

2019년

# 주요 업무 보고

---

2019. 2

서울관광재단

# I . 일반현황

---

## 1 기본현황

---

### 설립개요

- 설립일자 : 2018. 4. 23.
- 설립근거 : 지방자치단체 출자·출연 기관의 운영에 관한 법률 및 민법, 서울특별시 서울관광재단 설립 및 운영에 관한 조례
- 법인형태 : 지방자치단체 출연기관

### 설립목적

- 국내·외 관광환경 변화에 선제적으로 대응하고 관광 전담기구로서 공익적 기능을 충실히 수행하며 관광 산업을 지원하고 업계와 협력하면서 서울 관광의 지속 성장을 견인

### 주요연혁

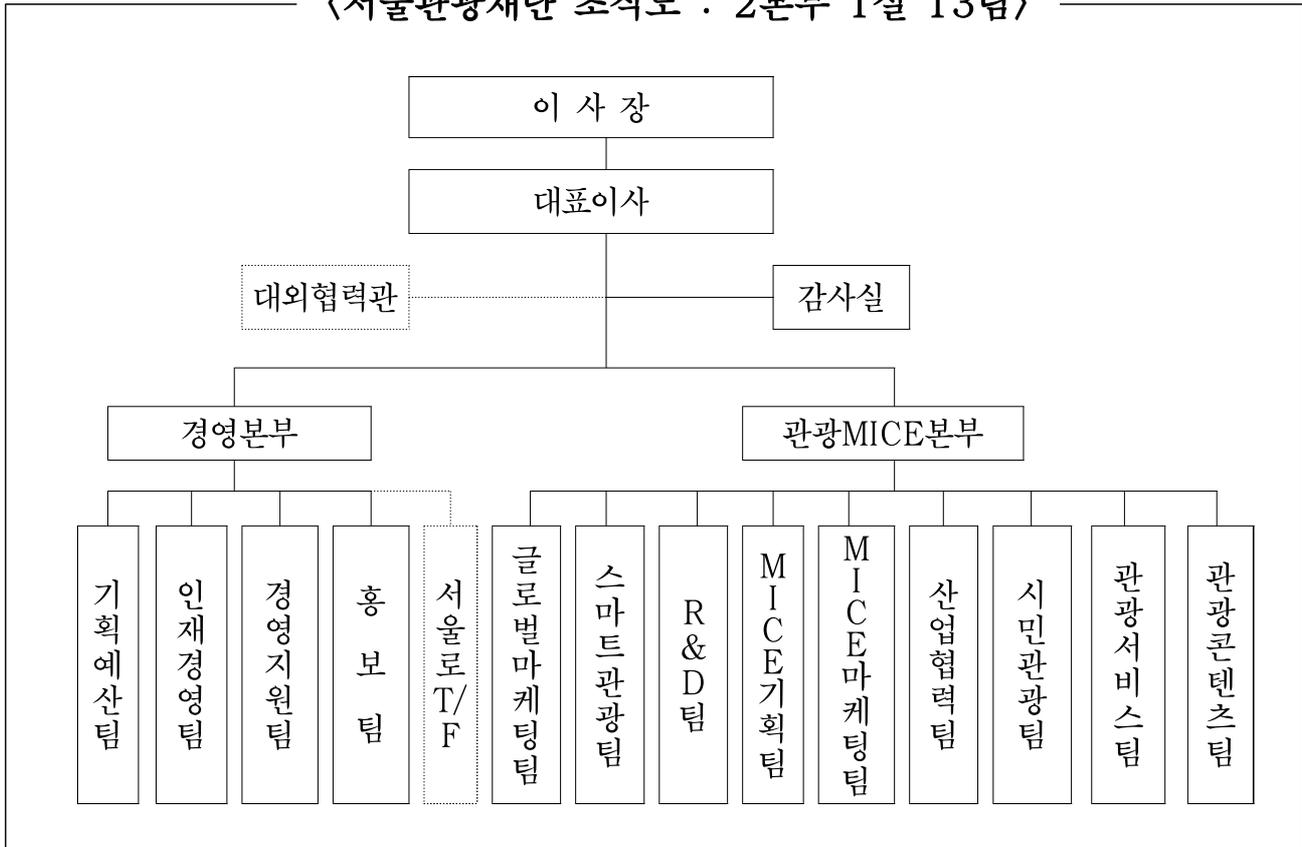
- 2018. 01. 서울관광재단 설립 및 운영에 관한 조례 제정 및 공포
- 2018. 04. 12. 서울관광재단 창립 총회
- 2018. 04. 23. 서울관광재단 설립 등기 및 초대 이재성 대표이사 취임
- 2018. 05. 01. 서울관광재단 업무개시
- 2018. 06. 3년 연속 세계3위 MICE도시 달성(2017년 UIA기준)
- 2018. 07. 서울섬머세일 개최
- 2018. 11. 서울빛초롱축제 개최
- 2018. 12. 11. 「한국관광의 별」 ‘비짓서울’ 문체부장관상 수상
- 2018. 12. 17. 「웹어워드 코리아 2018」 ‘원모어트립’ 웹서비스 대상 수상
- 2019. 01. 17. 서울관광재단-서울교통공사, 내외국인 관광객 유치 증대 MOU

## 2 조직현황

### □ 조직 및 인력

○ 조직 : 2본부 1실 13팀 1TF

〈서울관광재단 조직도 : 2본부 1실 13팀〉



○ 인력 : 정원 132명, 현원 57명(기간제 근로자 제외)

〈2019.1월 기준〉

구분	상임 임원	일반직							전문직 (안내소)	기간제(계약직)		파견	합계
		1급	2급	3급	4급	5급	6급	소계		무기 계약직	단기 계약직		
정원	1	5	12	15	18	21	24	95	36	-	-	-	132
현원	1	1	12	14	8	17	4	56	-	-	74	3	134

□ **부서별 업무 현황**

구 분		담 당 업 무
경영 본부	기획예산팀	· 전사계획, 조직, 예산, 규정 등 기획조정 업무
	인재경영팀	· 인사, 노무, 복무(출장) 관리, 내부평가
	경영지원팀	· 대표이사 보좌, 재무, 세무, 회계 및 결산, 공사, 용역, 물품계약
	홍보팀	· 전사 홍보 및 언론 관련 업무
관광 MICE 본부	글로벌마케팅팀	· 서울글로벌 마케팅, 서울관광설명회 및 관광교역전 참가 등
	스마트관광팀	· 서울관광 해외디지털 통합마케팅, 홈페이지 및 모바일 서비스
	R & D 팀	· 외래관광객 실태조사, 관광MICE 통계분석, R&D지원체계 구축
	MICE기획팀	· 기업회의 유치 및 개최지원, 해외프로모션 및 홍보, 민관협력 강화
	MICE마케팅팀	· 국제회의/전시회 유치 및 개최지원, MICE 인력양성 및 고용촉진
	산업협력팀	· 개별관광객 편의개선 및 도시민박, 스타트업 지원
	시민관광팀	· 무장애관광도시 조성, 시민관광 아카데미
	관광서비스팀	· 체험관광(원모어트립) 육성 및 디스커버서울패스 활성화
	관광콘텐츠팀	· 서울관광대표지도(안내서)제작, 서울빛초롱축제
감사실		· 감사업무, 청렴 및 윤리경영제도 시행 점검, 공직기강 확립

□ **'19년 예산 총괄 : 362억원**(대행사업예산 제외)

○ **2019년 수입예산**

○ **2019년 지출예산**

(단위:백만원)

(단위:백만원)

구 분	2019(a)	2018(b)	증감(a-b)
계	36,253	27,085	9,168
출연금수익	36,053	1,209	34,844
출연금	36,053	1,209	34,844
사업수익	200	25,834	△25,634
대행사업수익		21,260	△21,260
보조금수익		2,803	△2,803
자체사업수익		597	△597
판매수익		1,044	△1,044
기타영업외수익	200	130	70
자본적수입		42	△42
기타자본적수입		42	△42

구 분	2019(a)	2018(b)	증감(a-b)
계	36,253	27,085	9,168
본부운영비	9,431	5,649	3,782
인건비	4,683	2,956	1,727
경비	3,398	1,970	1,428
성과급	290	723	△433
예비비	1,060		1,060
사업비용	26,822	21,328	5,494
고유목적사업비	26,622		26,622
대행사업비		16,730	△16,730
보조금사업비		2,803	△2,803
자체사업비	200	1,795	△1,595
자본적지출		108	△108
유형자산		57	△57
무형자산		50	△50
기타자본적지출		1	△1

### 3 2019년 사업예산현황

#### □ 고유사업 : 26,622백만원

(단위 : 천원)

사업명		예산
합 계		26,621,983
관광시민이 행복한 생활관광 실현		4,643,600
	디스커버 서울패스 활성화 지원	1,180,000
	관광시민정보 제공	640,000
	무장애관광도시 조성	2,353,600
	서울시민 관광아카데미 운영	470,000
서울관광콘텐츠 홍보 및 관광생태계 지원		6,983,383
	서울관광설명회 개최 및 해외관광교역전 참가	514,000
	서울관광 다국어 홈페이지 및 모바일 서비스 운영	1,657,000
	서울관광 해외디지털 통합마케팅	1,800,000
	서울관광 대표지도(안내서) 제작	500,000
	2019 서울빛초롱축제 개최	833,383
	서울체험관광 육성 및 활성화 지원	970,000
	개별관광객 편의개선 및 활성화 지원	709,000
고부가가치 MICE 산업 육성		4,000,000
	국제회의 유치마케팅	1,100,000
	기업회의 유치 마케팅	720,000
	MICE 콘텐츠 제작 및 확산	850,000
	MICE 민관협력 및 PLUS SEOUL 활성화	980,000
	MICE 전문인력 양성	350,000
글로벌마케팅, R&D를 통한 부가가치 기반 강화		10,995,000
	서울글로벌마케팅	9,023,000
	관광·MICE 통계분석	420,000
	서울시민·외국인 관광실태분석	567,000
	관광도시 조성 및 신규사업 타당성 분석	985,000

## II. 비전 및 전략체계

### 미션

서울의 관광산업 진흥을 통한 지속가능한 관광도시 구현

### 비전

서울시민과 함께 관광가치 제고

### '19 경영목표

관광객  
3,200만명 유치

서울관광프라자  
조성기반 마련

MICE 700건  
개최 및 지원

공익 사업에 적합한  
조직 및 인력 강화

### 추진 전략

관광시민  
행복증대

관광생태계  
지원 강화

서울관광의  
부가가치 확대

공익기관의  
역할·역량 강화

### 핵심 과제

관광시민  
행복증대

1

관광시민이 행복한 생활관광 실현

2

서울만의 특색있는 관광콘텐츠 발굴 및 관광명소화

관광생태계  
지원 강화

3

지속가능한 관광생태계 지원 및 업계 역량 강화

4

국내·외 관광 거버넌스 확대

서울관광의  
부가가치 확대

5

고부가가치 MICE산업 육성

6

글로벌 마케팅, R&D를 통한 부가가치 기반 강화

공익기관의  
역할·역량 강화

7

소통과 협업의 조직문화 확산

8

변화를 통한 조직혁신 기반 마련

### Ⅲ. 주요업무 추진계획

---

1. 관광시민이 행복한 생활관광 실현

---

2. 서울관광콘텐츠 홍보 및 관광생태계 지원

---

3. 고부가가치 MICE산업 육성

---

4. 글로벌 마케팅, R&D를 통한 부가가치 기반 강화

---

※ 붙임 : 대행사업 및 자체사업 예산

# 1 / 관광시민이 행복한 생활관광 실현

① 디스커버서울패스로 편리한 생활관광 기반 구축

② 관광시민에게 언제 어디서나 스마트한 관광정보제공

③ 누구나 여행하기 편리한 유니버설 관광환경 조성

④ 생활관광 확산을 위한 서울시민 관광아카데미

디스커버서울패스(외국인용)와 서울시민 관광패스(내국인용) 마케팅을 통해 외국인 관광객의 제고 및 시민 생활관광 기반 구축

## □ 추진방향

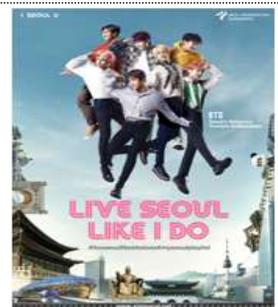
- 주요 관광시설 추가 및 대중교통 서비스 기능 보강 등 상품성 강화를 통해 디스커버 서울패스의 판매량 확대 추진
- 서울시민과 서울을 방문하는 내국인 관광객이 효율적으로 서울의 관광지를 즐길 수 있는 서울시민용 관광패스 출시

## □ 추진계획

- 다양한 종류의 디스커버서울패스 발행을 통한 외국인 대상 판매확대
  - 지하철 자유이용권 탑재, KTX 철도요금 할인 등 교통 서비스 기능 강화
    - ※ 교통서비스 확대를 위한 서울교통공사 MOU 체결('19.1.17)
  - 한강 유람선 등 서울 소재 신규 관광지 및 외국인 선호 관광시설 신규 유치
  - 개별관광객 방한 확대를 위해 한류스타 활용한 특별판 발행(BTS 등)

### BTS 특별판 발행계획(안)

- 발행시기 : 2019. 상반기(예정)
- 수 량 : 2만장(1차 발행 후 추가발행 검토)
- 추진계획 : 이미지 활용 및 온/오프라인 판로 등 협의
  - ⇒ 계약체결 ⇒ BTS 특별판 제작 ⇒ 판매



- 중국, 일본 시장 패스 판매 확대를 위해 다양한 온·오프라인 마케팅 전개

**중국** : 한유망을 중심으로 한 온라인 마케팅 및 현지 온라인 여행사 연계 판촉

**일본** : (온라인) 야후재팬, 인스타그램 등

(오프라인) 요미우리, 산케이 주요 일간지 광고

○ ‘(가칭)서울시민 관광패스’ 시범 출시(BIG3·5)

- 출시시기 : '19. 6월 예정
- 발매수량 : 총 5,000매

구분	대상	사용기한	카드형태	추진방향
Big3	서울시민	1일권(24H)	카드형 or 모바일형	체험 or 공연 포함
Big5	내국인관광객	2일권(48H)		숙박, 쇼핑 할인 연계

※ BIG3·BIG5 시범 출시 후 시장 호응도 및 판매추이 분석을 통해 추가 발행 및 테마형 패스 개발 등 검토

사전 검토	시스템 개선	패스 출시	관측활동
서울/지방 구분 관광지선호 설문조사 가맹점 참여의향 조사	→ 조사된 선호관광지별 가맹 계약 및 시민패스 시스템 구축	→ 서울시민 관광패스 (내국인 관광객용) BIG3, BIG5 시범출시	→ 홍보 및 관측 판매 분석 및 보완 권종 확대 발매준비

○ 국내 자치구, 유관기관과 협업 및 공동마케팅 전개

- 25개 자치구 소식지, 보도자료 배포 등을 통한 사전홍보
- 문화관광부, 한국관광공사 및 지역관광공사 연계 홍보 추진
- 서울시내 주요 관광안내소(명동, 동대문, 홍대 등) 활용 현장판매
- 국내 온라인여행사 및 여행업계 온·오프라인 관측

○ 사업비 : 1,180백만원

□ 추진일정

- '19. 상반기           BTS 특별판 디스커버서울패스 출시
- '19. 6월               (가칭)서울시민 관광패스 출시
- '19. 7월               온라인 및 유관기관 공동마케팅

## 2

# 관광시민에게 언제 어디서나 스마트한 관광정보제공

5,000만 관광시민 시대를 대비하여 다양한 방식으로 관광정보를 제공하고 24시간 맞춤형 서비스를 제공할 수 있는 기반 마련

### □ 추진방향

- 동영상·메신저 등 스마트관광 시대에 관광시민을 위한 정보제공 채널 확대
- 스마트 기술 및 최신 트렌드 기반의 스마트 관광 안내체계 구축

### □ 추진계획

#### ○ 서울시민, 관광객 대상의 관광전문 온라인 방송 채널 구축

- 월별, 계절별 주요 축제 및 문화행사 등 시민, 외래 관광객에게 유용한 관광정보 제공
- 25개 자치구의 숨겨진 콘텐츠 발굴
- 스타트업, 1인 크리에이터 등과의 협업을 통한 창작 콘텐츠 제작 및 채널 활성화
- 초기 구독자 수 확보 후 시민 참여 콘텐츠 확대 (시민이 소개하는 나만의 서울명소)



< 서울 관광 방송 채널 예시 >



< 투어캐스터 활용 정보 제공 예시 >

방송기획	주간방송	방송확대
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 투어캐스터 선정</li> <li>▶ 영상 제작 전문가 발굴</li> <li>▶ 방송 송출 준비 (서울관광 공식 유튜브 정비)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 주 1회 방송</li> <li>▶ 투어캐스터가 전하는 주간 서울 관광정보 방송</li> <li>▶ 한국어 (영어 3분기)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 일 1회 방송</li> <li>▶ 월 1회 관광전문 영상 제작</li> <li>▶ 관광지 현장 소개 영상</li> <li>▶ 유명인(또는 시민) 참여 방송</li> </ul>
2~3월	4~9월	10~12월

<단계별 추진계획(안)>



온라인 방송 채널 홍보를 통해 '관광도시 서울' 인지도 및 선호도 제고

○ 「대화형 관광안내 서비스」를 통한 24시간 서울관광 정보 제공

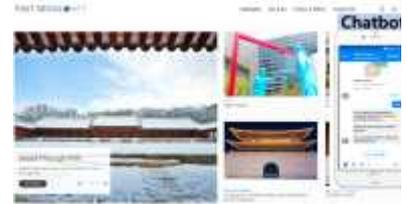
- 관광안내센터, 서울관광 홈페이지 문의사항 등을 활용한 시나리오 기반 서비스 제공
- 서울관광 홈페이지, 아이투어서울 앱 등 기존 서비스 연계 메신저 기반의 상담 및 정보 제공



〈 챗봇을 통한 정보 제공 〉

- 향후 상담원을 통한 1:1 채팅서비스 안내로 확대

※ 챗봇(chabot) : 문자 또는 음성으로 대화하는 기능이 있는 컴퓨터 프로그램 또는 인공지능



〈 서울관광 홈페이지를 통한 서비스 제공 〉

서비스 유형	유형 정의	주요 내용
상담	관광시민 문의 대응	유사 단순질문 상담(날씨, 축제 등) 24시간 무중단 대응
홍보·추천	서울시 주요 관광 홍보	빛초롱, 썸머세일 등 축제 안내 각종 이벤트 참여 유도
정보제공	문화관광 관련 정보	서울시, 자치구 등에서 제공하는 문화관광정보 제공
헬프데스크	개인 비서형 서비스 (2020년 이후 확대)	국적·나이·성향별 맞춤 관광 정보 제공 개인궁금증 해결(관광 민원 등)

〈 정보제공 및 서비스 유형 〉

➔ 온라인·모바일 기반 양방향 관광안내서비스 기반 구축 원년

○ 사업비 : 640백만원

□ 추진일정

- '19. 1월 ~ 2월      세부추진계획 수립 및 운영체계 구축
- '19. 3월 ~ 12월    온라인 방송채널 운영
- '19. 3월 ~ 10월    대화형 관광 서비스 개발
- '19. 10월 ~        대화형 관광 서비스 오픈 및 운영
- '19. 12월         이용 고객 만족도 조사 분석 및 피드백

관광약자를 위한 맞춤형 관광콘텐츠 개발, 정보 접근성 강화, 인프라 운영 등을 통해 '여행하기 편리한 서울' 조성

### □ 추진방향

- 휠체어 특장버스 도입 및 다누림 관광 홈페이지 운영 등 관광약자 대상 서비스의 운영을 통해 보편적 관광향유권 증진
- 관광편의시설 접근성 개선 사업 확대, 사회적 인식개선 교육 등을 통해 장애인 관광 활성화 기반 마련

### □ 추진계획

- 관광약자 여행정보 및 편의서비스를 지원하는 「다누림관광센터」 운영
  - 여행상담 콜센터 운영, 휠체어 특장버스 예약·운영,  무장애 관광포털 운영, 관광콘텐츠 개발 등
- 휠체어 리프트 장착 특장버스 운영으로 관광약자 여행활동 지원
  - 명소순환 다누림 시티투어버스 운영 (3월~4월 시범운영, 5월~12월 시티투어 )
  - 복지관 등 관광약자 관련 기관 단체여행 시 차량대여
- 다누림 관광포털 운영 및 이용자 편의를 위한 신규기능 추가
  - 무장애 관광콘텐츠, 특장버스 예약(개인·기관) 등 구축 및 이관 (~2월 예정)
  - 주요기능 : 무장애 여행정보 제공, 특장버스 예약, 온라인 상담 등
  - 상담녹음·DB화 등 콜센터 운영 시스템 구축
- 관광약자를 위한 관광편의시설 접근성 개선 지원 (연간 50개소)
  - 대상지역 : 서울시내 6개 관광특구 전체로 대상지 확대
  - 대상시설 : 대상지역 내에 위치한 음식점, 숙박업소 등 관광편의시설
  - 정비내용 : 업소별 진입로 및 출입문 개선, 이동통로 및 화장실 정비 등

— 지원내용 : 개소당 최대 1천만원 공사비 지원, 온·오프라인 홍보 지원 등



자동문



화장실



휴대용 경사로

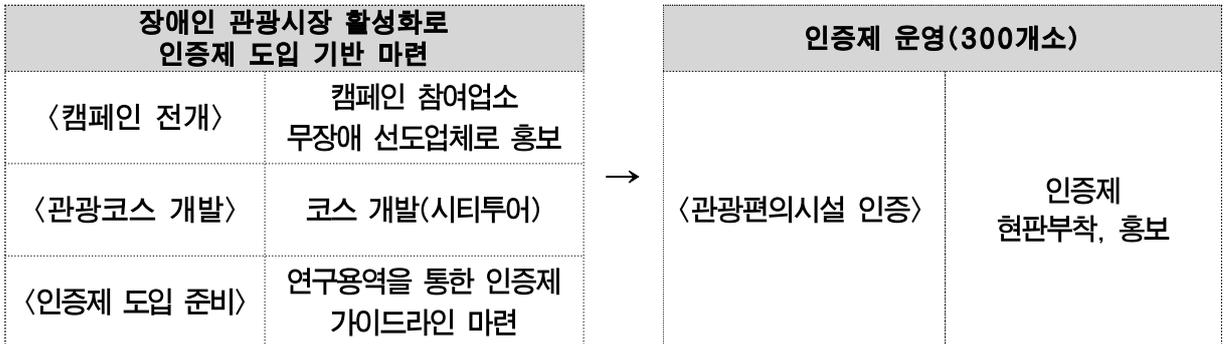


도움벨

〈관광편의시설 접근성 개선 지원 유형〉

○ **관광시설 인증제 운영을 위한 관광시설 캠페인 전개**

- 관광시설 인증 캠페인, 연구용역을 통한 가이드라인 마련, 관광코스 개발 등
- 장애인 관광시장 활성화 및 인증제 운영기반 마련



○ **관광약자의 여행편의 서비스 제공단체 인력양성 지원**

- 공모를 통해 관광약자 여행지원 서비스 전문인력 교육기관·단체 시범 지원
- 현장 영상해설사, 장애인보호사 등 전문인력 양성 기관(협회, 대학교 등)

○ **관광 종사자 대상 인식개선 서비스 교육 및 매뉴얼 제작 및 보급**

- 인식개선 매뉴얼 제작 및 보급, 교육 프로그램 운영
  - ▶ 매뉴얼 보급, 인식개선 가이드 동영상 제작, 찾아가는 교육프로그램 운영

○ **사업비 : 2,354백만원**

**추진일정**

- '19. 1~2월                    세부계획 수립, 센터 인력 채용, 관광포털 업무 이관
- '19. 3~4월                    접근성 개선사업 공모, 센터 운영 개시, 홈페이지 운영
- '19. 5월~10월                다누림관광버스 시범 운영, 홈페이지 기능 고도화
- '19. 10월                      접근성 개선사업 완료, 모니터링(~12월)

서울 시민의 관광 참여를 높이는 생활관광 프로그램을 개발하고 관광업계 종사자를 육성하는 서울관광 아카데미를 추진하여 생활관광 기반 확대

### 추진방향

- 관광아카데미 대상 시민의 범주를 일반시민과 관광업계종사자로 구분하여 각 대상별 관광 아카데미 개발·운영

### 추진계획

- 각 대상별 과정(안)
  - 생활관광기반 구축을 위한 시민 여가행태 분석을 통한 관광프로그램 보급 및 관광산업 전문인력 양성

대상 및 목표	주요 과정(안)	비고
전문인력 신규양성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광통역안내사</li> <li>• 국내여행안내사</li> <li>• 실무인재양성(현장실습 등)</li> </ul>	관광산업현장의 전문인력확보 및 특성화고/일반시민의 관광업계 취업지원
전문인력 역량강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광통역안내사</li> </ul>	관광통역안내사를 대상으로 신규 관광자원, 시장다변화에 대응한 문화 특성 및 관광 트렌드 등 교육
시민참여 여가관광프로그램	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 여가관광프로그램 개발 및 보급</li> </ul>	시민이 여가시간 중 부담 없이 접근할 수 있는 서울 생활관광 콘텐츠 개발 및 보급



시민의 여가 관광 관심도 및 참여도를 높이고, 관광부문 종사자 육성 및 역량강화 교육을 통해 관광안내 서비스 품질 향상

- 사업비 : 470백만원

### 추진일정

- '19. 2월                   세부사업계획 수립
- '19. 3~11월            관광통역안내사 양성 및 역량교육
- '19. 3~11월            시민여가관광 프로그램 개발 및 시범 운영

# 2

## / 서울관광콘텐츠 홍보 및 관광 생태계 지원

- ① **서울관광설명회 개최 및 해외관광교역전 참가**
- ② **서울관광 다국어 홈페이지 및 모바일 서비스 운영**
- ③ **서울관광 해외디지털 통합마케팅**
- ④ **서울관광 대표지도(안내서)제작**
- ⑤ **2019 서울빛초롱축제 개최**
- ⑥ **서울 체험관광 육성 및 활성화 지원**
- ⑦ **개별관광객 편의개선 및 활성화 지원**

# 1

## 서울관광설명회 개최 및 해외관광교역전 참가

해외 주요 도시의 여행사, 일반 소비자, 미디어 대상 서울만의 특화관광 콘텐츠 홍보·마케팅을 통한 서울관광 이미지 향상 및 외래 관광객 유치 도모

### □ 추진방향

- 주요 방한시장 홍보강화 및 시장 다변화
- 서울관광 홍보 브랜드 마케팅과 연계한 홍보 및 광고효과 극대화

### □ 추진계획

- 해외 시장별 타깃 맞춤형 전략으로 외래 관광객 적극 유치

— 일본, 베트남 시장 : 단독 참가를 통한 마케팅 역량 집중

일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본, 베트남 주요 교역전에 서울시 단독 부스 참가를 통한 소비자 대상 마케팅 적극 추진 ⇒ B2C 마케팅</li> <li>※ B2C( Business to Consumer) : 기업과 소비자간 거래</li> </ul>	성숙시장
베트남	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 교역전 개최지 연계 (하노이, 후쿠오카) 서울관광설명회 개최를 통해 관광업계 대상 서울관광 상품개발 및 모객 도모 ⇒ B2B 마케팅</li> <li>※ B2B( Business to Business) : 기업과 기업간 거래</li> </ul>	성장시장

구 분	설명회		교역전	
	행사명	베트남 서울관광설명회	일본 서울관광설명회	ITE
도시	베트남(하노이)	일본(후쿠오카)	베트남(호치민)	일본(오사카)
시기	9월	10월	9월	10월

— 중국, 동남아, 유럽 : 한국관 공동참가 등 주요 대형교역전 참가를 통한 효율적인 시장공략 추진

중국	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국시장(금한령 부분 해제) 대상 마케팅 재개, 방한관광객 회복</li> </ul>	기존 주력시장
동남아	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전략 개척시장인 동남아, 구미주는 주요 교역전 한국관 공동 참가 및 한국관광설명회 참가를 통해 효율적인 시장공략 추진</li> <li>• 구미주 시장 개척 및 동남아 시장 공략을 통한 방한 관광객 시장 다변화 모색 지속</li> </ul>	전략 개척시장
유럽		

구 분	설명회			교역전			
	행사명	한국관광설명회 등			(신규) FITUR	ITB	BITE
도시	중국 (난징)	대만 (가오슝)	싱가포르 (싱가포르)	스페인 (마드리드)	독일 (베를린)	중국 (베이징)	영국 (런던)
시기	3월	미정	미정	1월	3월	5월	11월

※ KTO(한국관광공사)의 해외 설명회 일정에 따라 상기 설명회 도시·시기는 변동될 수 있음

- 서울관광 홍보 브랜드 일원화를 통한 해외 시장 통합 마케팅
  - 글로벌마케팅 사업에서 구축된 서울관광 도시브랜드 활용을 통해 해외시장 마케팅 추진시 일원화된 도시 브랜드 홍보 추진
  - 연중 ‘메인 테마’ 설정(’19년 서울시 핵심 관광정책 반영)
  - 각 도시 시장 환경·특성을 반영한 ‘서브 테마’로 각 행사 이벤트 등 기획
- 해외 광고·미디어 활용 사전 홍보
  - 해외 교역전 On Site 광고를 통한 서울관광 브랜드 홍보(배너, 네임택 등)
  - 해외 온오프라인 매체 활용 서울관광 광고 및 홍보(공식 홈페이지, 매거진 등)
  - 미디어 컨퍼런스 혹은 단독 인터뷰 진행을 통한 행사 노출 및 홍보 효과 극대화



〈교역전 On Site 배너광고 예시〉



〈교역전 네임택 브랜딩 예시〉



〈매체광고 예시〉

○ 사업비 : 514백만원

추진일정

- '19. 1월                                   사업 계획 수립
- '19. 1월~11월                        서울관광설명회 개최 및 해외시장 관광교역전 참가
- '19. 12월                               사업 정산 및 결과보고

누구나 언제 어디서나 온라인으로 서울의 관광을 편리하게 경험하도록 6개 언어(한·영·중간·중번·일·러)의 PC 및 모바일 최적화 대응 홈페이지 운영

## □ 추진방향

- 이용자 만족도 제고를 위한 민간서비스 연동 협업확대 및 사용자 환경 개선
- 정보통신 기술의 발전에 맞춰 모바일 기반의 사용자 맞춤형 서비스 제공

## □ 추진계획

- 서울관광 홈페이지(visitseoul.net) 사용자 참여 확대 및 안정적 운영
  - 매월 어권별로 차별화된 뉴스레터 발송으로 사용자에게 지속적 정보 제공
  - 러시아어 추가 및 번역 기능 강화를 통한 서비스 어권 확대 운영
  - 검색엔진 알고리즘 분석 및 최적화로 글로벌 마케팅 고도화 기반 마련
  - 정보 업데이트, 상시 운영 관리 등 PC-모바일 통합 플랫폼 유지보수



〈 서울관광 홈페이지 메인화면 〉



〈 정보 서비스 제공 〉



〈 콘텐츠 개방 이미지 〉

- 개별여행객 맞춤형 서비스 및 콘텐츠 강화
  - 사용자의 현재위치 기반 주변 관광지, 맛집, 관광지, 쇼핑 콘텐츠 강화
  - 날씨, 환율, 도보관광예매, 공연예매, 숙박예매 서비스 제공
  - 실시간 지하철 및 버스 출도착 정보 제공으로 대중교통 편의성 확대
  - 서울의 일상을 경험하는 체험 콘텐츠 및 테마별 추천코스 확대

○ 서울관광 모바일 앱(iTourSeoul) 운영 및 증강현실 활용 길안내

- 모바일 앱 스토어(iOS, AOS 등) 관리 및 운영
- 앱 PUSH 알림을 통한 사용자의 적극적인 방문 유도
- 원하는 위치까지 증강현실(AR)기능을 활용한 길안내 기능 제공
  - ▶이동 중 카메라에 잡힌 장소의 기본 정보 제공

※ 앱 push 알림 : 이용자가 스마트기기에 설치한 앱에서 운영자가 제공하는 정보를 전송받을 수 있는 알림 기능  
 ※ AR(Augmented Reality) : 현실의 이미지나 배경에 3차원 가상 이미지를 겹쳐서 하나의 영상으로 보여주는 기술



〈증강현실 길안내 (예시)〉

○ 최신 여행 트렌드를 반영한 민간 서비스와 협업 강화

- 레드테이블 등 스타트업과 트립어드바이저, 호텔스컴바인, 해시트리 등 글로벌 기업과의 제휴 및 서비스 개선
- 재단 저작권 보유 콘텐츠 개방으로 민간 서비스 지원
- 민간 인공지능 서비스 연계를 통한 다양한 방식의 정보 제공 기능 강화



○ 사업비 : 1,657백만원

□ 추진일정

- |                 |                           |
|-----------------|---------------------------|
| ○ '19. 1월       | 세부추진계획 수립                 |
| ○ '19. 2월 ~ 12월 | 다국어 홈페이지 상시 운영 및 시스템 유지보수 |
| ○ '19. 5월 ~ 10월 | 서비스 고도화                   |
| ○ '19. 10월      | 증강현실 활용 길안내 서비스           |

전략적 디지털 마케팅 추진을 통한 잠재관광객의 서울 방문동기 제고 및 글로벌 시장에서의 서울관광 브랜드 및 도시 인지도 제고

### □ 추진방향

- 서울관광 광고영상 및 바이럴 콘텐츠 제작·확산을 통한 서울관광 이미지 홍보
- 서울관광 소셜미디어 운영 및 활성화 통한 디지털 마케팅 효과 증대 등

### □ 추진계획

- 서울관광 광고영상 및 바이럴 콘텐츠 제작·확산

구분		주요내용
제작	광고영상	- 글로벌마케팅 사업의 한류스타 출연 서울관광 광고영상 활용
	바이럴콘텐츠	- 소셜미디어에서의 자발적 참여 및 확산 유도를 위한 바이럴 콘텐츠 제작 - 서울관광 캠페인 시행 및 진행 참여 단계 전 과정을 콘텐츠화 - '가고 싶은 서울'의 이미지와 방문동기 부여하는 메시지 전달
확산	광고·이벤트·프로모션	- 한국관광, 한류 등에 선호도 높은 잠재고객 타겟 디지털 매체 광고 - 서울관광 광고영상 및 바이럴 콘텐츠 확산 광고, 이벤트, 프로모션 등

※ 바이럴콘텐츠(Viral Contents) : 소셜 미디어를 통해 소비자들에게 바이러스처럼 빠르게 확산되는 콘텐츠

- 서울관광 소셜미디어 운영 활성화

- visitseoul.net 서울관광 콘텐츠 활용 및 신규 서울관광 콘텐츠 발굴
  - ▶ 영어, 일본어, 중국어(간체, 번체) 각 어권 별 홍보 콘텐츠로 가공
- 글로벌마케팅 광고영상 및 바이럴 콘텐츠 송출, 광고·프로모션 등 추진
- 서울관광 신규 소셜미디어 채널 구축 및 운영 활성화
  - ▶ 주요 방한시장인 중국·일본 타겟 신규 채널(위챗, 인스타그램) 구축·운영



서울관광 콘텐츠 제작·확산 및 소셜미디어 운영 활성화를 통한 서울관광 디지털 마케팅 효과 극대화

구분	서울관광 소셜미디어 채널 운영현황					
채널						
	페이스북	유튜브	웨이보	인스타그램	위챗	
언어	영, 일, 중(번체)	영어	중(간체)	영어	일어	중(간체)
운영실적 ('18.12월)	【 팔로워 수 】					'19년 신규운영 예정
	1,005,605명	168,191명	214,728명	24,388명		

○ **글로벌 서울 메이트 운영** (서울관광 외국인 홍보단)

- 홍보단 활용한 홍보 콘텐츠 생산·확산을 통해 서울관광 디지털마케팅 효과 극대화
- 서울의 주요 행사 및 축제, 인기·신규 관광지 등 관광자원 온라인 홍보 추진

콘텐츠 생산	소셜미디어 확산
· 서울 관광지원 홍보를 위한 사진 및 동영상 등의 홍보 콘텐츠 생산	· 글로벌서울메이트 소셜미디어 · visitseoul SNS

[ '18년 글로벌 서울 메이트 주요 활동 참고사진 ]



〈서울 막걸리 체험 후기 게시〉

〈드림페스티벌 참가 영상〉

〈김장나눔축제 참가 사진〉

○ 사업비 : 1,800백만원

□ **추진일정**

- '19. 1월                               세부 추진계획 수립
- '19. 1월~3월                        바이럴영상 및 SNS 콘텐츠 제작·수행사 선정
- '19. 2월~12월                       SNS 채널 및 글로벌메이트 상시운영 등

서울관광 대표 홍보물을 개편 제작하고 또한 최신 테마 가이드북을 제작하여 관광객들에게 서울 관광 콘텐츠에 대한 접근성 및 만족도 제고

### □ 추진방향

- 대표 홍보물 메인 디자인·레이아웃 개편과 테마 가이드북 발행을 통해 관광객의 홍보물 사용 만족도를 증대시키고 긍정적인 서울 관광 이미지 정립에 기여

### □ 추진계획

- 신규 디자인 대표홍보물 제작(안): 총 160만부(가이드북 80만/지도 80만)
  - 언어: 가이드북 8종(국문, 영문, 일문, 중문간체, 중문번체, 태국어, 러시아어, 베트남어), 지도 7종

- 테마 가이드북 제작 및 배포

- 최근 트렌드를 반영, 선호도가 높은 서울의 테마 관광을 편리하게 즐길 수 있도록 테마 가이드북 별도 제작

▶'19년도 제작안: 엔터테인먼트 가이드



〈테마 가이드북 예시〉

- 시내 주요 관광지의 '서울시 공공자전거(따릉이)' 대여소 정보 표기

- 서울의 성공적인 공공자전거 인프라 정보 표기로 자전거를 활용한 친환경 이미지와 특별하게 즐길 수 있는 서울 관광을 안내

- 사업예산: 500백만원

### □ 추진일정

- '19. 1월                                   사업 추진계획 수립
- '19. 2월~11월                       2019년판 가이드북 및 지도 기획, 정보 현행화, 다국어 번역, 오류 점검 및 인쇄
- '19. 2월~12월                       가이드북 및 지도 배포

서울 동계 대표 관광축제로서 자치구, 광역시·도, 민간기업과의 상생과 협력을 도모하고 관광시민 모두가 즐길 수 있는 참여 소통형 축제로 발전

### □ 추진방향

- 자치구, 지역 축제, 지역상권 및 유관기관과의 상생 협력
- 민-관 협력 강화를 통한 축제 활성화 및 관광시민 소통 기능 수행
- 내외국인 참여 프로그램 및 체험 콘텐츠 개발 확대

### □ 추진계획

- 자치구, 광역시·도 참여 독려를 통한 상생 협력 강화
  - 지역 대표 축제, 관광자원 등(燈) 전시 구간 확대
  - 청계천 주변 상인회, 관광유관기관 등 참여 확대 유도
- 국내·외 교류 확대 및 시민 소통 축제 도약
  - 해외 관광청, 국내 민간 기업 등의 참여 확대
  - 축제활성화 및 관광시민과의 소통의 장 역할 수행
- 관람객 참여형 체험 프로그램 개발로 시민 만족도 제고
  - 장애인 및 노약자가 안전하고 편안한 관람을 ‘다누림 관광’ 실현
  - 최신 트렌드를 반영하여 모두가 즐길 수 있는 체험 콘텐츠 도입 추진
- 사업예산 : 833백만원



### □ 추진일정

- '19. 2~4월                    전문가 자문회의 개최, 운영대행사 선정
- '19. 5~9월                    공동마케팅 유치, 사전 홍보, 전시 등(燈) 설치
- '19. 10~11월                프레스투어, 개막점등식 개최 및 축제 운영

지속적으로 증가하는 국내외 체험 관광수요에 대응하기 위해 독특하고 다양한 서울체험관광 콘텐츠 상품화 및 활성화 기반 구축

### □ 추진방향

- 서울에서 즐길 수 있는 다양하고 독특한 체험 콘텐츠 발굴 및 상품화를 위한 지원체계 강화
- 영세 소상공인 지원, 육성 및 판로확대를 통한 활성화 기반 구축

### □ 추진계획

- ❖ 체험대상 : 외국인 관광객 ⇨ 서울시민, 내외국인 관광객, 국내거주 외국인
- ❖ 홍보채널 : 국내 온라인 플랫폼 ⇨ 국내외 온·오프라인 여행사, 유관기관

#### 콘텐츠 발굴경로 확대

- 민간/스타트업/소상공인 참여 체험콘텐츠 공모전 개최
- 상설 개발 경로 운영, 유관 기관 협력체계 구축

#### 콘텐츠 육성 및 상품화 지원

- 전문가 자문, 서비스교육 통한 상품성 강화
- 플랫폼 등 연계 관광상품화 지원(인큐베이팅)

#### 홍보마케팅 및 판촉지원

- 홍보용 영상제작 및 SNS 활용 바이럴 마케팅 추진
- 온라인 광고·홍보, 현장 판촉, 결합상품 개발추진

### ○ 다양한 서울 체험관광 콘텐츠 발굴 및 상설 개발 경로 확대

- 업계, 소상공인 등 대상 공모전 개최 및 홈페이지 등 활용한 상설 개발 경로 마련
- 서울소재 대학 내 어학원 및 체험센터 등과 연계하여 우수 콘텐츠 개발 및 협력체계 구축
- 유튜버, 영상 크리에이터(투어테이너) 등을 활용한 신규 체험관광 콘텐츠 제작 홍보



○ 서울 체험관광(원모어트립) 상품성 강화 및 육성 지원

- 신규 콘텐츠의 상품성 강화를 위한 마케팅, 서비스, 견학 등 교육 프로그램 운영
- 업계 및 학계 전문가 그룹의 정기적 컨설팅 및 자문 지원
- 국내 체험관광 플랫폼사 연계 관광상품화 지원을 위한 인큐베이팅



〈체험관광상품 콘텐츠 사례〉

○ 국내외 온·오프라인 홍보마케팅 및 판촉지원 강화

- 동영상 제작 및 원모어트립 홈페이지, SNS를 활용한 바이럴 마케팅 추진  
※ 바이럴마케팅(Viral Marketing) : 소셜 미디어를 통해 소비자들에게 바이러스처럼 빠르게 확산시키는 마케팅 기법
- 체험 콘텐츠 관련 언론, 방송, 인터넷 매체 등 연계 광고·홍보 강화
- 국내외 여행사, 온라인플랫폼, 온라인여행사 등 연계 다양한 판로 확충
- 어학원, 체험센터, 관광박람회 등 현장방문 체험콘텐츠 마케팅 지원 및 다양한 지원 프로그램 운영

○ 사업비 : 970백만원

추진일정

- '19. 1월 세부추진계획 수립
- '19. 3월 공모전 개최 및 신규 콘텐츠 발굴
- '19. 6월 상설 개발경로 구축, 단체 기획상품 개발
- '19. 연중 상품화 육성 지원 및 홍보마케팅 추진

## 서울관광(쇼핑관광) 만족도 제고를 통한 지속가능한 서울관광 및 지역경제 활성화

## □ 추진방향

- 서울 관광업계 성장기반 및 유관기관 상생발전 강화
- 전통시장, 지하상가 등 소상공인 참여를 통한 지역 상생 및 경제 활성화

## □ 추진계획

참여업체	백화점, 면세점, 호텔 위주
콘텐츠	숙박, 쇼핑 위주



참여업체	전통시장, 소상공인 참여확대
콘텐츠	체험형 상품 추가 연계

- 참여업체 모집 확대·강화
  - － 전통시장, 지하상가 등 소상공인 대상 참여모집 확대(제로페이 연계 검토)
  - － 숙박 및 미식 외 신규 체험 분야 플랫폼 연계 통한 참여업체 확대
- 캐릭터 브랜드 활용 키비주얼 모델 선정 및 온·오프라인 홍보 강화
  - － 글로벌 캐릭터 활용 키비주얼 제작, 친환경 홍보물 제작, 각종 홍보·마케팅 추진
- 25개 자치구 협력을 통한 지역별 참여업체 정보제공
  - － 서울 25개 자치구별 참여업체 정보제공 지도형 리플릿(온라인) 제작
- 사업예산 : 209백만원

## □ 추진일정

- '19년 1월                   세부 추진계획 수립
- '19년 2월~6월           참여업체 모집 및 공동 마케팅 협의
- '19년 7월                   서울쌘머세일 행사 개최

# 3

## / 고부가가치 MICE산업 육성

① 국제회의 유치마케팅

② 기업회의 유치마케팅

③ MICE 콘텐츠 제작 및 확산

④ MICE 민관협력 및 PLUS SEOUL 활성화

⑤ MICE 전문인력 양성

구미주 중심 국제회의 유치 마케팅을 강화하고, 해외설명회 및 전시회를 통한 글로벌 네트워크 확대

## □ 추진방향

- MICE 잠재수요 발굴 및 체계적 관리를 통한 글로벌 마이스 유치 확대
- 민관협력 및 유치마케팅 구성을 통한 원스탑서비스로 MICE 유치경쟁력 강화
- 글로벌 MICE 종합지원시스템 구축으로 참가자 만족도 제고

### 〈 2019년 주요 개선사항 〉

구분	2018년 현황	2019년 개선
유치 마케팅	- '18년 유치건수 총 45건 성공	⇒ - '19년 유치건수 총 50건 목표 - '20-'23년 유치 결정 회의 및 1천명 이상 대규모 유치가능 회의 중점 관리
홍보 마케팅	- 찾아가는 설명회, 지원설명회, 팸투어 추진	⇒ - 찾아가는 설명회 확대 및 전략적 마이스 유치 대상 팸투어 추진
설명회 전시회	- MICE 설명회 및 전시회 참가를 통한 국제회의 및 기업회의 발굴 추진	⇒ - 전략시장 확대를 위한 구미주 중심 설명회, 전시회 참가 및 신시장 발굴

## □ 추진계획

- 전략적 국제회의 유치 마케팅

**시기별** 2020-2023 유치 결정 국제회의 중점 관리

**규모별** 1천명 이상 회의 종합유치지원 서비스 및 공동 유치활동 전개

- 공정성 확보를 위한 지원금 심사위원회(외부평가자 포함) 시행
- 2025 잠실 국제교류복합지구 계획 대비 MICE 지원범위 및 규모 확대
  - ▶ 1천명 이상 대규모회의에 대한 특별지원 추가

- 국제회의 잠재수요 지속 발굴 및 관리

- 글로벌 MICE컨설팅 기업을 활용하여, 유치 가능한 국제회의의 발굴
- ICCA, UIA 등 국제기구 DB 활용 잠재 MICE 수요 발굴

※ UIA (Union of International Associations) : 국제협회연합

※ ICCA (International Congress & Convention Association) : 국제컨벤션산업협회

- 국내 국제회의 주최기관인 학회·협회 임원진을 대상으로 서울MICE엠베서더 운영 및 네트워크 강화
- 구미주 국제협회 연계 비즈니스 상담 관련 행사를 통한 국제회의 신규 수요 발굴 (ASAE-미국, ICCA-호주 등)

※ ASAE(The American Society of Association Executives) : 미국협회이사회 - 미국 Washington D.C.에 본부가 위치하고 있으며 MICE 협회 회원 단체 및 MICE 업계의 창구 역할

○ **대형 MICE 행사의 맞춤형 종합유치·개최지원 서비스 강화**

- (개최) 2019 중대형 규모 MICE행사 대상 개최지원 및 홍보부스
  - ▶ 세계변호사협회 서울총회(9월) 성공적 개최를 위한 지원금 및 서비스 확대
- (유치) 국제회의 유치자문, 유치제안서 작성 지원, 유치클리닉 등
  - ▶ 국제내비뇨학회(WCE) 유치 추진(3월 예정) 등

○ **MICE 타킷 대상별 홍보 마케팅 및 팸투어 추진**

- 국내 MICE 유관기관 및 업계와의 유치협업 체계 강화(KTO, COEX 등)
- 연중 국제회의 유관기관 및 서울소재대학 등 찾아가는 설명회 확대(6회)
- 글로벌 MICE 바이어의 서울 팸투어 추진(2019년 상·하반기 각1회)

○ **국제회의 국제기구 연례회의/총회 참가 및 네트워크 강화**

- DMAI Annual Convention 참가 및 연계 네트워킹 실시
  - ※ DMAI (Destination Marketing Association International): 컨벤션뷰로간의 네트워킹을 강화하고 다양한 정보 공유 및 전문가를 양성코자 설립된 국제기구(컨벤션뷰로 외 관광청 등 650개의 기관참여)

○ **해외 MICE 전문전시회 참가 및 국제회의 잠재수요 발굴 및 관리**

구 분	IMEX (Frankfurt)	The Meetings Show	DMAI (도시관광 총회)	IMEX (America)	ICCA (총회)	IBTM (스페인)
개최지	독일	영국	미국	미국	미국	스페인
개최일	5.21 ~ 23	6.26 ~ 27	7.23 ~ 26	9.10 ~ 12	10.27 ~ 30	11.19 ~ 21
참가형태	서울단독	KTO공동	총회	KTO공동	총회	KTO공동

○ **사업예산 : 1,100백만원**

□ **추진일정**

- '19. 1월                                   세부추진계획 수립
- '19. 2월~11월                       국제회의 유치 및 개최지원 사업 추진
- '19. 12월                               사업정산 및 결과보고

## 2 기업회의 유치 마케팅

동남아 등 타겟 지역 기업회의 인센티브 시장 발굴 및 해외 전시회 및 설명회 현지 프로모션 연계 통합 마케팅 추진으로 기업회의 시장 경쟁력 강화

### □ 추진방향

- 전략적인 타겟 지역별 신규 바이어 발굴을 통해 인센티브 시장 확대
  - 동남아 등 타겟 지역 설명회를 통해 유망 바이어를 확보하고, 서울의 신규 MICE자원을 홍보하는 팸투어, 세일즈 콜 실시로 전방위적 유치 가능성 제고
- 해외 전시회, 설명회 연계 전문매체 활용한 미디어, 온라인마케팅 통합 추진으로 서울의 기업회의 시장 경쟁력 강화

### □ 추진계획

- 해외 MICE 전시회 및 상담회 참가: 5회(단독 2회, 공동 1회, 상담회 2회)
  - 서울 홍보관 부스 규모 확대로 SMA 회원사 공동 참가 기회 확대 추진
  - ※ SMA (Seoul MICE Alliance) : 서울의 주요 MICE 기관 및 단체(호텔, 국제회의기획사, 항공, 수송, 여행사 등)를 회원으로 한 협의체.
  - 전시회 및 설명회 현장 서울 홍보배너 및 전문 매체를 활용한 미디어 광고, 온라인 마케팅 등이 함께 연계된 온·오프라인 통합마케팅 추진
  - 기업회의 바이어를 만날 수 있는 신규 행사 참가
    - ▶ Travel Meet Asia 2019 (4.22~26, 인도네시아, 필리핀, 말레이시아 3개국 상담회)
- 해외 MICE 설명회 참가 및 개최: 총 6회(단독 2회, 공동 4회)
  - 신규시장인 중국, 동남아(싱가포르, 베트남)집중 공략
  - KTO 공동 참가를 통해 중동, 러시아 등 신규수요 발굴 및 네트워킹 추진
  - 타겟지역별 특화된 기업회의·인센티브 유치 설명회 개최



새로운 MICE 수요 창출을 위해 동남아, 중동, 러시아 등 신규 인센티브 시장 집중 공략

행사명	IT&CM	Travel Meet Asia	Asia Business Meet	IT&CMA	ITB Asia
지역	중국	동남아 3개국	싱가포르	태국	싱가포르
개최지	중국 상하이	자카르타, 마닐라 쿠알라룸푸르	싱가포르	방콕	싱가포르
개최일자	3.19 ~ 22	4.22~4.26	7월	9.24 ~ 26	10.16 ~ 18
참가형태	KTO공동전시	상담회	상담회	서울단독전시	서울단독전시

행사명	설명회	ITB Asia	설명회	설명회	설명회
지역	베트남	싱가포르	러시아	UAE, 터키	중국
개최지	하노이	싱가포르	모스크바	두바이, 이스탄불	청두
개최일자	5.21	10.16 ~ 18	10.25 ~ 26	11.12 ~ 14	11월 중
참가형태	단독 설명회	단독 설명회	KTO 공동설명회	KTO 공동설명회	KTO 공동설명회

- 전략적 신규 기업회의 인센티브 시장 발굴 및 국내외 전방위적 마케팅 강화
  - 기업회의 설명회 개최 후 유망 바이어 후속 지원 서비스 강화
    - ▶ 유망 바이어 주기적 관리 및 서울 MICE 관련 정보 DM(다이렉트 메일) 발송
    - ▶ 설명회 개최 후 바이어 세일즈 콜(직접 방문 설명) 실시
  - 신규 기업회의 시장 발굴을 위한 바이어 팸투어 실시
    - ▶ 아태 주요 유망 MICE인센티브 기업 대상 팸투어 지원 ('17년 연 2회 지원)
  - 주요 기업회의 인센티브 기업 및 여행사 대상 찾아가는 설명회 실시
  
- 플러스 서울 지원 프로그램 운영
  - 서울에서만 경험할 수 있는 맞춤형 MICE 지원프로그램 운영으로 참가자의 서울 재방문, 기업회의 및 인센티브 재개최 유도
  
- 사업예산 : 720백만원

추진일정

- '19. 1월                   세부추진계획 수립
- '19. 2월-11월           기업회의 유치 및 개최지원 사업 추진
- '19. 12월               사업정산 및 결과보고

### 3 MICE 콘텐츠 제작 및 확산

서울 시민 및 국·내외 MICE업계 관계자 대상 세계 3위 MICE 도시 서울 브랜드 강화 및 인지도 제고

#### □ 추진방향

- 국내 주요 MICE 행사와 연계한 시민·업계 참여형 온·오프라인 홍보마케팅 추진으로 서울 MICE콘텐츠 확산 및 인지도 제고

#### □ 추진계획

- 해외 MICE 전문매체 활용 미디어 팸투어 및 공동 마케팅 추진

– 타깃별 MICE 미디어 초청 및 팸투어 개최를 통한 기사 게재 : 연 2회

▶ 6월 KME 및 9월 세계변호사협회 총회 등 주요 MICE행사

※ KME(Korea MICE Expo) : 한국MICE산업전으로도 불리며, 2000년부터 (한국관광공사)에서 주최해온 국내 MICE 대표 전시회.

– MICE 전문매체 및 온라인 매체 활용 기사 작성 지원 및 보도자료 배포



- 국내외 서울 MICE 콘텐츠 온라인 홍보마케팅 강화

– MICE 통합 온라인 홍보마케팅 전략 수립(웹진, SNS, 광고, 이벤트)

– 서울 MICE 홈페이지 및 SNS(페이스북, 인스타그램) 채널 활성화를 위한 온라인 이벤트 추진

– 서울 MICE인프라 및 서비스, 업계 전문가 등을

활용한 스토리텔링형 홍보콘텐츠 기획 및 영상, 사진 콘텐츠 제작(촬영)



➡ 서울 MICE 통합 홍보마케팅 전략 수립 및 온·오프라인 콘텐츠 신규 제작

○ 홈페이지 전면 개편 및 E-CRM 기능 개선으로 MICE지원 기반 강화

- 반응형웹 기반의 홈페이지 전면 개편으로 사용자 편의 개선 및 경쟁력 제고

▶ 다국어(한, 영, 중국어) 사이트 운영 전략 수립 및 메인디자인, 메뉴, 콘텐츠 기획·구성

※ E-CRM (electronic customer relationship management) : 온라인으로 프로그램 신청 및 결과를 관리하는 시스템

※ 반응형 웹(Responsive Web) : 단말의 종류와 화면 크기에 실시간 반응하여 웹 페이지를 최적화된 화면 구성으로 보여주는 웹



- MICE 종합 고객관리 시스템(E-CRM) 유지 보수 및 시스템 기능 개선으로 지원금 및 종합지원서비스, 홍보물 등 신청 접수 및 처리 프로세스 안정화

○ 지속가능한 MICE환경 조성을 위하여 친환경 소재 신규 홍보물 제작

- MICE 통합 서울웰컴킷 개편 및 제작(디자인, 구성품 등 친환경 컨셉)

- E-CRM을 통한 연중 상시 홍보물 신청접수 및 배포, 재고 관리

- 해외 MICE전문 전시회 및 설명회 참가 시 서울홍보관 내 홍보물 배포

○ 사업예산 : 850백만원

□ 추진일정

○ '19. 1월 세부추진계획 수립

○ '19. 3월 홈페이지 및 E-CRM 수행사 입찰공고 및 선정

○ '19. 3월 온라인 홍보마케팅 수행사 입찰공고 및 선정

○ '19. 5월 MICE 신규 홍보물 및 기념품 제작

○ '19. 9월 세계번호사협회 총회 연계 MICE미디어 팸투어 추진

서울MICE얼라이언스와의 지속적인 협력 체계 구축 및 네트워킹 활성화를 통해 국내외 PLUS SEOUL 인지도 확산 및 비즈니스 창출에 기여

## □ 추진방향

- 서울MICE얼라이언스 운영 체계화 및 신규 비즈니스 창출 기회 확대
- 민관 협력을 통한 서울 MICE 지원 프로그램 확대 및 PLUS SEOUL 브랜드 국내외 활성화

### 〈 2019년 주요 개선사항 〉

- ◆ SMA 총 5개 분과 운영 ⇒ 총 6개 분과로 확대(여행사/PCO 분리, 주최자→전시)
- ◆ SMA 운영규약에 따라 휴면회원 처리 및 폐업/탈퇴회원 삭제 (299⇒285개사)
- ◆ 팀빌딩 프로그램과 연계한 서울 유니크메뉴 답사로 SMA회원사 체험기회 확대
- ◆ PLUS SEOUL을 활용하여 국·내외 SMA 홍보마케팅 강화

※ SMA (Seoul MICE Alliance) : 서울의 주요 MICE 기관 및 단체(호텔, 국제회의기획사, 항공, 수송, 여행사 등)를 회원으로 한 협의체.

## □ 추진계획

- 서울 MICE 얼라이언스 질적 성장 및 신규 분과 모집
  - SMA 분과 조정(여행사 및 PCO 분리) 및 휴면회원 권리 정지 등 제재 조치
    - ※ PCO (Professional Congress Organizers) : 국제회의기획사
  - 확대되는 MICE 인프라 및 전시업계 지원을 위해 '전시' 분과 신규개설
- MICE 민관협력 강화를 위한 업계 의견 수렴 및 네트워킹 기회 제공
  - SMA 분과대표회의 4회, 실무자회의 2회, 연례회의 1회 개최
  - 학회/협회와 SMA 회원사 간의 설명회/상담회(8월)
  - SMA 회원사 협력을 통한 공동광고 게재 및 서울 특별판 잡지 제작
- Korea MICE Expo 참가 및 Seoul MICE Day(가칭)개최
  - KME 2019(6.12~17 인천 송도) 참가 및 바이어 상담회 추진
  - 서울 MICE DAY(가칭) 개최를 통한 업계 지식 공유 및 네트워킹 강화

- ▶ '마이스 트렌드 포럼' : 국내 다양한 분야의 연사 초청
- ▶ '케이스 스터디' 세미나 : 실무자들의 정보 및 노하우를 공유

○ '19년 서울개최 MICE행사 대상 유니크베뉴 지원

- 서울2박 이상, 50명 이상 단체 유니크베뉴 이용시 맞춤형 체험 프로그램 지원
- 유니크베뉴 책자 제작 및 배포, 현장답사, 홈페이지/SNS 활용 홍보지원

개최일정	행사명	장소	참가자 수 (외국인 참가자 수)
4.20~4.21	2019 아시아국제미용의학포럼	코엑스	1,200명(800명)
4.27~4.30	제24회 관상동맥중재시술 국제학술회의	코엑스	2,900명(1,170명)
6.1~6.3	국제항공운송협회(IATA) 연례총회	코엑스인터컨티넨탈	1,000명(800명)
6.6~6.8	세계심폐혈관마취학회 학술대회	코엑스	1,000명(500명)
6.12~6.15	제18차 세계응급의학회 학술대회	코엑스	3,000명(2,000명)
9.4~9.7	제7차 아시아태평양간담체학회 학술대회	코엑스	1,500명(1,000명)
9.22~9.27	세계변호사협회(IBA) 연차총회	코엑스	6,000명(5,000명)

〈'19년 서울개최 예정 중대형 MICE행사〉

○ PLUS SEOUL 지원서비스 및 홍보마케팅

- 지속가능한 MICE 행사를 위해 다양한 혜택 프로그램 개발 및 운영
- 키비주얼, 응용 디자인 개발을 통해 통합마케팅 추진

○ 사업비 : 980백만원

□ 추진일정

- '19. 1월           세부추진계획 수립, SMA 분과대표 회의 개최
- '19. 2월           SMA 신규 회원사 모집, 해외 전시/설명회 참가신청 접수
- '19. 6월           PLUS SEOUL 온라인 광고 및 이벤트 운영
- '19. 6월           KOREA MICE EXPO 참가 및 미디어 팸투어 지원
- '19. 9월           SMA 실무자 회의 및 분과대표 회의
- '19. 11월          Seoul MICE Day(가칭) 개최(포럼, 연례회의)

마이스 산업 지원을 위한 서포터즈 양성 및 유관기업 연계를 통한 취업지원으로 지속적 성장기반 마련

### 추진방향

- 서울 MICE 행사 성공개최 지원을 위한 서울 MICE 서포터즈 전문성 강화
- MICE 기자단 운영을 통한 서울시민 대상 MICE 산업 홍보 확대
- 인재뱅크 대상 MICE 업계 맞춤형 취업 지원으로 산업 지속 성장기반 구축

### 추진계획

서포터즈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서포터즈 등급제 도입 및 모니터링 추진을 통한 서포터즈 품질 관리 강화</li> <li>• 전문 교육기관과 연계한 체계적인 미래인재 아카데미(직무교육) 운영</li> <li>• 주요 대학/대형 국제행사 대상 찾아가는 직무교육을 통해 서포터즈 인력풀 확대</li> <li>• 서포터즈 운영진 구성을 통해 미래인재들의 주요행사 기획 및 운영지원</li> </ul>
기자단	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기존 내국인 대학생기자단(21명)외 외국인 기자단 선발 추진 ⇒ 글로벌 홍보 강화</li> <li>• 국내외 온라인 홍보를 통한 마이스 관련 정책홍보 및 관심도 확대</li> <li>• 기자단 우수 콘텐츠를 선정하여 MICE 전문매체 게재 지원 및 뉴스레터 제작</li> </ul>
인재뱅크	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 마이스 분야 취업 희망자를 대상으로 단계별 취업 컨설팅 지원</li> <li>• 업계전문가들로 구성된 멘토단 위촉을 통한 멘토링 프로그램 운영</li> <li>• 산학 협력을 통해 “서울 마이스 잡카페” 개최</li> <li>• (2+2) 인건비 지원 확대: '18년 2개월 → '19년 최대 4개월</li> </ul>

- 사업예산 : 350백만원

### 추진일정

- '19. 1월                    세부추진계획 수립
- '19. 2월~11월            마이스 전문인력 양성 사업 추진

# 4 / 글로벌 마케팅, R&D를 통한 부가가치 기반 강화

## ① 서울관광산업 R&D기반 구축

①-1 관광·MICE 통계분석

①-2 서울시민·외국인 관광실태분석

①-3 관광도시 조성 및 신규사업 타당성 분석

## ② 서울글로벌마케팅

# 1

## 서울관광산업 R&D 기반 구축

관광·MICE 산업 경쟁력 확보를 위한 통계조사 및 분석, 연구개발(R&D) 지원으로 산업의 객관적인 실태를 파악하고 합리적인 정책 지원, 관광정책 수립 기반 구축

### □ 관광·MICE 통계분석 (420백만원)

- 사업내용 : 서울 UIA/ICCA 개최실적 수집 및 제출(연간), 서울 관광산업의 경제활동 지표개발
- 추진개요

<b>UIA/ICCA 개최실적 수집 및 제출</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국제기구(UIA/ICCA) 기준부합 서울시 국제회의 개최실적 집중관리 및 제출</li> <li>• MICE 잠재수요 발굴 : 2019년부터 향후 10년간 서울에서 개최 예정인 국제행사 수요조사</li> <li>• UIA 신규 국제기구 발굴 : 국제회의를 활발히 주최하는 기관을 발굴하여 UIA 신규 국제기구로 등록(실제 행사 주최시 인센티브 강화)</li> <li>• MICE 업체 실태조사 및 MICE산업 동향보고서(월1회) 발간</li> </ul>					
<b>관광산업의 경제활동 지표개발</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="text-align: center;">서울관광 산업분류체계 개발 (1단계)</th> <th style="text-align: center;">서울의 관광위성계정 구축 기초연구 (2단계)</th> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 서울관광 산업분류체계 개발을 위해 기존 관광산업 분류체계 검토</li> <li>- 관광산업 승수도출 및 관광지출의 경제적 파급효과 분석 실시</li> </ul> </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내외 사례 분석 및 관광위성계정 작성 체계 구축 기초자료 분석</li> <li>- 서울 관광위성계정 작성 방안 및 활용 방안 분석</li> </ul> </td> </tr> </table>	서울관광 산업분류체계 개발 (1단계)	서울의 관광위성계정 구축 기초연구 (2단계)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 서울관광 산업분류체계 개발을 위해 기존 관광산업 분류체계 검토</li> <li>- 관광산업 승수도출 및 관광지출의 경제적 파급효과 분석 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내외 사례 분석 및 관광위성계정 작성 체계 구축 기초자료 분석</li> <li>- 서울 관광위성계정 작성 방안 및 활용 방안 분석</li> </ul>	<p>※ 위성계정은 국민계정 이외에 부속으로 만든 계정을 의미함</p>
서울관광 산업분류체계 개발 (1단계)	서울의 관광위성계정 구축 기초연구 (2단계)					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 서울관광 산업분류체계 개발을 위해 기존 관광산업 분류체계 검토</li> <li>- 관광산업 승수도출 및 관광지출의 경제적 파급효과 분석 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내외 사례 분석 및 관광위성계정 작성 체계 구축 기초자료 분석</li> <li>- 서울 관광위성계정 작성 방안 및 활용 방안 분석</li> </ul>					
<b>MICE 동향분석</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MICE 업체 실태조사 : MICE사업체 및 종사자 현황 파악</li> <li>• MICE산업 동향보고서(월1회) 발간</li> <li>• 전문가 자문위원회 구성 및 운영</li> </ul>					

- 향후계획 : MICE업체 실태조사, 서울관광산업 경제활동 지표개발, MICE 수요발굴

□ **서울시민 · 외국인 관광실태분석** (567백만원)

○ 사업내용 : 서울 관광활동의 주체인 서울시민과 외국인의 관광행동 및 서울 관광환경 실태 점검을 통해 관광정책 수립의 기초자료 생산

○ 추진개요

<b>2019년 서울시 외래관광객 실태조사</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>서울 방문 외래관광객 성향 및 관광환경 실태, 불편사항 파악</li> </ul>			
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #fff9c4;">정량조사</th> <th style="background-color: #e8f5e9;">정성조사</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>외국인 관광객 대상 설문조사 매월 시행</li> </ul> </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>외국인 관광객 및 유학생 대상 심층면접조사(FGI), 관광객 주요 방문지 현장관찰조사 실시</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	정량조사	정성조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>외국인 관광객 대상 설문조사 매월 시행</li> </ul>
정량조사	정성조사			
<ul style="list-style-type: none"> <li>외국인 관광객 대상 설문조사 매월 시행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>외국인 관광객 및 유학생 대상 심층면접조사(FGI), 관광객 주요 방문지 현장관찰조사 실시</li> </ul>			
				
	<p>〈 외국인 관광객 대상 정량조사 〉      〈 심층면접조사 〉      〈 현장관찰조사 〉</p>			
	<p><b>외래관광객 정성조사 : 외국인 관광객 ⇒ 파급력 높은 유학생까지 확대</b></p>			
<b>2019년 서울시민 관광실태 조사</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>시민 관점에서 서울 관광의 긍·부정적 측면과 관광실태를 파악하여 시민을 위한 여가·관광정책에 활용할 수 있는 의사결정 기초자료 생산</li> </ul>			
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #fff9c4;">정량조사</th> <th style="background-color: #e8f5e9;">정성조사</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>서울시민 대상 설문조사 매월 시행(온·오프라인 조사 병행)</li> </ul> </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>지역 및 주제별 정성조사 진행 (연 4회)</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	정량조사	정성조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>서울시민 대상 설문조사 매월 시행(온·오프라인 조사 병행)</li> </ul>
정량조사	정성조사			
<ul style="list-style-type: none"> <li>서울시민 대상 설문조사 매월 시행(온·오프라인 조사 병행)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 및 주제별 정성조사 진행 (연 4회)</li> </ul>			
	<p><b>서울 관광 데이터 수집 대상 확대 : 외국인 관광객 ⇒ 외국인 관광객, 서울시민</b></p>			

※ FGI(Focus Group Interview): 표적시장으로 예상되는 소비자를 일정한 자격기준에 따라 6~12명 정도 선발하여 한 장소에 모아게 한 후 면접자의 진행 아래 조사목적과 관련된 토론을 함으로써 자료를 수집하는 마케팅조사 기법

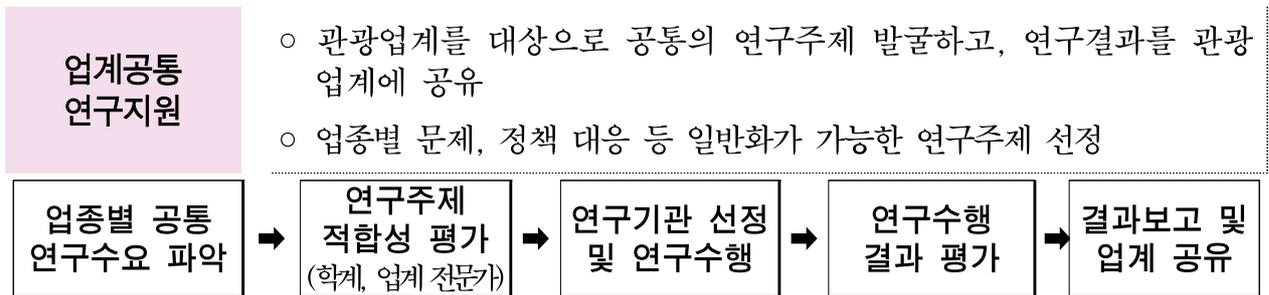
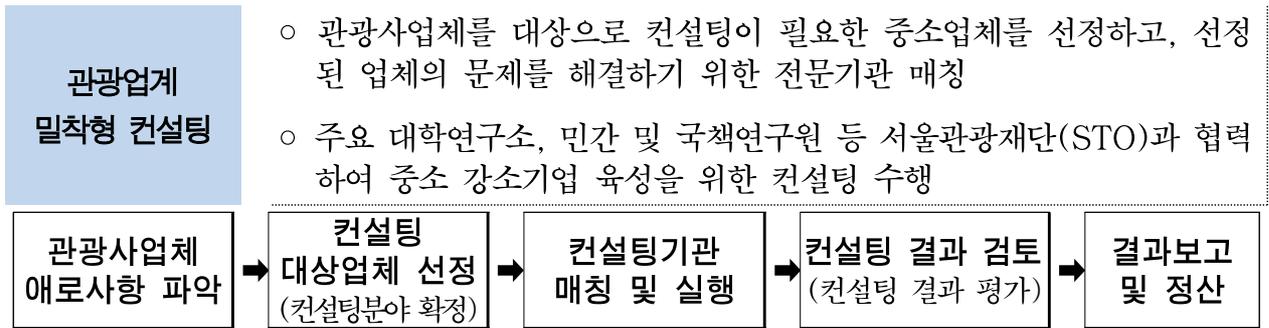
○ 향후계획 : 추진계획 수립 및 전문조사업체 공모, 조사업체 선정(3월)

## □ 관광도시 조성 및 신규사업 타당성 분석

- 사업내용 : 강소 관광업체 육성을 위한 전문 컨설팅 및 관광업계 발전을 위한 관광 R&D 지원

### ○ 사업개요

－ 서울 관광업계 연구지원 및 분석(585백만원)



－ 관광산업 전반에 대한 기초연구 및 관광정책 개발을 위한 R&D 추진(400백만원)

분 야	주요내용
스마트관광도시 조성 타당성 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>－ 스마트 관광도시 조성 관련 공공·민간부문의 통합 선진 사례 조사분석 및 서울시 적용방안 검토</li> </ul>
의료관광 활성화 기본계획 수립	<ul style="list-style-type: none"> <li>－ 의료관광 활성화를 위한 추진방향 및 장기적 비전 제시</li> <li>－ 연도별 시행계획 수립을 위한 기초자료 작성</li> </ul>
관광 신규전략사업 타당성 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>－ 서울관광 신규전략사업의 타당성 및 최적 방안 검토</li> <li>－ 새로운 관광 트렌드를 선도할 수 있는 관광상품 개발, 프로모션 방안 등 종합적 홍보마케팅 계획 마련</li> </ul>

- 향후계획 : 관광업계 연구수요 파악 및 지원(3월), 자유주제형 연구개발 공모전 실시(5월), 연구과제별 결과보고(12월)

타깃시장 세분화 및 맞춤형 온·오프라인 통합마케팅(IMC) 전략 수립 추진을 통해 서울관광을 적극 유도하고 매력적인 서울 이미지 제고

※ 통합마케팅(Integrated Marketing Communication): 광고, 판매촉진, PR, 이벤트 등 다양한 커뮤니케이션 수단들의 전략적인 역할을 비교, 검토하고, 최대의 효과를 거둘 수 있도록 이들을 통합하는 총괄적인 계획의 수립과정

## □ 추진방향

- 시의성 있는 온·오프라인 통합 마케팅 추진을 통해 수요 극대화
- 타깃시장별 현지 맞춤형 프로모션 추진, 투입효과 극대화
- 디지털마케팅, 해외설명회·교역전 사업, 디스커버서울패스(DSP), MICE 등 서울관광 콘텐츠 사업 및 재단 핵심 사업과의 연계성 강화
- 미디어 환경 변화에 맞추어 디지털 미디어(뉴미디어)를 활용한 콘텐츠 확산 및 홍보를 위한 디지털마케팅 전략 강화

## □ 추진계획

- 통합 마케팅(IMC) 전략 수립 및 다양한 서울관광 콘텐츠 사업 연계
  - － 효율적 마케팅 실행을 위한 통합 커뮤니케이션(IMC) 마케팅 전략 수립
  - － 글로벌마케팅 및 디지털마케팅 통합 발주를 통하여, 체계적인 사업 추진 및 홍보효과 제고, 예산 활용 극대화
  - － 서울시 및 서울관광재단 핵심 사업과 연계 홍보 강화, 시너지 창출

통합적이고 체계적인 마케팅 실행전략 수립 ⇒ 2019년 추진 마케팅 사업과 연계  
⇒ 홍보효과 극대화

- 한류스타 방탄소년단(BTS) 활용, 전략적 글로벌마케팅 전개
  - － 방탄소년단 활용 “2019 디스커버서울패스 특별판” 제작 및 마케팅 추진
  - － BTS월드투어콘서트 연계 서울시 홍보부스 운영
    - ▶ '19년 2월(일본, 후쿠오카), 3월(홍콩), 4월(태국, 방콕) 콘서트 등 총 6회

## BTS 경제적효과 분석 ('18 현대경제연구원 발표)

- 방탄소년단이 평창동계올림픽보다 큰 경제효과를 일으켜 2014~2023년까지 10년동안 총 56조 1,600억원에 달하는 경제적 효과 전망
- 방탄소년단 인지도 1포인트 증가시 3개월 후 외국인관광객 증가율 0.45% 상승

### ○ 해외 서울관광 광고 제작 및 현지 온오프라인 이벤트 집행

- 서울 대표광고 제작 및 해외 TV·온라인 등 다양한 매체 활용 송출
- 주요 타겟시장(중국, 베트남, 태국 등)에서 현지 맞춤형 프로모션 시행
- 영향력 있는 인플루언서 활용, 친밀감 있는 온라인 마케팅 추진



〈관광 광고 제작〉



〈현지 프로모션〉



〈인플루언서 활용 마케팅〉

### ○ 국내외 언론 및 문화 이벤트(K-웨딩, 축제, 음식 등) 연계 서울 프로모션

- 해외 현지 문화 페스티벌 및 이벤트 활용 서울관광 홍보 추진
- 문화관광 분야 유명인사 연계 분야별 교류 확대를 통한 서울 홍보

### ○ MICE(국제회의, 기업회의 등) 글로벌 행사 연계 서울 홍보 추진

- 대규모 MICE 행사 및 홍보와 연계하여 서울 관광 이미지 제고

### ○ 사업예산 : 9,023백만원

## □ 추진일정

- '19. 1월~2월 2019 글로벌마케팅 세부 추진계획 수립
- '19. 3월~4월 2019 글로벌마케팅 대행사 선정 및 협상
- '19. 2월~12월 서울 관광 프로모션 추진 및 해외 매체 광고 집행

**붙임**

**2019년 서울관광재단 대행사업 및 자체사업 예산**

**대행사업 : 13,054백만원**

(단위 : 천원)

사업명		예산
합 계		13,054,366
1	지속가능한 마을관광 상품 개발 운영	270,000
2	서울문화관광해설사 운영	1,382,900
3	MICE 유치 및 개최 지원(지원금)	4,240,000
4	MICE 산업 종합지원센터 구축	100,000
5	우수관광상품 개발 운영 지원	1,130,000
6	해외핵심여행사 및 유관기관 협력체계 구축	622,000
7	주요거점별 종합관광정보센터 운영	1,287,862
8	서울글로벌문화체험센터 운영	589,604
9	관광스타트업 지원	488,000
10	도시민박업 및 한옥체험업 활성화 지원	372,000
11	한류관광 활성화	300,000
12	의료관광 활성화	927,000
13	서울관광 R&D 지원체계 구축	200,000
14	비정규노동자 휴가비 지원	600,000
15	여행주간 운영	45,000
16	외국인 관광객 환대주간 운영	300,000
17	타 시도연계 MICE 공동마케팅 운영(市 대외협력기금)	200,000

**자체사업 : 200백만원**

(단위 : 천원)

사업명		예산
합 계		200,000
1	서울로7017 관광편의시설 운영 종료	50,000
2	서울관광재단 네트워크 홍보강화	100,000
3	유관기관 협력 마케팅(국내외 관광·MICE 행사 홍보마케팅)	50,000

## IV. 2018년 행정사무감사 처리결과

### □ 총 괄

○ 수감결과 처리요구사항 등 ----- 총 21 건

○ 조치내역

구	분	계	완 료	추진중	검토중	미반영
계	계	21	18	3	-	-
	시정· 처리요구사항	7	5	2	-	-
	건의 사항	3	2	1	-	-
	기타(자료제출 등)	11	11	-	-	-

# 시정·처리 요구사항

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 전략경영본부장이 장기간 공석인데 조속히 채용하기 바람 (인재경영팀)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 본부장을 개방형 직위로 지정하여 공모 추진                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경영본부장, 관광MICE본부장을 개방형 직위로 지정하여 공개채용 공고완료 ('19. 1. 25)</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 채용진행 : ~ '19. 2월</li> </ul>
<p>○ 해외출장심사위원회 운영방법에 개선이 필요함 (인재경영팀)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국외출장심사위원회 운영 개선을 위한 재단 「여비규정 내규」 개정 추진                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공정하고 객관적인 심사를 위한 심사기준 및 심사위원 구성 체계 등 마련</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 내규 개정 : '19. 2월말</li> </ul>
<p>○ 초청인사 강사료 및 연사료에 대해 행자부 출자출연기관 예산편성지침에 따라 명확한 기준을 마련 할 것 (기획예산팀)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2019년도 예산 집행 기준 수립('19. 1. 17.)완료                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 행정안전부 「2019년 지방 출자·출연기관 예산 편성 지침」, 서울시 「2019년 서울시 출자·출연기관 예산편성 기준」 검토</li> <li>- 관련 지침 및 기준에 따라 재단 실정에 맞는 강연료 지급 기준 마련 완료</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 예산집행기준에 따라 강연료 등 지급: '19. 1월~</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 의료관광 코디네이터 운영 실적 확대를 위해 노력이 필요하며 현지 홍보채널이 중국, 러시아에만 진행중인데 홍보채널을 미국, 일본, 몽골로 확대 할 것 (산업협력팀)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 의료관광 통역 코디네이터 운영실적 관리를 위해 코디네이터 대상 운영현황 전수조사 사업계획에 반영</li> <li>○ 방한 외국인 환자수가 많은 미국(구글), 일본(야후)에서 서울 의료관광 인지도를 제고하기 위해 사업계획에 포털사이트 검색광고 추진계획 반영</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 포털사이트 검색 키워드 광고 : '19. 4~11월</li> <li>○ 코디네이터 전수조사 : '19. 9~11월</li> </ul>
<p>○ 재단운영의 구조를 명확히 하고 시와 신속한 업무협조로 고유 사업을 확정하기 바람 (기획예산팀)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 市 - 재단 간 재단 운영 구조에 대한 논의 지속 진행('18. 4~11월) <ul style="list-style-type: none"> <li>- '市 대행사업 → 재단 고유사업' 중심의 운영 변화</li> <li>- '19년부터 출연금으로 재단 운영 및 고유사업 추진</li> </ul> </li> <li>○ '19년 재단 고유사업(19개) 확정('18. 12월)</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 재단 고유사업 추진: '19. 1월~</li> </ul>
<p>○ 여성기업을 통해 수의계약시 대표가 실질적인 소유 및 운영을 하고 있는지 확인하고, 전수조사를 통해 검사·확인 하기 바람 (경영지원팀)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 전수조사 실시완료 ('18.11.13) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수의계약을 체결한 여성기업 대표 대상 전수조사 완료</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 향후 여성기업 수의계약체결 시 모니터링 : '19. 1월~</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 직원 불친절 민원에도 불구하고, 18년 직원대상 CS교육을 실시하지 않음. 재단출범 이후, 시민만족도 및 경영평가결과 향상을 위해 더욱 노력해 주기 바람 (인재경영팀)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 쉰 직원 대상 CS교육 실시 완료 <ul style="list-style-type: none"> <li>- ‘고객컴플레인 응대 및 비즈니스 매너’ (온라인 교육) (‘18.11~12월)</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시민만족도 제고 및 적절한 민원 응대를 위해 매년 주기적인 CS교육 실시 예정</li> </ul>

# 건의 사항

건의 사항	조치 결과
<p>○ 서울빛초롱축제 후원/협찬 실적을 늘릴 수 있도록 노력하기 바람 (관광콘텐츠팀)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2019년 후원/협찬(공동마케팅) 증대를 위한 전략을 사업계획에 반영완료('19.1.30)</li> <li>- 자치구 및 광역시·도 관광활성화 홍보 지원에 따른 후원</li> <li>- 빛과 등(燈)을 이용한 홍보 마케팅 제안으로 민간협찬 추진</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 축제 운영 대행사 선정 : '19. 2~3월</li> <li>○ 지자체·민간기업 후원/협찬 진행 : '19. 5~9월</li> <li>○ 축제 개막 및 운영 : '19.11.1~11.17</li> </ul>
<p>○ 서울관광재단과 관광체육국의 주도로 서울시와 자치구에서 운영하는 관광정보센터의 운영체계 정립이 필요함 (관광서비스팀)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자치구별 관광안내소 운영 활성화를 위해 서울시 관광 홍보명예대사인 BTS(방탄소년단) 등신대를 강남, 마포, 영등포, 송파 4개 자치구 안내소에 설치 지원</li> <li>○ '서울시-자치구 관광안내소 실무협의체'가 구성되어 있으며, 관광안내소 운영 활성화를 위하여 연 2회(상·하반기) 운영되던 실무협의체 정기 회의를 매월 진행으로 확대</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시-자치구 관광안내소 실무협의체 정기회의 개최: : '19. 2월</li> </ul>
<p>○ 시, 자치구간 네트워크 구축으로 운영효율성 제고 노력할 것 (기획예산팀)</p>	<p><b>추진상황 : 추진완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울관광 거버넌스 구축을 위해 시민, 市, 자치구, 관광업계 등이 참여하는 '서울관광 청(聽)위크' 개최완료('18.8.27~9.3)</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시-자치구 정책 공유회의 참석 및 협력방안 논의 : '19. 2월</li> </ul>

# 기 타 사 항

자료제출 등 기타사항	조 치 결 과
○ 용역 계약서, 결과보고 등 - 외래관광객 실태조사 - MICE 서울홍보관 제작 - 지도/가이드북 제작 - 원모어트립 운영 및 개선 (R&D팀, MICE기획팀, 관광콘텐츠팀, 관광서비스팀)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료  <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.13)
○ '16년/'17년 빛초롱축제 사업결과보고서 (관광콘텐츠팀)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료  <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.13)
○ 홍보TF 세부 운영경비 (홍보팀)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료  <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.13)
○ 디스커버서울패스 세부 집행내역 (관광서비스팀)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료  <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.13)
○ '19년 사업계획에 대한 '18년 예산 (전략기획팀)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료  <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.13)
○ 요구자료 137p, 48,61,63번 출장 세부집행 내역 (인재경영팀)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료  <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.13)

자료제출 등 기타사항	조 치 결 과
○ 빗초롱축제 협찬실적 (재단/ 조직위 구분) (관광콘텐츠팀)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.13)
○ 내국인용 디스커버서울패스 발행을 위한 연구용역 준공후 보고서 제출 (관광서비스팀)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.13)
○ 디스커버서울패스 자료 일체 (관광서비스팀)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.13)
○ 재단 수입/지출예산 상세내역 (기획예산팀)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.13)
○ 사업집행내역 - MICE 유치 및 개최지원 사업 - 서울관광 다국어 홈페이지 운영 사업 (MICE기획팀, MICE마케팅팀, 스마트관광팀)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.13)