

문서번호	임대개발팀-418
보존기간	년
결재일자	2018.04.02
공개여부	공개

★담당자	팀장	임대사업본부장	사장
기지훈	정준태	강민규	04/02 박현출
협 조	팀장 팀장 팀장	정우철 나선중 손봉희	
감 사	감사실	감사필	

## 2018년 가락몰 활성화 행사 추진 계획(안)

2018. 3



서울특별시농수산물공사  
임대개발팀

# 2018년 가락물 활성화 행사 추진 계획(안)

## 요 약

### □ 추진 방향

- (가락물 메인 행사) 문화와 먹거리가 함께하는 “가락물 문화의 날 행사”(가칭) 개최
- (유통인 참여 확대) 메인행사 참여 확대 및 자체 행사 운영 적극 지원
- (신규 고객 유치) 외부 기관과 연계한 홍보 강화 및 관광객 유치

### □ 2018년 가락물 활성화 행사 추진 목표

- ❖ 가을 저녁 음악과 낭만, 먹거리가 함께하는 “**가락물 문화의 날 행사**”(가칭)를 통해 **유통인과 시민이 모두 즐길 수 있는 축제의 장 마련**
- ❖ **유통인 단체에서 자체 행사 운영** 및 **공사에서 홍보, 시설 지원 체계 정착**
- ❖ **팸투어 행사<sup>1)</sup>**를 통한 **가락물 홍보** 및 **신규 비즈니스 모델 개발**(관광객 유치)

### □ 2018년 활성화 행사 추진 체계

구분	내용	일정
메인 행사	가락물 문화의 날 행사(가칭) <음악과 낭만, 먹거리가 함께하는 즐거운 축제의 한마당>	‘18. 10월초~중순
유통인 참여 행사	성수기 판매촉진 행사	김장철, 추석명절 등
	상설 문화 공연 행사	‘18. 4월~10월
	자체 운영 행사(공사에서 홍보, 시설 지원)	유통인 단체에서 요청 시
신규 마케팅 프로그램	가락물 팸투어 행사 <가락물에서 경험하는 한국의 식문화>	8월~10월

구 분	2016년	2017년	2018년
추진전략	가락물 방문을 제고	활성화 콘텐츠 강화	문화비즈니스 창출
추진방향	• 가락물 개장 홍보 • 지역주민 방문 유도	• 홍보 마케팅 고도화 • 가락물 문화 확산	• 브랜드 구축, 명소화 • 외부 관광객 유치

#### 공 사

내실있는 메인 행사  
운영을 통한 명소화

#### 유통인

유통인 단체가 참여하는  
행사 프로그램 운영

#### 외부기관

외부 기관과 연계한 효율적  
홍보, 관광객 유치

1) ‘팸투어(Familiarization Tour)’란 관광지 또는 쇼핑몰 등의 홍보를 위해 언론 기자, 파워 블로거, 시민 기자단, 지역 부녀회 등을 초청하여 방문 체험하고, 후기 등을 언론 보도 및 SNS를 통해 알리는 바이럴 마케팅(입소문 마케팅)의 일종

## 요 약

### □ ‘가락물 문화의 날 행사’(가칭) 운영(10월)

- 음악과 낭만, 먹거리가 함께 하는 즐거운 축제의 한마당 개최
  - ⇒ (음악) 가수 초청, 비보이, 악기 연주, 클래식 공연, 버스킹 등
  - ⇒ (전시) 희망글판 역대 수상작 전시, 사진 공모전 개최·전시 등
  - ⇒ (먹거리) 다양한 가락물의 농수축산물을 활용한 먹거리 판매 부스 운영
- 서울시 및 산하 기관과 연계한 문화 공연 및 행사 홍보 추진
  - ⇒ 서울시와 연계한 공연팀 초청 및 라디오, SNS 등 홍보 매체 활용
- 행사 운영 시 “안전”을 최우선으로 안전매뉴얼 정비 및 안전요원 확대 배치

### □ 유통인 행사 프로그램 운영 및 지원(연중)

- 먹거리 광장 상설 공연 행사 운영(직장인 밴드, 비보이, 노래자랑 등)
- 성수기(김장철, 추석명절 등) 판매 촉진 행사 운영(유통인 자체 추진)
- 유통인 단체의 행사 추진 시 홍보 및 시설 관련 지원

### □ 가락물 팸투어 행사 개발·운영(8~10월)

- 팸투어 주제 : “가락물에서 경험하는 한국의 식문화 체험”
- 팸투어 참여 대상 : 여행사, 국내외 관광객, 파워 블로거, 시민 기자단 등

- 신선한 농수축산물과 다양한 구색의 식재료 판매장을 구경하고, 한국의 식문화를 직접 체험하며 가락물에 대한 긍정적 이미지 형성
- 한식 전문가, 전통음식 전문가 등을 섭외하여 한국의 식문화 소개 및 가락물의 신선한 식재료를 활용한 한식 요리 체험

팸투어 행사 최종 목표	가락물 홍보	“입소문(바이럴) 마케팅”을 통한 가락물 알리기
	신규비즈니스 모델 개발	① 관광 관련 기관, 여행사와 연계한 관광 코스로의 발전 ② 유통인과 여행사 연결을 통한 신규 사업 모델 발굴

- 2018년 시범 운영 후 성과 분석을 통해 보완·발전시켜 2019년 상설 운영 추진
- 팸투어 프로그램 개발 시 관광 관련 기관 및 여행사 자문, 타기관 사례 조사 등을 거쳐 효과적인 운영 방안 마련
- ※ 행사 대행 용역 시 팸투어 프로그램 개발·운영 과업 포함하여 추진

# 2018년 가락물 활성화 행사 추진 계획(안)

- 가락물을 알리고 유통인과 시민이 함께 즐길 수 있는 축제 기획
- 다양한 외부 기관과의 연계를 통해 신규 고객 및 관광객 유치

## I 추진 경과

- 가락물 활성화·명소화 실행 기본 로드맵 수립(영업지원팀-505, '15. 5. 29.)
- 2017년 행사 운영 실적
  - 성수기 판매촉진 행사 실시(2회)
    - 설, 추석에 가락물 판매상품 집중 홍보 및 구매고객 대상 이벤트 실시
    - (유통인) 자체 행사 기획·운영 / (공사) 홍보 및 시설 지원
  - 가락물 봄 활성화 행사 실시(행사명: “봄나들이” 행사)
    - (유통인) 자체 행사 기획·운영 / (공사) 홍보 및 시설 지원
    - 무대 공연, 먹거리 판매, 축산물 할인 판매행사 실시
  - 가락물 청과직판 구매자 사은행사 실시
    - 청과직판 유통인 추천을 받은 대량 구매자를 대상으로 사은행사 증정
  - 가락물 초밥 페스티벌 개최
    - 가락물의 다양한 식재료를 활용한 ‘초밥’을 주제로 축제 개최
    - 판매 행사, 무대 공연, 체험 프로그램, 부대 이벤트 실시
    - 행사 기간 약 3만 4천여명 방문, 축제 관련 SNS 반응 다수 (페이스북 댓글 3만건 이상, 인스타그램 좋아요 7만여 건, 네이버 블로그 조회 25만여 건 등)



## II 성과와 반성

### 1 2017년 행사 운영 성과

- (신규 고객 유치) 행사 기간 방문 고객 증대 및 인지도 상승
  - 단일 행사(초밥 페스티벌) 기간에만 약 3만 4천여 명 방문
  - 각종 언론 매체 및 SNS 등을 통해 가락몰 인지도 상승<sup>2)</sup>
- (유통인 역량 강화) 유통인 단체의 행사 참여 확대
  - '16년 행사 참여 경험을 통해 유통인 단체의 자발적 참여 활발
  - 성수기 판매촉진 행사, 봄 활성화 행사 등의 행사 기획단계부터 운영까지 유통인 단체의 참여를 통해 실시
- (우수한 홍보 전략) 온·오프라인의 다양한 매체 활용
  - 네이버, 페이스북, 인스타그램을 통한 온라인 홍보와 지역주민을 대상으로 한 아파트 게시판, 신문 삽지 광고 실시
  - 외부 기관(서울관광마케팅, 한국관광공사)과 연계한 적극적인 홍보

### 2 개선이 필요한 사항

- 가락몰 메인 행사의 주제(초밥) 조정 필요
  - 각종 농수축산물을 유통하는 가락몰의 메인 행사 주제로서 '초밥'은 다소 지엽적인 콘텐츠로 부류별 유통인 단체의 참여에 애로사항이 발생
  - 메인 활성화 행사로서 가락몰을 알리고 유통인과 시민이 함께 즐길 수 있는 주제로의 조정이 필요
- 유통인 단체 자체 행사 시 단순한 판촉행사 위주에서 다양한 문화행사로의 전환 필요
  - 일시적인 수익을 위한 판촉행사가 아닌, 중장기적 관점에서 가락몰을 지속적으로 방문하도록 즐길거리가 많은 문화행사로의 전환이 필요
- 가락몰 전층을 활용할 수 있는 다양한 행사장 운영 방안 필요
  - 가락몰 전체의 행사 분위기 조성을 위해 다양한 행사장 운영 방안 필요

2) 페이스북 댓글 3만건 이상, 인스타그램 좋아요 7만여건, 네이버블로그 조회 약 25만회

### III 추진 방향

- (가락물 메인 행사) 음악과 낭만, 먹거리가 있는 “가락물 문화의 날”(가칭)
  - 집객효과와 고객 만족도가 높고, 가락물의 브랜드 이미지 및 품격을 높일 수 있는 문화 공연 위주의 행사 프로그램 운영
  - 문화 행사와 함께 먹거리를 즐길 수 있는 부스를 운영하여 유통인 참여를 확대하고, 시민들에게 가락물의 먹거리를 소개할 수 있도록 추진
- (유통인 참여 확대) 자체 행사 운영 적극 유도 및 지원
  - 성수기(김장철, 추석 등) 유통인이 참여하는 판매촉진 프로그램 실시
  - 유통인 자체 문화 행사, 체험 프로그램 운영 시 시설, 홍보 지원
- (신규 고객 유치) 외부 기관과 연계한 홍보 강화 및 신규 고객 유치
  - 관광 정보 홈페이지, 관련 기관 SNS 등을 활용한 홍보 강화
  - 연중 지속적인 활성화 분위기 조성 및 관광객 유치를 위한 가락물 팸투어<sup>3)</sup> 프로그램 개발, 시범 운영

구 분	2016년	2017년	2018년
추진전략	가락물 방문율 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 구축, 명소화</li> <li>• 외부 관광객 유치</li> </ul>
<b>공 사</b>	<b>유통인</b>		<b>외부기관</b>
내실있는 메인 행사 운영을 통한 명소화	유통인 단체가 참여하는 행사 프로그램 운영		외부 기관과 연계한 효율적 홍보, 관광객 유치

2018년 활성화 행사 목표	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ 가을 저녁 음악과 낭만, 먹거리가 함께하는 “<b>가락물 문화의 날 행사</b>”(가칭)를 통해 <b>유통인과 시민이 모두 즐길 수 있는 축제의 장 마련</b></li> <li>❖ <b>유통인 단체에서 자체 행사 운영</b> 및 <b>공사에서 홍보, 시설 지원 체계 정착</b></li> <li>❖ <b>팸투어 행사</b>를 통한 <b>가락물 홍보</b> 및 <b>신규 비즈니스 모델 개발</b>(관광객 유치)</li> </ul>
-----------------------	---

3) ‘팸투어(Familiarization Tour)’란 관광지 또는 쇼핑물 등의 홍보를 위해 언론 기자, 파워 블로거, 시민 기자단, 지역 부녀회 등을 초청하여 방문 체험하고, 후기 등을 언론 보도 및 SNS를 통해 알리는 바이럴 마케팅(입소문 마케팅)의 일종

## IV 2018년 가락물 활성화 행사 운영 계획

### 1 “가락물 문화의 날 행사”(가칭) 개최 ……… (공사)

#### 핵심 사항

- 음악과 낭만, 먹거리가 함께 하는 즐거운 축제의 한마당 개최
  - ⇒ (음악) 가수 초청, 비보이, 악기 연주, 클래식 공연, 버스킹 등
  - ⇒ (전시) 희망글판 역대 수상작 전시, 사진 공모전 개최·전시 등
  - ⇒ (먹거리) 다양한 가락물의 농수축산물을 활용한 먹거리 판매 부스 운영
- 서울시 및 산하 기관과 연계한 문화 공연 및 행사 홍보 추진
  - ⇒ 서울시와 연계한 공연팀 초청 및 라디오, SNS 등 홍보 매체 활용

#### 가. 주요 운영 방향

- 행사 주제 : “음악과 낭만, 먹거리가 함께 하는 즐거운 축제의 한마당”
- 중점 추진 방향

추진 방향		추진 내용
개최 시기 및 기간 조정		1) 개최 시기 : (전년) 10월말 ➡ 10월 초 ~ 중순 ⇒ 10월말 외부 행사장의 쌀쌀한 날씨로 인해 일정 다소 앞당김 <sup>4)</sup> 2) 개최 기간 : (전년) 9일 ➡ 2~3일(주말 또는 금토일) ⇒ 전년 행사 결과 주말 대비 평일 방문객 약 17%로 저조하여 기간 조정 3) 개최 시간 : (전년) 14시~20시 ➡ 14시~20시(동일)
행사 운영		“안전”을 최우선으로 안전매뉴얼 정비 및 안전요원 확대 배치
추진 방향	음악	1) 시간대별, 장소별 음악 공연의 종류 및 일정 분산 배치 ⇒ 특정시간·특정장소에 방문객 쏠림 현상 방지 2) 공연장의 분산 배치를 통해 가락물 전체의 축제 분위기 조성 ⇒ 버스킹, 비보이 등의 공연장을 분산 배치하여 메인행사장 이외에도 축제 분위기 조성
	전시	· 공사가 보유한 우수한 콘텐츠를 활용하여 전시 행사 구역 운영 ⇒ 희망글판 역대 수상작 전시, 사진 공모전 개최 및 전시 등
	먹거리	· 유통인 단체의 먹거리 판매 부스 운영으로 행사 참여 확대

4) 기상청 날씨 자료(기상청 국가기상종합정보 날씨누리 홈페이지 ‘국내기후자료/과거자료’ 참조) 기준 서울의 최근 3개년(2015~2017년) 10월 25~31일 평균 기온은 약11℃로 10월 21~25일 평균 기온 약16℃ 보다 5℃ 낮음

## 나. 행사 내용

### 1) 가수 초청, 악기 연주, 클래식 공연 등 무대 공연 운영

- 세대를 아우를 수 있는 다양한 가수를 초청하여 방문객 만족도 향상
- 가을 저녁 낭만을 느낄 수 있는 클래식 공연 및 악기 연주
- 직장인 밴드, 대학생 동아리 등이 참여할 수 있도록 버스킹 프리존 운영
- 메인 공연장 이외에 간이 공연장소를 추가로 운영(먹거리광장 등)

### 2) 희망글판 역대 수상작 전시, 사진 공모전 개최 및 전시 등

- 가락물 희망글판 역대 수상작을 새롭게 디자인하여 전시
- 가락물 및 가락시장, 농업 관련 사진 공모전을 개최하여 전시  
⇒ “생활속의 가락시장과 가락물”, “우리 곁의 친근한 농업” 등의 주제로 사진 공모전을 진행하여 시상식 개최 및 전시 공간 조성

### 3) 제철농산물 지도 제작·전시

- 공사에서 보유한 다양한 콘텐츠(요리조리 유통정보, 계절별 농수산물 이야기 등)를 활용하여 제철 농산물을 재미있게 알리고,
- 가락물을 간접적으로 홍보할 수 있는 대형 제철농산물 지도 제작 및 전시

### 4) 유통인 단체가 참여하는 먹거리 판매 부스 운영

- 가락물의 다양한 농수축산물을 맛볼 수 있는 먹거리 존 운영

### 5) 가락물 시민 노래 자랑 운영

- 가락물 유통인과 시민이 함께 참여하는 노래 자랑으로 축제 분위기 조성

## 다. 유통인 협의체 구성 및 운영

- 유통인 연합회와 협의체를 구성하여 행사 프로그램 기획 및 유통인 참여 관련 사항에 대한 지속적인 소통 체계 구축

## 라. 행사 대행 용역을 통한 고품질의 행사 진행 추진

- 전문 행사 업체를 통한 행사 프로그램 기획·섭외·홍보·운영 진행
- 행사장 조성 및 음향·무대·조명·디자인 등의 전문 인력 활용

## 마. 서울시 및 산하 기관과 연계한 행사 프로그램 진행 및 홍보 추진

- 서울시와 연계한 공연팀(B-Boy, 악기 공연 등) 초청 추진
- 서울시 및 산하 기관(서울관광마케팅, tbs교통방송 등)의 홍보 매체(라디오, 홈페이지, SNS 등) 활용 추진



## 2 유통인 행사 프로그램 운영 및 지원 …… (유통인 단체, 공사)

### 핵심 사항

- 유통인 단체의 기획·운영 / 공사의 시설 및 홍보 지원 체계 정착  
⇒ 유통인의 가락물 활성화에 대한 인식 전환으로 자발적 참여 의식 강화
- 유통인 자체 문화 행사(공연, 체험프로그램 등) 운영 지원  
⇒ 집객 효과가 높고 방문객 만족도가 높은 문화 행사 위주로 활성화 행사의 개념 전환

### 가. 유통인 단체 운영 프로그램 지원 방향

<b>유통인 단체</b> 행사 기획·운영	<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</li> </ul>
▼	
<b>공 사</b> 행사 지원 (시설물 설치 등)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍보물(포스터, 전단지, 현수막 등) 제작 지원</li> <li>• 행사장 조성 및 비품(테이블, 의자 등) 대여</li> <li>• 필요 시 행사대행업체를 선정하여 운영 지원</li> </ul>

### 나. 성수기 판매촉진 행사 추진

- 시 기 : 추석 명절, 김장철 등 농수축산물의 수요가 많은 시기
- 내 용 : 유통인 단체별 판매상품 집중 홍보 및 구매고객 이벤트 실시
- 지 원 : 판촉물 제작 및 배포, 현수막 게시, 구매고객 사은행사 지원 등
- 전년도 운영한 ‘활성화 협의체’를 통해 참신한 아이디어 발굴 및 실행  
※ 공연, 체험프로그램 등의 문화 활동도 함께 운영하도록 독려 및 시설 지원

### 다. 먹거리 광장의 상설 공연 행사 추진

- 공연 기획 : 먹거리광장 입주 유통인
- 공연 장소 : 지하1층 먹거리광장
- 공연 기간 : ‘18. 4월 ~ 10월, 격주 금요일 16시~19시
- 공연 내용 : 악기 연주(색소폰, 트럼펫, 대금 등), 가수 초청공연, 노래자랑 등
- 행사 지원 계획(공사) : 행사장 조성(무대, 조명, 전기), SNS 홍보  
※ 연주자, 가수 등의 섭외 및 출연료 등은 유통인 단체에서 부담

※ 연중 유통인 단체의 자체 행사 진행 시 홍보 및 시설 지원 추진

### 3 가락물 팸투어 프로그램 운영 ……… (공사)

#### 핵심 사항

- 팸투어 프로그램을 통해 가락물을 알리고 신규 비즈니스 모델 발굴  
 ⇒ 가락물 방문 코스, 식문화 체험 프로그램, 안내 홍보 프로그램 등 개발  
 ⇒ 유통인과 여행사 연결을 통한 신규 사업 모델 발굴 등
- 홍보용 팸투어에서 머무르지 않고, 관광객 유치에 팸투어 적극 활용  
 ⇒ 관련 기관 및 여행사 등과 협력해 국내외 관광객의 가락물 팸투어 참여 추진

#### ‘팸투어(Familiarization Tour)’란?

관광지 또는 쇼핑몰 등의 홍보를 위해 언론 기자, 파워 블로거, 시민 기자단, 지역 부녀회 등을 초청하여 방문 체험하고, 후기 등을 언론 보도 및 SNS를 통해 알리는 바이럴 마케팅(입소문 마케팅)의 일종

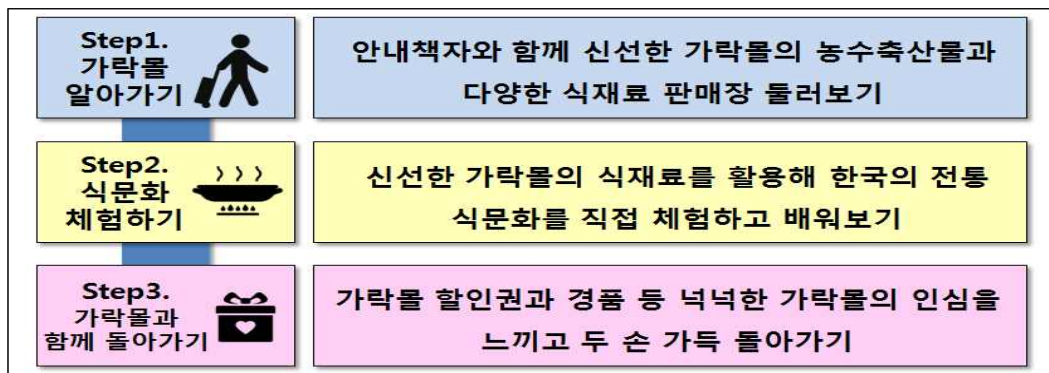
#### 가. 개발 및 운영 방향

- 팸투어 주제 : “가락물에서 경험하는 한국의 식문화 체험”
- 팸투어 참여 대상 : 여행사, 국내외 관광객, 파워 블로거, 시민 기자단 등
- (가락물 알리기) 신선한 농수축산물과 다양한 구색을 갖춘 식품 판매장을 돌며 가락물을 알릴 수 있는 관광 코스 개발
- (체험 프로그램) 가락물의 다양한 농수축산물을 활용한 식문화 체험
- (인센티브) 가락물 구매 할인권, 추첨을 통한 가락물 관련 경품 제공 등

팸투어 행사 최종 목표	가락물 홍보	“입소문(바이럴) 마케팅”을 통한 가락물 알리기
	신규 비즈니스 모델 개발	① 관광 관련 기관, 여행사와 연계한 <b>관광 코스로의 발전</b> ② 유통인과 여행사 연결을 통한 <b>신규 사업 모델 발굴</b>

➔ 팸투어 프로그램 개발 시 관광 관련 기관 및 여행사 자문, 타기관 사례 조사 등을 거쳐 효과적인 운영 방안 마련

※ 행사 대행 용역 시 팸투어 프로그램 개발·운영 과업 포함하여 추진



## 나. 추진 내용

### 1) 팸투어용 안내 책자 제작, 배포 및 가락물 관광 코스 개발

- 관광객용 다국어 안내 책자를 제작하여 가락물 팸투어 시 활용
- 신선한 농수축산물과 다양한 구색을 갖춘 식품 판매장 관광 코스를 개발하여 가락물의 장점 부각

### 2) 가락물의 다양한 농수축산물을 활용한 식문화 체험 프로그램 운영

- 한식 전문가 또는 전통음식 전문가를 섭외하여 한국의 식문화 소개 및 잊혀져가는 한국 고유의 전통 식문화 체험 프로그램 개발·운영
- 또한, 참가자가 직접 가락물의 식재료를 이용해 요리를 체험하고 시식 해볼 수 있는 기회 제공

### 3) 유통인 협의체를 통한 세부 프로그램 개발 및 운영

- 부류별로 유통인 일일 안내 도우미 지정 등 팸투어 운영 관련 협의
- 팸투어를 통해 방문하는 관광객들에게 제공할 수 있는 인센티브 협의 (할인권 발행, 요리 체험을 위한 식재료 협찬 등)
- 유통인과 여행사 연결을 통한 새로운 사업 모델 발굴 관련 협의

### 4) 관광 관련 기관 및 여행사 등에 가락물 팸투어 프로그램 홍보

- 서울관광마케팅, 한국관광공사 등 관련 기관과 연계한 팸투어 홍보
- 국내 주요 여행사, 여행 관련 블로그, 포털사이트 등 홍보 자료 배포

## 다. 2018년 팸투어 시범 운영 시기 : 8~10월(3회)

- 10월 팸투어의 경우, 가락물 활성화 행사(‘가락물 문화의 날’)와 연계하여 다양한 볼거리를 즐길 수 있도록 추진

## V 행정 사항

### 가락물 활성화 행사 관련 예산 현황

- 예산 항목 : 도매시장관리원가, 영업비용, 행사홍보비(행사운영비)
- 예산액 : ○○○백만원(절감 예산 ○○,○○○천원)

**향후 추진 계획**

- **유통인 단체별 프로그램 기획 · 운영(연중)**
  - 유통인 단체별 행사 운영 독려 및 가락물 홍보 등 지원
  - 활성화 협의체를 구성하여 활성화 아이디어 발굴 및 실행
- **활성화 행사 및 관광객 유치에 위한 외부 사례 조사**
  - 지역 축제, 문화 행사, 관광 명소 등의 사례 조사
  - 성공 요인 분석을 통해 가락물 활성화 행사의 품질 향상 및 관광객 유치 방안 마련
- **가락물 활성화 행사 대행 용역 추진(업체 선정 및 프로그램 기획, 운영)**
  - 행사 기획·섭외·홍보·운영 추진 및 팸투어 프로그램 개발·운영

구분	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
대행 용역 계획 수립								
유통인 단체 협의								
업체 선정								
세부 프로그램 기획								
행사 홍보								
행사 개최								
행사 결과 분석								
팸투어 프로그램 개발								
팸투어 운영								

※ 행사 대행 용역에 대한 사항은 별도 방침 수립하여 추진

- **외부기관과 협업을 통한 가락물 홍보 및 관광객 유치**
  - 서울시 및 관련 기관(서울관광마케팅, 한국관광공사 등)과 연계한 홍보
  - 가락물 홈페이지, SNS 채널을 활용하여 가락물 상시 홍보

**협조 사항**

- 팸투어 프로그램 개발 시 쿠킹스튜디오 활용 및 식문화 관련 전문가 섭외 등 관련 업무 협조 ... (상생협력팀)
- 가락물 활성화 행사 진행 시 언론 광고, 매체 광고, SNS 등 홍보 협조 ... (홍보팀)
- 행사장 조성 시 필요한 전기, 수도 등 관련 설비 협조 ... (시설안전팀)

별첨 일상감사 요청서 1부. 끝.