

# 서울특별시 서울관광재단 출연 동의안 검 토 보 고 서

## 1. 회부경위

- 가. 의안번호 : 제962호
- 나. 제 출 자 : 서울특별시장
- 다. 제출일자 : 2019년 8월 7일
- 라. 회부일자 : 2019년 8월 13일

## 2. 제안이유

- 가. 서울시에서는 급변하는 관광환경에 선제적으로 대응하고, 서울 관광 산업 발전과 지역경제 활성화를 선도해 나가기 위해 서울특별시 서울관광재단을 설립하여 운영하고 있음.
- 나. 이에 따라 서울특별시 서울관광재단의 원활한 운영을 위하여 2020 회계연도 서울특별시 세출예산에 출연금을 반영하고자 「지방재정법」 제18조 제3항에 의거 서울관광재단 출연 여부에 대하여 미리 그 동의를 얻으려는 것임.

### 3. 주요내용

#### 가. 사업개요

- 1) 사 무 명 : 서울관광재단 출연금
- 2) 추진근거
  - 지방자치단체 출자·출연 기관의 운영에 관한 법률
  - 서울특별시 서울관광재단 설립 및 운영에 관한 조례
- 3) 필 요 성 : 서울관광산업 발전과 지역경제 활성화를 선도하기 위해 설립된 서울관광재단의 운영을 지원하고, 국내외 관광홍보 및 마케팅 사업, 관광콘텐츠 확충 및 관광객 편의개선 등 사업수행을 위해 출연 필요
- 4) 사무내용
  - 관광자원 개발 및 상품화 등 관광콘텐츠 확충
  - 국내·외 관광홍보 및 마케팅
  - 기업회의, 인센티브관광, 국제회의, 전시회 등 육성 지원
  - 관광정보 및 관광안내서비스 제공
  - 관광객 편의 및 관광여건 개선
  - 관광시장 조사·연구·컨설팅 및 정보 제공
  - 관광기업 육성 및 지원 등

#### 나. 서울관광재단 기관 개요

- 1) 소 재 지 : 서울시 중구 삼일대로 340 나라키움 저동빌딩
- 2) 규 모 : 전용 1,669 $m^2$  (8~9층 임대)

## 4. 참고사항

### 가. 관계법령 : 지방재정법

제18조(출자 또는 출연의 제한) ① 지방자치단체는 법령에 근거가 있는 경우에만 출자를 할 수 있다.

② 지방자치단체는 법령에 근거가 있는 경우와 제17조제2항의 공공기관에 대하여 조례에 근거가 있는 경우에만 출연을 할 수 있다.

③ 지방자치단체가 출자 또는 출연을 하려면 미리 해당 지방의회의 의결을 얻어야 한다.

### 나. 조치사항 : 2020년도 예산편성

### 다. 합 의 : 해당사항 없음

## 5. 검토의견

### 가. 동의안 개요

- 본 동의안은 「지방공기업법」 상 제3섹터형(주식회사형) 공기업 형태로 운영되던 서울관광마케팅(주)이 2018년 4월 23일 서울관광재단으로 출범하여 「지방재정법」 제18조제3항<sup>1)</sup>의 규정에 따라 서울시가 2020회계연도에 출연하는 것에 대해 미리 서울특별시의회의 의결을 받고자 하는 것임.

### 나. 출자·출연시 지방의회 사전의결 의무화

- 정부는 2014년 5월 개정된 「지방재정법」에서 선심성·낭비성 출자·출연을 방지하기 위해 지방의회의 사전 의결을 의무화함에 따라

2015년 10월 행정자치부는 관련 규정 해석을 통해 매년 다음 회계연도 출자·출연금 편성 전에 지방자치단체가 출자·출연하는 모든 행위(신규, 기존, 법정 모두 포함)에 대해 지방의회의 사전동의를 받도록 하고 있음.

이 조치는 지방자치단체의 출자·출연이 보조금 지급과 달리 예산 집행 후 사후 정산을 의무화하지 않는 사정을 고려해 출자·출연에 대한 지원절차를 강화하고 엄격히 제한함으로써 선심성·낭비성 출자·출연을 방지하려는 취지로 해석됨.

---

1) 제18조(출자 또는 출연의 제한) ③ 지방자치단체가 출자 또는 출연을 하려면 미리 해당 지방의회의 의결을 얻어야 한다.

- 한편 「서울특별시 출자·출연 기관의 운영에 관한 조례」 제22조(출자·출연동의안)에서 출자·출연 사무명, 추진근거 및 필요성, 사무 내용, 기관 개요 등을 포함하도록 개정(2019.6.28.)되었으며, 그 중 소요예산 및 산출근거를 포함하도록 하였으나 「지방재정법」 제18조제3항의 의한 지방의회의 사전동의 절차는 출자출연의 내용과 필요성을 사전 의결하는 것이며, 구체적인 금액을 확정하는 것은 아니므로(행정안전부 질의회신 결과) 동 안전에 서는 출연여부에 대해서만 다루기로 함.

#### 다. 출연의 타당성

##### □ 설립 목적

- 서울관광재단은 「서울특별시 서울관광재단 설립 및 운영에 관한 조례」에 따라 서울의 관광산업 진흥과 지역경제 활성화를 목적으로 '18년 5월 설립됨.

##### □ 재무 건전성

재단설립 준비 중 '(가칭)서울관광진흥재단 설립 계획(안)'에서 제시한 주요 수익사업(① 디스커버 서울패스(관광패스), ② 서울플랫폼 활용 광고 유치, ③ 남산 예장자락 공원화 계획과 연계한 수익사업 추진, ④ 외국인 관광택시 운영, ⑤ 서울시 주요 컨벤션시설 직접 운영)은 재단 출범이 1년 6개월이 지난 현 시점까지 성과가 미미하거나 추진이 여전히 불투명하여 중장기적 측면에서 재단의 재무 건전성이 우려되는 상황임.

또한 재단의 기본재산은 1백만원으로 단기·장기 계획을 통해 서울관광의 컨트롤타워 역할을 수행하는 서울관광플라자 조성 사업을 추진할 예정이며 '20년부터 접근성·편의성 및 정책효과 성과 상징성을 지닌 민간건물을 임차한 후, '25년에는 전용면적 약 6,600㎡(2,000평) 규모의 세운4구역 업무시설을 매입할 계획을 갖고 있음.

현재 재단은 '17년 9월부터 중구 삼일대로에 위치한 남대문세무서 건물 8층('17.9월~현재)·9층('19.3월~현재)에 임차하고 있으며 초기 설계·공사 등 비용으로 3억 3천만원과 보증금 6억 7천3백만원 및 '19년 10월까지 임차료·관리비로 17억 5천1백만원이 집행되어 약 27억 6천3백만원의 예산이 투입됨.

'25년에 관광플라자가 계획대로 조성된다는 가정 하에, 현 건물로 이전한지 3년도 채 되지 않아 약 4년 6개월간 사용할 민간건물에 현재보다 약 4배 가량 비싼 임대료로 입주하고 20억 원 이상의 초기 리모델링 비용을 또 다시 투입하는 것이 효율적인 재단의 재정운용 원칙에 부합하는지 신중한 검토가 필요함.

또한 연차별 기금 조성을 통해 구체적인 계획과 관련 예산이 확보된 이후에 플라자를 조성하여도 늦지 않을 것이라 판단되며 특히 민선7기 이후 서울시 중장기 계획의 변화가 올 경우 사업 방향이 흔들릴 수 있고 예측하지 못한 막대한 예산 낭비가 우려됨.

한편 현재 서울시 출연기관 16개 기관 중 서울산업진흥원, 서울신용보증재단, 세종문화회관, 서울문화재단만이 자체 건물을 소유하고 있음.

**<서울시 출자·출연기관 건물 소유·임차 현황>**

연번	기관명	소유 구분		
		자체	서울시	임차
1	서울산업진흥원	0	-	-
2	서울신용보증재단	0	-	-
3	세종문화회관	0	-	-
4	서울문화재단	0	-	-
5	서울디자인재단	-	0	-
6	서울특별시50플러스재단	-	0	0
7	서울특별시여성가족재단	-	0	-
8	서울시복지재단	-	0	-
9	서울시립교향악단	-	-	0
10	서울장학재단	-	-	0
11	서울특별시평생교육진흥원	-	-	0
12	서울디지털재단	-	-	0
13	서울특별시120다산콜재단	-	-	0
14	서울특별시공공보건의료재단	-	-	0
15	서울연구원	-	0	-
16	서울기술연구원	-	0	-

※ 서울시 출자·출연기관 중 서울의료원 제외

**□ 주요 사업평가**

서울관광재단은 디스커버 서울패스 활성화 지원, 유니버설관광 환경조성, 서울관광 해외 디지털 통합 마케팅, 국제회의 유치 마케팅, 서울글로벌 마케팅 등 20개 사업을 고유사업으로 수행하고 있으며,

주요거점별 종합관광정보센터 운영, 한류관광 활성화, 의료관광 활성화, 외국인 관광객 환대주간 운영 등 18개 사업을 대행<sup>2)</sup> (민간위탁 포함)하고

2) “대행사업”은 행정기관의 명의와 책임으로 행사하되, 권한행사에 따른 사무를 대행기관으로 하여금 행하게 하는 것으로 그 명의와 책임은 원 권한자인 행정기관에 귀속됨(서울시의 사업을 대행기관이 수행하는 것으로 사업비 외에 대행사업에 따른 수수료, 일반관리비 등을 대행기관에서 수취함. 수탁기관에 권한과 책임이 있는 민간위탁과 구별됨).

서울관광 스타트업 프로젝트, 여행주간 운영 2개의 사업을 보조금 사업<sup>3)</sup>으로 수행하고 있음.

고유사업 중 ‘디스커버 서울패스’ 사업은 BTS 특별판 등 특수 상황이 아니더라도 지속적으로 판매량을 올릴 방안과 판매대비 수익률을 높여서 실제 매출이익 증대 방안을 모색해야 하며,

외국인관광객의 편의성을 증진시킬 수 있는 교통카드 기능 탑재는 서울교통공사와 MOU('19.1.17.) 체결 이후에도 진전이 없어 아쉬움이 남음.

'19년도 내국인을 대상으로 ‘서울시민패스’를 발행하였으나 외국인과 다르게 내국인의 경우 온·오프라인 티켓 할인처가 다양하게 열려 있으며 외국인 패스의 가맹점 정산금은 약 2만원 이익인 것에 반해, 내국인 패스는 5천원 손해로 외국인 패스를 통한 수익을 내국인 패스를 통해 환원하겠다는 공익적인 취지에도 불구하고 동 사업이 재단의 수익사업으로 적합한지 의문임.

또한 관광객을 맞는 관광명소들은 당초 내국인에게는 판매하지 않는 조건으로 패스에 참여했기 때문에 취약한 국내관광시장을 교란할 우려가 있는 내국인용 패스에 대해 신중한 접근이 필요함.

시에서 재단으로 '19년도에 이관된 ‘서울글로벌마케팅’은 서울관광 광고, 홍보 콘텐츠 제작 및 글로벌 미디어 대상 송출과 한류, 축제, 문화체험, 언론 연계 해외 프로모션 이벤트 추진 등을 통해 해외에 서울관광 이미지를 제고하고자 하는 사업임.

---

3) “지방보조금”은 서울시외의 자가 행하는 사업에 대하여 시가 정책상 또는 재정사정상 특히 필요하다고 인정할 때 자치구 등에 지원하는 재정상의 원조를 말함(보조금을 받는 기관의 사업을 보조해주는 것으로 100% 사업비로만 사용됨).



여러 차례 지적인 바와 같이, 동 사업도 한류스타 BTS에 대한 의존도가 높아 올해 사업용역 계약 추진에 차질을 빚어 '19년 6월 말에 계약이 체결되었음. '19년도에 90억 2천3백만원이 편성되었으나 계약체결 지연으로 6개월 동안만 사업을 수행하게 되어 연중 고른 사업집행에 차질을 빚을 우려가 있어 주의를 요함.

<2019 서울글로벌마케팅 사업 용역 계약 추진 경과>

날 짜	내 용	비 고
2019.2.8.	용역발주 사전규격 공개	국가종합전자조달 및 STO 홈페이지
2019.2.14	용역발주 공고	국가종합전자조달 및 STO 홈페이지
2019.3.27	용역제안서 접수 (대홍기획, HS애드, 제일기획, SM C&C 4개사 접수)	
2019.3.29	용역제안서 심사실시	
2019.4.2	용역 우선협상대상자 공지(1순위 대홍기획, 2순위 HS애드, 3순위 제일기획, 4순위 SM C&C)	국가종합전자조달 및 STO 홈페이지
2019.4.12	우선협상대상(대홍기획) 협상개시(4.12~5.1)	
2019.4.30	우선협상 기간연장 요청(대홍기획)	
2019.5.2	우선협상 기간연장 승인(STO, 5.2~5.16)	
2019.5.16	협상기간 종료	
2019.5.20	2순위 협상대상(HS Ad) 협상개시(5.20~6.8)	
2019.6.8	협상 기간연장 요청(HS Ad)	
2019.6.8	협상 기간연장 승인(STO, 6.9~6.21)	
2019.6.17	협상 완료(협상 타결) 수정된 제안서 및 메인모델 섭외 증빙 제출	
2019.6.21	2순위 협상대상(HS Ad)과 계약 체결	

## 라. 소결

먼저 재단은 '서울글로벌마케팅'과 '서울관광 해외디지털 통합마케팅' 사업이나 '서울체험관광 육성 및 활성화 지원'과 '서울글로벌문화체험 센터 운영'처럼 목적과 내용이 유사한 사업이 편성되어 있으므로 근거, 목적, 내용 및 주요 대상을 명확히 하는 사업계획이 필요함.

'18년도 재단출연금 내 고유사업비로 266억 2천2백만원이 편성되어 있고 서울시 대행사업으로 133억 5천4백만원을 교부 받고 있어 인력 규모(일반직 현원 81명)에 맞는 적정 수준의 사업을 수행하고 있는지, 방대한 사업 양으로 수박 겉핥기 식으로 수행하는 것은 아닌지 면밀한 조직진단이 필요할 것으로 판단되는 바,

시와 재단간 업무조정을 통해 가능한 범위 내에서 사업을 수행하고 재단은 MICE 산업이나 관광약자대상 관광, 특화관광 등을 통해 수익을 창출하고 더불어 공익적 가치를 실현할 수 있도록 노력할 필요가 있음.

- 또한 1회성, 전시성 마케팅 사업은 지양하고 글로벌마케팅 사업의 직접 수행 방안 등을 모색하여 관광 분야 마케팅 전담기관으로 더욱 성장하고 해외 관광시장으로의 외연 확대를 위해 해외홍보사무소 운영 등 지속적으로 성장 가능한 재단운영을 위해 만전을 기해야 할 것임.
- 결론적으로 서울관광객의 증가로 관광콘텐츠와 품질관리 중요성이 증대되고 있으며, 일본·중국 등 아시아에 집중되어 있던 인바운드 관광시장을 다변화하는 장기적 비전으로 전문성을 보유한 전담기관의 필요성은 인정되므로 재단에 대한 출연금 교부에 대해서는 동의하나 그 세부내역에 대해서는 2020년도 예산안 심사시 면밀한 검토가 필요할 것으로 사료됨.

(단위: 백만원)

사업명	2019년 예산	사업성과
<b>총합</b>	<b>13,354</b>	
지속가능한 마을관광 상품 개발 운영	270	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2019 서울공정관광 국제포럼 개최('19. 9. 19(목))                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주제: SDGs 실현을 위한 평화·공정관광</li> <li>- 내용: 세션 및 토론, JSA 및 DMZ 현장포럼, 공정관광 홍보부스 운영 등</li> <li>- 초청연사 12명, 참석 706명(UNWTO, 포르투갈관광청, 국내외 전문가, 시민 등)</li> <li>- 언론보도: 총 32건</li> </ul> </li> <li>○ 마을관광상품개발지원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지원내용: 컨설팅 및 홍보</li> <li>- 선정단체: 마포산책, 도도봉봉, 문화관광유통협동조합</li> </ul> </li> </ul>
서울문화관광 해설사 운영	1,427	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울도보해설관광 33개 코스 운영 (9월 기준 총 98,162명 이용)</li> <li>○ 신규 문화관광해설사 29명 선발 및 100시간 양성교육</li> <li>○ 기존 해설사 대상 54시간 교육 운영</li> </ul>
MICE 유치 및 개최지원 (지원금)	4,240	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 유치/개최 지원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국제회의 총 167건(국내전시회 총 20건/ 해외전시회 1건/ 융복합 16건)</li> </ul> </li> </ul>
MICE 산업 종합지원센터 구축	100	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 전문위원 상담 실적: 총 27건 (인사/노무 11건, 회계/세무 8건, 경영/법무 8건)</li> <li>○ 4대 법정 필수 의무교육 온라인 강의 무료 지원: 총 13개사 145명 수강</li> </ul>
우수관광상품 개발 운영 지원	1,130	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 상품인증: 279개(우수 75개, 일반 151개, 개별 53개)</li> <li>○ 모객실적: 총 46,770명 ※ 전년 동기 대비 52% 증가</li> <li>○ 참여 여행사 수                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 18개국, 222개사(인바운드사 71개소/아웃바운드사 151개소)</li> </ul> </li> <li>○ 서울시 우수여행사 역대 최대 30개사 선정 예정(공고 완료)</li> <li>○ 신규관광자원 발굴: 133개소 5,728명 (국내 2,722명, 해외 3,006명) 배포</li> <li>○ 설명회 상하반기 2회 개최(총 407명 참석)</li> </ul>
해외핵심 여행사 및 유관기관 협력체계 구축	622	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 6개국 해외 핵심여행사 및 유관기관 협력체계 구축                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 6개국(독일, 아랍에미리트, 영국, 카자흐스탄, 터키, 우즈베키스탄 등) 10개 해외 주요여행사 MOU 체결</li> <li>- 해외 협력여행사 임원진 팸투어(1회, 5월) 및 실무진 팸투어(1회, 10월) 개최를 통한 신규 콘텐츠 체험 제공</li> </ul> </li> <li>○ 서울 체험형 관광상품 개발을 통한 해외 관광객 모객                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 7개 관광자원(한복남 한복체험, 통인시장 엽전도시락, N서울타워 전망대 등) 활용, 해외여행사와의 공동 상품개발 및 모객 (9월 현재 21,602명 모객 진행)</li> </ul> </li> </ul>
주요거점별 종합관광정보 센터 운영	1,288	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 총 안내실적 529,959건/ 예약 지원 747건/ 홍보물 419,529부 배포</li> <li>- 명동 센터를 중심으로 관광객 특별 환대 이벤트 진행</li> </ul>
서울글로벌 문화체험센터 운영	590	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 총 방문객 73,824명/ 체험 프로그램 12,858명 참여/ 세미나실 제공 285회</li> <li>- 해치홀 대관 81회</li> <li>- 정기적인 글로벌 문화교류 사업 진행</li> </ul>

사업명	2019년 예산	사업성과
관광스타트업 지원 (2019 서울-관광 스타트업 협력)	488	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 스타트업 성장 단계별 지원 프로그램 구축               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1단계: 스타트업 인큐베이팅(IR 컨설팅 및 창업아카데미, 스타트업 CEO워크숍 개최)</li> <li>- 2단계: 스타트업 시장 진입 및 사업화 지원(공모전 및 공개오디션 개최: 9개 신규 프로젝트 선발, 사업비, 홍보마케팅 지원)</li> <li>- 3단계: 서울관광 우수스타트업 선정 ('16~'18 선정 스타트업 12개 선정, 우수 스타트업 맞춤형 홍보마케팅, 보조금 지원)</li> </ul> </li> <li>○ 공동홍보 마케팅 강화</li> <li>○ 서울관광스타트업 플리토, 2019. 7. 코스닥 상장(사업특례모델)</li> </ul>
도시민박업 및 한옥체험업 활성화 지원	372	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울 시내 대체숙박시설 확충 지원               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 도시민박업: 1,275개소/ 한옥체험업: 138개소(2019. 9. 30. 기준)</li> </ul> </li> <li>○ 상반기 설명회(5월) 개최, 176명 참가</li> <li>○ 상반기 도시민박업 운영 심화아카데미 개최(223명, 총 4회)</li> <li>○ 하반기 도시민박업 운영 심화아카데미 개최(100명, 2회차 기준)</li> <li>○ 신규 운영자 대상 운영물품 지원 (운영물품 232개소, 홍보물 161개소, 문패 114개소)</li> <li>○ 서울스테이 다국어 홈페이지 운영 (방문자 수 465,892명)</li> <li>○ 서울스테이 영문페이스북 운영 및 SNS홍보지원(방문자 수 89,601명)</li> </ul>
한류관광 활성화	355	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 한류관광 추천코스 24개 개발 (9월 기준, 조회 수: 46만회)</li> <li>· 한류 인플루언서 활용 한류추천코스 홍보영상 5개 제작(조회 수: 622,189회)</li> </ul>
의료관광 활성화	927	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울의료관광 협력기관 166개소 운영</li> <li>○ 의료관광 통역 697건, 픽업/샌딩 1,404건, 상담지원 2,978건               <ul style="list-style-type: none"> <li>* 2019. 9. 30. 기준</li> </ul> </li> <li>○ 서울의료관광 국제트래블마트 개최               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내외 263개사 참가, 비즈니스 상담 1,545건</li> </ul> </li> <li>○ 의료관광 해외설명회 개최(베트남 호찌민)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지 의료관광업계 24개사 대상, 미팅건수 총 45건</li> </ul> </li> <li>○ 서울의료관광 온라인 홍보               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 러시아 SNS 브콘택테(1만명), 중국 웨이보(28만명)</li> </ul> </li> <li>○ 민관협력 나눔의료 지원(1회)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 삼성서울병원/우즈베키스탄 환자 초청 나눔의료 지원</li> </ul> </li> </ul>
서울관광 R&D 지원체계 구축	200	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 개별사업체(여행업, 도시민박업, 스타트업) 대상 서울 관광업계의 문제점 및 제약요인 탐색</li> <li>· 서울 관광업계 역량강화를 위한 맞춤형 교육 및 컨설팅 진행</li> </ul>
비정규노동자 휴가비 지원 (서울형 여행 바꾸쳐 지원)	600	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 총 신청자 2,742명 중 2,000명 선정 및 온라인 적립 포인트 지급               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 비정규직 1,722명(86%), 특수형태 근로종사자 278명(14%) 선정</li> </ul> </li> <li>○ 현재 포인트 소진율 55.4% (10. 7.기준)</li> </ul>
여행주간 운영	45	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 가을 여행주간               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일반시민 참여 DMZ평화나들이 (파주/철원) 200명 예정</li> <li>※ 아프리카돼지열병 발생으로 진행 유보</li> </ul> </li> </ul>
외국인 관광객 환대주간 운영	300	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 봄 환대주간 운영(4. 26.~5. 6.)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현대센터 운영: 명동/홍대/코엑스/청계천(4개소), 방문객 총 24,749명</li> <li>- 현대센터 오픈식 및 환대 프로그램 운영: VR체험, K뷰티체험 및 거리행사</li> <li>- 온라인 홍보: 비짓서울, 웨이보, 인스타그램 등 도달수 722천명</li> </ul> </li> </ul>

사업명	2019년 예산	사업성과
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 27개 민간기업 제휴 할인 프로모션</li> <li>○ 가을 환대주간 운영(9. 27.~10. 6.)</li> <li>- 환대센터 운영: 광화문광장 (서울뮤직페스티벌 연계), 남산/동대문/남대문, 프로그램 이용 및 방문객 총 60,034명</li> <li>- 숙박/음식/체험 등 관광 유관업체 190여 개소 제휴 할인 및 혜택 제공</li> <li>- 온라인 홍보: 비짓서울, 웨이보, 인스타그램 등 도달 수 1,220천명 (10월 현재)</li> </ul>
타 시도 연계 MICE 공동마케팅 운영	200	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 업무협약 2건(서울-강원, 서울-광주)</li> <li>○ 타시도 연계 인센티브 유치 및 지원 9건(2,200명)</li> </ul>
서울시 홍보관 및 서울시의 날 운영	200	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시티투어 이층버스 활용, 특색있고 차별화된 서울관광 홍보관 구성, 서울 홍보는 물론 대회 붐업 유도에 기여</li> <li>- 대회기간(총 31일간) 서울홍보관 방문객 6,130명 대상, 한류관광, 도보관광 및 제100회 전국체전 등 최신 서울관광 콘텐츠 홍보</li> <li>○ ‘Little 시청광장’ 콘셉트로 공간 운영, 서울거리예술단 및 공연단 (신현희, 스위트소로우, 십센치) 초청 공연을 통해 특색있는 ‘서울의 날’ 행사 개최</li> <li>- 양일간 관람객 약 1,000명 대상 서울관광 인지도 증대</li> <li>○ 언론보도를 통한 행사홍보 총 34건 달성</li> </ul>

## 붙임 2

## 유사사업 비교 분석

구 분	서울체험관광 육성 및 활성화 지원	서울글로벌문화체험센터 운영
유 형	고 유	대 행 (서울시 민간위탁 운영 협약 체결)
근 거	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광진흥법 제48조(관광홍보 및 관광자원 개발)</li> <li>• 서울특별시 관광진흥조례 제7조 (관광홍보 및 관광자원 개발)</li> </ul> <p>- (관광진흥법 목적) 관광 여건을 조성하고 관광자원을 개발하며 관광사업을 육성하여 관광 진흥에 이바지하는 것</p> <p>- (서울특별시 관광진흥조례 목적) 서울특별시의 관광여건을 개선하고 관광산업을 육성·지원하기 위함</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서울특별시 외국인주민 및 다문화가족 지원조례 제20조(업무의 위탁)</li> </ul> <p>- (목적) 서울특별시에 거주하는 외국인주민 및 다문화가족의 안정적인 가정생활 영위 및 자립 생활에 필요한 행정적 지원방안을 마련함으로써 이들이 지역사회의 일원으로 정착할 수 있도록 하는 것</p>
목 적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신규 체험관광 콘텐츠 발굴 및 상품화 지원 등을 통하여 <b>관광 생태계 조성</b></li> <li>• 국내외 온오프라인 홍보마케팅 활동을 통해 <b>체험관광 목적지</b>로의 서울 이미지 제고</li> <li>• <b>영세 소상공인 지원, 육성 및 판로확대</b>를 통한 서울 체험관광 활성화 기반 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 거주 외국인 및 방한 관광객을 위한 <b>전통·한류 문화체험 프로그램 제공</b> 및 서울 관광안내를 통한 외국인 편익 증진 기여</li> <li>• 공연장 등을 활용한 양질의 문화 콘텐츠 제공으로 <b>내외국인 교류 허브역할 수행</b></li> </ul>
주 요 내 용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다양한 서울 체험콘텐츠 발굴 경로 확대</li> <li>• 서울 체험관광 상품성 강화 및 육성 지원</li> <li>• 국내외 온오프라인 홍보마케팅 및 판매활성화 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전통·한류 문화체험 프로그램 운영 및 문화교류 행사 진행</li> <li>• 서울글로벌문화체험센터 시설 운영 및 홍보 마케팅 추진</li> <li>• 방문 내외국인을 위한 관광, 쇼핑 등 생활편익정보 제공 및 안내</li> </ul>
대 상	• 방한 관광객	• 거주 외국인 및 방한 관광객

구 분	서울 글로벌 마케팅	서울관광 해외디지털 통합마케팅
유 형	고 유	
근 거	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광진흥법 제48조(관광홍보 및 관광자원 개발)</li> <li>• 서울특별시 관광진흥조례 제7조(관광홍보 및 관광자원 개발)</li> </ul>	
목 적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통합 마케팅(IMC) 전략 수립 및 전개를 통해 잠재 관광객의 서울 방문 유도 및 매력적인 관광도시 서울 브랜드 이미지 제고</li> <li>• 서울만의 관광 이미지 및 서울브랜드 (I·SEOUL·U) 확산을 통하여 서울 관광 인지도 및 선호도 제고</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 참신한 관광 콘텐츠 제작, 확산 통한 잠재관광객의 서울 방문동기 제고</li> <li>• 주요 시장 맞춤형 소셜미디어 활성화 통한 서울관광 브랜드 인지도 제고</li> <li>• 글로벌서울메이트 운영 등 통한 디지털마케팅 효과 확대 및 극대화</li> </ul>
주 내 요 용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2019 서울 글로벌 마케팅 실행 전략 수립</li> <li>• <u>해외 서울관광 광고 제작</u> 및 해외 주요매체 광고 집행</li> <li>• 한류 콘텐츠 활용 <u>해외 현지 홍보</u> : 현지 캠페인 추진, 홍보부스 운영</li> <li>• 문화 행사 연계 서울 홍보 추진</li> <li>• 해외 현지 인플루언서 초청 서울 관광 홍보</li> <li>• <u>홍보마케팅</u> 효과 조사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서울관광 바이럴 콘텐츠 제작 및 광고, 이벤트 등</li> <li>• <u>서울관광 소셜미디어</u> 활성화 : 페이스북, 웨이보, 위챗 등</li> <li>• <u>글로벌서울메이트(국내거주 외국인 홍보단) 운영</u> 통한 디지털마케팅 효과 확대</li> <li>• 국내외 디지털마케팅 유관기관·기업 비즈니스 교류 및 협력체계 구축</li> <li>• 서울관광 <u>디지털마케팅</u> 관련 분석 리포트 작성</li> </ul>
방 법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 오프라인(해외 현지) 행사 및 매체 광고</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 온라인 마케팅</li> </ul>
대 상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외 일반 소비자(잠재 관광객)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외 디지털 소비자(잠재 관광객)</li> </ul>