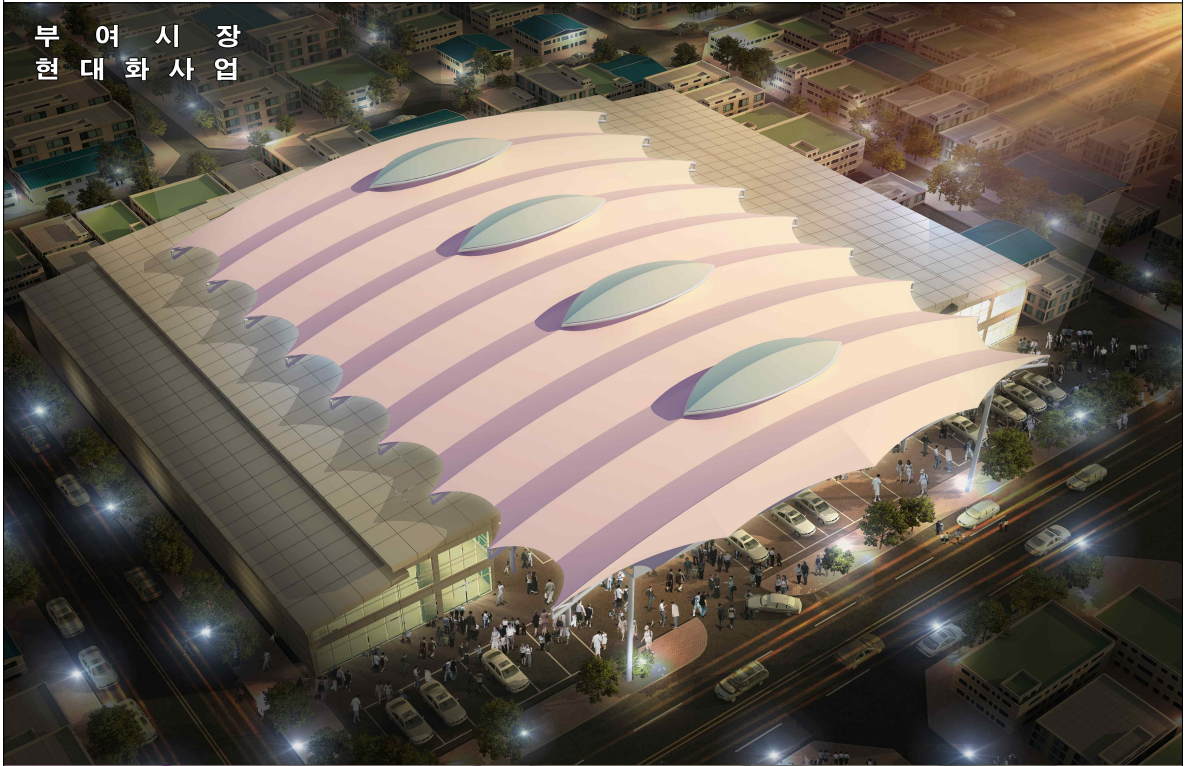
부여시장 공간개선 변경 전(상단) / 후(하단) 비교 사진



부여시장
현대화 사업

부여시장 공간개선(조감도 및 단체응원)

부여시장
현대화사업



부여시장
현대화사업



○ 엘리베이터 설치

- 부여시장은 현재 내부에 에스컬레이터만 있어서 부여시장 주 고객층인 노령층의 사용률 저조
- 부여시장 2층 공간의 효율화를 높이기 위해 건물 중앙부의 정면에 엘리베이터 1식 설치

○ 상설무대설치 및 야간조명

○ 포토존

○ 진입로확포장 및 주차장조성

○ 대형스크린(2개) 설치 및 음향시설

○ 상설점포(C동-우측)청년창업 점포지원(빈점포 및 업종변경 유도) 등

○ 벤치 및 휴식공간 조성

- 고객이 쉴 공간과 머물고 즐길 수 있는 공간 마련



VI. 야시장 건축 및 상품운영 개선

□ 건축, 조경, 디자인 개선

○ 한평 갤러리(벽화) 조성

- 지역예술가, 전통문화대학교와 연계한 한평갤러리(벽화)를 통해 문화공간적 요소 가미
- 부여시장의 건물벽에 스토리를 만들어 벽화 조성



○ 트릭아트 조성

－ 시장 곳곳에 트릭아트 등을 조성하여 볼거리 제공



□ 상품배열 등 운영개선

○ 상품배열 및 디스플레이 컨설팅

－ 롯데아울렛에 진열, 상인교육에 관해 도움을 받아 대기업상생모델 창출



VII. 야시장 운영개선

□ 문화·예술 활동

- 지역예술가, 전통문화대학교와 연계한 한평갤러리(벽화)를 통해
문화공간적 요소 가미
- 서동설화'천년사랑'을 모티브로 한 다양한 마케팅
ex. 짝사랑성취 벽화, 사랑성취 달고나
- 대형 스크린에 볼거리 상영
 - 영화상영, 각종 공연 녹화 상영, 각종 경기 단체응원, 각종 행사 홍보, 국·도·군정 홍보, 재난안전 홍보 등
 - UCC 공모를 통해 UCC 당선작을 대형 스크린을 통해 상영 : 주민 참여 효과
- 야시장 축제
 - 찾아가는 문화행사 개최(연4회 이상), 통기타 라이브, 가야금연주, 백제문화제/서동연꽃축제 행사유치, 충남도·전국단위 행사시 국악 공연 등
 - 세시별 굿뜨래 8미와 연계된 축제 개최(마을 /조합/작목반 단위 주최 지원)
- **백제역사문화 교육축제(토요일)** : 금동대향로 발굴체험, 백제기와 발굴체험, 백제미마지탈 그리기체험, 한지공예 만들기체험, 백제유물바로알기 체험, 백제문양새기기(헤나)체험, 장승숫대 만들기체험, 백제우드아트체험, 백제도기 체험, 페이스페인팅 체험
⇒ 청년창업가 및 노인일자리, 다문화가정 연계



□ 고객 친절성 제고(상인 복장 용모 등)

○ 친절교육

- 롯데의 상인마케팅 교육 및 친절, 친절서비스 등에 대해 교육지원을 받도록 함

○ 유니폼(상인 단체 의상 통일), 백제 말 사용 교육

- 고객 친절성 제고를 위해 초기에는 컨셉 색(Color)을 선정하여 앞치마, 또는 모자를 쓰도록 함
- 백제 옷을 개량하여 단체복 입기
- 백제말 사용, 충청도 사투리 사용으로 방문객에게는 청결한 이미지와 통일감을 제공하고 상인에게는 소속감을 부여함



- **사은품 증정 행사** : 일정금액 이상 구매 시 사은품 증정(물건 기증 및 관리는 부여군, (재)부여군상권활성화재단, 부여시장 상인회 함께 운영

VIII. 단계별 추진 및 재원조달방안

□ 단계별 추진계획

구 분		단계별	
		1단계	2단계
야시장 주요품목 개발(먹거리)			
	부여 서동 주제 먹거리		●
	구수한 식탁 : 향토음식먹거리	●	
	세계인의 식탁 : 다문화 먹거리	●	
	전통술	●	
	운영방안 : 품목별 요일제 순환점포 운영	●	
야시장 주요품목 개발(살거리)			
	벼룩시장 중고물품		●
	야(夜)떨이시장	●	
	부여군 농특산물(굿뜨래8미)	●	
	청년 창업팀 개발 상품	●	
	지역공예가 및 어르신 공예품		●
야시장 공간개선			
	막구조 아케이드 설치	●	
	엘리베이터 설치	●	
	상설무대 및 야간조명	●	
	대형스크린	●	
	빈점포 개선(청년 창업 유도)		●
	벤치 및 휴식공간 조성		●
건축, 조경, 디자인 개선			
	한평갤러리(벽화조성)	●	
	트릭아트 조성	●	
상품배열 등 운영개선			
	상품 배열 및 디스플레이 컨설팅	●	
야시장 문화, 예술 활동			
	서동설화 '천년사랑' 을 모티브로 한 다양한 마케팅		●
	대형 스크린에 볼거리 상영	●	
	야시장 축제	●	●
	백제역사문화 교육축제(토요일)		●
고객 친절성 제고			
	친절교육	●	
	유니폼(상인 단체 의상 통일), 백제 말 사용 교육	●	●
	사은품 증정 행사		●

□ 향후 추진일정

- 원도심상권활성화담당 신설 : 2014년 7월 부여군 조직개편시
- 부여군 상권활성화재단 설립 및 협의회 구성·운영 : 2014. 7월중
- 조례개정(야시장 개설관련, 식품위생관련) : 2014년 하반기
- 지방재정투자심사 의뢰(군심사) : 2014년 하반기
- 상설무대 및 엘리베이터 설치 : 2014. 6~8월야시
- 부여시장 진입로 확포장 및 주차장 조성 : 2014. 7~12월
- 막구조 아케이드 설치 및 야간조명 시설등 : 2015. 1월 ~
- 부여도심 특화거리와 차없는 이색창조거리로 확대 : 2015년 이후
- 부여의 대표상품 개발 용역 : 2016년
- 특화먹거리 개발(농업기술센터) : 2016년
- 부여시장 무허가건물 철거(5일시장 확대) : 2016년

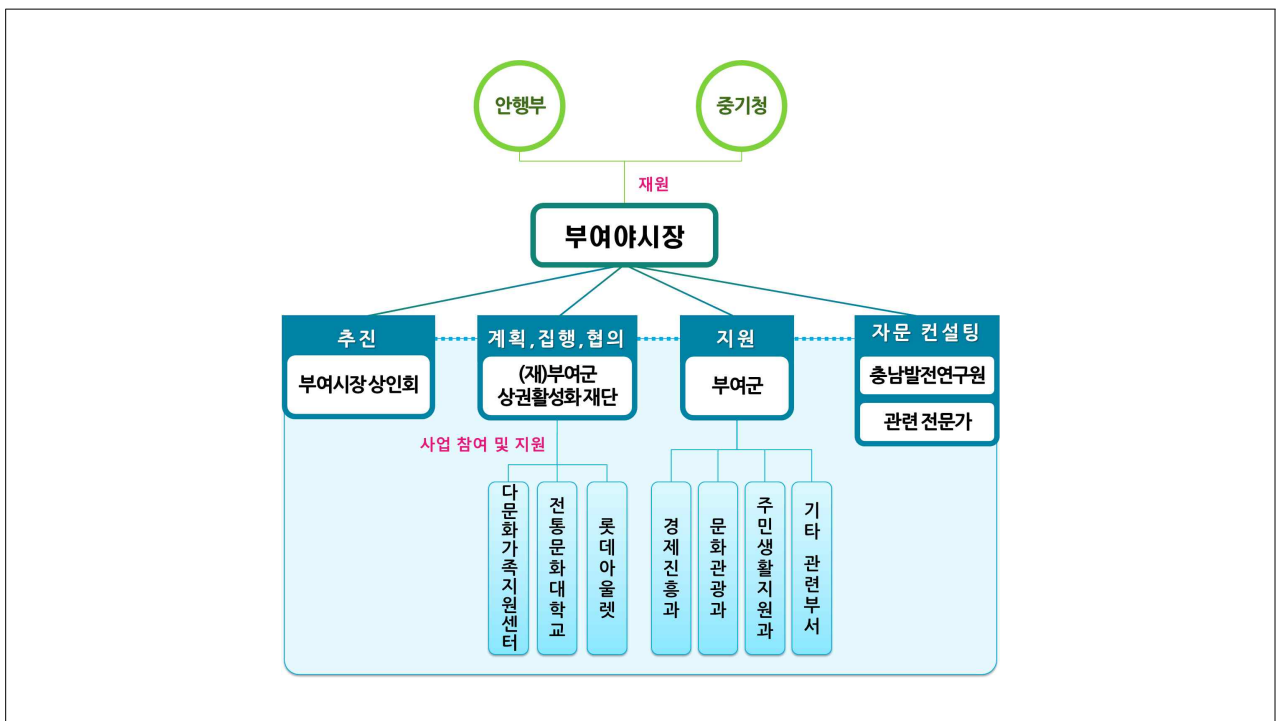
□ 소요재원 조달방안

구분	재원		비고
	국비	지방비	
아케이드 설치		25억(기확보)	부여도심상권 활성화사업
상설무대 설치		1억(기확보)	부여도심상권 활성화사업
엘리베이터 설치		1.5억원(기확보)	전통시장 현대화사업)
야시장 조성	5	도3억/군2억	전통시장 야시장 조성 신청
진입로 확포장 및 주차장 조성		군3억(기확보)	

IX. 추진체계

□ 부여 야시장 사업 중심의 추진체계

- 부여 야시장 운영은 부여시장 상인회와 협조하여 (재)부여군상권활성화재단에서 운영하도록 함
- 사업 추진 시 경제진흥과, 문화관광과, 주민생활지원과 및 기타 관련부서의 긴밀한 협조에 의해 추진하도록 함
- 사업은 상인회와 부여군이 주체가 되어 진행되는 것이 아니라 사업에 따라 지역의 청년, 지역대학, 다문화가족지원센터 등에 의해 추진되도록 함
- (재)부여군상권활성화재단의 타운매니저와 전문기관, 부여군, 전문가의 T/F팀 운영 및 협조체계
- 3者(부여군&상인회&롯데) 협의체 구성운영 중이기에 롯데의 상인마케팅 교육 및 친절, 청결서비스 등에 대해 교육지원을 받도록 함



부록1. 부여 야시장 조성을 위한 워크숍(2014.8.7)

부여 굿뜨래 야시장 조성 추진 방안 워크숍

2014. 8. 7

일 시 : 2014년 8월 7일(목) 14:00~16:30
장 소 : 부여군청 브리핑실(본관 2층)
주최·주관 : 부여군 ·충청남도 ·충남발전연구원

부여 굿뜨래 야시장 조성 추진 방안 워크숍

- 안전행정부에서 주관하는 전통시장 야시장조성사업 1차 선정에 따른 부여도심 상권활성화를 위한 야시장 조성계획 수립 워크숍 개최
- 야시장의 컨셉 및 사업계획, 운영계획에 대한 정책 추진 방안 모색

I 개최 개요

- ◇ 주 제 : 부여 굿뜨래 야시장 조성 추진 방안
- ◇ 일 시 : 2014년 8월 7일(목) 14:00 ~16:30
- ◇ 장 소 : 부여군청 브리핑실(본관 2층)
- ◇ 참석 대상 : 부여시장 상인회 롯데이몰렛 사장전문가, 부여군, 도청(20명)
- ◇ 주제발표
 - 제1주제 : 부여군 상권 현황 및 야시장 추진방안(노재정, 부여군 상권활성화재단 티움매니저)
 - 제2주제 : 야시장 사례 및 성공적인 운영방안(최은희, 평택중앙시장 사업단장)
- ◇ 토론내용
 - 야시장의 컨셉, 사업계획, 운영계획
 - 부여시장 상설점포(A/B/C동) 환경개선 및 업종전환 방안

▶ 참고, 워크숍 추진 후 일정

- 워크숍 개최결과 보고서 작성 : 2014. 08. 14(충남발전연구원)
- 야시장 운영 추진계획서 작성 : 2014. 08. 25
- 야시장 운영 추진계획서 제출 : 2014. 08. 28
- 충청남도 경유하여 안전행정부 제출 : 2014. 08. 29까지
- 전통시장 야시장 현장심사 및 PT 심사 : 2014. 09. 16까지
- 전통시장 야시장 최종 선정 : 2014. 09. 18까지(안전행정부)

- 1 -

II 시간 계획

시 간	내 용	담당
14:00~14:05	5분	개회 및 참석자 소개 (사 회 자 (지역경제담당))
14:05~14:06	1분	국민의례
14:06~14:10	4분	인사말 경제진흥과장
14:10~14:30	20분	【 제 1 주 제 】 부여군 상권현황 및 야시장 추진방안 (부여군 상권활성화재단 티움매니저) 노 재 정
14:30~14:50	20분	【 제 2 주 제 】 야시장 사례 및 성공적인 운영 방안 (평택중앙시장 사업단장) 최 은 희
14:50~16:20	90분	토 론 윤 정 미 (충남발전연구원 책임연구원)
16:20~16:30		폐 회 사 회 자

III 발제 및 토론자

구분	소 속	연락처	E mail
발 제	노재정	부여군상권활성화재단 티움매니저	010-8500-2164 njjeong@naver.com
	최은희	평택중앙시장 사업단장	010-3720-2096 ndee00@naver.com
토 론	윤정미 (과장)	충남발전연구원 (충남충남연구원 부)	010-3261-1345 msccoco@hanmail.net
	이인정	충남발전연구원 (산업경제연구부)	010-3239-2850 minjung1008@cdi.re.kr
	진영효	두리 공간환경연구소장	010-2738-7955 jinsim99@empas.com
	강현수	성남시 상권활성화재단 부무장	010-7685-4365 hskang@smr.or.kr
	류태창	소상공인시장진흥공단	010-8541-9889 urban@naver.com
	김승일	김동 북초리시장 사업단장	010-5296-5630 sjangman@daum.net
	류금석	롯데이몰렛점장	010-3638-4798 rgsljy@lolteshopping.com

- 2 -

두리 공간환경연구소 진영호 소장

- 우선, 야시장이 상인들이 원하고 있는 방향인지, 형성에서 자연스러운지 있는지에 대한 고민이 먼저 선행되어야 함(행정에서 일방적으로 추진하는 우를 범하지 않아야 함).
- 야시장이 그런 전제에서 만들어진다면 몇가지 제언을 하고자 함.
 1. 부여의 역사문화관광이라는 지역자원과 연계되는 관광코스로 개발되어야 함. 가령, 롯데리조트~궁남지~박물관~정림사지~야시장으로 연결되는 코스(서플루언) 개발
 2. 현재 부여시장 상설코너의 대대적 개편 필요. 어려운 일이지만, 관광상품, 먹거리 부문을 집중개발 필요. 현재로서는 야시장거리 미약
 3. 브랜드 디자인이 강렬한 것이 있어야 함.
부여의 전통과 현대적 요소를 조합한 이미지를 디자인으로 만들어내야 함. 즉, 부여의 역사문화적 특징을 활용하고, 현재 비가림 아케이드를 좀 특징적인 요소로 했으면 좋겠음(하늘형 무등피우기와 같은)
 4. 좋은 프로그램이 있어야 함. 공연기획 등 그 자체로 명품화 될 수 있어야 관광객들이 모임, 문화관광과 연계 필요.(예:강원도 정선5일장)
 5. 부여시장~중앙시장 역할 기능이 잘 분담되어야 하고, 점적 형태에 소외된 부여시장으로 끌어들이는 유인책이 공간적 형태로 나타나야 할 것임. 궁극적으로 두 시장의 동반성장되도록 큰 비전을 가지기 바람.

- 부여시장의 야시장 조성사업은 부여시장만을 위한 사업이 아님.
 - 부여도심상권활성화 차원에서 접근 필요
 - 경제진흥과만의 사업이 아닌 부여군 전체사업으로 인식 필요
- '운영주체' > 누가 운영할 것인가?
 - 부여시장 내부 상인조직력, 인적구성력(노령화) 다소 불안
 - 5일장 상인+ 인근 상점가 상인 등 참여 희망자의 폭을 확대 필요
 - 창업희망자 적극 수용(필요시 부여군의 주민까지도 수용)
- 먹거리 상품개발 시급히 필요
 - 일반 야시장에서 보기 드문 먹거리 개발
 - 상품 개발 + 스토리텔링
- 부여도심 내 숙박시설 도입필요 및 연계
 - 도심 주거지 내 주택 활용(게스트하우스)
- 고객 Targeting
 - 1차 : 지역주민 및 기존 리조트 내방고객(~2015년)
 - 2차 : 가족단위 관광객(2016~2018년)
 - ⇒ 방송 및 홍보 활동
 - 3차 : 수도권 관광객(2019년 이후)
- 역사도시의 "부여" → 이야기(Story)가 가장 큰 장점
 - 「역사이야기 발굴」이 무엇보다도 필요

소상공인시장진흥공단 류태창

충남발전연구원 산업경제연구부 이민정

- 백제 고도의 특성을 감안하여 관광객을 대상으로한 구체적 방향에 감흥. 노력하시는 군 경제진흥과 및 관련부서 관계자 노력에 감사
- 명확한 타겟과 구체적 장소, 도심특성을 기반으로 한 계획, 청년 창업팀과 같은 1석2조의 방법 창안에 밝은 부여의 미래가 보임
- 메인 타겟 특성을 월별, 연월별, 항구 고객 확대 등 파악하여야 매출과 사업결과 예측 가능
- 대상 고객, 사업 내용, 레이아웃, 시장개설 개요 등 구상에 있어 타겟 분석 중요
- 고객을 기반으로 한 Strong Opportunity(SO)전략(유관부서 협조 내용: 연계관광 등)
- 시장 내 판매자들의 준비 필요 : 계획추진단계 조성 등
- 전체 일정내에서 각 파트별 요청
- 아울렛의 역할은 고객의 지속적 유치와 내방고객 홍보로 상권을 확대해 나가는 것이라고 생각
- 기존 상점가의 동의 및 참여 방안을 도출 필요

- 유명야시장(대만, 홍콩)의 공통용인 3요소
 - ① 환경적 요인
 - ② 문화경제적 요인
 - ③ 정책적 요인(관광요소)
 - ⇒ 기후적 특성+ 간편먹거리+ 정책지원의 3박자가 맞아 떨어짐
- 야시장의 디자인 3요소
 - ① 조명발
 - ② 기후와 연계된 디자인
 - ③ 생활감 느낄 수 있는 공간
 - ⇒ 몽환적 요소+ 부분적 개방감+ 직접 만드는 모습
- 추진을 위한 협업의 3요소
 - ① 법정부처 체계 → 안행부+ 중기청+ 문체부+ 관광공사
 - ② 부여군내 체계
 - ③ 상인회 체계
- 사본기본계획 대입 및 분석
 - 환경적 요인 : 여름의 풍물시 또는 추석 전후로 좁혀서
 - 디자인 : 너무 환한 조명보다 밤의 몽환적 조명, 옥상정원
 - 협업에 대한 자체적 정리
- 타겟층, 운영자, 중점 상품 등에 대한 의문사항이 있음
 - ⇒ 이벤트 피로로 빠질 우려

롯데아울렛 류금석 점장

- 작은 도시에서 이런 사업을 진행하는 것은 매우 뜻 깊은 일인 것으로 여겨짐
- 좀 더 경쟁력과 자생력을 확보하기 위해 몇 가지 건의를 해보고자 함
- 가장 중요한 것은 <상인+지자체>의 묶임. 그럼에도 부여군의 의지가 필요할 것으로 여겨짐 → 관공과의 의견과 함께 진행 필요
- 작은 것부터 시작하는 것이 바람직할 것으로 여겨짐
(주말시장, 시간대별 운영 필요)
- 기대가 크면 실망도 큼. 이런 것을 최소화하기 위한 노력 필요
- 야시장의 타겟 → 상품의 명확(소비자 트렌드가 먼저 파악)하는 것이 필요
- 물리적 시설 양호하나 경영에 필요한 프로그램은 어려운 상황
- 도심상권활성화와 연계하여 진행하는 것은 매우 바람직한 것으로 여겨짐
- 시작은 작게 조금씩 추진하여 진행 → 고도화를 통해 보다 확대하는 것이 바람직할 것으로 여겨짐