

<267회 시의회 임시회>
문화체육관광위원회



2016년

주요 업무 보고

2016. 4.

서울관광마케팅(주)

I

일반현황

1

기본현황

□ 설립목적

- 서울의 관광과 MICE 산업을 세계적 수준으로 향상시키기 위하여 전문성 있는 인적자원을 보유하고 민간과 공동사업이 가능한 마케팅 전담기구 설립
- 서울시 마케팅사업 전담기구를 통해 관광마케팅 사업의 전문성과 효율성을 추구하고 공익성과 수익성을 조화시켜 지속가능한 사업을 추진

□ 설립개요

- 설립일자 : 2008년 2월 4일
- 설립근거 : 지방공기업법(제77조의3) 및 상법, 서울특별시 서울관광마케팅 주식회사 설립 및 운영에 관한 조례
- 법인형태 : 지방자치단체 출자기관

※지방자치단체 출자출연기관의 운영에 관한 법률(2015년 9월)발효에 따라 '제3섹터형 지방공기업'에서 '서울시 출자기관'으로 편입

□ 주요연혁

- 2007.12 서울시 서울관광마케팅주식회사 설립 및 운영에 관한 조례 제정
- 2008.02 법인설립 등기 및 사업자 등록
- 2008.04 초대 구삼열 대표이사(사장) 취임
- 2011.05 제2대 홍희곤 대표이사(사장) 취임
- 2012.07 제3대 이승렬 대표이사(사장) 취임
- 2012.10 서울관광마케팅(주)-외환은행 공동마케팅 MOU 체결
- 2013.06 강남관광정보센터 개관
- 2013.11 명동관광정보센터 개관
- 2014.04 서울관광발전 기여, 서울특별시장 표창
- 2014.12 김포공항관광정보센터 개관
- 2015.02 서울시 공식앱, i Tour Seoul 『Gov't Summit 2015, UAE』 최고 모바일 정부 서비스상 수상
- 2015.06 제4대 김병태 대표이사(사장) 취임
- 2015.08 CIBTM 참가, Most Popular MICE City 수상
- 2015.12 「Global Traveler」 및 「Business Traveler」 Best MICE City 수상

□ 주주 및 이사회

- 자본금 : 207억원(서울시 100억원)
- 주주현황 : 서울시 외 시티드림(주) 등 민간기업 16개사
- 지분현황 : 서울특별시 48.14%, 기타 민간주주 51.86%

연번	주주명(법인명)	지분율	연번	주주명(법인명)	지분율
1	서울특별시	48.14%	10	(주)정림건축	2.41%
2	시티드림(주)	14.44%	11	중소기업은행	2.41%
3	롯데관광개발(주)	4.81%	12	(주)HS애드	1.44%
4	(주)우리은행	4.81%	13	농업회사법인(주)사라	1.38%
5	(주)서한사	4.81%	14	(주)호텔신라	1.38%
6	(주)코엑스	3.37%	15	씨제이푸드빌(주)	0.96%
7	(주)하나투어	2.89%	16	(주)리솜리조트	0.96%
8	(주)대한항공	2.41%	17	(사)서울시관광협회	0.96%
9	아시아나항공(주)	2.41%			

- 이사회 구성 : 총 8명(이사 7명, 감사 1명)

구분	성명	현직	임기	비고
사내 (1명)	김병태	서울관광마케팅(주) 대표이사	'15.06.29 ~ '18.06.28	의장
기타 비상무 (4명)	김의승	서울시 관광체육국장	'15.08.06 ~ '18.08.05	서울시
	김용남	서울시 재정기획관	'16.03.29 ~ '19.03.28	
	선권수	시티드림(주) 대표이사	'15.03.27 ~ '18.03.26	주주
	백현	롯데관광개발(주) 대표이사	'14.09.26 ~ '17.09.25	
사외 (2명)	나효우	(주)착한여행 대표이사	'15.10.13 ~ '18.10.12	
	조주희	미국 ABC뉴스 서울지국장	'15.10.13 ~ '18.10.12	
감사 (1명)	정세환	서울관광마케팅(주) 감사	'14.09.26 ~ '17.09.25	

손익계산서(요약)

(단위 : 백만원)

구분	2015년도(8기)	2014년도(7기)
I. 매출액	20,159	15,136
II. 매출원가	16,469	12,231
III. 매출총이익	3,690	2,905
IV. 판매비와관리비	4,520	3,856
V. 영업손실	830	951
VI. 영업외수익	611	631
VII. 영업외비용	0	180
VIII. 법인세비용차감전순손실	219	500
IX. 당기순손실	219	500

2016년 예산계획

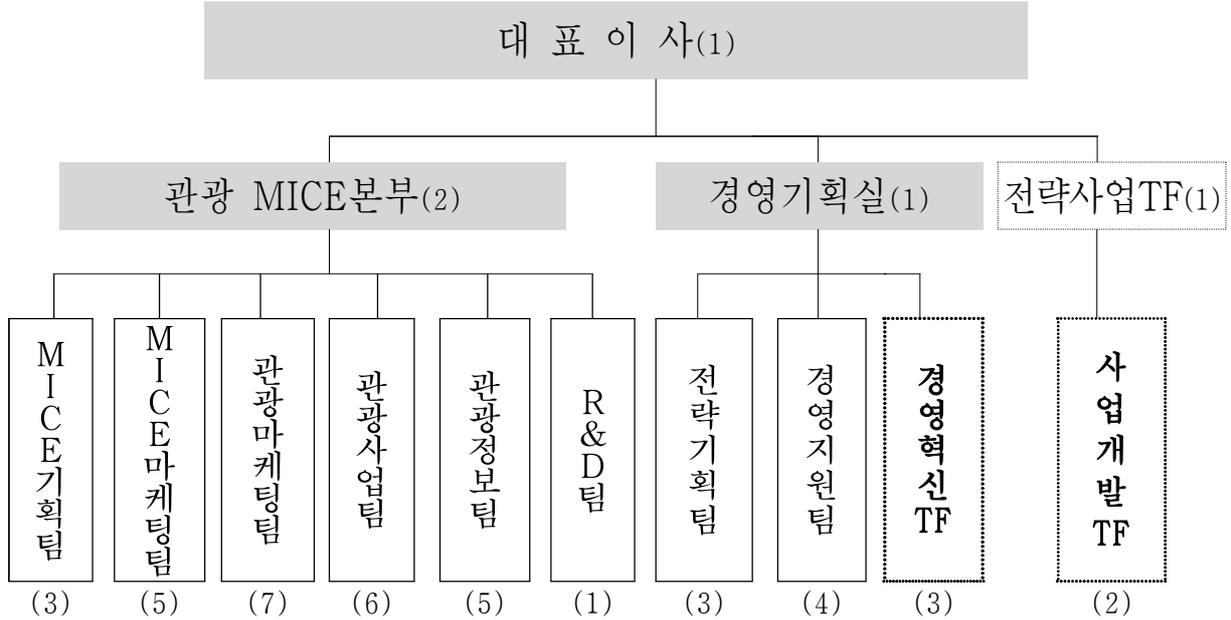
(단위 : 백만원)

구분	수입 예산			지출 예산		
	2016년	2015년	증감	2016년	2015년	증감
사업별						
합계	18,796	19,435	▲639	19,339	19,429	▲90

* 수입예산은 당사의 영업활동에 의한 매출 목표치임

□ 조직도

○ 1본부 1실 8팀 : 44명 ('16년 4월 1일 기준)



※ [] 는 임시조직임

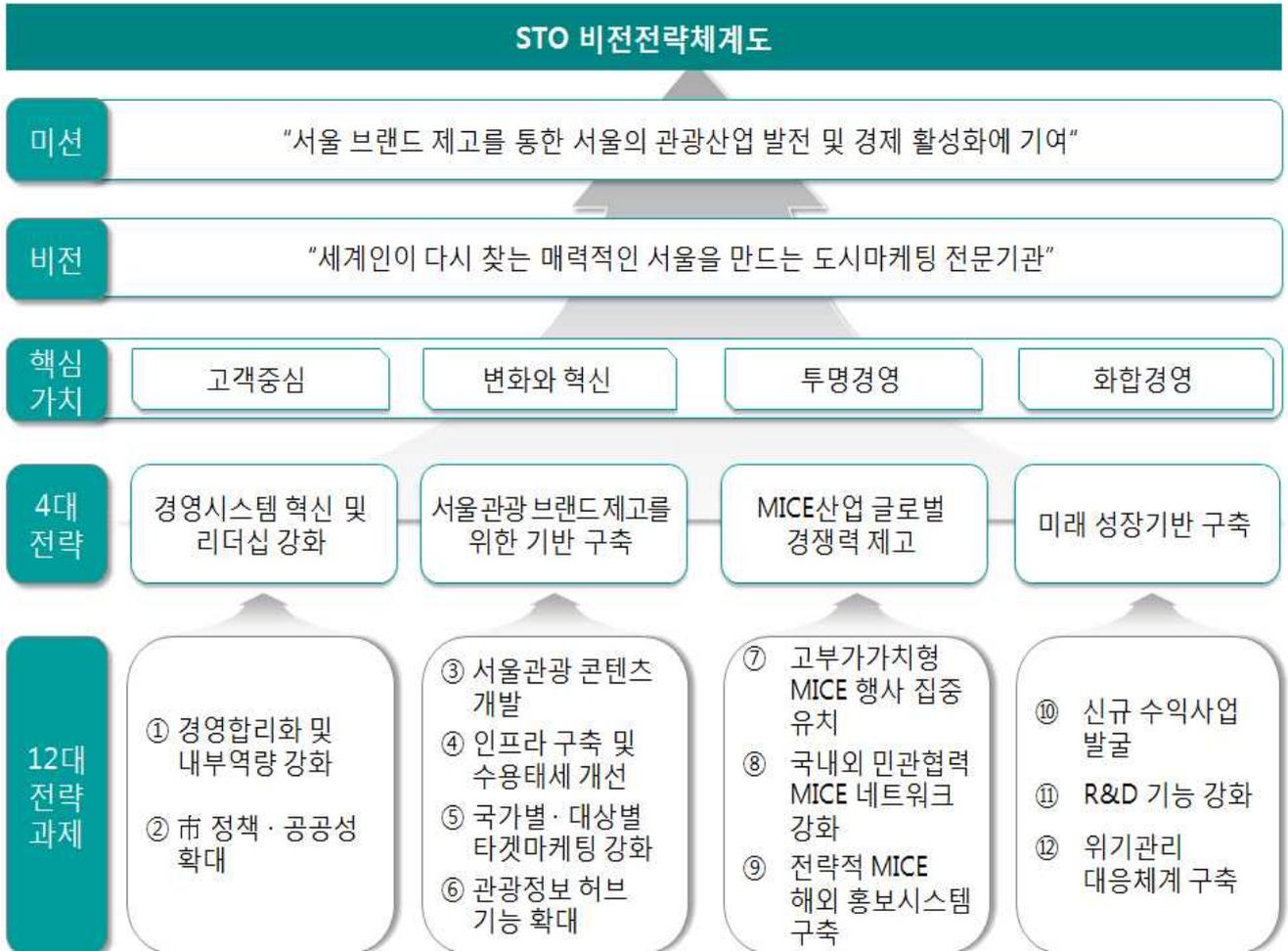
□ 부서별 주요업무

구 분		담 당 업 무	
관광MICE부	MICE부	MICE기획팀	<ul style="list-style-type: none"> ○ MICE 종합전략 수립, 지원서비스 기반 확립 ○ MICE 인력 양성 및 고용촉진 사업 운영 등 ○ MICE 참가자 환대서비스 및 민·관협력체계 강화
		MICE마케팅팀	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국제회의·기업회의·전시회 유치 개최 종합지원 프로그램 ○ MICE 해외전시회 참가 및 설명회 개최 ○ MICE 종합정보시스템(e-CRM) 운영 및 관리
	관광마케팅팀	<ul style="list-style-type: none"> ○ 해외설명회·의료관광·대표홍보물 등 관광마케팅 사업 ○ 우수관광상품인증사업, 관광통역안내서비스 지원사업 등 	
	관광사업팀	<ul style="list-style-type: none"> ○ 관광정보센터, 글로벌문화체험센터 등 관광서비스 인프라 운영업무 ○ 문화관광 해설사, 도시민박, 썸머세일, 한류관광활성화 	
	관광정보팀	<ul style="list-style-type: none"> ○ 서울관광다국어 서비스 등 온라인 사업 ○ 모바일장터 등 플랫폼 개발 신규 사업 등 	
	R & D 팀	<ul style="list-style-type: none"> ○ MICE 통계분석 및 네트워크 관리 ○ 관광통계분석 및 외래관광객 실태조사 	
경영기획실	전략기획팀	<ul style="list-style-type: none"> ○ 계획수립, 예산, 실적, 조직, 규정, 언론대응 등 기획조정 업무 ○ 서울시, 시의회, 감사 등 공공기관 업무 등 	
	경영지원팀	<ul style="list-style-type: none"> ○ 인사, 노무, 교육, 총무, 계약 등 전사 공통 지원 업무 ○ 회계, 자금, 결산, 정리 등 재무 업무 	
	경영혁신 TF	<ul style="list-style-type: none"> ○ 서울시 경영평가 준비 및 수감관련 업무 ○ 서울시 혁신 및 STO 경영혁신 관련업무 등 	
전략사업 TF	사업개발 TF	<ul style="list-style-type: none"> ○ 신규 전략사업 개발 ○ 빛초롱축제, 서울시 주요사업 등 	

II

회사비전 및 2016년 중점 추진 방향

1 회사비전 및 수행방향



〔2016년도 중점 추진방향〕

- 서울관광의 지속가능한 성장을 위한 공정관광 역량 강화
- MERS 이후 서울의 관광이미지 개선을 위한 해외마케팅 적극 추진
- 관광시장 다변화 및 개별자유여행객 유치기반 확대
- 적극적인 MICE 발굴 및 유치 강화

- ◆ 2천만 외래관광객 시대를 대비한 지속가능한 성장 대안 마련
- ◆ 공공마케팅 역량 강화를 통한 공격적, 창의적 마케팅

서울시 최종목표 : 관광객 2천만명 유치, MICE 3대 도시 달성

지 표 명	2015	2016	2017	2018
서울방문 관광객(만명)	1,064	1,400	1,700	2,000
국제회의 개최(건)	320	350	380	420

*서울시 「2천만 관광도시 서울」 보고자료(2016) 참조

중점 추진전략

	추진 방향	마케팅 전략
신규 추진	창조적이고 선도적인 신규 사업 추진	<ul style="list-style-type: none"> • 서울형 공정관광 모델 구축으로 관광체질 개선 및 지속가능한 관광기반 조성 • 개별자유여행객(FIT) 친화적인 관광환경 개선 • 체험형 한류콘텐츠 육성을 통한 한류관광 활성화 • 빅데이터 네트워크 구축 및 데이터 기반 마케팅
	서울시 관광진흥전문기관으로서 공공마케팅 역량 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 서울시 관광진흥전문기관으로서 역할 및 공공마케팅 기능 강화 • 관광진흥을 위한 일관된 의사결정과 효과적 사업수행
계속 사업	서울 관광·MICE 산업의 질적 성장 도모	<ul style="list-style-type: none"> • MICE산업 육성 및 유치 활성화 • 전략적 해외마케팅으로 타깃지역 다변화 • 사용자 중심의 관광인프라 구축 및 편의 개선 • 서울형 특화 관광자원 및 콘텐츠 발굴

신규 추진사업 실행방안

전략 목표	핵심 내용
지속가능한 관광기반 조성	· 서울형 공정관광 모델을 구축하여 대도시형 공정관광의 개념정의 및 구체적 실행방안 제시
FIT 친화적인 관광환경 조성	· 개별자유관광객 맞춤형 우수관광상품이 직거래 될 수 있는 모바일 마켓 구축
한류관광 활성화	· 한류콘텐츠를 활용한 대표축제 육성으로 체험형 한류관광활성화
데이터 기반 마케팅	· 관광·MICE 분야의 빅데이터 활용 네트워크를 구축하여 데이터 기반의 기획 및 마케팅 실시

서울시 관광마케팅 대행사업(계속사업)의 실행방안

전략 목표	핵심 내용
MICE산업 육성 및 유치 활성화	<p style="text-align: center;">MICE 국제순위 3위 달성</p> <ul style="list-style-type: none"> · 적극적인 국제회의 발굴 및 유치 경쟁력 강화 · 타깃 시장별 홍보·마케팅, MICE 민·관 협력체계 강화
전략마케팅으로 타깃지역 다변화	<p style="text-align: center;">외래관광객 2천만 달성을 위한 기반 마련</p> <ul style="list-style-type: none"> · 설명회 및 교역전 지역 확대 및 지역별 맞춤형 마케팅 전략 수립 · 신규 관광자원 발굴 및 관광상품화로 해외 현지 세일즈 강화
인프라 구축 및 관광편의 개선	<p style="text-align: center;">이용자 중심의 온·오프라인 관광인프라 구축</p> <ul style="list-style-type: none"> · 서울관광 홈페이지 및 모바일 서비스, 관광정보센터, 관광홍보물 등 온·오프라인 관광정보제공의 효율 및 편의 확대 · 도시민박/한옥체험 육성 및 활성화
관광자원 및 콘텐츠 발굴	<p style="text-align: center;">서울형 특화관광자원·콘텐츠 확충 및 상품화</p> <ul style="list-style-type: none"> · 서울빛초롱축제, 서울쌈머세일 등 서울형 축제 육성 및 관련사업 활성화 · 한류관광, 의료관광 등 특화콘텐츠 및 자원 발굴

■ 추진 총괄 : 총 24개 사업 (계약금액 : 약191억 원)

(단위 : 천원)

사 업 명		사업비(안)	비고
합 계		19,128,459	
MICE 산업 육성 및 유치 활성화	1. MICE 유치 및 개최지원	4,478,000	
	2. MICE 해외홍보 및 프로모션	1,231,000	
	3. MICE 관광지원 및 민관협력	949,000	
	4. MICE 전문인력 양성	132,000	
전략적 해외마케팅으로 타깃지역 다변화	5. 서울관광설명회 개최 및 해외 관광교역전 참가	660,000	
	6. 우수 관광상품 개발 운영지원	1,750,500	
	7. 서울 관광동향 분석	170,000	
	8. 서울관광코스개발·운영	1,150,350	
	9. 서울관광코스개발·홍보	170,000	
이용자 중심의 관광인프라 구축 및 편의개선	10. 서울관광 홈페이지 운영	1,300,000	
	11. 서울관광 모바일 서비스 운영	900,000	
	12. 관광통역 안내서비스 지원	500,000	
	13. 서울관광 대표 지도(안내서) 제작	808,940	
	14. 다국어 메뉴판	100,000	
	15. 도시민박업 및 한옥체험업 활성화 지원	714,000	
	16. 종합관광정보센터 운영	811,218	
17. 서울 글로벌문화체험센터 운영	556,691		
서울형 특화 관광자원 및 콘텐츠 발굴	18. 한류관광 활성화	450,000	
	19. 의료관광 활성화	716,760	
	20. 서울국제트래블마트 개최	880,000	
	21. 해외 수학(학생)여행 단체 지원	100,000	
	22. 관광 스타트업 지원 사업	200,000	
	23. 서울 썸머세일	200,000	
	24. 스토리텔링 역할극 운영	200,000	

※ 사업비는 예산편성기준으로 작성되었으며 단위사업별 세부계획에 따라 변경 될 수 있음

□ 현장중심의 마케팅, 수용태세 강화로 외래관광객 유치확대

○ MERS 조기 극복을 위한 찾아가는 현장서비스 전개

- '시장님과 함께 한 중국 베이징 관광설명회' 개최 등 해외 주요 타깃시장별 세일즈콜 실시('15.8월)

⇒ '15.9월~11월 중국인 관광객수 전년 동월 대비 10.2% 증가



○ SITM(서울국제트래블마트) 개최를 통한 서울 관광상품 판매촉진

- 해외 바이어 98社 115명 및 국내 업계 관계자 392社 720명 참여
- 비즈니스 상담 1,052건 및 해외 바이어 서울관광 팸투어 92명 실시

○ FIT(개별자유여행객) 서울여행 편의 제고를 위한 수용태세 강화

- FIT 선호 콘텐츠 집중 취재 및 구글 다국어(103개언어)번역기 도입 등을 통해 VisitSeoul.net 방문자 수 확대('14년 21백만→'15년23백만)
- 서울도보관광(코스재정비), 도시민박업(운영자 대상 전문교육, 숙소별 리플릿제작 지원) 등 서울형 FIT 프로그램 집중 육성
(도보관광 이용객 증가 '14년 11만 2천명 → '15년 12만 4천명
도시민박 등록업소 증가 '14년 672개소 → '15년 837개소)

□ MICE 유치 및 지원체제 강화로 세계 최고 MICE 도시 달성

○ MERS에도 불구하고 글로벌 MICE 도시로서의 서울 위상 제고

- MERS 등 위기상황 적극 돌파를 위한 'MICE Help Desk' 운영 ('16년 4월 현재, 총 214건 상담, 286,849명 유치 효과)
- 「비즈니스 트래블러」 “최고 비즈니스 미팅 개최지” 4년 연속 1위 선정
- 「글로벌 트래블러」 선정 “Best MICE City” 1위, 싱가포르로부터 탈환

○ 고부가가치 MICE 경쟁력 확보를 위한 유치 및 지원 강화

- 국제회의, 기업회의 유치 21%증가 ('14년 71건 → '15년 86건) 및 지원 8.2% 증가 ('14년 194건 → '15년 210건)
- MICE 경쟁력 강화를 위한 서울MICE카드, 거리배너게재 등 지원방식 확대
- 해외전시회 총 8회(단독부스 '14년 1회→'15년 4회) 참가, 해외 설명회 총 8회(단독설명회 '14년 2회 → '15년 5회)개최 등 공격적인 해외마케팅



MICE 전문매체 홍보



'세계도시기후환경총회' 특화관광



서울 MICE 카드

□ 재정 건전성 제고 및 경영시스템 혁신으로 수익성 개선

○ 안정적 회사 운영을 위한 수익성 제고 노력

- '14년도 대비 '15년도 매출액 약 51억원(33%↑) 증가 및 당기순손실 3억원(56%↓) 축소

구 분	2014	2015	비고
매 출 액	151억원	202억원	51억원 증가
당기순손실	- 5억원	- 2억원	3억원 축소

○ 서울시 민선5기 정책과제 준수 및 경영시스템 혁신

- 市 혁신과제 추가 발굴 및 부패방지 시책과제 100% 이행
- 경영혁신 전담 조직 구성 및 「비전 및 혁신 원년」 선포
- 회사 창립 이래 최초 다면평가 시행, 성과관리시스템·인사·조직·재무관리 개선 관련 컨설팅 추진

⇒ **MERS 극복을 위한 적극적·선제적 마케팅으로 관광객수 조기 회복**

⇒ **재무성과 개선 및 혁신을 통해 조직의 양적·질적 성장 추구**

◆ 신규 사업

- 서울형 공정관광 모델 구축 및 대내외 캠페인
- FIT 친화적인 관광환경개선 및 재방문을 제고
- 체험형 한류콘텐츠 육성을 통한 한류관광 활성화
- 빅데이터 네트워크 구축 및 데이터기반 마케팅

◆ 계속 사업

- 세계 3위 MICE 도시 달성
- 외래관광객 2천만 달성 기반 마련 해외 마케팅
- 신규 관광자원 및 상품 발굴로 해외세일즈 강화
- 관광정보센터 및 서울형 도시민박 활성화
- 서울형 대표관광자원 확충을 통한 유치기반 강화
- 고부가가치 특화관광산업 육성을 통한 경제 활성화

신규사업

1 서울형 공정관광 모델 구축 및 대내외 캠페인

2 FIT 친화적인 관광환경개선 및 재방문을 제고

3 체험형 한류콘텐츠 육성을 통한 한류관광 활성화

4 빅데이터 네트워크 구축 및 데이터기반 마케팅

〈 추진방향 〉

- ◆ 서울형 대도시 공정관광 모델을 구축 및 실현하여 관광체질 개선과 지속가능한 성장기반 마련

□ 대도시형(mega city) 공정관광의 개념정립 및 구체적인 실행방안 제시

- 서울관광의 체질개선, 지속성장을 도모하고 관광의 혜택이 시민에게 돌아가는 선순환체계 구축
 - △ 지역주민과 관광객이 어울리는 도시 △ 지역의 생태와 문화적 가치를 존중하는 도시 △ 관광기회의 보편성이 보장되는 도시 △ 관광 주체 간 공정한 거래가 이루어지는 도시 서울을 위한 정책 및 실천방안 모색
- 대도시형 공정여행의 패러다임 및 실행모델을 세계 도시들과 공유하고 2천만 관광시대를 대비하는 관광서울의 글로벌 이미지 제고
 - ※한국의 관광경쟁력 '13년 25위 → '14년 29위 하락(세계경제포럼 「관광경쟁력보고서」)
 - 정보통신기술 11위, 문화자원 및 비즈니스여행 12위, 관광정책 및 이행여건 82위로 관광정책 개선을 통한 경쟁력 강화 필요

□ 서울국제트래블마트(SITM) 연계 글로벌 포럼 개최

- 서울국제트래블마트(SITM) 개최 시 글로벌 포럼 연계 진행(9월 예정)
 - 도시관광에서 적용가능한 공정관광 실천방안과 시스템 구축 논의
 - UNWTO와 공동 주최 추진(구체적 협력방법 협의중)
 - SITM 내 마을여행 홍보관 운영 및 관련 상품 마케팅으로 비즈니스 연계
 - 마을여행상품 우수사례 발표 등을 통한 자치구 협력 프로그램 진행
- 각계 전문가와 시민이 함께 참여하는 열린 준비위원회 구성
 - '대도시와 지속가능한 관광', '대도시와 마을여행' 등으로 분과위원회를 나누어 각 주제에 특화된 역량있는 민간단체와 협업하여 진행

〈 추진방향 〉

- ◆ FIT(개별자유여행객)을 위한 인바운드 여행시장을 활성화하여 관광만족도 및 재방문을 제고하고 관련 산업 활성화

□ 서울관광 재방문을 제고를 위한 「모바일 관광장터」 구축

- FIT 중심의 창의적인 체험형 상품이 직거래 될 수 있는 모바일 마켓 구축
 - ‘지역 체험’을 중심으로 하는 인바운드 여행상품 쇼핑몰
- 마을관광상품, 공정관광상품 개발 및 판매의 장으로 활용
 - 중소 지역여행사, 마을공동체 등 다양한 주체의 상품개발 및 등록 독려
- 독창적인 아이디어와 IT기술로 무장한 청년 스타트업 기업 연계
 - 청년기업 활성화 및 일자리 창출에 기여
- ‘관광상품 품질관리제’를 도입, 상품 및 서비스의 품질기준 마련
 - 관광품질관리, 공동브랜드 등을 개발하여 우수한 품질의 관광상품이 거래될 수 있는 기반 구축

□ 온라인 마켓 운영을 통한 ‘다시 가고 싶은 서울’ 가치 구현

- ‘다시 가고 싶은 서울’ 가치 구현을 위한 전략 목표 수립

Experience(체험) · 전통에서 한류까지 다양하고 특별한 체험을 제공하는	Local(로컬) · 그 지역 주민들과 함께 하는
Trusted(믿을 수 있는) · Seoul Tourism Organization이 보증하는	Useful(유용한) · 외래 관광객 입장에서 유용한 가치를 제공하는

- 각 이해관계자별 추진방안 수립

관광객	상품 제공자	서울관광마케팅(주)
<ul style="list-style-type: none"> - 여행상품 선택의 기회 제공 - 여행경험 공유를 통한 신뢰성 높은 정보 활용 - 검증된 상품 구매로 여행 만족도 및 재방문 증가 	<ul style="list-style-type: none"> - 인바운드 여행상품 판로 제공 - 다양한 창업 기회 제공 - 여행상품에 대한 신뢰성 확보 - 홍보 및 마케팅 효과 - 누구나 여행서비스 공급자로서의 참여 기회 - 추가 수익창출 기회 확보 	<ul style="list-style-type: none"> - 인바운드 여행 유통구조 개선 - 재방문 관광 토대 구축 - 소상공인 창업기회 창출 - 연계 산업 제휴, 시너지 창출 - 서울시 관광 활성화 - 관광분야 민관 상생/협력 모델 구축 - 스마트관광 도시로서의 서울시 이미지 제고

〈 추진방향 〉

- ◆ 한류 콘텐츠를 기반으로 한 새롭고 특색있는 축제를 육성하여 한류 체험을 원하는 관광객들에게 매력적인 관광자원을 제공하고, 국내외 여행사들의 관련 상품 개발 및 모객 지원으로 한류관광객 유치 활성화

□ 한류콘텐츠를 활용한 한류 음악 축제 지원

- K-POP을 중심으로 한류 체험을 원하는 관광객에게 체험형 관광자원 제공
 - K-POP을 중심으로 한 뮤직 페스티벌을 개최하여 국내외 K-POP팬 및 한류관광객들에게 체험형 한류관광자원 제공
- 연례 한류축제 육성으로 한류관광상품 개발 및 모객 지원
 - 매년 일정한 시기에 행사를 정기 개최하여 국내외 여행사들이 이를 상품화하고 사전 모객활동이 가능하도록 홍보마케팅 지원

□ 민간과 협력하여 예산 효율 제고 및 정책 효과 극대화

- 민간 주도의 우수 한류관광자원 개발 유도
 - 관주도의 일방향적인 정책시달이 아닌, 민간전문가가 주도적으로 현장의 필요와 욕구를 반영한 축제를 개최하도록 유도
- 최소예산으로 최선의 효과를 내는 창의적인 예산절감 사례 창출
 - 민간 보유의 우수 콘텐츠를 활용하여 본격 한류축제 서울 개최 유도
 - 대내외 공동 홍보마케팅을 통해 세계적인 뮤직페스티벌로 육성



〈 추진방향 〉

- ◆ 민관 협업, 업계 제휴 등을 통한 관광·MICE 분야의 빅데이터 활용 네트워크를 구축하여 빅데이터 기반의 정책수립 지원 및 마케팅 추진

□ 민간·공공 제휴를 통한 빅데이터 기반의 마케팅 추진

○ 민간 제휴를 통한 빅데이터 기반의 서울관광 마케팅

- 공동사업('14년 관광서비스 R&D)을 통해 확보된 민간 네트워크를 바탕으로 신한카드와 '빅데이터 멘토링 프로그램' 추진

※ STO-신한카드 빅데이터 프로그램

「SAM 2016」 진행('16년 1월)

- 내국인 및 외국인 유학생 대상 빅데이터 교육 프로그램 공식 후원
- 관광, MICE 테마 빅데이터 분석방향 제시 및 관광상품개발 등 실무적용 방안 교육



- 외래관광객의 매출, 휴대폰 통화, 소셜데이터등을 분석하여 이를 토대로 '타겟시장별 서울관광객 관광코스', '서울 Day&Night 코스'등 창의적인 관광코스 개발
- 「SAM2016」 후속 프로그램으로 행사 참가자 대상, 빅데이터 및 최신 IT 기술을 활용한 '서울 스마트관광 아이디어 공모전' 진행('16.4~6)

○ 타사 협업을 통한 빅데이터 기반의 서울관광 마케팅(예정)

- 외부기관 협업을 통해 카드, 로밍, 소셜 등의 다양한 분야의 빅데이터 분석 및 활용

□ 노하우를 바탕으로 관광 빅데이터 수집·분석 시스템 구축

○ 빅데이터 수집·분석 시스템 구축·운영으로 선도적 입지 확보

- 국내·외 관광객 매출, 휴대폰 통화, 소셜데이터 뿐 아니라 관광정보센터, 서울관광공식웹사이트(VisitSeoul), 외래관광객 실태조사 등의 데이터 통합 관리
- 향후 공공의 정책개발을 위한 자료 뿐만 아니라 국내 여행업계 등 민간의 다양한 상품개발, 마케팅을 위한 분석 자료 제공 등으로 활용

계속사업

1 세계 3위 MICE 도시 달성

2 외래관광객 2천만 달성 기반 마련 해외 마케팅

3 신규 관광자원 및 상품 발굴로 해외세일즈 강화

4 관광정보센터 및 서울형 도시민박 활성화

5 서울형 대표관광자원 확충을 통한 유치기반 강화

6 고부가가치 특화관광산업 육성을 통한 경제 활성화

〈 추진방향 〉

- ◆ 국제적 MICE 개최지로서의 경쟁력을 확보하고, 최적의 MICE 개최지 서울 브랜드를 홍보하여 세계적 MICE 허브도시로 육성
- ◆ 지속가능한 민관협력체계 구축, 전문인력 양성 등을 통해 지역경제 활성화 및 MICE 산업기반 강화

□ 세계적 MICE 경쟁력 확대를 위한 유치·개최 지원 강화

- 고부가가치의 중대형 국제회의 공격적 유치
 - 종합정보시스템 재구축 및 고도화로 MICE 신규발굴 및 종합지원 강화
- 민관협력 및 유치경쟁력 강화를 위해 ‘MICE 유치대사’ 발족 신규
 - 중점 유치대상행사 선정 후 MICE 유치대사와 공동유치활동 추진
- 고객 중심의 ‘찾아가는 설명회’ 정례화
 - 월 1회 서울마이스얼라이언스 회원사 대상 지원프로그램 설명회 개최
- MICE분야 인재양성을 통한 산업기반 강화 및 일자리 창출 일조
 - 서울MICE인재뱅크 선정, 전문교육 및 멘토링을 통한 취업 지원

□ 타깃 시장별 MICE 해외 홍보·마케팅 추진

- 지역별 MICE 관련 전문 전시회, 박람회 참가홍보
 - 총 8건(유럽 2건, 아·태 2건, 중국 2건, 대양주 1건, 미국 1건) 참가

구분	AIME	IT&CM	IMEX	CIBTM	IT&CMA	IMEX America	ITB Asia	IBTM World
지역	대양주	중국	유럽	중국	아·태	미국	아·태	유럽
개최지	멜버른	상하이	프랑크푸르트	베이징	방콕	라스베가스	싱가폴	바르셀로나
시기	2월	4월	4월(단독)	9월(단독)	9월	10월	10월(단독)	11월

- MICE관련 전문잡지 기획광고 게재(5회 내외), 해외 전문매체 팸투어(2회)

□ 서울의 MICE 민·관 협력체계 강화

- 서울 MICE 얼라이언스 회원사 확대 : '15년 195개사 → '16년 220개사
- 서울 유니크베뉴 지속 발굴 및 확대 : '15년 41개 → '16년 51개

주요 성과

- 2012-2015(4년연속) 최고의 비즈니스 미팅 도시(Best in Business Destination Awards)수상: Business Traveler 선정
- 2013, 2015 최고의 MICE 도시(Best MICE City)수상: Global Traveler 선정

〈 추진방향 〉

- ◆ 방한 핵심시장과 성장시장의 현지 관광업계 대상 관광설명회 추진
- ◆ 국제관광교역전 내 서울홍보부스 운영 등 관광객 유치 홍보 확대

□ 2016년 해외 주요도시 서울관광 설명회 개최 개요

구 분	중국 칭다오, 우한	싱가포르	일본 오사카	태국 방콕	인도네시아 자카르타
개최시기	5월	5월	6월	6월	6월
개최방식	○ 비즈니스 트래블마트 + 설명회 + 네트워킹				
주요내용	○ 5개국 6개도시 서울관광 설명회 개최(단독 3회, 의료관광/MICE/관광공사 연계 각 1회) ○ 서울의 신규관광자원을 중심으로 한류, 쇼핑, 뷰티, 도보관광 등 관광상품 개발을 위한 관광 콘텐츠, 체험 프로그램 정보 제공 ○ 여행사, 호텔, 공연 등 서울 소재의 관광관련 업계와 동행하여 실질적인 상품 기획을 유도하고 공동마케팅으로 홍보효과 제고(중소기업 지원)				

□ 2016년 해외 교역전 참가 개요

구 분	ITB (Internationale Tourism Bourse), STM Paris (Salon Mondial Du Tourism)	The Global Tourism Destination Carnival	Discovery Thailand & Discovery World	ITE HCMC (International Travel Expo HCMC)	Tourism Expo Japan	CITM (China International Travel Mart)	Taipei International Travel Fair
지역	유럽 베를린, 파리	중국 하이난	태국 방콕	베트남 호치민	일본 도쿄	중국 상하이	대만 타이베이
개최시기	3월	5월	9월 (단독)	9월	9월	11월 (단독)	11월
개최방식	○ B2B 상담, 서울관광 홍보 부스 개설 및 운영, 참관객 대상 홍보마케팅						
주요내용	○ 단독부스 2회, 공동부스 6회 운영을 통한 서울의 브랜드 인지도 제고 및 상품 판매 ○ 타 지자체 및 민간과의 전략적 홍보마케팅으로 홍보 시너지 도모						

□ 중점 추진사항

- 행사 개최 지역별 시장 특성에 맞추어 테마별 관광자원 선정, 홍보 추진
- 서울 소재 관광유관기관 공동마케팅 및 의료관광/MICE 연계 마케팅 추진

〈 추진방향 〉

- ◆ 서울의 우수관광자원을 중심으로 고품격 관광상품을 개발하고 도보관광코스를 확대 운영하여 서울만의 문화적 특성이 담긴 우수한 관광코스 및 상품 확충
 - ⇒ 매력적인 관광도시 서울의 브랜드 가치 제고 및 외래관광객 유치 증대
- 중국여행사 협력, 개별관광상품 지원 확대 등 우수관광상품 인증제 활성화
 - 서울의 우수 관광자원을 중심으로 고품격 관광상품 개발 유도
 - 고품격상품, 개별관광상품 개발 활성화 및 지원 강화
 - 우수관광상품 활성화를 위한 서울시 우수여행사 선정 및 활성화 지원 신규
 - 신규관광자원 발굴 및 여행사 대상 상품개발 정보(뉴스레터) 제공
 - 장애인 관광상품 개발 분위기 조성을 위한 무장애 관광상품 운영 지원 신규
 - 중국 주요 여행사 협력 네트워크 및 지원시스템 구축 신규
 - 서울사-핵심 여행사 핫라인 구축, 서울시 축제·이벤트 등 활용 상품개발 및 공동 홍보
 - 국내외 홍보마케팅으로 외래관광객 유치증대에 기여
 - 인증상품에 대한 국내외 홍보마케팅을 추진하여 서울관광상품 인지도 제고
 - 해외 여행사 상품개발자 및 언론 초청 팸투어 추진
- 해설사 확충 및 교육 강화로 서울관광코스(도보관광) 이용만족도 제고
 - 내외국인 관광객 대상 25개 도보코스 언어권별 해설 운영
 - 기존 해설사 195명 외, 신규 해설사 30명 추가 선발 및 교육강화를 통하여 다양한 관광객의 니즈에 부합할 수 있도록 기반 조성
 - 문화관광해설사 해설수준 향상을 위한 연간 교육 및 평가 추진



코스지도(북촌 한옥마을)



코스 해설 모습

〈 추진방향 〉

- ◆ 이용자 편의 중심의 관광정보센터 운영, 도시민박과 한옥체험 등 특색 있는 증서가 숙박 확충으로 FIT(개별자유여행객) 등 방한 관광객 편의와 만족도 제고

□ 외래관광객 편의 증진을 위한 관광정보센터 운영 활성화

○ 서비스 개선 및 안내소 간 협력 강화로 이용만족도 제고

- 전통/한류 문화체험 프로그램, 코인락커 운영으로 방문자 만족도 제고
- 관광객을 위한 여행 편의(유모차, 휠체어) 및 볼거리, 즐길거리(계절별 포토존 조성 등) 제공
- 관광정보센터 거점화로 자치구·유관기관·고정식/이동식 안내소 협력 및 네트워크 강화

구분	서울글로벌 문화체험센터	인천공항 관광정보센터	명동관광정보센터	김포공항 관광정보센터
위치	중구 명동8길 27 M플라자 5층	인천 중구 공항로 272 여객터미널 1층 입국장 (동/서편 각 1개)	중구 을지로 66 KEB하나은행 본점 별관 1층	강서구 하늘길 38 김포공항 국제선청사 1층 입국장
시설규모	692㎡ (공연장 300㎡)	동편 6.51㎡ 서편 6.51㎡	264.5㎡	22.5㎡
주요시설	안내데스크, 해치홀 (공연장), 세미나실, 전통복식체험관 등	관광안내데스크, 홍보물 비치대, 디지털키오스크 등	관광안내데스크, 크로마키존, 리플릿월, 관광기념품 판매관 등	관광안내데스크, 홍보물 비치대 등

□ R&D 기반의 정책지원, 교육강화를 통한 도시민박/한옥체험 활성화

- 창업설명회 및 아카데미 등 창업 및 운영 교육 강화('15년 15회 → '16년 20회)
 - 운영물품 및 커뮤니티 운영 지원, SNS 광고·이벤트 등 온라인 마케팅 지원 강화
 - 숙박업계 동향 파악 및 R&D 기반의 정책지원을 위한 관광숙박업 실태조사 실시 신규
 - 한옥체험업 활성화를 위한 개보수 지원, 전통공방 활성화 방안 연계 추진 신규
- ※ 도시민박/한옥체험업 837개소, 2,833객실 운영 중('15.12.31 기준)
- 도시민박업 732개소(2,426객실), 한옥체험업 105개소(407객실)



창업 아카데미 현장 교육 실시



stay.visitseoul.net 홈페이지(영어)



운영자 커뮤니티 활성화 지원

〈 추진방향 〉

- ◆ 관광비수기에 서울을 대표하는 축제·행사 활성화로 서울의 브랜드 제고 및 실질적인 외래 관광객 유치기반 강화

□ 2016 서울빛초롱축제

- 행사기간 : 2016.11.4(금)~20(일), 17일간
- 행사장소 : 청계천 일대
- 시민참여, 민간협찬 및 지자체 협력으로 규모 확대
 - 시민참여 이벤트 및 지역상인 참가 프로그램 확대
 - 국내외 상호교류 및 지자체 협력을 통한 콘텐츠 다양화
 - 민간기업/기관 협찬을 확대하여 행사운영기반 강화
 - 전통등 외 다양한 현대등 전시를 통해 유사 축제와 차별화



□ 2016 서울썸머세일(Seoul Summer Sale 2016)

- 행사기간 : 2016.7.1(금)~31(일), 한달간
- 행사장소 : 서울 전역(명동, 동대문 등 관광특구 중심)
- 행사대상 : 외국인 관광객 및 방문객
- 참여업종 : 쇼핑몰, 식음료, 화장품, 공연·전시, 의료관광 등
- 민간참여 확대 및 온·오프라인 프로모션 강화
 - 신규업종(의료관광) 추가 등 참여업체 확대 및 다양화
 - SNS채널 운영을 통해 서울썸머세일 브랜드 홍보 실시



□ 2016 서울국제트래블마트

- 행사기간 : 2016년 9월 중 4박5일(패투어 일정 포함)
- 행사규모 : 총 800여개 업체(해외 300여 개, 국내 500여 개)
- 추진방향
 - 국내외 관광업체가 함께 참여하는 국내 최대 B2B(기업간 거래) 트래블마트 행사육성
 - 비즈니스 지원 시스템 사전 구축 및 참여업체 확대를 통한 비즈니스 성과 극대화
 - 홍보관 전시, 설명회, 패투어 등 타 시도의 참여와 협력을 통한 관광산업 상생모델 구축
 - '공정관광' 관련 글로벌포럼 개최로 지속가능한 관광도시 서울 이미지 구축 신규

〈 추진방향 〉

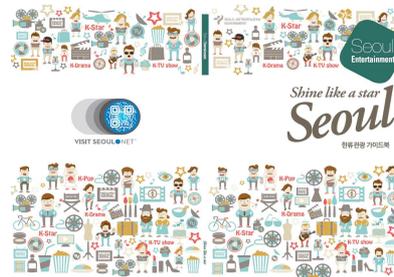
- ◆ 한류 정보제공, 체험프로그램 확대 등 한류관광 활성화를 통한 한류 관광객 유치 확대 및 만족도 제고
- ◆ 전문 코디네이터 양성 등 수용태세 개선 및 공격적인 홍보마케팅을 통해 서울의료관광 신뢰도 제고 및 외국인 환자 유치기반 강화

□ 명소 선정, 체험프로그램 확대를 통한 한류관광 활성화

- 서울 10대 한류명소 선정을 통한 한류관광 활성화 기반 조성
- 신규 한류관광 정보(가이드북) 제공을 통한 한류 관광객 편의 확대
- 다양한 관광객 니즈를 고려한 한류 체험 프로그램 확대 운영
- 서울 한류관광 활성화를 위한 민간 주도 지원 기반 강화



한류 체험 프로그램 운영



한류관광 가이드북 배포

□ 협력기관 확대 및 신뢰·서비스 제고로 서울의료관광 활성화

- 의료관광 수용태세 개선
 - 협력기관 모집범위 및 기관 수 확대('15년 50개소 → '16년 100개소), 통·번역 코디네이터 확충('15년 92명 → '16년 150명)
 - 의료관광코스 추가 개발('15년 5개 → '16년 15개) 및 코스의 상품화, 활성화 지원
 - 공항 피켓 및 픽업서비스를 통한 의료관광객 환대 서비스 제공
 - “서울의료관광 헬프데스크” 운영, 상담 및 협력기관 지원(한국보건산업진흥원 협업) 신규
- 신뢰감을 주는 서울의료관광 환경 조성
 - 협력기관 진료수가 및 배상책임보험 가입 정보의 단계적 공개
 - 헬프데스크 및 통·번역 코디네이터를 통한 의료관광 사후관리 체계 구축
- 서울의료관광 인지도 제고를 위한 온·오프라인 홍보마케팅
 - 홈페이지 활성화, 해외 설명회 개최 및 교역전 참가, 의료관광 가이드북 제작