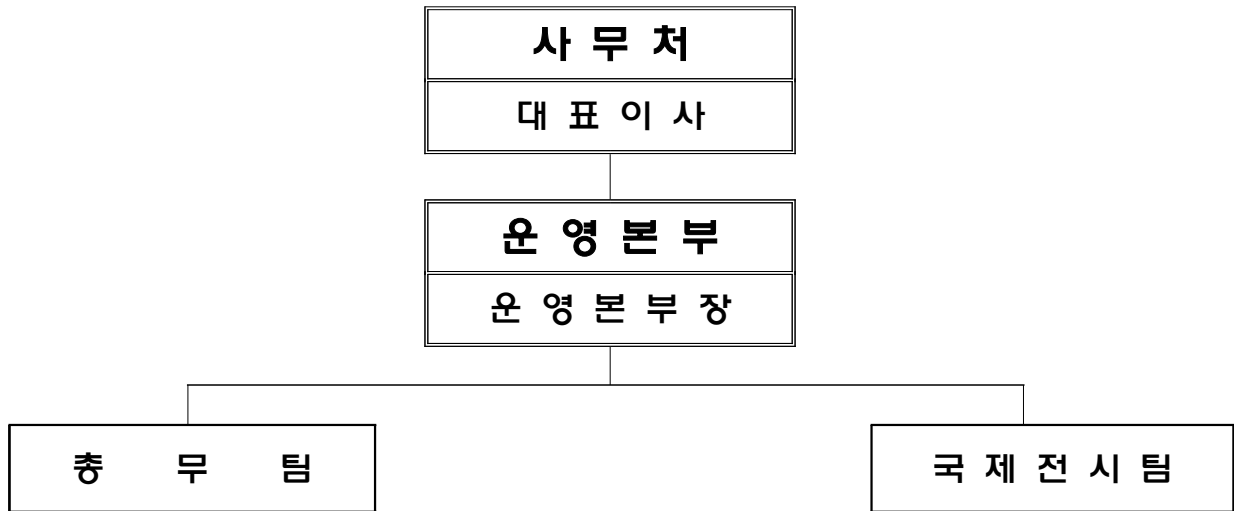


# (재)고양국제꽃박람회



# 일 반 현 황

## ■ 조 직 : 1차 1운영본부 2팀



## ■ 인 원 : 현원 22명[정원 22명]

| 구분 | 계  | 3급 | 4급 | 5급 | 6급 | 7급 | 8급 | 9급 | 비고 |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 현원 | 22 | 1  | 1  | 2  | 3  | 5  | 4  | 6  |    |
| 정원 | 22 | 1  | 1  | 3  | 2  | 6  | 4  | 5  |    |

## ■ 꽃박람회 준비조직 및 인원

- 조 직 : 1차 1운영본부 2팀
- 인 원 : 총 27명(정규직 22명, 계약직 5명)
  - ※ 계약직원 : 사무처 3명, 선인장전시관 2명

## 2015년 (재)고양국제꽃박람회 비전과 전략

호수공원 사계절 꽃 축제 성공 개최 및 고양을 국제적 꽃 문화 도시로서의 명성을 드높이는데 고양국제꽃박람회 재단의 모든 역량을 발휘



**향기 가득한 국제 꽃 문화 예술도시 도약**



- 세계가 부러워하는 호수공원 사계절 꽃 축제
- 국제 꽃 문화도시 가꾸기 및 꽃 소비문화 확산
- 화훼 비즈니스 다변화로 화훼산업 발전 도모
- 꽃 내음 관광벨트 구축 및 관광객 유치 확대
- 완벽한 안전관리로 꽃 축제 관람객 사고 제로화

# [재]고양국제꽃박람회

- **세계가 부러워하는 호수공원 사계절 꽃 축제**
  - 2015 고양국제꽃박람회
  - 2015 호수 장미 페스티벌
  - 2015 고양 가을 꽃 축제
  
- **국제 꽃 문화도시 가꾸기 및 꽃 소비문화 확산**
  - 100만 시민 꽃 도시 만들기 공모 사업
  - 꽃 선물하기 운동 전개
  
- **화훼 비즈니스 다변화로 화훼산업 발전 도모**
  - 화훼 수출 협의회 운영
  - 해외박람회 참가 지원 사업
  - 화훼 바이어 초청 및 수출상담회
  
- **꽃 내음 관광벨트 구축 및 관광객 유치 확대**
  
- **선인장전시관 관리 운영**

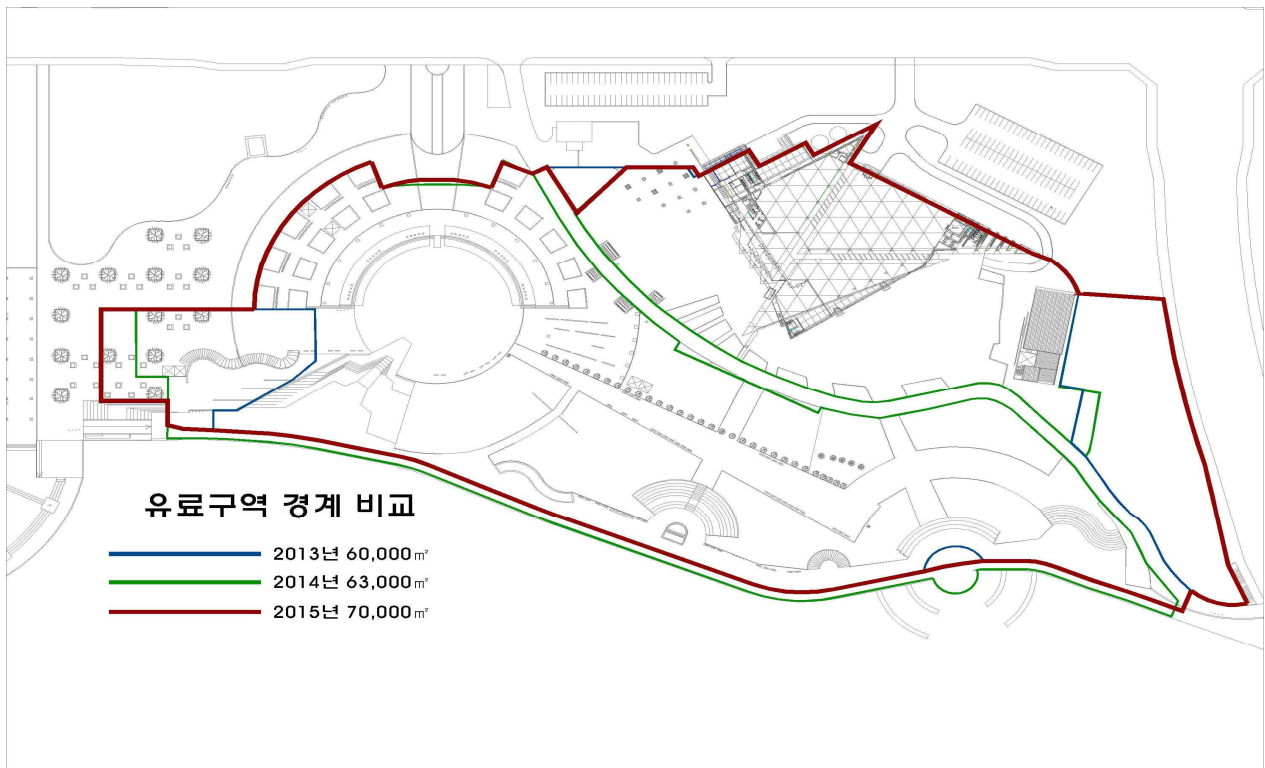
# 세계가 부러워하는 호수공원 시계절 꽃 축제

## I 2015 고양국제꽃박람회

세계인이 부러워하는 국제 꽃 문화 예술 축제 개최로 화훼 소비문화 확산과 화훼산업 발전 및 관내 농가 소득증대에 기여하고 지역경제 부흥 및 국제 꽃 문화 관광도시 고양의 브랜드 가치 제고

### 행사 개요

- 기 간 : 2015. 4. 24.(금) ~ 5. 10.(일), 17일간(평일 9일, 휴일 8일)
  - 개막식 겸 전야제 : 2015. 4. 23.(목) 18시부터
- 규 모 : 약 15만㎡(유료구역 70,000㎡)
  - 유료구역 : 꽃전시관 ↔ 한울광장 경계, 무료구역 : 한울광장 우측 광장
  - 호수공원 순환로 : 수변로 1/2 개방



- 예 산 : 4,190,000천원(도비 5억, 시비 14억, 재단 22억9천)
- 입장요금(안) : 성인 10,000원, 특별할인 8,000원

○ 후원기관(협의 중)

- 국 내 : 농림축산식품부, 문화체육관광부, 경기도, 농촌진흥청, 산림청, 농협, SBS, 농림축산검역본부, 한국관광공사, 경기관광공사, 한국농수산식품유통공사, 한국화훼농업협동조합, 한국철도공사, 서울도시철도, 한화아쿠아플라넷 일산, 원마운트 등
- 해 외 : Floriculture International(네덜란드), IFEX(일본), Infotrade(대만), Flora Expo(인도), NAHTA(나이지리아), EHPEA(에티오피아), TFEA(대만), Asocoflores(콜롬비아), 마우이카운티(미국), LIPI(인도네시아)

 추진 방침

○ 관람객 안전 및 만족도 제고

- 행사장 전체 구조물, 소방, 전기 등 안전점검 및 위험 요인 해소
- 실내 전시관, 판매장 등 관람객 혼잡구역 안전요원 배치 확대
- 킬러 콘텐츠 전시 및 행복·감동을 느낄 수 있는 조정 연출
- 안내소, 판매점, 의료, 파출소 등 서비스시설 수요자 편의 중심으로 배치
- 자원봉사자, 도우미, 교통봉사대, 안전요원 등 친절 서비스 마인드 제고

○ 화훼 농가와 시민의 자부심을 높이는 행사로 개최

- 고양 화훼 농가의 전시, 판매, 체험 프로그램 참여 확대
- 행사 운영 인력, 공연팀 등 고양시민의 참여 기회 확대
- 고양시 전역에서 아티스트들과 함께하는 축제로 개최
- 1사 1꽃 농가 소비 결연 사업 추진
- 100만 고양의 역사, 환경, 교육, 복지 등 전략적 홍보로 도시브랜드 가치 제고

○ 국내·외 관람객 유치 확대

- 인바운드 전문 여행사 및 전세버스 조합을 대상으로 꽃박람회와 주변 관광지 등 패키지 코스 팸투어 및 설명회 개최
- 코레일과 함께하는 관광 열차 운행
- 한국관광공사 해외지사를 통한 대외 홍보 확대
- 성별, 계층별, 외국인별 유치를 위한 타깃 브로슈어 제작 배포

○ 100만 행복 도시, 5020 역사도시 부각

- 사진 전시, 역사 조형물 등을 제작하여 고양의 비전 홍보
- 전시, 이벤트를 관람객 참여 및 즐길거리로 대폭 전환

- 지역경제 활성화와 일자리 창출에 기여하는 행사로 개최
  - MICE 인센티브 관광 활성화로 일자리 창출
  - 고양 상권과 연계한 마케팅과 유인책으로 지역경제 활성화 도모
  - 고양 관광 안내 홍보관 운영
  - 고양 신한류 공연 및 관내 문화 예술 공연 단체 초청 공연 추진
  - 거리아티스트 공연 및 퍼포먼스 추진
  - 꽃 브랜드 기획 상품 전시 및 판매점 운영

## ◆ 세계 TOP 5 글로벌 꽃 축제

- 국가관 유치 : 해외 25개국 이상
  - 해외 정부, 화훼 협회, 화훼 수출공사, 관광청 등을 유치하여 화훼 무역 및 꽃 문화 교류 확대와 MOU 체결 등 네트워크 확장
- 해외 우수업체 유치 : 해외 35개국 120개 업체 이상
  - 네덜란드, 미국, 독일 등 화훼 선진국의 신상품 및 핵심 수출 품종 전시
  - 무역 상담실 운영과 학술 교류 확대
- 국제적 축제로서의 품격 향상
  - 참가국 국가의 날 행사 추진(화훼류, 문화예술 등)
  - 해외 유명 박람회, 식물원, 국제 화훼 기구 등 유명 인사 초청 확대
- 국내 화훼 기관·단체·업체 유치 : 200개 이상
  - 화훼 신상품, 신상품 등 수출 경쟁력을 갖춘 품목 전시 확대
  - 화훼 기관, 단체, 협회 등의 아이디어 상품 및 가공 상품 전시 확대
  - 원예 기자재, 친환경 액비, 도시농업 가든 등의 신 개발품 전시 확대
- 화훼 비즈니스 강화
  - 비즈니스 멤버 5천명을 초청하여 비즈니스 스페셜데일로 운영
  - 전시 참가업체의 품평회, 상담회, 학술세미나, 화합의 장 등 개최
- 국내·외 네트워크 구축 및 MOU 체결
  - 외국 화훼 전문박람회, 국제기구, 해외 정부, 화훼 협회, 해외 관광청 등과 협력 및 교류 MOU 체결
- 꽃과 문화 예술, 관광 등 참가의 다양성 확대
  - 주한 해외 관광청과 연계하여 전시, 관광, 민속공연 등 교류 확대
  - 국가 정원 및 유네스코 세계문화 유산 등 전시 다변화 추진



## ◆ 관람객들로 부터 호감 받는 창의적 전시연출

- 월드플라워 1, 2관(6,000m<sup>2</sup>) : 국가관 및 국내·외 우수 화훼류 업체
  - 비즈니스 전문 전시관으로 화훼 신상품, 신상품 전시로 무역 확대 및 다변화
- 화훼 브랜드상품관(400m<sup>2</sup>) : 국내 화훼 기관, 단체 및 꽃 브랜드 개발 업체
  - 꽃 장식작품, 화훼 아이디어 상품 전시 및 판매·체험이 가능한 실내 전시관
- 플라워 판타지아관(1,000m<sup>2</sup>) : 꽃과 멀티미디어가 융합된 4D 체험형 실내전시관
  - TFS 텐트 실내 공간에 아름다운 영상과 음향, LED 및 광섬유 등으로 연출되는 멀티디스플레이와 다채로운 행잉 화훼로 환상적인 조합을 선보이는 『빛소리 꽃마루』, 호접란, 덴파레, 카틀레야 등 서양란과 다양한 만경류 식물로 천장을 가득 메우고 그 아래 사랑과 결혼의 찬미를 표현하는 포토존이 설치되는 『러브판타지가든』, 고양시를 상징하는 대표식물인 비모란으로 가로×세로 5M의 벽면 모자이크작품 『행복한 눈물』 전시와 다채로운 꽃 예술작품이 화려하게 전시되는 『플라워아트갤러리』의 3가지 컨셉으로 꾸며지는 실내 전시연출
- 세계 평화 정원(1,400m<sup>2</sup>) : 21세기 한반도 평화의 중심 도시 고양시를 표현
  - 고양 꽃전시관 전면 광장에 전쟁의 상징인 무기와 전차 등을 활용한 다채로운 조형물과 꽃 포토존 조성, 남북 통일 등을 주제로 평화를 상징하는 정원 전시
- 유러피안 가든(1,500m<sup>2</sup>) : 영국, 프랑스 등으로 대표되는 서구식 야외 정원
  - 꽃과 토분, 토피어리, 조각 예술작품과 다양한 화훼류로 연출되는 유럽형 야외 정원 조성
- 플라워 콜로세움(1,800m<sup>2</sup>) : 꽃과 문화예술의 조화로 연출되는 공간
  - 호수공원 노면에 꽃으로 된 기둥, 벽과 무대를 포함하는 정원을 설치하여 세계 각국의 문화 예술 공연
- 고양시민 행복 정원(500m<sup>2</sup>) : 고양시민이 직접 참여하여 꾸미는 정원
  - 시민들이 직접 제작 및 감독, 설치되는 야외 정원
- 사랑의 정원(400m<sup>2</sup>) : 튜립, 히야신스, 프로틸라리아 등 구근류 연출
  - 구근류로 사랑을 상징하는 정원 연출
- 화훼 전문 작가 정원(2,000m<sup>2</sup>) : 30여개 실생활 정원
  - 코리아 가든쇼 정원, 화훼 작가정원, 신기술(품종)업체 정원 등
- 기타 정원 : Mosaiculture, 웰컴 정원, 평화의 꽃 벽, 감놀 포토존, 오순도순 정원, 호반 가든, 향수 오솔길 정원 등



## MICE산업 활성화와 국제 관광도시 지위 향상

- 관람객 유치 확대
  - 유료 관람객 60만명 등 국·내외 관광객 100만명 이상 유치
  - 미디어 및 SNS 온라인 홍보 강화로 국내·외 단체 관광객 유치 확대
  - 원마운트, 아쿠아플라넷 등과 연계한 공동프로모션 추진
- 홍보 강화
  - 푸야라이몬디, 야레타 등 킬러 콘텐츠 수급 및 전시 집중 홍보
  - TV 3사 박람회장 생방송 및 교양·다큐 등 프로그램 유치
  - SNS, 블로그 등 바이럴 마케팅 확대
  - 케이블, 신문(중앙, 지방지)등 광고, 인쇄 및 옥외 광고물 홍보
  - 해외 박람회 참가 및 브로슈어, 참가안내서 등 발송 홍보
- MICE 산업 활성화
  - 킨텍스, 인바운드 여행사, 전세버스조합 등 인센티브 관광 대폭 확대
  - 패키지 관광코스 개발 및 고양 시티투어 확대
- 기업 공동 프로모션 확대
  - 삼성, 현대, KT, 포스코 등 그린랭킹 상위기업 후원 및 협찬사업 확대
  - 철도3사, 항공사, 포탈 기업과의 공조 체제 강화
  - 관내 관광 기업과 연계 입장권 제휴 등 마케팅 확대
  - 대기업과 연계 공식공급권 사업 및 공동 마케팅 강화
- 온·오프라인 이벤트
  - 뉴스레터, SNS를 활용한 온라인 이벤트
  - 인터넷 카페, 라디오, 잡지 등 티켓 프로모션 추진

## 국내·외 관심을 집중 시킬 수 있는 행사 구성

- 개막식 이슈화
  - 정부 주요인사, 정계, 재계, 화훼계, 고양시민 등 3,000명 초청
  - 공식행사, 축하공연, 불꽃놀이 등으로 구성
  - 창작 주제공연, 해외 민속공연 및 K-POP 공연 개최
  - 음악, 레이저, 멀티미디어가 조화된 초대형 불꽃 쇼 개최
  - ※ 폐막식 : 시상 및 시민과 함께하는 성공 축하공연

- 프레스데이 개최
  - 방송 및 언론사 관계자 100여명 초청
  - 주요 전시브리핑 및 현장 투어, 홍보 협조 요청
- 비즈니스데이 활성화
  - 전 기간 스페셜 비즈니스데이로 운영
  - 화훼 직접 종사자, 관계자 등 5천명 무료 초청
  - 학술세미나, 강좌, 비즈니스 1:1매칭, 품평회, 화훼단지 투어 등 개최
- 꽃 문화 행사 개최
  - 화훼 신품종 조경연출, 부스 디스플레이 등 다양한 콘테스트 개최
  - 꽃꽂이 경진대회, 데먼스트레이션, 꽃 그림 그리기대회 등 꽃 문화 행사 개최
- 문화 예술 공연 이벤트 개최
  - 참가 국가별 National Day 지정 민속 공연 등 추진
  - 문화재단 신한류 공연단 및 K-POP 공연 실시
  - 행사기간 중 3백여 회 다양한 장르의 문화 예술 공연 추진
  - 포토걸, 군악대 등 다양한 퍼포먼스 퍼레이드 개최
  - 기업 및 단체의 협찬 공연 및 국제 페스티벌 유치
- 고양시 전역 축제 공연
  - 일산 문화광장, 화정 문화광장, 웨스턴돔, 라페스타 등 다중 통행장소 문화공연 추진

## **완벽한 안전관리로 관람객 사고 제로화 추진**

- 사고 위험 요소 행사 전 점검 및 보완
  - 건축사 협회, 전기 및 가스 안전공사, 소방서, 경찰서, 시 안전총괄과, 공원관리과 등과 합동 정밀안전 점검 실시 및 위험요소 완전 해소
  - 계단, 슬로프, 전선 안전 덮개 등 통행 시 위험 구역 경고판 설치
- 관람 혼잡 공간 안전요원 배치 및 통제
  - 실내 전시관 및 판매장 등에 안전 관리원 고정 배치
  - 관람객 혼잡 발생 시 입장 관리 및 통제 이행
- 안전 및 재해사고 시 피해 최소화
  - 안전·재해 대처 계획의 완벽한 수립 및 대비태세 확립
  - 안전 및 재해사고 시 구조 기관과의 신속한 대응 시스템 가동
  - 안전 및 재해사고 예방을 위한 관계요원 교육 및 리허설 실시

## **관람객에게 무한 감동을 전하는 서비스 확대**

- 행사장 관리 운영
  - 운영시간 : 평일 09:00 ~ 19:00, 주말·휴일 08:30 ~ 20:00
  - 운영인력 : 1일 220명의 미소 천사 투입
  - 인력선발 : 고양시민을 위주로 배치하고 청소, 안전관리 등은 전문 업체 인력 운영
- 주차 교통 대책
  - 임시 주차장 확보 운영 : 12,000면
  - 셔틀버스 운행 및 전용차선 확보 : 연 303대  
(평일 7대, 토·휴일 20 ~ 25대)
  - 주차 및 교통 안내 인력 : 1일 150명 투입
  - 행사장 접근 유도안내 사인물 300조 및 화장실·매표소 등 편의시설 배치
  - 대중교통 이용 홍보 확대 : 교통방송, 리포터, 입장료 1천원 할인 등
- 서비스 시설 설치
  - 카페테리아 등 대기업 공식공급권 10개 기업
  - 꽃 비빔밥, 화전, 꽃 떡, 꽃 김밥 등 한류 먹거리 서비스 10개 업체
  - 광주 세계 김치 문화 및 친환경 협찬 기업 홍보 부스 운영
- 노약자·장애인 편의용품 및 시설·인력 배치
  - 휠체어 150대, 유모차 300대 무료 대여
  - 모유 수유실 3개소 설치 및 물수건 등 소모품 무상 제공
  - 행사장 동선 내 슬로프 및 미끄럼 방지 테이프 설치
  - 장애인 전용 주차장 입·출구 설치
  - 노약자·장애인 안내 편의 제공 전담인력 배치
- 교육 및 리허설
  - 사전 교육 및 현장 실제 상황연습, 행사기간 매일 보완 교육 추진

## **지역경제 활성화와 일자리 창출 연계 확대**

- 지역경제 활성화
  - 맛집, 놀이·유흥시설, 숙박 등 안내 확대
  - 입장권에 상품 구매 쿠폰 부착 제작
  - 관내 관광 기업과 연계한 마케팅 확대

- 일자리 창출 확대
  - 행사 인력, 전시 조정, MICE 산업 등에 고양시민 채용
  - 화훼 체험·판매장 등 60여 개소 운영
  - 한류 먹거리 지역 서비스 업체 10개소 입점 운영
  - 지역 문화예술 공연단체 참여 확대
  - 문화 콘텐츠 사업 및 고양시 브랜드상품 판매장 운영
- 화훼 수출 판로 개척 및 계약 확대
  - 러시아, 네덜란드, 미국, 일본, 중동 국가 등 신규 수출 판로 및 상담 확대
- 관람객 유치
  - 유치 목표 : 행사장 유료 관람객 60만명, 고양시 전역 100만명
  - 외국인 관광객 6만명 이상
  - ※ 유니세프, 국경없는 의사회 등과 티켓 공동마케팅
- 투자 수익
  - 수 익 : 투자액 대비 2억원 흑자를 목표
  - 수입 증대
    - 입 장 수 입 : 소셜 커머스 및 모바일 판매 확대, 기업 공동마케팅 확대, 예매권 판매처 확대, 단체관람객 유치 확대
    - 협 찬 수 입 : 기업 유치 확대
    - 참가비수입 : 우수 기업 유치 확대
  - 투자 절약
    - 조정·시설 : 정확한 설계액 산출 및 계약 심사제 이행
    - 홍 보 : 기업과의 공동 프로모션 확대
    - 사업 축소 : 성과 미흡 및 관람객 관심 저조 사업
- 지역경제 유발 효과
  - 경제적 효과 : 2천억 이상
  - 일자리 창출 : 3천명 이상
  - 박람회장 내 화훼류, 식·음료 등 매출 50억 이상

## 추진 일정

- 꽃박람회 기본 실행계획 확정 : 2014. 11월말
- 국가관 및 해외업체 유치 추진 : 2014. 11월부터

- 홍보 브로셔 및 참가안내서 제작 : 2014. 11월
- 행사장 기반 시설 계획 확정 : 2014. 11월
- 전시사업 공모 및 업체 선정 : 2014. 11월 ~ 12월말
- 공식행사 및 이벤트 행사 기획 확정 : 2014. 12월
- 행사장 운영시설 및 편의시설 확정 : 2014. 12월
- 후원 및 협찬 사업 계획 확정 : 2014. 12월
- 공연, 불꽃쇼, 꽃 문화 체험 이벤트, 방송 등 계획수립 : 2014. 12월
- 방송, 언론, 온·오프라인 홍보와 관람객 유치, 행사장 운영, 마케팅, 주차·교통 등 추진 계획수립 : 2014. 12월
- 야외 전시 테마별 20여개 꽃 정원 연출 업체선정 : 2014. 12월말
- 실내 전시 25개 국가관, 320개 업체 참가 전시 유치 : 2015. 1월말
- 신품종, 킬러, 이색, 환상(감동) 특별 전시 업체선정 : 2015. 1월말
- 참가 기관, 업체, 단체 유치 확정 : 2015. 2월
- 자원봉사자 운영요원 등 모집 완료 : 2015. 2월
- 현장 실행 : 2015. 4월

## 기대 효과

- 꽃박람회 성공개최 및 꽃 소비문화 확산을 주도하면서 고양시를 명실상부한 국제 꽃 문화도시로 도약
- 꽃박람회와 연계한 고양 관광 인프라의 집중적인 홍보로 인한 관광객 방문 확대로 지역경제 활성화에 기여
- 고양 화훼농가 참여 확대로 인한 소득증대와 고양시민의 참여 기회를 넓힘으로써 100만 도시 시민으로서의 자긍심 고취

호수공원을 계절별 화훼 테마 생태공원으로 관광 명소화하여  
농가 소득 증대 도모와 지역경제 활성화 및 국제 꽃 문화 관광도시  
고양의 브랜딩 강화 추진

### 행사 개요

- 기 간 : 2015. 5. 29. ~ 6. 7.(10일간), 무료
- 장 소 : 호수공원 장미원 일원
- 규 모 : 13,000m<sup>2</sup>(장미원 9,550m<sup>2</sup>, 주변잔디 3,450m<sup>2</sup>)
- 예 산 : 0원

### 행사 내용

- 사계장미 개화 : 식재면적 3,450m<sup>2</sup>
  - 97개 품종, 20,872주 사계 및 넝쿨장미 식재 조성
  - HT계(대륜), FL계(중륜), LA계(덤블형), CL계(넝쿨)의 계통 장미
- 행사기간 중 최상의 개화 추진

### 추진 계획

- 장미 축제 종합 계획 수립 : 2015. 2월
- 현장 사계 장미 개화관리 및 전시 연출 : 2015. 4. 25.한
- 후원, 협찬, 마케팅 등 참가업체 유치 : 2015. 4월말
- SNS, TV 현장 생방송, 인쇄물 등 홍보 : 지속 추진

### 기대 효과

- 장미 축제를 통한 호수공원 친환경 사계절 꽃 관광 인프라 구축
- 시민들의 문화 욕구 충족 및 꽃 소비 문화적 기능 제공
- 화훼 문화 산업 발전 도모와 농가 소득 증대
- 꽃 내음 관광벨트의 한 공간으로 국내·외 관광객 유치에 기여

### Ⅲ

## 2015 고양 가을 꽃 축제

화훼소비 문화 창출로 화훼산업 발전 및 관내 농가 소득증대에 기여하고 호수공원 10월 글로벌 문화 대축제와 연계 개최하여 지역경제 부흥 및 국제 관광 도시 고양의 브랜딩 강화 추진

### ◆ 행사 개요

- 기 간 : 2015. 10. 2. ~ 10. 11.(10일간), 무료
- 장 소 : 고양꽃전시관 및 호수공원 주제광장 일원
- 규 모 : 20,000m<sup>2</sup>(전시면적 10,000m<sup>2</sup>)
- 예 산 : 300,000천원(시비)

### ◆ 행사 내용

- 정원 조성 : 국화 다룬대작, 특수작, 모형작과 다양한 가을꽃 정원 연출
- 국화 작품 전시 : 입국, 현애, 다룬, 3간작, 분재, 분경, 특수작 등
- 문화·예술 공연 이벤트, 화훼 체험·판매장 확대 운영

### ◆ 추진 계획

- 가을꽃 축제 종합계획 수립 : 2015. 5월말
  - 국화 신품종, 국화 조형작품 계약재배(토피어리, 현애작, 다룬대작 등)
  - 공연 및 꽃 문화 이벤트, 화훼 체험·판매장
  - 홍보, 공동프로모션 및 마케팅, 시설, 운영 등
- 업체 선정 : 2015. 8월말
- 공동프로모션 및 참가업체 유치 : 2015. 9월 중순
- 조경 연출 및 시설물 설치 : 2015. 9월말

### ◆ 기대 효과

- 관광객 확대 유치로 지역경제 상권 활성화에 기여
- 10월 문화 대축제 병행 홍보로 성공 개최 지원
- 화훼류 관내 수급을 통한 농가 수익 창출 및 꽃 소비 확대
- 시민 참여 문화 예술 공연을 통한 문화예술 진흥
- 일자리 창출 등 지역경제 활성화 기여



# 국제 꽃 문화도시 가꾸기 및 꽃 소비문화 확산

I

## 100만 시민 꽃 도시 만들기 공모사업

행정기관이 주도하던 녹화방식의 한계를 극복하고 시민들의 참여 및 협력을 통해 일상생활 속에서 꽃을 심고 가꾸는 네트워크 커뮤니티 조직화 및 지속적인 참여를 유도하여 대한민국에서 가장 살기 좋은 도시, 누구나 와 보고 싶은 국제 꽃 문화 관광도시를 만들기 위함

### ◆ 사업 개요

- 사업기간 : 2015. 4월 ~ 10월(8개월간), 2014. 12월 사업 공고
- 장 소 : 고양시 전역 7개 분야 99개 사업
- 주 관 : 사업 분야별로 1개 사업에 시민 공동체 20 ~ 30명
- 예 산 : 150,000천원(재단)

### ◆ 사업 내용

- 시민 커뮤니티(공동체)가 자율적으로 참여하고 만들어 가는 사업으로 추진
  - 아파트, 학교, 상가, 마을 골목길, 자투리땅, 도로변 녹지대 등 정원 조성 및 플라워 택시 사업
- 분야별로 사업제안 심의 선정, 멘토 교육, 현장 조성, 콘테스트 등
  - 가드닝 전문가의 멘토 교육 추진과 콘테스트 개최 평가 실시
  - 사업을 공모하여 선정하고 일부 자부담을 원칙으로 추진

### ◆ 추진 계획

- 사업 분야별 세부 추진 계획 수립 : 2014. 11월말 한
- 분야별 사업 공고 공모 : 2014. 12월부터 2015. 2월말
- 분야별 사업 공동체 선정 및 멘토 교육 : 2015. 3월말까지
- 꽃, 식물, 나무 등 현장 조성 : 2015. 4월 ~ 8월
- 평가 및 인증서 수여, 시상 : 2015. 6월

### ◆ 기대 효과

- 시민 참여로 만들어지는 꽃 문화 도시 조성
- 공공기관 주도에서 벗어나 주민 공동체에 의한 조경 연출을 통해 생활 주변 녹화에 대한 시민들의 체감 녹시율 증대
- 시민 주도 자율적 사업 추진으로 시민 관심 제고 및 관리 체계 구축

## II

# 꽃 선물하기 운동 전개

화훼 소비문화 창출과 꽃 생활화 문화 정착으로 화훼산업 발전 및 국제 꽃 문화도시 고양의 브랜딩 강화를 위한 꽃 선물 운동 전개

### ◆ 사업 개요

- 대상 : 고양시민
- 주최 : 고양시, (재)고양국제꽃박람회, 한국화훼농협
- 사업내용
  - 연중 꽃 선물 운동 홍보 : 온·오프라인 등
  - 고양시민 특정 기념일 꽃 할인 판매 : 결혼, 생일, 승진, 합격 등 기념일
  - 매월 14일 꽃 선물 할인 판매 : 축하 테마별 메시지 전달(칩)
- 예산 : 20,000천원(재단)

### ◆ 사업 방침

- 고양시, (재)고양국제꽃박람회
  - 사업 종합 기획 및 꽃 선물하기 홍보 : SNS, 인쇄물, 특별이벤트 등
  - 프로모션 마케팅 추진 : 입장권 프로모션, 기업 제휴 이벤트 등
- 한국화훼농협
  - 꽃 선물 상품 구성 : 테마별 특성화 상품 기획
  - 상품별 할인 정책 마련 및 배송체계 확립, 다양한 홍보 방안 강구

### ◆ 사업 내용

- 특정 기념일 꽃 선물하기 및 매월 14일 고양시민 꽃 선물의 날 운영
  - 특정일별(결혼, 가족생일, 승진, 합격) 상품 구성 및 가격 파격 할인
  - 24시간 배송 체계 및 온·오프라인, 인쇄물 등을 통한 구매 적극 홍보

### ◆ 기대 효과

- 100만 행복도시 화합 및 살고 싶은 도시 고양의 부러움 표출
- 꽃 생활화 및 꽃 소비문화 향상으로 시민 정서 순화
- 고양시 화훼 농가 소득 증대에 기여

# 화훼 비즈니스 다변화로 화훼산업 발전 도모

## I 화훼 수출 협의회 운영

화훼 수출 확대에 필수적인 신 시장 개척을 통해 관내 수출업체, 단체, 협회 및 농가에 새로운 정보를 제공하여 화훼산업의 국제 경쟁력 강화 추진

### 사업 개요

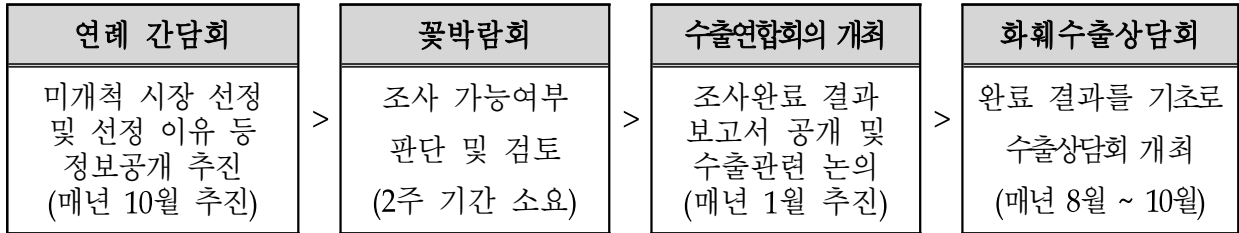
- KOTRA 및 꽃박람회 참가 해외정부, 기타 인적 네트워크를 통해 해외 신규 화훼시장 및 바이어 등의 정보 제공
- 예 산 : 10,000천원(재단)

### 사업 내용

- 지원내용

| 지원 서비스      | 서비스 세부내용                                | 비고 |
|-------------|---|----|
| 국가별 화훼산업 현황 | 대상국 화훼관련 산업 일반현황 파악                     |    |
| 해외 바이어 발굴   | 화훼 관련 유관 바이어 발굴                         |    |
| 맞춤형 시장조사    | 수요동향, 수입관세율, 소매가격, 유통구조, 품질인증제도, 생산동향 등 |    |
| 바이어 연락처 확인  | 해외 바이어 실제 존재여부 및 연락처 확인                 |    |

- 진행절차



### 기대 효과

- 미 개척 시장을 대상으로 신규 업체, 해외 바이어 및 해외 시장 조사를 통해 새로운 거래선 발굴
- 신규 시장에 있어 타 화훼관련 업체, 농가에 비해 정보 및 경쟁력을 미리 선점함으로써 안정적 화훼수출의 발판 마련

## II

# 해외 박람회 참가 지원 사업

화훼 무역 확대와 비전을 선도하는 꽃박람회 재단으로서 고양 화훼 수출 확대 및 농가 소득 증대로 화훼산업의 국제 경쟁력 강화 추진

### ◆ 사업 개요

- 해외에서 개최되는 화훼 유망 전시회에 “고양시관”을 구성하여 수출 업체, 단체, 농가 및 기관의 원활한 비즈니스 창출 지원
- 예 산 : 24,000천원(재단)

### ◆ 사업 방침

- 관내 화훼관련 수출 경쟁력을 갖춘 상품을 모아 해외 박람회 참가 시 적극 홍보하고 수출을 지원함
- 각 상품별 비즈니스 추진 시 꽃박람회에서 수출 사무를 지원함

### ◆ 세부 내용

- 신청자에 대한 지원 사항
  - 해외 전시회 참가비 및 부스 임차비(조립식 3Mx6M 기준) 지원
  - 해외 전시회 참가에 필요한 제반 절차에 대한 정보 제공 (호텔 예약, 교통편, 항공 예약, 행정 서류 등 전반)
    - ※ 직접소요경비(항공임, 숙식비, 통역비 등)는 참가자 개별 부담
- 신청 후 지원 진행절차
  - 꽃박람회에서는 참가신청에 따른 전시회 적격여부를 판단하여 선정 통보
- 해외 화훼 주요박람회 일정
  - 독일 IPM Essen - 2015. 1. 27. ~ 1. 30.
  - 러시아 IPM Russia(9월), 일본 IFEX Japan(10월), 네덜란드 IFTF&IHTF(11월)

### ◆ 기대 효과

- 해외 유수의 화훼박람회 참가를 통해 신규 바이어 발굴 및 시장 개척
- 농가 및 업체 상품에 대한 외부평가 및 실 수출에 대한 가능성 판단

### Ⅲ

## 화훼 바이어 초청 및 수출상담회

대한민국의 화훼 수입을 희망하는 바이어를 초청 지원하여 수출 상담 및 알선을 통해 고양화훼 수출 확대 및 농가 소득 증대 추진

### ◆ 사업 개요

- 꽃박람회 개최 기간과 매년 8월 ~ 11월 중 화훼 수입만을 위한 바이어를 초청하여 고양시 농가, 업체가 한자리에서 윈스톱 상담이 가능하도록 수출상담회 개최 지원
- 예 산 : 16,000천원(재단)

### ◆ 사업 내용

- 지원 내용
  - 신규 시장 및 기존 화훼 거래 해외 바이어 초청
  - 화훼 수출상담회 개최를 통한 바이어와의 실거래 상담 추진
  - 수출상담회 외에 상시 해외 바이어를 대상으로 통역 및 가격 협상, 회의실 제공 등 편의사항 지원
- 지원 절차

1) 화훼 특화 수출상담회 개최 공고 / 참가업체, 농가 및 기관 모집(홈페이지)

2) 인터넷을 통한 화훼수출상담회 서비스 참가신청(관내 업체, 농가 및 기관)

3) 해외바이어와 관내업체, 농가 및 기관과 매치메이킹을 통한 참가업체 확정

4) 화훼수출상담회 개최(1~2일간) / 장소: 고양꽃전시관 혹은 농업기술센터

5) 상담회 종료 후 상담 리포트 작성(관내 업체, 농가 및 기관)

### ◆ 기대 효과

- 해외 바이어 다변화를 통해 화훼 수출 증진에 직접적 효과 거양
- 해외 거래선 증가 및 수출상품에 대한 다각적 피드백으로 품질향상 도모
- 해외 바이어와의 1:1 비즈니스 미팅을 통해 직접적 경쟁력 제고

# 꽃 내음 관광벨트 구축 및 관광객 유치 확대

호수공원 인근 기업, 쇼핑몰, 쉼션 등 국내·외 관광 인프라와 연계하고 호수공원에 꽃, 전시, 체험, 문화 등 관광 인프라 확충 등을 통해 관광 명소 벨트를 구성하여 관광객 유치, 지역경제 부흥, 일자리창출 등 시너지 효과를 극대화 하고자 함

## 사업 개요

- 사업 기간 : 연중 지속적 추진
- 사업 장소 : 호수공원을 중심으로 하는 꽃 문화예술 관광 벨트 구축  
- 600년 기념전시관 → 신한류홍보관 → 웨스턴돔 → 장미원 → 노래하는분수대 → 고양문화원 → 원마운트 → 아쿠아플라넷일산



- 사업 참가 : 시 관광부서, 산하 공공기관, 기업, 쇼핑몰 등
- 예 산 : 100,000천원(재단)

## 사업 방침

- 관광 인프라 기업과 공동 패키지 상품 개발 운영
- 호수공원 사계절 꽃 축제 및 구역별, 테마별 친 환경 꽃 조경
- 고양시 관광 및 화훼브랜드 상품 판매소 운영
- 사계절 꽃과 문화 공연이 어우러지는 호수공원 유지
- 전통혼례, 전통차, 전통놀이 체험장 설치 운영

## ◆ 사업 내용

- 꽃 문화예술 관광 벨트 운영 및 홍보
  - 관광코스를 따라 사계절 Flower Road 조성
  - 주요 장소별 연중 소규모 문화 공연 실시
  - 관광단에 꽃 또는 화훼 브랜드상품 선물 및 판매
  - 고양시를 대표하는 신한류예술공연단 협력
  - 관광벨트 안내 신문보도 및 TV 방영
  - 중국 관광객 유치를 위한 신문 광고, SPOT 광고 등 전략적 홍보 실시
  - 플라워 MICE 여행 관광 상품 구성 및 판매

### ※ 꽃박람회 법인 추진 내용 요약

| 사업별  | 관광 제휴<br>상품 운영                     | 구역별(존별)<br>테마 꽃조경                   | 관광, 화훼브랜드<br>상품판매소 운영               | 전시, 문화<br>예술 공연          | 체험장 운영                      |
|------|------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| 사업개요 | 한화, 원마운트,<br>백희집 꽃박람회<br>와공동 상품 개발 | 행사기간 꽃조경,<br>주요산책로 꽃길<br>조성 등       | 사계절 행사 및<br>공원전시관 내<br>설치 운영        | 그림, 캐리커처,<br>음악, 공연 등    | 전통혼례, 전통차,<br>전통놀이,<br>꽃 체험 |
| 사업위치 | 특별 기간 설정<br>및 연중                   | 원마운트 꽃잔판<br>자전거 도로 주변<br>및 주요 산책로   | 4계절행사: 22개<br>기존전시관: 4개<br>신규설치: 2개 | 전통 정원,<br>팔각정,<br>수변무대 등 | 선인장전시관,<br>전통정원,<br>팔각정 등   |
| 사업내용 | 공동입장권<br>공동할인권<br>공동 홍보 등          | 포인트 테마꽃조경<br>봄/가을 꽃싸리중<br>행사조경 존치 등 | 시 관광상품 및<br>화훼 브랜드상품<br>판매          | 동아리, 학원 등<br>섭외 연중 공연    | 연중 및 특장기간<br>설정 운영          |

- 분야별 세부추진계획 수립 및 관련기업 협의 : 2014. 12월
- 상품 제작 출시 및 현장 운영자 모집, 홍보물 제작 등 : 2015. 2월말
- 현장 운영 : 2015. 4월초

## ◆ 기대 효과

- 도심 내 관광 명소를 잇는 관광벨트를 구성하여 국제적인 관광도시로 도약하는 구심점 마련
- 관광객 유치 확대 및 지역경제 부흥에 목표를 두고 국내·외 홍보와 지역주민의 자발적 참여를 확산시킴



# 선인장 전시관 관리 운영

대한민국 최고의 단일 품목 선인장 전시관의 전시, 관람 등 환경 정비와 경영 수익을 강화하여 고양시 대표 관광 명소로 변모시킴

## ◆ 운영 개요

- 장 소 : 호수공원 내 선인장전시관
- 층 수 : 지하 1층, 지상 1층(전시, 체험, 휴게시설 운영)
- 입 장 료 : 1,000원(고양시민 무료입장)
- 예 산 : 125,000천원(시비)

## ◆ 운영 내용

- 전 세계 희귀 및 킬러 선인장 추가 구입 전시
- 구역별, 테마별 선인장 전시 연출 및 관람 환경 개선
- 선인장 모듬 심기 등 체험 및 학습 강화
- 노후시설 교체, 보수 등 시설 환경 개선
- 아쿠아플라넷일산, 원마운트 등과 연계된 관광 벨트를 구축하여 호수공원 명소로 확고한 자립형 전시관으로 발전

## ◆ 추진 계획

- 선인장 전시관 활성화 사업 계획 수립 : 2014. 12월말
  - 희귀·킬러 전시품 수급 전시, 노후 시설 보수 및 환경 개선사업
  - 관광 프로모션 및 마케팅 강화로 관광객 유치 확대
  - 화훼 브랜드 상품, 체험, 판매 기능 확대
- 홍 보 : TV, SNS 등을 활용하여 광범위한 홍보

## ◆ 기대 효과

- 인근 관광 인프라와 연계한 관광명소 구축
- 단일 품목 대한민국 최고의 전시관 조성
- 경영 수익사업과 꽃 문화 사업으로 자립형 전시관 육성