

문서번호	임대개발팀-432
보존기간	년
결재일자	2017.03.31
공개여부	공개

★담당자	팀장	임대사업본부장	사장
			03/31
박나래	정준태	강민규	박현출
협 조			
감 사			

## 2017년 가락물 활성화 행사 추진 계획(안)

2017. 3



**서울특별시농수산물식품공사**

**임대개발팀**

# 2017년 가락물 활성화 행사 추진 계획(안)

- ❖ 다양한 자원을 적극 활용하여 상시 문화가 있는 공간 조성
- ❖ 청과부류 집중 지원을 통해 종합식자재시장으로서의 역할 수행

## I 추진 경과

### □ 행사 태동

- 가락물 활성화·명소화 실행 기본 로드맵 수립(15.5.29)
  - 가락물 오픈식, 문화이벤트, 판매촉진, 식문화 큐레이션, 홍보 등 세부 실행 프로그램에 대한 로드맵 수립

### □ 2016년 운영 실적

- 함께 시작해요, 가락물 Festival('16.7.1~7.2)
  - 가락물의 개장을 알리는 소프트오픈 행사 개최
  - 먹거리 시식회, 특판행사, 타임세일, 사은행사 등 프로그램 구성
- 가락물 하늘길 물놀이장 개장('16.8.9~8.15)
  - 만 3~10세 유아 및 어린이를 위한 수영장 및 실내 놀이터 설치
  - 서울시민의 여름철 여가공간을 조성하여 시장 속 이색 즐거움 체험
- 가락물 가을 먹거리 축제('16.10.21~10.22)
  - 신선한 제철 농수축산물과 100여종의 막걸리, 풍성한 거리공연이 어우러진 가을 저녁 먹거리 축제 개최
- 가락물 알뜰구매 김장축제('16.11.23~11.25)
  - 김장철 가락물 김장재료 판매촉진을 위한 알뜰구매 김장행사 실시
  - 명인과 함께 전통 김장문화를 알아보는 '김장 아카데미' 운영



1차 행사



2차 행사



3차 행사



4차 행사

## II

## 추진 방향

### □ 성과 분석

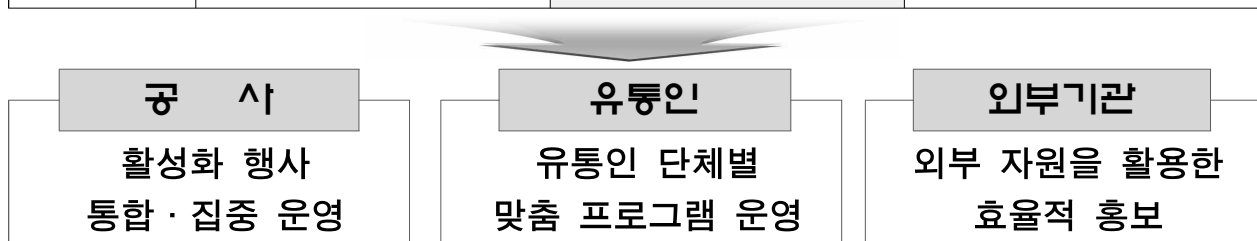
- 행사기간 방문고객 증대 및 가락물 인지도 상승
  - 행사기간 약 3만 3천여명(4회 합산) 가락물 방문 및 매장 매출 증대
- 행사 경험 축적으로 유통인 단체의 자발적 행사 참여 기조 마련
  - 4차례 행사 경험을 통해 단체별 프로그램 기획·운영 능력 향상
- 각종 언론매체, SNS 등을 통한 가락물의 긍정적 이미지 제고
  - 지상파 TV 및 라디오 취재, 각종 언론사 기사 보도 등 긍정언론 증가
  - 가락물 이용 고객들이 SNS를 통해 후기 등을 작성하여 공유·전파
- 다양한 프로그램 시도 및 외부 단체와의 적극적 협력 운영
  - 제철 먹거리 판매, 물놀이장 조성, 고객 사은행사 등 프로그램 진행
  - 도시철도공사(지하철 역사를 활용한 행사 홍보), 한국막걸리협회(가을 먹거리 축제 참여) 등과 함께 컬래버레이션 운영

### 개선 방향

- ❖ 가락물 홍보의 파급효과 확산을 위한 행사 통합·집중 운영
  - 행사 차수 증대가 아닌 기간 확장을 통한 파급효과 확산
- ❖ 유통인 및 외부 자원을 활용하여 가락물 인지도 향상
  - 외부 자원을 활용하여 상시적 문화공간 조성 및 가락물 홍보
- ❖ 활성화가 미흡한 부류 중심의 행사 운영
  - 청과부류 활성화를 통해 종합식자재시장으로서 균형 발전 도모

### □ 2017년 운영 방향

구 분	2016년	2017년	2018년
추진전략	가락물 방문을 제고	활성화 콘텐츠 강화	문화비즈니스 창출
추진방향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가락물 개장 홍보</li> <li>• 지역주민 방문 유도</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍보 마케팅 고도화</li> <li>• 가락물 문화 확산</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 위상 정립</li> <li>• 외국 관광객 유치</li> </ul>



### 과제 1 활성화 행사 통합 · 집중 운영 공사

- ▶ 행사 통합 · 연계 · 집중화로 가락물 문화 확산을 통한 활성화 구현
- ▶ 활성화 미흡 부류를 집중 지원하여 종합식자재시장의 역할 수행

#### □ 운영 방향 : 연간 2회, 회당 2주간 운영

※ 활성화가 미흡한 부류를 중심으로 행사 시기 및 프로그램 결정

#### □ 행사 내용

- 제철 농수축산물 홍보 및 소비 촉진
  - 제철 품목을 선정하여 요리법, 실생활 활용법 등 소개
  - 해당 품목을 활용한 체험행사, 식문화 프로그램 등 진행
- ‘문화가 있는 주간’ 기획 · 운영
  - 영화상영, 비밥공연, 팔도막걸리 축제, 거리공연 등 문화행사 운영
- 유통인 조합별 시식회, 먹거리 판매 등 행사 진행
  - 전년도 반응이 좋았던 프로그램 등 유통인 참여형 이벤트 운영
- 각종 전시 및 체험 프로그램 운영
  - 가락물 · 가락시장 사진, 지자체 특산물, 테마 식재료 등 전시 운영
  - 지역주민의 관심과 참여를 유도할 수 있는 체험 프로그램 개발
- 식문화프로그램, 가락물 텃밭교육, 도서관 문화행사 등 연계 진행

식문화 프로그램	도서관 프로그램
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 요리 소통 프로그램</li> <li>• 우리밀, 우리콩 한마당 축제</li> <li>• 제철 식재료 테마 클래스</li> <li>• 가락물 ‘푸드 에듀테인먼트’ 프로그램</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 작가와의 만남, Book&amp;Cook</li> <li>• 그림책 아트 프린트 원화 전시회</li> <li>• 가락물 추억의 명화 극장</li> <li>• ‘독서의 달’ 행사</li> </ul>

#### □ 행사 시기 : 청과직판 영업여건을 고려하여 정책적 결정 추진

- 도매권역 청과직판 상인이 가락물로 이전하고, 가락물 지하 1층의 소매 영업여건이 마련된 이후 행사 추진

## 과제 2 부류별 맞춤 프로그램 운영 **유통인**

- ▶ 유통인 단체 중심의 행사 추진을 유도하고, 각종 인센티브 제공
- ▶ 지속적으로 유지·발전할 수 있는 프로그램 운영

### □ 운영 내용

#### ○ 성수기 판매촉진 이벤트 실시

- 시 기 : 설·추석 명절, 김장철 등 농수축산물의 수요가 많은 시기
- 내 용 : 가락물 판매상품 집중 홍보 및 구매고객 대상 이벤트 실시
- 지 원 : 관측물 제작 배포, 대형 현수막 게시, 판매상품 진열 전시, 구매고객 사은행사 운영 등

※ 판매촉진 이벤트는 활성화가 미흡한 청과직판 위주 홍보

#### ○ 유통인 단체 운영 프로그램 지원

<p>유통인 단체</p> <p>행사 기획·운영</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>·대 상 : 가락물 임대유통인연합회 또는 각 조합</li><li>·시 기 : 단체별 행사가 필요한 시기</li><li>·내 용 : 부류별·품목별 특색에 맞춰 기획·운영 (例) 시식회, 할인판매, 먹거리 행사 등</li></ul>
▼	
<p>공 사</p> <p>인센티브 제공</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>·홍보물(포스터, 전단지, 현수막 등) 제작 지원</li><li>·행사장 구성 및 비품(테이블, 의자 등) 임대</li><li>·타 조합과 연대하여 운영 시 인건비 등 추가 지원</li><li>·필요 시 행사대행업체를 선정하여 운영 지원</li></ul>

#### ○ 가락물 유희공간(광장, 거리)를 활용한 마케팅 추진

- 가락물 야외공간 및 매장 내 복도 등을 활용하여 특화거리 운영
- 제철 농수축산물 및 식재료 시식·판매, 외부 벼룩시장 연계 운영 등

### □ 운영 방법 : 활성화 협의체를 구성하여 협의 운영

- 대 상 : 조합별 젊고 활동적인 유통인 1~2명
- 역 할 : 가락물 활성화를 위한 참신한 아이디어 발굴 및 실행
- 운 영 : 가락물 활성화 행사 개최 시(수시운영)

### 과제 3

### 외부 자원을 활용한 효율적 홍보 인부기관

- ▶ 외부의 다양한 자원을 활용하여 상시 문화가 있는 공간 조성
- ▶ 쇼핑과 문화를 동시에 즐기는 체류형 식자재시장 특색 강화

#### □ 팝업스토어 유치·운영

- 팝업스토어(pop-up store)란 짧게는 하루에서 길게는 몇 달간 단기로 운영하는 상점을 지칭
- 외부기관(업체) 팝업스토어를 유치·운영하여 가락몰의 인지도 향상 및 수익 창출 효과 기대

#### (사)한국막걸리협회 팝업스토어 운영 사례



- 운영 주최 : (사)한국막걸리협회(※ 농림축산식품부 지원)
- 운영 기간 : '16. 4월 ~ 10월(7개월)
- 운영 장소 : 일본 도쿄 신주쿠 코리아타운(약 10평 규모)
- 운영 내용 : 막걸리 상시 전시 및 시음, 막걸리 소믈리에를 통한 SNS 홍보 등

#### □ 유관기관 문화콘텐츠 활용

- 서울문화재단, 서울관광마케팅 등 유관기관의 문화콘텐츠 적극 활용
- 서울시 문화예술사업에 동참하며, 지역주민에게 문화향유 기회 제공

#### (재)서울문화재단 문화콘텐츠 활용 예시



- 서울문화재단 문화콘텐츠 사업 내용
  - 서울시 대표 B-boy단 2개팀 운영('17. 3월~12월)
  - 서울시 및 자치구, 공공기관 등 문화축제 참여
- 문화콘텐츠 사업 신청 시 공연 비용 일부(50~60%)를 서울문화재단에서 지원

#### □ 외부기관 문화행사 개최

- 서울시 산하기관 등 협조를 통해 협찬공연, 전시회 등 개최
- 송파구청 지역 예술단체, 재능기부 공연 등 유치·운영

## □ 향후계획

- 행사 대행업체 선정 및 활성화 행사 시행(시기 향후 결정)
  - ※ 정책조정회의 결정사항에 따라 청과직관 이전 등을 고려하여 추진
- 유통인 단체별 프로그램 기획·운영(연중)
  - 유통인 단체별 행사 운영 독려 및 가락몰 홍보 등 지원
  - 활성화 협의체를 구성하여 활성화 아이디어 발굴 및 실행
- 한국막걸리협회 팝업스토어 유치
  - 농림축산식품부 지원 확정 시, 가락몰 내 공간 구성 및 운영
    - ※ 팝업스토어 세부운영사항은 별도 방침 수립 시행
- 외부기관과 협업을 통한 가락몰 홍보
  - ‘서울 문화의 밤’(8.11~8.13) 등 서울시 및 산하기관 행사 참여
  - 가락몰 홈페이지, SNS 채널을 활용하여 가락몰 상시 홍보
- ‘활성화 행사’ 명칭 공모
  - 행사의 정체성을 담으면서 문화와 쇼핑을 아우를 수 있는 명칭 공모
  - 일반소비자 입장에서 쉽게 이해할 수 있는 참신한 행사 명칭 사용을 통해 행사 홍보 효과 기대