

동백아가씨합창단이 부르는 맛의노래 여수의 부엌

‘여수의 부엌’은
2010 문화관광형시장육성사업의
결과로 탄생한
‘여수교동시장’의
커뮤니티비즈니스 모델입니다.

사업 배경

여수교동시장은 일일 평균 7,000명 이상이 이용하는 여수의 대표적 전통시장이다. 생선과 채소류를 비롯하여 지역 고유 음식과 상품이 전통적 방식으로 내부유통 되고 있는 로컬푸드의 집산지이며 판매지인 것이다.

하지만 전국 최고의 질 좋은 상품들을 취급하고 있음에도 유통망과 판매시스템이 부재하여, 지역형 시장으로 자리매김하였다.



2012
 ■ 여수의 부역
 ■ 사업소개서

유형	- 주민생활형(주민장터) / 지역관광형(관광객 방문시장) / 문화예술형(풍물장터)
입지	- 약 4만명의 유동인구가 장을 보는 커뮤니티 시장 - 주변에 서시장, 수산물특화시장, 수산시장 등과 함께 전통 상권의 중심지 - 돌산대교, 돌산공원, 진남관, 이순신공원, 하멜공원 등 지역 관광지와 인접
상품	- 생선과 채소종류가 주를 이룸 - 지역특산물인 돌산 갓김치, 조기, 서대 등 유통 - 밤에는 풍물시장(야간포장마차) 14대 운영

사업의 기본 방향

지역 주민형 VS 전국 유통형

- ▶ 교동시장의 지역 내 판매활동을 전국 유통망으로 확대
- ▶ 소셜네트워킹서비스(SNS)를 기반으로 하는 판매망 확보
- ▶ 누구나 쉽게 요리해 먹을 수 있는 ONE-STOP-SERVICE 형
- ▶ ‘맞춤형 레시피 로컬푸드’ 개발/유통

단순 판매 VS 작가 브랜딩

- ▶ 믿음과 신뢰를 바탕으로 하는 공동 상표 및 패키지 개발
- ▶ 동백꽃, 청정 해역 등의 여수 이미지를 형상화하여 도시 소비자를 대상으로 한 패키지 개발
- ▶ 주요 도시의 갤러리, 공공 공간의 전시 및 대형마켓 오프라인 매장 입점

불공정 유통 VS 신뢰와 책임 유통

- ▶ 윤리적 생산과 윤리적 소비를 통해 생산자-상인-소비자의 상생 협력관계를 구축
- ▶ 대형 식품 유통업체와 경쟁할 수 있는 로컬푸드 소비자 지원의 대안적 수익모델 개발

2012

- 여수의 부업

- 사업소개서

사회적 필요성

전통시장 경쟁력 약화

- 유통시장 개방에 따른 대기업 중심의 대형할인마트 등 증가
- 인터넷 쇼핑몰, 홈쇼핑 등의 새로운 유통채널의 등장
- 지역 내 인구고령화로 소비 인구 감소
- 고객 니즈 변화에 대응 미흡

로컬푸드 필요성 상승

- 글로벌푸드의 폐허로부터 소규모 생산자 보호
- 소비자의 안전한 먹거리 보장
- 친환경 농업에 의한 영농의 지속과 생물 다양성 유지
- 먹거리 이동거리의 축소로 이산화탄소 방출 감소

공정상품의 수요확대

- 생산자에게 정당한 몫을 돌려주며 소비자에게 저렴한 가격 제품을 공급하는 운동 확산
- 전세계적으로 공정유통의 규모는 약 2조원으로 추정됨
- 1950년대 미국, 유럽에서 시작되어, 국내에서는 2005년부터 본격화
- 아름다운가게, 에코생활협동조합, 두레생활협동조합, iCOOP생활연합회 등 10여 개 단체 활동 중

소셜커머스 판매망 확대

- 인터넷 환경등의 발전으로 소셜 네트워크 서비스(SNS; Social Network Service)를 활용한 전자상거래 발달
- 50%~90%의 높은 할인율과 스마트폰의 발달로 특히 젊은 층에게 많은 인기를 얻고 더욱 발전할 것으로 기대됨

2012

■ 여수의 부업

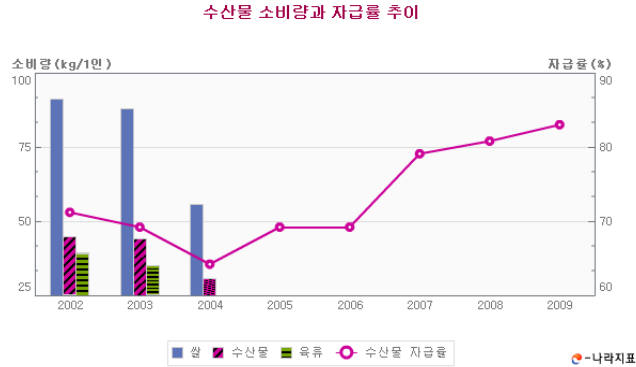
■ 사업소개서

시장 분석

수산물 소비량 및 자금률 추이

1인당 연간 수산물 소비량은 '01년 42.2kg

▶ '09년에 49.8kg 지속적으로 증가 추세



- 이처럼 수산물 소비가 늘어난 것은 국민소득의 향상과 건강에 대한 사회 전반의 관심이 높아져, 수산물이 건강식품으로서 소비자의 선호가 높아졌기 때문인 것으로 분석됨

2012

- 여수의 부업
- 사업소개서

돌산 갓김치 소비량

2010년기준 돌산 갓 생산면적 396ha, 생산량 3만톤,

2008년 갓김치 판매량 250억원

▶ 2010년 판매량 약 400억원으로 증가추세

향후전망

앞으로도 소득 향상과 함께 웰빙식품에 대한 수요가 꾸준히 늘어나고, 환율의 하락과 수입 장벽의 완화로 수산물 수입이 계속 증가할 여지가 높아 수산물 소비도 계속 늘어날 것으로 전망됨

사업 내용

2012

- 여수의 부업

- 사업소개서

1. 로컬푸드 브랜딩

- 여수지역의 제철 수산물을 이용한 향토 먹거리 브랜딩
- 지역의 요리전문가와 함께 남도 향토음식 상품화
- 오랫동안 제철상품을 취급한 상인들의 능력으로 제품력이 좋은 상품 선별
- ‘맞춤형 레시피 서비스’ 를 통한 편리성 극대화로 요리에 미숙한 도심의 소비자 확보

2. 믿음과 신뢰를 바탕으로 하는 전통시장 공동 상표 및 패키지 개발

- 전문 디자이너가 직접 참여하여 개발하는 작가브랜딩
- 시장 내 동백아가씨합창단을 중심으로 공동상표 개발
- 음식 개발, 포장, 유통의 전 과정에 교동시장 상인들을 직접 참여시켜 상인 역량 강화

3. 소셜네트워킹서비스 (SNS) 를 기반으로 하는 전통시장 외부 판매망 확보

- 선별된 상품으로 매달 2회 ‘제철 특산품 꾸러미’ 를 구성하여 회원에게 발송. (1달 회원가 12만원)
- 네이버 블로그 운영을 통한 상품홍보 및 수산물 정보 제공

4. 도시 소비자 지원 네트워크 확보

- 교동시장 동백아가씨 합창단 서포터즈 모집
- 공정상품의 소비 및 홍보대사 역할 수행
- 연1회 여수 및 교동시장 관광 지원

사업 진행 프로 세스

2012

- 여수의 부엌
- 사업소개서

1단계
여수의 부엌
상품개발



2단계
여수의 부엌
운영

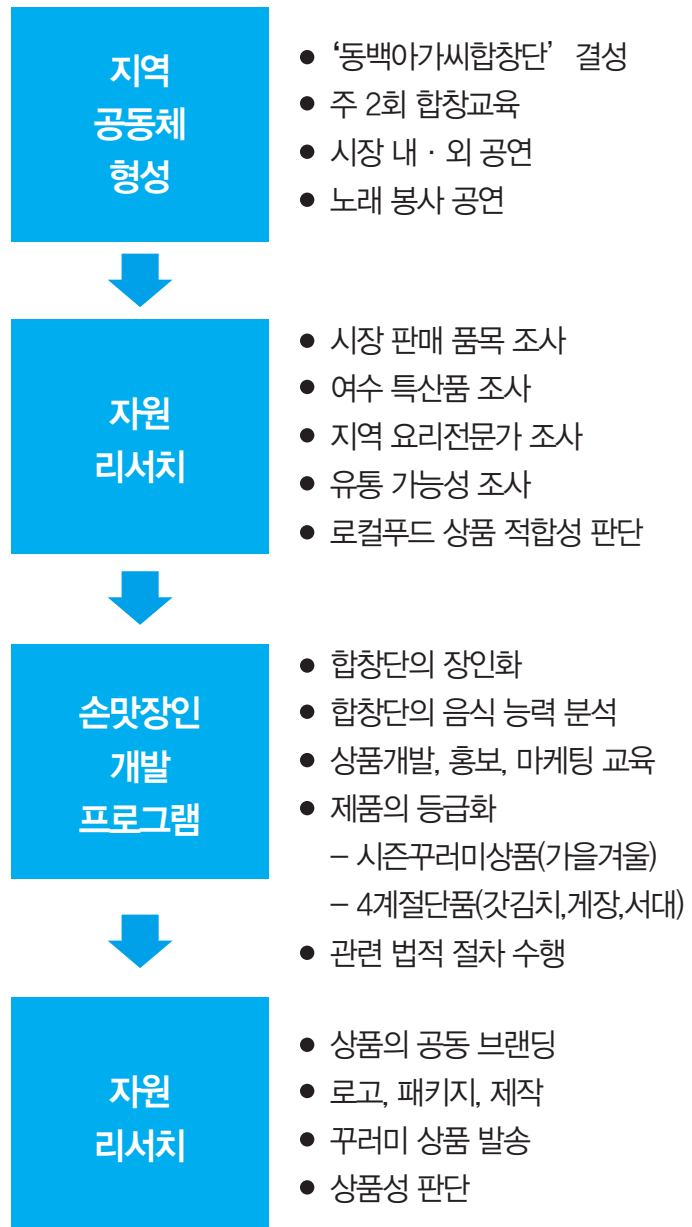


3단계
전국
네트워크 형성



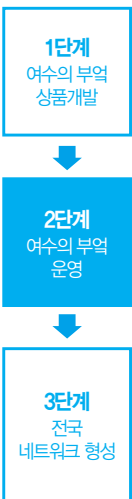
사업 진행 프로 세스

1단계: 여수의 부업 상품개발



사업 진행 프로 세스

2단계: 여수의 부업 운영



여수의 부업 공동체 조직

- 여수의 부업 주식회사 설립
(*동백아가씨합창단원 21인이 주주로 참여)
- 지역 전문가 연계
(호남요리직업전문학교)
- ‘여수의 부업’ 회원 모집
- 동백아가씨합창단 써포터즈 모집

F/W 상품 판매

- 2011/12/28~2012/3/14 진행
- ‘여수의 부업’ 회원 대상
- 130여명의 회원에게 280개 꾸러미 발송
- 격주 수요일 일괄발송(목요일도착)
- 꾸러미 구성
 - 시즌별 여수특산요리 소스 및 재료 일체 (물메기탕, 가오리찜 등)
 - 서대, 장어, 갯김치 등 제철식품
 - 갯파이, 여수막걸리 등 여수특산품

S/S 상품 판매

- 2012/4/1 ~ 2012/9/31 예정
- 갯김치, 서대, 계장의 단품판매
- 여수의 부업회원+일반인 대상
- 소셜커머스를 이용한 할인홍보
- 동백꽃을 중심으로한 작가
- 브랜딩 본격화

전시홍보 마케팅

- 갤러리마케팅:
- 시청앞, 갤러리, 백화점,
- 대형마트에서 제품의 전시/판매
- 홈플러스 등 대형유통매장 입점



사업 진행 프로 세스

3단계: 전국 네트워크 형성

1단계
여수의 부업
상품개발

2단계
여수의 부업
운영

3단계
전국
네트워크 형성

CB
자원 매칭

- 지역 특화상품 및 유통가능성 조사
- 지역장인 인력개발
- 지자체 행정 협조
- 안정된 재료수급
- 제품생산 시스템 방안 수립

CB
상품개발

- CB 상품군 분류
 - 로컬푸드
 - 로컬 프로덕트
- 상품의 등급화
 - 로스리더 상품 개발
 - 리미티드 에디션 개발
 - 시즌상품개발(2012 F/W)

CB
브랜딩

- 브랜딩 요소 채집
- 스토리텔링
- 상품이력 브랜딩
- 브랜드스토리 제작
- 상품 BI
 - 지역이력 BI / 헤리티지 BI

CB
마케팅

- 상품 마케팅 (1작가 1시장 1촌 맺기)
 - 지역이력 패키지 제작
 - 헤리티지 패키지 제작
- 갤러리마케팅:시청앞, 백화점, 대형마트에서 제품전시 및 판매
- SNS마케팅
 - Web & App 마케팅 / 소셜마케팅

CB
네트워크

- CB 공동체네트워크 구성
 - CB 소비자 지원 네트워크
 - CB 생산자 네트워크
- 매년 CB축제 진행
 - 연례포럼
 - CB큐피트클럽 파티:소비자가 지역 판매자를 찾아가는 공정여행
 - CB어워드:우수상품, 판매자, 소비자 상장수여

사업 진행 프로 세스

1 브랜드 개발 여수의 부엌

1. 새로운 여수지역 로컬푸드 개발
(삼합두루치기, 가오리찜, 물메기 탕 등)
2. 공정소비자의 믿음과 신뢰를 바탕으로 하는 공동 상표 및
패키지 개발
3. 교동시장의 장인 브랜드로서 상품이력 정보전달 신문

_Logo Type



여수의 부엌[©]



YEOSU's kitchen[©]

_Color Regulations



2012

- 여수의 부엌
- 사업소개서



사업 진행 프로 세스

2 상품 개발

100인 100색 로컬 푸드 장인을 찾습니다

1) 지역 요리전문가(호남요리직업전문학교)와 연계한 ‘여수의 맛’ 개발

- 여수의 제철 수산물을 이용한 ‘진짜 여수 특산품 요리’ 개발
- 여수시민들이 즐겨먹는 향토음식의 상품화

2) 상인 매개자 양성 교육

- 동백아가씨 손맛 개발 ▶ 장인화
- 지역의 맛 집 요리사에게 향토요리법 전수
- 지역의 요리 전문가 감수(호남요리직업전문학교)
- 지속적인 회의 : 패킹방법, 순서, 물건 매입 등

3) 상품의 등급화

- F/W 상품 : 수산물 중심의 꾸러미 상품 ▶ 회원제 운영
- S/S 상품 : 특산품(갯김치, 서대, 계장) 중심의 단품 ▶ SNS 마케팅 활용

4) 지역공동체형 회사 설립

- 2011. 11. 15 : 여수의 부업 주식회사 설립 (동백아가씨합창단 중심)
- 식품가공 및 유통에 관한 허가 완료

2012

- 여수의 부업

- 사업소개서



사업 진행 프로 세스

3 상품 유형

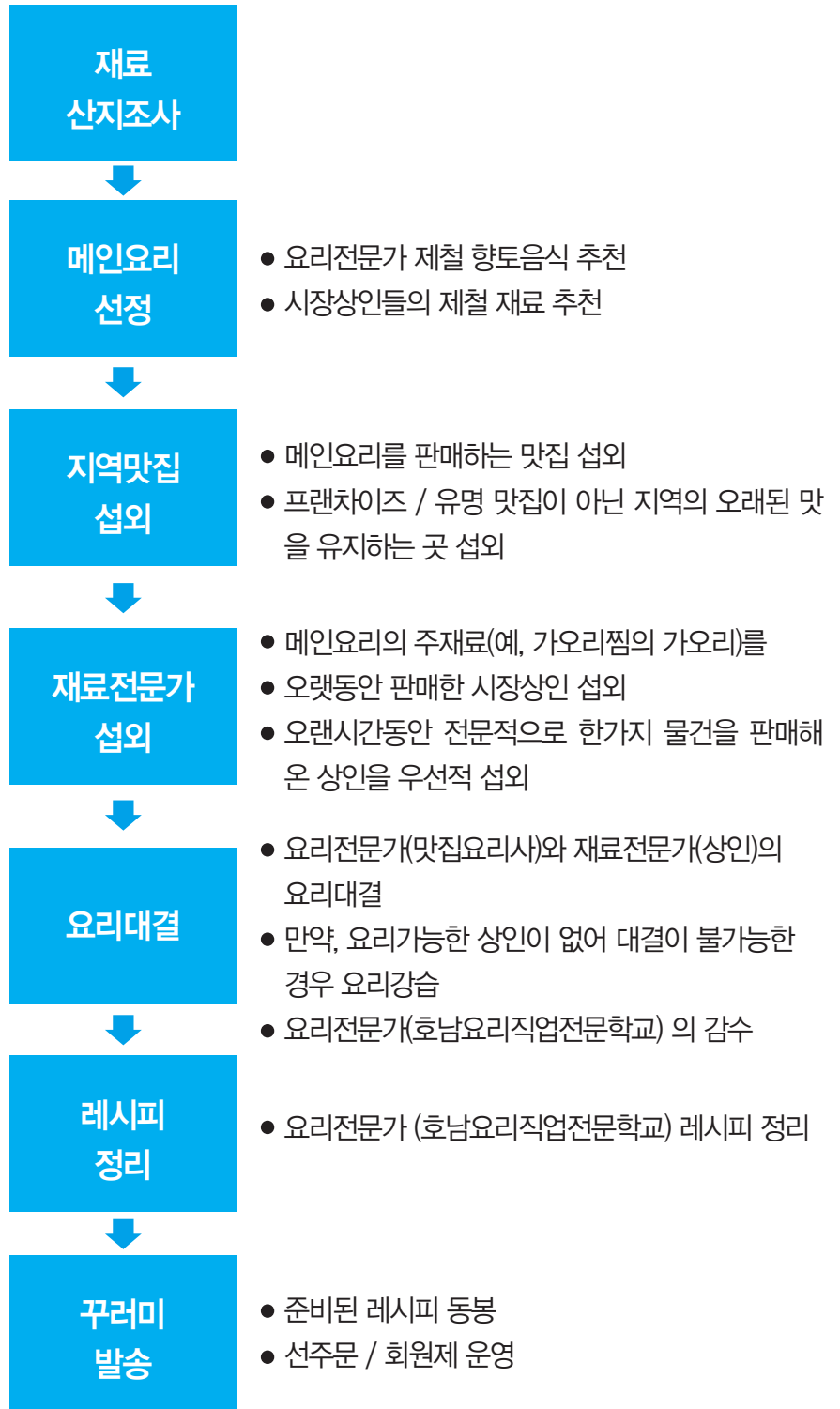
2012

- 여수의 부역
- 사업소개서

꾸러미 상품	
제철수산물	
봄	꼬막(사계절/최고품2月), 피조개(12~4月), 쭈꾸미(2~5月), 멍게(2~4月), 삼치(1~5), 암꽃게(12~4月)
여름	문어, 갯장어, 뉘지(~6), 전복(6~8月), 갑오징어(4~5月), 홍합
가을	갈치, 돔, 도다리/농어(3~11), 멸치, 수꽃게(9~10月), 고등어, 오징어(10~12月)
겨울	굴, 패주, 세조개(12~5月), 미역, 광어, 볼락, 키조개
단품	
건어물	
완건	멸치, 새우, 보리새우 등
반건	반건어 특산품 (서대, 조기, 양태, 가자미, 우럭, 돔, 장어 등)
특산품	
돌산갯김치, 고들빼기, 간장게장	
기획 상품	
2합세트(홍어, 갯김치), 반건조 수산물 선물세트 건어물 선물 세트(멸치, 새우 등) 안주/간식 선물 세트, 마른반찬세트(5종)	
기타	
곰국, 주물럭, 돈까스, 방풍나물	

사업 진행 프로 세스

4 꾸러미 상품 개발 프로세스



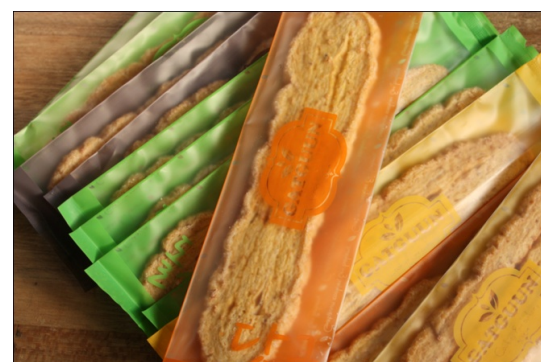
사업 진행 프로 세스

5 꾸러미 상품 특화 및 차별화

1. 매달 2회 꾸러미상품 발송(격주 수요일발송/목요일 도착)

2. '여수의 부업' 꾸러미는 메인요리 1가지와 기타 꾸러미 상품 4가지~5가지로 구성

- 꾸러미 메인요리는 '호남요리직업전문학교' 에서 감수하고 여수의 부업 구성원 의견을 수렴하여 제철 여수요리로 결정
- 꾸러미 메인요리는 요리에 필요한 모든 재료가 적당량 손질되어 레시피와 함께 동봉됨
(양념장/김치의 경우는 '여수의 부업' 요리공방에서 직접 제작)
- 꾸러미 상품의 예시 : 2011년 12월 28일 배송꾸러미
메인요리 : 물메기지리(반건조 물메기 1마리, 무, 콩나물, 미나리, 대파, 마늘, 소금, 다시말치, 다시마)
단품 : 서대회, 툷, 벼락김치, 갓파이, 곰국(새해 떡국용)



2012

■ 여수의 부업
■ 사업소개서

앗싸! 가오리

여수의 부엌 '임인자'
VS
여수 맛집 '카오마차'
그리고 여수 막걸리

여수의 부엌에서는
매월 2차례에 걸쳐
제철 수산물을 소재로하는
레시피를 소개 합니다.
동백아가씨합창단이며,
여수의 부엌 주식회사를
운영하는 어머니들의 손맛을
여러분의 부엌으로 배달하기 위
한 노력입니다.
지역 최고의 맛집을 찾아 맛의
경연을 벌이며, 여수대장금 서광
희선생님과 함께 최고의 레시피
를 완성해 갑니다.



여수의 부엌 '임인자'
가오리 도소매 30년
경력 전문가!



VS



여수 맛집 '카오마차'
남도요리의 숨은 고수,
가오리찜의 달인!



여수의 대장금 서광희 선생님과 남도음식의 대가 백용희 선생님께서 맛을 평가 중입니다.

"해풍에 물머금은 돌산 시금치를 사용하신 임인자 어머니의 알싸함과, 카오마차의 된장 맛이 가오리찜으로 만들 수 있는 최고의 맛을 연출하였습니다."



* 여수의 부엌 꾸러미 상품 (시즌)

_ 1차 꾸러미 (2011년 12월 28일) : 서대회(무침), 물메기지리, 벼락김치, 툇, 곰국, 갓파이(갓으로 만든 쿠키)



_ 2차 꾸러미 (2012년 1월 12일) : 가오리찜, 여수들산 갓김치, 조기, 석화, 매생이



_ 3차 꾸러미 (2012년 2월 1일) : 삼합(삼겹살+관자+꾸꾸미)두루치기, 참돔(구이용), 고등어 조림 / 구이



_ 4차 꾸러미 : 새조개 샤브샤브, 열무김치, 오징어젓갈, 김자반



사업 진행 프로 세스

6 단품 개발 프로 세스

재료
산지조사

- 교동시장 판매 품목 조사
- 지역별 특산품 조사



상품개발

- 유통가능성 평가
- 안정된 재료수급 방안 평가
- 제품생산 시스템 방안 수립



브랜딩

- 브랜딩 요소 채집
- 스토리텔링 / 상품이력 조사
- 브랜드스토리 제작
- 상품 BI 제작



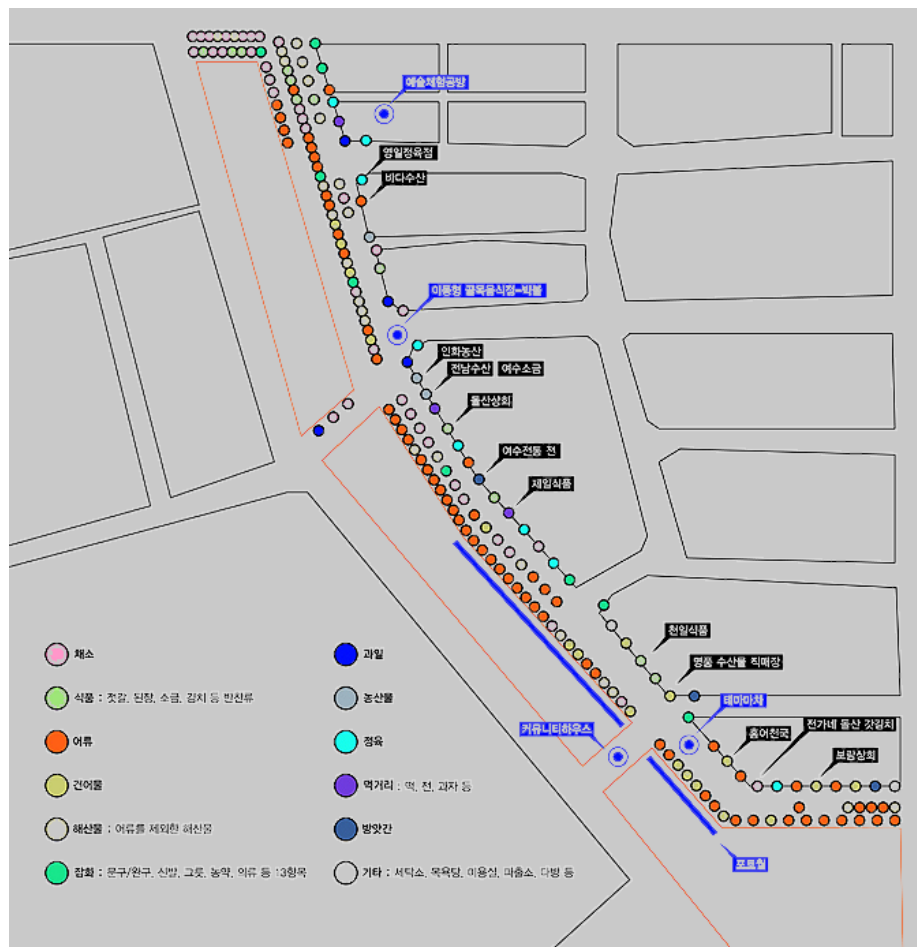
마케팅

- 상품 마케팅
- 전문 작가 중심의 아트 패키지 제작
- 여수의 아이덴티티를 표현하는
- 동백꽃 이미지화
- SNS마케팅
 - ① Web & App 마케팅
 - ② 소셜마케팅

사업 진행 프로 세스

6 단품 개발 프로 세스

여수의 부역 단품 참여 상점



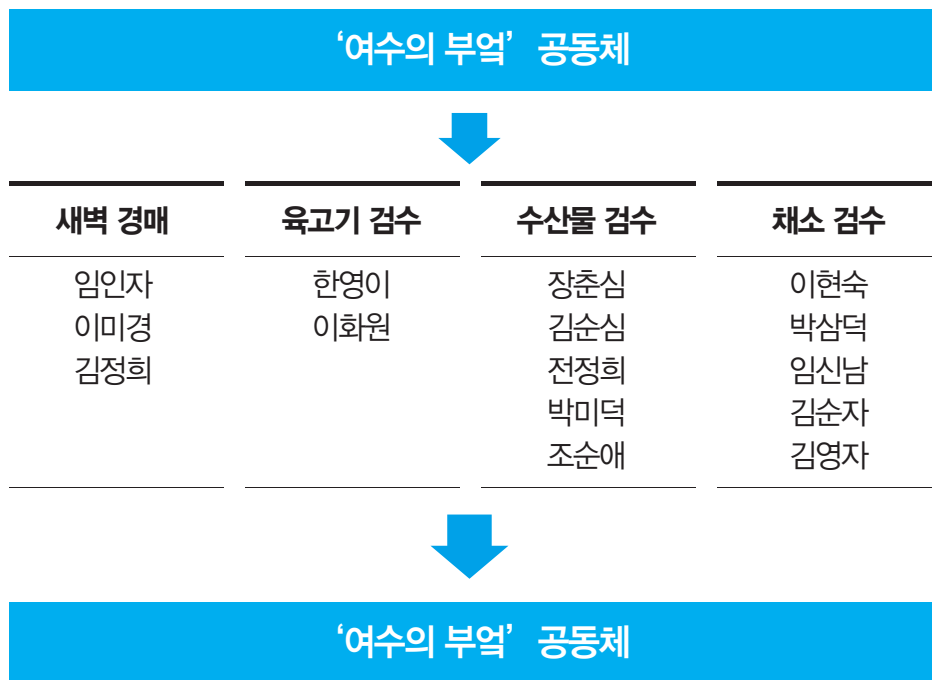
2012

여수의 부역
사업소개서

사업 진행 프로 세스

7 단품 개발 손맛 개발

- 여수 교동시장에서 오랜시간 장사한 상인의 능력을 장인화
- 제철 식품 및 식재료를 취급하는 상인들을 중심으로 공동체 구성
- 판매품목을 바탕으로 상인조를 구성하여, 책임 있는 단품 재료 선별



순번	이름	판매품목
1	한영이	소고기, 돼지고기, 곰국
2	임인자	양태, 서대, 가오리
3	장춘심	오징어, 꽃게
4	이회원	인화농산-고추, 생닭
5	김순심	생선, 서대
6	전정희	홍합, 조개
7	박미덕	갈치, 동태, 고등어, 오징어

순번	이름	판매품목
8	이현숙	야채
9	이미경	생선
10	김병희	빅볼운영
11	박삼덕	야채-갓, 열무
12	임신남	생닭, 야채
13	김순자	갓난이 야채
14	김영자	야채
15	조순애	멍게, 조개

브랜드 마케팅

“여수의 부엌” 도심지원 로컬푸드 운동

- ‘엄마가 보내는 따뜻한 꾸러미 상품’ 의 컨셉에 맞춘 따뜻한 이미지 구축
- ‘여수의 부엌’ 의 시작점이자 주요 구성원인 ‘동백아가씨 합창단’ 브랜드 스토리 개발
- 도심의 공정소비자 그룹과 함께하는 ‘윤리적 소비’ 캠페인 구축
- 도시 시장의 마켓 인사이드 프렌차이즈 사업 추진 / 단품 판매

2012

- 여수의 부엌
- 사업소개서

시즌1. 2011년 F/W

서포터즈 회원 102인 / 매회 꾸러미 구매회원 50인

시즌2. 2012년 S/S

SNS 마케팅(나눔굿스, 그루폰) / 회당 단품 500개 구성



여수의 부엌 YEOSU'S Kitchen

동백아가씨 합창단이 부르는 맛의 노래 '여수의부엌'

브랜드스토리

“이제, 다시 여자다!”

삶의 무게 때문에 문화생활과는 담쌓고 살았던 어머니들. 노래를 부르기 시작하자 가사가 그들을 울렸다. 어렵고 힘들게 살아온 설움이 복받쳐 연습장은 울음바다가 되기 일수였다.



“취약 바깥만 살다가 노래를 배우면서 언니동생도 생기고... 예쁘게 차려입고 열심히 배우니 이젠 다시 여자가 된 것 같아요!”



표정 없이 살다가 웃음을 되찾은 어머니!

합창연습중에 남편이 잡으러 오면 갔다가 또오기를 반복하는게 일상인 어머니

동백아가씨 합창단의 노래는 '인생의 일기장'

지나간 세월을 노래하며, 스스로를 치유했던 동백아가씨 합창단! 이제는 노래봉사를 통해 꿈과 사랑을 배달하는 교동시장의 희망이 되었다. 가슴 속 진심으로 부르는 동백아가씨 합창단의 노래는 우리네 어머니들의 일기장이 되어 지난 삶을 위로하고, 새로운 희망을 꿈꾸게 한다.

“예전에는 손님이 예의없게 행동하면 저도 모르게 막 욕이 튀어나오곤 했어요. 그런데 노래를 배우고서는 스트레스가 없어지니까, 그냥 웃어 넘길 수 있게 되었어요. ‘저 사람도 힘든가보다...내가 웃어줘야지’ 하는 생각도 든다니까요?”



서지민선생과 노래공연하는 동백아가씨합창단

우리의 어머니! 어머니!



“어따 여수 도둑중에 최고는 뽕이뽕이해도 둘째장이지~!”



“내가 ‘집시여인’ 이요! 집. 시장. 집. 시장.”



“웃음천도사 ‘우화하하하!’”



“엄마가 주변 무조건 먹어야돼!”



“무리하게 일하다 임신중독증으로 한쪽 시력을 잃고 여기저기 아픈데, 이상하게 노래할 땐 안아파.”



“젊은 처자들 이게 뭔지 알아? 인자~ 한번 먹어보면 인자~ 맨날 춤출당께!”



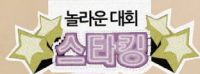
“예수를 훌쩍 넘겼는데, 갓난아기 업고부터 장사 시작해서 ‘갓난이상’ 이유.”

SBS 스타킹 '여수 밥도둑' 출현

“여수를 주름잡는 밥도둑, 동백아가씨합창단! 나와주세요!” 서대회무침, 돌산갓김치, 둘째장, 전복 등 싱싱한 여수 특산물을 연예인 심사위원단들에게 먹여주며 여수 홍보대사 역할을 톡톡히 해내는 어머니들



“여수특산물 함 잡워봐~ 여수하면 돌산갓김치! 해물 맛고 자란 싱싱한 갓! 독또는 양념!” “호동오빠~! 서래회 맛좀봐~!” “우와~ 입에서 녹아요, 녹아!” “와~ 와~ 너무맛있어요!!!”



관객을 웃고 울리는 감동의 동백아가씨합창단

“근데 합창단이라면 왜 음식자랑을?”

“우리들 별명이 ‘집시’ 요, 집하고 시장밖에 모른다고 해서. 평생 처음으로 노래를하니 노래 실력이 쏘~까 거시기 할까봐서 음식으로 약좀 쳤지!”

“옛날엔 살기 힘들어서 어머니를 찾아보지도 못했고, 지금에 와서야 어머니가 많이 생각합니다. 그래서 세상 모든 어머니들에게 이 노래를 바치려고 합니다.”

섬없이 치열하게 살아온 합창단 어머니들의 사연에 이어, 세상 모든 어머니들에게 바치는 노래 ‘일자상사’가 관객을 울립니다.

SBS 스타킹 최종우승 “내가 스타다!”

여수 특산물을 알리고, 스토리가 있는 상인합창단. 합창단 운영의 위기를 딛고 관객을 울린 감동의 동백아가씨합창단이 평가단으로부터 95점을 획득하여 여수세계박람회 공식 공연단으로 최종 우승!! (2011년 8월 6일 방영)



“동백아가씨합창단이 부르는 맛의 노래 ‘여수의부엌’ 화이팅!”

동백아가씨들은 이제 독립선언을 했다. 엄마의 손맛으로 만든 신선한 음식을 전국유명한 ‘여수의부엌’ 이라는 공동체회사를 시작한 것이다. 현장에서 수십년 갈고닦은 단원어머니들의 노하우를 모아 공동으로 진행하고, 이익금으로 동백아가씨 합창단을 운영할 것이다. 한영이 회장의 말이다.

“돈도, 명예도 욕심 없어요. 단지, 우리를 여자로 만들어준 노래를 계속 부르고 싶습니다.”

‘동백아가씨 합창단’ 써포터즈 모집! (문의: 02-730-2058)



공동체의 아름다운 선율을 함께 하는 팬클럽이 되어 주세요. 동백아가씨 써포터즈는 맛 평가단으로서 사랑의 멘토가 되며, ‘여수의부엌’ 브랜드를 함께 만들어가는 경제공동체입니다. 써포터즈(상품구매 회원) 가입 및 후원에 지금 참여해 주세요. * 문의: 02-730-2058 사)커뮤니티디자인연구소

* '여수의부엌'은 동백아가씨공동체와 사회적기업 커뮤니티디자인연구소가 함께 만들어가는 음식브랜드입니다.

아트 브랜딩

전통시장의 꿈과 디자이너의 상상력이 만나다

• 1작가 1시장 1촌 맺기

- : 전문 디자이너와 시장이 1촌을 맺어 대표상품 패키지 개발
- 지역이력 패키지 : 지역에서 생산되는 재료를 이용한 패키지 (자작나무, 벚집 등)
- 헤리티지 패키지 : 지역의 전통적 아이덴티티를 현대적으로 재해석한 패키지
- 아트디스플레이 패키지 : 시장 내 낙후된 가판대를 새롭게 디자인

• 문화예술 마케팅

- 큐레이터마케팅 : 큐레이터가 전문디자이너 및 국내외 작가와 팀을 이루어 작업
- 갤러리마케팅 : 시청, 갤러리, 백화점, 대형마트 등에서 상품의 전시 및 판매

• 홈플러스 등 대형마켓 입점

- 대형 마켓 내 대표상품을 모아 판매하는 오프라인 매장 마련

2012

■ 여수의 부업

■ 사업소개서



아트 브랜딩

1 이장섭 작가+ 파머스 파티



2012

- 여수의 부역
- 사업소개서

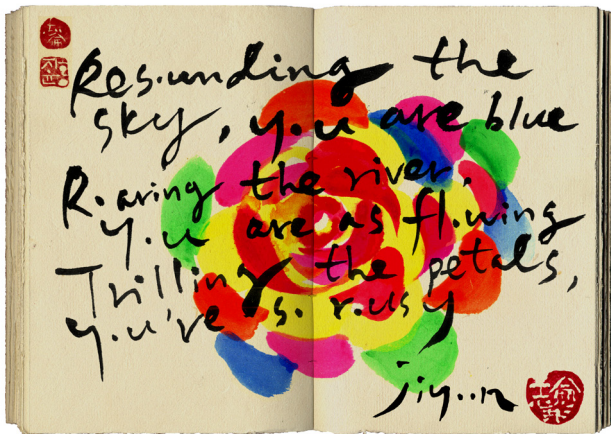


아트 브랜딩

2 홍지윤 작가+ 여수의 부역



2012
 ■ 여수의 부역
 ■ 사업소개서



아트 브랜딩

2 홍지윤 작가+ 여수의 부엌



2012

- 여수의 부엌
- 사업소개서

여수의 부업 홍보

- 2011년 5월 26일 : 신문(한겨레 문화면)보도 사전답사
 - ※ 기사내용: 여자의 삶을 되찾는 '동백아가씨 합창단'의 '여수의 부업' 홍보
- 2011년 5월 26일/27일 : 여수 MBC/광주일보
 - ※ 무명상인들이 '공적주체'로 성장하는 '여수의 부업'
- 2011년 6월 3일 : 순천 KBS라디오 금요스페셜
 - ※ 합창단 진행과정 및 '여수의 부업' 소개
- 2011년 8월: 동백아가씨 합창단 SBS 스타킹 출연
- 2011년 6월 : 잡지 '십이지' 1호
 - ※ 여수의 부업 소개, 회원모집
- 2011년 12월 : 잡지 '십이지' 2호
 - ※ 여수의 부업 개점 소식 알림
- 2012년 12월 : 시장경영진흥원 시장지 89호
 - ※ 우수시장 사례연구

2012

■ 여수의 부업

■ 사업소개서



여수의 부업 주식회사 연혁

2012

- 여수의 부업
- 사업소개서

- '10. 10. 8 : 상인합창단 '동백아가씨 합창단' 결성
- '10. 10. 22 : '추억하면, 여수라면' 공연
- '10. 11. 26 : '함께라면, 여수라면' 공연
- '10. 12. 9 : 동백아가씨합창단 집행부 선출
- '10. 12. 29 : SBS 특별다큐 방영
- '11. 3. 11 : 1차 노래봉사 진행(사랑의 밥차)
- '11. 3. 31 : KBS 순천방송국 라디오 전국일주 방송
- '11. 5. 6 : 여수거북선축제 '우리동네 최고' 참가
- '11. 5. 7 : 여수 화양면 주민축제 참가
- '11. 5. 20 : 교동시장 상인회 사무실 준공식 공연
- '11. 5. 25 : 한겨레신문 보도
- '11. 5. 25 : 여수 MBC 9시 뉴스 방송
- '11. 5. 26 : MBC <뉴스투데이> 방송
- '11. 5. 27 : <광주일보> 보도 "구성진 화음 울려 퍼지는 재래시장"
- '11. 6. 3 : 순천 KBS 라디오 방송국 '금요스페셜' 방송
- '11. 6. 22 : 여수시 노인복지회관 노래봉사
- '11. 7. 3 : KBS <언제나 청춘> 방송
- '11. 7. 5 : 교동시장 상인대학 졸업식 공연
- '11. 7. 6 : 여수의 부업 1차 꾸러미 발송 (시범운영)
- '11. 7. 22 : MBC <여수세계박람회 특별방송> 방영
- '11. 7. 28 ~ 31 : 국제청소년축제 하자센터와 워크숍 및 공연
- '11. 8. 6 : SBS 스타킹 방영
- '11. 8. 19 : 여수의 부업 2차 꾸러미 발송 (시범운영)
- '11. 11. 15 : 여수의 부업 주식회사 설립
- '11. 12. 28 ~ '12. 3. 31 : F/W 시즌 운영
- '12. 4. 1 ~ '12. 9. 30 : S/S 시즌 운영 예정

