VISIT KOREA YEAR 2023 2024
RIDE THE KOREAN WAVE

문화체육관광부
Ministry of Culture, Sports and Tourism

한국관광공사
KOREA TOURISM ORGANIZATION

2024년 한국관광공사

사업 설명회

자료집

목 차

2024년 한국관광공사 주요사업 일정 ····· 49

2024년 한국관광공사 공모사업 계획 ····· 53

국제관광본부 사업계획 ····· 95

국민관광본부 사업계획 ····· 163

관광산업본부 사업계획 ····· 197

관광콘텐츠전략본부 사업계획 ····· 255

Imagine your Korea

2024년 한국관광공사

주요사업 일정

공모사업 추진일정 * 공모 시기·내용 변동 가능

구분 \ 시기	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
국제관광 본부	2024년 K-관광 로드쇼 개최											
	·2024 코리아뷰티 페스티벌 참가업체 공모	·2024 KCTM 참가업체 공모 ·2024 추천 웰니스 관광지 선정 공모 ·중동 한국의료 관광대전	·MICE기업 디지털 전환 지원 ·지역 MICE 산업 활성화 ·2024 ILTM Asia Pacific 참가업체 공모 ·태국 방콕 한국 의료웰니스 관광대전			·MICE기업 디지털 전환 지원						
		·글로벌 K컨벤션 및 융복합 국제회의 육성			·몽골 K-관광 로드쇼 연계 한국의료관광 홍보	·2024 KLTM 참가업체 공모			·2024 ILTM Cannes 참가업체 공모			
			·UNWTO 최우수 관광마을 공모사업									
국민관광 본부	·지역관광추진조직(DMO) 육성 지원		·관광투자유치 지원									
		·디지털관광주민증										
		·문화관광축제 수용태세 개선 ·문화관광축제 과제 지원										
	·무장애 관광 연계성 강화						·2025 열린관광지 조성			·코리아둘레길 쉼터조성 및 프로그램 운영		
관광산업 본부		·여행업계 디지털 전환 지원 ·지역 관광교통 개선 ·지역 쇼핑관광 편의서비스 개선 ·제15회 관광벤처 공모전 ·관광기업 혁신바우처 지원 ·관광 글로벌 선도기업 육성 ·관광 플러스테크		·관광두레 주민사업체 모집						·서울관광기업지원센터 입주기업 선발		
				·대한민국 관광공모전 (기념품 부문)								
			·관광 액셀러레이팅 지원									
관광콘텐츠 전략본부	·지자체 K팝 콘서트 공모 사업		·관광기업 맞춤형 데이터 지원사업	·관광데이터 활용 공모전								
		·2024 빅데이터와 함께하는 똑똑한 컨설팅			·대한민국 관광공모전(사진)							
	·반려동물 친화관광도시 공모											

로드쇼·문화관광대전 및 주요 박람회 참가 일정

* 로드쇼 행사구분 : ▲(B2B), △(B2C), ★(B2B·C) / * 개최 시기·장소 변동 가능

구분	시기	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
로드쇼	중화권			▲칭다오 △광저우	△상하이			△타이베이					
					▲청두·선양								
	일본			★도쿄 ★후쿠오카 ▲오사카			★나고야 △오사카	★삿포로			▲센다이		
	아시아 중동		▲자카르타			△싱가포르 ★하노이 ★카타르 (문화관광대전)	▲쿠알라룸푸르	★마닐라			▲두바이 ★뉴델리(지역 변동 가능)		
									★울란바토르				
	구미주				▲뉴욕 ▲LA					▲시드니 ★토론토 (문화관광대전)	△애틀랜타		
							△파리						
박람회	중화권						·홍콩 국제관광박람회	·중국국제여유박람회					
												·타이베이 국제여전	
	일본									·TOURISM EXPO JAPAN			
	아시아 중동				·카자흐스탄 국제관광박람회	·두바이 ATM			·싱가포르 NATAS	·말레이시아 MATTA			
	구미주			·베를린 국제관광박람회						·프랑스 국제관광박람회		·런던 WTM 세계관광박람회	

Imagine your Korea

2024년 한국관광공사

공모사업계획

I. 공모사업 목록

본부	사업명	공모시기 (예정)	공모대상 및 선정규모 (예정)	담당부서
국제관광본부	2024 KCTM 참가업체 공모	2월	크루즈관광 업계 및 유관기관 (크루즈선사, 전문여행사, RTO 등) 15개 내외	테마관광팀
	2024 ILTM Asia Pacific 참가업체 공모	3월	럭셔리관광 업계 (여행사, 호텔 등) 5개 내외	테마관광팀
	2024 ILTM Cannes 참가업체 공모	3월	럭셔리관광 업계 (여행사, 호텔 등) 10개 내외	테마관광팀
	2024 KLTM 참가업체 공모	6~7월	럭셔리관광 업계 (여행사, 호텔 등) 30개 내외	테마관광팀
	2024 코리아뷰티페스티벌 참가업체 공모	1~2월	의료관광업계(의료기관, 의료관광 유치업체 등), 지자체, 웰니스관광지, K-컬처 유관업계 등 100개 내외	의료웰니스팀
	2024 우수웰니스관광지 선정 공모	2~3월	전국 웰니스관광지 10여 개	의료웰니스팀
	중동 한국의료관광대전	2월	의료관광업계(의료기관, 의료관광 유치업체 등), 지자체 등 20개 내외	의료웰니스팀
	태국 방콕 한국의료웰니스관광대전	3~4월	의료관광업계(의료기관, 의료관광 유치업체 등), 지자체 등 60개 내외	의료웰니스팀
	몽골 K-관광 로드쇼 연계 한국의료관광 홍보	5월	의료관광업계(의료기관, 의료관광 유치업체 등), 지자체 등 30개 내외	의료웰니스팀
	지역 MICE 산업 활성화	3월	지역 국제회의전담조직	MICE기획팀
	MICE 기업 디지털 전환 지원	3월, 6월	국내 MICE 기업 연간 최대 25개	MICE기획팀
	글로벌 K-컨벤션 육성사업	2~3월	K-컨벤션 및 융복합국제회의	MICE협력팀
	UNWTO 최우수 관광마을 공모	3~4월	지자체 및 마을 최대 8개	국제협력팀

본부	사업명	공모시기 (예정)	공모대상 및 선정규모 (예정)	담당부서
국민관광본부	지역관광추진조직 (DMO) 육성 지원	1~2월	단일 기초지자체 단위의 (서울·제주 제외) 지방비 매칭가능 국내법인 10개소 내외	국민관광전략팀
	무장애 관광 연계성 강화	1~2월	광역 및 기초지자체, 1개 권역	관광복지안전센터
	디지털 관광주민증	2~3월	인구감소지역 기초지자체 최대 25개	지역균형관광팀
	문화관광축제 수용태세 개선	2~3월	광역 및 기초지자체, 축제 재단 등 10개소(잠정)	지역관광육성팀
	문화관광축제 과제지원	1~2월	광역 및 기초지자체, 축제 재단 등 10개소(잠정)	지역관광육성팀
	관광투자유치지원	3~4월 (잠정)	광역 및 기초지자체 3개 이내(잠정)	지역관광개발팀
	2025 열린관광지 조성	7~9월	광역 및 기초지자체, 관광지점 30개소	관광복지안전센터
	코리아둘레길 쉼터조성 및 걷기프로그램 운영	10월	기초지자체 5개 내외	레저관광팀
관광산업본부	여행업계 디지털 전환 지원	2~3월	중소 여행사 150개사 내외	관광산업전략팀
	지역 관광교통 개선	2~3월	광역 또는 기초지자체 1개소	안내교통팀
	지역 쇼핑관광 편의서비스 개선	2~3월	광역 또는 기초지자체 1개소	쇼핑숙박팀
	제15회 관광벤처 공모전	2~3월	관광분야 예비 창업자 또는 창업 7년 이내 관광기업 140개 내외 (예비 30, 초기 70, 성장 40)	관광기업창업팀
	관광기업 혁신바우처 지원	2~3월	관광사업 영위 중소기업 150개사	관광기업육성팀
	관광 글로벌 선도기업 육성	2~3월	해외 진출 유망 관광기업 30개사 내외	관광기업육성팀
	관광 플러스테크	2~3월	관광 분야 확장 가능 기술 기업 7개사	관광기업육성팀
	관광 액셀러레이팅 지원	3월	투자 역량을 보유한 초기 관광 스타트업 30개사	관광기업육성팀
	대한민국 관광공모전 (기념품 부문)	4~5월	기념품 업체/ 대한민국 국민 출품작 중 30점 내외	쇼핑숙박팀
	관광두레 주민사업체 모집	4~5월	관광두레 사업 대상지 내 관광사업 신규 창업 또는 경영 개선 희망 주민사업체 30개소 내외	관광기업협력팀 (관광두레파트)
	서울관광기업지원센터 입주기업 선발	10~11월	창업 7년 미만 중소 관광기업 14개사 내외	관광기업협력팀

본부	사업명	공모시기 (예정)	공모대상 및 선정규모 (예정)	담당부서
관광콘텐츠전략본부	반려동물 친화관광도시 조성	1~3월	광역 및 기초지자체 2개 도시	관광콘텐츠전략팀
	지자체 K팝 콘서트 공모	1~2월	지자체 및 RTO, 공공기관 등 4개	한류콘텐츠팀
	관광기업 맞춤형 데이터 지원	3월	웹·앱 등 디지털 채널 보유 관광기업(선정규모 미정)	관광데이터전략팀
	2024 빅데이터와 함께하는 똑똑한 컨설팅	2~3월	전국 기초 지자체 12개소	관광컨설팅팀
	2024 관광데이터 활용 공모전	4~5월	TourAPI를 활용한 앱/웹 서비스 개발 가능한 모든 개인, 기업 80팀	디지털콘텐츠팀
	2024 대한민국 관광 공모전(사진)	5~7월	국민/국내거주 외국인 출품작 중 100점	디지털콘텐츠팀

Ⅱ. 공모사업 세부내용

1. 2024 KCTM 참가업체 공모

– 테마관광팀

추진배경 및 필요성

- 크루즈 관광 업계 판로 개척 지원 및 지역관광·항만인프라 등 홍보를 위한 교류의 장 마련

〈KCTM 개요〉

- 행 사 명 : KCTM(Korea Cruise Travel Mart)
- 일　　자 : 2024. 6. 4(화)
- 장　　소 : 부산
- 참가규모 : 5개국, 33여 개 기관/업체 참가　* '23년도 기준
- 주요내용 : 고부가 테마의 융복합 관광상품 개발 활성화를 위해 국내 기항지 홍보 및 부대행사 진행

공모개요

- 공모내용 : 2024 KCTM 참가업체 공모
- 공모기간 : 2024. 2월 (예정)
- 공모대상 : 크루즈관광 업계(크루즈 선사, 전문 여행사 등) 및 유관기관(RTO, 지자체 등)
- 선정규모 : 15개 내외
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용(안)
  - B2B 상담 테이블 지원
  - 부대행사 및 오찬 지원(진행 시)
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출
- 심사절차(안)

공고 및 신청서접수	→	서류심사	→	선정업체 발표	→	참가자 등록
2월 1~2주		2월 3주		2월 4주		3월 ~

* 신청 업체 수 및 내부 상황에 따라 변동 가능

☎ **문의처 :** 박영희 팀장(033-738-3221), 문지영 차장(033-738-3222)

2. 2024 ILTM Asia Pacific 참가업체 공모

– 테마관광팀

추진배경 및 필요성

- 아시아 최대 규모 럭셔리관광 박람회 참가를 통한 한국 고유 럭셔리관광 콘텐츠 홍보 및 인지도 제고
- 국내 럭셔리관광 업계 공동 참가를 통한 글로벌 네트워크 구축 및 연계 상품화 지원

〈ILTM Asia Pacific 개요〉

- 행 사 명 : ILTM(International Luxury Travel Market) Asia Pacific
- 장　　소 : 싱가포르 마리나베이샌즈(MBS)
- 참가규모 : 25개국, 502명 바이어, 487개 셀러, 125개 부스 참가　* '23년도 기준
- 주요내용 : 아시아 최대 규모 럭셔리관광 박람회로 한국홍보관 운영을 통한 B2B 상담 진행 및 한국 럭셔리관광 설명회(Korea Luxury Night) 개최

공모개요

- 공모내용 : 2024 ILTM Asia Pacific 참가업체 공모
- 공모기간 : 2024. 3월 (예정)
- 공모대상 : 국내 럭셔리관광 업계(여행사, 호텔 등)
- 선정규모 : 5개 내외
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용(안)
  - 한국 홍보관 내 B2B 상담부스 지원
  - 박람회 참가자 패스(Badge) 지원　* 업체당 뱃지 1개 지원
  - 공사 주최 행사 참가 및 만찬 지원 등
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출
- 심사절차(안)

공고 및 신청서접수	→	서류심사	→	선정업체 발표	→	참가자 등록
3월 1~2주		3월 3주		3월 4주		4월 ~

* 신청 업체 수 및 내부 상황에 따라 변동 가능

☎ **문의처 :** 박영희 팀장(033-738-3221), 문지영 차장(033-738-3222)

3. 2024 ILTM Cannes 참가업체 공모

– 테마관광팀

추진배경 및 필요성

- 유럽 최대 규모 럭셔리관광 박람회 참가를 통한 한국 고유 럭셔리관광 콘텐츠 홍보 및 인지도 제고
- 국내 럭셔리관광 업계 공동 참가를 통한 글로벌 네트워크 구축 및 연계 상품화 지원

〈ILTM Cannes 개요〉

- 행 사 명 : ILTM(International Luxury Travel Market) Cannes
- 장　　소 : 프랑스 깐느
- 참가규모 : 약 100개국, 3,000개 업체(바이어/셀러), 5000명 참가　* '21년도 기준
- 주요내용 : 유럽 최대 규모 럭셔리관광 박람회로 한국홍보관 운영을 통한 B2B 상담 진행 및 한국 럭셔리관광 설명회(Korea Luxury Night) 개최

공모개요

- 공모내용 : 2024 ILTM(International Luxury Travel Market) Cannes 참가업체 공모
- 공모기간 : 2024. 3월 (예정)
- 공모대상 : 국내 럭셔리관광 업계(여행사, 호텔 등)
- 선정규모 : 10개 내외
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용(안)
  - 한국 홍보관 내 B2B 상담부스 지원
  - 박람회 참가자 패스(Badge) 지원　* 업체당 뱃지 1개 지원
  - 공사 주최 행사 참가 및 만찬 지원 등
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출
- 심사절차(안)

공고 및 신청서접수	→	서류심사	→	선정업체 발표	→	참가자 등록
9월 1~2주		9월 3주		9월 4주		10월~

* 신청 업체 수 및 내부 상황에 따라 변동 가능

☎ **문의처 :** 박영희 팀장(033-738-3221), 문지영 차장(033-738-3222)

4. 2024 KLTM 참가업체 공모

– 테마관광팀

추진배경 및 필요성

- 국내 럭셔리관광 박람회 개최를 통한 방한 럭셔리관광 인지도 제고
- 해외 업계 유력인사 초청을 통한 글로벌 네트워크 구축 및 관광업계 판로 개척 지원

〈KLTM 개요〉

- 행 사 명 : KLTM(Korea Luxury Travel Mart
- 일　　자 : 2024. 9~10월 중
- 장　　소 : 서울(예정)
- 참가규모 : (해외) 11개국, 27개 업체 / (국내) 41개 업체(72명) * '23년도 기준
- 주요내용 : 해외바이어-국내 셀러 간 비즈니스 상담회, 럭셔리관광 오찬설명회, 환영만찬 및 연계 팸투어 추진 등

공모개요

- 공모내용 : 2024 KLTM(Korea Luxury Travel Mart) 참가업체 공모
- 공모기간 : 2024. 6월 말 (예정)
- 공모대상 : 국내 럭셔리관광 업계(여행사, 호텔, 문화시설 등)
- 선정규모 : 30개 내외
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용(안)
  - B2B 상담 테이블 지원
  - 오찬설명회 및 만찬 참가 지원 등
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출
- 심사절차(안)

공고 및 신청서접수	→	서류심사	→	선정업체 발표	→	참가자 등록
6월 5주~7월 1주		7월 2주		7월 3주		7월 4주~

* 신청 업체 수 및 내부 상황에 따라 변동 가능

☎ **문의처 :** 박영희 팀장(033-738-3221), 문지영 차장(033-738-3222)

5. 2024 코리아뷰티페스티벌 참가업체 공모

– 의료웰니스팀

추진배경 및 필요성

- 건강 증진 및 치유관광 목적의 고부가 외래관광객 유치 기반 조성 및 글로벌 인지도 제고를 위한 국내 초대형 관광이벤트 개최
  * 의료관광 2028년까지 연 12.8% 이상 성장[1] 및 웰니스관광 2027년까지 평균 8.6% 성장 전망[2]
- 의료웰니스 콘텐츠와 연관성이 크고 방한관광객 호감도가 높은 K-컬쳐(뷰티, 한류, 미식)와의 융합 통해 K-컬처 대표 콘텐츠로의 한국 의료·웰니스관광 외연 확대

공모개요

- 공모내용 : 2024 코리아뷰티페스티벌 참가업체 공모
- 공모기간 : 2024. 1월 말~2월 (예정)
- 공모대상 : 의료관광업계(의료기관, 유치업체 등), 지자체, 웰니스관광지, K-컬처 유관기관
- 선정규모 : 100개 내외
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용(안)
  - 메인행사(광화문, 5.31~6.7) 내 홍보부스 지원
  - 트래블마트 및 만찬 통한 B2B 네트워킹 기회 제공
  - 온라인 판촉 프로모션 참가 기회 제공 등
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출
- 심사절차(안)

공고 및 신청서접수	→	서류심사	→	선정업체 발표	→	참가자 등록
1월 말~2월 초		2월 3주		2월 4주		3월~

* 신청 업체 수 및 내부 상황에 따라 변동 가능

1) '21년 글로벌 의료관광 시장규모(1,178억 달러)(키워드로 보는 2023 국제의료 트렌드, 한국보건산업진흥원)
2) '22년 웰니스관광 시장규모(6,510억 달러)(Global Wellness Economy Monitor, Global Wellness Institute)

☎ **문의처 :** 김도희 차장(033-738-3379), 신동화 대리(033-738-3375)

6. 2024 우수웰니스관광지 선정 공모

– 의료웰니스팀

추진배경 및 필요성

- 국내 대표 웰니스 관광지 및 자원 확보 통한 웰니스관광 산업 저변 확대
  * 추천웰니스관광지 운영 규모 : ('21) 51개소 → ('22) 58개소 → ('23) 64개소
- 타 경쟁국과 차별화된 웰니스 관광지 발굴로 한국 웰니스 관광 인지도 제고

공모개요

- 공모내용 : 2024 우수웰니스관광지 선정 공모
- 공모기간 : 2024. 2월 초~3월 (예정)
- 공모대상 : 전국 웰니스관광지
- 선정규모 : 10개 내외
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용(안)
  - 선정된 관광지 성격별(타깃시장, 성장단계 고려 등) 맞춤형 지원체계 운영
  - B2B/C행사 참가 지원을 통한 네트워킹 확대 및 홍보 지원
  - OTA 연계 해외 타깃 상품 유통망 확대, 각종 온라인 광고홍보 지원 등
- 신청방법 : 지자체로부터 후보군 취합 및 1차(서면)·2차(현장) 평가를 통해 선정
  * 지자체별 참가신청방법 상이하기 때문에 세부 신청절차는 소속 지자체에게 문의 필요
- 심사절차(안)

공고 및 신청서접수 (지자체→공사)	→	서류심사 및 현장평가	→	선정업체 발표
2월 1주		2월 2주~3월 2주		3월 3주

* 신청 업체 수 및 내부 상황에 따라 변동 가능

☎ **문의처 :** 김세희 차장(033-738-3372), 방소휘 주임(033-738-3377)

7. 중동 의료관광대전

– 의료웰니스팀

추진배경 및 필요성

- 고부가 의료관광 산업 분야 관광객 유치 확대를 위한 현지 시장별 맞춤형 해외 마케팅 실시
- 중동지역 최대 방한의료관광대전 개최를 통한 중동 타깃 의료관광 홍보 및 인지도 제고

공모개요

- 공모내용 : 중동 의료관광대전(가칭) 참가업체 공모
- 공모기간 : 2024. 2월 (예정)
- 공모대상 : 의료관광업계(의료기관, 유치업체 등), 지자체 등
- 선정규모 : 20개 내외
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용(안)
  - 한국 홍보관 내 일반소비자 대상 상담부스 지원
  - 업계 간 B2B미팅 지원 등
  - 공사 주최 행사 참가 및 만찬 지원 등
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출
- 심사절차(안)

공고 및 신청서접수	→	서류심사	→	선정업체 발표	→	행사 진행
2월 2주~2월 4주		3월 1주		3월 3주		5월 예정

* 신청 업체 수 및 내부 상황에 따라 변동 가능

☎ **문의처 :** 김도희 차장(033-738-3379), 심경섭 대리(033-738-3378)

8. 태국 방콕 한국의료웰니스관광대전

– 의료웰니스팀

추진배경 및 필요성

- 고부가 의료관광 산업 분야 관광객 유치 확대를 위한 현지 시장별 맞춤형 해외 마케팅 실시
- 방한 치료관광 주요 송출국 변화 고려 신흥 방한 의료관광 시장인 태국 대상 방한의료관광 홍보 및 인지도 제고 필요

공모개요

- 공모내용 : 태국 방콕 한국의료웰니스관광대전 참가업체 공모
- 공모기간 : 2024. 3~4월 (예정)
- 공모대상 : 의료관광업계(의료기관, 유치업체 등), 지자체 등
- 선정규모 : 60개 내외
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용(안)
  - 한국 홍보관 내 일반소비자 대상 상담부스 지원
  - 업계 간 B2B미팅 지원 등
  - 공사 주최 행사 참가 및 만찬 지원 등
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출
- 심사절차(안)

공고 및 신청서접수	→	서류심사	→	선정업체 발표	→	행사 진행
3월 말		4월 2주		4월 4주		7월 예정

* 신청 업체 수 및 내부 상황에 따라 변동 가능

☎ **문의처 :** 김도희 차장(033-738-3379), 심경섭 대리(033-738-3378)

9. 몽골 K-관광 로드쇼 연계 한국의료관광 홍보

– 의료웰니스팀

추진배경 및 필요성

- 고부가 의료관광 산업 분야 관광객 유치 확대를 위한 현지 시장별 맞춤형 해외 마케팅 실시
- 방한 치료관광 주요 송출국인 몽골 타깃 방한의료관광 홍보마케팅 강화 필요

공모개요

- 공모내용 : 몽골 K-관광 로드쇼 연계 한국의료관광 참가업체 공모
- 공모기간 : 2024. 5월 (예정)
- 공모대상 : 의료관광업계(의료기관, 유치업체 등), 지자체 등
- 선정규모 : 30개 내외
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용(안)
  - 한국 홍보관 내 일반소비자 대상 상담부스 지원
  - 업계 간 B2B미팅 지원 등
  - 공사 주최 행사 참가 및 만찬 지원 등
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출
- 심사절차(안)

공고 및 신청서접수	→	서류심사	→	선정업체 발표	→	행사 진행
5월 1주~5월 2주		5월 3주		5월 4주		8월 예정

* 신청 업체 수 및 내부 상황에 따라 변동 가능

☎ **문의처 :** 김도희 차장(033-738-3379), 심경섭 대리(033-738-3378)

10. 지역 MICE 산업 활성화 지원 대상 공모

– MICE기획팀

추진배경 및 필요성

- 지역 MICE 마케팅 및 기반조성 활동 지원으로 한국 MICE 경쟁력 강화
- 지역의 고부가 MICE 외래객 유치 지원을 통한 지역 경제 활성화

공모개요

- 공모내용 : 지역 전담조직 지원 근거 부합여부 확인 결과에 따라 지역별 2개 분야 내 사업 신청 (MICE유치 및 홍보마케팅, 지역 MICE 기반 조성)
- 공모기간 : 2024. 3월 중
- 공모대상 : 지역 국제회의전담조직(CVB)
- 선정규모 : 예산규모에 맞게 선정 예정
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용(안)
  - 총 21.14억 원 (각 CVB 사업계획 평가 후 지원규모 결정)
  - 지원사업 분야 : MICE 유치 및 홍보마케팅, 지역 MICE 기반 조성
    (CVB별 지역 MICE 마케팅, 기반조성 사업 추진 지원을 위한 관광진흥개발기금 교부)

프로젝트	세부사업 방향(예시)
MICE 유치 및 홍보마케팅	• 유치 대상 발굴, 유치 활동 추진 및 대내·외 협력 활동 • 해외 언론인 및 주요 의사결정자 대상 온·오프라인 홍보 활동 • MICE 개최지로서 지역 홍보 콘텐츠 제작 및 브랜드 커뮤니케이션 • 지역 간 연계 회의 개최, 광역권 사업 및 프로그램 개발·운영
지역 MICE 기반 조성	• 지역 MICE Alliance 운영 및 MICE 인력 양성, 통계 조사·연구 • MICE 참가자의 소비 유도 마케팅 활동 • 지역특화컨벤션 육성을 통한 부가가치 및 사회·문화적 파급효과 제고 활동 • 미팅테크놀로지 활용 플랫폼 구축·운영 등 디지털 전환 등

- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지에서 세부 신청방법 확인
- 평가방법 : 계량/비계량 평가 (당해연도 사업계획 60% + 전년도 사업성과 40%)
- 관련 홈페이지 : 공사 K-MICE 웹사이트 (https://k-mice.visitkorea.or.kr)

☎ 문의처 : 황건혁 팀장(033-738-3281), 정민주 주임(033-738-3288)

11. MICE 기업 디지털 전환 지원 대상 공모

– MICE기획팀

추진배경 및 필요성

- 코로나19 이후 사업환경 변화 및 MICE 산업 디지털화 가속화 대응
- AI, 빅데이터, 안면인식 기술 등을 활용한 보다 다양하고, 고도화 된 디지털 전환 우수사례 창출 및 국내 MICE 업계 확산 유도

공모개요

- 공모내용 : MICE 업계 디지털 전환 및 혁신 선도를 위한 지원 대상 기업 공모

구분	[상반기] '혁신 프로젝트' 리그	[하반기] '일반 DX' 리그
공모시기	3월 ~ 5월	6월 ~ 7월
공모분야	• **MICE업계 적용 유망 5개 분야** ▸ (인공지능) AI 활용 챗봇, 매칭 서비스 등 ▸ (빅데이터) 고객데이터 활용 Re마케팅 등 ▸ (미팅테크놀로지) AR/VR, 사물인터넷, 위치기반, 안면인식 기술 등	• **디지털 전환을 통한 MICE 업무 프로세스 개선 및 운영 효율화 추진과제** ▸ MICE 유치 목적 웹/앱페이지 개선, ▸ MICE 이벤트 일정관리 및 운영 시스템 디지털화, 웹/앱/SNS 활용 마케팅 등
공통	• **(지원방법)** 과업 성과 및 적정성 평가 후 바우처 형태 사업예산 지원 • **(기타지원)** DX 역량강화 교육 및 전문가 컨설팅 지원	

- 공모대상 : 국내 MICE 기업 (국제회의기획업, 지역 MICE 얼라이언스 회원사 등)
- 선정규모 : 연간 최대 25개 사 (혁신 프로젝트 15개 사, 일반 DX 10개 사)
  * 단, 분야별 공모 접수 및 심사 결과에 따라 지원 대상 수 변동 가능
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용(안)
  - 선정 기업 지원 예산 : 총 24.5억 원
  - 선정 기업의 추진성과 및 적정성 등 평가 후 '바우처' 형태로 예산 지원
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출
- 심사절차(안) : 계량/비계량 평가 (세부사항 '24. 2월 ~ 3월 초 공지 예정)
- 관련 홈페이지 : 한국관광산업포털 내 '스마트 MICE 활성화' 워크스페이스 (https://touraz.kr/workspace/smartMICE / '24. 1분기 중 오픈 예정)

☎ **문의처 :** 황건혁 팀장(033-738-3281), 정민주 주임(033-738-3288)

12. 글로벌 K컨벤션 및 융복합 국제회의 육성

– MICE협력팀

추진배경 및 필요성

- 국내 기반 국제회의 육성을 통한 안정적 MICE 수요 창출
- 지역별 국제회의 정기개최를 통한 지역 경제 파급효과 제고 및 국내 MICE 업계 중장기 성장 토대 마련

공모개요

- 공모내용 : △K컨벤션, △융복합 국제회의 각 분야별 회의 공모

구분	K컨벤션	융복합 국제회의
공모시기	2월 예정	2월 예정
공모분야	• **글로벌화가 가능한 국내개최 국제회의** ▸ 기존 개최 3회 이상 국제회의 ▸ 유망·우수·글로벌 단계별 국제회의 선정 ▸ 기본 3년~최대 6년간 지원금 차등지원	• **K콘텐츠 기반 컨퍼런스와 이벤트, 전시 등을 창의적으로 결합한 국제회의** ▸ 신규기획 또는 개최 3회 미만 국제회의 ▸ 지원예산 1:1 매칭을 통한 사업 운영 ▸ 최대 3년간 지원금 차등지원

- 공모대상
  - (K컨벤션) 국제회의기획업(PCO) 및 국내 학·협회/단체 등
  - (융·복합) 국제회의기획업(PCO) 및 유관기관 연합 컨소시엄 등
- 선정규모 * 추후 변동 가능
  - (K컨벤션) 유망·우수·글로벌 단계별 2개, 총6개 국제회의 선정 예정
  - (융·복합) 신규 융·복합 국제회의 4개 선정 예정(규모미정)
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용(안)
  - 지원예산 : 국제회의 육성단계별 지원금 지원
    * (K컨벤션) 국제회의 단계별 0.8억 ~ 1.5억 차등 지원
    * (융·복합) 3년간 총 6억원 지원(기관 간 1:1 예산 매칭)
  - 지원내용 : 국제회의 개최지원금 및 맞춤형 컨설팅, 연계 홍보·마케팅 등
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 확인 및 신청서 제출
- 심사절차(안) : 계량/비계량 평가 (세부사항 '24. 2월중 공지 예정)
- 관련 홈페이지 : 공사 K-MICE 웹사이트(https://k-mice.visitkorea.or.kr)

☎ **문의처 :** 유여진 차장(033-738-3295), 권하은 주임(033-738-3298)

13. UNWTO 최우수 관광마을 공모

– 국제협력팀

추진배경 및 필요성

- 지역 불균형, 농어촌 인구 감소 등의 문제 해결을 위해 관광을 통한 농어촌 개발 촉진
- 한국관광 인지도 제고를 통한 외국인 관광객 유치 도모

공모개요

- 공모내용 : '제4회 UNWTO 최우수 관광마을 공모전' 출품 후보 마을 선정 및 심화컨설팅 지원
- 공모기간 : 상반기 중
- 공모대상 : 지자체
  * 거주자 15,000명 미만인 마을로 농업, 임업, 축산, 어업 등 경제활동을 하고 이를 기반으로 지역 커뮤니티 가치 및 생활방식을 공유하는 곳
- 선정규모 : 최대 8개 마을(2023년 기준)
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용 : 비예산
  - (심화컨설팅 지원) 후보마을 선정 후 현장실사를 통한 응모신청서 작성을 위한 심화컨설팅 지원
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출
- 심사절차 : 1차 서류심사 및 2차 PT 심사
- 관련 홈페이지 : https://www.unwto.org/tourism-villages/en/

☎ **문의처 :** 김재성 차장(033-738-3474), 조예지 대리(033-738-3476)

14. 지역관광추진조직(DMO) 육성 지원 대상 공모

국민관광전략팀

추진 목적

- (지역 주도 발전) 기초지자체 단위의 지역관광추진조직(DMO) 발굴 및 체계적 육성으로 지역·주민 주도의 지역 균형발전 및 지역관광 자생력 강화 유도
- (협업체계 강화) '공사-DMO-지역주민' 협업체계 강화 및 지역관광 활성화 기여

공모개요

- 공모내용 : 2024년도 DMO 육성지원 사업자 공모
- 공모기간 : 2024.1.10(수) ~ 2024.2.8.(목)
- 공모대상 : 지역관광추진조직(DMO) 육성 지원 선정 목적에 부합하는 국내 법인
  - 단일 기초자치단체(시·군·구) 단위에서 지역관광사업 추진 역량 및 네트워크 보유 국내법인(서울·제주 제외)
  - 지방비 매칭 가능 법인 - 소재지 지자체장의 확인서 확보
    * 단일지역 사업자 지원 원칙으로 복수 지자체 연계 지원 불가
- 선정규모 : 1단계(신규) 및 2단계(3년차) 10개소
  - 사업 참여 연차에 따라 1단계와 2단계 사업자 공모로 구분

1단계	2단계
신규(1년차) 참여 조직	본 사업에 2회 기 참여 조직('24년 기준 3년차 진입)

* '19년 시범사업 참여 이력은 참여 횟수에서 제외 / 본 사업에 1회 기 참여 조직은 공모 대상에서 제외

- **(선정 시)** 지원내용
  - **(지원예산)** 단계별 차등 지원

구분	지원예산	지원기간
1단계(1~2년차)	총 2억 원 (국비 1억 + 지방비1억)	2년
2단계(3~5년차)	총 2.5억 원(국비 1.5억 + 지방비 1억) *연차별 자부담 별도(5%→10%→20%)	3년

  - **(지원내용)** 네트워킹 및 역량 강화, 우수사례 홍보마케팅, 컨설팅 등 지원
- 공고게시 : 투어라즈(www.touraz.kr) 및 e나라도움 누리집(www.gosims.go.kr)
- 심사절차 : 1차평가(서류심사) → 2차평가(발표 및 최종심사)
- 관련 홈페이지 : 투어라즈(touraz.kr) 및 e나라도움 홈페이지 공고(예정)

기타(선정 계획)

- 1차 평가(2월 초), 2차 평가(2월 중순) 및 최종선정(2월 말) 예정

☎ **문의처 :** 문소연 팀장(033-738-3401), 이은선 차장 (033-738-3406)

15. 2024년 무장애 관광 연계성 강화 사업 대상 공모

– 관광복지안전센터

추진배경 및 필요성

- 국내 장애인구 및 고령인구 급증에 따른, 보편적 인권으로서 관광욕구 증대 및 무장애 관광환경 대비 필요성 증가
- 관광취약계층이 관광활동을 영위할 수 있도록 개별관광지, 교통, 숙박·식음시설 등의 접근성 개선 및 연계성 강화 필요

공모개요

- 공모내용 : 2024년 무장애 관광 연계성 강화(舊 무장애 관광도시) 사업 대상지 선정
- 공모기간 : 2024.1.8.(월)~2024.2.29.(목)
- 신청자격 : 기초 지자체(시,군, 자치구) 또는 기초-광역 지자체 연계 신청
  * 광역지자체(시·도)가 그에 속한 2~3개의 기초 지자체와 함께 신청하는 경우 광역지자체를 대표로 하여 신청 가능
- 선정규모 : 1개 권역
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용
  - **(지원예산)** 3년간 국비 최대 40억원 지원(1·2차년도 각 15억원, 3차년도 10억원)
    * 지방비 100% 이상 매칭 필수(2, 3년차 지원 예산 규모는 재정당국과 협의)
  - **(지원내용)** 권역 내 관광교통 및 관광인프라 개선, 무장애 관광 서비스·상품 개발 등 분야별 전문 컨설팅 제공, 홍보마케팅 지원 등
- 심사절차 : 전문가 심사위원단 구성, 서면심사 및 현장평가
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지에서 세부 신청방법 확인
- 관련 홈페이지 : access.visitkorea.or.kr

기타(유의사항 등)

- 홈페이지 및 공문을 통해 지자체에 고지 예정

- ☎ **문의처 :** 주성희 센터장(033-738-3421), 박소영 파트장(033-738-3556)

16. 2024년 디지털 관광주민증 참여지역 공모

– 지역균형관광팀

추진배경 및 필요성

- 지방 소멸 위기에 대응하여 인구감소지역의 여행 할인 혜택 제공 사업인 「디지털 관광주민증」 추진 지역 확대로 생활인구 및 지역 관광 활력 제고

공모개요

- 공모내용 : 2024년 디지털 관광주민증 신규 참여지역 선정
- 공모기간 : 2024년 2~3월
- 공모대상 : 인구감소지역 74개 지자체(기존 15개 참여 지자체 제외)
- 선정규모 : 15개소 내외
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용
  - **(지원예산)** 해당사항 없음
  - **(지원내용)** 통합 웹페이지 연계 지자체별 주민증 발급, 지역업체 홍보·방문 지원, 지역 행사 연계 홍보마케팅 등
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출
- 심사절차 : 내외부 전문가 심사위원단 구성, 서류 심사
  * 지역특화 콘텐츠의 다양성, 기존 참여지역과의 연계효과, 지자체 사업 참여의지 등 심사기준 수립
- 관련 홈페이지 : 대한민국 구석구석 〉 디지털 관광주민증

기타(유의사항 등)

- 홈페이지 및 공문을 통해 지자체에 고지 예정
- 관광산업포털(touraz.kr)을 통해 서류 접수 및 선정결과 발표 예정

☎ **문의처 :** 권영미 팀장(033-738-3671), 박수현 차장(033-738-3679)

17. 문화관광축제 수용태세 개선 지원 대상 공모

– 지역관광육성팀

추진배경 및 필요성

- 축제 대국민 신뢰 회복을 위한 착한 축제먹거리 사업 전개
- 축제장 먹거리를 통한 지역 관광 활성화 및 균형발전 모색

공모개요

- 공모내용 : 축제 불편사항 해결을 위하여 관광 수용태세 개선 지원
- 공모기간 : 2024년 2~3월
- 공모대상 : 2024-2025 문화관광축제*
  * '24년 1월 현재 현행 25개 축제 지정 완료 및 1월 중 명예 축제 지정 예정
- 신청주체 : 문화관광축제 주최 광역 및 기초지자체 또는 축제 운영 재단 등
- 선정규모 : 광역 및 기초지자체, 축제재단 등 10개소(잠정)
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용
  - **(총 예 산)** 600백만원
  - **(지원방식)** 축제 수요조사에 따른 공사 맞춤형 간접지원을 통한 결과물 주최측 이관
  - **(지원내용)** 축제별 특화 먹거리 개발, 축제장 먹거리 부스 운영 지원 등
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출 * 공모 관련 광역 지자체 대상 공문 발송 별도 진행
- 심사절차 : 추후 공문 안내 예정
  ※ 공모 선정 및 지원 규모, 지원내용 등 문체부, 개별 축제기구 의견 수렴 후 확정 예정

기타(선정 계획)

- 사업 공고 : '23년 12월 중
- 평가 : 1차 평가('24년 2월 중순), 2차 평가('24년 2월 말) 및 최종선정(3월 초) 예정

☎ **문의처 :** 김광식 팀장(033-738-3631), 이승엽 차장(033-738-3640)

18. 문화관광축제 과제지원 대상 공모

– 지역관광육성팀

추진배경 및 필요성

- 관광 및 축제 트렌드 반영 지속가능 축제 개최 환경 조성
- 축제를 통한 지역관광 활성화 지원
- 정부 정책기조 등 축제 당면 과제 해결을 통한 지속가능 발전 방향 제시

공모개요

- 공모내용 : 연도별 축제환경에 맞는 지정과제를 정하여 지원
  * ('23년) ESG 개최지원/통합마케팅 지원
- 공모기간 : 2024년 1~2월
- 공모대상 : 2024-2025 문화관광축제*
  * '24년 1월 현재 현행 25개 축제 지정 완료 및 1월 중 명예 축제 지정 예정
- 신청주체 : 문화관광축제 주최 광역 및 기초지자체 또는 축제 운영 재단 등
- 선정규모 : 광역 및 기초지자체, 축제재단 등 10개소(잠정)
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용
  - **(지원예산)** 400백만원 (잠정)
    * 축제 측 수요에 따라 공사 주체 맞춤형 지원 실시(간접지원)
  - **(지원내용)** 축제 연계 숙박상품 개발, 축제장-방문객 거점도시 간 셔틀버스 운영 및 축제장 내 편의시설(주차장, 유아시설 등) 확충 등
    * 세부내용 추후 확정 예정(지원규모에 따라 내용 변경 가능)
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출 * 공모 관련 광역 지자체 대상 공문 발송 별도 진행
- 심사절차 : 1차평가(서류심사) → 2차평가(발표 및 최종심사)
  ※ 공모 선정 및 지원 규모, 지원내용 등 문체부, 개별 축제기구 의견 수렴 후 확정 예정

기타(선정 계획)

- 사업 공고 : '23년 12월 중
- 평가 : 1차 평가('24년 1월 말), 2차 평가('24년 2월 초) 및 최종선정(2월 중순) 예정

☎ **문의처 :** 김광식 팀장(033-738-3631), 이승엽 차장(033-738-3640)

19. 2024 관광투자유치 지원 대상 공모

– 지역관광개발팀

추진배경 및 필요성

- 지역관광 경쟁력 강화 및 지역경제 활력 제고를 위한 관광투자유치 활성화 필요성 대두
- 지역 투자자원 발굴 및 매력도 강화 컨설팅 지원, 투자설명회 개최 등 참가 상품 홍보 활동을 통한 관광투자 활성화 토대 마련

공모개요

- 공모내용 : 공공 추진 관광개발사업 중 투자유치 지원 대상 공모(서울, 제주 제외)
- 공모기간 : 2024. 3~4월 중 (예정)
- 공모대상 : 광역 및 기초 지자체 대상
- 선정규모 : 3개 이내(잠정) 지자체 선정
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용
  - **(지원예산)** 해당사항 없음
  - **(지원내용)** 대상지별 투자유치 매력도 강화 전문가 컨설팅 및 상품 홍보(국내·외 투자 박람회 참가, 투자유치설명회 개최 등) 지원 등
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지에서 세부 신청방법 확인 * 공모신청서 공문 제출
- 심사절차 : 1차 서면심사 및 2차 현장평가 (PT평가 포함)

☎ **문의처 :** 이상태 팀장(033-738-3541), 정승신 차장(033-738-3550)

20. 2025년 열린관광지 조성 공모

– 관광복지안전센터

추진배경 및 필요성

- 전 국민의 균등한 관광활동 여건 조성으로 관광향유권 보장
- 장애인, 고령자, 영유아 동반가족, 임산부 등을 포함한 모든 관광객이 이동 불편 및 관광활동의 제약없이 안전하고 편리하게 여행할 수 있는 환경 조성

공모개요

- 공모내용 : 2025년 열린관광지 조성 대상지 선정
- 공모기간 : 2024년 7~9월 (예정)
- 공모대상 : 2~4개소의 국내 관광지점*으로 구성된 '관광권역'
  * 자연적 또는 문화적 관광자원·관광명소
- 선정규모 : 30개소
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용
  - **(지원예산)** 관광지점 개소당 국비 2.5억원 지원 * 지방비 1:1 매칭 필수
  - **(지원내용)** 무장애관광 환경 조성 단계별(사업계획-설계-시공) 전문 컨설팅, 열린관광지 종사자 교육, 나눔여행 지원, 열린관광지 홍보 등
- 신청자격 : 광역(시,도) 및 기초 자치단체(시, 군, 자치구)
- 심사절차 : 전문가 심사위원단 구성, 서면심사 및 현장평가
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지에서 세부 신청방법 확인
- 관련 홈페이지 : access.visitkorea.or.kr

기타(유의사항 등)

- 홈페이지 및 공문을 통해 지자체에 고지 예정

☎ **문의처 :** 주성희 센터장(033-738-3421), 박소영 파트장(033-738-3556)

21. 코리아둘레길 쉼터 조성 및 걷기 프로그램 운영 지원 대상 공모

– 레저관광팀

추진배경 및 필요성

- 코리아둘레길(4,500km) 전 구간 개통 예정에 따른 걷기여행자 이용편의 제고
- 코리아둘레길 이용 활성화 및 지역관광 콘텐츠 확대를 위한 주변 관광자원 연계 코리아둘레길 걷기여행 프로그램 개발·운영

공모개요(안) ※ 공모 가이드라인 수립 중(세부내용, 일정 변경 가능)

- 공모내용 : 코둘(해파랑, 남파랑, 서해랑) 쉼터 조성 및 걷기여행 프로그램 운영 사업계획 공모·선정, 컨설팅 지원으로 사업계획 구체화 및 운영 효율화, 홍보마케팅 지원
- 공모기간 : 2024년 10월 (예정)
- 공모대상 : 기초지자체
- 선정규모 : 5개 내외 지자체
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용
  - **(지원예산)** 350백만 원 (지자체당 70백만원 내외)
  - **(지원내용)** 쉼터 조성 및 운영비(인건비 등), 걷기 프로그램 개발 및 운영, 노선 정비(풀베기, 안내사인 보수 등), 홍보마케팅, 교육프로그램 운영 등
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지에서 세부 신청방법 확인
- 추진일정

공모계획수립, 설명회	→	공모, 및 선정 발표	→	자문(컨설팅)	→	사업추진
’24.9월		10~12월		’25.3~11월		’25.3~12월

☎ **문의처 :** 주상건 팀장(033-738-3431), 강영애 전문위원(033-738-3441)

22. 여행업계 디지털 전환 지원

– 관광산업전략팀

추진배경 및 필요성

- 급변하는 여행 트렌드 및 디지털 환경변화 대응을 위한 여행업계 디지털 인프라 구축 및 기업·종사자 역량 강화 필요

공모개요

- 공모내용 : 수혜기업별 디지털 전환 과제 수행 및 역량 강화 프로그램(개별 컨설팅, 디지털 역량 교육 지원, DX 세미나 개최 등) 통합 지원
- 공모기간 : 2024년 2~3월 중
- 공모대상
  - (공 통) 관광사업자등록증상 「관광진흥법」 여행업종을 영위하는 법인 또는 개인사업자
  - (입문형) 중소기업기본법/소상공인기본법상 기업 분류 기준에 따른 소기업 및 소상공인
  - (활용형) 중소기업기본법/소상공인기본법상 기업 분류 기준에 따른 중소기업

    ※ 입문형 : 초기 디지털 전환 과제 수행 / 활용형 : 디지털 전환 고도화 과제 수행
- 선정규모 : 150개사 내외(선정규모 변동 가능성 있음)
- 지원예산 : 3,690백만 원(선정규모에 따라 변동 가능성 있음)

  ※ 기업 당 유형별 지원 예산 : 입문형 20백만원, 활용형 40백만원
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출
- 평가절차
  - 입문형 : 서류평가(1차) → 선정
  - 활용형 : 서류평가(1차) → 발표평가(2차) → 선정

기타(유의사항 등)

- 공사/정부/산하기관 주관 유사사업 참가기업 및 2023년도 동 사업 제재 기업(중복수혜, 과제 미수행 등)은 선발 제외

☎ 문의처 : 홍현선 팀장(033-738-3611), 윤혜영 차장(033-738-3616)

23. 지역 관광교통 개선

– 안내교통팀

추진배경 및 필요성

- 외래 관광객의 수도권 집중 현상 완화 및 수요 분산을 위하여 지역 관광 인프라 개선 사업 지속 필요
- 지역 관광교통 인프라 개선을 통한 외래 관광객 유치 기반 강화 필요

공모개요

- 공모내용 : 지자체 관광교통 체계 컨설팅 지원, 관광지 연계 관광교통 수단 도입·운영, 다국어 정보·교통 편의서비스 제공 및 관광교통 인프라 홍보 등 개선사업 지원
- 공모기간 : 2024년 2~3월 중
- 공모대상 : 광역 또는 기초지자체
- 선정규모 : 1개 지자체
- 지원예산 : 지자체당 890백만 원(지방비 동일 규모 이상 매칭 조건)
  ※ 국비/민간보조 500백만원, 지자체보조 390백만원
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지에서 세부 신청방법 확인
- 평가절차 : 서류평가(1차) → 현장평가 및 종합평가(2·3차)

☎ **문의처 :** 박혜은 팀장(033-738-3721), 여인혁 차장(033-738-3726)

24. 지역 쇼핑관광 편의서비스 개선

– 쇼핑숙박팀

추진배경 및 필요성

- 지자체 주도로 지역 특색에 맞춘 쇼핑관광 편의서비스를 개선함으로써 외국인 관광객 대상 쇼핑 편의성 및 만족도 제고 필요
- 외래관광객 쇼핑관광 시 쇼핑 지역·품목·장소의 편중성 해소

공모개요

- 공모내용 : 지자체별 사업계획 수립 및 공모 신청을 통해 지자체 선정
- 공모기간 : 2024년 2~3월 중
- 공모대상 : 광역 또는 기초지자체

쇼핑편의 서비스 구축 및 운영	• 사후면세(즉시환급) 상권가 조성 • 모바일 페이 등 간편결제 시스템 구축 • 핸즈프리(짐 보관 및 발송 서비스) 제공 • 쇼핑 도우미 활용 방한 외래객 현장 지원 • 쇼핑관광 트래블라운지(관광객 편의공간) 조성 • 쇼핑 불편 접수 내역, 사업성과 분석 등 환류
다국어 안내체계 및 접객 서비스 강화	• 온·오프라인 안내체계 정비 • 외래 관광객 접객 서비스 교육 실시
쇼핑관광 콘텐츠 기획 및 제작	• 지역 쇼핑지 연계 홍보 콘텐츠 제작·설치 • 쇼핑관광 활성화를 위한 정례 이벤트 실시 • 지역 특색 반영 쇼핑 상품(아이템) 개발 • 해외 여행사 팸투어 연계 여행 상품 개발

※ 공모 세부내용은 변경될 수 있음.

- 선정규모 : 1개 지자체
- 지원예산 : 지자체당 300백만 원(지방비 동일 규모 이상 매칭 조건)
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지에서 세부 신청방법 확인
- 평가절차 : 서류평가(1차) → 현장 발표평가(2차)

☎ 문의처 : 박민정 팀장(033-738-3351), 정은지 차장(033-738-3357), 안상용 주임(033-738-3367)

25. 제15회 관광벤처 공모전

– 관광기업창업팀

추진배경 및 필요성

- 창의적인 관광사업 아이템을 보유한 기업의 성장과 도약을 지원하여 한국관광 산업 경쟁력 강화 및 관광 분야 일자리 창출에 기여

공모개요

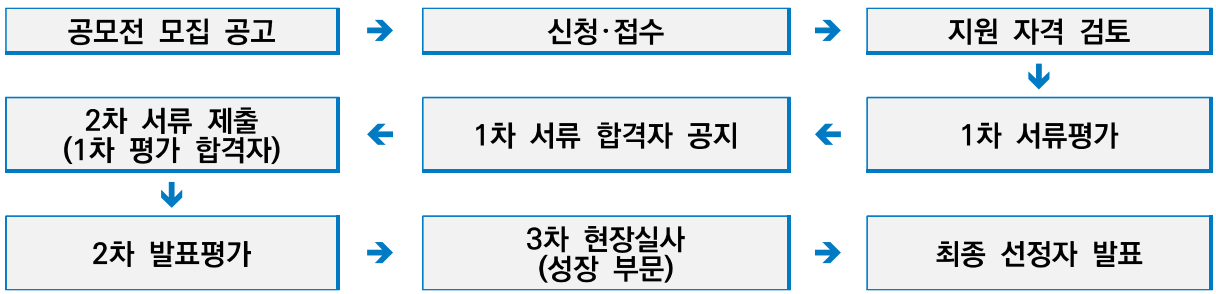
- 공모 부문 및 지원 대상

예비관광벤처	초기관광벤처	성장관광벤처
관광과 관련한 창의적인 창업 아이템을 계획 중인 예비 (재)창업자의 성공적인 창업 활동 지원	관광 분야 창업 아이템을 보유한 업력 3년 이내 초기 창업자의 성공적인 창업 확대 지원	관광 분야 창업 아이템을 보유한 업력 3년 초과 7년 이내 기업의 성장과 도약 지원

- 선정규모 : 3개 부문 140개* 내외
  ※ 예비 30개 / 초기 70개 / 성장 40개
- 지원내용 : 사업화 자금(기업별 평균 5.5천만 원) 및 특화 프로그램
  ※ 창업 활동에 필요한 사업화 지원금 최소 3천만원~최대 1억원 지원
  (인건비, 재료비, 유·무형 자산취득비, 외주용역비, 광고선전비 등에 활용)
  ※ 맞춤형 창업 역량 강화 교육·컨설팅, 홍보·판로개척, 네트워킹·투자유치 지원 등
- 지원기간 : 협약 후 7개월 이내(2024년 5~11월)

참가방법

- 신청시기 : 2024년 2~3월 중
- 신청방법 : 온라인 접수(touraz.or.kr)
- 평가절차 : 지원자격 검토 → 서류평가 → 발표평가 → 현장실사 → 선정



기타(유의사항 등)

- 관광 관련 창업아이템으로 직접 수익사업이 가능한 자만 참가 가능
- 동일 아이템으로 타 부처 및 공공기관 등에서 사업화 자금을 지원받고 있는 자, 한국관광공사 지원 사업 중복 수혜자, 휴업 기업 등 지원 제외

☎ 문의처 : 정용안 팀장(02-729-9462), 이근희 차장(02-729-9458)

26. 관광기업 혁신바우처 지원

– 관광기업육성팀

추진배경 및 필요성

- 혁신 활동 지원으로 중소관광기업의 성장 기반 마련
- 기업별 현황 및 요구에 맞는 사업 지원을 통한 관광 분야 특화 프로그램 운영

공모개요

- 공모기간 : 2024년 2~3월 중
- 공모대상 : 중소기업기본법상 중소기업 중 관광 관련 업종 또는 관광 융·복합 업종 등 관광 관련 사업 영위 사업체로, 법인사업자 또는 개인사업자로 등록된 사업체
- 선정규모 : 150개사
- (선정 시) 지원예산 및 내용
  - 지원예산 : 5,250백만 원
  - 지원내용 : 선정 유형별 지원예산을 바우처로 지급

    (대형 1억 원×15개사, 중형 0.5억 원×35개사, 소형 0.2억 원×100개사)

    ※ 이 중 대형 2개사, 중형 5개사는 숙박업계 신기술 도입 전용 지원 바우처로 지정
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지에서 세부 신청방법 확인
- 평가절차 : 내·외부 평가위원 5~7인에 의한 서류(1차) 및 발표(2차) 평가
  - (1차) 제출 서류 기반 평가항목별 적/부 평가 및 사업계획 정성 평가
  - (2차) 1차 자격심의를 통과한 기업 대상 발표 평가(중·대형만 해당)
- 관련 홈페이지 : http://tourvoucher.or.kr

☎ 문의처 : 정근희 팀장(02-729-9551), 김석일 차장(02-729-9463),
고민주 대리(02-729-9554)

27. 관광 글로벌 선도기업 육성 (관광 글로벌 챌린지 프로그램)

– 관광기업육성팀

추진배경 및 필요성

- 유망 관광기업의 해외진출 지원을 통한 관광 분야 글로벌 선도기업 육성

공모개요

- 공모기간 : 2024년 2~3월 중
- 공모대상 : 해외진출 희망 유망 관광벤처기업
- 선정규모 : 30개사 내외
- 지원예산 및 내용
  - (사업화 자금 지원) 최소 1억원~최대 2억원 * 평가결과에 따라 기업별 차등 지급
  - (글로벌 챌린지 프로그램) 시장 검증, 해외 멘토링, 해외 비즈니스매칭(바이어/투자자 등), 해외 로드쇼, 데모데이 등 해외 특화 액셀러레이터(전담 운영사) 연계 밀착 해외 진출 액셀러레이팅 프로그램 지원
  - (후속 지원) 우수기업 대상 후속 사업화 자금, 공사 해외지사 연계 기업 현지 진출 지원 등
  - 정부 부처 통합 경진대회 “도전! K-스타트업” 참여 기회 제공
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출
- 평가절차 : 적격평가 → 1차 서류평가 → 2차 발표평가

기타(유의사항 등)

- (신청자격 제한) 글로벌 진출 관련 동일 아이템으로 타 부처 및 공공기관 등에서 사업화 자금을 지원받고 있는 자, 한국관광공사 지원 사업 중복수혜자, 휴업기업 등
- 실제 공모 시 세부사항 변경 가능성 있음.

☎ **문의처 :** 정근희 팀장(02-729-9551), 김혜연 차장(02-729-9492)

28. 관광 플러스테크 (유망기술기업 관광사업화 지원)

– 관광기업육성팀

추진배경 및 필요성

- 관광 분야 확장 가능 기술 기업 발굴 및 융복합 관광 활성화

공모개요

- 공모기간 : 2024년 2~3월 중
- 공모대상 : 국가연구개발사업(중기부 TIPS 포함) 참여기업 중 하기 요건 충족 기업
  - 관광 산업과 연계를 강화할 수 있는 기술·비즈니스 모델(BM) 기업
  - 관광 분야는 아니더라도 기술·BM을 통해 관광시장을 확대할 수 있는 기업
- 선정규모 : 7개사
- 지원예산 및 내용
  - 기업별 관광 특화 사업화 자금 지원(연간 최대 2억, 최대 2년간 지원)
  - 기업 단계별 맞춤 관광 사업화 지원(BM 개발 및 고도화, 수요 검증, 실증화 지원 등)
  - 정부 부처 통합 경진대회 “도전! K-스타트업” 참여 기회 제공
  - 기타 관광 산업 교육, 국내 투자유치 지원, 관광산업 네트워킹 지원
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출
- 평가절차 : 적격평가 → 1차 서류평가 → 2차 발표평가

기타(유의사항 등)

- 실제 공모 시 세부사항 변경 가능성 있음.

☎ 문의처 : 정근희 팀장(02-729-9551), 김혜연 차장(02-729-9492)

29. 관광 액셀러레이팅 지원 (관광 액셀러레이팅 프로그램)

– 관광기업육성팀

추진배경 및 필요성

- 관광 분야 특화 액셀러레이팅 프로그램 및 사업화 자금 지원을 통한 초기 관광 기업의 성장 가속화

공모개요

- 공모기간 : 2024년 3월 중
- 공모대상 : 투자 유치 역량을 보유한 창업 3년 이내 초기 관광 스타트업
- 선정규모 : 30개사
- 지원예산 및 내용
  - 기업별 사업화자금 지원 6천만 원
  - 관광 분야 전문 창업기획자(액셀러레이터)*를 통한 스케일업 프로그램** 제공
    ※ 창업기획자(액셀러레이터) : 초기 스타트업을 발굴하여 엔젤투자, 사업 공간, 멘토링 등 종합 서비스를 제공하는 창업 촉진 전문 회사
    ※ 스케일업 프로그램 : 비즈니스 진단, 역량강화 교육, 컨설팅, 멘토링, 홍보마케팅, 네트워킹, 투자유치 지원 등을 아우르는 단기 고속 성장 프로그램
  - 참여기업 대상 인지도 제고 및 홍보판로 개척 지원(박람회/행사 지원, 지자체/RTO/대기업/관광업계 간 네트워킹 등)
  - 정부 부처 통합 경진대회 “도전! K-스타트업” 참여 기회 제공
  - 우수 참여기업 대상 담당 액셀러레이터 직접투자 기회 제공
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출
- 평가절차 : 적격평가 → 1차 서류평가 → 2차 발표평가

기타(유의사항 등)

- 실제 공모 시 세부사항 변경 가능성 있음.

☎ 문의처 : 정근희 팀장(02-729-9551), 김석일 차장(02-729-9463)

30. 대한민국 관광공모전(기념품 부문)

– 쇼핑숙박팀

추진배경 및 필요성

- 대한민국을 대표하는 우수 관광기념품 발굴 및 집중 육성
- 수상작 상품 개선 등 유통 활성화 지원을 통한 관광기념품 경쟁력 강화 및 관광산업 성장 기반 마련

공모개요

- 공모내용 : 한국의 역사·문화·자연·관광지·먹거리 등 특색을 반영하고, 국내·외 관광객이 구매 가능한 우수한 관광기념품 선정
- 공모기간 : 2024년 4~5월 중
- 공모대상 : 대한민국 국민(만 18세 이상)

분 야	출품 조건	출품 자격
일 반	현재 유통 중이거나 유통 예정인 국내 생산 제품	관련 분야 사업자 또는 법인
해외특화	외래관광객 대상 특화 제품으로 현재 유통 중이거나 유통 예정인 국내 생산 제품	관련 분야 사업자 또는 법인

※ 공모 분야(일반/해외특화)는 변경될 수 있음.

- 선정규모 : 25점 내외
  ※ 선정 규모는 변경될 수 있음.
- 지원내용
  - 대통령상, 국무총리상, 문화체육관광부 장관상, 한국관광공사 사장상 등 총 7개 상훈 시상
  - 상품 개선 및 유통 활성화 지원(전문가 컨설팅, 입점 및 민간기업 협업 지원 등)
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지에서 세부 신청방법 확인
- 평가절차 : 서류평가(1차) → 실물평가(2차) → 면접평가(3차)

기타(유의사항 등)

- 특허권, 상품권, 저작권 등 법적 분쟁의 소지가 있는 제품, 최종 원산지가 대한민국이 아닌 제품 등 응모 제한
  ※ 최종 내역은 향후 공모 요강 참고

☎ 문의처 : 박민정 팀장(033-738-3351), 정은지 차장(033-738-3357), 장재은 대리(033-738-3369)

31. 관광두레 주민사업체 모집

– 관광기업협력팀 관광두레파트

추진배경 및 필요성

- 지역 주민공동체가 주도하는 관광사업체의 성공적인 창업과 자립·발전을 통한 지속가능한 지역 발전 선순환 구조 확립

공모개요

- 공모내용 : 주민사업체 대상 기본 5년간 창업, 경영개선, 컨설팅, 홍보마케팅 등 사업화 지원
- 공모기간 : 2024년 4~5월
- 공모대상 : 관광사업 신규 창업 또는 경영개선 희망 주민사업체
  ※ 공모 신청 가능 지역 : 2024년 한국관광공사 관광두레 사업 1~4년차 지자체
- 선정규모 : 40개소 내외
- 지원예산 : 5년간 성장단계별 지원(최대 110백만 원)
  - (1차년) 5백만 원, (2차년) 15백만 원, (3~5차년) 진단평가에 의해 결정되는 성장단계(예비/초기/성장)에 따라 15~30백만 원까지 지원
    ※ 2~4년차 지자체에서 선발되는 주민사업체는 최대 4년(2년차)~2년(4년차) 지원
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지에서 세부 신청방법 확인
- 평가절차 : 1차 서류평가 → 2차 온라인 아카데미 및 현장실사 → 3차 발표평가 → 최종 선정
- 관련 홈페이지 : tourdure.visitkorea.or.kr/home

☎ **문의처 :** 김중택 파트장(02-729-9586), 최유정 전문위원(02-729-9414)

32. 서울관광기업지원센터 입주기업 선발

– 관광기업협력팀

추진배경 및 필요성

- 성장 가능 관광기업 발굴 및 육성으로 관광기업 경쟁력 강화를 통한 관광산업 활성화 도모

공모개요

- 공모기간 : 2024년 10~11월
- 공모대상 : 중소기업 중 관광 관련 사업자로 모집공고일 기준 창업 7년 미만의 법인사업자 또는 개인사업자
- 선정규모 : 공실 공간
- 지원내용 : 임차료 정부보조금 지원, 맞춤형 컨설팅 및 교육, 네트워킹 등 육성 프로그램 지원
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지에서 세부 신청방법 확인
- 평가절차 : 서류 및 발표 평가

기타(유의사항 등)

- (신청자격 제한) 입주기간 내, 타 정부지원(공공기관, 지자체, 대학 등) 보육센터 중복 입주 불가

※ 최종 내역 향후 공모 요강 참고

☎ 문의처 : 조영백 팀장(02-729-9412), 김영미 차장(02-729-9487)

33. 반려동물 친화관광도시 선정 공모

– 관광콘텐츠전략팀

추진배경 및 필요성

- 반려동물 양육 가구 확대 및 반려동물 가족화로 반려동물 동반여행수요 증가에 맞는 관광환경 조성
- 반려동물 동반관광 붐업을 통해 지역관광 확대, 지역경제 활성화 및 지역소멸 완화
- 반려동물 친화관광 활성화 체계 구축 필요

공모개요(안) ※ 공모 가이드라인 수립 중(세부내용, 일정 변경 가능)

- 공모내용 : 지자체의 반려동물 친화관광도시 조성계획을 공모·선정, 전문가 컨설팅 지원으로 조성계획 구체화, 사업 추진
- 공모기간 : 2024년 1.15. ~ 2.20.
- 공모대상 : 광역 및 기초지자체
- 선정규모 : 2개 도시
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용
  - **(지원예산)** 지역별 2.5억 원
  - **(지원내용)** 반려동물 친화관광 콘텐츠 개발 및 운영·관리 지원, 기반 구축 및 저변확대, 홍보·마케팅
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지에서 세부 신청방법 확인
- 추진일정

사업계획 제출	→	평가/선정/발표	→	자문(컨설팅)	→	사업추진
'24.1.15.(월)~ 2.20.(화) *설명회 1.18.(목)		2~3월		3월 중순		4~12월

☎ **문의처 :** 조윤미 팀장(033-738-3561), 안희수 대리(033-738-3565)

34. 지자체 K팝 콘서트 공모

– 한류콘텐츠팀

추진배경 및 필요성

- 지자체 대표 K팝 콘텐츠 육성을 통한 지방 방한객 유치 견인
- 콘서트 개최 지역 연계 한류관광상품 코스화로 지역관광 활성화
- 글로벌 방송 채널, OTT 등 유력매체 활용 지역관광 홍보 확대

공모개요

- 공모내용 : 지자체에서 개최하는 K팝 콘서트
  * 주최 혹은 주관하는 콘서트에 한함 (‘후원’인 경우 해당 없음)
- 공모기간 : 2024. 1. 22. ~ 2. 15.
- 공모대상 : 지자체 및 RTO, 공공기관 등
- 선정규모 : 4개
- **(선정 시)** 지원예산 및 내용
  - **(지원예산)** 10억 원 (2억*2개, 3억*2개)
  - **(지원내용)** 콘서트 개최 연계 국내·외 홍보 마케팅 비용
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지에서 세부 신청방법 확인
- 심사절차(안)

공모접수	→	PT심사	→	최종 확정	→	건별 예산 교부 및 지원
1월 4주		2월 3주		2월 4주		3월~

* 심사위원 : 내·외부 관련 업계 전문가 7명 내외

☎ **문의처 :** 곽재연 팀장(033-738-3651), 박은정 차장(033-738-3654)

35. 관광기업 맞춤형 데이터 지원 대상 공모

– 관광데이터전략팀

추진배경 및 필요성

- 관광기업의 **데이터 기반 성장견인**을 위한 **데이터 기반 문제해결 및 역량 내재화** 지원

공모개요

- 공모분야(각 분야별 1개만 참여 가능)
  - 데이터 분석환경 구축 및 시각화(13개사 내외)
    * GA4(Google Analytics : 웹·앱의 사용자 행동을 추적하고 분석하는 도구) 등 애널리틱스 환경설정 고도화 및 컨설팅, KPI 시각화 지원 등
  - 그로스해킹(Growth Hacking)* 기반 데이터 컨설팅(10개사 내외)
    * 데이터를 기반으로 마케팅 채널에 대한 실험을 빠르게 반복적으로 실행하면서 효율적 성장을 추구하는 컨설팅
- 공모기간 : 2024년 3월 중
- 공모대상 : 웹·앱 등 디지털 채널을 보유하고 있는 관광분야 사업 영위 중소기업
- 선정규모 : 총 23개사 내외
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지 확인 후 참가신청서 제출
- 심사절차 : 공모신청 - 서류심사 - 인터뷰* - 선정
  * 인터뷰는 '그로스해킹 기반 데이터 컨설팅' 분야만 시행
- 주최기관 : 한국관광공사(관광데이터실)

기타(유의사항 등)

- 전문 컨설턴트가 각 기업별 1:1 배정되어 지원 예정이며, 선발기업은 **컨설팅에 성실히 참여**하여야 함. 사업의 중대 하자 등으로 원활한 추진 불가 시 지원이 중단될 수 있음

☎ **문의처 :** 이미숙 팀장(033-738-3311), 김지형 차장(033-738-3316)

36. 2024 빅데이터와 함께하는 똑똑한 컨설팅 지원 대상 공모

– 관광컨설팅팀

추진배경 및 필요성

- 빅데이터 기반 사업진단 및 분석, 신규 사업 제시 등으로 지역 간 역량 차이 해소

공모개요

- 공모내용 : 빅데이터 기반 컨설팅 및 연계 사업실행 지원을 희망하는 기초지자체
- 공모기간 : 2024년 2~3월 중
- 공모대상 : 전국 기초지자체
- 선정규모 : 기초지자체 12개소 예정
- 사업주요내용
  - (컨설팅 제공) 데이터 기반 지역관광개발사업 컨설팅 및 신규 사업 제안으로 관광개발사업의 효율적인 추진 및 지역관광 활성화 지원
    * 컨설팅 분야 : 빅데이터 분석(관광빅데이터플랫폼 적재 데이터 및 공공·소셜·기업데이터 등), 설문조사 및 이해관계자 심층 인터뷰, 전문가 자문 등
  - (사업실행력 강화) 컨설팅 연계 지자체-관광벤처기업 협력사업 발굴 및 실행 지원
  - (컨설팅 모델구축 및 성과분석) 지역관광개발사업에 대한 컨설팅 모델구축 및 장·단기 성과분석
- 신청방법 : 공문 발송을 통한 공모신청
- 심사절차 : 공모신청-서류심사-인터뷰(화상/대면)-선정
  * 공모시기, 심사방법은 일부 조정될 수 있음

기타(유의사항 등)

- 공모 대상은 운영 중인 지역관광개발사업으로 한정

☎ **문의처 :** 신용규 차장(033-738-3453), 이승현 주임(033-738-3463)

37. 2024 관광데이터 활용 공모전

– 디지털콘텐츠팀

추진배경 및 필요성

- 디지털플랫폼정부 구현 등 정부 정책과 공공데이터 활용 활성화를 선도하여 삶의 질 향상 및 국민 경제 발전에 이바지
- 산업 간 융합·확산과 디지털 신기술 발전의 가속화에 따라 TourAPI 활용 신규 및 융복합 서비스 개발을 통해 관광 산업 활성화에 기여

공모개요

- 공모내용 : 한국관광공사 관광정보 개방서비스 TourAPI를 활용한 앱/웹 서비스 개발
- 공모기간 : 2024년 4~5월
- 공모대상 : TourAPI를 활용한 앱/웹 서비스 개발 가능한 모든 개인, 기업
- 선정규모 : 대상(1), 최우수상(8), 우수상(16), 장려상(55) 등 80팀('23년 기준)
- 지원사항 : 수상별 포상금 지급 및 사후 홍보지원
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지에서 세부 신청방법 확인
- 심사절차
  - (1차심사) 접수된 제안서 1차 심사를 통하여 팀 선정(5월)
  - (서비스 개발) 1차 선정 팀 대상 서비스 개발 진행(6~10월)
  - (2차심사) 개발 완료된 팀 대상 기능 심사(10월)
  - (최종심사) 2차심사 상위 9팀 대상 PT를 통한 최종심사(11월)

    * 심사항목 : 공공데이터 활용 적절성, 독창성, 시장성, 효과성 등

☎ **문의처 :** 김경수 팀장(033-738-3821), 민지영 차장(033-738-3823)

38. 2024 대한민국 관광공모전 (사진)

– 디지털콘텐츠팀

추진배경 및 필요성

- 방한관광 우수사진 콘텐츠 발굴 및 공모전 수상작 대내외 마케팅 활용으로 한국관광 이미지 제고
- 관광 사진공모전을 통해 지역홍보와 문화 교류로 지역사회와 관광산업에 기여

공모개요

- 공모내용 : 한국관광 매력이 잘 표현된 사진 공모 (3개 부문)
- 공모기간 : 2024년 5~7월
- 공모대상 : 국민, 국내거주 외국인
- 선정부문 : 디지털카메라/스마트폰/드론
- 선정규모 : 100점
- (선정 시) 지원예산 및 내용 : 시상금 및 상장 수여
  * 총 상금 5천만원, 대통령상(대상)·장관상(금상)·사장상(은상/동상/입선) 등 상장 수여
- 신청방법 : 한국관광산업포털 투어라즈(touraz.kr)내 공고/공모 페이지에서 세부 신청방법 확인
- 심사절차 : 1차 심사 → 2차 국민참여 심사(온라인 투표) → 3차 심사

기타(유의사항 등)

- 수상작에 대한 저작권 활용 동의 확보 (공공누리 1유형)

☎ 문의처 : 김경수 팀장(033-738-3821), 김다정 차장(033-738-3813)

Imagine your Korea

2024년 국제관광본부

사업계획

2024년
국제관광본부 사업계획

Ⅰ. 국제관광본부 사업체계 ····· 97
Ⅱ. 2024년 국제관광본부 사업계획 ····· 98
1. 국제관광본부 핵심사업 ····· 98
2. 국제마케팅실 ····· 100
2.1 국제관광전략팀 ····· 100
2.2 중국팀 ····· 104
2.3 일본팀 ····· 109
2.4 아시아중동팀 ····· 113
2.5 구미대양주팀 ····· 120
2.6 한국방문의해추진단 ····· 124
3. 국제마케팅지원실 ····· 127
3.1 테마관광팀 ····· 127
3.2 의료웰니스팀 ····· 132
3.3 해외디지털마케팅팀 ····· 137
4. MICE실 ····· 143
4.1 MICE기획팀 ····· 143
4.2 MICE협력팀 ····· 149
4.3 MICE마케팅팀 ····· 154
4.4 국제협력팀 ····· 159

Ⅰ. 국제관광본부 사업체계

미래상

여행으로 국민을 행복하게 하고, 관광으로 국부를 증진하는 공공기관

민간이 주도하고
지역이 발전하는
관광산업 성장을 지원합니다.

다양한 관광 매력으로
새로운 여행경험을 제공합니다.

전략방향

지속가능경영으로
국민의 신뢰를 제고합니다.

전략과제

한국관광 대표 콘텐츠 육성	지역관광 균형 발전 촉진	관광 생태계 ESG 실천
여행객 맞춤형 마케팅 강화	관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성	내부통제 강화를 통한 윤리청렴 조직 구현
관광 부가가치 및 브랜드 제고	관광 종합 플랫폼 기반 데이터 개방 및 협업 확대	효율성 중심 경영체계 구축
디지털 기반 관광서비스 확산		

본부목표

인바운드 미래성장으로 세계인이 찾는 관광대국 실현
(외래관광객 유치 목표 : ('24년) 2천만 명, ('27년) 3천만 명)

전략방향

①매력적인 스토리
방한관광의
범위확장을 통한
미래수요 다각화

②세분화된 포지셔닝
관광여정 전반을 고려한
타깃마케팅으로
방한수요 촉진

③차별화된 브랜딩
한국관광 브랜드
가치제고를 통한
방한 충성도 강화

전략과제

K-컬처와 관광의 융복합 확장	목표시장별 특화마케팅 집중 추진	지역관광 브랜드 글로벌 확산
고부가 관광 콘텐츠 발굴 확대	민·관 파트너십을 통한 방한 프로모션	지속가능관광 생태계 조성
글로벌 비즈니스관광 유치 증대	데이터기반 마케팅 활성화	방한관광 여건 및 편의 개선

II. 2024년 국제관광본부 사업계획

1 국제관광본부 핵심사업

	사업명	주요 사업내용	담당부서
1	2024년 K-관광 로드쇼 개최 (전 세계 25대 거점 도시)	• 한국문화(K-콘텐츠)와 한국관광을 포괄하는 전 세계 25대 거점 도시 대규모 릴레이 종합 홍보행사 개최 - (B2C) K-콘텐츠 활용 및 연계 다양한 체험 이벤트 개최 등 - (B2B) 트래블 마트 개최, 업계 비즈니스 네트워크 확장 지원(K-콘텐츠 해외 진출 지원), 업계 공동 판촉 등	국제관광 전략팀, 지역팀
2	지역 협업 K-컬처 교류 단체 집중 유치	• 지역별 SIT 테마·타깃 맞춤형 상품소재 개발 • 중국 여행업계 대상 디지털 협업체계 구축 • 지역관광 심화반 운영, 지자체·업계 공동 판촉	중국팀
3	일본인 선호 콘텐츠 활용 지방관광 프로모션	• 미식·로컬 체험 중심 '맛있는 한국' 프로모션 • 수도권·동남권 지역특화음식 활용 지자체 공동 유치 캠페인 등	일본팀
4	동남아 동반유형별 가족친화 방한관광 캠페인	• 가족관광 콘텐츠 발굴 및 제공 • 한국을 전 세대 가족관광목적지로 브랜딩 및 타깃별·국가별 맞춤 마케팅 실시(상품 개발 및 주요 OTA과의 공동 프로모션 등 포함)	아시아 중동팀
5	고부가가치 시장 개척을 위한 다문화 맞춤형 환대 인프라 조성	• 민관 공동 마케팅 협의체 운영 • 다문화 맞춤형 인프라 조사, 홍보 및 마케팅 전략 수립	아시아 중동팀
6	구미주 교육여행 방한객 유치	• 중·고교생 대상 맞춤형 방한 수학여행 지원제도 운영 • 대학 한국학과 전공생 타깃 방한관광 홍보 강화 • 청년층 타깃 갭이어 및 자기계발 방한객 유치 등	구미 대양주팀
7	한국방문의 해 기념 대규모 방한외래객 유치 프로모션 (코리아버킷리스트 프로모션)	• 방한(희망)외래객 대상 한국관광 버킷리스트(K-콘텐츠 + 관광 융합 콘텐츠) 체험 기회 제공	한국 방문의해 추진단
8	e스포츠 관광 활성화를 통한 미래세대 방한수요 선점	• e스포츠 종주국인 한국 선수들에 대한 팬덤 및 인프라 활용 외래객 유치(팸투어, 로드쇼, 특화상품 개발 등)	테마관광팀
9	한국 의료웰니스 관광 대형 캠페인 전개 (2024 코리아뷰티페스티벌)	• 온라인 의료웰니스관광 상품 특별 판촉전(붐업조성) • 광화문 거점 메인페스티벌 개최(집중마케팅) • 연간 방한국가별 맞춤형 프로모션 실시(인지도제고)	의료 웰니스팀
10	VISITKOREA 혁신으로 2천만 외래객 유치 기여	• VISITKOREA 활용 대내외 협업 및 통합 마케팅 강화 • 여행 숏주기 맞춤형 한국관광정보 서비스 제고	해외 디지털 마케팅팀

사업명		주요 사업내용	담당부서
11	디지털 전환을 통한 한국 MICE산업 경쟁력 제고	• 2024 스마트 MICE 활성화 공모 – 공모 및 평가를 통해 최대 25개사 선정, 과제 실행 사업예산 지원 및 전문가 컨설팅 제공 – 지원분야 ① (혁신 프로젝트) MICE업계 적용 유망 분야 * 인공지능(AI), 빅데이터, 미팅테크놀로지 등 ② (일반 DX) 업무 프로세스 개선 및 효율화	MICE 기획팀
12	지역 MICE조직 협력 중대형 국제회의 유치	• 지역 협력 중대형 국제회의 유치를 위한 유치마케팅 전략 수립 및 서비스 제공 • 해외지사 통한 유치현장 마케팅활동 지원 • 국제회의 의사결정권자 방한 답사 지원	MICE 협력팀
13	기업회의·인센티브 유치 신규 시장 발굴 확대	• 인도/중동/미주지역 등 신규 수요 발굴을 위한 해외 마케팅 활동 • K-콘텐츠 기반 시장별 맞춤형 유치 및 지원 활동	MICE 마케팅팀
14	2024 개발도상국 관광지도자 벤치마킹 사업연수	• 개발도상국 12개국 관광분야 고위급, 실무급 공무원 초청 정책포럼 및 연수 지원 • 정책사업 액션플랜 1위 국가대상 심화컨설팅 및 찾아가는 연수 사업 지원	국제 협력팀

2 국제마케팅실 사업계획

추진방향

- 공통 사업발굴 및 모듈을 적용한 통합마케팅 추진으로 성과확대 노력
  - 한국방문의 해 글로벌 브랜딩 및 주요거점별 대대적인 방한수요 촉진
  - 종합적인 시장분석을 통한 타깃시장 세분화 및 맞춤형 마케팅 강화
  - 인바운드 업계 유통(관광수출) 지원확대 및 OTA협업 공동 마케팅 추진
- 시장별 세부 환경분석에 따른 시장맞춤형 전략수립 및 사업추진
  - **(중화권)** 중국 경제위기, 개별관광으로의 전환에 따른 단체관광재개 효과 약화 등 중국 및 홍콩, 대만의 주력시장 회복을 위한 효과적인 전략설정
  - **(일 본)** 엔저현상 지속, 방일한국인 급증으로 인한 노선확보 어려움 등 제약요인 극복을 위한 고부가 상품개발 및 재방문율 증가 마케팅 추진
  - **(아중동)** K-ETA·비자문제로 인한 마케팅 한계 발생, 무슬림 수용태세 등 장애요인 지속 개선요구와 동시에 한류 활용 등 방한시장 양적 성장 견인
  - **(구미주)** 시장의 다양성, 이동거리 약점극복 등을 위한 다양한 유형의 타깃 맞춤형 테마상품 개발을 통해서 방한관광 질적 성장 선도

2.1 국제관광전략팀 사업계획

핵심사업

(1) 2024년 K-관광 로드쇼 개최 (전 세계 25대 거점 도시)

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성, 여행객 맞춤형 마케팅 강화, 관광 부가가치 및 브랜드 제고

전 세계 25대 거점도시 '대규모 릴레이' 한국관광 종합 홍보행사 개최

- 주력·잠재 시장 맞춤형 마케팅 전개 ⇒ 정상화된 해외여행 수요 적극 유치
- 관광업계 글로벌 네트워크 확장 ⇒ K-콘텐츠 해외 진출 지원

추진배경 및 목적

- 정부·지자체·관광공사(재단)·여행업계 합동 해외 주력·잠재 시장 내 '대규모 릴레이' 한국관광 홍보행사 개최를 통한 **해외여행 수요 유치** 및 **관광업계**(벤처기업 등) **글로벌 네트워크 확장** 및 **K-콘텐츠** 해외 판로 개척 지원

주요 개선사항

'24년 개선사항	**[주력+잠재시장 대상 & 대규모 릴레이 개최를 통한 방한시장 도약·성장]** – **(2선 시장 공략)** 인바운드 성장성까지 고려한 2선 잠재시장 도시를 포함하여 개최 – **(개최지 확대)** '23년 15개 도시에서 '24년 25개 도시로 확대 개최

사업내용

- (행사개요) 전 세계적 한류 열기가 방한 관광 수요로 직결되도록 한국 문화와 관광을 포괄하는 종합 홍보행사 개최

구분	내용
(B2B) **국내-해외 관광업계 네트워크 구축 지원**	• 트래블 마트 개최를 통한 국내 관광업계* 해외 현지 비즈니스 네트워크 확장 지원(해외 주요 여행업자 소개 및 비즈니스 상담 주선) • 개막식 등 공식 행사 개최를 통한 '한국관광 핵심동향*' 종합 홍보
(B2C) **해외 현지 소비자 대상 한국 문화·관광 체험 이벤트 개최**	• 新한류 콘텐츠* 연계 다양한 체험** 이벤트 개최를 통한 '한국' 종합 홍보 * K-Pop, K-Drama, K-Classic, K-Food, K-Beauty, K-Fashion(한복) 등 • (국내 공동 참가기업) 한국관광 상품·서비스 현장 할인 판매
(B2B / B2C) **로드쇼 개최 연계 미디어 홍보**	• 국내외 유력 매체 및 소셜 미디어 활용 로드쇼 행사 연계 한국관광 홍보

- (개최지역) 방한시장 도약·성장을 위해 홍보효과가 큰 대도시 및 인바운드 성장을 기준으로 선정한 18개국 25개 도시

• (중화권-6) 칭다오, 광저우, 청두, 선양, 상하이, 타이베이
• (일 본-6) 도쿄, 후쿠오카, 오사카, 나고야, 삿포로, 센다이
• (아중동-8) 자카르타, 두바이, 하노이, 쿠알라룸푸르, 싱가포르, 울란바토르, 마닐라, 뉴델리
• (구미주-5) 뉴욕, 로스앤젤레스, 파리, 시드니, 애틀랜타

추진일정

- 상반기 집중 개최(총 25개 도시 중 16개 도시)를 통해 홍보효과가 하반기까지 지속·확대되도록 유도

지역	분기			
	1	2	3	4
중화권	• 칭다오 ▸ 광저우	▸ 상하이 • 청두 • 선양	▸ 타이베이	
일 본	★ 도쿄 • 오사카 ★ 후쿠오카	▸ 오사카 ▸ 나고야	▸ 삿포로	• 센다이
아중동	• 자카르타	★ 하노이 • 쿠알라룸푸르 ▸ 싱가포르	★ 울란바토르 ★ 마닐라	• 두바이 ★ 뉴델리
구미주		• 뉴욕 • 로스앤젤레스 ▸ 파리	•• 시드니	▸ 애틀랜타

* 행사형태 구분 : •B2B, ▸B2C, ★B2B+B2C

주요사업

(2) 2024년 신흥시장 홍보지점 운영으로 신시장 개척

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성, 여행객 맞춤형 마케팅 강화, 관광 부가가치 및 브랜드 제고

'27년 3천만 명 유치목표 달성을 위한 신시장 개척 및 네트워크 확장 필요

- 기동성이 높은 홍보지점* 형태로 現 해외조직망 보완적 실행체계 구축

  * (홍보지점) 주재원 파견 없이 현지 마케팅 전문사와 계약을 통해서 네트워크 구축 및 홍보마케팅 추진

사업내용

- (선정지역) 시장성 평가 등을 통해 방한 잠재력이 큰 지역 우선 선정

  • (아중동-3) 사우디아라비아(리야드), 카타르(도하), 우즈베키스탄(타슈켄트)
  • (구미주-7) 이탈리아(밀라노), 스웨덴(스톡홀름), 폴란드(바르샤바), 브라질(상파울루), 미국(시카고), 캐나다(밴쿠버), 뉴질랜드(오클랜드)

- (주요사업) 현지 시장조사, 여행업계 발굴, 언론 홍보, 온·오프라인 홍보 마케팅 등 일반 공통사업 및 지역별 현지 특성에 맞는 특화사업 추진

사업분류	추진주체	사업유형
일반 운영관리	관할지사	• 대행사 선정·과업관리, 전담인력 채용, 현장점검 등 실적관리
일반 공통사업	대행사	• **[기반조성]** 현지 시장조사·분석 및 정기 동향보고 • **[B2B]** 현지 업계 DB 생성관리, 세일즈콜(대면 vs 비대면), 팸투어 • **[B2C·PR]** SNS·인플루언서 마케팅, 언론 홍보 및 기사화 • **[협업]** OTA 방한캠페인, 항공사 프로모션, 기타 유관단체 등
현지 특화사업	관할지사 + 대행사	• [B2B] 국내 업계 초청 B2B 마트 • [B2C] 현지 방한관광 설명회, 로드쇼 등

(성과관리) 운영실적 평가를 통한 개선점 도출 등 사업지속 가능성 확보

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
기획		사전 시장 조사 및 계획수립, 대행사 선정 및 과업착수										
운영						해외지사별 홍보지점 운영						

일반사업

사업명	주요 사업내용
관광-항공 연계 외래객 유치 활성화	• 관광-항공 연계 지역관광 활성화(상품개발 및 홍보 등) • 타깃 시장 대상 수요촉진을 위한 홍보마케팅 • 환승 주요시장 대상 환승관광 홍보마케팅
관광거점도시 통합 홍보 마케팅 지원	• 관광거점도시 통합 홍보 마케팅 • 관광거점도시 통합 홍보 마케팅 성과분석 및 협력체계 운영

2.2 중국팀 사업계획

핵심사업

(1) 지역 협업 K-컬처 교류 단체 집중 유치

진흥계획 협업

– 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화, 지역관광 균형 발전 촉진

중화권 방한시장, 양적·질적 확대로 외래객 3천만 시대 선도
- 지자체·업계 디지털 협업 채널 구축 및 방한상품 기획 고도화
- 중화권 여행행태 변화 및 방한수요 다변화 대응 맞춤형 방한상품 개발 확대

추진배경 및 목적

- 지자체·업계 협업체계 강화를 통한 지역관광 활성화 및 방한시장 회복 가속화
- 중화권 소비자 여행행태 급변* 및 수요 다변화**대응, 지역 SIT관광 전환 및 방한상품 다양화 지원

* 중국인 해외여행행태 연령·거주지에 따른 분화 심화
- (1–2선도시/청년층) 개별여행 선호, 뷰티, 미식, 예술 등 목적이 선명한 테마의 체험형 여행 관심 증대, FIT 선호 및 단체상품 소규모화(5인 단체 보편화) 뚜렷
- (3선이하/장노년층) 패키지 단체상품 주 소비층, 전세기·페리 등 여객 연계 중대형 수요

** 단체의 경우, 상품 설계 단계에서 소비자 직접 참여 높은 SIT, DIY 상품 증가

주요 개선사항

'24년 개선사항	**[중화권 방한상품개발 지원체계 견고화·고도화로 방한시장 양질화 도모]** – 공사·지자체·여행업계 간의 방한상품개발 **협업 체계 구축, 업계 비즈니스 접점 일원화** – '방한상품 소재발굴–상품개발–판로개척' 전반에 대한 **업계 지원체계 고도화** – 여행 트렌드 변화 대응 위한 **지자체별 특화 콘텐츠 강화로 지역관광 활성화** – 여행수요(중대형 교류단체, SIT 등) **맞춤형 방한상품 개발 확대**

사업내용

① 지역별 SIT 소재 발굴

본사 + 지자체 협업, 소재 개발 및 공급

- 테마 · 타깃 맞춤 소재 발굴
  - 지자체별 공동 지역별 SIT 집중테마 선정 및 소재 발굴
  - 지자체별 차별화된 고유테마로 지역 간 과다 경쟁 방지 및 다양한 지역으로 방한객 확산

+

② 상품기획·개발

지사 + 중국 현지 송객사

- 디지털 협업 체계 구축
  - 중국 위챗 기반 원스톱 상시 협업 채널 운영
  → 상품 소재 적시 공급으로 상품개발 리드타임 단축
  → 커뮤니케이션 접점 일원화

+

③ 공동모객

본·지사-송객사/SIT단체 + 지자체-지역업계

- 지역관광심화
  - 지자체별 SIT 팸투어 및 미니 트래블마트 개최 등 공동 모객
  - K-관광로드쇼 연계 중국 현지 SIT 단체 유치 세일즈 강화

- **(테마·타깃 맞춤 상품소재 개발)** 중화권 여행 트렌드 변화 대응, **지자체 공모를 통한 지역별 SIT 집중테마 선정** 및 상품화
  * 특히 광역지자체(또는 RTO) 청소년/시니어 및 특수목적(문화예술, 스포츠 등) 단체 대상의 교류 프로그램 및 콘텐츠 소개

〈 맞춤형 상품 테마 및 소재 발굴(안) 〉

테마	소 재(안)	핵심타깃
취미	• 스포츠경기(축구, 야구 등), 아마추어 스포츠 대회(골프, 바둑 등), 합창·콩쿠르 대회, 아트페어·전시 등	회원제 클럽, 동호회 등
전문가	• 미용, 메이크업, 베이커리, 요리 등 연수 프로그램	직업학교, 직능협회 등
가족	• 유아·청소년 원데이클래스, 가족 인생샷 등 체험	맘카페 등
청소년	• 유소년 스포츠클럽(축구, 농구 등) 프로그램	스포츠클럽
럭셔리	• 1선 도시(상하이, 광저우 등) 중심 개별여행수요 맞춤 소그룹 상품, 웰니스·골프 등 럭셔리 소재	2030 여성 1선도시 중상류층

- **(디지털 협업체계 구축)** 현지 업계 대상 위챗 미니프로그램 채널 구축, 방한상품 소재 즉시 공급, 지원정책 안내 등으로 업계 커뮤니케이션 강화
- **(지역관광 심화반 운영)** 지역 SIT 심화 팸투어, 미니 트래블마트 개최, K-관광로드쇼 연계 공동 설명회* 개최 등 지자체·업계 공동 판촉
  * 칭다오 로드쇼(3월) 연계 지자체별 한중 청소년 태권도 교류, 합창대회, 청소년 축구 캠프, 시니어 게이트볼 교류전, 광장무대회 등 **구체적인 테마, 계획 보유 지자체 우선 협업**
  * 중국 페리, 전세기 운항 주체(홀세일러) 공동 현지 순회 판촉설명회 개최 지원 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
B2B 플랫폼 구축, 지자체별 상품화 테마 공모												
테마별 상품소재 발굴												
지역관광심화반 운영, 공동 홍보판촉활동												
K-관광로드쇼/해외 박람회 연계 세일즈												

주요사업

(2) 중화권 미래시장 Z세대 공략 마케팅 추진

진흥계획 협업

– 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화

추진배경 및 목적

- 중국의 문화·소비·여행트렌드를 주도하는 MZ세대 타깃 특화 마케팅으로 성장 잠재력 높은 방한 미래 세대 공략
- 국내 교육기관 연계 학생단체 유치 및 체험활동 강화로 방한 수요 확대, 청년층 방한 이미지·만족도 제고를 통한 재방문 수요 창출

사업내용

- **(예비대학생 방한단체 대상 캠퍼스 투어)** 국내 주요 대학 협력 통한 캠퍼스 투어, 교내 중화권 유학생 경험소개 및 교류 등 추진
- **(교육연수, VFR 유치)** 국내 대학 공동 중화권 신입생 유치 설명회, 유학생 전용 상품 운영 여행사와 상품 기획 및 판촉 지원 등
- **(중화권 현지 대학생 타깃 판촉 프로모션)** 방학·졸업 등 대학 주요 학사일정 연계 테마 상품 개발 및 판촉, 방한 특별 지원 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
청소년 사전유치 마케팅												
유학생 스쿨어택 이벤트												
국내 대학 공동 설명회												
대학생 방한 프로모션												

(3) 편리미엄 한국여행(便利MIUM)', 모바일페이 간편결제 캠페인

진흥계획 협업

– 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화, 디지털 기반 관광 서비스 확산

추진배경 및 목적

- 중화권 주요 결제수단인 모바일페이 간편결제 활성화를 통한 방한객 편의 제공
- 방한 소비 증대 통한 내수 활성화 및 모바일 간편결제 친화 세대인 MZ세대 유치 강화
  * 중국 내 월평균 소비액의 80% 이상을 위챗, 유니온 페이 등으로 사용하며, 대만 소비자의 80%가 모바일페이 이용

사업내용

- **(모바일페이 연계 방한 FIT 관광 활성화 프로모션)** 간편결제 서비스 제공 페이사 협업 및 방한 수요가 높은 중화권 주요 연휴 연계 프로모션 등 추진
- **(외래객 편의 제공 및 국내 업계지원)** 모바일페이 가맹점 확대 통한 관광 편의 제공 및 국내 업계 경쟁력 제고 지원
  * 교통/숙박, 관광콘텐츠(관광지, 공연 등) 지역 거점도시 중심 집중 확대 예정
- **(데이터마케팅 강화)** 주요시장 방한객 소비 패턴 파악, 타깃 정교화 등 마케팅 인사이트 도출

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
전체 프로모션 및 온라인 이벤트 기획												
주요연휴 연계 프로모션 등 실시												
프로모션 실행결과 분석 및 보고서 제작												

일반사업

사업명	주요 사업내용
'지금 한국' 중화권 맞춤형 FIT 마케팅	• 포스트 코로나 시대 달라진 '지금 한국' 관광 콘텐츠, 세대맞춤 콘텐츠 제공 및 리브랜딩 • 방한 FIT 지원체계 구축을 통한 업계 콘텐츠 제공 및 공동 메가이벤트 규모화
유관업계 공동 방한관광 유치 마케팅	• 중화권 주요 박람회 참가 등 방한관광 집중 홍보 • 국내외 한국관광분야 회의 참가 및 교류지원
인플루언서·매체 활용 방한관광 홍보 강화	• 중화권 현지 송객 여행사 협력 인플루언서 연계 상품 인지도 제고 및 상품 모객 판촉 지원
한중일 관광협력	• 국내 개최 관광전 연계 인접국 공동 역외 관광객 유치 마케팅 • 한중일 역외관광 상품 개발을 위한 업계 지원 및 환류
중화권 지사 현지 방한관광마케팅	• 타깃 맞춤형 마케팅 및 방한관광 고부가화 • 유관기관 협업 강화 및 인바운드 유치기반 확대 • FIT유치 마케팅 및 한국관광 브랜드 홍보 강화

2.3 일본팀 사업계획

핵심사업

(1) 일본인 선호 콘텐츠 활용 지역관광 활성화 프로모션

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성, 지역관광 균형 발전 촉진

음식·체험기반 경험 다양화를 통한 지역관광시대 개막 지원 강화
- 일본인 방한 수요 총량 확대를 위한 선호 콘텐츠 타깃별 맞춤 제공
- 2대 거점연계 지역 확산 (서울→강원·경기·충청 / 부산→경북·경남·전라)

추진배경 및 목적

- 일본인 방한 희망활동 1위 '맛집·미식 탐방(64.1%)', 선호하는 한국여행 스타일 '현지 음식체험' → **"음식" 콘텐츠 선호도 가장 높음**
- **서울·부산 2대 거점 연계 광역지역으로 관광객 분산 추진**
  * 서울 집중 심화 : '19년 72.7% → '22년 81.3% (2019, 2022 외래관광객 조사)
  * 한일노선 서울·부산 집중(전체 노선 중 81%가 서울/부산, '23년 12월 기준) 및 엑스포 유치 홍보 추진한 '국제관광도시 부산' 브랜드 이미지 활용

주요 개선사항

'24년 개선사항	– **(수요 맞춤형 제공)** 기존 전 연령대 대상 공통된 콘텐츠 제공에서 벗어나 세대별 선호하는 음식 콘텐츠 발굴을 통한 일본인 전체 방한수요 확대 – **(방문지역 확대)** 일본인 주요 방한 방문지인 서울·부산 연계 수도권, 동남권으로 방한 수요 전환 시도를 통한 방한 관광의 지속성장 역량확충

사업내용

- 미식·로컬 체험 중심 '맛있는 한국(가칭)' 프로모션(3월~)
  * 미쉐린가이드(부산, '24년 2월) 발간 연계 지자체 공동 미식관광 홍보
  * 세대별 선호 K-푸드 연계 관광콘텐츠 홍보, 방한 성수기(골든위크 등) 일본인 선호 관광지(성수동 등) 내 '맛있는 한국 주간' 팝업스토어 개최 등
- 수도권·동남권 지역특화음식 활용 지자체 공동 유치 캠페인(4월~)
  * 수원-왕갈비, 경북-안동찜닭 등 수도권·동남권의 주요 음식관광 콘텐츠 활용 지자체 협업 지방모객 캠페인(셔틀버스, 관광지 할인쿠폰 제공 등) 추진

- 지역음식 테마축제 및 체험콘텐츠 연계 홍보, 상품화 추진(연중)
  * 대구-치맥페스티벌, 강릉-커피축제 등 음식테마축제 홍보, 체험 콘텐츠 개발, 일본 현지 여행업계 공동 지방상품 개발, OTA공동 지역 체험 프로그램 지원 등
- 일본 현지의 한국 전문가가 선정한 '미식 30선(絶品30選)*' 콘텐츠 활용 방한상품 구입자 대상 특전 제공(기념품, 전통시장 상품권 등)
  * (부산) 돼지국밥, 대게, 낙지볶음, (광주) 송정떡갈비 등 14개 지역 30개 음식

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
맛있는 한국' 프로모션												
지역특화음식 활용 지자체 공동 유치 캠페인												
지역음식 축제 및 체험콘텐츠 홍보 및 상품화												
미식 30선 판촉지원												

주요사업

(2) '한번 더, 한국!' 재방문객 감사제

진흥계획 협업

– 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성, 지역관광 균형 발전 촉진

추진목적

- 재방문 촉진을 통한 유치 확대로 '2023~2024 한국방문의 해'의 성공 개최 뒷받침
  * 일본, 4회 이상 방한횟수 전 세계 1위(日 49.9%, 세계 평균 30.0%) 〈2019 외래관광객 조사〉
- 한국여행 경험자의 충성 고객화를 통한 중장기적 유치 기반 확보

사업내용

- 유관 업계 공동 '23년 한국여행 인증자 한정 여행 인센티브 지원
  * 선착순 1만 명 대상 한국여행 후기 인증을 통한 온라인 포인트(교통카드 등) 제공, 지방 방문 시 추가 포인트 지급 등
- 연계 이벤트 '나의 한국여행 스토리 콘테스트' 개최
  * 과거 한국여행에서 촬영한 사진 및 간략한 스토리 응모, 서울 외 지역 주제로 응모시 가산점 적용하여 선발

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
여행 인센티브 지원												
연계 이벤트 개최												

(3) 프리미엄 니치마켓 유치 마케팅

진흥계획 협업

– 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성, 여행객 맞춤형 마케팅 강화

추진목적

- 스포츠, 뷰티 등 신규 관광테마 육성을 통한 시장 고부가화
- 다양한 관광매력을 보유한 관광목적지로서의 한국 포지셔닝

사업내용

- 뷰티(1030 남녀), 럭셔리*(3040 남녀), 스포츠** 등 상품화 및 홍보
  * 설화수 플래그십 스토어, 유명 호텔 과일빙수, 프라이빗 감성숙소 등
  ** 국내 개최 사이클링 대회, 한일 생활체육인 대상 행사, 프로경기 관람 등
- SIT 단체 특별지원 프로그램 운영
  * '24년 한정 SIT 단체 특별지원제도 도입(기념품 제공, 스포츠 단체는 추가 인센티브)을 통한 상품화 및 유치 촉진

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
뷰티, 럭셔리 상품화 홍보												
SIT 단체 특별지원 프로그램 운영												

일반사업

사업명	주요 사업내용
일본인 관광객 소비 붐업 프로젝트	• 일본인이 사랑하는 '한국여행 쇼핑 아이템' 선발대회 개최 • 대형 OTA 및 日 카드사 협업 기반 한국여행 소비 촉진 프로모션
〈한일 관광 비즈니스 서밋(가칭)〉 개최	• 특별포럼 및 상품개발 교류회 개최 • 신규상품 개발 모니터링 투어 및 공동 마케팅 등
주한 일본인 SNS기자단 운영	• SNS 기자단 운영을 통한 한국관광 홍보 콘텐츠 제작 및 확산
전통매체 활용 홍보	• 일본 지상파 TV, 유력 미디어(신문 등) 한국관광 취재 지원 및 특집프로그램 제작

2.4 아시아중동팀 사업계획

핵심사업

(1) 동남아 동반유형별 가족친화 방한관광 캠페인

국정과제 진흥계획

– 전략과제 : 관광 부가가치 및 브랜드 제고

MZ에서 전 세대 '가족'으로 동남아 핵심 방한수요층 확대

- 동남아 고부가 해외여행시장 주요타깃인 '가족관광' 집중공략을 통해 가족친화 관광목적지로서 '한국' 인지도 제고 및 신규 방한수요 창출

추진배경 및 목적

- 고부가 방한관광시장 형성을 위해 2030 한류관심층 여성 중심에서 **가족 관광객**으로 **핵심타깃 확대**
- 동남아 가족관광수요 증가에 따라 **가족관광 목적지로서 한국 인지도 제고 및 가족관광 수요 확보**

【트렌드】 가족관광 수요 지속 증가		【방한추이분석】 방학기간 특수 존재
• (글로벌) Booking.com '23년 여행트렌드 설문 응답자(24,000명) 중 54%가 해외 가족 휴가 계획 응답 • (동남아) 동남아 6개국 '19년 방한객 동반자 유형 중 '가족/친지' 1위, 평균 58.8%(전체 47.1%)*	+	• (싱가포르/말레이시아) 여름방학(5~6월) 및 겨울방학(11~12월) 시기 40대(여성) 방한객 증가 현상 뚜렷**

* 2019년 외래관광객 조사
** 관광·항공 정보 통합분석 및 외래객 유치전략 수립('22.5.)

주요 개선사항

'24년 개선사항	– **(가족 동반유형 세분화)** 영유아·청소년·시니어 계층별 맞춤형 콘텐츠 발굴 및 마케팅 전개 – **(시장별 시차 마케팅)** 각 국가별 방학기간 등을 고려한 홍보·프로모션 진행 ☞ 방한 **세분시장별 잠재 수요 충족** 및 **가족 관광객 유입 극대화**

사업내용

- **(콘텐츠 발굴)** 가족체류형 리조트 및 테마파크, 체험 및 교육콘텐츠, 기타 서비스 이용 정보(영유아 편의시설 등) 제공
  * e-book 또는 VK 내 온라인 콘텐츠 형태
- **(브랜딩 & 마케팅)** 전 세대 가족관광목적지로 브랜딩 및 타깃별·국가별 맞춤 마케팅 실시

- (인플루언서 활용) 국가별 대표 '가족 인플루언서' 초청 콘텐츠 제작, 숏폼 위주 SNS 홍보를 통한 바이럴 확산
- (온라인) '한국 가족여행' 이미지 및 관광지 홍보/지사 SNS 활용
  'Unforgettable Family Moment in Korea' 이벤트* 실시
  * (예시)한국에서 찍은 가족사진을 SNS에 업로드하고 지사 SNS에 공유시 경품 제공
- (오프라인) 대형 소비자 행사(로드쇼, 박람회 등) 연계 또는 팝업스토어 활용 체험이벤트, 미디어아트 등을 통한 흥미유발
- (미디어) 각국 주요 미디어 대상 팸투어 실시 및 기획기사 게재

(상품화) '패밀리 프렌들리' 대표 상품개발 및 발굴

- (팸투어) 숙소/체험/관광 연계 상품개발을 위한 업계 팸투어 실시
- (상품개발) 국가별 맞춤 대표 샘플 상품 개발 및 여행사 공동 집중 홍보

(FIT유치) 주요 OTA 공동 '패밀리 프렌들리' 캠페인 추진

- 타깃 분석을 통해 국가별 사업 성격에 가장 적합한 OTA 선정, 전용관 구축 및 할인 프로모션 실시

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
콘텐츠 기획 및 발굴	콘텐츠 제작 및 배포 등											
온·오프라인 마케팅	상품판매 연계 광고 홍보(오프라인 행사는 국가별 로드쇼, 박람회 시기 등 고려)											

(2) 중동 시장 개척을 위한 다문화 맞춤형 환대 인프라 조성

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화, 한국관광 브랜드 가치 제고

민관 공동 인프라 조성, 프로모션을 통한 고부가가치 시장 개척

- 다문화 맞춤형 관광 편의시설 조성·홍보를 통한 중동관광객 불편요소 ↓
- 럭셔리 방한객 원스탑 관광지 벨트 구축 및 공동 프로모션

추진배경 및 목적

- 중동시장은 1인당 **평균 지출액**이 USD 1,695로 높고 및 **방한 체류일** 10.5일로* 길어 시장성이 매우 높은 지역이며, 향후 인구증가, 가처분소득 증가 및 저가항공의 증가로 **지속 성장 예상**

  * ('19년) 전체 외래객 평균지출액 USD 1,239, 전체 외래객 평균 체재일 6.7일

- 중동 및 중앙/동남 아시아 문화적 특성*을 고려한 관광인프라(음식, 숙박, 기도실 등) 정보 제공 필요

  * 중동관광객 인식 한국여행 개선요소 1위(응답자의 50.9%) "음식"('20년 방한 무슬림 관광 실태조사)

  ** '22년 글로벌 무슬림 관광지수(GMTI) 조사 결과, 한국은 총 138개 대상국가 중 49위 차지

주요 개선사항 (신규사업)

'24년 개선사항

고부가가치 시장 개척을 위한 민·관 협업 인프라 조성, 상품 개발/마케팅체계 구축

구 분	민·관 공동 협의체		⇔	아시아 중동지역 다문화 관광객
	KTO	업계		
인프라	• 다문화 관광객 선호 관광인프라 정보 조사, 제공	• 기도실, 할랄음식, 가족 숙박시설 등 맞춤형 인프라 조성		• 문화적 특성에 맞는 관광 편의시설 정보 제공 통한 여행 불편요소 감소
상품/마케팅	• 타깃 공동 마케팅 전략 협의/추진 • 특별 럭셔리 프로그램 운영			• 럭셔리 방한객 원스탑 관광지 벨트, 타겟별 맞춤형 상품 등 편의성 및 만족도 제고

목표	중동 맞춤형 고부가가치 신시장 개척을 통한 중동 방한객 20% 증대

사업내용

- **(다양한 문화적 요소 고려 관광인프라 정보 조사 및 홍보)** 음식점(할랄, 코셔 등), 기도실, 대가족 여행 가능 숙박시설(커넥팅 룸, 장기 투숙 레지던스 등) 정보 조사 및 관광객 대상 홍보(주요 소비자행사, 국내 주요 관광안내소 가이드북 배포 / 공사 '콘텐츠랩', 'VISITKOREA 영문사이트' 통한 정보 제공 등)

- **(민관 공동 마케팅 협의체 운영)** 공동 마케팅(해외 소비자행사, 온라인 이벤트 등), 중동 방한객 대상 편의시설 공동 구축, 럭셔리 중동 방한객 대상 주제별 원스탑 상품(가족단위 의료관광상품 등) 개발 등

  * '24.1월 현재 콘텐츠/쇼핑/숙박/푸드/의료 등 5개 분야 총 23개 회원사 모집 완료 및 연 2회 정기 공모 예정(6월, 12월)으로 하반기모집 시, **K-푸드 및 콘텐츠** 적극 발굴 예정

  • (모집분야 및 대상)

구분	모집 분야 내용	비고
K-콘텐츠	• K-Pop 콘서트 및 댄스교실, 드라마 촬영지 등 엔터테인먼트 • 뷰티클래스, 한국화장품 로드샵, 체험전시관 등	
K-쇼핑	• 럭셔리 쇼핑 스팟 백화점, 면세점 및 쇼핑몰 등 • 한복 등 한국 스타일 패션샵 및 관련 기업	
K-숙박	• 호텔, 레지던스, 한옥호텔 및 럭셔리 테마형 숙박업 등	
K-푸드	• 할랄인증 음식, 채식 등 제공 가능 식당 • 기타 중동 맞춤형 고급 한식 제공 식당	식당 및 호텔
K-의료	• 검진센터, 피부과·성형외과 등 병의원 및 뷰티 에스테틱	

- **(중동지역 방한관광객 유치 마케팅 전략 수립)** 중동 방한관광객 유치를 위한 국내 현지 인프라 조사, 인근 관광시장(동남아, 일본 등) 마케팅 전략 벤치마킹, 중동방한 시장 특성(장기체류, 가족 동반, 고부가 상품 등) 고려 관광 특화 마케팅 전략* 수립

  * 대량 관광객 유치보다는 **체재일수, 소비액 확대**하는 전략 필요

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
다문화 관광인프라 정보 조사 및 홍보			음식점/기도실 등 인프라 정보 조사					가이드북 제작, 온라인 게시 등				
민관 공동 협의체 운영	발대식, 정기간담회, 협업사항 도출 등					신규 모집	럭셔리 중동 방한객 대상 상품 개발, 공동 온·오프라인 마케팅 등					신규 모집
중동 방한관광객 유치 마케팅 전략 수립			국내 인프라 조사, 인근 관광시장 마케팅 전략 벤치마킹 기반 중장기 마케팅 전략 수립									

주요사업

(3) 동남아 주요 현지기업 네트워크 활용 방한관광 캠페인

국정과제 진흥계획

– 전략과제 : 관광 부가가치 및 브랜드 제고

추진배경 및 목적

- 현지 주요기업 대내외 고객(임직원 및 우수고객) 등 실질적으로 해외여행이 가능한 소비자 대상 정확한 타깃팅을 통한 효율적 마케팅 추진
- 현지 유명기업과의 공동 방한관광 캠페인으로 타깃별 핵심고객층 공략 및 방한 시장 질적 성장 도모

사업내용

- **현지 주요기업과 파트너십 체결**
  - 기업 임원을 한국으로 초청하여 파트너십 체결 및 '한국관광 캠페인' 선포식 개최
  - 초청 임원 및 직원 대상 프리미엄관광 팸투어 실시

〈(예시) 파트너십 체결 현지 유력기업〉

국가	대상기업	기업 설명
태국	CP그룹	• 태국 제1의 대기업으로 세계 최대 새우생산기업 CPF를 비롯 동남아시아 최대 리테일 사업(세븐일레븐) 운영 중
말레이시아	쿠쿠 말레이시아	• 한국 쿠쿠전자의 해외합작법인으로 현지 정수기 점유일 1위
필리핀	Globe, Smart	• Globe : 필리핀 1위 이동통신사로 현지 최대 가입자(9천만명)를 보유하고 있으며, 모바일, 전화, 인터넷 등 최대 네트워크 운영사 • SMART : 필리핀 양대 이동통신사 중 하나로, 5천만명 이상 가입자 보유
베트남	Vin Group	• 베트남 1위 대기업으로, 부동산, 호텔 및 리조트 등 부동산 및 관광 산업이 주력 사업이며 50여개 자회사 보유
	Trang Tien Plaza	• 하노이 최대 럭셔리 명품 백화점으로 고액자산가 DB를 다수 보유

- **현지 기업 직원 및 가족, 고객 대상 방한상품 홍보·판촉**
  - 대표기업별 맞춤형 방한상품 매칭 및 할인 프로모션 실시
  - (기업 임직원 및 가족) 캠페인 설명회, 참여 독려를 위한 홍보
  - (기업고객 대상) 현지 기업 공동 방한 캠페인 실시

    * 관광박람회 참가 공동 프로모션, 온·오프라인 소비자 이벤트 실시 등

〈(예시) 현지 주요기업 공동 방한캠페인(안)〉

국가	대상기업	타깃	주요내용
태국	CP그룹	임직원	• 태국 제1의 대기업인 CP그룹 임직원(약 30만명) 대상 • 방한상품 홍보 및 할인 프로모션 등 캠페인 실시
말레이시아	쿠쿠 말레이시아	고객	• 쿠쿠 말레이시아 우수 고객* 대상 공동 방한관광 홍보 콘텐츠 제작 및 홍보, 방한상품 소개 등 * 말레이시아 기준 정수기 사용자=중산층 이상
필리핀	Globe, Smart	고객	• 현지 유력통신사 연계 해외로밍 경험이 있는 고객 대상 공동 방한 캠페인 추진
베트남	Vin Group	임직원	• 그룹사 임직원을 위한 방한관광 상품 개발 및 판촉 캠페인 실시
	Trang Tien Plaza	고객	• 고액 자산가 대상 방한 방한관광 상품 홍보 세미나 실시 및 캠페인(백화점 포인트로 관광상품 구매 등)

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
캠페인 선포식	협업기업 선정		선포식									
캠페인 추진	방한관광 프로모션 기획		방한관광 프로모션 실시(기간은 국가별 상이)									

일반사업

[동남아]

사업명	주요 사업내용
동남아 주재국·관할국 마케팅 거점 확대	• 2·3선 도시 및 직항노선이 있는 지역 중심으로 현지 마케팅 추진 및 지역 마케팅 강화 • 3개 관할국(라오스, 브루나이, 캄보디아) 대상 집중 마케팅 전개
국가별 맞춤형 지방관광 목적지 발굴	• 국가별 집중 프로모션 관광목적지 선정 및 홍보 마케팅 전개 • 상품개발 및 방한관광 프로모션 실시
기타 해외지사 홍보 및 상품개발 등	• 한국관광 설명회 및 세미나 개최 • 업계 공동 프로모션 및 미디어 초청지원 • 공동마케팅 및 유관기관 협력
K-콘텐츠 기업 공동 방한관광 프로모션	• 현지 소비자 이벤트 연계 K-콘텐츠 기업 공동 방한 프로모션 실시 • 국내 기업 K-콘텐츠 활용 관광자원화 사업
'2023-24 한-태 상호방문의 해' 기념 특별 홍보마케팅	• '2023-2024 한-태 상호방문의 해' 기념 'Yes, Korea Travel' 행사 및 한-태 아이돌 출연 대형 워터 뮤직 페스티벌 '워터밤 방콕' 등 대형 행사 연계 B2C 및 B2B 마케팅 전개 • 현지 유력기업·카드사 파트너십 체결 및 공동 캠페인 추진, 한-태 음식여행 주간 운영 등을 통한 방한상품 고급화
SNS 서포터즈 육성 및 뉴미디어 활용 마케팅	• 시장맞춤형 콘텐츠 생산 및 지방관광 홍보 강화 • 서포터즈간 네트워크 형성 지원을 통한 친한파 육성

[중동파트]

사업명	주요 사업내용
하이엔드 한국관광 컨설턴트 육성	• 아시아중동 잠재시장 상류층 관광객 공략을 위한 하이엔드 한국관광 컨설턴트 구성, 교육 및 상품개발 – (본사) 사업 가이드라인/지침 마련, 성과 관리 트래블 마트, 하이엔드 상품개발 팸투어 추진 – (지사) 여행사, 오피니언 리더 등 현지 여행사 컨설턴트 구성, 교육, 상품개발 및 판촉
중동 및 잠재시장 마케팅 거점 확대	• (주재국 지역 마케팅 확대) 뭄바이, 앙카라 등 순회 로드쇼 개최 • (관할국 마케팅 강화) 취항 항공사 공동 방한관광 프로모션, 현지-국내 여행업계 간 네트워크 지원(트래블마트, 세일즈콜 등) 현지 소비자 대상 한국관광 홍보(트래블 페어, 인플루언서 활용 홍보 등)
방한 관광객 입국 요건 맞춤형 사업	• 비자 필수 또는 K-ETA 높은 불승인율 등 입국 이슈 존재 잠재시장 방한객 대상 입국요건 맞춤형 상품 개발 – (전담여행사 확대) [인도] 전담여행사 지정 및 해당 고객 대상 비자 간소화 지원 – (교육관광, 산업관광 활성화) [카작, 몽골, 인도] 만 17세 미만 K-ETA 면제 대상 수학여행 또는 유학 사전 캠퍼스 투어상품 개발 및 홍보
기타 해외지사 홍보 및 상품개발 등	• 한국관광 설명회 및 세미나 개최 • 업계 공동 프로모션 및 미디어 초청지원 • 공동마케팅 및 유관기관 협력
뉴미디어 활용 한류, 한국관광 홍보	• 중동시장 하류 관심층, 중규모(7명 내외) 가족단위 방한 관광객 타겟 뉴미디어(KBS월드, ARIRANG TV 등 한국외국어 방송, 현지 유력 TV 채널 방한특집 프로그램 제작, 유력 인플루언서 활용 방한상품 제작, 홍보 등
타깃별 특화 관광상품 지원	• 청소년, 대학생 단체 대상 일정 기준 충족시 지원(기념품 등) • 랜드사 및 여행사 공동 교육체험관광 상품 개발 및 판촉 지원, 팸투어 등
수교 50주년 기념 카타르 문화관광대전	• 한-카타르 수교 50주년 연계 메가 이벤트 개최 • (B2B) 의료관광 연계 공동 트래블마트 개최 • (B2C) 한국관광·의료관광 홍보관 및 체험관 운영

2.5 구미대양주팀 사업계획

핵심사업

(1) 구미대양주 교육여행 방한객 유치

진흥계획

- 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화, 관광 부가가치 및 브랜드 제고

구미주 한류 확산의 주역인 MZ세대 타깃 방한 스펙트럼 확장

- 중·고교 수학여행부터 청년층 갭이어*까지 연령별 교육여행 목적 방한객 유치

* 갭이어(Gap Year) : 고교 졸업 후 일정 기간(1년 내외) 동안 여행, 봉사, 인턴십 등을 통해 흥미와 적성을 발견하는 기간으로 구미주 지역에서 발달된 문화

추진배경 및 목적

- 구미주 한류 확산 영향으로 MZ세대 중심 **한국어 및 한국 문화에 대한 관심 증대, 실질적 방한 수요로 전환 필요**
  * (英) 한국어 수강 학생 '12년 대비 5배 이상 증가, (獨) 주요 대학 한국학과 신설 및 재학생 증가 등 **구미주 청년층 한국학과 및 한국어 연수 등에 대한 인기 지속 상승**
- 교육여행은 **체재기간이 길고 지출액이 높으며, 특히 MZ세대에 특화된 방한 유인 요소이므로 신규 고부가 방한시장으로 전략적 육성 도모**
  * 교육목적 방한객 **평균 체재기간 26.4일**(전체 11.8일), **1인 지출경비 USD 8,749.5**(전체 USD 4,658.7) 〈출처 : 2022 외래관광객조사〉

주요 개선사항

'24년 개선사항	**[구미주 MZ세대 연령별 맞춤형 방한 교육여행 활성화]** - (10대 학생) 원거리 시장 한계 극복을 위한 **맞춤형 수학여행 지원제도 운영** - (20대 대학생·청년층) **갭이어** 등 **현지 교육 문화·수요 반영 방한 프로그램 개발**

사업내용

- **(수학여행) 중·고교생 타깃 맞춤형 방한 수학여행 지원제도 운영**
  - 한국 문화체험 + **지식 함양형** 방한 프로그램 개발 및 체험 지원
    * 단순 관광 프로그램 외에 **교육적으로 의미있는 교류 및 체험 프로그램 개발**
      예) 삼성, LG, 현대 등 한국의 하이테크 기업 방문 및 체험 학습 등
  - **핵심 의사결정자**(교장단, 수학여행 담당교사 등) 초청 팸투어 및 **방한 인센티브 지원**(인솔교사 체재비 지원 등)

- **(대학생) 한국 관련 학과 전공생 타깃 방한 교육여행 유치 홍보 강화**
  - 해외 **한국학과 보유 주요 대학교 대상 한국관광 설명회 등 개최**
    * 美 아이비리그 대학 순회 홍보 설명회, 佛 파리 대학촌(Cité) 내 한국관광 홍보행사 등
  - 국내외 **교육여행 전문 기관**(여행사, 유학원, 온라인 플랫폼 등) **파트너십 구축** 기반 현지 수요 맞춤형 방한 프로그램·상품* 개발
    * 예) 한국 대학생과의 교류 프로그램, 장기연수·MBA 특화 방한상품 등
- **(청년층) 갭이어 및 한국어 수강생 타깃 교육·자기계발 목적 방한객 유치**
  - **국제학생증협회(ISIC) 공동 협회 회원 및 갭이어 활용 청년층 대상 한국문화체험 추천 프로그램 홍보**, 회원 전용 특가 상품 개발 및 온/오프라인 프로모션
  - 해외 **한국교육원, 문화원, 세종학당 등 유관기관 공동** 방한 교육여행 설명회 및 한국어 경연대회 개최(우승자 방한 초청 지원 등)

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
사업기획 및 협업기관 발굴												
교육여행 상품 및 맞춤형 프로그램 개발												
방한상품 모객/판촉, 교육여행 홍보마케팅												
해외 교육 박람회 및 대학 연계 홍보 설명회												

주요사업

(2) 한국 비건 콘텐츠 연계 지속가능관광 SIT 유치

진흥계획 협업 ESG

– 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화

추진배경 및 목적

- 글로벌 탄소중립, ESG 등 친환경·윤리 이슈 확산에 따라 구미주 지역을 선두로 채식/비건 및 지속가능관광 관심층 확대
- 한국의 채식/비건 친화형 관광 콘텐츠(음식, 체험, 관광지 등) 발굴 및 홍보를 통해 지속가능관광 목적지로서 한국의 인지도 제고

사업내용

- **(K-비건 관광 콘텐츠 발굴)** 한국의 특색을 담은 채식/비건 친화형 관광 콘텐츠(음식, 체험, 관광지 등) 발굴 및 홍보자료 등 제작
- **(비건 친화 관광환경 조성)** 국내 지자체/RTO 관계자, 외식업체 운영자 등 대상 채식/비건 방한객 유치 확대를 위한 관광환경 조성
  * '24년 2월 중, 지자체 및 RTO 관계자 대상 비건 친화/환대교육 예정(서울)
- **(비건 타깃 방한상품 개발)** 해외 비건 전문여행사 및 채식주의자 협회 등 공동 방한상품 개발 및 판촉
  * '24년 5월 석가탄신일 연계 비건 방한상품 개발 및 특별 판촉 예정(미국)
- **(해외 관심층 대상 홍보)** 해외 채식/비건 테마 소비자 박람회 참가 및 '해피카우' 등 비건 커뮤니티/플랫폼/미디어 협업 한국관광 홍보
  * '24년 9월 북미 지역 최대 비건 페스티벌(VegTO Fest) 참가 예정(캐나다)

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
K-비건 관광 콘텐츠 발굴 및 홍보												
비건 친화 관광환경 조성(지자체 교육 등)		상반기 (2월말)							하반기 (예정)			
비건 전문여행사 등 방한상품 개발/판촉												
해외 관심층 대상 한국관광 홍보									VegTO Fest (캐나다)			

(3) 장기체류형 방한 시장 확대

진흥계획 협업

- 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화, 관광 부가가치 및 브랜드 제고

추진배경 및 목적

- 엔데믹 이후 증가하는 장기체류형 외래객 대상 한국관광 홍보를 통한 경쟁국 대비 고부가 외래관광객 유치 강화 및 관광 수지 적자 개선
- 장기체류를 통한 대도시(수도권) 중심 방문 탈피, 지방 소도시 등의 지역 관광 활성화 및 다양한 관광지 방문 유도

사업내용

방한 장기체류 관광객 대상 프로모션 전개

- 글로벌 OTA 및 여행사 협업 장기체류 방한객(FIT, 여행상품 구매자) 대상 추가 숙박 지원, 항공권 할인, 경품 제공 등 프로모션 전개

해외 진출 한국기업 및 글로벌기업 임직원 대상 워케이션 홍보

- 지자체 등 워케이션 지원 기관 협업 방한 워케이션 프로그램 개발
- 방한 프로그램 글로벌기업 임직원 참여 유도 및 성공 시범 사례 활용 한국형 워케이션 홍보(디지털노마드, 워케이션 커뮤니티 등)

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
사업기획 및 협업기관 발굴												
장기체류 프로모션												
한국형 워케이션 홍보												

일반사업

사업명	주요 사업내용
구미주/미국시장 유치 확대	• 구미대양주 지역 방한관광객 유치 마케팅 • VFR(재외동포, 주한외국인 등) 유치 마케팅 • 부유층, 가족여행객, 특별관심여행객(SIT) 등 유치
한국 문화관광대전	• 2024-2025년 한국-캐나다 상호 문화교류의 해 계기 소비자 대상 한국관광 홍보행사 개최(9월, 토론토)
주요 외교계기 활용 관광객 유치 마케팅	• 2024년 파리 하계 올림픽 계기 한국관광 홍보 (7~8월, 파리 시내 대한체육회 코리아하우스) • 한-아시아 공동 목적지 관광상품 개발 및 홍보
AI 기술 활용 방한관광 수요 전환 마케팅	• 타깃 국가별 방한관광 상품 통합 페이지 개설 운영 (미국, 캐나다, 호주, 영국) • Ad-Tech, 데이터 트래킹 광고 통한 방한상품 판촉
포스트 코로나 구미주 및 미국 시장 회복 마케팅 (이월)	• 한국 비건관광 홍보 마케팅 및 수용태세 개선 • 구미주 시장 장기체류형 방한객 유치 활성화

2.6 한국방문의해추진단 사업계획

핵심사업

(1) 한국방문의 해 기념 대규모 방한외래객 유치 프로모션(코리아버킷리스트 프로모션)

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 한국관광 대표콘텐츠 육성

'K-컬처와 관광' 융합콘텐츠 활용 방한외래객 1만 명 직접 유치

- 전세계·다양한 연령대를 타깃으로 K-컬처에 대한 호감도를 방한관광 수요로 전환

추진배경 및 목적

- '2023~2024 한국방문의 해' 기념 특별 환대분위기 조성 및 방한 동기 제공을 통한 외래객 유치 확대 기여
- 관광경쟁국 대비 한국의 강점(K-콘텐츠) 활용 전 세계인 대상 '관광목적지 한국' 인지도 조속 제고를 통한 관광산업 조기 회복 지원

주요 개선사항

'24년 개선사항	지자체·RTO 등 유관기관과의 협업 확대를 통한 방한 외래객 대상 지역관광 매력도 제고 및 지역 방문 활성화 유도

주요내용

- **(사업기간)** 5월 ~ 11월 * (사전홍보) 5월~7월, (본 프로모션) 8월~11월
- **(사업대상)** 방한항공권을 구매한 외래관광객
- **(사업내용)** 프로모션 기간 내 방한(희망)외래객 대상 K-콘텐츠와 관련된 한국관광 버킷리스트 체험 기회(특전) 제공
  - **(온라인 이벤트 실시)** 특별페이지 제작을 통한 방한외래객 약 1만명 대상 K-컬처 관련 한국관광 버킷리스트 실현 응모이벤트 진행 등

〈 한국관광 버킷리스트 구성(안) 〉

기존 구성(전년도('23년) 인기항목)		신규 구성('24년 추가)
• **(K-뷰티)** K-아이돌 메이크오버(메이크업&헤어) • **(K-푸드)** 치맥체험, 한강공원 피크닉 체험 • **(K-전통)** 경복궁 생과방 체험, 창덕궁 달빛기행 • **(K-e스포츠)** T1과 함께하는 한국 PC방 체험 • **(지역관광)** 강원, 부산, 대구, 전주, 호남권 투어 등	+	• **(특별이벤트)** 'K-컬처 셀럼과 점심먹기' 등 한국 방문의 해를 기념한 특별이벤트 진행(3개 내외) • **(K-exclusive)** 'K회식', 'K배달문화' 체험 등 오직 한국에서만 가능한 이색적인 경험 확대 • **(지역관광)** 지자체·RTO와의 협업을 통한 지방관광 콘텐츠 대폭 보강

- **(오프라인 환대센터 운영)** 인천공항·주요도심(서울/부산 등) 홍보 공간 운영을 통해 이미 체류 중인 외래객 대상으로도 버킷리스트 체험 기회 제공(단, 온라인 참가자가 받는 혜택과는 구별 예정)

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
코리아버킷리스트 프로모션	기획	프로모션 준비 (지자체 협업 등)			사전홍보			본 프로모션 실시				

주요사업

(2) 365일 한국을 즐기는 방법, 「K-컬처 관광이벤트 100선」 홍보마케팅

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 한국관광 대표콘텐츠 육성

추진배경 및 목적

- 한국방문의 해 기간 중 매력적인 한국문화(케이-컬처) 릴레이 체험콘텐츠(이벤트) 발굴 및 홍보마케팅을 통한 방한 외래객 유치 확대
- 연계 방한상품 개발 지원을 통한 외래객 유치 확대 및 지역관광 활성화

사업내용

- 해외 현지 소비자 및 여행업계 대상 광고홍보 및 방한상품개발 판촉 지원
- 공사 해외지사 운영 SNS 등 활용 연중상시 온라인 홍보, 100선 홍보물(4개 외국어(영·일·중간·중번)) 제작·배포*

  * (배포처) 공사 해외지사, 해외홍보문화원, 세종학당 등 대내외 유관기관 대상

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
상품화 및 홍보	연중 상시 홍보 및 방한 상품개발											
외국어 홍보물	제작	배포										

일반사업

사업명	주요 사업내용
대대적 이벤트 개최	• K-컬처 팝업 운영 • 한류관광 페스티벌 개최
국내외 캠페인 홍보	• K-컬처 소비자 참여형 캠페인 • 한국방문의 해 홍보콘텐츠 제작 및 확산 • 국내외 온오프라인 홍보

3 국제마케팅지원실 사업계획

추진방향

- 대표 K-콘텐츠 신규 발굴 및 고부가화를 통한 방한 럭셔리·크루즈·스포츠 관광 경쟁력 제고
- 성장가능성이 높은 의료·웰니스 관광 목적지로서의 방한관광 우위 선점 및 K-컬쳐 관광자원과의 융합을 통한 방한관광 대표 콘텐츠化
- 한국관광 통합플랫폼 VISITKOREA 활용, 차별화된 관광 콘텐츠 제공 및 대내외 콘텐츠 협업체계 구축

3.1 테마관광팀 사업계획

핵심사업

(1) e스포츠 관광 활성화를 통한 미래세대 방한수요 선점

국정과제 협업

– 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성

미래 잠재관광객(MZ세대) 선점 위해 'e스포츠 성지 한국' 마케팅 강화
- e스포츠 종주국인 한국의 호감도 및 인프라 활용 신규 방한 시장 공략
- 베트남, 중국 등 e스포츠 인기 국가 대상 타겟 시장 마케팅 확대

추진배경 및 목적

- **(e스포츠 인기)** 항저우 아시안게임 정식종목 채택(LoL 등 7개 게임) 등 단순한 게임을 넘어 하나의 스포츠 영역으로 인정되는 사회 분위기 조성
  * 글로벌 e스포츠 산업규모 : 21년 1.5조 원에서 25년 3.4조 원으로 연평균 19% 성장 전망 (출처 : Newzoo)
- **(한국의 위상)** e스포츠(LoL, 스타크래프트 등) 종주국인 한국 선수들에 대한 팬덤 및 인프라(경기장, 롤파크, 롤 아카데미 등) 활용 외래객 유치

[리그오브레전드] 일명 롤(LoL)이라고 불리며, e스포츠 종목 중 가장 인기가 많은 게임으로 가장 수준이 높은 LCK(한국리그) 및 국내 선수들이 전세계적으로 인기를 얻고 있으며 대표적인 구단으로는 T1(페이커 선수 소속), Gen.G(쵸비 선수 소속) 등이 있음

사업내용 : LCK 및 주요 인기구단 연계 콘텐츠개발 및 방한상품 공동 개발

- **(콘텐츠 개발)** 현지 LoL 인플루언서, 미디어, 여행업자 초청 팸투어 추진
  * 국내 선수 활용 5:5 연습게임, 팬미팅, PC방 문화 체험 등 MZ선호 신규 콘텐츠 구성
- **(해외 마케팅)** 유명 선수 활용 K-관광 로드쇼 연계 e-스포츠 방한관광 홍보
  * LCK 선수 활용 한국관광 토크쇼 및 팬싸인회 개최, LoL 테마 한국 e스포츠 관광 홍보 Zone 조성, 한국 e스포츠 관광 상품 판촉, LoL 체험존 및 이벤트 운영
- **(특화 상품)** 「LCK 정규리그 및 한국대회 결승 관람상품」 개발 (경기관람, 레슨, 미팅 포함)
  * (컨셉) 롤경기도 직관하고, 내가 좋아하는 선수도 만나고, 롤 게임도 배우고

(1일차) LoL경기 관람	(2일차) 프로구단 방문	(3~5일차) 게임 인프라·관광 체험
• 국내구단 LoL 경기 관람(롤파크) • 롤파크 견학 (LCK 협조)	• 선수와 함께하는 토크쇼/팬싸인회 • 코치 활용 원포인트 LoL 레슨	• 한국 PC방 음식 및 문화 체험 • e스포츠 과학화훈련 체험 등 • 한국 주요 관광지 방문(하이커 등)

※ LoL 정규리그 및 플레이오프 경기 티켓은 1분만에 매진이 될 정도로 인기가 많으며, 좌석 사전 블락이 가능한 LCK 및 구단 협조 없이는 LoL 관람상품 개발 불가

- **(해외 팬 초청)** 해외 e스포츠 팬과 국내 유명선수 간 대형 팬미팅 개최
  * (시기/장소/규모) '24년 4분기/서울 또는 경기권 경기장(공연장)/해외팬 1천명
  (내용) 대표적 선수 게임 시연회, 토크쇼, 팬 참여 이벤트 개최 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
콘텐츠 개발												
해외마케팅												
특화 상품 운영												
해외 팬 초청												

주요사업

(2) 관광과 K-스포츠 융합으로 신규 방한 콘텐츠 발굴

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성

추진배경 및 목적

- 스포츠관광 목적지로서의 한국 인지도 제고 및 스포츠 관광객 유치 활성화

- 방한관광 소재 다변화 및 고부가가치 창출을 위한 신규 방한콘텐츠 발굴

사업테마 및 타깃

- **(핵심테마)** K-컬쳐 호감도와 K-스포츠(한국이 강점을 가지는 분야)의 매력적 융합
- **(핵심타깃)** 트레킹·사이클링, E-스포츠, 태권도, 스키 관심층

핵심테마	핵심 콘텐츠
㉮ 아웃도어 액티비티	① **(트레킹, 사이클링)** 팬데믹 기간 수요가 높아진 비대면 스포츠 콘텐츠
	② **(동계스포츠)** 겨울이 없는 동남아 국가 및 계절이 반대인 호주
㉯ 뉴트렌드 스포츠	③ **(e스포츠)** 한국이 강점을 가지는 新 스포츠 분야(핵심사업으로 분류)
	④ **(태권도)** 종주국 위상 및 인프라 활용 성지 마케팅으로 新태권도한류 붐 조성
㉰ 일반 스포츠	⑤ **(축구)** 아시아챔피언스리그 AFC 원정팀 팬덤 활용
	⑥ **(스포츠 단체 지원)** 스포츠 체험·관람, 전지훈련 단체 교류 활성화

사업내용

㉮ [아웃도어 액티비티]

- **(트레킹)** 국립공원 연계 트레킹 체험 관광상품 개발
  * 전국 23개 국립공원 트레킹 체험 및 지역 관광자원 연계 상품 개발 지원
- **(사이클링)** 국내 주요 자전거 행사* 계기 주요국(대만, 싱가포르 등) 자전거 관광객 유치를 위한 상품개발 및 대표적 자전거코스 콘텐츠 제작

▌국내 대표적 자전거 대회

연도	대회명	일정, 장소	참가 규모(예상)
2024	**자이언트 설악그란폰도**	**5월 / 강원 인제**	**5,700명**
	양평 그란폰도	10월 / 경기 양평	2,000명
	백두대간 그란폰도	10월 / 경북 영주	2,000명

- **(동계 스포츠)** 눈이 없는 동남아, 호주 등 국가 대상 '동계 특화상품 운영' 및 해외지사 연계 해외 박람회* 참가·홍보, 로드쇼 개최, 팸투어 추진
  * 호주 Snow Travel EXPO(5월), 싱가포르 나타스 박람회(8월) 등

㉯ [뉴트렌드 스포츠]

- **(e스포츠)** 미래 잠재관광객 선점 위해 'e스포츠 성지 한국' 마케팅 강화
  * 세부내용 핵심사업(e스포츠 관광 활성화를 통한 미래세대 방한수요 선점) 참조
- **(태권도)** 무주태권도원 연계 청소년 수련생 방한 연수(중국 등), 주요 태권도 행사 참가·체험상품 개발
  * 아디다스컵 글로벌 어린이 태권도 품새대회('24년 5월 및 10월) 등

㉰ [일반 스포츠]

- **(축구)** 국내개최 23/24AFC 토너먼트 및 24/25 AFC 예선전 활용 단체 유치

[2023-24 AFC 챔피언스리그 개요]

- 2023-24 AFC 챔피언스리그 : 아시아 축구 연맹 산하 대륙 클럽 대항전
- 개최기간 : **(예선) '23.9 ~ 12, (토너먼트) '24. 2 ~ 6**
  - **홈/어웨이 방식 → 국내 개최 경기 활용 관람상품 개발**
- 참 가 권 : 랭킹 선별 기준 4년간 각 국가의 구단들의 대륙 대회 성적 토대로 참가
- 23년 실적 : **2개 경기 376명 유치**

- **(스포츠 단체 교류지원)** 해외 스포츠동호회, 전지훈련 단체 국내 유치 및 훈련시설, 주변 관광·체험과 연계한 맞춤형 통합 지원 제공

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
아웃도어 액티비티												
뉴트렌드 스포츠												
일반 스포츠												

(3) 럭셔리관광/크루즈 B2B 공동마케팅 추진

진흥계획 협업

- 전략과제 : 관광 부가가치 및 브랜드 제고

추진배경 및 목적

- 방한 관광객 중 프리미엄 이상 관광객* 비중은 전체 관광객 대비 1.7%을 차지하는 반면 지출액은 전체 관광지출액 대비 31.3% 차지**하는 등 고소득층의 관광지출 비중 및 중요성이 지속 증가되고 있어 관광의 질적성장을 위한 럭셔리관광객 유치에 대한 중요성 증대

  * 방한 소비액 기준 프리미엄 USD 5,000 이상, 럭셔리 USD 12,000 이상, 하이앤드 럭셔리 USD 25,000 이상으로 정의

  ** 출처 : 방한 럭셔리 관광 유치전략 수립연구(2023)

- 글로벌 럭셔리 관광 네트워크, 글로벌 크루즈 선사와 국내 업계 B2B 네트워킹 강화 및 업계 판로 개척을 통한 경쟁력 강화 필요

사업내용

㉮ [럭셔리관광]

- **(네트워크)** Virtuoso(미주), Serandipian(유럽) 럭셔리 관광 네트워크 연계 사업 추진
  * B2B 행사 참가, 네트워크 회원 대상 홍보, 교육, 초청 팸투어 등
- **(ILTM)** 아시아, 유럽 최대 럭셔리관광 박람회 ILTM Asia Pacific(7월1~4일/싱가포르), ILTM Cannes(12월/프랑스) 국내 업계 공동 참가
  * 국내 DMC, 고급숙소, 관광콘텐츠 운영사 등 10개사 내외 공모 예정
- **(KLTM)** 럭셔리관광 업계 기관 참여 코리아 럭셔리 트래블 마트(KLTM 2024) 개최(하반기 예정)
  * 글로벌 럭셔리관광 네트워크 회원사 초청 B2B 트래블 마트, 연계 팸투어 등
- **(협의체)** 관계부처, 유관기관 및 업·학계 참가 협의체 회의 개최(상반기 예정)
  * (기존) 서울중심 협의체 운영, 정책사업발굴
    (확대) 지방 럭셔리 콘텐츠 및 관련업계 확대, 국내 업계간 B2B 네트워크 기회 확대

㉯ [크루즈관광]

- **(Seatrade Global 2024)** 세계 최대의 크루즈 전문 B2B 박람회 국내 크루즈 기항지 공동참가
- **(KCTM 2024)** 국내외 크루즈관광 업계 초청 B2B 네트워킹* 코리아 크루즈 트래블마트 공동개최**
  * 글로벌 크루즈 선사 및 전문 여행사 밀착 네트워킹 및 프리&포스트 팸투어 예정
  ** 6월 부산광역시, 부산관광공사 공동 주관 예정
- **(협의회)** 관계부처, 유관기관 및 업·학계 참가 협의체 상반기 주관(상반기 예정)
  * 크루즈 산업육성 기본계획에 의거, '16년부터 매년 2회 개최 (상반기-문체부 / 하반기-해수부 주최)

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ILTM Asia Pacific												
ILTM Cannes												
KLTM												
럭셔리관광 육성협의체												
Seatrade Cruise Global												
KCTM												
크루즈 발전협의회												

3.2 의료웰니스팀 사업계획

핵심사업

(1) 한국 의료웰니스 관광 대형 캠페인 전개

국정과제 진흥계획 협업 ESG

- 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성, 여행객 맞춤형 마케팅 강화

'2024 코리아 뷰티 페스티벌' 이벤트 국내 최초 개최 및 연계 온라인 프로모션 강화로 고부가 방한 수요 창출

- (B2B/B2C) 대형 소비자 홍보 행사 및 연계 비즈니스 상담회 개최
- (프로모션) 의료웰니스·K-컬쳐 체험 요소를 융합, 관광 프로그램 다양화

추진배경 및 목적

- 코로나19 이후 건강에 대한 높은 관심도, 의료웰니스 관광시장의 성장률 고려, 의료/웰니스 관광 목적지로서 방한관광 우위 선점 및 방한관광 대표 콘텐츠로 영역 확장 필요
  * 의료관광 2028년까지 연 12.8% 이상 성장[3] 및 웰니스관광 2027년까지 평균 8.6% 성장 전망[4]

주요 개선사항

'24년 개선사항	- 대규모 의료웰니스 테마 행사 국내 개최로 국내 셀러와 해외 바이어들의 상품화 및 체험기회 확대 * (기존) 해외시장 현지 '한국의료관광대전' 개최 - 행사 참가 바이어와 셀러 공동 연간 방한 의료웰니스 테마 상품개발 및 온오프라인 프로모션 추진으로 고부가 방한객 유치 확대

추진방향

- 온오프라인 행사 동시 개최를 통한 의료웰니스 방한객 유치 기반 조성

붐업 조성	집중 마케팅	인지도 제고
의료웰니스 방한상품 온라인 특별판촉전	2024 코리아 뷰티 페스티벌 개최	맞춤형 상품 개발 연간 프로모션 실시
· 국내 업계(병원, 유치업체, 웰니스관광지, 여행사) 협업 대표 의료웰니스 방한상품 개발 · 공사 VisitKOREA 페이지, 글로벌 OTA 연계 온라인 특가 판촉캠페인 실시	관광객 (B2C) · 전국 주요관광지 의료웰니스 관광 체험이벤트 개최 업계 (B2B) · 의료웰니스 방한관광 거점국가 바이어 초청 트래블마트 개최 · 융복합 상품 시범운영	· 해외 시장별 맞춤형 방한 의료 웰니스 융합상품 지속 개발·지원 · 해외지사 협업 온·오프라인 홍보, 팸투어 등 마케팅 지속 확대

3) '21년 글로벌 의료관광 시장규모(1,178억 달러)(키워드로 보는 2023 국제의료 트렌드 2022, 한국보건산업진흥원)
4) '22년 웰니스관광 시장규모(6,510억 달러)(2023, Global Wellness Economy Monitor, Global Wellness Institute)

주요내용

- **(메인페스티벌) K-컬처 콘텐츠 체험공간 운영**(광화문광장, '24.5.31~6.7)
  - 외국인 대상 K-컬처 체험존, 시연 무대, 비즈니스 미팅존 등 B2C/B2C 융복합 행사 개최(대형 홍보존 및 상담회 운영) * 개막식(광화문) '24.6.1.
- **(온라인마켓)** 글로벌 OTA 공동 의료웰니스 방한상품 등록 통한 온라인 특가 판촉 캠페인('24.4월~6월)
- **(B2B 네트워킹)** 사전 상담매칭을 통한 국내 셀러-해외 바이어간 1:1 비즈니스 미팅 개최(의료웰니스 융복합 방한상품 개발 및 방한객 유치 협의 등)
- **(테마관광 체험주간)** 전국 단위 주요 관광지 연계 K-컬처 및 의료웰니스 관광콘텐츠 체험주간 운영('24.5월~6월)
- **(협의체 운영)** 2024 코리아뷰티페스티벌(의료&웰니스) 협의체 구성 및 운영 통한 융합관광 콘텐츠 다양화 및 방한 집중 유치

  * 온라인마켓 상품 구성 및 판촉, 홍보부스 운영, 트래블마트 참가 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
코리아뷰티페스티벌 (의료&웰니스)	총괄계획 수립		상품개발 및 웹사이트 오픈		메인페스티벌 개최(광화문)							결과 보고

주요사업

(2) 한국의료관광대전 개최 및 K-의료관광 상품 개발

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성, 여행객 맞춤형 마케팅 강화

추진배경 및 목적

- 고부가가치 '의료' 중심의 대형 이벤트 개최 통한 의료관광 해외마케팅 프레임워크 구축 및 민관 합동 마케팅 지원
- 단순 치료 개념이 아닌 K-컬처와의 융합상품 개발 통한 의료관광 분야 외연 확대 기반 마련

사업내용

- **(한국의료관광대전)** 민관 합동 의료관광 특별사절단 구성, 전략 타깃시장 내 '한국의료관광대전(B2B&C)' 릴레이 개최 통한 방한 의료관광객 직접 유치 및 중장기 협업 파트너십 구축

  * 시장 다변화 및 신흥시장 방한 수요 조기 선점 가능여부 고려하여 개최지역 선정

〈2023년 한국의료관광대전 추진내용〉

개최지역	카자흐스탄 알마티 (4.21~4.23)	몽골 울란바토르 (8.25~8.27)	인도네시아 수라바야 (10.27~10.29)
참가기관	154개사 249명	101개사 227명	국내외 56개사 79명
타깃층	중증·재활 의료관광객	가족 단위 의료관광객	VIP 여성 의료관광객
실적	참관객수 44,500명, B2B상담건수 3,552건, 의료관광객 유치인원 1.6만명, 국내외 기사화 185건, 홍보량 800만회		

- **(K-의료관광 지원제도)** 한국형 '치료+관광' 융합상품 개발 및 모객 지원제도 상시 운영

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
한국의료관광대전 준비 및 개최												
K-의료관광 상품 지원제도 운영												

(3) 치유(웰니스)관광지 맞춤형 컨설팅 및 융복합 상품 개발

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성, 여행객 맞춤형 마케팅 강화

추진배경 및 목적

- 테마별 한국 대표 치유(웰니스)관광지 선정* 및 맞춤형 지원체계 구축을 통한 방한 치유(웰니스)관광객 만족도 제고
  * '27년까지 100개소 선정 목표, 현재 추천웰니스관광지 64개소 운영 중('23년 기준)
- K-컬처 등 한국 고유의 관광자원 연계 방한 치유관광 융복합 상품개발을 통한 치유관광 목적지로서의 한국 인지도 제고

사업내용

- **(치유(웰니스)관광지 맞춤형 지원)** 관광지별 진단 컨설팅 및 유형별 수요조사를 통해 상품, 고객, 채널분야 등 단계별 맞춤형 지원 실시
  * 치유관광지 시설 운영규모, 매출액, 이용객수, 방한관광객 수용태세 등 고려

브랜딩	• 브랜드 로고 개발, 고품질 사진 촬영, 홍보영상 제작 등 • 대표 운영프로그램 개선 혹은 브랜드 상품 개발, 연계 체험프로그램 발굴 등
홍보/마케팅	• 빅데이터 기반 타깃시장 구체화, 특화 이벤트 개최 및 홍보 지원 등 • 내국인 중심, 외국인 친화형 구분에 따른 홍보물, 다국어 번역 지원 등
상품판촉 채널	• 개별관광객 모객을 위한 국내외 온라인여행사(OTA) 판매채널 상품 등록 • 단체관광객 모객 지원책 수립 및 수요별 여행사 매칭 등

- **(융복합 웰니스관광상품 개발·판촉)** 국내외 국내외 주요 여행사 협업 우수 관광상품 개발 및 공동프로모션 추진, 모객 지원제도 운영 등
  * (예시) 웰니스관광지+일반관광지 혹은 웰니스관광지+의료, 한류 등 모객 4인 반일투어 이상 융복합 방한상품 웰니스관광지 입장료 혹은 체험비, 기념품 지원 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
맞춤형 지원체계 구축·운영												
융복합 상품개발 및 판촉												

일반사업

사업명	주요 사업내용
한국 의료관광 해외마케팅	• 한국 의료관광 홍보페이지 운영 및 각종 홍보콘텐츠 제작 • 한국 의료관광 해외시장 실태조사 • 업계간 B2B지원 강화를 위한 K-의료관광 비즈니스 지원센터 운영 • 현지 업체 대상 판촉 프로모션 전개 등 시장별 맞춤형 마케팅 등
치유(웰니스) 관광산업 브랜딩 및 기반 조성	• 치유(웰니스)관광 BI개발 및 통합 브랜딩 실시 • 주요 거점국가 대상 방한웰니스관광객 유치 해외마케팅 • 치유관광산업 통계조사, 전문인력 양성 등

3.3 해외디지털마케팅팀 사업계획

핵심사업

(1) VISITKOREA 혁신으로 2천만 외래객 유치 기여

국정과제 진흥계획 협업 ESG

- 전략과제 : 디지털기반 관광서비스 확산, 여행객 맞춤형 마케팅 강화

VISITKOREA 활용 협업 및 디지털마케팅 활성화로 가시적 성과 창출

- (공사) 본-지사 해외디지털 통합마케팅 협업체계 구축
- (대내·외) 디지털 얼라이언스 확보 및 맞춤형 여행정보 서비스 강화

추진목적

- 급격한 환경변화에 대응하는 VISITKOREA 역할 재설정 및 **디지털마케팅 역량 강화 필요**
- 대내/외 협업기관과의 **공동 디지털마케팅 전개**를 통한 차별화된 관광정보 및 서비스 제공
- 개인화된 고객 여행 특성 기반 **여행 全 과정 맞춤형 한국관광정보 제공** 필요

주요 개선사항

'24년 개선사항	**(업계지원 강화)** 콘텐츠 협업 및 데이터 공유 확대 **(콘텐츠 차별화)** 협업과 고도화된 플랫폼 기반 차별화된 콘텐츠 발굴 및 제공 **(통합디지털마케팅 강화)** 공사 인바운드 통합 디지털 마케팅 강화

사업내용

VISITKOREA(8개 언어) 방문수 2,400만, SNS 팔로워 340만, K-프렌즈 19만명

- **(해외디지털마케팅 원스톱 서비스) VISITKOREA 활용 유기적 통합 마케팅 전개**
  - 핵심사업(K-로드쇼 등) 중심 해외디지털마케팅 효율적 지원

콘텐츠 발굴 → 특집 페이지 개발 → 홍보(VK 웹/앱/SNS) → 광고 →
고객 데이터 확보 → 성과분석 → 리타깃 마케팅 → 신규 콘텐츠 발굴

* 24년 원스톱 통합마케팅 협업 예시 : 2024 코리아뷰티페스티벌(의료)

- 시장별 대표 사업 연계 VISITKOREA 콘텐츠 효율적 운영
  * 미식·체험 프로모션, 가족친화 캠페인, 에듀투어 캠페인 등 콘텐츠 개발 및 큐레이션 확대

(디지털 얼라이언스 확보) 대외 콘텐츠 제휴 및 협업마케팅 확대

- 민간 핵심 채널과 콘텐츠 제휴로 VISITKOREA 경쟁력 강화
  * 숙박, 음식 등 분야별 예약 플랫폼과 POI 제휴 및 트래픽 공유, 판촉 지원 등
- **분야별 협업 확대로 소비자 통합 혜택**(쿠폰, 바우처 등) 체감 제고
  * 뷰티, 유통(더현대), 편의(GS, 세븐일레븐) 통신(SKT) 등 대규모 민간 협업 확대

(맞춤형 정보 제공) 여행 全주기 맞춤형 한국관광정보 서비스 강화

- (여행前) 방한 여행정보 및 추천코스, 여행상품 추천 등
- (여행中) 주변관광지 안내 및 이벤트, 쿠폰, 축제 정보 제공
- (여행後) 방한여행 후기 및 재방문 여행정보 노출 등

(해외지사 인바운드 통합마케팅) VISITKOREA 핵심 3대 서비스 연계 사업 홍보

핵심 서비스	1 Plan Your Trip (여행 계획 설계)	2 Where to go (추천 여행코스)	3 Things to do (프로모션, 홍보관)
주요 내용	방한관광 상품 추천 및 홍보지원	여행테마 및 코스 홍보	이벤트, 캠페인 사업 홍보

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
VISITKOREA 원스톱 서비스 제공												
디지털 얼라이언스 확보												
맞춤형 정보 제공												

주요사업

(2) VISITKOREA 운영 및 홍보

국정과제 진흥계획 협업 ESG

– 전략과제 : 디지털기반 관광서비스 확산, 여행객 맞춤형 마케팅 강화

[VISITKOREA 운영 현황]

구분	제공언어	제공정보 및 주요내용
웹 (모바일웹)	**14개 언어** (본사) 영, 일, 중간·번, 독, 불, 서, 러 (지사) 인니어, 베트남어, 태국어, 아랍어, 몽골어, 터키어	• 입국관련, 숙박·음식·쇼핑, 관광정보, 관광뉴스, 특집칼럼, 이벤트·할인쿠폰 정보 등 • 맞춤형 여행코스 추천, 여행상품 확인 등
앱	**4개 언어** (영어, 일어, 중간·번)	• 웹 연계 관광정보 제공 • 위치 기반 푸쉬 알림, 길찾기 서비스 등
SNS	**8개 언어(16개 채널)** (영, 일, 중간·번, 독, 불, 서, 러)	• 페이스북, X, 인스타그램, 웨이보 등 운영 • 대내외 협업 콘텐츠, 프로모션, 이벤트 등 홍보
K-프렌즈	**2개 언어**(영, 일)	• 글로벌 한국관광 팬덤 커뮤니티 운영 • 회원 간 교류 및 자체 콘텐츠 생성 등

추진목적

- (판로개척지원) 지자체, 여행업계 상품·서비스 홍보 특화 서비스로 판매 활로 개척 지원 확대를 통한 공공플랫폼으로서의 역할 강화
- (한국관광 팬덤 육성) 글로벌 한류 팬덤 활용 효과적인 한국관광 디지털 홍보, 대내외 사업 지원 등
- (VISITKOREA 브랜드 확립) 여행경험 혁신 및 AI·데이터 기반 맞춤형 콘텐츠 서비스 제공하는 인바운드 마케팅 원스톱 플랫폼 역할 수행

주요 개선사항

'24년 개선사항	**(어권별 콘텐츠 마케팅)** 핵심타깃 공략 킬러 콘텐츠 개발 **('취향저격' 콘텐츠 큐레이션)** 고객 취향 기반 양질의 신규 콘텐츠 적시 제공 **(데이터 기반 타깃 마케팅)** 고객데이터 활용 타깃 맞춤형 마케팅 시행

사업내용

VISITKOREA 마케팅 플랫폼 통합 운영 및 관리

- VISITKOREA 플랫폼으로 1)웹사이트, 2)앱, 3)K-프렌즈 통합 운영
- 시의성 및 신뢰성 높은 방한관광 정보 제공을 통한 관광정보 제공
- 여정플래너* 활용 업계 대상 여행상품 홍보판촉 지원

  * 여정플래너 : 고객 맞춤형 방한관광 코스 추천 및 관련 상품·서비스로 민간 서비스가 제공하지 못하는 한국관광에 대한 광범위한 정보 제공

- VISITKOREA 고객 데이터 활용 마케팅 효과 극대화

VISITKOREA 플랫폼 활성화 및 회원 증대

- (B2C) 소비자 대상 VISITKOREA 홍보(이벤트, 할인쿠폰 등 대내외 제휴 프로모션, 국내외 소비자 행사 연계 홍보 등)를 통한 신규 회원 유치
- (B2B) 업계 대상 VISITKOREA 인지도 제고 및 활용 유도(설명회 연계 홍보물 배포, 핵심서비스 소개 등)

글로벌 한국관광 팬덤(K-프렌즈*) 운영 및 활성화

* K-프렌즈 : 한국관광에 관심 있는 전 세계인을 글로벌 한국관광 서포터즈로 육성하여 한국관광 관련 콘텐츠를 직접 제작·공유할 수 있도록 이들을 통합 운영하는 단일 채널 구축 ('23.12 기준 19.2만 명 가입 달성)

- K-프렌즈 커뮤니티 활성화를 위한 리워드 프로그램인 '친구(Chingu)' 적립제도 운영 및 K-프렌즈 전용 온라인 마켓 '모이자마켓' 개최 (연1~2회)
- 대내외 협업을 통한 K-프렌즈 활성화 및 사업 홍보 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
VISITKOREA 마케팅 플랫폼 통합 운영												
VISITKOREA 플랫폼 활성화 및 회원증대												
글로벌 한국관광 팬덤 (K-프렌즈) 운영 및 활성화												

(3) VISITKOREA SNS 및 여리지 운영

협업

– 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성, 여행객 맞춤형 마케팅 강화

추진목적

- VISITKOREA 마케팅 플랫폼을 홍보하는 게이트웨이로서 SNS 채널 운영
- 공공기관 최초 가상인간『여리지』활용 한국관광홍보 콘텐츠 제작 및 VK채널(통합플랫폼, SNS등)활용 홍보
- 대내외 고객대상 콘텐츠 제공 및 채널 활용 홍보 지원

사업내용

- **VISITKOREA SNS 채널 운영 및 활성화**
  - VISITKOREA SNS 채널별* 주사용자 국적, 연령 및 관심사에 대한 분석 기반 맞춤형 콘텐츠 기획, 제작 및 운영

    * 인스타그램, 페이스북, 트위터 등 VISITKOREA SNS 총 8개 언어, 16개 채널 운영
- **한국관광 버추얼 홍보모델『여리지』활용 콘텐츠 제작**
  - VISITKOREA 플랫폼 및 SNS 등 주요 채널 메인 모델로서의 역할 수행(타깃 맞춤형 콘텐츠 제작, 캠페인 페이지 메인 모델 등)
  - 지자체 및 민간업계 협업을 통한 공동 홍보캠페인 전개
- **VISITKOREA SNS 중국어 채널(웨이보, 위챗) 운영 및 활성화**
  - 단체 방한 재개('23.8월)에 따른 중국 시장 대상 콘텐츠 기획 및 배포, 맞춤형 콘텐츠(정보성, 쿠폰, 이벤트 등) 배포를 통한 시장 활성화

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
VISITKOREA SNS 채널 운영 및 활성화												
한국관광 버추얼 홍보모델『여리지』개발 및 활용												
VISITKOREA SNS 중국어 채널(웨이보, 위챗) 운영 및 활성화												

일반사업

사업명	주요 사업내용
VISITKOREA 외국어 모바일 앱, 지도 운영	• VISITKOREA 외국어 모바일 앱(영/일/중간/중번) 운영 및 서비스 품질관리, 마케팅 플랫폼 기능 강화 • 외국어 전자지도 운영 및 기능 개선을 통한 사용자 편의 증진, 길찾기 서비스 지역 확대, 대내외 마케팅 지원 등
한국관광통합플랫폼 VISITKOREA 시스템 개선 등 고도화 (이월)	• 여행정보 추천 알고리즘 고도화로 최적의 정보 제공 및 여정플래너 고도화 • CDP(고객데이터관리시스템) 고도화로 고객 맞춤형 서비스 제공 강화 • 개별마케팅 채널(이벤트, 프로모션 수행 기능 등) 고도화 및 관리시스템 구축 등

4 MICE실 사업계획

추진방향

- 신규·잠재수요 발굴 및 시장별 맞춤형 마케팅을 통한 유치확대
- 산업별 대형 국제회의 유치를 통한 MICE 참가 외래 관광객 증대
- 컨벤션 시설 및 K-콘텐츠, 관광자원 연계 MICE 유치 경쟁력 강화
- 디지털 전환 지원 등을 통한 한국 MICE 산업의 경쟁력 강화
- 관광 ODA를 통한 개도국-공여국 간 관광교류 활성화 및 한국관광 위상 제고

4.1 MICE기획팀 사업계획

핵심사업

(1) 디지털 전환을 통한 한국 MICE산업 경쟁력 제고

진흥계획

– 전략과제 : 디지털 기반 관광 서비스 확산

MICE 업계 디지털 전환 선도 및 혁신 창출

- MICE 업계 디지털 역량 강화 및 혁신 창출로 업계 지속가능성 확보
- AI, 빅데이터, 사물 인터넷 기술 등 활용 MICE 테크놀로지 개발 및 확산

추진배경 및 목적

- 코로나19 이후 MICE 산업 환경변화 대응 및 업계 영세성 해소 정책적 지원 필요
- AI 등 활용 혁신사례 발굴로 중장기 MICE 산업 육성계획 이행 강화
  * 공사 중장기 전략 '글로벌 선도기업 육성' 전략방향 연계

주요 개선사항

	기존 ('23년 최초 시행)		개선 ('24년 2차 년도)
'24년 개선사항	• **(DX 과제)** 수혜기업 입장 필요 과제 중심 • **(지원예산)** 단계별* 3천~7천만원 지원 * '초기(23개), 고도화(13개), 글로벌(4개)' 3단계 구분 및 예산 차등 지원 • **(추진성과)** 웹/앱, 경영관리시스템 등 다소 낮은 수준의 DX 추진기업 다수	→	• **(혁신 유도)** 업계 유망 **5개 분야 지정 DX 혁신 프로젝트 공모***와 일반 지원 구분 * AI, 빅데이터, 사물인터넷 등 분야별 혁신 제안 → 수혜기업의 주도적 혁신성과 창출 유도 • **(지원 확대) 프로젝트별 지원 예산 증액** * (기존) 3천~7천만원 → **(개선) 1억~2억 원**

사업내용

「2024 스마트 MICE 활성화」 공모사업 실시

- 지원규모 : 최대 25개 사 / 업계 지원 24.5억 원
- 지원체계 : '혁신 프로젝트' 및 '일반 DX' 추진기업으로 이원화

☞ **(혁신 프로젝트)** MICE업계 적용 유망 분야 지원(빅데이터, AI 등)

* 기존 '글로벌', '고도화' 단계를 통합 일원화

☞ **(일반 DX)** 영세기업 대상 DX 전환 및 업무효율화 기반 조성 지원

구분	[상반기] '혁신 프로젝트' 리그	[하반기] '일반 DX' 리그
공모시기	• **'24. 3~5월**	• **'24. 6~7월**
공모분야	• **MICE업계 적용 유망 5개 분야 지원** ▸ **(인공지능)** AI 활용 챗봇, 매칭 서비스 등 ▸ **(빅데이터)** 고객데이터 활용 Re마케팅 등 ▸ **(미팅테크놀로지)** AR/VR, 사물인터넷, 위치기반, 안면인식 기술 등 * 학/협회, 업계 의견수렴을 통한 공모 분야 선정 추진	• **MICE 업무 프로세스 개선 및 효율화 지원** ▸ MICE 유치 목적 웹/앱 개선 ▸ MICE 이벤트 일정관리 및 운영 시스템 디지털화, 웹/앱/SNS 활용 마케팅 등
지원규모 · 지원예산	• **총 15개 사** * 5개 분야 혁신 프로젝트 1~3위 선정 • **22.5억 원** * 분야별 1위 (2억 원 × 5개 사), 2위 (1.5억 원 × 5개 사), 3위 (1억 원 × 5개 사)	• **최대 10개 사** * 상반기 중 혁신 프로젝트 공모 결과에 따라 지원 기업 수 탄력적으로 선정 • **2억 원** * 선정 기업 당 2천만원 지원
공통	• **(지원방법)** 과업 성과 및 적정성 평가 후 바우처 형태 사업예산 지원 • **(기타지원)** DX 역량강화 교육 및 전문가 컨설팅 지원	

스마트 MICE 사업성과 확산

- (업계) 업계, 학·협회, 유관기관 대상 사업성과보고회(하반기) 실시
- (언론) 대표사례 기획기사, 기고문 등 추진(연중)

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
'혁신 프로젝트' 공모												
'일반 DX' 공모												
선정 업체 디지털 전환 수행												
성과보고회 및 대외 확산												

주요사업

(2) 코리아 유니크 베뉴 활성화

진흥계획 협업

– 전략과제 : 관광 부가가치 및 브랜드 제고

코리아 유니크 베뉴(한국 대표 이색 회의시설)란?

- 호텔, 컨벤션센터 같은 일반적인 MICE 장소가 아닌 개최 도시의 전통 컨셉이나, 그 도시에서만 즐길 수 있는 독특한 매력을 느낄 수 있는 장소를 '유니크베뉴'로 지칭
- 이 중 한국을 대표하는 역량을 갖춘 곳을 '코리아 유니크 베뉴'로 선정
  ※ 현재 총 52개소 선정 및 운영 중(독립기념관, 남이섬, 광명동굴, 영화의 전당 등)

추진배경 및 목적

- 전세계적으로 특정 전시컨벤션 시설이 아닌 지역의 매력과 특색을 갖춘 개최 장소에 대한 수요 증대
- 다양한 관광자원과 연계된 한국 이색 회의시설 발굴·육성을 통한 한국 MICE 유치 매력도 강화

사업내용

- 코리아 유니크 베뉴 유치 역량 강화 지원
  - 행사 유치 및 개최 관련 컨설팅 제공
    * 베뉴의 특색을 활용한 신규 행사 유치 및 기존 개최 행사 개선 지원
  - MICE 이색 체험 프로그램 발굴 및 지원
    * 코리아 유니크 베뉴의 장소적 특색과 연계된 이색 체험 프로그램 발굴 및 MICE 단체의 이용 지원을 통해 베뉴의 유치 경쟁력 및 참가자 만족도 제고

- 지역, 업계 협력체계 강화 * 협의회 운영(상·하반기 각 1회)

○ 코리아 유니크 베뉴 홍보 콘텐츠 구축
- 홍보 영상 제작 및 해외 광고를 통한 MICE 개최장소로서 브랜드 인지도 제고
- 시설별 VR 콘텐츠 제작 지원, K-MICE 연계 홍보 및 홍보책자 제작(국·내외 박람회 배포)

○ 코리아 유니크 베뉴 홍보 마케팅
- 공사 지원제도 연계를 통한 MICE 단체 방문 확대
  * **(국제회의 개최 지원 제도 연계)** 지원 대상으로 선정된 국제회의에서 코리아 유니크 베뉴 활용 시 주최자 대상 지원금 제공(지원금액의 10% 가산)
  * **(기업회의/인센티브 지원 제도 연계)** 기업회의·인센티브 단체가 코리아 유니크 베뉴에서 사용하는 대관 및 만찬 비용 지원
- 코리아 유니크 베뉴 해외 홍보 행사 개최
- 해외 주요 MICE 박람회 및 공사 MICE 로드쇼 참가 지원
- 국제회의 주최 유력 인사 등 해외 주요 관계자 및 국내 MICE 업계 대상 코리아 유니크 베뉴 팸투어

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
컨설팅 제공 및 이색 체험 프로그램 발굴			■	■	■	■	■					
지원제도 운영			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
홍보영상 및 VR 콘텐츠 제작				■	■	■			■	■		
팸투어 운영				■	■					■	■	
해외홍보 행사				■	■	■	■		■	■	■	
협의회 운영				■								■

(3) 지역 MICE 산업 활성화

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 관광 부가가치 및 브랜드 제고, 지역관광 균형 발전 촉진

추진배경 및 목적

- 국제회의산업 육성에 관한 법률 및 국제회의산업 육성 기본계획에 의거 지역 MICE 전담조직 지원 강화
- 지역 관광 및 산업 활성화를 위한 지역 MICE 산업 육성

사업내용 : 지역 국제회의 전담 조직의 MICE 마케팅 활동 지원

- 지원대상 : 「국제회의산업 육성에 관한 법률」 제5조에 따라 설치된 지역 전담 조직
- 지원사업 : MICE 유치 및 홍보마케팅, 지역 MICE 기반 조성 사업
- 지원방법 : 사업계획 심사평가를 통한 지원금 규모 차등 지원
  * (지원액) ① 기본지원금 + ② 사업지원금 + ③ 평가결과 차등 조정액
    ① 기본지원금 예산은 「국제회의산업 육성에 관한 법률」 제14조 제4항에 의거하여 지정된 국제회의도시*에 한하여 교부

    * 국제회의도시(11개) : (광역) 서울, 부산, 대구, 제주, 광주, 대전, 인천
      (기초) 창원, 경주, 고양, 평창

    ② 선정 CVB 대상 2대 사업(홍보 마케팅, 기반 조성) 추진 지원
- 평가방법 : 내·외부 평가위원회 구성을 통한 계량, 비계량 평가
  * (평가내용) 당해연도 사업계획 + 전년도 사업 성과
- 추진절차 : 공고 → 접수 → 심사 및 지원대상 선정 → 지원금 교부 → 상시점검 → 정산

1단계 (3월)	→	**2단계** (3~4월)	→	**3단계** (연중)	→	**4단계** (12월)
사업 공고, 교부신청서 및 **사업계획서 접수**		지역 CVB별 **사업계획 심사/선정**, **지원금 교부**		지역 CVB별 **사업 추진 및 상시 점검**		정산

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
사업자 공모/선정/교부												
지역별 사업 추진												
점검 및 정산												

일반사업

사업명	주요 사업내용
한국 MICE산업 발전협의회 운영	• 한국 MICE산업 발전협의회(Korea MICE Alliance) 운영 – MICE 관련 민관학 공동 협의체로, 연간 3회 개최 • MICE 업계, 유관기관 등 상시 협력 활동 • 대한민국 MICE 대상 선정 및 시상식 개최 • KOREA MICE EXPO 2024 한국 홍보관 참가
MICE산업 해외홍보 및 국제협력	• 해외지사 연계, 주요 MICE 국가 대상 MICE 목적지로서의 한국 홍보 • 한국 MICE 홍보 전략 수립 및 콘텐츠 제작 • 주요 MICE 국제기구(UIA, ICCA)와의 교류를 통한 한국 MICE 홍보, 네트워킹 등 수시 협력
MICE 조사연구	• MICE 산업 관련 연구 및 국제회의 개최 실적 조사 • MICE 지식마당 운영 – MICE 관련 국내외 동향·논문 등 분석, 업계 제공 • MICE 산업 ESG 확산 – 국제회의용역 표준계약서, ESG 운영가이드, MICE 안전매뉴얼 등 MICE 업계 확산
MICE 통합정보시스템 운영	• MICE 통합정보시스템 K-MICE 운영 및 유지보수 – 국·영문 홈페이지 콘텐츠 관리 – 통계조사 보고서, 인프라, MICE 행사 정보 등 제공

4.2 MICE협력팀 사업계획

핵심사업

(1) 지역 MICE조직 협력 중대형 국제회의 유치

진흥계획 협업

- 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진

지역 MICE조직과 협력을 통한 MICE 관광객 유치 확대

- 대형 국제회의 유치를 위한 맞춤형 유치마케팅 전략 수립, 서비스 제공
- 유치 협의체 구성으로 대형 국제회의 유치 성공률 제고
- 지역 내 컨벤션 시설, 관광자원 연계 지역 MICE 유치경쟁력 강화

추진배경 및 목적

- MICE산업 회복세에 따른 지역별 대형 국제회의 유치 수요 증대
- 지속적인 MICE방한객 유치를 통한 미래 MICE 산업 성장 기반 확보 필요
- 지역 컨벤션 조직 신설·확대에 따른 공식 협업체계 구축
- 컨벤션 시설 연계 관광프로그램 구성을 통한 지역관광 활성화

주요 개선사항

'24년 개선사항	- 유치 주체간 공동유치 업무협약 체결로 공식적인 유치 파트너십 관계 구축 - 공사 해외조직망 활용, 국제회의 현장 유치마케팅 효과 극대화

사업내용

- **지역 MICE조직 연계 대형 국제회의 공동 유치활동 전개**
  * 지역 MICE 특징 반영 공동 유치계획 및 해외지사 협업계획 수립
  * 국제회의 유치 노하우 바탕 전문 유치 컨설팅 지원
- **공사 해외조직망 활용, 해외 현장 네트워킹·공동 유치마케팅 지원**
  * 해외 유치 현장 네트워킹 세션 운영으로 고효율 유치 마케팅 활동 전개
  * 공사 해외조직망 활용 신규 유치가능 국제회의 DB 발굴 및 현장 유치마케팅 강화
- **대형회의 특별지원을 위한 제도 정비 및 관광프로그램 구성**
  * 지역MICE시설과 연계한 관광프로그램 구성 지원·의사결정권자 방한답사 지원

〈추진체계〉

수요조사 (1차)	유치전략 수립	업무협약 체결	유치마케팅 전개
• 국제회의 DB 발굴 (해외지사 협업)	• 공동 유치계획 수립 • 해외지사 협업계획 수립	• 공사-지역MICE조직 전방위적 협력을 위한 업무협약 체결	• 지지서한 발송 • 유치컨설팅, PT, • 온·오프라인 광고 • 해외 현장 네트워킹

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
유치 수요조사												
업무협약 체결												
공동유치마케팅 전개 (해외 현지 네트워킹)												
방한 답사 지원 관광프로그램 구성												

주요사업

(2) 국제회의/컨벤션 단계별 지원제도 운영

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화

추진배경 및 목적

- 국제회의 지원제도 개선을 통한 산업 경쟁력 강화 및 MICE 관광객 방한 지속 확대
- 비대면, 소규모 국제회의 확산에 따른 맞춤형 지원제도 마련

주요 개선사항

'24년 개선사항	– 국제회의 트렌드에 맞춘 소규모 국제회의 유치, 개최지원 확대 – 수도권 외 개최 국제회의에 대한 지원 확대를 통한 지역 MICE 활성화 기여 – 지원제도 개선·보완을 위한 국제회의 모니터링 제도 운영

사업내용

- **국제회의 단계별 (유치·해외홍보·개최) 지원제도 운영**
  - (유치) 유치마케팅, 네트워킹, 홍보물 제작 등 유치활동 전반 지원
    * 유치과정 전반, 홍보물·기념품 제작, 관계자 답사지원, 온·오프라인 유치활동 등

- (홍보) 국내개최 국제회의 참가자 확대를 위한 해외홍보활동 전반 지원
  * 온·오프라인 광고, 한국MICE홍보부스 운영, 공식네트워킹세션, 홍보물·기념품 제작 등
- (개최) 유형별, 규모별 국제회의 개최 전반 지원
  * 해외연사초청, 문화공연지원, 공식오만찬, 관광프로그램, 시설임차료 등

소규모, 수도권 외 개최 국제회의에 대한 지원 확대

- 국제회의 트렌드에 맞춘 소규모 국제회의 지원 확대
  * 소규모 국제회의 유치, 개최지원 금액 확대 (기존 대비 최대 10% 증액)
- 수도권 외 국제회의 개최 지원 확대
  * 수도권 외 국제회의 개최 시 지원금의 최대 30% 가산

국제회의 연계 관광프로그램 운영을 통한 지역관광 활성화

- 컨벤션시설 연계 관광프로그램 개발으로 참가자 관광 참여 확대

국제회의 개최지원제도 모니터링 강화

- 국제회의 현장 모니터링, 집행 점검 등을 통한 지원제도 보완

한국관광공사 해외조직망 활용, 국제회의 유치마케팅 강화

- 해외 현지 한국MICE박람회 개최, B2B상담, 세일즈콜 지원
- 국가별 국제회의 협업사업 지속 발굴·관리

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2024 국제회의 지원제도 수요조사												
국제회의 단계별 지원제도 신청·접수												
국제회의 단계별 지원제도 운영												
모니터링 운영												
국제회의 연계 관광프로그램 운영												
해외유치활동 전개												
지원제도 성과보고 차년도 사업계획 수립												

(3) 글로벌 K-컨벤션·융복합 국제회의 육성

진흥계획 협업 ESG

- 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성, 관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성

추진배경 및 목적

- 전 세계 국제회의 개최 정체에 따라 순회하는 회의 유치 이외에 국내 기반 회의 육성을 통한 안정적 수요 창출 필요
- 중대형 컨벤션 정기개최로 지역 경제 파급효과 극대화 및 국내 MICE 업계 중장기 성장 토대 마련

사업내용

- K-컨벤션·융복합 국제회의 개최지원
  * K-컨벤션 : 육성단계별(유망-우수-대표) 컨벤션 선정 및 최대 6년간 지원
  * 융복합 국제회의 : 민간 주도 신규기획행사 선정 및 3년간 6억원 지원(1:1 예산 매칭)
- 선정사업 대상 맞춤형 컨설팅 및 국내외 홍보마케팅 지원
  * 컨설팅 : 시장조사 및 해외트렌드 분석 등을 통해 선정행사의 중장기 성장전략 수립
  * 홍보마케팅 : 해외박람회 및 글로벌 MICE행사 연계 국외 홍보 지원
- K-컨벤션/융복합국제회의 연계 기업회의·인센티브단체 유치
  * 사업목적 : MICE산업 분야간 협력을 통한 해외참가자 유치 확대

유치지원 희망행사 접수	→	해외지사 연계홍보	→	희망단체 매칭	→	유치지원 실시
(주최기관→KTO) 행사 소개자료 제출		현지 MICE설명회/ 세일즈콜 연계홍보		행사 참가희망단체 매칭요청 및 확정		(KTO)통역서비스 지원 (주최기관)B2B상담지원

- K-컨벤션/융복합국제회의 연계 산·관·학 협력 추진
  * 사업목적 : MICE 신규인력 양성을 위한 ESG 실현 및 국내참가자 유치 확대

산·관·학 희망행사 접수	→	대학 대상 사업홍보	→	희망 학생단체 매칭	→	산·관·학 협력 실시
(주최기관→KTO) 행사 소개자료 제출		MICE 관련학과 대상 공문 발송		행사 참가희망단체 매칭요청 및 확정		(KTO)차량지원(지방) (주최기관)간담회 지원

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
행사 개최지원	사업 설명회	공모선정		지원금 교부 및 사업운영관리								성과 평가
컨설팅 및 국내외 홍보지원		컨설팅기관 선정		행사 모니터링 및 행사별 맞춤형 컨설팅								
MICE단체 연계유치	해외지사 연계홍보			희망단체 매칭 및 유치지원								
산·관·학 협력	국내대학 연계홍보			희망 학생단체 매칭 및 협력지원								

일반사업

사업명	주요 사업내용
국제 MICE박람회 참가 (컨벤션)	• 신규 국제회의 유치 마케팅 및 비즈니스 기회 발굴 * AIME, IMEX, IBTM 등 4개 박람회 참가 * MICE 유관기관 공동 참가 예정 (1분기 모집)
중·대형 국제회의 특별지원	• 국내개최 중·대형 국제회의 대상 세션 운영 지원 * 한국MICE관광홍보부스, 문화공연, 관광프로그램 지원 * 참가자 규모 중형 이상, 의사결정권자 이상 참가
MICE 유치기반 조성	• 국제회의 유치 성공률 제고를 위한 앰버서더 제도 운영 • 국내 컨벤션 시설 VR 콘텐츠 제작 지원

4.3 MICE마케팅팀 사업계획

핵심사업

(1) 기업회의·인센티브 유치 신규 시장 발굴 확대

국정과제 진흥계획 협업

- 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화

신규시장 발굴 및 시장별 맞춤형 마케팅을 통한 유치 확대!
- 인도·중동·미주 지역 등 시장 개척을 통한 신규 수요 창출
- 국가별 맞춤형 마케팅 및 K-콘텐츠 제공으로 방한 소구력 제고

추진배경 및 목적

- 신규·잠재 시장 유치 마케팅 확대 전개로 방한 관광객 양적 성장 기여
- K-콘텐츠 기반 국가별 차별화된 콘텐츠 활용 지원제도 해외 홍보 필요

주요 개선사항

'24년 개선사항	- 신규·잠재시장 개척으로 기업회의/인센티브 신규 수요 창출, 방한 시장 다변화 - **K-콘텐츠 기반 국가별 니즈에 부합하는 지원 콘텐츠 홍보로** 경쟁국대비 우위 선점

사업내용

- 신규수요 창출을 위한 신규 시장 개척

〈 국가별 신규 시장 발굴 전략 〉

구분	시장 분석	추진 계획	
인도	• '23년 실적 기준 **성장률이 가장 큰 시장(전년比 477%↑)** • 식사 등 문화적 특성이 목적지 선정의 주요 고려 요인으로 **방한 맞춤형 지원 가능** • **기업체 본사, 대형 여행사** 등 묶바이 다수 포진	• OTM(Out-bound Tourims Mart) 2024 박람회 참가 ▸ **잠재기업 발굴** 및 유관단체 **공동 세일즈콜 실시**를 통한 단체유치 및 동향파악	• **묶바이 MICE 로드쇼 개최** ▸ 현지 주요 MICE 업계 **B2B 상담 조기 실시**를 통한 **수요 확보** ▸ 단체 유치 주요 지원사항 안내 및 홍보
구미주/중동	• **대형 단체 방문 비중 低** • 인센티브 관광 대비 **기업회의 비중 高**	• **타켓 공략 마케팅 실시** ▸ **소규모 고부가 단체 발굴** ▸ 해외 진출 한국 기업 및 MICE 업계 의사결정자 대상 **방한 초청팸투어**	• **IFA 2024 기업전시박람회** (베를린) **IBTM World 2024**(바르셀로나) ▸ 신규 박람회 참가를 통한 유럽 **현지 네트워크 구축** 및 **방한 인지도 제고**

구분	시장 분석	추진 계획
일본	• **일본 대표 상업도시 나고야** (자동차 산업, 우주 항공, 기계, 전자 산업 포진)	• **나고야 MICE 로드쇼 개최** * '17년 이후 일본에서 첫 로드쇼 개최 ▸일본지역센터 공동 **현지 주요고객 초청, 수요 발굴 및 국내 공동 참가기관 대상 해외 유치 활동 지원** ▸**일본국내 경쟁지역** (오키나와, 삿포로 등) 대비 **한국만의 특색 있는 지원책 및 장점 부각** ▸**엔저로 인한 여행비부담 상쇄**를 위한 지원책 부각
중국	• **광저우**(중국 제3의 대도시, 선도적인 상업 중심지역) • **항저우**(저장성 성도, 삼성 반도체 공장 위치)	• **MICE 로드쇼 개최**를 통한 시너지 효과 창출 ▸**중대형 단체** 위주 지원제도 설명 및 **사전 방한 수요 파악**을 통한 맞춤형 지원
기타	• 로드쇼, 박람회 상담실적 기반 유치활동 지속 전개 • 해외지사 활용 시장별 동향 및 해외 소재 기업 대상 기업회의 수요 파악을 통한 소규모 세일즈콜, Webinar 등 마케팅 활동 추진	

○ 해외지사 연계 국가별 소구력 높은 K-콘텐츠 기반 단체지원 제도 홍보

- 글로벌 직판협회 등 유관기관 협업을 통한 지원제도 공동 홍보
  * (온라인) 설명회·세일즈콜 개최를 통한 지원제도 홍보 브로셔 배포
  * (오프라인) 지원제도 소개 e-book 제작 및 등재, 해외지사 SNS 홍보 등
- 주력시장별 맞춤형 콘텐츠 중점 홍보를 통한 유치 이벤트 추진
  * 단체 신규 맞춤형 콘텐츠 체험 특전 및 기획자 사전 체험권 제공 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
해외지사 연계 기업회의/인센티브 유치마케팅	해외지사 유치활동 사업계획 수립		해외지사 연계 연간 유치 마케팅 추진									
신규시장 개척	신규·잠재시장 발굴			신규·잠재시장 대상 박람회·로드쇼 등 집중홍보 마케팅 실시								

주요사업

(2) 전시 연계 블레저(Business+Leisure) 관광 활성화

협업

– 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화

추진배경 및 목적

- 일과 여가를 함께 즐기는 새로운 여행 트렌드인 블레저(Bleisure)에 대한 수요 증가에 따른 **맞춤형 콘텐츠 개발** 및 서비스 필요
- MICE 행사 참가자 대상 **차별화된 여행 경험과 디지털 안내서비스** 제공을 통한 한국관광 여행총량 확대와 고객 만족도 제고

사업내용

- 전시산업진흥원 및 CVB 대상 공모를 통한 양질의 이벤트 선정

유형	지원	주요내용
주관사	단수	• 행사 주관사 또는 주최자가 직접 신청
CVB	복수	• 연간 행사 일정 중 외국인의 참여가 높은 대표 행사를 선별 후 공사에 지원 신청

* 지원 조건 : 1) 일정 규모 이상의 외국인 관광객의 참여 2) 행사 사전 등록자 대상 사전에 공사 프로그램 홍보 발송 및 접수 지원 3) 주최자의 외국인 등록 데스크에 공사의 투어 서비스 담당자의 공간 배치 등

- 선정된 행사별로 주요 방문자의 특성 및 지역적, 계절적 특성을 고려한 여행프로그램 및 추천 관광지 기획

  * 모바일 여행 플랫폼 운영사와의 협업을 통한 서비스 운영 예정

유형	시간	주요내용	비 고
전일 투어	8시간	• 보통 행사 종료 후 이루어지는 종일 단체 여행 서비스	기존 운영 사항
반일 투어	4시간	• 매일 행사의 종료 시간에 맞춘 야간여행 및 참가자들의 일정에 따라 선택이 가능한 소규모 투어	
모바일 쿠폰	상시	• 관광지 입장권, 파인 다이닝, 루프탑바, 명소 카페 등 유니크한 장소	• 부산 영도다리 라발스 호텔 스카이카페(28층)에서 즐기는 야경 맛집(바) 체험

- 1:1 맞춤형 **디지털 컨시어지 서비스** 운영
  - 외국인 관광객이 보편적으로 이용하고 있는 Whatsapp, Line 등 디지털 채널을 활용하여 다국어 안내 서비스 제공

* 외국인이 전시참가 접수시 공사의 대행사가 현장에서 디지털 채널을 등록해주고, 이후 여행 프로그램 신청 및 접수, 모바일 쿠폰 제공 등 모든 활동은 디지털화
* 2022년 공사에서 운영한 외국인 관광프로그램 만족도 조사 결과 '언어소통(3.88점)'에 대한 만족도가 가장 낮음
* 동 조사결과 외국인들의 행사기간 중 참여 활동에서 쇼핑 활동이 1위를 차지하고 있으나 지자체 웹사이트나 홍보물에서 현장에서 관련 정보를 찾기는 쉽지 않음

- 행사장 반경 30분 이내의 상세 추천정보부터 여행에 있어서 불편을 최소화 할 수 있는 팁을 비롯한 다양한 정보 제공
* 외국인이 참여하는 행사의 특성, 참가자의 국적 등에 대한 기본 정보가 파악된 상태에서 안내가 진행되기 때문에 **높은 수준의 컨시어지 서비스** 가능

○ 전시회 참가자 관광실태조사 및 관광프로그램 만족도 조사 실시
- **모바일 설문조사 시스템**을 활용하여 서비스 완료에 따른 즉각적인 만족도 조사 실시 및 집계
- 국가별/지역별 관광객의 만족/불만족 요인에 대한 집계와 통계 분석을 통한 차기년도 서비스에 반영 및 개선

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
지원 대상 전시회 발굴, 전시 특화 투어 프로그램 개발												
투어 프로그램 홍보 및 운영지원, 모니터링												
프로그램 만족도조사 실시												

(3) 시장 맞춤 기업회의·인센티브 단체지원제도 개발 및 운영

진흥계획

– 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화

추진배경 및 목적

○ K-컬쳐 급성장에 따른 한국 방문 희망 기업회의·인센티브 단체 증가 추세

○ 국가별 차별화된 K-콘텐츠 기반 지원제도 개발 및 운영을 통한 효과적 단체지원

사업내용

○ 한류, 뷰티, 패션 등 K-콘텐츠 기반 주력시장 맞춤형 지원 실시

〈국가별 맞춤형 콘텐츠 지원(안)〉

일본	중국 및 중화권	동남아
• 유니크베뉴 연계 K-만찬 • 백화점, 마트 쇼핑 지원 • 카페투어, K-굿즈 제작 체험 • 한방 웰니스 체험	• 웰컴 스케치 영상 촬영 • 유니크베뉴 연계 K-만찬 • 글로벌 문화관광축제 방문 특전 제공 및 메인 콘텐츠 상시 체험	• 유니크베뉴 연계 K-만찬 • 겨울 스포츠/축제 체험 • 한방/자연 테마 웰니스 관광지 체험
주요방한 요인 *출처 : 2023 잠재 방한 여행객 분석 보고서		
1. 음식 2. 쇼핑 3. 콘텐츠 체험	1. 자연 2. 음식 3. 전통문화 체험	1. 음식 2. 콘텐츠 체험 3. 자연

○ 2024 기업회의 인센티브 지원제도 개편 및 연간 운영 실시

- 다년간 지원 데이터 등 분석을 통한 인기/비인기 항목 구분
- 해외지사 의견 청취를 통한 맞춤형 콘텐츠 지원
- 국내 유관기관 대상 설명회 개최를 통한 지원제도 확정 및 운영

* 유관 기관 '네트워킹 세션' 신규 마련, 의견수렴을 통한 지원제도 개편 확정 예정

* 유니크베뉴 설명회 공동 개최를 통한 협업 가능 사업 발굴 및 제도 반영

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
기업회의/인센티브 지원제도 수립	시장 맞춤형 지원제도 수립		설명회 개최	지원제도 운영 및 단체지원								

일반사업

사업명	주요 사업내용
국제이벤트 유치 개최 활성화	• '국제이벤트 지원제도'를 통한 유치, 개최, 홍보지원 • 국제이벤트 유관기관 네트워킹 등

4.4 국제협력팀 사업계획

핵심사업

(1) 2024 개발도상국 관광지도자 벤치마킹 사업연수

국정과제 협업

– 전략과제 : 관광부가가치 및 브랜드 제고

개발도상국 관광산업 지원을 통한 한국관광 글로벌 인지도 제고
- 참여국가 확대 ⇒ 사업대상지 발굴 기회 확대 및 한국관광 글로벌 인지도 제고
- 관광 ODA 연수체계 구축⇒ 연수 효율성·만족도 제고

추진배경 및 목적

- 한국관광 우수사례 전파를 통한 한국관광 글로벌 인지도 제고 및 개발도상국 지속가능 개발목표(SDGs)달성 기여
  * SDGs : Sustainable Development Goals(UN지정 인류 공동 목표)
- 국가별 지역별 특화 맞춤형 상생협력 네트워크 구축 및 미래지향적 협력 파트너쉽 강화
- 고위급 및 실무급 관광공무원 대상 포럼 및 연수 프로그램을 통한 관광 ODA 사업 발굴

주요 개선사항

'24년 개선사항	– 국정과제와 연계 및 적극 실현을 위한 기반조성 : 참여국가 확대 (9개국 〉 12개국) – ODA연수 체계(온라인 사전연수 + 비대면 연수)구축을 통한 연수 효율성·만족도 제고

사업내용

- KOPIST* 개발도상국 관광지도자 연수(고위급 및 실무급 대상)
  * KOPIST(Korea Partnership Initiative for Sustainable Tourism) : 관광통합 ODA 브랜드명
  - 고위급 포럼 : ODA 중점협력국(12개국) 고위급 관광공무원 대상 관광정책 포럼 개최
  - 실무급 연수 : ODA 중점협력국(12개국) 실무급 관광공무원 대상 초청 연수 실시
  - 심화컨설팅/찾아가는 연수 : KOPIST 실무급 연수 우수국가 1개국 대상 ODA 사업 심화컨설팅 및 찾아가는 연수 실시 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
고위급 포럼 및 일반연수	입찰 공고	행사준비		포럼	연수	성과측정						
심화컨설팅 및 찾아가는 연수				입찰 공고	심화컨설팅 /찾아가는 연수							

주요사업

(2) [이월] 스리랑카 중부-북동부 지역사회기반 관광육성 사업

국정과제 협업

– 전략과제 : 관광부가가치 및 브랜드 제고

추진배경 및 목적

- 단기간에 발전을 이룬 우리나라의 관광개발 경험과 노하우에 대한 스리랑카 정부의 관심 증대
- 스리랑카 '19년 KOPIST 연수를 통한 사업계획 발굴 및 스리랑카 정부의 ODA사업 요청

사업내용

- 스리랑카 중부-북동부 지역(하바라나) 대상 관광두레 프로젝트 운영
  - 관광두레 종합계획 수립 및 운영 체계 확립
- 스리랑카 관광인력 인적역량 강화 교육
  - 공무원, 마을지도자 대상 초청 연수 및 지역주민 대상 관광수용 태세 교육 등
- 지속가능한 관광기반 시설(TIC&웰컴센터) 조성 및 운영 관리
  - TIC (관광안내소) : 지역 관광안내소 및 여행자 쉼터
  - CBT 웰컴센터 : 두레공동체 사무실, 지역주민용 다목적 공간

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
관광두레 프로젝트 운영 기구 조성 및 운영	계획 수립	공동체 운영										
관광 인력 역량 강화	계획 수립		초청 연수	현지 주민 역량 강화								
관광기반 시설 확충	실시설계			기반시설 시공					예비 준공	완공		

(3) 관광 관련 국제기구 협력 강화

국정과제 협업

– 전략과제 : 관광 부가가치 및 브랜드 제고

추진배경 및 목적

- 국제기구 회의 의제 발굴을 통한 국제사회 선도적 입지 강화
- 관광 분야 국제기구와의 유기적 협력을 통한 국제관광 전문 인재 양성

사업내용

- 국제관광기구 협력 강화 : 기존 국제관광기구 멤버십 활동 강화 및 신규 가입 국제관광기구 모색
- 한국관광 인지도 제고 : 한국관광 어워드 수상 및 대외 홍보 활동
- 국제관광기구 전문인력 양성 : 국제관광기구(PATA) 인턴 사업 수행을 통한 청년 인재 양성
- 국제관광기구 회의 참석 및 개최 : 국제관광기구(UNWTO, PATA, ASEAN 등) 유관 회의 참석 및 공동 개최

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
국제관광기구 협력 강화												
한국관광 인지도 제고												
국제관광기구 전문인력 양성												
국제관광기구 회의 참석 및 개최												

일반사업

사업명	주요 사업내용
필리핀 루손섬 관광두레 시범마을 조성 사업 (일반/이월)	• 루손섬 2개 지역 대상 관광두레 시범마을 조성 • 국가두레 및 관광두레 종합계획 수립 및 시범마을 조성 • 관광기반 시설 조성 및 인적 역량강화 실시
몽골 관광교육 종합센터 건립 (이월)	• 울란바토르시 소재 관광종합 교육센터 건립('24.5월 완공 예정) • 게르 종사자 대상 관광인력 교육 실시 완료('22.4월)

Imagine your Korea

2024년 국민관광본부

사업계획

2024년
국민관광본부 사업계획

Ⅰ. 국민관광본부 사업체계 ····· 165
Ⅱ. 2024년 국민관광본부 사업계획 ····· 166
1. 국민관광본부 핵심사업 ····· 166
2. 국민관광실 ····· 167
2.1 국민관광전략팀 ····· 167
2.2 국민관광마케팅팀 ····· 171
2.3 지역균형관광팀 ····· 174
2.4 국내디지털마케팅팀 ····· 177
3. 지역관광실 ····· 180
3.1 지역관광개발팀 ····· 180
3.2 지역관광육성팀 ····· 183
3.3 레저관광팀 ····· 185
3.4 오시아노리조트호텔사업단TF ····· 190
4. 관광복지안전센터 ····· 192

Ⅰ. 국민관광본부 사업체계

미래상

여행으로 국민을 행복하게 하고, 관광으로 국부를 증진하는 공공기관

민간이 주도하고
지역이 발전하는
관광산업 성장을 지원합니다.

다양한 관광 매력으로
새로운 여행경험을 제공합니다.

전략방향

지속가능경영으로
국민의 신뢰를 제고합니다.

전략과제

한국관광 대표 콘텐츠 육성	지역관광 균형 발전 촉진	관광 생태계 ESG 실천
여행객 맞춤형 마케팅 강화	관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성	내부통제 강화를 통한 윤리청렴 조직 구현
관광 부가가치 및 브랜드 제고	관광 종합 플랫폼 기반 데이터 개방 및 협업 확대	효율성 중심 경영체계 구축
디지털 기반 관광서비스 확산		

본부목표

국내관광이 주도하는 국민의 삶의 질 향상 및 지역 경제 활성화
('24년 국내여행 지출액 40조 원 목표)

전략방향

국내관광 매력제고로
국내관광 수요촉진

지역맞춤형 협업 확대로
지역관광 균형발전

함께 즐기는 관광환경
조성으로
지속가능관광 선도

전략과제

국내관광 혜택강화	지역자원 연계 콘텐츠 육성	관광복지 확대
국내관광 콘텐츠 확산	지역관광 역량강화	착한여행문화 확산

Ⅱ. 2024년 국민관광본부 사업계획

1 국민관광본부 핵심사업

	사업명	주요 사업내용	담당부서
1	지역관광 추진조직(DMO) 육성	• 지역관광추진조직(DMO) 선정 및 지원 • 지역관광추진조직 맞춤형 지원을 통한 역량제고 • DMO별 우수사례 발굴 및 확산	국민관광 전략팀
2	여행가는 달 캠페인 확대 전개	• 대국민/업계 혜택 확대 : 여행할인 등 • 다양한 지역 여행콘텐츠 발굴·제공 • 캠페인 인지도 제고를 위한 홍보	국민관광 마케팅팀
3	디지털 관광주민증 사업 확대	• 인구감소지역 서비스 확대(25~30개 지역) • 소비자 마케팅 및 맞춤형 고객 관리 • B2B 사업 협업 체계 강화 • 지속가능한 사업 성장 기반 조성	지역균형 관광팀
4	통합 마케팅 플랫폼 활용 국내관광 마케팅 강화	• 데이터 및 AI 기반 여행 추천 서비스 '여행콕콕' 고도화 • 대구석 내 게임화 서비스 활용 실제 지역관광 유도 • 웹·앱 및 SNS 채널 연계 강화	국내디지털 마케팅팀
5	오시아노 관광단지 지역거점 관광지 육성	• 호텔 개장 연계 학술대회 및 지역MICE행사 등 유치 • 최신기술 보유 관광벤처 실증사업 지원 • 호텔·기존운영시설 연계 홍보마케팅 강화	지역관광 개발팀
6	야간관광 특화도시 조성	• 특화도시 신규 선정 및 컨설팅 지원 • 야간관광 특화도시 협의체 운영 및 공동 홍보 사업 지원 • '밤밤곡곡 100' 공동 마케팅 지원	지역관광 육성팀
7	코리아둘레길 세계적 브랜드 육성	• 코리아둘레길 K-콘텐츠 명소 발굴 • K-명품길 글로벌 온·오프라인 기반 조성으로 외국인 수용 태세 구축 • 공사 해외지사 및 민간협업을 통한 해외 홍보마케팅 실시	레저관광팀
8	근로자 휴가지원사업	• 공공·민간·지자체 협업 휴가지원사업 동반성장 수혜자 확대 • 지방관광 유도를 통한 내수 활성화	관광복지 안전센터
9	무장애 열린관광 환경 확대	• 무장애 관광 인프라 확대 • 관광취약계층 참여 확대 • 무장애 관광환경 질적 개선	관광복지 안전센터

2 국민관광실 사업계획

추진방향

- **(국내여행 수요촉진)** 숙박, 교통 등 국내여행 할인혜택을 제공하는 대규모 캠페인 전개로 관광소비 확대 및 내수활성화 기여, 비수기·비수도권 집중지원을 통한 국내여행 수요 균형분산
- **(관광을 통한 지역활력 제고)** 디지털관광주민증 등 인구감소지역 홍보강화로 관광목적의 생활인구 증대, 주민·지역주도 지역관광 추진조직 발굴 및 육성을 통한 지역관광 자생력 강화
- **(국내여행 콘텐츠 확산)** 시의성·신뢰성 있는 국내여행정보 서비스 채널 운영을 통해 국내관광에 대한 관심 환기, 국내여행 정보 접근성·편의성 제고

2.1 국민관광전략팀 사업계획

핵심사업

(1) 지역주민이 함께하는 지역관광추진조직(DMO) 육성 체계화

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진

체계적인 DMO 육성으로 기초지자체 단위 지역관광 역량 강화

- 단계별 맞춤형 지원으로 기초지자체 단위 관광사업 추진 전문조직으로 육성
- 생활인구 유입, 바가지요금 근절 등 지역주민과 함께 지역 관광현안 해결 주도

추진배경 및 목적

- 지역관광 현안해결을 위한 기초지자체 단위 관광전문 실행조직 및 인력 부족
- 지역현안 발굴 및 해결을 위한 지역 이해관계자 간 민-관 협업체계 구축
- DMO의 체계적 육성을 통한 지역·주민 주도의 지역 균형발전 및 자생력 강화

* **지역관광추진조직(DMO, Destination Marketing&Management Organization)**
- **(정의)** 지역 기반 거버넌스를 구축하여 관광현안을 발굴하고 해결을 주도하는 기초지자체 단위 지역관광추진조직(現 누적 34개소)으로 지역관광 마케팅 및 관광산업 육성기능 수행
- **(거버넌스)** 지자체, RTO, LTO, 지역관광협(의)회, 주민협동조합, 관광사업체(교통/숙박/음식 등) 등으로 구성된 협력 네트워크

주요 개선사항

'24년 개선사항	**[DMO 선정 및 예산지원 방식 개선]** - (기존) 연도별 → (개선) 단계별(1단계, 2단계) 공모로 행정업무 간소화 - 성장단계별로 예산지원 확대 (1단계 2억원 → 2단계 최대 3억원) **[단계별 맞춤형지원으로 지역관광 역량제고]** - 기획부터 성과관리까지 단계별 맞춤형 전문가 컨설팅 지원 확대 - 사업자별 수요조사에 기반한 역량교육 강화 **[대국민 인지도 제고]** - DMO별 우수사례 발굴 및 홍보마케팅으로 대국민 대상 인지도 제고 - 지역 현안 해결 노하우 및 성과 공유 등을 통한 지역관광 우수사례 확산

사업내용

- **(선정 및 지원)** 단계별 공모 및 예산지원 확대(개선)
  * 단계별(1단계(1~2년차), 2단계(3~5년차) DMO 사업자 공모·선정 및 성과평가 의거 연속 지원
  * 성장단계별 예산지원 확대 (1단계 2억원 → 2단계 최대 3억원)
  * '20년 17개소, '21년 17개소, '22년 19개소, '23년 21개소 등 신규누적 총 34개소
- **(DMO 역량 제고)** 성장단계별 차별화된 컨설팅 및 맞춤형 역량교육 강화
  * 1단계 : 해당지역 관광자원 현황, 관광 거버넌스 구축 및 협의체 운영방안
    2단계 : 지속가능한 비즈니스 모델 구축방안 중심의 차별화된 전문가 컨설팅
  * 수요조사 기반 DMO 사업자별 맞춤형 역량교육 강화(홍보마케팅, 빅데이터 분석 및 관광 트렌드, 로컬리즘 등)
- **(인지도 제고)** DMO별 우수사례 발굴 및 확산
  * '지역다움' Day(가칭) 개최 : 우수 DMO 선정 및 공유, DMO 간 네트워킹, 팝업스토어 홍보 등
  * DMO 우수사례 확산 : 기사화, 홍보영상 제작 및 박람회 참가 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
사업공모 및 선정	공고/선정		업무 협약									
DMO 기획사업 지원				DMO 사업자별 필수/선택사업 추진 지원								
DMO 역량제고				전문가 자문단 및 DMO 협의체 운영/ 우수사례 벤치마킹 및 수요자 맞춤형 교육실시								
DMO 성과관리						DMO 중장기 전략수립/ 경제적 파급효과 조사 DMO 중간 모니터링 및 최종평가						

주요사업

(2) 강소형 잠재관광지 육성사업

협업

– 전략과제 : 지역관광 균형발전 촉진

추진배경 및 목적

- **(균형발전)** 관광 수요 분산을 통한 지역관광 균형발전 요구 증대
- **(협업강화)** 관광수요 분산 및 지역균형 발전 요구 증대에 따른 공사 국내지사-기초지자체 협업 및 지역 주도 관광마케팅 강화
- **(콘텐츠 육성)** 인지도는 낮으나 성장 잠재력이 높은 지역 관광지 발굴 육성

사업내용

- 지역 강소형 잠재관광지 육성 대상지 발굴·선정(최대 2개년 지원)
  * 연도별 선정 현황 : ('19~'20년) 18개소 → ('21~22년) 매년15개소 → ('23년) 13개소
  ** 연도별 10~20개소 선정
- 선정지 현황분석 및 육성방안 컨설팅
- SNS, 언론매체 등 다양한 매체 활용 홍보마케팅, 관광상품 개발 및 체류 유도

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
'24년도 강소형 잠재관광지 선정												
사업계획 수립 컨설팅 등 협업체계 구축												
홍보 마케팅 추진 및 성과분석												

〈참고〉 강소형 잠재관광지 리스트

강소형 잠재관광지 리스트(59개소)		
경기/인천	8	소창체험관 / 오이도 유적 / 안성맞춤랜드 / 연미정과 월곶돈대 / 화랑유원지 및 산업역사박물관 / 고려궁지 / 갑곶돈대 / 애기봉 평화생태공원
강원	4	가리왕산 케이블카 / 한탄강 주상절리길 / 초곡용굴촛대바위 / **논골담길***
세종/충북	7	다누리아쿠아리움 / 전통문화체험관 / 금강보행교 / 국립세종수목원 / 문의문화재단지 / 오대호 아트팩토리 / 한지체험박물관
대전/충남	6	상소동산림욕장 / 청산수목원 / 내포보부상촌 / 버그내순례길 / 대동하늘공원 / 웅도
전북	5	운곡람사르습지 / 대한민국술테마박물관&구이저수지 둘레길, 아리랑문학마을, 지리산 허브밸리, 누리파크
광주/전남	6	도초도 환상의정원 / **동명동카페거리*** / 백운동원림 / 4est수목원 / 호수생태원 / 보리마당&시화마을
부산/울산	8	전포공구길 / 장생포고래문화마을 / 명란브랜드연구소 및 명란로드 / 영남알프스 복합웰컴센터 / 광안리 SUP Zone / 편백산림욕장 / 장림포구(부네치아) / 울산대교 전망대
대구/경북	6	대가야생활촌 / 섬목관음도 / 앞산해넘이전망대 / 경천섬 / 백두대간 파워스팟 / 금성산 고분군 역사관광지
경남	6	창포원 / 항노화힐링랜드 / 설리스카이워크 / 디피랑 / 대장경 테마파크 / 분청도자박물관
제주	3	**하영올레*** / 치유의숲 / 하논분화구

* 2년 육성지원 강소형 잠재관광지

일반사업

사업명	주요 사업내용
지역관광 활성화 지원	• 국내관광 활성화 전략수립 및 사업지원 • 국내관광 정책/이슈 관련 시장조사

2.2 국민관광마케팅팀 사업계획

핵심사업

(1) 「2024 여행가는 달」 캠페인 확대

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진

"모두가 함께 참여하는 지역 중심의 체류형 여행" 확산 선도
- 캠페인 확대 실시(1회 → 2회) 및 대국민·여행업계 체감형 혜택 지속 강화
- 민·관 협업 확대 통한 콘텐츠 다양화로 국내 대표 여행캠페인으로 자리매김

추진배경 및 목적

- 비수기 여행가는 분위기 조성을 통해 국내 관광수요의 균형적 분산
- 관광업계 및 지역관광 활력 제고를 통한 내수경기 회복 발판 제공

주요 개선사항

'24년 개선사항	**[체감형 혜택 강화]** 기관 협업을 통한 체감형 여행혜택 집중 발굴 **[캠페인 확산]** 대대적인 대국민 여행 이벤트를 통한 지역여행 붐 조성 **[지역 관광콘텐츠 발굴]** 여행 트렌드를 반영한 다양한 지역프로그램 운영

사업내용

- **(캠페인 횟수 증가)** 연 2회 확대 실시
  * 2023년 : 6월(1회, 1개월) 실시 → 2024년 : 2-3월, 6월(2회, 2개월) 실시
- **(여행할인 혜택 제공)** 다양한 국민체감형 여행할인혜택 제공
  * 교통 : 철도(지역관광 결합 철도여행, 관광열차), 항공, 렌터카 할인
  * 숙박 : 비수도권 지역 대상 숙박할인쿠폰 제공
  * 여행상품 : 국내여행사가 운영하는 우수 지역여행상품 30~40% 할인 판매
  * 기타 : 지자체·공공기관·유관업계 등이 제공하는 여행할인 혜택 발굴·제공
    (예시) 지역별 관광택시, 시티투어버스, 케이블카 이용할인 등
- **(국민참여 이벤트 및 여행콘텐츠 제공)** 유관업계/기관 참여 확대로 양질의 풍성한 여행 콘텐츠와 즐길거리 제공
  * 국민 누구나 참여할 수 있는 다양한 **지역방문 붐업 이벤트(2~3월)** 실시

(예시) 당일 기차여행 〈로컬 재발견 여행(가칭)〉 이벤트, 숨은 관광지 방문 및 지역 여행 혜택 이용 인증샷 이벤트 등

* 소비자 선호 트렌드와 지역 이색 여행콘텐츠를 결합한〈여행트렌드관 운영〉(6월)
  : 캠페인 대표 여행프로그램 기획 및 소개, 지방출발 상품 등 운영
* 〈숨은 관광지(한시 개방/신규관광지)〉발굴 및 연계 이벤트 실시
* 기타 공공·민간과 협업을 통한 여행혜택·참여이벤트·여행정보 등 발굴과 홍보

- **(캠페인 광고·홍보)** 가족여행층·중장년층 집중 타깃 맞춤형 홍보 전개
  * 가족여행층(20-40대), 중장년층 맞춤형 여행테마 발굴 및 선호매체 활용 강화
  * 셀럽 활용 및 여행관련 유명 브랜드 협업 이벤트 등을 통한 특별 홍보
  * TV프로그램 협찬, 온라인(SNS 등), 인쇄 및 옥외 매체 등 다양한 매체 광고 실시
- **(캠페인 참여실태 조사 및 개선사항 도출)**
  * 캠페인 종료 후, 캠페인 수혜자 포함 국민 대상 참여실태 조사 및 개선사항 도출, 차년도 캠페인 반영

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
여행가는 달 캠페인 실시	사전준비		캠페인 실시 (2~3월편)	캠페인 사전준비 (6월편)		캠페인 실시 (6월편)	캠페인 성과조사				25년 캠페인 준비	

주요사업

(2) 숙박할인권 지원 사업

국정과제 협업

– 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진

추진배경 및 목적

- 지역 관광수요 창출 및 내수 진작을 위한 여행혜택 제공
- 숙박할인 지원을 통한 국민 국내여행 독려 및 휴식치유 도모

사업내용

- 주요내용 : 온라인을 통한 5만원 초과 국내 숙박상품 구매 시 3만원 할인
  * 사용처 : 관광진흥법, 공중위생관리법 등 인허가된 국내 숙박시설 상품
  * 발급처 : 사업 참여 희망 온라인여행사(23년 야놀자, 여기어때 등 판매채널 기준 45개사 참여)
- 배포규모/시기 : 45만장 / 2~3월 20만장 + 6월 25만장
- 배포지역 : 비수도권 지역(서울, 경기, 인천 제외)
  * (23년) 전국 배포 → (24년) 비수도권(서울·경기·인천 제외) 배포로 변경

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
숙박할인권 지원(2월)	운영준비 OTA모집	쿠폰발급 및 사용		쿠폰 사용내역 정산 및 성과분석								
숙박할인권 지원(6월)				OTA모집 및 운영준비		쿠폰발급 및 사용		쿠폰 사용내역 정산 및 성과분석				

일반사업

사업명	주요 사업내용
여행이 있는 주말 캠페인	• 대내·외 협업을 통한 여행혜택 발굴 및 공동 홍보 • 지역별/테마별 여행프로그램 기획 및 운영 • 홈페이지 운영(캠페인 소개, 영상 및 이벤트 소개 등) • 온오프라인 매체 활용 캠페인 홍보광고 및 이벤트 실시
한국관광 100선	• 2023~2024 한국관광 100선 홍보 마케팅 – 내나라 여행박람회 참가, 리플렛 배포 • 2025~2026 한국관광 100선 선정 및 홍보 – 언론홍보, 대구석 특집관 운영, 홍보물 제작·배포 등
한국관광의 별	• 2024년도 한국관광의 별 홍보 마케팅 • 2024년도 한국관광의 별 선정 및 홍보, 시상식 개최 – 언론홍보, 대구석 특집관 운영 등
추천 가볼만한 곳	• 선정 위원회 개최(격월) • 월별 추천 가볼만한 곳 테마 및 관광지 선정(월 5개) • 선정지역 취재 및 보도자료 배포, 기사화 • 대구석 특집관 운영

2.3 지역균형관광팀 사업계획

핵심사업

(1) 인구감소지역 리바이브(里vive) 프로젝트 「디지털 관광주민증」

진흥계획 협업

– 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진

관광주민과 지역주민 모두가 행복한 지역여행 활성화 사업 추진
- (관광주민) 지역별 혜택 제공 확대 및 고객 맞춤형 마케팅 강화
- (지역주민) 정부-지자체-지역 참여업체 소통강화 및 성과 창출 동기 부여

추진배경 및 목적

- 지방소멸 위기 대응, 인구감소지역의 여행 할인 혜택 제공을 통한 생활인구 증대 및 관광소비 확대
  * 생활인구 : 등록인구(주민등록, 등록외국인) + 체류인구(월1회, 하루 3시간 이상)

주요 개선사항

'24년 개선사항	**[관광주민 만족 증대]** 고객맞춤 혜택 강화를 통한 지역 방문·이용률 제고 **[지역주민 만족 제고]** 사업 참여자 간 소통 강화 및 인센티브 지원을 통한 참여 확대 **[성과관리 강화]** 데이터 수집 및 성과관리시스템 개선

사업내용

- **(운영지역 확대)** '23년 15개→'24년 최대 40개 인구감소지역으로 서비스 확대
  * 행안부, 전국 89개 인구감소지역, 18개 관심지역 선정
- **(B2C 마케팅 강화)** 고객맞춤형 홍보 추진으로 소비자 만족 및 이용률 제고
  * 국민참여 홍보 캠페인, 국내지사 연계 홍보 마케팅 강화
    (관광주민 초청 이벤트, 지역별 핵심혜택 발굴 및 관광프로그램 개발 등)
  * 고객 맞춤 여행정보·혜택 제공, 우수고객 특전 등 고객관리 강화
- **(B2B 협업 강화)** 민·관 협업 체계 강화를 통한 혜택제공 사업 참여 확대
  * 우수 참여업체 인센티브 지원 및 할인혜택 다양화(지자체 평균 19개→30개)
  * 여행예약 플랫폼, 카드사, 공공사업 등 민·관 협업 확대
  * 정부, 지자체, RTO 등 협의체 개최 및 참여업체 소통 온라인 커뮤니티 운영
- **(지속가능 기반조성)** 주민증 이용편의 증대 및 사업확장 대비 성과관리시스템 개선
  * 이용자 가입·이용 편의 증대 및 데이터 수집·분석을 위한 시스템 개선

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
운영지역 확대		신규 지역 공모·선정		서비스 론칭	지역여행 할인혜택 등 서비스 제공							
B2C 마케팅 강화	고객관리 제도·지역별 사업계획 수립			신규 지역 론칭 연계 이벤트	고객 맞춤·지역별 홍보 마케팅 전개							
B2C 협업 강화		참여업체 커뮤니티 개설		협의체운영·민관 협업 프로모션·상품개발·우수 참여업체 마케팅 지원								
지속가능 기반조성		시스템 고도화·운영 업체 입찰·선정		서비스 모니터링 등							만족도 조사·소비효과 측정	

주요사업

(2) 첨단기법으로 만나는 DMZ 생생누리

협업

– 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진

추진배경 및 목적

- DMZ의 역사, 문화, 생태 등을 ICT 기술로 구현한 실감콘텐츠 체험 운영을 통하여 DMZ의 고유한 가치 및 의미에 대한 대내외 홍보
- 접경지역 관광자원 홍보거점 역할을 통해 접경지역 관광활성화 도모

사업내용

- DMZ 생생누리 체험관 운영 및 홍보 마케팅
  * 위탁 운영을 통한 DMZ 생생누리 운영(시설 관리, 관람객 입장 등)
  * 공공 및 민간 유관기관 연계 DMZ 생생누리 및 인근 관광콘텐츠 홍보
  * DMZ 생생누리 외국인 및 단체 유치 홍보
- 국내 주요 관광박람회 등 참가, 업계 및 소비자 대상 홍보
  * 내나라여행 박람회 참가 및 이벤트 등
- 생생누리 연계 DMZ 접경지역 통합 홍보마케팅 거점화

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
체험관 운영 및 홍보												
체험관 연계 통합관광 거점화												

(3) DMZ 생태·평화관광 활성화

협업

– 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진

추진배경 및 목적

- DMZ 접경지역 관광 콘텐츠 발굴 및 홍보 지원을 통해 관광목적지로서의 대내외 인지도 제고
- DMZ 및 접경지역을 한국관광 거점으로 관광 자원화 함으로써 접경지역 관광 및 경제 활성화 유도

사업내용

- DMZ 관광콘텐츠 발굴 및 여행상품 운영·지원 사업
  * DMZ 접경지역 관광활성화 콘텐츠 공모전(SNS 숏폼 공모전)
  * DMZ 여행상품화 지원('23 우수상품 및 신규 외국인 혹은 당일상품)
  * DMZ 연계 평화관광 자원 전수조사
- DMZ 생태관광 홍보 마케팅 사업
  *『대한민국구석구석』내 DMZ 관광 통합홍보 마이크로페이지 운영
- DMZ 생태관광 기반조성 사업
  * 2024년도 DMZ 접경지역 관광 소비자 인식 및 만족도 조사
  * DMZ 평화관광추진협의회 운영 및 토론회 개최

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
관광콘텐츠 발굴 및 여행상품 운영												
홍보마케팅												
기반조성												

일반사업

사업명	주요 사업내용
[23] DMZ 생생누리 조성 및 운영	• DMZ 생생누리 체험관 운영 및 관리

2.4 국내디지털마케팅팀 사업계획

핵심사업

(1) 대한민국 구석구석 웹/앱 운영

협업 ESG

- 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화, 디지털 기반 관광 서비스 확산, 관광 종합 플랫폼 기반 데이터 개방 및 협업 확대

맞춤형 관광정보 제공 강화를 통한 충성 고객 확대
- 콘텐츠 추천 시 개인 성향 반영 확대 ⇒ 추천 정확도 및 사용자 만족도 제고
- 사용자 활동 데이터 확보 및 활용 강화 ⇒ 충성고객(앱·로그인 사용자) 확대

추진배경 및 목적

- 시의성·신뢰성 있는 국내여행정보 서비스 운영으로 국민 여행 편의 제고 및 국내여행 확산에 기여
- 내·외부 데이터 축적·분석·활용 강화 및 모바일 서비스 최적화를 통한 여행 편의 제공 및 이용자 증대

주요 개선사항

'24년 개선사항	**[사용자 편의 강화]** - 복잡한 메뉴구조 간소화 및 UI/UX 개선을 통한 정보 접근성·편의성 강화 **[여행정보 관리 효율성 제고]** - 공사 내 타 플랫폼과의 연동 강화 및 여행 정보 관리 체계화를 통한 품질 향상 **[맞춤형 정보 제공 확대]** - 개인화 서비스 고도화를 통한 데이터 관리 및 활용 강화

사업내용

- 국내여행 통합 정보 서비스 플랫폼 '대한민국 구석구석' 운영 및 개선
  * 플랫폼 내 콘텐츠 및 서비스 재정비, 주요 UI/UX 개선 등
- 시의성 있는 테마별 국내여행 콘텐츠 생산 및 온·오프라인 이벤트 추진
- '여행콕콕'* 추천 모델 고도화 및 고객 데이터 기반 마케팅 정교화
  * 빅데이터 및 대한민국 구석구석 사용자 활동 데이터 기반 여행지·코스 추천 서비스
- 게임요소 도입 신규 서비스 '배지콕콕'* 운영을 통한 충성 사용자 확대
  * 댓글, 발도장 등 사용자 활동에 따른 리워드(배지, 랭킹점수) 지급 서비스

- 지자체, 유관기관 및 관광업계 홍보·마케팅 지원, 여행상품 홍보관* 운영 등 대내외 협력 추진으로 공공 마케팅 플랫폼 역할 강화
  * 여행업계 판로 개척을 위한 국내여행 상품 홍보 서비스

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
플랫폼 운영 및 개선												
사용자 참여 온·오프라인 이벤트												
고객 데이터 기반 마케팅 정교화												
모바일 특화 서비스 개선												
대한민국 구석구석 사용자 만족도 조사												

주요사업

(2) 대한민국 구석구석 SNS 운영

협업 ESG

– 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진, 디지털 기반 관광 서비스 확산

추진배경 및 목적

- 숨겨진 국내 여행지 발굴, 홍보를 통한 관광 트렌드 선도
- 사용자의 실시간 관심사를 반영한 콘텐츠 제공으로 국내관광에 대한 지속적 관심 환기 및 국내관광 활성화 지원

사업내용

- 6개 SNS 채널* 운영을 통한 시의성 있는 국내 여행정보 제공
  * 인스타그램, 네이버 블로그, 페이스북, 엑스(구.트위터), 밴드, 카카오스토리
- 기자단* 운영을 통해 트렌드를 반영한 여행 콘텐츠 제작 및 확산
  * 대학생 기자단 트래블리더(8개 권역/총 32명), 준전문가 기자단 다님(10명)
- 지자체 협업 팸투어, 취재 지원을 통한 지역관광 콘텐츠 생산 및 SNS 활용 홍보 지원
- SNS 채널분석 및 FGI 조사를 통한 채널 영향력 분석 및 개선점 도출

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
대한민국 구석구석 SNS 채널 운영												
대한민국 구석구석 기자단 운영												
SNS 채널분석 및 FGI 조사 실시												

일반사업

사업명	주요 사업내용
디지털 스토리텔링 서비스 '오디(Odii)' 운영	• **(콘텐츠 확충)** 오디오 관광해설 콘텐츠 확충 및 현행화 – 신규 콘텐츠 제작 및 노후 콘텐츠 현행화·고품질화(1,600건) – 지자체, 유관기관 등 외부기관 협업을 통한 콘텐츠 제작 및 수급(1,400건) • **(시스템 운영)** 오디 웹·앱 서비스 사용성 제고 및 기능 개선 • **(홍보·마케팅)** 오딩이(오디 캐릭터) 활용 온·오프라인 참여형 이벤트 운영 등
국문 디지털 관광정보 수집 및 생산 활성화	• **(정보 생산)** 신규 국문 디지털 관광정보(POI) 생산 – 신규 관광지, 소비자 활용 수요에 대응한 관광지 등 국문 디지털 관광정보 생산 • **(정보 현행화)** 노후 관광정보 현행화 및 고품질화 – 시의성 및 트렌드에 맞는 여행정보 갱신 및 고품질화 • **(대외개방)** TourAPI 4.0 연계 관광정보 대외개방 – 공사 API 서비스를 통해 대내외 여행정보 서비스에 필요한 기초자료 제공 • **(홍보·마케팅)** 국문 디지털 관광정보(POI) 확산 및 관심도 제고를 위한 대국민 홍보·마케팅 추진 – 국내 여행 정보 큐레이션 서비스 '가볼래-터' 운영 – 플랫폼 내 제공되는 다양한 디지털 관광정보 확산을 위한 온라인 홍보 및 광고 실시 – 관광정보 활성화를 위한 소비자 참여 이벤트 진행 등

3 지역관광실 사업계획

추진방향

- 지속적인 지역관광 경쟁력 강화를 위한 지역거점 관광지로서 오시아노 관광단지 활성화 및 지역관광자원 개발 성공모델 확산을 통한 지역관광 균형발전 촉진
- 야간관광 기반 조성·확대를 통한 지역 체류형 관광 확산 및 관광 활성화 기여
- 코리아둘레길 세계적 브랜드화 및 연계 방한 외래객 유치로 지역관광 활성화 기반 조성, 여행자 친화적 걷기환경 조성을 통한 한국관광 대표 콘텐츠 육성

3.1 지역관광개발팀 사업계획

핵심사업

(1) 오시아노관광단지 지역거점 관광지 육성사업

협업

– 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진

서남권 지역특화콘텐츠 발굴·활성화로 지역거점관광지 육성 추진

- 지역특화 MICE유치, 관광트렌드를 반영한 체험콘텐츠 개발로 지역관광 경쟁력 강화
- 기존운영시설 연계 홍보마케팅 강화로 단지 방문수요 확대 및 투자매력도 제고

추진배경 및 목적

- 오시아노 관광단지 활성화 마중물 사업을 통한 단지 활성화 추진
- 대내외 협업을 통한 홍보마케팅으로 단지 방문객 유치활동 강화

주요 개선사항

'24년 개선사항	**[운영시설, 자연환경 및 인근 지역 관광지를 활용한 신규콘텐츠 발굴 운영]** – 리조트호텔 연회장 활용 컨벤션 유치 추진으로 방문객 유입 촉진 – 호텔, 캠핑장 등 운영시설 및 목포시, 신안군 등 인근 관광지를 연계한 지역특화 관광상품 운영

사업내용

- **(콘텐츠 발굴)** 유관부서 협업을 통한 기술·트렌드 접목 신규 콘텐츠 개발
  * 인피니티풀 활용 웰니스 프로그램(요가/명상), 노을카약, 패들보드 체험 등 관광벤처 실증사업 지원 (관광기업지원실 등 협업)
  * 단지 내 산책로 및 목포, 해남, 신안 등 인근 관광지를 활용한 관광프로그램 개발 및 주변 해안도로 연계 자전거 투어 상품 등 콘텐츠 발굴 (광주전남지사 등 협업)
- **(이벤트 유치)** 호텔 등 기존시설 활용 정책포럼, 박람회 및 지역 MICE행사 유치
  * 호텔 개장 연계 유관학회 학술대회, 정책포럼 공동 개최 추진(하반기)
  * 해남군 캠핑관광박람회 등 지역 대형행사 단지내 유치 및 공동 개최
  * 광주전남지역 상공회의소 협업을 통한 지역기업인 워크숍 유치 등
- **(마케팅 강화)** 공사 마케팅부서와 협업을 통한 기존 운영시설 연계 홍보마케팅
  * 다님, 트래블리더 등 공사 보유 기자단 적극 활용을 통한 리조트호텔 및 여행콘텐츠 등 초기홍보 강화
  * 공사 대구석 홍보페이지, SNS 채널 활용 리조트호텔 및 오시아노 관광단지 등 집중홍보
  * 캠핑장, 골프장, 지역 박람회 연계 관광객 유치 확대를 위한 홍보 마케팅 실시
  * 단지 내 포토존·꽃밭 조성을 통한 볼거리 제공 및 관광객 유치
- **(투자유치 촉진)** 투자자 자문, 투자박람회 참여 및 리조트호텔 연계 투자활동 강화
  * 단지 인지도 제고를 위한 유력 박람회 참여 및 홍보
  * 전문가 자문·컨설팅을 통한 투자물건 상품성 강화
  * 리조트호텔 개장·운영 연계 투자물건 발굴 및 집객시설 유치

추진일정

<table>
<tr><th rowspan="2">사업내용</th><th colspan="12">시기(월)</th></tr>
<tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th></tr>
<tr><td>콘텐츠 발굴</td><td></td><td colspan="11">유관부서 협의 및 계획수립(2~3월)
콘텐츠 개발 및 운영(5월~)
실증사업 실행(7~10월)</td></tr>
<tr><td>이벤트 유치</td><td colspan="6"></td><td colspan="6">지역기업인 워크숍 유치(하반기)
정책포럼 개최 추진(9~10월)
캠핑관광박람회 공동개최(10월)</td></tr>
<tr><td>마케팅 강화</td><td colspan="12">연중 마케팅 협업계획수립(1~2월)
홍보마케팅 전개(2월~)</td></tr>
</table>

주요사업

(2) 관광투자유치 지원

– 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진

추진배경 및 목적

- **지속적인 지역관광 경쟁력 강화**를 위한 신규 관광자원 개발 및 관광투자 활성화 필요
- 지자체 관광자원개발 및 관광투자유치 촉진을 위한 **관광투자유치 지원 및 지역 관광 균형 발전 도모**

사업내용

- **(컨설팅 및 홍보)** 사업대상 지자체 공모, 지자체 선정(3개 지자체 이내)
  분야별 전문가를 활용한 지자체 **맞춤형 관광자원개발 사업 투자유치 컨설팅** 및 홍보 실시, **설명회 개최** 등 적극적 투자유치 활동을 통한 관광투자 활성화 촉진 및 홍보
- **(아카데미 운영)** 투자유치 **담당자 전문역량 강화**를 위한 온/오프라인 교육 지원/
  온라인 교육 콘텐츠 20년 3개, 23년 2개 제작(e나라배움터, 관광e배움터 등재), **24년 총 5개 온라인 교육 콘텐츠 운영**
- **(정보제공)** 신뢰성 있는 관광자원개발 및 관광투자 관련 정보 수집 및 전문가 기고 등을 통한 **관광투자 정보제공, 투어라즈 및 데이터랩에 등재**
- **(네트워킹)** 관광투자 **관련 행사 참가, 우수 투자사례 답사** 등을 통한 잠재 투자자 발굴, 직접 소통을 통한 **투자동향 파악** 및 관계 형성

추진일정

<table>
<tr><th rowspan="2">사업내용</th><th colspan="12">시기(월)</th></tr>
<tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th></tr>
<tr><td>온라인 정보 제공 및 홍보</td><td></td><td></td><td colspan="10">관광자원개발·관광투자 콘텐츠 제작 및 정보 제공, 홍보</td></tr>
<tr><td>지역 관광투자유치 컨설팅 및 홍보 지원</td><td></td><td></td><td colspan="2">지자체 공모 접수</td><td colspan="7">현장 컨설팅, 잠재투자자 대상 투자설명회 개최,
팸투어(관심투자자 대상 투자 현장설명회) 실시 등</td></tr>
<tr><td rowspan="2">관광개발 및 투자유치 지자체 담당자 대상 아카데미 운영</td><td colspan="12">문체부 나라배움터 및 공사 e배움터 온라인 강좌 운영</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="2">현장 심화교육 실시(1)</td><td></td><td></td><td></td><td colspan="2">현장 심화교육 실시(2)</td></tr>
<tr><td>우수 사례 답사 및 네트워킹</td><td></td><td></td><td colspan="2">답사 및 네트워킹(1)</td><td></td><td colspan="2">답사 및 네트워킹(2)</td><td></td><td colspan="2">답사 및 네트워킹(3)</td><td></td></tr>
</table>

3.2 지역관광육성팀 사업계획

핵심사업

(1) 야간관광 특화도시 조성

국정과제 진흥계획 협업 ESG

– 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성

지역체류형 관광 확산을 위한 야간관광 활성화
- 특화도시 매력도 증대를 위한 야간관광 콘텐츠 및 홍보마케팅 전략 컨설팅
- 야간관광 공식 BI(밤밤곡곡) 선포 및 홍보로 야간관광 인지도 제고

추진배경 및 목적

- 지역체류형 관광육성을 통해 지역관광산업 및 경제 활성화 도모
- 글로컬 관광목적지로서 한국관광 경쟁력 제고 및 매력도 증대
- 「2024 야간관광 특화도시 조성 공모사업」으로 광역별 야간관광 거점 구축 및 야간관광 활성화 기반 마련
- 지역상권 참여 유도로 야간 특화 관광 비즈니스 모델 창출

주요 개선사항

'24년 개선사항	– '밤밤곡곡 100' 활용 광역권 공동 홍보마케팅 협업 추진 – 국내외 홍보마케팅 및 특화상품 개발 독려를 위한 야간관광 특화도시 자료집 구축 – 「야간관광 특화도시 협의체」 정식 출범 및 회원도시 중심 운영체제로 전환

사업내용

- 야간관광 특화도시 조성사업
  * (공 모) ▲지자체 대상 야간관광 특화도시 조성사업 공모 설명회 실시, ▲'24년 야간관광 특화도시 조성사업 공모 심사 및 선정(3개소)
  * (컨 설 팅) ▲신규 선정 특화도시 대상 현황 진단, ▲사업계획 구체화 및 홍보마케팅 전략 등 컨설팅
  * (중간평가) '23년 선정 야간관광 특화도시(5개소) 대상 중간 성과평가 실시
  * (협 의 체) ▲'24년 기준 야간관광 특화도시(10개소) 협의체 운영 지원, ▲협의체 공동 홍보마케팅 실시
  * (자 료 집) 대상별(국내외 관광객 및 관광업계) 야간관광 특화도시 자료집 구축

- 야간관광 기반조성 및 저변확대
  * (밤밤곡곡) ▲밤밤곡곡 100 인바운드 상품개발 및 프로모션, ▲밤밤곡곡 100 광역권 홍보 마케팅 협업 추진
  * (사업관리) ▲야간관광 전문가 자문회의 운영 및 관련 업무협의 실시, ▲야간관광 특화 선정도시 모니터링 등 야간관광 활성화 사업 관리

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
'24 야간관광 특화도시 3개소 선정												
'24년 선정 야간관광 특화도시 3개소 컨설팅												
'23년 선정 야간관광 특화도시 5개소 중간평가												
야간관광 특화도시 자료집 구축												
협의체 운영 및 공동 홍보마케팅												
밤밤곡곡 100 현행화 및 홍보마케팅												
야간관광 활성화 사업관리												

일반사업

사업명	주요 사업내용
지역 축제 육성	• 문화관광축제 지정평가 운영(축제 모니터링) • 국내외 축제 홍보마케팅 지원 • 2023년 빅데이터 활용 축제 개최효과 분석 사업
축제 경쟁력 강화 지원	• 빅데이터 활용 축제 개최효과 분석 • 축제 정책 및 산업 트렌드 맞춤 개최 지원 • 축제 먹거리 수용태세 개선 지원 • 축제 전문인력 양성
전통시장 활성화	• K-관광마켓 10선 등 전통시장 국내·외 홍보마케팅 • 전통시장 관광 수용태세 개선

3.3 레저관광팀 사업계획

핵심사업

(1) 코리아둘레길 세계적 브랜드 육성

국정과제 진흥계획 협업 ESG

– 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성

코리아둘레길 K-명품길 8개소 선정, 세계적 브랜드화 기틀 마련
- K-명품길 온·오프라인 외국인 수용태세 구축
- K-명품길 명소 해외 타깃 마케팅 ⇒ 외래관광객 유치 확대

추진배경 및 목적

- 코리아둘레길 세계적 브랜드화 및 연계 방한 외래객 유치로 지역관광 활성화 기반 조성

사업내용

- **외국인에게 소구력 높은 코리아둘레길 K-명품길 선정(총 8개 코스)**
  * 4개 길(해파랑길, 남파랑길, 서해랑길, DMZ 평화의길) x 각 2개 코스
- **코리아둘레길 K-명품길 외국인 수용태세 구축**
  - 외국인 맞춤형 스토리개발 및 홍보 콘텐츠 제작·게재
  - 해외지사 공동 외국인 시범상품 개발 및 판촉활동
    * 현지 여행사·기자 팸투어, 모객광고, 판촉지원, 현지 설명회 등
  - 국내 인바운드 여행사/랜드사 대상 K-명품길 상품개발 팸투어
  - K-명품길 시설기반 확충 지원
    * 지자체 협력을 통한 K-명품길 8개소 내 종합안내판 다국어화(영/중/일) 및 안내사인(나무패널, 리본, 화살, 스티커 등) 영문 보수
    * 외국인 안내체계 점검 모니터링
- **K-콘텐츠 명소 해외 타깃 마케팅 추진**
  - 민간·공공업계(삼성 갤럭시 '헬스 앱', 자동차보험사 등) 공동 해외 인플루언서 초청 걷기원정대 추진

- 해외 유명매체 공동 K-명품길 홍보

  * 글로벌 OTA(클룩, 라쿠텐), 산티아고 순례길 트레일 홍보책자, 내셔널지오그래픽 잡지 등

코리아둘레길 전 구간 개통기념 내·외국인 4,500km 릴레이 걷기 캠페인

- 코리아둘레길 4,500km 릴레이 걷기 참여자 모집

  * (내국인) 일반 국민(대국민 이벤트를 통해 모집), 걷기 동호회, 인플루언서 등

  * (주한외국인) 주한 외국대사, 외국인학교 및 대학교 유학생, 외국인 인플루언서 등

  * (외국인) 여행·트래킹 관련 인플루언서, 해외 언론인, 방한 단체 등

- 참여자 대상 해파랑길~남파랑길~서해랑길~DMZ 평화의 길 릴레이 걷기 캠페인 실시 및 홍보

- 릴레이 걷기 캠페인 폐막행사(또는 선포식) 추진 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
K-명품길 선정												
코리아둘레길 K-명품길 외국인 수용태세 구축												
K-명품길 명소 해외 타깃 마케팅 추진												
코리아둘레길 전 구간 개통기념 4,500km 릴레이 걷기 캠페인												

주요사업

(2) 걷기여행길 관리 및 홍보

국정과제 진흥계획 협업 ESG

– 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성

추진배경 및 목적

- 코리아둘레길* 전 구간 개통에 따른 대국민 브랜드 인지도 제고
- 여행자 친화적 걷기환경조성 및 맞춤형 서비스 제공을 통한 이용 활성화

*** 코리아둘레길 관광자원화**

- **걷기여행**은 코로나 19 이후 선호하는 야외 관광 활동 1순위(48.4%)
- **'대한민국을 재발견하며 함께 걷는 길'**을 비전으로 '17년부터 추진해온 **'코리아둘레길'* 전 구간 완성 및 개통 예정**('24.3월)

* 총 연장 약4,500km(4개 노선, 284개 코스), 관할 지자체 10개 광역, 78개 기초

해파랑길(동해안)	+	남파랑길(남해안)	+	서해랑길(서해안)	+	DMZ 평화의 길
50개 코스, 750km ('16년 개통)		90개 코스, 1,470km ('20년 개통)		109개 코스, 1,800km ('22.6월 개통)		35개 코스, 524km **('24. 3월 개통 예정)**

사업내용

- **코리아둘레길 모니터링 및 안내사무국 운영**
  - 지킴이 운영 통한 노선 정기점검 및 안내사인 보수
    * DMZ평화의길 주노선(대체노선 포함41개, 620km) 추가, 지킴이 78명 → 90명 확대
  - 안내사무국 운영 및 쟁점구간 전문가 모니터링
  - 국립공원 안내사인 설치 및 코리아둘레길 전 구간(4,500km) 완보기념품 등 물품 제작, 보수
- **코리아둘레길 쉼터 및 걷기 프로그램 운영 지원**
- **코리아둘레길 지역협의회 및 관계자 교육**
- **2024 걷기여행 실태조사 실시 및 코리아둘레길 홍보물 제작·배포**
- **코리아둘레길 통합 홍보마케팅**
  - 대표 관광콘텐츠 발굴 및 홍보콘텐츠 제작·게재
  - 코리아둘레길 온·오프라인 홍보마케팅
    * 민간(삼성전자 갤럭시 헬스 앱, 자동차보험사, 민간 트레킹 앱), 공공기관(국민건강보험공단 걷기건강 캠페인) 연계 코리아둘레길 홍보마케팅
    * 대표코스 연계 인플루언서 협업 코리아둘레길 브랜디드 콘텐츠 제작·홍보
    * 공사 타 부서, 지자체 및 유관기관 개최행사 연계 홍보부스 운영 등
- **걷기여행 활성화 캠페인**
  - (상반기) 2024 봄 걷기여행주간 운영 / (하반기) (가칭)2024 저탄소 여행주간 운영
  - 코리아둘레길 걷기원정대 확대 운영(내국인 → 내·외국인)
    * 걷기원정대 외국인 확대 운영(연내 내국인 1회, 외국인(인플루언서, 업계 등) 1회 운영)

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
모니터링 및 안내사무국 운영												
쉼터 및 걷기 프로그램 운영 지원												
협의회, 관계자교육, 실태조사, 홍보물제작												
코리아둘레길 온·오프라인 홍보마케팅												
걷기여행 활성화 캠페인												

(3) 캠핑관광 활성화 지원

국정과제 진흥계획 협업 ESG

– 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화

추진배경 및 목적

- 등록 야영장 정보망 활성화 및 교육 지원을 통한 안전캠핑 기반조성
- 대국민 안전캠핑 캠페인을 통한 바람직한 캠핑 문화 확산 및 캠핑관광 활성화

사업내용

- **안전캠핑 기반 강화**
  - 전국 등록 야영장 종합정보망(고캠핑 누리집) 운영
    * 고캠핑 홈페이지 운영, 등록 야영장 DB 현행화, 콘텐츠 제작 등
  - 야영장 사업자 및 야영장 담당 공무원 안전관리 집합교육 실시
    * 야영장 등록·관리절차 및 사고예방/응급처치법 교육, 지자체 업무매뉴얼 배포
  - 야영장 사업자 교육 콘텐츠 제작 및 온라인 교육 시스템 운영
- **안전캠핑 계도 및 불법야영 단속**
  - 캠핑 이용자 대상 안전캠핑 계도 캠페인 * 안전캠핑 리플릿 배포
  - 미등록 야영장 현장 단속 및 온라인 모니터링
- **등록야영장 이용 활성화**
  - 캠핑산업 현황 및 캠핑여행 실태 조사, 우수야영장* 선정·홍보
    * 친환경, 무장애, 가족친화, 차박 안심 야영장 등 20개소

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
고캠핑 홈페이지 운영 (DB현행화, 콘텐츠 제작 등)												
사업자 교육 콘텐츠 제작 및 온라인 교육 시스템 운영												
야영장 사업자 및 담당공무원 집합교육												
캠핑 이용자 대상 안전캠핑 계도 캠페인												
미등록 야영장 현장 단속 및 온라인 모니터링												
2023 기준 캠핑 이용자 실태조사												
우수야영장 선정 및 홍보												

일반사업

사업명	주요 사업내용
DMZ 평화의 길 통합관리기반 강화 및 운영 활성화	• DMZ 평화의 길 모니터링 및 안내사무국 운영 • DMZ 평화의 길 통합 홍보마케팅 • DMZ 평화의 길 테마노선 외국인 관광객 개방 시범사업 • DMZ 평화의 길 주노선 개통 선포식 개최
코리아모빌리티	• 두루누비 웹/앱 운영 및 관리 • 두루누비 기능 고도화, 사용자 인터페이스 및 서비스 개선 및 콘텐츠 확충 등
[23] 걷기여행길 관리 및 홍보	• 2024년 DMZ 평화의 길 주노선 개통 전 노선 점검 모니터링
[23] 레저스포츠관광 활성화	• 자전거 관광자원 조사 및 활성화 방안 연구 등

3.4 오시아노리조트호텔사업단TF 사업계획

핵심사업

(1) 치유와 휴양이 있는 무장애 오시아노 국민휴양마을 조성

국정과제 진흥계획

- 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진

오시아노 4성급 호텔 건립을 통한 관광단지 민자 유치 활성화 도모

- 전남지역 관광 인프라 확충 ⇒ 지역관광 균형 발전 촉진 및 민자 유치 활성화
- 배리어프리 시설 조성 ⇒ 관광취약계층 대상 관광복지 확대

추진배경 및 목적

- 국정과제 실현 및 지역균형발전을 위한 전남 서남지역 관광 인프라 확충
- 배리어프리 시설 조성을 통한 관광취약계층에 대한 관광복지 확대

주요 진행사항

'24년 진행사항	- 오시아노호텔 건축물 잔손보기 및 호텔 자산등록 - 미시공분 마감공사 및 호텔 운영물품 구매/설치 - 호텔 개관준비 및 운영

사업내용

- **오시아노 리조트호텔 건립 공사 완료 및 시설 관련 후속조치**
- **오시아노호텔 개관준비·개관식 개최**
  * (공 사) 오시아노호텔 운영물품 구매/비치 및 마감 공사 실시
  * (운영사) 관광호텔업 등록 및 영업 인허 준비 등
  * (공 동) 호텔 조기활성화를 위한 홍보마케팅 계획 수립 등
- **공사 주요사업* 연계 치유 및 휴양형 체류거점 육성 및 상품 다양화**
  * 관광벤처, 근로자휴가지원·의료·웰니스·MICE·관광교육 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
운영물품 및 마감공사												
개관 준비 및 프리오픈												
개관식 개최 및 운영												

4 관광복지안전센터 사업계획

추진방향

- **(근로자 휴가문화 조성)** 소상공인·중소기업 근로자들의 휴가비 지원을 통한 직장 내 자유로운 휴가문화 조성 및 지역관광 활성화
- **(무장애 열린관광 환경조성)** 관광취약계층을 위한 무장애관광 인프라 확충으로 관광복지 실현 및 국내관광 신규 수요 창출
- **(유원시설 안전관리)** 전국 유원시설 현황 파악, 지자체 담당자 교육 등을 통한 국민 안전여행 기반 마련

4.1 관광복지안전센터 사업계획

핵심사업

(1) 근로자 휴가지원사업 활성화

국정과제 | 진흥계획 | 협업 | ESG

– 전략과제 : 관광 생태계 ESG 실천 강화

근로자 휴가지원사업 동반성장 모델*을 통한 지역관광 수요 발굴

- 지자체·RTO 협업을 통한 지방관광 활성화 프로모션 확대
- 공공·민간 협업으로 중소기업·근로자 국내여행 기회 제공 강화

* 대외기관과 협업하여 ① 기업/근로자 적립금 대납 또는 ② 상품 할인 프로모션 시행

추진배경 및 목적

- 대외기관 협력을 통한 지방관광 수요 발굴로 내수경제 활성화 유도

주요 개선사항

'24년 개선사항	– 모집인원 확대로 중소근로자의 국내여행 기회 확대('23년 최초 9만명 → '24년 15만명) – 민간 참여비중 확대(누적 참여 5년차 중견기업 대상 기업분담금 증액) – 지역관광 활성화 프로모션 시리즈 시행으로 근로자 지역여행 유도

사업내용

- (지자체·RTO 협업) 비수도권 대상 근로자 휴가지원사업 온라인몰(휴가샵) 내 특별 프로모션 실시(휴가샵 내 해당지역 상품 별도 할인 판매)
  * 공사) 사업기획 및 프로모션 전반 운영 / 지자체·RTO) 프로모션 예산 지원
- (공공·민간 협업) 기존 협업기업 참여 확대 및 신규 협업기업 발굴을 통한 중소기업·근로자 지원 확대
  * '24년 목표 13,000명('23년 실적 10,493명 대비 23.9% 증가)

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
근로자 휴가지원사업 모집 시작												
지자체, RTO, 공공, 민간 대상 협업기관 발굴												
지방관광 활성화 프로모션 및 동반성장 지원 실시												

(2) 무장애 열린관광 환경 확대

국정과제 진흥계획 협업 ESG

– 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화

무장애 관광환경 확대를 통한 국민의 관광향유권 보장

- 열린관광지 및 무장애 관광도시 확대로 무장애 관광 인프라 확충
- 모니터링 강화, 대국민 여행정보 공유 확대 등을 통한 무장애 여행환경 질적 개선

추진배경 및 목적

- 국민의 30%*가 무장애 관광정책 대상이며, '25년 초고령 사회(65세 이상 인구비율 20% 이상) 진입이 예상됨에 따라 무장애 관광환경 조성에 대한 요구 확대
  * 장애인, 고령자, 영유아 동반가족 등(출처–국토교통부 「2021년 교통약자 이동편의 실태조사」)
- 관광취약계층을 포함한 '모든 관광객'이 접근 가능한 무장애관광 인프라 확충으로 국민의 균등한 관광향유권 보장 및 국내관광 신규 수요 창출

주요 개선사항

'24년 개선사항	- **(무장애 관광 인프라 확대)** 열린관광지 조성지 및 무장애 관광권역 확대 - **(관광취약계층 참여 확대)** 무장애 환경 조성, 콘텐츠 개발, 모니터링 등 사업 전 단계에 걸친 장애인 참여 기회 확대 - **(무장애 관광 환경 질적 개선)** 열린관광지 사후 유지관리 강화, 지자체 업계 종사자 대상 무장애 여행 인식개선 교육 강화 및 무장애 여행정보 공유 활성화

사업내용

무장애 관광 인프라 확대

- **(열린관광지 확대)** 장애인의 관광활동 제약요소를 해소하고, 고령자 및 임산부 등 관광취약계층도 편리하게 여행할 수 있는 열린관광지 확대
  * (기존) 연 20개소 → ('24년) 30개소 조성 확대, '15~'24년 누적 162개소 선정·조성
- **(무장애 관광권역 확대)** 무장애 교통·숙박·식음시설·관광서비스 등 관광권역 내 여행 전반의 무장애 편의성 증진
  * 강릉 1개소 조성 중('22~'24년), '24년 1개 권역 추가 선정(3년간 40억 지원)

(관광취약계층 참여 확대) 무장애 관광환경 조성사업 전반 장애인 당사자 의견 수렴 및 참여 확대로 수요자 관점에서의 무장애 관광환경 조성

- **(콘텐츠 개발)** 열린관광지별 특성에 기반하여 시각, 청각, 발달장애 등 다양한 장애 유형별 특화 콘텐츠 개발 확대 * 촉각모형, 수상휠체어 등
- **(나눔여행 확대)** 장애인 등 사회적·신체적 제약으로 여행기회가 적은 관광취약계층 대상 여행 지원 확대 * 나눔여행 550명 이상 지원

무장애 관광 환경 질적 개선

- **(열린관광지 사후관리 강화)** 모니터링 실시주기* 단축 및 다양한 유형의 장애인 당사자 참여* 확대, 조성완료 열린관광지 자가 점검 체계 마련
  * (실시주기) 준공 후 3년→2년, (당사자참여) 지체 장애인 1명→지체 및 시각·청각 장애인 각 1명
- **(인식개선 교육 확대)** 지자체 공무원, 관광업계 종사자 대상 장애인식 및 무장애 관광 온·오프라인 서비스 교육 확대 * '23년 1,200명 → '24년 1,400명
- **(무장애 숙박정보)** 장애인 객실 등 숙박시설 무장애 시설현황 조사 및 우수 숙박업소 프로모션을 통한 무장애 정보 서비스 저변 확대
  * 숙박시설의 장애인 시설·서비스를 DB화·제공, 우수 숙박시설 대상 홍보 지원

추진일정

<table>
<tr><th rowspan="2">사업내용</th><th colspan="12">시기(월)</th></tr>
<tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th></tr>
<tr><td rowspan="2">열린관광지 조성</td><td colspan="12">2024 열린관광지 컨설팅 (연중)</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="4">2025 열린관광지 선정 공모</td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="2">무장애관광 연계성 강화</td><td colspan="3">'24 사업자 선정 공모</td><td colspan="9">'24 무장애관광 연계성 강화 사업 선정지 대상 컨설팅</td></tr>
<tr><td colspan="12">'22년 선정 강릉시 3년차 컨설팅(연중) 및 홍보</td></tr>
<tr><td>무장애 여행정보 제공</td><td colspan="12">열린관광 무장애 여행정보 DB 확충 및 유지관리(연간)
무장애 숙박정보 DB구축, 열린관광 신규 콘텐츠 발굴 및 SNS 운영 등</td></tr>
<tr><td>무장애관광 교육 및 홍보</td><td colspan="12">장애인식개선 및 무장애 관광 교육, 관광취약계층 나눔여행 지원,
온·오프라인 무장애 관광 홍보 이벤트 개최 등</td></tr>
</table>

주요사업

(3) 유원시설 안전정보망 운영 및 산업활성화

협업 ESG

– 전략과제 : 관광 생태계 ESG 실천 강화

추진배경 및 목적

- 유원시설업체 및 이용객의 지속적인 증가에 따른 안전관리 강화 필요
- 유원시설의 전반적인 현황 파악 및 전문가 자문, 업주 및 지자체 담당자 교육 등을 통한 유원시설 산업 활성화 지원

사업내용

- 유원시설 안전정보망 운영 : 유원시설 업체정보, 유기기구 현황정보, 안전성 검사 등 주기적 현행화 및 데이터 분석, 정보망 서비스 품질 개선
  * 관광진흥법 제34조의 2에 근거하여 운영
- 유원시설업 기초 통계조사 및 연구 : 유원시설업 현황, 경제적 파급효과 분석 등
- 유원시설 안전관리 자문위원회 운영 : 지자체 및 업계 신청에 따라 관광진흥법상 유기기구 해당 여부 심사 및 활성화 방안 협의 등
- 유원시설 안전관리 교육 및 포럼 : 유원시설 국내외 트렌드 및 안전관리 성공사례 공유를 통한 전문성과 실무역량 제고

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
안전정보망 운영												
기초 통계조사 및 연구												
안전관리 자문위원회 운영*												
안전관리 교육 및 포럼												

* 자문위원회는 안건 발생시 수시로 추진

일반사업

사업명	주요 사업내용
청소년 관광 활성화	• 취약계층 청소년(특수학교, 방과후 아카데미 등) 문화관광 체험 및 여행 지원 (연 6,500명)

Imagine your Korea

2024년 관광산업본부

사업계획

2024년
관광산업본부 사업계획

Ⅰ. 관광산업본부 사업체계 ····· 199
Ⅱ. 2024년 관광산업본부 사업계획 ····· 200
1. 관광산업본부 추진방향 ····· 200
2. 관광산업본부 핵심사업 ····· 201
3. 관광산업실 ····· 202
3.1 관광산업전략팀 ····· 202
3.2 쇼핑숙박팀 ····· 207
3.3. 안내교통팀 ····· 214
3.4. 스마트관광팀 ····· 221
4. 관광기업지원실 ····· 225
4.1 관광기업협력팀 ····· 225
4.2 관광기업창업팀 ····· 230
4.3 관광기업육성팀 ····· 236
4.4 관광홍보관운영팀 ····· 240
5. 관광인재개발실 ····· 244
5.1 관광인재양성팀 ····· 244
5.2 관광교육팀 ····· 249

Ⅰ. 관광산업본부 사업체계

미래상

여행으로 국민을 행복하게 하고, 관광으로 국부를 증진하는 공공기관

민간이 주도하고
지역이 발전하는
관광산업 성장을 지원합니다.

다양한 관광 매력으로
새로운 여행경험을 제공합니다.

전략방향

지속가능경영으로
국민의 신뢰를 제고합니다.

전략과제

한국관광 대표 콘텐츠 육성	**지역관광 균형 발전 촉진**	관광 생태계 ESG 실천
여행객 맞춤형 마케팅 강화	**관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성**	내부통제 강화를 통한 윤리청렴 조직 구현
관광 부가가치 및 브랜드 제고	**관광 종합 플랫폼 기반 데이터 개방 및 협업 확대**	효율성 중심 경영체계 구축
디지털 기반 관광서비스 확산		

본부목표

관광생태계 혁신·성장을 통한 관광산업 성과 창출 강화
('24년 기술·융합형 관광 벤처 245개 발굴·육성 목표)

전략방향

여행하기 좋은
관광 서비스 환경 조성

관광업계 역량 제고
및 미래인재 양성 강화

전략과제

관광 서비스 품질 개선을 통한 K-관광 수용태세 제고	입국부터 출국까지 막힘없이 편리하게 외래객 이동 편의 제고	지역관광기업지원센터 운영 활성화
쇼핑관광 활성화	지역밀착형 스마트관광 실험실 사업	관광 글로벌 선도기업 육성
민관 협력 숙박 품질 관리	하이커 그라운드 한국관광 랜드마크화 추진	온·오프라인 연계 취업지원 서비스 활성화
		관광산업 통합 교육플랫폼 운영 및 활성화

Ⅱ. 2024년 관광산업본부 사업계획

1 관광산업본부 추진방향

여행하기 좋은 관광 서비스 환경 조성

- **'관광 서비스 품질 개선'을 위한 관광 수용태세 모니터링 및 캠페인 추진**
  - 전문가-국민 합동 관광지 모니터링 추진을 통한 사업 신뢰도·수용성 제고
  - 유력 매체 대상 광고·기사화, 국민 참여형 이벤트 추진을 통한 캠페인 파급력 극대화
- **분야별 대표 업계 협업, '관광 4대 접점' 서비스 개선 및 홍보**
  - **(안내)** 관광통역안내 1330 서비스 운영체계 개편 및 스마트化 추진, 지역 관광안내표지 컨설팅 확대 및 모범사례 발굴을 통한 사업 실효성 제고
  - **(교통)** 업계 협업 강화를 통한 외래객 대상 교통 편의 서비스 확대 및 이용 확산
  - **(쇼핑)** 민간업계 협업을 통한 즉시 면세·모바일 간편 결제 확산, 소비자 니즈 반영 쇼핑관광 콘텐츠 확대 및 해외 홍보·마케팅 강화
  - **(숙박)** 공공 부문(지자체 숙박 인증제 등) 및 민간(글로벌 OTA 등) 협업을 통한 숙박 품질관리 확대 및 우수 업소 정보 대내·외 확산
- **(스마트관광)** 민간기업 주도 문제해결형 스마트관광 사업 참여 및 스마트관광 도시 활성화를 통한 지역관광 편의 및 매력도 제고
- **(하이커 그라운드)** 한류·지역관광 홍보 거점화, 관광업계 간 교류 및 지원 기능 강화

관광업계 역량 제고 및 미래인재 양성 강화

- **(여행업계) 중소 여행사 대상 디지털 전환 지원 강화**
  - 수혜기업 대상 맞춤형 통합 지원(디지털 전환 과제 수행, 개별 맞춤형 컨설팅, 역량교육, 과제 모니터링, 사후관리 등)을 통한 기업 역량·서비스 경쟁력 강화
- **(관광기업)** 관광산업 생태계 주체(관광기업, 글로벌 기업, 투자자 등) 간 협업 활성화 지원, 관광 분야 해외진출 유망 기업 발굴 및 글로벌 역량 강화 지원
- **(기념품업계) 우수 관광기념품 발굴 및 판로개척 지원**
  - 공모전 출품 부문 개선(자격 요건 확대, 해외특화 부문 신설 등), 관광기념품 박람회 개최 시 업계 상생협력 기회 확대(비즈니스 프로그램 운영을 통한 업계 간 협업 기회 제공 등)
- **(관광인력)** 외부 채용 플랫폼 및 유관기관 협업을 통한 취업 지원 서비스 다양화, 구인기업-구직자 대상 맞춤형 매칭 강화(매칭데이, 미니 잡페어 등)

2 관광산업본부 핵심사업

	사업명	주요 사업내용	담당부서
1	관광 서비스 품질 개선	• 관광 서비스 수용태세 점검단 운영 • 수용태세 개선 캠페인 전개	관광산업 전략팀
2	쇼핑관광 활성화	• 민관 협업 관광객 체감형 쇼핑 편의성 제고 • 지역 쇼핑관광 경쟁력 제고 • 쇼핑관광 홍보·마케팅	쇼핑숙박팀
3	민관 협력 숙박 품질 관리	• 지자체 인증제 연계 한국관광 품질관리 확대 시행 • 외래객 대상 지방 중저가 업소 확충 및 대규모 판촉 전개	쇼핑숙박팀 숙박품질파트
4	『입국부터 출국까지 막힘없이 편리하게』 외래객 이동 편의 제고	• 외래객 대상 교통편의 서비스 확대(외국어 예약·결제 서비스, 교통-관광 결합상품 개발 등) • 외래객 대상 교통편의 서비스 홍보(기사화, 온·오프라인 광고, 할인 프로모션 등)	안내교통팀
5	지역밀착형 스마트관광 실험실 사업	• 민간기업의 참여를 통해 지역 현안 문제 및 과제를 발굴하고 해결하는 민관 협업형 스마트관광 확산 사업 추진	스마트관광팀
6	지역관광기업 지원센터 운영 활성화	• 8개 지역관광기업지원센터 운영 및 관리 • 지역관광기업지원센터 운영 역량 강화 및 협업 확대 • 국내지사 활용 지역관광기업지원센터 활성화	관광기업 협력팀
7	2024 BETTER里 : 인구감소지역 다자간 협업을 통한 관광인구 증대	• 스타트업, 지자체, 대중소기업 등 협업을 통한 인구감소 지역 관광 활성화	관광기업 창업팀
8	관광 글로벌 선도기업 육성	• 글로벌 기업 육성전략 수립 • 관광 글로벌 챌린지 프로그램 운영 • 해외 관광기업지원센터 운영 및 신설 등	관광기업 육성팀
9	하이커 그라운드 한국관광 랜드마크화 추진	• 지역 소도시 재발견 캠페인 추진 • 하이커 실감 체험 공간 추가 조성 • 하이커 공간 운영 및 활성화, 관광안내 서비스 제공	관광홍보관 운영팀
10	온·오프라인 연계 취업지원 서비스 활성화	• 외부 채용 전문 기관 협업 공사 플랫폼 역할 강화 • 구인-구직 맞춤형 매칭 강화 • 구직자 대상 취업역량 강화	관광인재 양성팀
11	관광산업 통합 교육플랫폼 운영 및 활성화	• 통합 교육 플랫폼 운영 및 고도화 • 대내·외 협업을 통한 통합 교육 플랫폼 교육 수요 확대	관광교육팀

3 관광산업실 사업계획

3.1 관광산업전략팀 사업계획

핵심사업

(1) 관광 서비스 품질 개선

국정과제 진흥계획 협업

- 전략과제 : 관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성

현장 점검단 운영, 대국민 캠페인으로 K-관광 서비스 품질 Up↑
- 일반 국민이 직접 참여하는 현장 점검단 운영으로 사업 신뢰도·수용성 Up↑
- 유력 매체 집중 홍보·광고, 체감형 온·오프라인 이벤트 등 추진을 통한 캠페인 인지도 및 성과 Up↑

추진배경 및 목적

- 매스컴, 공사 관광불편신고센터 등을 통해 관광 서비스(음식, 쇼핑, 교통 등)에 대한 국내·외 관광객 불만 지속
- 제8차 국가관광전략회의 추진과제 연계*, 주요 관광지 대상 민관 합동 점검 및 개선을 통한 관광 서비스 품질 개선 추진 필요
  * (전략3) 융복합·고부가화 산업혁신 플러스 → [추진과제] 한국관광 품질 개선 추진
- 합리적 가격, 양질의 관광 서비스를 통한 여행 부담 경감 및 관광지 이미지 회복으로 국내관광 활성화 및 지역 경제·상권 활성화에 기여

주요 개선사항

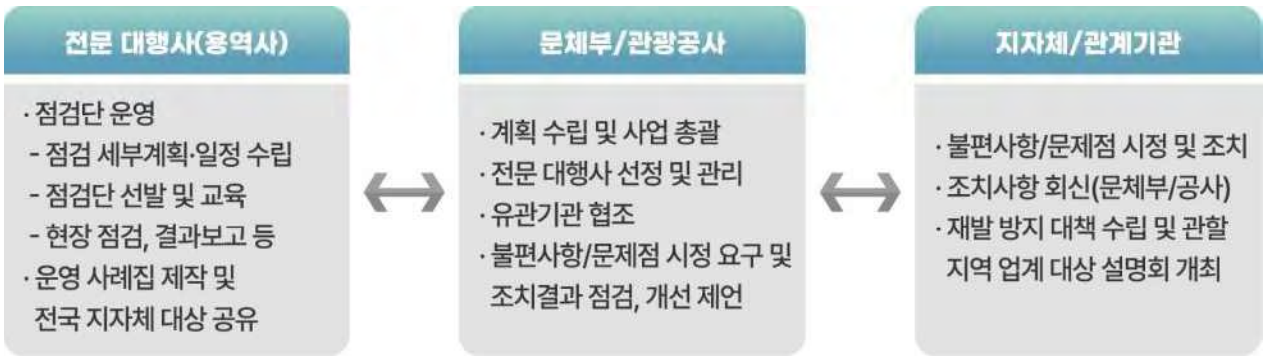
'24년 개선사항	- **[수용태세 점검]** 일반 국민·전문가 공동 주요 관광지 대상 수용태세 점검단 운영 - **[캠페인 전개]** 국내·외 관광객 타깃 한국 관광 이미지 회복을 위한 캠페인 집중 시행 (매체 홍보, 국민 참여 이벤트, 언론 기사화 등)

사업내용

1 관광 서비스 수용태세 점검단 운영

- **(구성인원)** 총 100명(일반 국민 50명, 관광업계 종사자 등 전문가 50명)

- **(활동주기)** 반기별 1회
  * 외래객 집중 방한기간 및 국민 지역여행 성수기 대비 점검 시행
- **(점검대상)** 수도권, 강원권 등 전국 5대 권역 내 주요 관광특구·관광지 등
  * 지자체 수요, 한국관광데이터랩, 관광불편신고 분석서 등을 종합 고려하여 선정
- **(점검내용)** 교통, 쇼핑, 음식, 숙박, 안내 서비스, 관광지 시설 등
- **(운영체계)**



2 수용태세 개선 캠페인 전개

- **(추진방향)** 수용태세 개선 노력을 담은 메시지 송출 및 매체 홍보, 국민 참여형 이벤트 집중 실시로 대대적 국민 공감대 형성 및 캠페인 파급력 극대화
- **(추진내용)**
  - (캠페인 브랜딩) 신규 슬로건, BI 등 캠페인 홍보 콘텐츠(영상/인쇄용) 제작
  - (매체 홍보) ▲인기 유튜브 채널 등 활용 브랜디드 콘텐츠 제작·송출(20~30대 타깃), ▲정보 전달형 TV 프로그램 협찬(중·장년층 타깃)
    * 스토리텔링 기법을 통해 캠페인 메시지를 자연스럽게 담아내도록 구성
  - (붐업 이벤트) ▲대국민 SNS 바이럴 이벤트(온라인), ▲주요 지역 행사 연계 국민 참여형 이벤트(오프라인) 개최
  - (언론 기사화) ▲캠페인 단계별(초/중/후반) 보도자료 배포, ▲외부 전문가(관광업계, 학계 등) 활용 유력 매체 대상 기획기사 작성 등
  - (성과 조사) 캠페인 성과 분석 및 향후 추진방향, 개선과제 도출

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
점검단 운영	현장점검 기본계획 수립, 발대식(시범 운영)			상반기 현장점검		시정요구 및 확인, 개선 제언			하반기 현장점검		시정요구 및 확인, 개선 제언	
캠페인 시행	광고/이벤트 기획			홍보 및 이벤트 개최				홍보 및 이벤트 개최			성과분석, 결과보고	

주요사업

(2) 여행업계 디지털 전환 지원

국정과제 진흥계획

- 전략과제 : 관광 종합 플랫폼 기반 데이터 개방 및 협업 확대

추진배경 및 목적

- 여행업계 디지털 환경변화에 대응, 중소 여행사 대상 디지털 인프라 구축 및 종사자 역량 강화를 통한 여행업계 경쟁력 제고
  * 국정과제 61-(업계 디지털 전환 지원) 및 제6차 관광진흥기본계획('23-'27)에 포함

사업내용

- 선발유형 : 입문형, 활용형
  * 입문형 : 초기 디지털 전환 과제 수행 / 활용형 : 디지털 전환 고도화 과제 수행
- 신청자격 : 입문형 ☞ 소기업·소상공인 / 활용형 ☞ 중소기업
- 선발규모 : 150개 사 내외
- 지원사항
  - (협약 및 계약 체결) 공사-수혜기업 간 협약 체결, 수혜기업-서비스 제공기업 매칭 지원 및 계약 체결
  - (과제수행) 검증된 서비스 제공기업을 통한 디지털 전환 과제 수행 지원
  - (컨 설 팅) 과제 추진방향 설정 및 과제 고도화, 과제 수행 과정의 기술적 애로사항 해결 등을 위한 전문가 맞춤형 컨설팅 시행
  - (역량교육) 수혜기업 종사자 대상 디지털 개념 및 기술 이해도 제고를 위한 온·오프라인 교육 실시
  - (모니터링) 추진 과제 중간점검, 과제 수행 시 애로사항·문제점 파악 및 자문
  - (평가·포상) 우수 수혜기업 선발 및 인센티브 제공
- 사후관리
  - (실태조사 및 관리) 기존 수행 과제 활용도 제고를 위한 사후관리 방안 마련, 과년도 수혜기업 대상 '기존 수행 과제 유지·활용도' 조사 및 사후관리 시행

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
여행업계 디지털 전환 지원	사업 설명회, 공모 및 선발		공사-수혜기업 협약 체결, 수혜기업-제공기업 매칭 및 계약 체결, 개별 컨설팅 및 과제 수행							결과보고 및 정산		만족도 조사

(3) 음식관광 활성화

진흥계획 협업

– 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성

추진배경 및 목적

- 방한 고려요인 1순위*인 '음식' 콘텐츠 홍보·마케팅 추진을 통한 방한 잠재 관광객 대상 방한 매력도 제고 및 미식 관광객 유치 강화

  * 음식/미식 탐방 : 방한 고려요인 1순위(68.0%), 방한 시 희망활동 2순위(57.1%)
  (출처 : 2022 방한 외래관광객 실태조사, 2022 잠재 방한여행객 조사)

사업내용

1 음식관광 홍보·마케팅

- **VK 음식관광 사이트 운영 및 홍보**
  - (타깃/언어) 잠재 방한관광객 / 영·일·중간·중번
  - (주요내용) K-푸드 콘텐츠 제공, 음식 자원 외국어 검색 서비스 운영(네이버 파파고 연동), K-푸드 이벤트·프로모션 시행
- **해외지사 협업 K-푸드 상품화 및 홍보**
  - (타깃국가) 일본, 중화권(중국·홍콩·대만), 동남아권(베트남·싱가포르 등), 구미주권
  - (주요내용) 음식(미식) 상품화 및 홍보·판촉, 박람회·로드쇼 참가 홍보, K-푸드 민간 외교관(한국 교민, 한류클럽 회원 등) 선발·운영, 해외 유명 한식 레스토랑 협업 홍보 등
- **K-푸드 홍보 캠페인 실시**
  - (대 상) 국내·외 언론인/방송인, 인플루언서, 유명 셰프, 음식 칼럼니스트 등
  - (주요내용) 지역 대표 K-푸드 자원 답사·체험, 유명 레스토랑 협업 K-푸드 행사 개최(지역 제철 식재료 활용 요리 시연·시식, 전통주 시음 등) → 매체 기사화, 셀럽 SNS 홍보, 해외 현지 레스토랑 한국 음식 메뉴 개발·판매

2 음식관광 인프라 조성 및 인식 개선

외국어 음식명 표준화 및 보급 확대

- 공사 보유 외국어 음식명 DB 정제(카테고리 분류, 삭제·수정 등 현행화)
  * 2023 음식명 외국어 번역 가이드('23.11월 발간) 기준에 의거
- 유관기관(지자체 관광과 등), 업계(요식업, 음식점 배달·예약 앱 등) 대상 DB 제공

음식관광 콘텐츠 통합 플랫폼 구축·운영

- K-푸드 콘텐츠 발굴, 수집 및 확보 → 콘텐츠 제공·활용 위한 플랫폼* 구축
  * 공사 한국관광콘텐츠랩, TourAPI 내 (디지털콘텐츠팀 협조)
- K-푸드 콘텐츠 제공 및 활용(지자체/유관기관, 민간업계 대상)*
  * 지역 음식관광 자원 발굴·육성 및 홍보, 음식(미식)관광 상품개발 및 판촉 등에 활용

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
VK 음식관광 사이트 운영 및 홍보	기획, 업체 선정		K-푸드 콘텐츠 제공, 음식 자원 외국어 검색 서비스 운영, K-푸드 이벤트·프로모션 시행, 음식관광 사이트 활성화 마케팅									
해외지사 협업 K-푸드 상품화 및 홍보	지사 계획 요청 및 확정		사업 시행									결과 보고
K-푸드 홍보 캠페인 실시	기획, 셀럽/기자단 섭외 및 초청			행사 준비			행사 개최	홍보, 기사화				
외국어 음식명 표준화 및 보급 확대	공사 보유 외국어 음식명 DB 정제				유관기관, 업계 대상 DB 제공							
음식관광 콘텐츠 통합 플랫폼 구축·운영	수요조사 기획, 업체 선정		콘텐츠 발굴·수집 콘텐츠 선정·편집				콘텐츠 대외제공					

일반사업

사업명	주요 사업내용
관광산업 활성화 지원	• 관광산업 데이터·동향 수집 및 분석 • 관광서비스 주요 현안 점검 및 개선 필요사항 발굴
관광분야 산관학 대내·외 협력	• 관광산업 유관기관·업계 네트워킹 및 협력

3.2 쇼핑숙박팀 사업계획

핵심사업

(1) 쇼핑관광 활성화

진흥계획 협업

– 전략과제 : 관광 부가가치 및 브랜드 제고, 지역관광 균형 발전 촉진

「편리미엄 K-쇼핑관광」 민관 협업 관광객 체감형 쇼핑 편의성 제공

- 즉시면세/사후면세, 모바일 간편결제 확대 통한 쇼핑 편의·혜택 제고↑
- 지역별 대표 상권 및 머스트 해브 아이템 선정, 외래객 타깃별 홍보 추진

추진배경 및 목적

- 방한 외래객 대상 지역 쇼핑관광 편의 제고를 통한 지역관광 활성화
- 방한 주요시장 대상 쇼핑관광 홍보마케팅을 통한 관광수입 확대

사업내용

1 민관협업 관광객 체감형 쇼핑 편의성 제고

- **대형 유통업계 전략적 협업을 통한 즉시 면세 확산 및 제도 활성화**
  - (협업대상) 대형 유통사, 외국인 선호 브랜드 등 협업
  - (주요내용) 민간 유통사 협업 전국 즉시환급형 사후면세점 확충, 공동 프로모션 실시 등 사후면세제도 인지도 제고·홍보
- **모바일 간편 결제 확대를 통한 결제 편의 제공**
  - (협업대상) 국내 페이사(제로페이) 및 해외 간편 결제사(알리페이 플러스 등) 등
  - (주요내용) 지역 중심 QR 결제 가맹점 확대, 모바일 간편 결제 서비스 홍보

2 지역 쇼핑관광 경쟁력 제고

- **지역 쇼핑관광 편의 서비스 개선 및 경쟁력 제고 지원**
  - (지원규모) 지자체 1개소, 3억원 지원 * 지방비 동일규모 이상 매칭 조건
  - (지원사항) 사업 컨설팅, 인프라 개선, 국내외 상품화, 홍보마케팅 지원
- **지역별 대표 쇼핑상권 및 머스트해브 아이템, 사후면세DB 구축·홍보**
  - (주요내용) 지역별 쇼핑 접점 100개 상권 및 머스트해브 아이템 발굴 및 선정, 온·오프라인 홍보, 사후면세 DB 위치 기반 지도 서비스 구축 등

3 쇼핑관광 홍보 마케팅

- **“Go, Shop, Experience” 외래객 타깃별 쇼핑 콘텐츠 발굴 및 프로모션 추진**
  - (주요내용) K-브랜드 컬렉션 잇아이템, 한국 쇼핑 편의서비스(짐보관 서비스 등) 및 최신 쇼핑 트렌드 홍보 및 프로모션 등
- **해외지사 공동 쇼핑관광 콘텐츠 해외 홍보 추진**
  - (주요내용) 인플루언서 활용 K-쇼핑 홍보, 해외 메가 이벤트/로드쇼 등 연계 K-쇼핑 홍보관 운영 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
즉시환급 사후면세점 확충 및 서비스 홍보	유통업계 대상 업무협의			즉시환급형 사후면세점 확충						결과보고		
모바일 간편 결제 확대를 통한 결제 편의 제공	한결원 등 페이사 대상 업무협의			지역 중심 표준QR 확산 등 모바일 간편결제 서비스 확산						결과보고		
지역 쇼핑관광 편의서비스 개선 및 경쟁력 제고 지원	공모 및 사업설명		심사 및 선정	지자체 공모 사업 실시 및 사업 컨설팅 지원								결과 보고
지역별 타깃별 쇼핑콘텐츠 발굴 및 DB구축	사업계획 수립			지역별/타깃별 온·오프라인 쇼핑관광 콘텐츠 발굴 및 제작, DB구축, 홍보							효과분석	
해외지사 공동 쇼핑관광 콘텐츠 해외홍보 추진	계획 수립			K-쇼핑관광 해외 이벤트 활용 오프라인 및 공사 홈페이지 및 SNS 계정 활용 온라인 홍보							결과보고	

(2) [숙박품질파트] 민관 협력 숙박 품질 관리

협업 ESG

– 전략과제 : 관광업계 역량강화 및 미래인재 양성

민관 협업 지역 밀착형 주요 관광 접점(숙박 등) 품질관리 강화

- 지자체 운영 인증제 연계, 지역 우수 중저가 숙박업소 발굴 및 경쟁력 강화 지원
- 방한 관광객 이용도 높은 글로벌 OTA 연계 숙박업소 품질관리 확대 및 우수 업소 대규모 홍보·판촉

추진배경 및 목적

- 한국관광 품질인증제 제도 개편 및 외국인 방한 수요 회복 등에 따라 주요 관광 접점(숙박 등) 대상 품질관리 확대 및 강화 필요
- 관광진흥법 영역이 아닌 일반·생활 숙박업(공중위생관리법) 숙박 업종을 관광 관점에서 품질 개선 지원하여 대안 숙박시설로 육성

주요 개선사항

'24년 개선사항	- (공공협업) **지자체 개별 인증제와 협업함으로써 지역 우수 중저가 숙박시설 효율적 확충** - (민간협업) 별점, 리뷰 등으로 **OTA를 통해 획득하기 어려운 정보(안전요소 등)에 대해 공공 관점에서 관리 기능 보완**

사업내용

지자체 인증제 연계 한국관광 품질관리 확대 시행

- **(사업대상)** 지자체 인증제* 등 통해 추천받은 지역 우수 숙박업소 200개소
  * 공중위생서비스평가(전국), I-STAY(인천), 더굿나잇(대구), 크린숙박업(광주) 등
- **(대상업종)** 일반·생활 숙박업
- **(협업방법)** 지자체 추천 업소 중 우수업소 선정 및 역량강화 지원
  * 외국인 방문 주요 지역 등 10개 이상 지자체 협업
- **(사업내용)** 업소 DB 구축, 온라인 홍보, 역량강화 지원(컨설팅, 교육), OTA 판촉 지원 등

외래객 대상 지방 중저가 업소 확충 및 대규모 판촉 전개

- **(사업대상)** 한국관광 품질인증업소(KQ) 및 품질관리사업 참여 업소 중 OTA 입점 업소
- **(대상채널)** 방한 외국인 이용도 높은 글로벌 OTA
- **(협업방법)** OTA가 제공하는 별점 및 매출 정보 분석하고, 공사의 품질관리기준(안전, 외국인 접객 서비스, 관광 친화 등)을 적용하여 국가별·지역별 선호도 높은 중저가 우수 숙박업소 선정
- **(사업내용)** 우수업소 DB 구축 및 VisitKorea 홈페이지 등 활용 정보 제공, OTA 내 지역별 우수 중저가 숙소 특집관 운영, 판촉 프로모션, OTA 플랫폼 입점업소 대상 품질관리 사업 참여 유도

추진일정

<table>
<tr><th rowspan="2">사업내용</th><th colspan="12">시기(월)</th></tr>
<tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th></tr>
<tr><td>품질관리 사업</td><td rowspan="2" colspan="2">세부계획 수립</td><td colspan="3">지자체 안내(업소 추천), 업소 선정</td><td colspan="5">지원사업 시행</td><td>결과 보고</td></tr>
<tr><td>OTA 프로모션</td><td colspan="6">KQ업소 및 품질관리사업 업소 프로모션 (할인 및 홍보)</td><td colspan="2">소비자 모니터링 (1차 후보 대상)</td><td>최종 선정, 어워즈 개최</td><td></td></tr>
</table>

주요사업

(3) 대한민국 대표 관광 기념품 발굴 및 국내외 유통판로 확대

협업 ESG

– 전략과제 : 관광 생태계 ESG 실천 강화

'관광기념품 발굴에서 입점까지', 全단계 지원 및 유통·판로개척 강화

- 『공모전(발굴) ⇒ 컨설팅(상품화) ⇒ 판로개척(유통확대) ⇒ 박람회(입점·홍보)』 원스톱 지원
- 면세점·백화점 등 민간 협업 성과↑, 유통·판로 지원을 통한 기념품업계 역량제고

추진배경 및 목적

- 기념품 발굴에서 유통, 홍보에 이르는 체계적 육성·지원을 통해 '대한민국 대표 관광 기념품'의 경쟁력 제고

주요 개선사항

'24년 개선사항	– 출품작 확대, 완제품·아이디어 및 프리미엄 분야 선정 지속 – 타깃 세분화 : 일반 부문(시장성↑), 해외 부문(스토리텔링 등 로컬·상징성↑) 등 – 분야별 전문가 컨설팅 및 국·내외 판로개척 강화 – 크라우드 펀딩 및 비즈니스 교류의 장(場) 확대

사업내용

- **(공모전 개최 및 우수 기념품 발굴)** 핵심 타깃별 홍보 강화('로컬 브랜드 포럼' 등 크리에이터 협회 대상 홍보, 찾아가는 설명회 등)를 통한 공모전(4~8월) 이슈화
  * **출품작 약 650건(예상) 중 25점 발굴**(한국의 매력을 담은 스토리텔링形 기념품(해외 부문) 포함)
- **(맞춤형 컨설팅)** 디자인·생산·유통·마케팅 등 분야별 전문가 맞춤형 컨설팅을 통한 상품성 강화 및 상품화 추진
  * **수혜기업 약 60개 대상 시행**
- **(유통·판로개척)** 온·오프라인 입점('더현대', '롯데', '무인양품' 등) 및 해외 판매처 발굴
  - 민간기업 협업을 통한 대한민국 대표 관광기념품 육성
  - 해외 유통업체(세계 최대 이커머스 아마존, 동남아 최대 이커머스 쇼핑 등) 입점 확대
  - 스타성 있는 대표 기념품 집중 홍보·마케팅 및 판로 개척 지원
    * 유통사·이커머스·박물관 등 **총 16개 유통망 입점 및 판매**
- **(관광 기념품 박람회 개최*)** 지역·분야별 약 120개 기업(수상작 업체 포함) 참여 및 바이어(유통사 등) 약 40개 사 초청 * '24년 11.22~23/DDP(잠정)

- (B2C) 방문객 대상 기념품 홍보 및 판매, 이벤트 개최
- (B2B) 기념품 업계-바이어(유통사 등) 간 상담회 실시를 통한 신규 입점 추진
- 해외 대표 관광기념품 전시(해외 NTO 연계) 및 지역 유망 관광기념품 전시관 운영

※ 수혜기업 대상 단계별 통합 성장 지원 예시

* **(컨 설 팅)** 부문별(완제품·아이디어 부문) 선정 → 컨설팅을 통한 상품화·유통 계획 수립
* **(민 관 협 력)** 협력업체(아울렛, 박물관 등) 입점 및 특별전 개최
* **(공 공 협 력)** 유관기관 보유 유통망(관광명품점, 국립박물관재단 등) 입점
* **(펀 딩)** 온라인 펀딩 실시 및 연계 오프라인 전시
* **(박람회 홍보)** B2B/B2C 홍보, 방문객 참여형 프로그램 운영

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
관광기념품 공모전 개최	공모전 심사계획 및 공모요강 수립				공모전 심사 및 교육 실시			수상 후보작 공개검증 및 최종 발표		수상작 대상 컨설팅, 유관기관 입점 및 판로지원, 민간협업 등		
관광기념품 유통·판로개척	기본계획 수립		육성협의체 1차 회의			수상작 대상 유통·판로지원 계획 수립		육성협의체 2차 회의		수상작 대상 유통·판로지원 실시		
관광기념품 박람회 개최	박람회 기본계획 수립, 행사장 대관 및 입찰 공고					전시 기획		참가기업 유치 및 확정		박람회 준비 및 개최		

(4) 안전민박 활성화

진흥계획 협업 ESG

– 전략과제 : 관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성

추진배경 및 목적

- 숙박 수요변화 및 중개 플랫폼 영향력 확대에 따른 불법 숙박 영업 증가로 합법 숙소 운영 및 이용에 대한 인식 제고 필요
- 정확한 민박업소 정보제공 및 홍보, 교육 등을 통한 합법 민박 운영 지원

사업내용

1 안전민박 기반 조성

- ‘세이프스테이(안전민박)’ 홈페이지 운영 및 리뉴얼 추진
  - 홈페이지 디자인, 구성 메뉴, 검색 기능 개선 등
- 불법 숙박 온라인 모니터링 조사

- 주요 포털사이트 및 숙박 중개 플랫폼(OTA) 대상 온라인 모니터링 실시, 불법(편법, 미등록) 영업 의심 업소 발굴

2 안전민박 교육·홍보

- 민박사업자(또는 예비창업자) 및 소비자 대상 불법 숙박 근절 캠페인 추진
  - 합법 숙소 인식 제고를 위한 온라인(유튜브 등) 광고 추진
  - 세이프스테이 SNS 활용, 콘텐츠 제작 및 홍보
- 민박업 사업자 대상 온·오프라인 교육 추진(300명 대상)

  * 소방안전, 방역, 위생·보건, 숙박업 운영 노하우 등
- 민박업 사업자 대상 맞춤형 컨설팅 및 홍보마케팅 지원
  - (지원대상) 외국인관광도시민박업·한옥체험업·관광펜션업·호스텔업 운영자

    * 대상자 신청 접수 → 1차 서류 평가 → 2차 현장 평가 → 최종 선정
  - (지원내용) 민박사업자 숙박 운영에 있어 실질적으로 도움이 될 수 있는 전문분야 맞춤형 컨설팅 및 홍보 지원

    * SNS 마케팅, 시설관리(인테리어), 숙소 운영 노하우(우수업소 견학 등), 위생·방역 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
안전민박 기반조성	세이프스테이 홈페이지 운영											
			불법 업소 온라인 모니터링 조사									
			실태조사 및 제도 개선 연구									
안전민박 교육·홍보			불법숙박 근절 SNS 콘텐츠 제작			불법숙박 근절 광고 배포						
					민박업 사업자 대상 온·오프라인 교육 지원							
				민박업 사업자 대상 컨설팅 및 홍보마케팅 지원								

(5) [숙박품질파트] 한국관광품질인증업소 지원

협업 ESG

- 전략과제 : 디지털 기반 관광 서비스 확산, 관광업계 역량강화 및 미래인재 양성

추진배경 및 목적

- (배경) 한국관광 품질인증제 개편에 따른 인증업소 대상 지원사업 고도화 필요성 증대
- (목적) 맞춤형 지원사업을 통한 인증업소 역량 강화 및 지역별 중저가 대표 대안 숙소 육성을 통한 관광 인프라 개선

사업내용

- 한국관광 품질인증제 및 인증업소 온라인 홍보 실시
  - 대한민국 구석구석/VisitKorea 특집관 운영 : 기획기사, 이벤트 등
  - 품질인증(KQ) 인스타그램 운영
  - 품질인증업소 DB 상시 관리 (한, 영, 일, 중간, 중번)
- 인증업소(KQ) 맞춤형 역량 강화 프로그램 운영
  - 업종·분야별* 맞춤형 컨설팅을 통한 인증업소 체질 개선
    * 홍보·마케팅, 시설관리, 예약관리시스템, 상품개발, 법률·세무 등
  - 서비스품질 관리 및 고객 만족도 제고를 위한 위생·안전 관리 강화
    * 숙박업 : 매트리스케어 서비스, 한옥체험업 : 방충·방제 관리 지원 등
- 소비자 대상 모니터링 조사 실시 및 인증제 관리
  - 한국관광 품질인증 서비스 만족도(KQ-SQI) 조사 실시
  - 인증제 관리를 위한 특별심사, 심의위원회 운영, 내·외부 시스템 운영 등

추진일정

<table>
<tr><th rowspan="2">사업내용</th><th colspan="12">시기(월)</th></tr>
<tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th></tr>
<tr><td>온라인 홍보</td><td colspan="2">사업계획
업체선정</td><td colspan="9">대한민국 구석구석/VK 기획기사 제작 및 배포
KQ 인스타그램 운영</td><td>결과
보고</td></tr>
<tr><td rowspan="3">KQ 역량강화</td><td colspan="2" rowspan="3">사업계획</td><td colspan="5">온라인 교육 콘텐츠 제작</td><td colspan="4">온라인 교육 실시</td><td rowspan="3">결과
보고</td></tr>
<tr><td colspan="3">맞춤형 컨설팅
수요조사</td><td colspan="6">맞춤형 컨설팅 실시</td></tr>
<tr><td colspan="9">방충·방제 위생 서비스 실시</td></tr>
<tr><td rowspan="2">모니터링 및 품질관리</td><td colspan="2">사업계획
업체 선정</td><td colspan="9">KQ-SQI 조사 실시</td><td>결과
보고</td></tr>
<tr><td colspan="12">(연중) 특별심사, 심의위원회 개최 등</td></tr>
</table>

3.3 안내교통팀 사업계획

핵심사업

(1) 『입국부터 출국까지 막힘없이 편리하게』 외래객 이동 편의 제고

진흥계획 협업

– 전략과제 : 관광업계 역량강화

교통업계 등 협업, 외래객 교통 예약 및 결제서비스 제공 확대
- '자국에서 쓰던 앱으로 택시 호출 및 결제' 등 개선과제 발굴 및 추진확대
- 교통·관광 결합상품 개발 및 판촉으로 인바운드 관광 저변 확대

추진배경 및 목적

- (배경) 방한 관광객 등 단기 체류 외국인의 국내 교통 서비스 이용제약(예. 외국어 예약·결제 서비스 미흡)으로 인한 불편* 발생
  * 한국 여행 시 가장 부족한 정보 1위 '교통 정보' ('23년 1~3분기 외래관광객조사)
  * 관광불편신고센터 유형별 접수 2위 '교통 불편신고' ('22년 관광불편신고 종합분석서)
- (목적) 방한시장 재개 및 관광 패러다임 변화에 대응, 입국부터 출국까지 외래객 이동 전반에 대한 점검 및 혁신을 통해 여행하기 좋은 환경 조성

사업내용

- **(서비스 확대)** 업계 협업 외래객 대상 교통 편의 서비스 구축 확대 (타깃시장 확대 등) 및 교통·관광 결합상품 개발 추진

구 분	업체명	'23년 추진실적	'24년 추진계획
철도	코레일·SR	• (KTX) 관광택시 연계 상품 판매 • (SR) 외국어 예약·결제 서비스 구축	• **(신규)** KTX·지역 내 교통·관광 콘텐츠 결합 시티투어 상품 개발·판매 * OTA 협업
고속버스	운송조합·티머니·클룩	• 외국어 예약·결제 서비스 구축	• **(신규)** 고속버스·지역 내 교통·관광 콘텐츠 결합 FIT 상품 개발·판매 * OTA 협업
택시	카카오 모빌리티	• 스플릿(Splyt)*–카카오T 연계 택시 호출 서비스 시행(중국 시장 대상) * 글로벌 모빌리티 중개 플랫폼	• **(확대)** 동남아/구미주/일본 시장 대상 택시 호출 서비스 확대 • **(신규)** 외국인 전용 호출 앱 'K-Ride' 구축
공항버스 등	티맵 모빌리티	• 수도권 공항버스 국문 예약 서비스 구축	• **(확대)** 전국 공항버스로 범위 확대 • 외국어 예약 서비스 구축 • **(신규)** 티맵 영문 내비 서비스 구축
렌터카	롯데 렌터카	• 해외 전용 할인 프로모션 실시	• **(신규)** 티맵 내비·렌터카 프로모션
결제	비자 코리아	• 공항버스 내 비접촉 결제시스템 도입	• **(확대)** 비접촉 결제 시스템 도입 확대 (지하철·관광택시 등)

- **(서비스 활성화)** 서비스 이용 활성화를 위한 온·오프라인 전방위 홍보 추진
  - (온라인 홍보) 업계/공사 채널 활용 서비스 홍보, 매체 광고(키워드 광고, SNS 광고 등) 시행, 유력 콘텐츠 크리에이터 협업 '방한 특집 영상' 제작·홍보, 업계 공동 할인 프로모션 등
  - (외래객 접점 홍보) 주요 교통 접점(공항·철도역 등) 내 옥외 광고 실시, 해외지사 협업 온·오프라인 홍보(현지 소비자 이벤트 등)
- **(업계 참여 확대)** 기사화 및 교통 데이터 지원으로 업계 공감대 형성 및 참여 유도
  - (매체 기사화) 국내 매체(일간지, 경제지 등) 대상 교통 편의 서비스 주요 사례 기사화
  - (교통 데이터 지원) 한국관광데이터랩 개방 데이터 제공, 교통 서비스 사업 추진을 위한 심층 조사 연구 수행 및 분석 자료 제공 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
교통 편의서비스 구축 및 상품 개발	업계 협의, 계획수립		협의체 운영을 통한 서비스 구축 및 관광상품화 추진									결과 보고
온·오프라인 홍보	홍보계획 수립		홍보·마케팅 시행(해외 등)									
업계 참여 확대 추진	교통업계 의견수렴		매체 기사화 통한 언론 홍보 / 조사연구·데이터 제공 등									

주요사업

(2) 1330 관광통역안내 운영

진흥계획 협업

– 전략과제 : 디지털 기반 관광서비스 확산

추진배경 및 목적

- 방한객 여행패턴 변화(개별화·다양화) 및 디지털 가속화에 따른 데이터 기반 고품질 안내 서비스 제공 필요
- 외래객 3천만명(정부 '27년 목표) 대비 1330 서비스 인식 및 활용도 제고 위한 홍보·마케팅 강화 필요

사업내용

1 1330 관광통역안내 서비스 운영

- 추진기간 : 2024년 연중
- 주요내용
  - 1330 서비스 이용통계 및 잠재수요 등 분석 기반, 제공언어 및 운영시간, 근무인력 등 운영체계 효율화

〈1330 관광통역안내 운영체계 개편안〉

구 분		~2024.4월	2024.5월~
전화상담	제공언어	8개(한·영·일·중·러·태·베·인니어)	8개 (동일)
	운영시간	365일, 24시간	365일, **17시간(07:00~24:00)*** *어권별 운영시간 상이
문자채팅	제공언어	4개 (한·영·일·중)	**8개 (확대)**
	운영시간	365일, 24시간	365일, **17시간(07:00~24:00)**
	연결채널	4개(자체 메신저, 카카오톡, 페이스북, 라인)	5개(자체 메신저, 카카오톡, 페이스북, 라인, **위챗**)

  - SLA(서비스품질지표) 관리 및 모니터링을 통한 서비스 품질개선

2 1330 관광통역안내 AI 단계적 도입 추진

- 추진기간 : 2024년 연중
- 주요내용 : 『챗봇 중심의 AI 콘택트센터』 전환 목표 달성을 위해 관광정보안내시스템(KOTIS)의 클라우드 도입 및 AI 활용 업무지원 추진

  - (KOTIS 클라우드 도입) 기존 로컬서버 기반 → 클라우드 기반 시스템 전환으로 서비스 기능 확장 및 유연성 확보
  - (AI 활용 상담업무 지원) KOTIS에 ChatGPT 및 STT(음성 텍스트 전환) 등 AI 기술 적용, 상담 실적 데이터 축적 및 관리
  - (표준 상담 DB 확보) 다빈도 키워드 위주의 표준 상담 DB 1만여 건 확보 및 상담 기초자료로 활용

3 1330 관광통역안내 이용 확대 위한 홍보 강화

- 추진기간 : 2024년 연중
- 홍보대상 : 10개 주요 방한 국가*의 방한관광객 및 잠재 고객
  * 중국, 홍콩, 일본, 필리핀, 태국, 베트남, 말레이시아, 인도네시아, 미국, 러시아
- 주요내용
  - (잠재 방한객 대상 서비스 인지도 제고) 해외지사 협업 통한 현지 항공·OTA·여행 커뮤니티 등 활용 홍보, 대형 이벤트·소비자박람회 등 연계 홍보
  - (방한객 동선에 따른 효율적 홍보 추진) 공항·교통·쇼핑·숙박업계 등 협업으로 입국부터 이동, 쇼핑, 숙박 등 방한 관광객 이동 동선에 따른 홍보 실행
  - (핵심 플랫폼 연계 홍보 확대) VK 및 대구석 활용, 1330 서비스에 대한 콘텐츠 홍보 강화 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1330 서비스 운영	운영체계 개편 추진				연간 운영 및 서비스 모니터링							
1330 AI 단계적 도입 추진						KOTIS 클라우드 도입						
				시스템 AI 기술 도입								
1330 홍보	계획수립 및 협의			홍보·마케팅 시행								

(3) 지역 관광교통 개선 공모사업

진흥계획 협업

– 전략과제 : 지역관광 균형발전 촉진

추진배경 및 목적

- (배경) 지역 관광교통 여건 개선을 통한 방한 외래객의 방문 지역 다각화 필요
- (목적) 외래객 지역관광 편의 제고를 통한 지역관광 활성화에 기여

사업내용

- (추진대상) 광역 및 기초지자체 1곳
  * 공모를 통한 선정 지자체 예산 공동 부담

○ (추진기간) 2024년~2025년 (2개년 연속 지원)

('24년 상반기) 컨설팅	→	('24년 하반기) 개선과제 실행	→	('25년) 홍보 및 활성화
지자체 관광교통체계 분석 및 진단		지역특성 및 니즈에 부합하는 개선과제 실행 (교통수단 도입, 편의서비스 구축 등)		관광교통수단 국내·외 홍보 및 성과점검 확산

○ **(관광교통 체계 컨설팅 지원)** 선정 지역 관광교통 체계 분석 및 진단
- 지역 관광교통 여건분석 및 전문가 자문·현장답사·이용자 설문 등을 통한 문제점 진단 실시
- 도출된 분석·진단 기반 지역 맞춤형 컨설팅 및 실행과제 발굴 추진

○ **(관광교통 개선 과제 실행)** 지역 특성에 맞는 관광교통 수단 운영 등 지역 관광교통 개선과제 실행
- 관광 DRT*, 관광택시, 지역관광셔틀, 개인형 이동수단(PM) 등 관광교통수단의 신규 도입 또는 기 운영 중인 교통수단 운영 확대
  * DRT(Demand Responsive Transport) : 일정한 노선과 운행시간표 없이 이용 수요에 따라 탄력적으로 운행하는 이동수단
- 외래객 대상 관광교통 편의 서비스 구축 및 운영
  * 교통거점(공항, KTX역 등) 및 정류장 내 외국어 안내 서비스 확충
  * 모빌리티 플랫폼 활용 외국어 교통정보 서비스 제공
  * 외국인 전용 교통수단 결제 시스템 도입, 교통수단별 이용 고객 대상 편의서비스 확대 (스마트 기기 충전기·와이파이 보급 확대 등)

○ **(국내외 홍보)** 지역 관광교통 관련 국내·외 홍보 및 모니터링 추진
- 지역 관광지 연계 관광교통 수단 이용 영상 제작 및 인플루언서 활용 SNS 홍보 실시
- 해외 여행업계 및 언론인 팸투어 추진 통한 상품화 등

추진일정

<table>
<tr><th colspan="2" rowspan="2">사업내용</th><th colspan="12">시기(월)</th></tr>
<tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th></tr>
<tr><td rowspan="2">1차 년도</td><td>관광교통 체계 분석 및 진단</td><td colspan="3" rowspan="2">세부계획 수립 / 공모 및 대상지역 선정</td><td colspan="3">지자체 관광교통체계 분석 및 진단</td><td colspan="6"></td></tr>
<tr><td>개선과제 실행</td><td colspan="3"></td><td colspan="6">관광교통 개선과제 실행 (관광교통 수단 도입 및 편의서비스 구축)</td></tr>
<tr><td>2차 년도</td><td>홍보 및 활성화</td><td colspan="10">홍보 및 활성화</td><td colspan="2">성과점검 및 확산</td></tr>
</table>

(4) 관광안내표지 개선

진흥계획 협업

– 전략과제 : 지역관광 균형발전 촉진

추진배경 및 목적

○ 개별관광객을 위한 읽기 쉬운 표준화된 안내표지판 설치 및 개선 추진을 통한 도보 길찾기 등 이동편의 제공으로 지역 관광 활성화에 기여

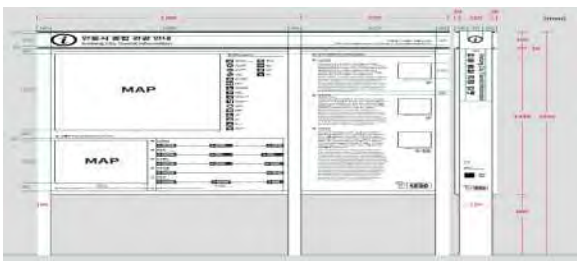
사업내용

○ **지자체 관광안내표지판 맞춤형 컨설팅 확대 실시**

〈 2023년 지자체 관광안내표지판 컨설팅 추진내역 〉

- 추진기간 : '23.9월~12월
- 대상지역 : 총 3개 지자체(구미, 산청, 부산 동구)
- 주요내용 : 지자체별 차년도 안내표지판 설치계획에 기반한 기초조사 실시 → 표지판 설치 기초맵 및 기본 디자인 제공 등

- (추진기간) '24년 1분기~3분기
- (대상지역) 총 5개 기초·광역 지자체
- (기초조사 실시) 지역별 표지판 표준디자인 및 특색을 반영한 디자인 콘셉트 도출 및 기초맵 구축
- (설계 도면 등 제공) 안내표지 디자인·구조·색상 및 재질·설계도면 등 제공

지역 안내표지 기초맵 예시	안내표지 기본설계 예시
	

- (추진절차) 지자체 공모 → 평가 및 선정 → 컨설팅 추진 및 결과 공유

○ **지자체 관광안내표지판 맞춤형 컨설팅 우수사례 확산**

- (추진기간) '24년 4분기 중
- (주요내용) 지자체 설명회 개최 통한 관광안내표지판 종합안내서 및 지자체 맞춤형 컨설팅 결과 전파

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
지자체 맞춤형 컨설팅 진행	지자체 선정 및 컨설팅 진행, 결과 공유										설명회 개최 등	

일반사업

사업명	주요 사업내용
교통거점 관광안내소 운영	• 인천국제공항 제1·2터미널 관광안내소 운영 및 관리 – 위치 : 인천공항 제1터미널 동/서편, 제2터미널 등 총 3개소 – 운영시간 : 07:00 ~ 22:00 – 인력 : 안내소 당 3명, 총 9명 * 서울관광재단, 인천관광협회와 공동 운영
관광불편 신고센터 운영	• 관광불편신고 접수 및 처리 • 관광불편신고 종합분석서 발간 및 배포
지역 관광택시 활성화 지원	• 지자체 관광택시 통합관리 플랫폼 구축 및 시범운영 • 관광택시 서비스 홍보 및 연계 상품 개발 지원
관광경찰 협업	• 관광경찰 홍보 및 운영 지원

4. 스마트관광팀 사업계획

핵심사업

(1) 지역밀착형 스마트관광 실험실 사업

국정과제 진흥계획 협업 ESG

– 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진, 디지털 기반 관광서비스 확산

「지역관광 과제도출-참여기업 선정-스마트서비스 기반」
지역관광 문제해결 및 스마트한 로컬관광 만들기
- 지역관광 기반 민간기업 참여 통한 지역 밀착형 문제유형 발굴 및 과제 도출
- 공사주도, 관광기업 협업형 스마트관광 비즈니스 모델 구축 및 스마트관광기업 육성·지원

추진배경 및 목적

- 생산성 회복·지속 성장 위한 **관광 기술혁신** 및 **미래 분야 투자**를 통해 민관 협업 중심의 **관광경제 재도약** 모멘텀 마련 필요
  * (기재부) 신성장 4.0 전략 '23년 추진계획, '23.2.20
- 지역 스마트관광 인프라 조기 확충을 통해 **지역경제 발전** 여건 조성 및 기반 마련
  * (기재부) 2023 하반기 경제정책방향, '23.7.4
- 스마트 관광기업의 서비스 상용화 위한 테스트 환경, 기술지원 제공을 통해 **민간기업 성장 지원** 및 **민관·이종산업 간 협업** 통해 **K-관광의 융복합 성장** 견인

주요 개선사항

'24년 개선사항	– 관광기업 K-테스트베드로서의 지역관광 거점화 통한 관광경제 재도약 및 지역 스마트 관광 인프라 혁신 통한 지역경제 발전 – 공사 주도 관광기업 밀착형 지역 문제 해결 통한 스마트관광 경쟁력 강화 – **(KTO)** 과제 발굴, 기업 선정, 구현 사업비 지원, 코디네이팅 등 지원 **(지자체)** 관광지 현장 적용 협업 및 홍보·마케팅 등 지원 **(전문가)** 구현 방안 검토 및 세부 사업계획 자문 및 협의 등 지원 **(스마트관광기업)** 관광기업 협업형 스마트관광 비즈니스 모델 구축

사업내용

① **(1단계, 지역관광 문제 및 현안 조사) 간담회, 소셜 분석 등을 통한 현안 조사**

- (관광업계) 지역 관광 종사자와의 간담회를 통해 관광업계 현안 진단
- (지역 방문객) 소셜 빅데이터 분석을 통해 관광 목적 방문객들의 불편사항, 문제점 조사

② (2단계, 지역관광 과제 도출) FGI, 해커톤 등을 통해 지역관광 당면 현안 및 문제점 해결을 위한 과제 도출*

- (FGI) 지역관광 문제점을 해결하기 위한 실질적이고 전문적인 과제 발굴
- (해커톤) 다양한 주체(관광학계, 지자체, 기술기업 등)가 참석한 해커톤을 통해 새롭고 창의적인 해결 방안 발굴

  * 과제의 필요성, 실현 가능성, 시급성, 난이도 등 고려

③ (3단계, 세부 사업계획 수립) 발굴 과제 구현을 위한 세부 사업계획 수립

- 스마트관광도시 조성 노하우 활용 발굴 과제 요구사항 구체화

  * 스마트관광도시 조성 가이드라인, 사례집, 솔루션 등 활용
- 발굴 과제 구현을 위한 사업계획서 작성 지원, 타 부처 중복사업 검토, 예산 및 사업 타당성 검토 지원

④ (4단계, 참여기업 모집) 사업추진을 위한 시범 민간기업 1개사 모집

- 참여기업은 공사가 직접 발주한 사업 참여 및 사업 추진

  * 공사가 직접 참여기업 관리, 사업추진의 안정성 확보
- 참여기업은 사업 대상 지자체와 기술 구현 가능성, 타당성에 대해 사전 협의 및 협약 필요

  * 구축 서비스 지자체 이관 및 운영 필수

⑤ (5단계, 성과평가) 성과평가 통해 차년도 신규 사업 방향 및 계획 보완

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
지역밀착형 스마트관광 실험실 사업	사업계획 수립, 지역관광 문제해결 과제 도출					시범사업 기업 선정		사업 추진				

주요사업

(2) 스마트관광도시 서비스 구현

국정과제 진흥계획 협업 ESG

– 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진, 디지털 기반 관광서비스 확산

추진배경 및 목적

- 지자체 및 민간기업 협력을 통한 스마트관광도시 조성으로 지역 관광자원 매력도 및 관광객 편의성 제고

- 지방소멸 소규모 지자체에 새로운 스마트관광 수익모델 제시를 통해 지역 스마트 관광 생태계 조성 지원

사업내용

- '23년 선정 3개소* 스마트관광도시 조성(2년차) * 용인, 통영, 인제
  - 스마트관광 4대 요소별 맞춤형 서비스 구축, 스마트 경험 콘텐츠 발굴
  - 지자체별 민간기업 스마트관광 수익사업 모델 발굴 및 서비스 도입
  - 세부 사업계획에 따른 과업별 수행업체 선정 및 스마트관광도시 조성
- 구축사업 관리 및 지원
  - (실무협의회) 공사-지자체 컨소시엄 실무진 구성 및 주요 현안사항 논의
  - (점검 및 모니터링) 성과지표 관리, 사업 중간점검 및 완료평가

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
'23년 선정 스마트관광도시 조성	세부사업계획 수립, 정보화 사전협의 및 업체 선정					스마트관광도시 구현 및 사업모델 적용						

(3) 스마트관광도시 고도화 사업

국정과제 진흥계획 협업 ESG

– 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진, 디지털 기반 관광서비스 확산

추진배경 및 목적

- 스마트관광도시 서비스 개선 및 주요 콘텐츠 보완을 통한 활성화 지원
- 지역의 안정적 사업비 확보 기반 마련으로 도시의 지속가능성 향상

사업내용

- (콘텐츠·서비스 개선) 스마트관광 서비스 및 콘텐츠 추가 구현 개발, 기존 서비스나 앱/웹 기능 강화(확장), 수집 데이터 점검 및 조정
- (운영 및 홍보마케팅) 안정적인 서비스 제공을 위한 운영 및 시스템 유지관리, 플랫폼 활성화를 위한 지속적 홍보·마케팅 추진

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
스마트관광도시 고도화					사업 계획 수립	서비스 및 콘텐츠 고도화						

일반사업

사업명	주요 사업내용
스마트관광도시 데이터 수집 및 활용 활성화	• (데이터 표준화 컨설팅) 표준화된 도시별 데이터 수집을 위한 데이터 표준화 가이드라인 고도화 및 컨설팅 확대 • (통합데이터저장소 운영 강화) 12개 도시 데이터·콘텐츠 수집 확대, 인프라 고도화 및 모니터링, 분석용 데이터 통합 및 재가공 등 • (콘텐츠 개방) 스마트관광도시 관심 지점(POI) 데이터 및 콘텐츠(사진 등) 대상, 개인, 민간기업이 자유롭게 활용할 수 있도록 적극 개방 • (데이터 분석 서비스) '한국관광데이터랩' 내 스마트관광도시('22) 데이터 분석 서비스(시각화) 제공 등
스마트관광 표준 체계 고도화 및 신규사업 추진체계 수립	• (컨설팅) 지자체 맞춤형 스마트관광 솔루션 확산을 위한 사업 개선 방안 수립 • (전문위원) 사업 표준체계 수립 및 지자체 사업 추진 가이드를 위한 전문위원 채용 운용
스마트관광도시 협업 네트워크 운영	• 스마트관광 조성 협업 네트워킹(정부/지자체/기업 간 교류) 진행
스마트관광도시 통합서비스 채널 고도화	• 각 지역별 스마트관광 홍보를 위한 통합채널 고도화 및 확대 구축(대한민국 구석구석, VisitKorea 연계)
스마트관광도시 홍보 및 통합관광상품 개발	• (스마트관광도시 통합서비스 채널 연계) 국민 참여 스마트관광도시 온라인 홍보 이벤트 * (도시별 경험콘텐츠 및 편의서비스 등 홍보) • (MZ세대 타깃) 국내여행 채널/SNS 통한 스마트관광도시 핫플레이스 홍보
'23 이월예산 활용 사업	• (스마트관광도시 홍보 및 활성화) 스마트관광도시 활성화 온라인 프로모션 및 전시 콘텐츠 제작, 홍보 등 • (스마트관광도시 통합 관광상품 개발) 대국민 스마트관광도시 관광상품 개발 및 관광객 유치 지원 • (스마트관광도시 통합서비스 채널구축) 통합적 브랜딩 및 홍보를 위한 랜딩페이지 기획·구축 • (스마트관광도시 데이터 수집 및 활용 활성화) 고도화 완료 이후 데이터 축적과 정제 등 운영·관리

4 관광기업지원실 사업계획

4.1 관광기업협력팀 사업계획

핵심사업

(1) 지역관광기업지원센터 운영 활성화

협업

– 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진, 관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성

8개 관광기업지원센터 활성화를 통해 지역 관광창업 및 일자리 창출 확대

- 관광기업지원센터의 사업 역량 강화하여 지역 관광 스타트업 창업 확대, 관광인재 양성 등 지역 일자리 창출 거점 역할 수행

추진배경 및 목적

- 수도권에 집중된 관광기업·일자리 지원체계의 지역 확산을 위해 광역단위의 지역 관광기업 지원 거점 조성 및 운영('19년 ~ 계속)

주요 개선사항

'24년 개선사항	– 지역 관광 관련 주요 정부정책과 센터 사업 연계 강화 – 지역관광기업지원센터 운영 역량 강화 및 협업 확대 – 지역 관광인재 교육 및 일자리 창출·매칭 기능 강화

사업내용

① 8개* 지역관광기업지원센터 운영 및 관리

* (개소연도) ('19~) 부산, ('20~) 인천, 대전·세종, 경남, ('22~) 광주, 울산, 전북, 경북

- 센터별 사업계획 승인 및 예산 재교부
  * KTO, 지자체, 운영기관(RTO)과 협약을 통해 센터 운영(국비, 지방비 50:50 매칭)

② 지역관광기업지원센터 운영 역량 강화 및 협업 확대

- 전국 관광기업지원센터센터 협의체 회의 운영(연 3회)
  - (참석대상) 문체부, KTO, 지역센터장, 지자체 담당자 등
  - (협의내용) 지역별 BP 및 신규사업 공유, 협업 제안, 사업 관련 건의 등

- **지역센터 관광기업 육성 성과공유회**
  - 기업 육성 사례, BP 사업 등 공유, 시상을 통한 센터별 성과 향상 및 교류
- **지역센터 관광인재양성·일자리 매칭 기능 강화**
  - 지역별 순회 일자리 박람회 개최 및 통합 홍보
  - 지역센터 현장 관광인재육성 교육 확대
- **지역관광기업지원센터 및 관광기업 홍보 지원**
  - 지역별 유망 관광기업 선정 및 마케팅 역량 강화 등

③ **국내지사 활용 지역관광기업지원센터 활성화**

- 지역센터-KTO 협력사업 발굴 및 시행
- 지역센터·관광기업과 타 기관 협업 지원 등

추진일정

<table>
<tr><th rowspan="2">구분</th><th colspan="12">시기 (월)</th></tr>
<tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th></tr>
<tr><td>지역센터 운영 및 관리 (재교부)</td><td colspan="2">지역별 사업검토 및 예산교부</td><td colspan="4">센터 운영</td><td>중간 점검</td><td colspan="3">센터 운영</td><td colspan="2">성과 평가</td></tr>
<tr><td rowspan="3">지역센터 운영 역량 강화</td><td colspan="2"></td><td colspan="5">지역별 관광 일자리 박람회 실시 및 홍보
(9월, 관광산업 일자리 박람회 참석 및 홍보)</td><td colspan="5"></td></tr>
<tr><td colspan="2">협의체 회의</td><td colspan="3"></td><td>협의체 회의</td><td colspan="2"></td><td colspan="2">협의체 및 성과공유회</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td colspan="3"></td><td colspan="4">지역 유망 관광기업 마케팅 지원
지역관광기업지원센터 홍보 지원</td><td></td></tr>
<tr><td>국내지사 활용 지역센터 활성화</td><td colspan="2">공사 국내지사 사업 검토 및 예산 교부</td><td colspan="10">공사 국내지사-지역센터 협업 및 지원사업 실시</td></tr>
</table>

주요사업

(2) 서울 관광기업지원센터 운영

협업

– 전략과제 : 관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성

추진배경 및 목적

- 관광기업지원센터 운영으로 관광기업 창업 환경 조성 및 체계적 보육을 통한 관광산업 활성화

사업내용

- **관광기업지원센터(서울센터 7~10F) 운영 및 활성화**
  - 관광기업지원센터 운영 및 입주기업 선발 및 지원

    * 센터 시설(독립공간(33개), 회의실, 라운지 등) 운영 / 입주기업 선발 및 임대 계약 관리

- **관광기업 성장 지원을 위한 맞춤형 프로그램 운영**
  - ’24년 입주기업(17개) 맞춤형 컨설팅 ‘투어비즈 프로그램’ 운영
    * 기업 진단, 홍보마케팅, 투자유치 등 기업 성장단계별 컨설팅
  - 관광기업 역량 강화를 위한 교육 프로그램 운영
    * 스타트업 임직원에 필요한 통합 교육(법률/노무/마케팅/IT 등), CEO 교육 등
  - 입주기업 사업 확대, 네트워킹 구축 프로그램 운영
    * 비즈니스 상담회, 오픈이노베이션 등
- **관광기업 원스톱 상담 지원 서비스 「관광기업 상담실」 운영**
  - 관광기업의 창업과정, 사업추진 애로사항 해소 지원을 위한 유선, 내방, 온라인 상담 서비스 제공
  - 분야별(법률, 세무, IT등) 외부 전문자문단을 통한 심화컨설팅 제공
  - 관광기업 대상 온라인 정보 발신 * 카카오채널 ‘관광기업지원센터’ 운영

추진일정

<table>
<tr><th rowspan="2">사업내용</th><th colspan="12">시기(월)</th></tr>
<tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th></tr>
<tr><td rowspan="2">관광기업지원센터
센터운영</td><td>신규
기업
입주</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="3">독립공간
입주기업 선발</td></tr>
<tr><td colspan="12">시설 운영 및 임대관리</td></tr>
<tr><td>관광기업
성장지원 프로그램</td><td></td><td colspan="10">BM진단, 투자유치, 비즈니스 상담회 등</td><td>성과
공유</td></tr>
<tr><td>관광기업 원스톱
상담 지원 서비스</td><td colspan="12">관광기업지원 상담실 연중 운영</td></tr>
</table>

(3) [관광두레 파트] 관광두레 조성

국정과제

– 전략과제 : 지역관광 균형발전 촉진

추진배경 및 목적

- 지역 주민공동체가 주도하는 관광사업체의 창업·발전을 통한 소득 창출로 지속적인 지역 관광 및 경제 활성화 기여
  * [국정과제 61-3] (지역 특화 관광개발) 주민·기업 참여형 관광개발

사업내용

- **주민사업체 발굴 및 육성**
  - (발굴) 관광두레 신규 주민사업체 발굴 및 창업 지원 *'24.7월 최종 선발
  - (육성) 주민사업체(숙박, 식음, 여행, 체험 등) 대상 창업교육, 컨설팅, 시범사업(파일럿), 판로개척, 법률상담 등 지원
    * 44개 지역 231개 주민사업체(2~5년차) 지원('24.1.1 기준)
  - (기타) 예비 청년주민사업체 발굴, 주민사업체 네트워킹(비즈니스 워킹그룹 등)
- **관광두레 PD 선발·육성 및 활동 지원**
  - (선발) 관광두레 신규 PD·지자체 선정 및 주민사업체 발굴 지원
    * '24년 관광두레 신규 지역 8개소(지역 당 PD 1명) 선발('24.1.9. 발표)
      [인천 중구, 부산 수영, 울산 동구, 광주 남구, 진도군, 의성군, 밀양시, 함안군]
  - (육성·지원) 맞춤형 교육 프로그램 운영, 주민사업체 육성 활동비 지원 등
- **관광두레 홍보·마케팅**
  - (판로개척) 관광두레 우수 주민사업체 집중 홍보·마케팅 지원
    * 대내·외 협업을 통한 관광두레 마켓 운영, 온라인 쇼핑 채널 연계 판촉 실시 등
  - (홍보) 대한민국 구석구석 관광두레 특집관 운영, 홍보 콘텐츠 제작 등 온·오프라인 홍보
  - (국내지사 지원) 8개 국내지사 전담 인력 활용 현장 밀착형 마케팅 추진
- **관광두레 사업 성과 관리**
  - (관광두레 전략수립) 관광두레 개선방안 및 중장기 전략수립 연구 추진
  - (경영정보조사) 반기별 주민사업체 매출액, 고용인원 등 경영현황 조사
  - (평가) 주민사업체 진단평가 통한 등급별(예비-초기-성장) 맞춤 지원, 중단 등
  - (사업관리시스템) 주민사업체 및 PD 사용 관광두레 사업관리 시스템 운영
  - (관광두레협의회) 관광두레 광역회의(분기별) 및 지역회의(수시) 개최
  - (전국대회) 관광두레 참여자(주민사업체, PD, 지자체 등) 성과 공유회(연1회)
- **광역지자체 지역 협력사업 지원**
  - 광역지자체 관광두레 지역협력센터를 통한 관광두레 본사업(공사) 사전·사후 및 지자체 광역형 관광두레 사업 지원
    * '24년 3개소 (부산, 울산, 전북) 계속 지원 및 신규 광역지자체 공모(4개소 내외) 예정

추진일정

<table>
<tr><th rowspan="2">사업내용</th><th colspan="12">시기(월)</th></tr>
<tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th></tr>
<tr><td>주민사업체 발굴 및 육성지원</td><td colspan="2">운영대행사 선정 및 계약체결</td><td colspan="2">지역관광콘텐츠 진단/ 주민사업체 모집공고</td><td colspan="4">주민사업체 아카데미 운영 및 신규 선발 주민 사업체 현장 실사</td><td colspan="2">신규 주민사업체 OT</td><td colspan="3">주민사업체 진단 평가 및 '24 으뜸두레 선발</td></tr>
<tr><td rowspan="2">관광두레 PD 발굴 및 활동지원</td><td colspan="2">신규PD선정/ 관광두레 사업설명회</td><td colspan="4">신규지역 콘텐츠 발굴/ 주민사업체 모집지원 우수 PD 벤치마킹</td><td colspan="3">PD 간담회</td><td colspan="3">24년 PD 평가/ 25년 신규 PD 선발</td></tr>
<tr><td colspan="12">1-3년차 PD 역량강화 아카데미(상반기), PD 맞춤형 역량강화 프로그램 운영(연중)</td></tr>
<tr><td>관광두레 홍보·마케팅</td><td colspan="12">관광두레 판로개척, 온/오프라인 홍보마케팅,
국내지사 관광두레 밀착형 홍보마케팅, 매체홍보 등</td></tr>
<tr><td rowspan="3">관광두레 사업 성과관리</td><td colspan="3">1분기 관광두레 협의회</td><td colspan="3">2분기 관광두레 협의회</td><td colspan="3">3분기 관광두레 협의회</td><td colspan="3">성과공유회 4분기 협의회</td></tr>
<tr><td colspan="4">관광두레 전략수립 용역 계약체결</td><td colspan="6">관광두레 전략수립 용역 추진</td><td colspan="2">추진결과 사업적용</td></tr>
<tr><td colspan="12">반기별 경영정보조사 및 진단평가 등 상시 성과관리
주민사업체 지원 중단 보류 등 운영
주민사업체 및 PD 사업관리시스템 운영</td></tr>
<tr><td>지역협력사업</td><td colspan="4">지역협력사업 공모 및 사업기금 교부</td><td colspan="8">지역협력사업 통합 추진 및 관리</td></tr>
</table>

일반사업

사업명	주요 사업내용
산학연관 협력 이을 프로젝트 지원	• 이을 프로젝트 사업화 지원 – 계속(2차년), 성장(3차년 이상, 간접 지원) • 이을 프로젝트 대외 홍보 지원 – 이을 프로젝트 우수사례 홍보, 공사 마케팅 채널 및 공식 블로그 활용 대외 홍보

※ 산학연관 협력 이을 프로젝트란?

☞ 지역 내 산업체, 학교, 연구소, 지자체가 상호 협력하여 지속가능한 지역관광 아이템을 제안하고 이를 자생적 관광산업으로 발전시킬 수 있도록 지원하는 사업

4.2 관광기업창업팀 사업계획

핵심사업

(1) 2024 BETTER里 : 인구감소지역 다자간 협업을 통한 관광인구 증대

협업 ESG

– 전략과제 : 관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성

관광산업 주체 간 개방형 협업으로 인구감소지역 관광활성화 견인

- 이종산업간 융합이 용이한 스타트업의 혁신적 아이디어를 기반으로 지역 소도시 (인구감소지역) 여행 트렌드 조성
- 스타트업·지역 기업 아이디어 기획·사업화·협업으로 이어지는 전주기적 지원체계 구축

추진배경 및 목적

- 인구감소지역 고유의 관광자원과 문화에 기존 대기업 대비 혁신적 아이디어·사업 모델의 빠른 실행이 가능한 스타트업의 특성을 활용한 생활인구 증대 및 지역경제 활성화

주요 개선사항

'24년 개선사항	**[사업구조 개편, 민간주도형 협업구조로 전환을 통한 중장기 발전방안 마련]** – [사업기간] 사업시행기간 중장기 사업구조로 개선(단년 → 2~3년) [대상지역] 1개 지역 단위에서 권역별 프로젝트 기반으로 확대 [협업구조] 관광 각 분야 유망기업 유치로 협업 체계 재구조화를 통한 사업 효과 제고 * 협업 파트너 예시 : 모빌리티(쏘카), 홍보(네이버 해피빈) 등 – [홍보마케팅] 마케팅 주관사 공모선정을 통한 통합 IMC 관점의 홍보 마케팅 실행으로 인구감소 지역(지방소도시 여행) 트렌드 조성

사업내용

- 사 업 명 : 2024 BETTER里(캠페인명 : 추후 확정) * '23년 Sustainable Stay in 영주
- 사업기간 : '24년 2~12월 * 실증기간 '24년 4월~12월
- 주요내용
  - **(스타트업 육성)** 인구문제·관광 특화 민간 엑셀러레이터 선정, 지역 창업 전문기관 협력을 통한 벤처 사업모델 사전 컨설팅·콘텐츠 육성 지원(3월중)
  - **(실증사업 실시)** 인구감소지역 관광인구 증대사업 모델을 보유한 관광 유관 분야 스타트업 약 20여 개사 선발, 권역별 실증 사업 실시(4~12월)
  - **(협업체계 구축)** 관광연관 대기업을 비롯, 지역 내 다양한 창업·중소기업 지원기관과의 협업을 강화 및 지자체의 적극 참여 유도

• **(성과공유)** 참여기업 소개, 연사 강연 등 성과공유 포럼 개최를 통한 후속 지원 추진

<참고 : 2023 BETTER里 : Sustainable stay in 영주 실증 사례>

- **(실증기간)** 3개월 ('23.9.~11.) * 실제 상품판매기간 약 1.5개월
- **(참여기업)** 8개 기업 * 사전 컨설팅 기반 영주 맞춤형 관광콘텐츠 선정
  · 지역 내 지속가능한 체류형·살아보기형 등 여행 생태계 구축을 위한 다양한 콘텐츠, 비즈니스 모델 실증 지원
- **(계량성과)** 7개 기업 매출액 약 45백만원, 방문객수 1,089명, 인구감소지역 관광 대체 효과 0.55%, 인구감소 충전인원수 25.3명
  * 한국관광데이터랩 활용(당일 관광객 66명 or 숙박객 18명을 충전인원 1명으로 계산)
- **(실증예시)**

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
공고/선발 (AC·지자체·관광벤처)												
실증지원												
성과관리												

주요사업

(2) 관광벤처 다자간 협업 프로그램 '커넥트(CONNECT)' 추진

국정과제 진흥계획 협업 ESG

– 전략과제 : 관광업계 역량강화 및 미래 인재 양성

추진배경 및 목적

- 이종 산업 분야 대중소기업, 스타트업, 유관기관 등과의 협업 네트워크 구축을 통한 관광벤처기업 서비스·상품 기반의 관광산업 생태계 혁신
- 기존·신규 파트너·인프라간 협력을 근간으로 **'단계별 스타트업 공동지원 프로그램'** 운영('24년 ESG분야 협업사업 중점 확대)

사업내용

- **(글로벌 시장 진출)** 글로벌 기업, 투자청·투자사 등과 협력하여 관광 기업 맞춤형 해외진출 지원을 통한 신시장 선점 사업의 후속 관리
  * (2023년 주요실적) CONNECT with ADIO(아부다비투자청)('23.5월), CONNECT with Alibaba Fliggy('23.8월), CONNECT with Mastercard('23.10월), 한-태 관광기업협력 포럼('23.10월) 등 개최를 통한 관광벤처 IR피칭 및 투자상담 기회 제공
- **(지역현안해결)** 관광벤처기업의 혁신적인 상품·서비스, 기술, 아이디어를 활용한 지자체 관광 현안·문제의 새로운 해결방식 제공
  * 2024년 BETTER里 : 인구감소지역 관광인구 충전 지원사업 (2-12월)
- **(기술협력)** 관광산업 DX 전환 가속화 등 산업 환경 변화에 대응하여 관광기업의 미래 성장 동력 확보를 위한 「K-Travel Tech Summit」 개최(11월)
- **(성과공유 및 협업확산)** 관광 창업 네트워크 확대 및 성과공유를 위한 「관광기업 이음주간」 개최(9월)

추진일정

<table>
<tr><th rowspan="2">사업내용</th><th colspan="11">시기(월)</th></tr>
<tr><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th></tr>
<tr><td>글로벌시장 진출</td><td colspan="6">행사기획 참여기관모집</td><td colspan="5">행사운영</td></tr>
<tr><td>지역현안 해결</td><td colspan="2">공고/선발
(AC·지역·기업)</td><td colspan="8">실증지원</td><td>성과관리</td></tr>
<tr><td>기술협력</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="2">참가기업모집</td><td>행사개최</td><td></td></tr>
<tr><td>관광기업 이음주간</td><td></td><td></td><td></td><td colspan="2">행사기획,
연사섭외</td><td colspan="2">참가기업
모집</td><td>행사
개최</td><td colspan="3">후속지원,
성과확산</td></tr>
</table>

(3) 관광벤처기업 발굴 및 육성

국정과제 진흥계획

– 전략과제 : 관광업계 역량강화 및 미래 인재 양성

가. 관광벤처사업 공모

추진배경 및 목적

- 관광 분야의 창의적 콘텐츠 발굴 및 창업 생태계 조성
- 관광벤처사업 공모·지정 및 우수사례 확산으로 관광산업 경쟁력 제고

사업내용

- (지원자격) 관광 분야 예비창업자 또는 창업 7년 이내 관광기업

예비관광벤처	초기관광벤처	성장관광벤처
관광분야 창업아이템을 계획 중인 **예비(재) 창업자**의 성공적인 창업 활동 지원	관광분야 창업아이템을 보유한 업력 **3년 이내의 초기 창업자**의 성공적인 창업 확대 지원	관광분야 창업아이템을 보유한 **업력 3년 초과 7년 이내 기업**의 성장과 도약 지원

- (선정규모) 3개 부문 총 140개 내외 * 예비 30개 / 초기 70개 / 성장 40개
- (지원내용) 사업화 자금(기업별 평균 5.5천만 원) 및 특화 프로그램
  * 창업 활동에 필요한 사업화 지원금 최대 1억 원 ~ 최소 3천만 원 지원 (인건비, 재료비, 유·무형 자산취득비, 외주 용역비, 광고선전비 등 활용)
  * 맞춤형 창업역량강화 교육·컨설팅, 홍보·판로개척, 네트워킹·투자유치 지원 등
- (지원기간) 협약 후 7개월 이내(5-11월)

추진일정(안)

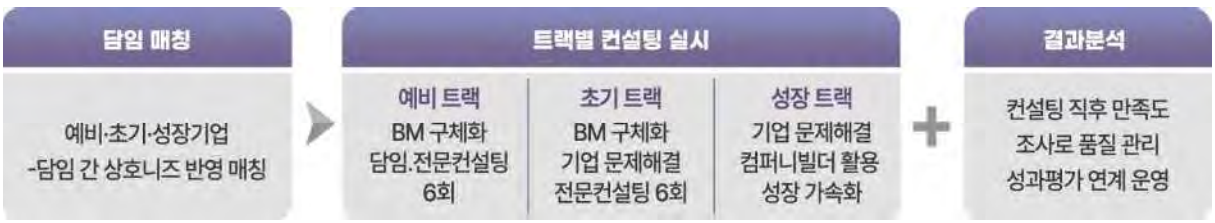
나. 관광벤처기업 성장 지원

추진배경 및 목적

- 관광벤처기업 대상 특화 프로그램 제공을 통한 협약 사업의 성공적 수행 지원
- 우수기업 배출을 위한 후속지원 강화 및 체계적 성과 관리 추진

사업내용

- **(교육)** 기업가 정신 함양 및 실전에 적용 가능한 창업 실무 교육
  - ① **(창업) 창업 과정에 필요한 단계별, 분야별 기본 역량 강화**
  - ② **(실습) 최신 트렌드 반영 실무적용 교육 실시**
  - ③ **(특강) 스타트업 분야 주요인사 초청 특강 '관광 인사이트' 진행**
- **(멘토링/컨설팅) 기업 성장단계 및 니즈에 맞춘 Track별 프로그램 운영**
  - (멘토링) 예비·초기 관광벤처기업 대상 사업모델(BM) 구체화를 위한 담임 멘토 지원
  - (컨설팅) 기업별 맞춤형 문제해결을 위한 컨설팅 차등 지원
    * 특화 분야별, 전문 컨설팅 제공(투자/재무, 마케팅, IT, 지식재산권 등)



- **(네트워킹)** 관광벤처기업 간 정기 네트워킹 이벤트 실시
  - (밋업데이) 투자유치 및 사업 연계를 위한 B2B, B2G 네트워킹 진행(수시)
  - (알럼나이) 선배 기업의 사업 노하우 전수 및 협업을 위한 교류(수시)
- **(성과평가)** 추진방식 전면 개편으로 효과적인 관광벤처 성과점검 실시
  - (제도개선) 관광벤처 성과평가 참여 피로도 감안 실용적인 성과평가를 위한 평가항목 개선
    * 성과평가 지표, 지표별 증빙, 평가방식, 시상 부문 전면 개편
  - (최종평가) 협약사업 목표 대비 실적, 고용 창출, 매출, 투자유치 등 계량 성과, 사업모델의 유효성 및 지속가능성 등을 종합 평가하여 관광벤처 성장 동기부여
- **(후속지원)** 우수기업 홍보 및 우수기업 독려
  - (시 상 식) 성과 창출 기업 대상 상장(장관상, 사장상) 및 상금 시상
  - (언론홍보) 우수기업 대상 보도자료 배포 및 홍보 지원

일반사업

사업명	주요 사업내용
관광벤처기업 재무지원	• '24년 선정 140개사 재무지원(기업당 평균 55백만 원) – 협약 목표, 예산 사용 검토 및 승인, 정산 시행 • 공모 결과에 따른 사업화자금 차등 지원 – 재무지원금 금액을 차등하여 우수 관광벤처 집중 육성 및 재무 지원 효율성 증대
대내외 협업 네트워크 구축 및 판로개척 지원	• (마케팅 부스트업) 관광벤처기업 맞춤형 마케팅 지원 사업 – 기업별 마케팅 점검→컨설팅→시장 검증→집중지원→성과관리를 통한 기업 성장 지원 • (홍보판촉) 국내외 주요 스타트업 네트워크 활용 지원 – 국외 스타트업 축제 'Slush 2024' 참가(11월), 공사 주최 해외 관광 홍보행사 등과 연계한 스타트업 홍보 및 투자유치 기회 제공 등(연중) • (트래블딥테크) 관광벤처기업 보유 신기술 실증화 지원[신규] – 공모전 선정 기업 + 호텔 등 실증대상자와 협업을 통한 과제형 사업 지원 (시범사업)

4.3 관광기업육성팀 사업계획

핵심사업

(1) 관광 글로벌 선도기업 육성 [해외 관광기업지원센터 운영]

국정과제 진흥계획

– 전략과제 : 관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성

유망 K-관광기업 대상 관광산업 특화 해외진출 지원 확대

- 신규 발굴 및 민간 액셀러레이터 연계 역량 강화 (관광 글로벌 챌린지 프로그램)
- 해외 기업지원 거점 확대 및 현지화 밀착 지원 (해외 관광기업지원센터 3개소*)

* 싱가포르('22), 도쿄('23), 신설 1개소('24)

추진배경 및 목적

- 혁신관광기업들의 글로벌 관광산업 진출 관심 고조 및 글로벌 온라인여행 시장* 지속 성장 전망

* 2020년 기준 4.3조 달러(약 500조원)에서 2025년 8.3조 달러(약 966조원)로 93% 성장 전망 (글로벌 리서치 전문기관 Statista)

- 관광 중소기업 해외진출 역량 강화, 해외 비즈니스 확장 발판 마련을 통한 글로벌 성장 지원 및 관광생태계 기여

주요 개선사항

'24년 개선사항	– **(글로벌 기업 육성전략 고도화)** 사업규모 확대 및 진출 시장다변화에 따른 역할 및 세부 추진계획 재정립 – **(해외 관광기업지원센터(KTSC) 확대)** 글로벌 관광산업 네트워크 기반 관광기업 해외진출 플랫폼으로서의 역할 강화

사업내용

- **(글로벌 기업 육성전략 수립) 기업 규모 및 진출 시장 다변화에 따른 전략체계 마련**
  - 해외진출 사업화 단계별 지원 체계, 기업 비즈니스 모델(DX솔루션, 플랫폼, 기술융합)에 따른 진출 전략 수립, 인바운드 연계 강화 방안 등
- **(2024년 신규기업 대상) 관광 글로벌 챌린지 프로그램 운영 (30개사 내외)**
  - (역량강화 지원) 관광분야 거점시장별 특화 액셀러레이터 2개사 선발 및 기업별 맞춤형 해외진출 역량강화 프로그램* 운영

* 멘토링, 컨설팅(시장검증, 전략수립, 사업 다각화 등), 해외 IR덱 제작, 해외바이어 매칭, 투자유치 역량 강화 등

- (AC 연계 해외 프로그램 지원) 해외 IR 피칭, 투자자 매칭 및 비즈니스 미팅 등
- (재무지원) 해외 홍보마케팅, 해외진출 기반조성 및 글로벌 사업 확장을 위한 사업화 자금* 지원

  * (1차년도) 신규 30개사, 평가결과에 따라 1~2억 원 차등 지원 / 기업 자부담 별도(20%)

(2023년 선정기업 대상) 기업별 수요 기반 맞춤형 해외진출 지원 (27개사)

- (맞춤형 지원) 홍보 마케팅, 투자유치, 공사 해외지사 인프라 활용 등 기업의 안정적인 해외시장 진출 활동 지원
- (후속 재무지원) 전년도 평가 우수기업(15개사) 대상 후속 사업비(0.5억) 지원

(해외 관광기업지원센터 3개소*로 확대) 관광기업의 현지 기반 해외사업화 및 정착 기반 마련

  * 싱가포르('22), 도쿄('23) → 신설 1개소('24, 1분기 수요조사 예정)

- (현지 프로그램 운영) 관광분야 특화 투자자·파트너사 연결, 관광·테크 박람회 참가 및 판로개척, 홍보, 마켓 검증, 기업 현지 정착 종합 지원
- (센터 조성 및 운영) 사무공간 조성 및 입주 지원, 현지법인 설립 지원, 법률/세무 상담 및 현지 전문인력 운영 상시 지원 등

추진일정

<table>
<tr><th rowspan="2">사업내용</th><th colspan="12">시기(월)</th></tr>
<tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th></tr>
<tr><td>글로벌 챌린지 프로그램</td><td colspan="2">전담운영사
공고·선정</td><td colspan="2">참여기업
모집·선정</td><td>협약</td><td colspan="2">기업진단,
교육, 멘토링</td><td colspan="2">시장검증,
IR 고도화</td><td colspan="2">해외 데모데이</td><td>성과
평가</td></tr>
<tr><td>글로벌 챌린지 후속 지원</td><td colspan="2">성과평가 및
협약 체결</td><td colspan="9">후속 지원 (해외 KTSC 연계 지원, 사업비, 후속 프로그램 지원,
공사 주관 커넥트 참가 지원 등 타깃시장 수요기반 맞춤 지원)</td><td>성과
관리</td></tr>
<tr><td>해외 관광기업지원센터
(KTSC) 운영
(싱가포르, 도쿄, 신규 1개소)</td><td>사업
계획</td><td colspan="3">통합 설명회,
입주기업 협약
(연장)</td><td colspan="5">해외 KTSC 프로그램 운영
(현지화 지원, 해외 투자유치 IR,
비즈니스 밋업 등)</td><td>신규 센터
개소</td><td colspan="2">관광테크
박람회 참가</td><td>성과
관리</td></tr>
</table>

주요사업

(2) 관광기업 혁신바우처 지원사업

국정과제

– 전략과제 : 디지털 기반 관광 서비스 확산

추진배경 및 목적

- 영세한 관광기업의 혁신활동 지원으로 성장 기반 마련

사업내용

- **유형별 바우처 지원 (대형/중형/소형)**
  - (대형/중형 바우처) 디지털 전환, 스마트관광 인프라 구축 등 관광기업의 ICT기술 도입 (대형 1억×15개사, 중형 0.5억×35개사)
  - (소형 바우처) 홍보마케팅 콘텐츠 개발, 온라인/모바일 전환 등 시급한 현안 해결 중심의 바우처 사용 (소형 0.2억×100개사)

    ※ 대형바우처 2개사, 중형바우처 5개사를 숙박업 전용 바우처로 지정, IT 경영 솔루션, 로봇 등 '신기술 도입'을 통한 디지털 전환 과업 지원
- **서비스 부문별 제공기업 확대**
  - 온라인 홍보 강화를 통한 기술보유 스타트업 참여 유도
  - 타 바우처 사업 참여 우수기업 DB 공유 및 제공기업 등록 추진
  - ICT 관련 분야 협회·학회 네트워킹을 통한 제공기업 참여 유도
- **기업 간 매칭 지원 및 사업성과 공유**
  - 제공기업 서비스 소개, 계약 매칭/비딩, 온·오프라인 사업성과 공유 등
- **수혜-제공기업 우수성과 발굴·확산(11~12월)**
  - 공동목표 부여를 통한 기업 간 협업 활성화
  - 우수성과 선정, 관광벤처의 날 시상(장관상 및 사장상)
  - 차년도('25년) 2월에 혁신바우처 사업 설명회 개최하여 우수성과 창출 기업의 사례 발표 진행
- **혁신바우처 정보시스템 운영**
  - 시스템 운영·관리 및 헬프데스크 운영
- **사업 운영위원회 및 사업평가 실시**
  - 관광기업 혁신바우처 지원사업 운영위원회 개최를 통한 사업 모니터링 및 전문·기술적 사안에 대한 전문가 의견수렴 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
혁신바우처 지원사업 참여기업 지원	공모 준비	참여기업 선정		사업 수행 및 사업비 집행							성과평가 및 정산	
기업 간 매칭지원·멘토링·우수사례 공모				매칭지원(3회차) 및 멘토링			멘토링				우수사례 공모	

일반사업

사업명	주요 사업내용
관광 플러스테크 사업	• 신기술 역량 보유 기업* 대상 관광 분야 사업 확장 지원(총 7개사, 기업별 최대 2개년 지원) * 국가연구개발사업 참여기업, 외부 기술신용평가 검증 기업 등 • 관광산업으로 사업영역 확대를 위한 재무 지원 • 관광 사업화(컨설팅 및 실증화) 지원으로 관광과 기술의 결합을 통한 새로운 유형의 관광서비스 개발
관광 액셀러레이팅 지원 사업	• 관광 분야 특화 액셀러레이터 연계 초기 관광 기업 육성 및 발굴(30개사) 및 민간 투자유치 지원(최소 6억 원) • 참여기업 대상 사업화자금 지원 및 스케일업 프로그램(역량강화 교육, 컨설팅, 멘토링, 홍보마케팅, IR 지원 등) • 공사 인프라 활용 지자체, RTO, 대기업, 관광 업계 간의 네트워킹 및 신규 비즈니스 창출 기회 제공
관광벤처의 날	• 관광산업의 새로운 가치, 일자리 창출에 기여하는 우수 관광기업 시상 및 혁신적인 관광 서비스 구현을 위한 기업 간 협력관계 구축의 장 마련 * 2023년 관광벤처의 날 12.20 / 36개사 시상, 170여명 규모 개최
관광 글로벌 커넥트	• 해외센터 非거점 국가 글로벌 관광·테크기업 간 비즈니스 기회 적시 확보(신규시장 진입 확대) • 글로벌 비즈니스 커넥트(해외 관광업계 비즈니스 매칭 및 PoC 지원) • 글로벌 스케일업 커넥트(해외 투자자 IR 초청 투자유치 기회 확보)

4.4 관광홍보관운영팀 사업계획

핵심사업

(1) 하이커 그라운드 한국관광 랜드마크화 추진

진흥계획 협업

– 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진, 여행객 맞춤형 마케팅 강화

하이커 그라운드 「K-컬처 놀이터」에 「로컬」을 더하다
- 하이커 거점 공간 내 '경험' 기반 로컬관광 홍보 마케팅 신규 추진
- 한국관광(한류+로컬) 콘텐츠를 즐겁게 경험할 수 있는 공간 플랫폼 강화

추진배경 및 목적

- 리모델링 이전('19년, 911명) 대비 '23년도 일평균 방문객 2.9배 달성(2,639명), 개관 이후 영업일 누적 방문객 수 106.6만 명을 기록('23.12.31.기준)하는 등 단순 홍보관을 넘어선 새로운 한류 관광명소로 급부상
- 이에, 하이커를 활용한 한류·지역관광 홍보 거점화, 관광업계 간 교류 및 지원 기능 등을 강화함으로써 관광산업 생태계 회복 지원 필요

주요 개선사항

'24년 개선사항	– 지역 소도시의 콘텐츠를 발굴하고 브랜딩을 통한 '경험' 기반 로컬 홍보 마케팅 역할 강화 – 하이커 공간 콘셉트와 연계한 '힙'한 로컬 콘텐츠 발굴·기획 – 다양한 체험 프로그램 연중 운영을 통한 '로컬관광'에 대한 이해와 친근감을 높이고 실질적 방문 유도

사업내용

- (중점사업) 지역 소도시의 재발견 캠페인 추진
  - 지역 소도시 주제 리브랜딩 콘텐츠 기획, 제작 및 팝업 전시
  - 지역관광 테마 체험 프로그램 연중 기획 운영(로컬 여행 토크쇼 등)

※ 사업예시

미디어 아트 제작

로컬힙 포토존 제작

홍보 이벤트 개최

팝업스토어 설치 운영

- (신규사업) 하이커 실감 체험공간 추가 조성
  - 하이커 내 K-콘텐츠+관광 융합을 테마로 한 신규 체험 콘텐츠 보강
- (지속사업) 하이커 공간 운영 및 활성화, 관광안내 서비스 제공
  - 이슈 메이킹 행사 기획·유치, 한류 체험 전시·프로그램 운영, 온·오프라인 통합 공간 활성화 마케팅 추진
  - 공급자와 수요자가 공존하는 플랫폼 기능 강화를 통한 관광업계 지원
  - 하이커 전시 관람 시설 운영, 유지·관리, 종합 관광 안내 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
지역소도시 재발견 캠페인	기획		콘텐츠 기획제작, 홍보 이벤트									
하이커 실감 체험공간 추가조성		기획, 설계			시공			실감 체험공간 운영				
하이커 홍보 활성화	기획	특별/상설 프로그램, 협업 행사 기획 유치, 관광안내 및 관람시설 운영 등 (연중 상시)										

주요사업

(2) [사랑채 파트] 청와대 사랑채 개편 및 청와대 권역 관광자원화

국정과제

– 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진, 여행객 맞춤형 마케팅 강화

청와대 사랑채를 거점으로한 청와대 권역 관광 명소화 추진

- 청와대 사랑채, 한국여행을 준비하고 시작하는 열린 체험 공간으로 개편
- 청와대 권역 관광 명소화를 위한 신규 콘텐츠 개발 및 홍보 마케팅 강화

추진배경 및 목적

- 청와대 개방 이후('22.5월) 증가하는 청와대 권역 관광 수요를 위한 한국문화관광 홍보거점으로서 체험·소통 등 기능 강화 필요
- 청와대 및 권역(북촌, 서촌, 궁(宮) 등) 내 신규 관광콘텐츠 지속 개발 및 국내·외 홍보를 통한 청와대 권역 관광 활성화

주요 개선사항

'24년 개선사항	- 청와대 사랑채 개편 및 콘텐츠 확충으로, 청와대 및 권역 관광 활성화를 견인하는 핵심 거점 역할 수행

사업내용

청와대 사랑채 리모델링 공사 추진

- **(추진방향)** 청와대 권역과 한국여행을 준비하고 시작할 수 있는 관광홍보 및 체험의 공간으로 조성
- **(추진 콘셉트)** 트래블 라이브러리라는 콘셉트를 적용, 한국관광 정보를 습득하고, 체험·소통하며, 여행을 계획하는 문화관광 공간으로 기획

청와대 사랑채 홍보 및 운영 활성화

- 청와대 사랑채 공간 활성화 및 브랜드 인지도 제고를 위한 특별 기획 팝업 전시* 및 방문객 참여형 이벤트** 추진

  * 최신 트렌드를 반영한 특별전 및 팝업 이벤트 개최

  ** 문화 체험, 초청 강연 등 타깃별 참여 프로그램 등 운영

청와대 권역 관광 콘텐츠 개발 및 홍보 마케팅

- 청와대 권역 관광자원 발굴을 통한 신규 콘텐츠(관광코스 등) 개발, 관련 홍보물 제작 등
- 해외지사 네트워크 활용 글로벌 홍보(팸투어, K-관광 로드쇼 등) 및 내국인 대상 청와대 권역 관광 홍보 추진

추진일정

<table>
<tr><th rowspan="2">사업내용</th><th colspan="12">시기(월)</th></tr>
<tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th></tr>
<tr><td>청와대사랑채
개편공사(이월)</td><td colspan="3">리모델링 공사</td><td>개관
행사</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="2">청와대 사랑채 홍보
및 운영활성화</td><td></td><td></td><td></td><td>특별
전시</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="3">팝업 이벤트</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td>관광
주간</td><td></td><td colspan="4">방문객 참여형 이벤트</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>청와대 권역
관광자원화</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="6">청와대 권역 관광 국내·외 홍보</td></tr>
</table>

일반사업

사업명	주요 사업내용
서울센터 운영	• 서울 사옥 시설 운영 및 유지관리 • 시설물, 입주기관 및 내방객 대상 안전점검 관리
인천공항 K관광컬처존 조성 (신규)	• 인천공항 내 실감형 'K-관광 · 컬처존' 조성 * 디지털 체험 공간, 전시 등 콘텐츠 구성 및 시설 조성

5 관광인재개발실 사업계획

5.1 관광인재양성팀 사업계획

핵심사업

(1) 온·오프라인 연계 취업지원 서비스 활성화

진흥계획 협업

– 전략과제 : 관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성

관광산업 전문 커리어플랫폼을 활용한 관광일자리 활성화
- 고객유형 분석을 통한 고객별 차별화된 취업지원 서비스 제공
- 구인기업-구직자 매칭 강화로 관광업계 인력난 해소 지원

추진배경 및 목적

- 관광산업의 급격한 회복에 따른 기업 인력난 가중 및 코로나로 인한 관광산업의 장기간 불안정성에 따른 수급 불균형
- 관광산업 '유일'한 채용플랫폼으로서의 인지도 제고 및 역할 강화, 고객세분화로 취업 의지가 높은 구직자 집중 서비스를 통한 성과 극대화

주요 개선사항

'24년 개선사항	– (고객 유입) 외부 채용플랫폼 및 유관기관과의 협업을 통한 유입경로 다양화 – (고객접점 확대) 다양한 온/오프라인 취업지원 프로그램을 통한 고객 정보 수집 – (고객 세분화) 관여도, 취업의지 등을 고려한 고객 세분화를 통해 차별화된 취업지원 서비스 제공

사업내용

- (외부 채용 전문 기관 협업 공사 플랫폼 역할 강화) 외부기관* 협업을 통한 관광산업 전문 채용관, API 활용 채용공고 공유 등 공사 플랫폼 및 사업 홍보로 구직자 대상 인식 제고 및 고객으로 유치

  * (온 라 인) 사람인, 워크넷, 잡아바(경기도일자리플랫폼) 등
  * (오프라인) 서울고용복지센터, 노사발전재단, 서울시관광협회 등

['23년 외부 채용플랫폼 협업 사례]

- **IBK기업은행 :** 공사 관광人, 기업은행 i-ONE JOB 채용공고 데이터 공유
- **잡코리아** : 국내 최대 구인-구직 플랫폼 잡코리아 내 「관광산업 전문채용관」 신설 및 운영, 「2023년 관광산업 일자리박람회」 PC/모바일 페이지 내 배너광고 무료제공(8.30~9.19)

- **[신규] (고객 세분화를 통한 타깃별 맞춤형 서비스 제공)** 고객 유입경로, 진로성향, 탐색단계, 취업 의지 등 고객 단계별 세분화 및 맞춤형 컨설팅 프로그램 제공을 통해 구직자의 지속적인 취업 추진 및 성과 달성 지원
  * (참여도 高) 정기컨설팅, 기업매칭 서비스, 구인기업대상 인재 추천 등 집중 서비스
  * (참여도 中) 이력서 클리닉, 모의면접 컨설팅, 구직자 교육 프로그램 제공 등
  * (참여도 低) 적성검사, 진로탐색 컨설팅 등
- **(구인-구직 맞춤형 매칭 강화)** 채용수요 높은 관광기업 및 관광인력(예비종사자) 발굴 통한 매칭데이, 미니 잡페어 등 취업지원 프로그램 운영
  * 직업계 고등학교 대상 직업훈련(교육부 수탁사업) 운영하는 대한상공회의소 및 (전문)대학, IT(컴퓨터)교육기관 등 직업 훈련기관 연계
- **(구직자 대상 취업역량 강화)** 관광일자리센터 및 관광인 연계 온·오프라인 취업 컨설팅(이력서, 면접), 관광분야(여행/호텔/카지노/MICE/항공/벤처 등) 현직자 온·오프라인 멘토링 프로그램 및 관광분야 신직무 트렌드 등 특강 서비스 제공
- **(유관기관 네트워킹)** 관광기업 인사담당자 세미나, 전문가 자문회의 등

추진일정

<table>
<tr><th rowspan="2">사업내용</th><th colspan="12">시기(월)</th></tr>
<tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th></tr>
<tr><td>관광인 포털 관리</td><td colspan="12">관광인 유지보수 및 기능 개선</td></tr>
<tr><td rowspan="2">취업지원서비스 운영</td><td rowspan="2" colspan="2">취업지원
계획수립</td><td colspan="10">구직자 등 대상 맞춤형 취업지원 서비스 제공</td></tr>
<tr><td colspan="10">구인-구직 맞춤형 매칭 강화, 취업지원 프로그램 운영 등</td></tr>
</table>

주요사업

(2) 관광미래인재교육센터 운영 및 활성화

국정과제 협업

– 전략과제 : 관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성

추진배경 및 목적

- 안정적인 미래형 관광인재 및 기업 니즈 부합 실무형 인력 양성 기반 조성
- 관광인력 전문성 제고 및 취업연계 강화를 통한 업계 신규인력 유입 확대
  * 관광미래인재교육센터 x 관광일자리센터 통합 운영(관광공사 서울센터 15층)

주요 개선사항

'24년 개선사항	– 융합형·실무형 관광인재 양성 오프라인 플랫폼 역할 강화 – 관광미래인재교육센터(수도권)–지역관광기업지원센터(지역) 협력을 통한 관광전문 인재 육성 통합 체계 구축

사업내용

- **(미래형 관광인재 교육과정 운영)** 빅데이터 분석, 디지털 마케팅, 관광신 직무 트렌드, 관광콘텐츠 제작 실습 등 관광인재 육성교육 연간 추진
- **(역량강화+취업지원 커리어플랫폼 구축)** 관광미래인재교육센터+관광일자리센터 연계 특화 프로그램 운영을 통한 예비종사자 직무 이해도 제고 및 취업 동기유발
  * 관광특성화고, 대학생 대상 '교육+취업' 1일 직무체험 프로그램 운영
    – 현직자 직무 멘토링 + 취업특강(이력서, 면접 컨설팅) + 업종별(호텔/카지노/관광기업 등) 현장체험
- **(산·관·학 허브化)** 대내 관광인재 교육 시행 및 지역관광기업지원센터, 지역 관광기업 및 학교 등과의 협업을 통한 센터 이용 활성화

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
특화프로그램 기획 및 운영	프로그램 기획		특화프로그램 운영									
시설/인프라 관리 및 대관 지원	연간 운영											

(3) 신중년 관광일자리 창출 지원

협업

– 전략과제 : 관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성

추진배경 및 목적

- 관광산업 인구구조 및 환경변화에 따라 신중년 및 경력 보유 여성 대상 관광 직무교육을 통한 대체인력 육성 필요
  * 인구구조 변화 : 생산가능인구 감소, 고령인구 증가, 퇴직자 재취업, 여성의 경제활동 확대 (출처 : 한국문화관광연구원(2022) 관광산업 노동시장 변화와 대응방안)
  * 환경변화 : 코로나 이후 핵심구직층인 예비취업생의 관광산업 취업 감소
- 신중년 특성 반영 적합한 직무 개발 및 외부 기관 협업 등 취업처 선 발굴을 통한 사업 효과성 증대

주요 개선사항

'24년 개선사항	– 신중년 등 특성을 반영한 신직무 발굴(총 6종) 및 기존 교육결과를 고려한 교육과정 수립 – 유관기관 협업 강화를 통한 지역별 신중년 맞춤형 관광일자리 발굴 확대

사업내용

- **(유관기관 협업 및 지역별 특성 고려 교육 기획)** 서울(여행업) 및 부산(체험관광 전문가) 내 유관기관 협업 전략적 직무 육성 및 지역적 특성에 부합하는 교육 기획
- **(교육부터 취업까지 고려 교육과정 설계)** 협업기관 및 지자체, 관광기업 등 수요자 협의 및 인터뷰 등을 통해 맞춤형 교육과정 설계 및 컨설팅, 취업 사후 조사 등 적극적인 취업 연계로 사업 효과성 제고
  * 교육과정 : 총 6회, 회당 60~70 시간
- **(성과공유회를 통한 지속적인 확산)** 교육을 통한 취업 성공사례 보고회 및 책자 제작 등 지속적인 확산을 통해 기업 및 구직자 대상 인식 제고

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
운영사 선정 및 교육운영	운영사 선정		교육과정 운영									성과 보고
취업지원 및 사후관리			취업지원 및 사후관리									

일반사업

사업명	주요 사업내용
관광산업 일자리 박람회 개최	• 관광 분야 일자리 정보 종합 제공, 구인기업-구직자 일자리 매칭 • 개막행사(오프라인), 박람회 운영(온/오프라인 연계), 취업 및 채용 서비스 지원
우수호텔아카데미 육성 지원	• 교육운영기관 선정 및 예산지원, 교육운영 관리 및 성과 평가 • 우수호텔아카데미 사업 홍보 및 사업 개선
관광인재개발실 (원주) 시설관리	• 교육동 교육시설 대관 및 관리

5.2 관광교육팀 사업계획

핵심사업

(1) 관광산업 통합 교육플랫폼 운영 및 활성화

국정과제

– 전략과제 : 관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성

온라인 상시 학습체계 구축을 통한 관광업계 종사자 역량강화 지원
- 산·관·학 협력을 통한 (예비)종사자의 주도적인 학습 환경 조성
- 양질의 관광교육 콘텐츠 대내외 확산으로 관광업계 인적 경쟁력 강화

추진배경 및 목적

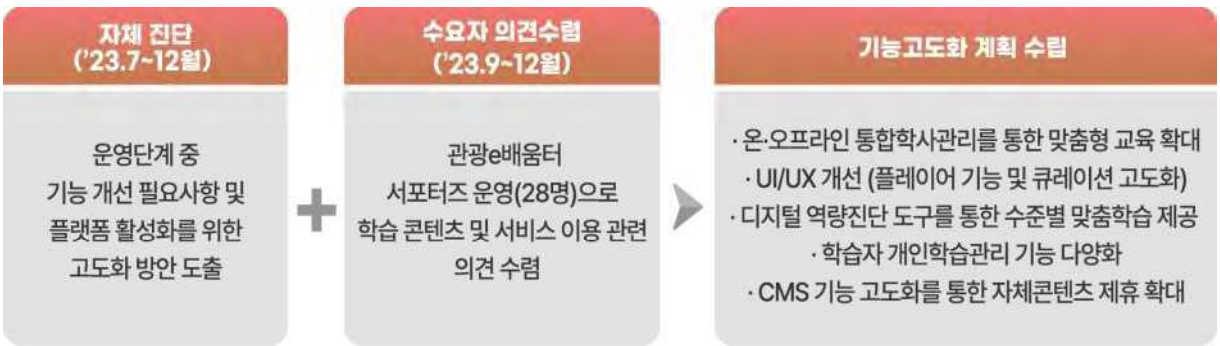
- **(종사자 전문역량 및 관광산업 경쟁력 강화)** 관광산업 종사자 및 예비종사자 대상 고품질 교육 콘텐츠 제공 및 상시 학습 기회 확대
- **(온·오프라인 교육 연계 서비스 상시 지원 체계 지원)** 관광 업계·유관기관·학교 등 주도적으로 운영 및 활용 가능한 온·오프라인 통합 교육플랫폼 활성화 도모

주요 개선사항

'24년 개선사항	– (플랫폼 기능고도화) 오프라인 교육 학사관리 지원을 위한 운영체계 고도화 – (콘텐츠 품질관리) 콘텐츠 갱신 및 폐기 등 주기적인 관리를 통한 품질 강화 – (플랫폼 활성화) 대내외 협업기관 대상 설명회 및 워크숍 등을 통한 플랫폼 이용활성화

사업내용

- **통합 교육 플랫폼 운영 및 고도화**
  - **(기능 고도화)** 온·오프라인 교육 연계 및 콘텐츠 관리 체계화를 위한 고도화



  - **(운영·유지보수)** 콘텐츠 탑재 및 품질관리, 학습자 학습지원, 시스템 운영관리 등

통합 교육 플랫폼 타깃 고객층 대상 맞춤형 콘텐츠 개발

- 타깃 고객 대상 수요조사 기반의 맞춤형 콘텐츠 개발 및 대내외 협업을 통한 콘텐츠 공급(약 250개 과정)

〈 관광산업 통합 교육플랫폼 콘텐츠 개발 계획 〉

주요 고객	교육 수요	콘텐츠 개발계획
안내/해설	실무에 적용가능한 직무역량 및 테마관광(한류, 궁, 청와대 등) 관련 콘텐츠	• (직무역량) 유형별 코스 기획, 고객 관리 등 • (외국어) AI기반 외국어 학습 앱 • (테마관광) 시나리오 기획 등
여행업	실무 적용 가능한 디지털 지식 및 활용 콘텐츠	• 소셜미디어, OTA활용 마케팅, 상품기획 등 디지털 지식 및 활용
학생/예비종사자	관광마케팅 트렌드 및 업계 사례	• (관광기업/벤처) 콘텐츠 개발, 상품 기획, 유통 마케팅 등 기업 실무 연계 교육과정

대내·외 협업을 통한 통합 교육 플랫폼 교육 수요 확대

- **(대내 사업부서 협업)** 쇼핑숙박팀 등 사업 부서 이해관계자 대상 온라인 교육 지원으로 공사 온라인 교육 창구 일원화
- **(대내 플랫폼 연계)** 산업포탈 학습 콘텐츠 목록 연계, 투어원패스(통합로그인) 연계로 고객 대상 원스톱 서비스 제공 및 고객관리 통합
- **(유관기관 교육 협력)** 각종 협회(통역안내사협회, 관광협회중앙회 등) 종사원 양성 및 보수교육 지원
- **(대학교 등 교육협력)** 관광학과 보유 대학 및 유관기관과의 협업을 통한 온라인 학습 지원

  * 관광학과 보유 대학 및 유관기관(경북도청 등) 학습지원

교육 플랫폼 홍보 마케팅 실시

목표	추진방향	추진내용
신규회원 발굴 및 유치	관광e배움터 브랜드 홍보 및 사이트 노출 확대	• 브랜드 홍보 및 사이트 인지를 위한 온라인 이벤트 실시 • 찾아가는 관광e배움터 설명회 및 오프라인 이벤트 실시 • 관광e배움터 앰배서더 운영을 통한 플랫폼 홍보 • 검색엔진 최적화를 통해 사이트 노출 및 자연 유입 확대 • CMS 기능 고도화를 통한 자체 콘텐츠 제휴 확대
기존회원 학습 참여 확대	실무형 콘텐츠 홍보 및 참여 혜택 제공	• 수강신청/수강후기 등 참여도 확대를 위한 온라인 이벤트 실시 • 관광e배움터와 신규 콘텐츠 홍보 카드뉴스 등 발송

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
플랫폼 운영	플랫폼 운영 및 유지보수											
콘텐츠 제작 및 확보	연간계획수립		콘텐츠 제작 및 공급									
플랫폼 홍보	연간계획수립		대내외 협업 및 홍보마케팅 추진									

주요사업

(2) 여행업계 디지털 역량 강화 교육

국정과제

– 전략과제 : 관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성

추진배경 및 목적

- **(배경)** 포스트코로나 및 4차 산업혁명 등 급변하는 환경으로 인한 업계 디지털 교육 수요 증대
- **(목적)** 여행업계의 디지털 전환을 위한 종사자 디지털 역량 개발 및 디지털 기술 활용도 제고

주요 개선사항

'24년 개선사항	– 관광업계 수요기반 교육과정 설계 및 온·오프라인 연계교육을 통한 학습효과 제고 – 학습자 대상 사전 디지털 역량 수준 진단 및 업종별, 대상별, 연차별 학습경로 제시 – 산·관·학 협력 예비종사자 및 창업자 대상 맞춤형 학습과정 운영

사업내용

- **(온라인)** 산·관·학 협력 청년 관광인재 양성 관련 온라인 상시교육체계 및 플립러닝(온라인 사전 학습) 교육 기반 마련
  - 개별 여행사의 교육 수요를 반영한 교육과정 추가 발굴 및 온라인 맞춤과정 구성·운영
  - 실질적 디지털 역량 함량 및 현업 활용을 위한 업종별, 대상별, 커리어별 학습경로 제시
  - 기존 과정 심화 및 현행화, 신규 디지털 및 공통 역량강화 과정 개발 및 홍보(관광e배움터 탑재)

- **(오프라인)** 기술발달 등으로 급변하는 여행 트렌드 변화 및 디지털전환 교육 수요 증대 대응을 위한 여행업계 등 관광 관련 관계자 대상 집체 교육 운영

① **여행업 DX 아카데미 실시**

- (추진방법) 국내·외 및 일반 여행업 종사자 대상 빅데이터를 활용한 여행 트렌드 분석, DX 활용도 제고 등 One-day 과정 및 주제별 연간 교육 실시
- (교육주제) DX 흐름의 이해 및 인공지능(AI), 빅데이터 최신 트렌드 등 여행업 디지털 역량이 강화될 수 있는 주제
- (교육방법) 오프라인 집합교육 및 온라인 선행학습 후 그룹 단위 문제 해결형 교육(플립러닝 방식)

② **지역관광기업지원센터 연계 DX 워크숍 운영**

- (추진방법) 지역관광기업지원센터 내 입주·협력기업 실무자 및 예비 창업자 대상 SNS 플랫폼 마케팅 및 여행 콘텐츠 제작, 데이터 활용 등 1~2일 과정 구성, 사전 수요조사를 통한 주제선정
- (교육주제) 지역 센터·참가기업의 수준 및 교육내용 등 사전수요조사를 통한 주제 선정, DX 이론 및 활용 워크숍 진행
- (교육방법) 온라인 선행학습 후 오프라인 집합교육(플립러닝 방식)

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
온라인 교육콘텐츠 제작			콘텐츠 제작									
온라인 맞춤과정 운영									맞춤과정 운영			
오프라인 교육			여행업 CEO 및 지역관광기업지원센터 협업 교육									

(3) 미래형(관광-ICT 융합형) 관광인재 육성

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성

추진배경 및 목적

- 4차 산업혁명 시대 새로운 환경을 선도 가능한 관광-ICT 융합형 미래형 관광인재* 양성

* (미래형 관광인재) 관광에 대한 이해를 바탕으로 ICT 문해력 및 산업 변화 주도역량을 갖춘 문제해결 지향적 인재

- 관광 분야 시장 변화 및 관광기업 필요 역량 이해를 기반으로 현업 성과를 창출할 수 있는 현장형·실무형 관광인재 육성

주요 개선사항

'24년 개선사항	- (관광기업 연계 실무교육) 연내 채용계획을 보유한 관광기업 선제적 확보 및 맞춤형 교육과정 운영, 교육생 대상 채용 연계 지원 - (현직자 교육) 관광기업체 대상 맞춤형 교육을 통해 조직차원의 역량 강화 지원 - (지역 맞춤형 교육) 지역관광기업지원센터 협업 지역현안 문제해결형 교육과정 운영

사업내용

① 예비 종사자 및 신규 인력 대상 현장 맞춤형 관광기업 실무 교육 운영

- **(재학생)** 관광업계 업종별 현장 요구역량 이해 및 제고를 위한 현직자 강의 및 실습
  - (교육대상) 관광 유관 학과 보유 대학 등 관광 분야 인재양성 커리큘럼 보유 대학 재학생 등

    * 관동대, 경기대, 동서대, 건국대, 경희대, 계명대 등 기존 협력대학 12개교
  - (추진방법) 각 대학 개설학과 및 재학생 관심 분야 반영 특화 산·관·학 교육과정 운영
- **(구직자)** 채용 계획 보유 관광기업 수요 기반 관광업계 신규인력 필요 역량 강화 교육 운영 및 채용 연계
  - (교육대상) 관광업계 취업의사 보유 예비 종사자(관광 전공 졸업 예정자 및 관광 일자리센터 이력서 제출자 등)
  - (추진절차)

기업 수요 조사	→	교육 기획/운영	→	취업 컨설팅	→	취업 연계	→	업무 적응 지원 및 모니터링
관광기업 채용계획 및 신규인력 필요역량 조사		관광기업 수요 기반 커리큘럼 기획 및 교육 운영		이력서 코칭 등 취업 컨설팅		교육 수료자 대상 관광기업 채용계획 안내		채용자 대상 업무 적응교육, 교육/채용 사후 활용도조사 실시 등

② 현직 종사자 대상 업무성과 제고 아카데미 운영

- (추진방향) 관광기업체별 인재 양성 전략에 부합하는 교육 운영 및 조직 차원 교육 현업 활용 지원을 위한 기업 단위 교육 접수 및 운영
- (추진절차) 교육 대상 기업 모집/선발 → 기업별 재직자 교육 수요조사 → 기업 맞춤형 온/오프라인 교육 실시 → 교육 업무 적용 지원 멘토링/워크숍 → 교육 현업 활용도 측정, 활용 사례 발굴/포상/확산
- (교육과정) 업종별/직급별 산업 및 기술 변화 대응 직무역량 강화 과정

구 분	교육내용(안)
실무층 인재과정	디지털관광마케팅, 플랫폼 활용 관광상품 유통/판매 실무 등
중핵층 인재과정	빅데이터 활용 시장 및 고객 분석, 관광트렌드 활용 상품 기획 등
K-관광리더 과정	신기술, 신직무 등 산업 및 기술변화 대응 조직 운영역량 강화

③ 지역 특화 문제해결형 교육 운영

- (교육대상) 지역 내 관광업계 현직 종사자 및 예비 종사자 등
- (추진방법) 지역관광기업지원센터* 교육과정 연계 심화 과정 등 기획·운영
  * 인천, 부산, 경남·창원, 대전·세종, 광주, 경북·경주, 광주, 전북·전주, 울산
- (추진절차) 지역관광기업지원센터 협업 지역별 관광현안 도출 및 문제해결형 교육과정 기획 → 교육 과정 공동 모집·운영 → 교육 사후 멘토링 → 지역 관광 현안 해결프로젝트 성과 도출 및 전파

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
미래형 관광인재 육성	교육계획 수립 및 과정개발											
				미래형 관광인재 육성 교육운영								

일반사업

사업명	주요 사업내용
관광통역안내사 특화 관광 전문 교육 및 운영	• 관광통역안내사 대상 특화 관광시장 및 상품 관련 교육, 네트워킹 프로그램 운영
문화관광해설사 교육 및 관리	• 문화관광해설사 통합관리시스템/예약시스템 운영 및 활성화 • 문화관광해설사 교육 콘텐츠 제작 및 전파
관광고교 교사 및 학생 대상 교육	• 전국 관광 특성화고교 대상 취업역량 강화 교육 실시 • 채용수요가 있는 기업 대상 수요자 니즈 맞춤형 기업 탐방 및 현직자 멘토링
자격증 발급 및 시스템 운영	• 관광종사원(관통사·호텔경영사·호텔관리사) 자격증 발급 및 민원 응대

Imagine your Korea

2024년 관광콘텐츠전략본부

사업계획

2024년
관광콘텐츠전략본부 사업계획

Ⅰ. 관광콘텐츠전략본부 사업체계 ····· 257
Ⅱ. 2024년 관광콘텐츠전략본부 사업계획 ····· 258
1. 관광콘텐츠전략본부 핵심사업 ····· 258
2. 관광콘텐츠실 ····· 259
2.1 관광콘텐츠전략팀 ····· 259
2.2 한류콘텐츠팀 ····· 263
2.3. 브랜드콘텐츠팀 ····· 266
3. 관광데이터실 ····· 270
3.1 관광데이터전략팀 ····· 270
3.2 관광데이터서비스팀 ····· 275
3.3 관광컨설팅팀 ····· 279
4. 디지털협력실 ····· 283
4.1 디지털협력팀 ····· 284
4.2 디지털콘텐츠팀 ····· 286

Ⅰ. 관광콘텐츠전략본부 사업체계

미래상

여행으로 국민을 행복하게 하고, 관광으로 국부를 증진하는 공공기관

민간이 주도하고
지역이 발전하는
관광산업 성장을 지원합니다.

다양한 관광 매력으로
새로운 여행경험을 제공합니다.

전략방향

지속가능경영으로
국민의 신뢰를 제고합니다.

전략과제

한국관광 대표 콘텐츠 육성	지역관광 균형 발전 촉진	관광 생태계 ESG 실천
여행객 맞춤형 마케팅 강화	관광업계 역량 강화 및 미래 인재 양성	내부통제 강화를 통한 윤리청렴 조직 구현
관광 부가가치 및 브랜드 제고	**관광 종합 플랫폼 기반 데이터 개방 및 협업 확대**	효율성 중심 경영체계 구축
디지털 기반 관광서비스 확산		

본부목표

데이터&디지털 활용 K-관광콘텐츠 발굴·육성으로 국내외 수요 창출
('24년 한류관련 대형이벤트 활용 외래관광객 유치 16,800명,
디지털 관광콘텐츠 개방 300만 건 목표)

K-관광콘텐츠 다양화
및 확산

전략방향

데이터 기반
관광경쟁력 강화

디지털 관광생태계 협업
및 콘텐츠 공유 강화

전략과제

이종산업 융합형 K-관광콘텐츠 발굴·육성으로 관광수요 창출	데이터 성숙도 수준에 따른 데이터 밀착지원을 통한 기업 혁신성장 견인	한국관광산업포털을 통한 관광기업 디지털전환 및 협업 활성화
한류 콘텐츠 활용 방한 수요 전환 및 한류팬덤 확장	잠재방한객 특성 분석 강화를 통한 2천만 인바운드 유치 기여	한국관광콘텐츠랩을 통한 양질의 K-콘텐츠 공급 및 개방 확대
브랜드 커뮤니케이션 강화를 통한 외래객 2천만 달성 기여	데이터 활용 지역관광개발 맞춤형 혁신 지원	공사 조직경영부문 DX 인프라 재구축으로 효율과 안전의 혁신

Ⅱ. 2024년 관광콘텐츠전략본부 사업계획

1 관광콘텐츠전략본부 핵심사업

	사업명	주요 사업내용	담당부서
1	이종산업 융합형 K-관광콘텐츠 발굴·육성으로 관광수요 창출	• K-관광콘텐츠 발굴 및 육성 전략수립 • 이종산업 융복합 관광콘텐츠 발굴 • 지역특화 관광콘텐츠 발굴	관광콘텐츠 전략팀
2	한류 콘텐츠 활용 방한 수요 전환 및 한류팬덤 확장	• 해외 한류 확산 거점지역 중심 K-POP 콘서트 개최 지원 • 한류 특별 민간 제휴 프로모션 도입	한류 콘텐츠팀
3	브랜드 커뮤니케이션 강화를 통한 외래객 2천만 달성 기여	• 국내외 셀럽 적극 활용 강력한 방한 메시지 광고제작 • 쇼폼 및 정보제공 콘텐츠 확대 • 온오프라인 전방위 매체집행	브랜드 콘텐츠팀
4	데이터 성숙도 수준에 따른 데이터 밀착지원을 통한 기업 혁신성장 견인	• 기업 데이터 성숙도 수준별 맞춤형 데이터 활용지원 (데이터 환경구축, 그로스해킹 기반 데이터 컨설팅 등) • 기업별 1:1 밀착 컨설팅을 통한 데이터 활용역량 내재화	관광데이터 전략팀
5	잠재방한객 특성 분석 강화를 통한 2천만 인바운드 유치 기여	• 주요 방한국(25개국)의 향후 해외여행 수요와 여행행태 파악 등 문항 고도화 • 주요국 방한수요 선행 데이터 확보를 통한 인바운드 마케팅 지원	관광데이터 서비스팀
6	데이터 활용 지역관광개발 맞춤형 혁신 지원	• 빅데이터 활용 지역관광 여건 분석 및 관련 전문가 자문 • 민관 협업 시스템 구축 및 시범사업 발굴 • 성과창출 프로세스 및 사례 전파	관광 컨설팅팀
7	한국관광산업포털을 통한 관광기업 디지털전환 및 협업 활성화	• '투어라즈' - 관광 생태계 협업 성장을 위한 B2B 플랫폼으로 혁신 - 관광업계 일잘러를 위한 협업 지향 맞춤형 플랫폼으로 자리매김	디지털 협력팀
8	한국관광콘텐츠랩을 통한 양질의 K-콘텐츠 공급 및 개방 확대	• 민관협업을 통한 콘텐츠 생산 및 품질관리를 통한 고품질 디지털 관광 콘텐츠 확충 • 콘텐츠 대외개방 및 활성화를 통한민간 부가가치 창출 지원	디지털 콘텐츠팀

2 관광콘텐츠실 사업계획

추진방향

- 스토리텔링 관광 콘텐츠 발굴·전파·활용 체계 구축
- 이종 융합형 K-관광콘텐츠 발굴·육성으로 관광 수요 창출
- 한류 콘텐츠 활용 방한 수요 전환 및 한류팬덤 확장
- 브랜드 커뮤니케이션 강화를 통한 외래객 유치 증대

2.1 관광콘텐츠전략팀 사업계획

핵심사업

(1) 이종산업 융합형 K-관광콘텐츠 발굴·육성으로 관광수요 창출

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성

다양하고 매력적인 K-관광콘텐츠로 국내외 관광수요 창출

- 유관기관 협업 기반 이종산업 융합형 K-관광 확대
- 지역관광 거버넌스 활용 로컬관광 매력 발굴로 지역균형 발전 도모

추진배경 및 목적

- '24년 외래객 2천만명, 국민 국내여행지출액 40조원 목표 달성을 위해 특색있는 관광콘텐츠로 국내외 관광수요 창출 필요
- 전사적인 관광콘텐츠 발굴 및 육성 체계를 마련하여 빠르게 변화하는 관광시장을 유기적으로 대응 필요

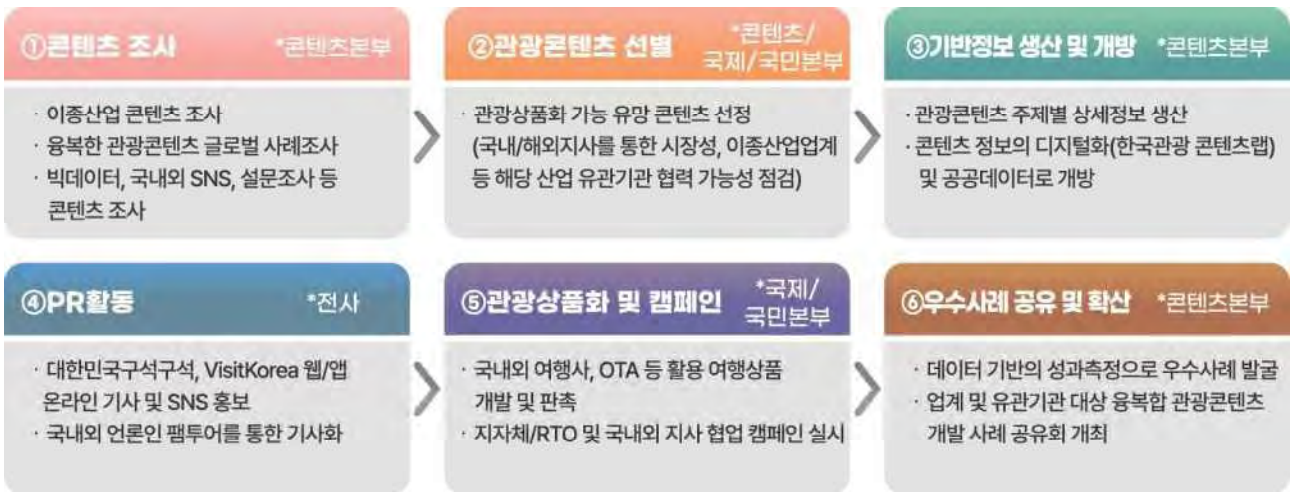
주요 개선사항

'24년 개선사항	– 신규 관광콘텐츠 발굴 관련 시의성 있는 대응 한계로 관광콘텐츠 발굴·육성 전략 수립 및 협의체 운영을 통한 대응방안 마련 – 다양한 산업과의 협업을 통한 이종산업 융복합 콘텐츠 발굴 및 스토리텔링 기반 관광콘텐츠 발굴로 관광산업의 외연 확장 – 여행자의 경험을 극대화 하는 지역특화 관광콘텐츠 개발을 통한 지역관광 활성화로 지역균형 발전 지원

사업내용

- (기반조성) 협업 기반 K-관광콘텐츠 발굴 및 육성 전략수립(콘텐츠 발굴을 위한 대내외 협업체계 구축, 데이터 기반 콘텐츠 조사 및 사업성과 측정 방안 마련, 디지털 관광콘텐츠 생산 및 개방 체계 구축 등)

- (이종산업 융복합 관광콘텐츠 발굴) 유관 공공기관, 업계 등 공동 관광콘텐츠 발굴 및 관광객 유치 시범사업 실시, 우수사례 발굴



- (지역특화 관광콘텐츠 발굴) 지역스토리텔링형 콘텐츠 발굴, 체류형 관광활성화를 위한 콘텐츠, 반려동물, 미식, 골목 등 테마별 지역콘텐츠 발굴·코스화를 위한 아이디어 공모전 추진 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
K-관광콘텐츠 발굴 및 육성 전략 수립												
이종산업 융복합 관광콘텐츠 발굴												
지역특화 관광콘텐츠 발굴												

주요사업

(2) 반려동물 동반여행 활성화 사업

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화

추진배경 및 목적

- 반려동물 양육인구 증가(양육가구 수 552만, 반려인 1,262만명(KB금융경영연구소/'23) 및 반려동물을 가족으로 여기는 '펫팸족(Pet+Family)' 증가에 따른 반려동물 동반여행 수요 상승
- 반려동물과 안전하고 편하게 여행할 수 있는 환경 조성과 동반 가능한 콘텐츠 개발로 여행 수요 대응 필요
- 반려동물 친화관광도시 조성 사업을 통한 지역 거점별 인프라 조성 및 지역 경제 활성화 기반 마련

주요 개선사항

'24년 개선사항	– 수요 대비 절대적으로 부족한 반려동물 동반여행 콘텐츠(숙소, 관광지, 상품 등) 발굴 – 인플루언서, 언론인 및 온라인 플랫폼(대구석, OTA 등) 활용 사업 홍보 및 인지도 제고 – 2년차 사업인 '반려동물 친화관광도시'의 대국민 인지도 제고 및 안정적 운영 지원

사업내용

- **반려동물 동반여행 문화 조성 및 인식 개선**
  * 반려동물 동반여행 실태 및 트렌드 점검을 위한 '2024 반려동물 동반여행 실태조사' 실시
  * 펫박람회, 여행박람회 활용 안전하고 편하게 여행할 수 있는 여행 예절(펫티켓) 홍보 및 비반려인 인식 개선
  * 반려동물 전문 관광벤처, 플랫폼, 유관기관 등 민·관협업 체계 구축 및 공동사업 추진

- **반려동물 동반여행 콘텐츠 발굴 및 홍보 마케팅 전개**
  * 반려동물 동반여행 신규 DB 및 콘텐츠(친화 관광지, 숙박, 체험 등) 발굴, 확산
  * 방송 프로그램, 인플루언서, 언론인 팸투어 활용 동반여행 콘텐츠 홍보 및 사업 인지도 제고
  * 온라인 플랫폼(대구석, OTA등) 연계 반려동물 동반여행 상품/프로그램 판촉 지원
  * 반려동물 동반여행 대표 브랜드 제작 및 홍보
- **2024 반려동물 친화관광도시 선정 및 사업 운영 지원**
  * '24년 반려동물 친화관광도시 공모 심사 및 선정(2개 선정)
  * '23년 반려동물 친화관광도시 기 선정지(울산, 태안) 사업 관리 및 지원
  * 지자체 인프라 및 특화 콘텐츠 기반 전문가 자문, 전략 수립 지원

추진일정

<table>
<tr><th rowspan="2">사업내용</th><th colspan="12">시기(월)</th></tr>
<tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th></tr>
<tr><td>반려동물 동반여행 활성화 기반 조성</td><td></td><td></td><td colspan="3">2024 반려동물 동반여행 실태조사</td><td colspan="7">민· 관 협업 공동사업 추진</td></tr>
<tr><td>반려동물 동반여행 홍보 마케팅</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>박람회 참가</td><td colspan="5">인플루언서/ 언론인 팸투어</td><td>박람회 참가/방송 프로그램 홍보</td></tr>
<tr><td>반려동물 동반여행 콘텐츠 발굴, 홍보</td><td colspan="12">콘텐츠(친화관광지, 숙소 등) 발굴 및 확산</td></tr>
<tr><td>상품/프로그램 판촉지원</td><td colspan="12">온라인 플랫폼, 전문여행사 등 연계 상품/프로그램 판촉 지원</td></tr>
<tr><td rowspan="2">반려동물 친화관광도시 공모 및 조성 지원</td><td colspan="12">'23년 기 선정도시 운영 지원(울산, 태안) 및 모니터링</td></tr>
<tr><td colspan="2">공모 접수 및 평가</td><td colspan="2">자문 및 계획수립 지원</td><td colspan="8">'24년 신규 선정도시 조성 지원(2개 도시)</td></tr>
</table>

2.2 한류콘텐츠팀 사업계획

핵심사업

(1) 해외 현지 팬덤 대상 방한 프로모션

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 한국관광 대표 콘텐츠 육성

"콘서트의 열기, 드라마의 감동, 여행의 기쁨"을 모두 함께!
- 해외 K-POP 공연 활용 한류팬을 실제 방한으로 전환마케팅
- 민간협업으로 다양한 한류콘텐츠와 특별한 혜택을 결합하여 제공

추진배경 및 목적

- 한류콘텐츠의 열풍에 힘입은 글로벌 잠재 방한수요와 실제 방한관광객 총량 사이 간극 존재, FIT 시장 타겟팅 및 한류 융합 콘텐츠 확대 및 홍보 강화 필요
- 기존 한류 콘텐츠(K-Pop/드라마 등)를 K-컬쳐* 콘텐츠 체험과 연계하여 지속가능 방한 콘텐츠로 확장, 외래객의 장기체류 상품 개발 및 소비 촉진
  * K-컬쳐(K-라이프스타일) 애니, 게임, 음식, 뷰티, 패션, 에듀, 쇼핑, 언어 등
  * 한국문화콘텐츠 '거의 매일' 이용자의 방한 시 희망 체류기간은 11.3일(전체 평균 9.2일)로 전년 대비 0.8일 증가(2022 잠재방한 여행객 조사)

주요 개선사항

'24년 개선사항	– **[해외팬덤 집결지 대상 집중 방한 프로모션]** 해외 현지 K-팝 콘서트 등 한류팬덤 집결지 대상 K콘텐츠 활용 업계 공동 방한 프로모션 추진 – **[다채로운 한류 콘텐츠 발굴]** K-POP 콘서트, 한류 IP 활용 플래그십 등 방한 유인 대형이벤트 발굴 및 홍보

사업내용

- **(해외 콘서트 개최 지원)** 해외 한류 확산 거점지역*을 중심으로 K-POP 콘서트 개최 지원(5개 내외)
- **(한류 특별 민간 제휴 프로모션 도입)**
  - **(K-콘텐츠 활용)** 한류 관련 기관·업계 등 협업을 통해 한류관심층 대상 K콘텐츠(드라마, 먹거리 등) 적극 활용 방한유도
  - **(민간 협력과 제휴 프로모션 도입)** 항공사, 카드사, 인기 유통업체, 지자체, 공공기관 등과 연계 콘서트 참석자 대상 방한 시 제공받을 수 있는 다양한 혜택을

제공하여 소비촉진 (사전·후 기획 프로모션을 실시하여 연중 프로모션 추진으로 콘서트 개최 효과 연중 발생

- **(체류형 콘텐츠 제공)** 댄스, 보컬, 뷰티 등 체험요소를 결합한 관광상품 판매 및 FIT 고객 대상 체험권, 할인쿠폰 등 제공 등을 통한 장기 체류 유인

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
해외 콘서트 연계 방한 프로모션 (연중)												

주요사업

(2) 공연관광 대표 축제 '웰컴대학로 페스티벌' 개최

협업

– 전략과제 : 1-1. 한국관광 대표 콘텐츠 육성

추진배경 및 목적

- 한국 공연문화 중심지 '대학로' 장소 마케팅 및 글로벌 관광 명소화를 통한 외국인 관광객 유치
- 다양한 공연 콘텐츠 경험을 통한 만족도 제고 및 공연관광 활성화

사업내용

- 공연관광 대표 축제 '2024 웰컴대학로 페스티벌' 개최(9~10월)
  - **(개막식)** 대학로 거리에서 펼쳐지는 퍼레이드 및 해외 초청팀 공연 실시
  - **(오프라인 공연관람)** 관광객 유치 가능한 공연 콘텐츠 홍보 및 공연 할인 바우처 제공
  - **(온라인 공연관람)** 온라인 채널(유튜브 등) 활용 공연 콘텐츠 무료 송출
  - **(야외거리 공연)** 뮤지컬·연극·넌버벌 등 다양한 장르 거리 공연 실시
- 축제 인지도 제고를 위한 광화문·대학로 일대 사전 홍보행사 실시(6, 8월)
- 공연관광 주요시장(중국·대만·홍콩·일본) 언론매체 대상 축제 연계 팸투어
- 축제 기간 해외 학교 수학여행단 초청행사 실시

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2024 웰컴대학로 페스티벌												

일반사업

사업명	주요 사업내용
국내 K-팝 콘서트 개최 및 관광 상품화 지원	• 공모 선정 콘서트 활용 방한상품화를 통한 외래객 유치 • 콘서트 본무대 및 부대행사 활용 한국관광 홍보
한류콘텐츠 발굴 및 방한관광 상품화	• 핵심타깃(FIT, 가족, 친구 등) 대상 맞춤형 한류콘텐츠 정보 제공으로 방한객 유치 강화 • 온오프라인 홍보채널 확대 및 다양한 매체(한류스타, 인플루언서 등)를 통한 한류 대표관광지 집중 홍보 • 디지털을 결합한 한류관광 체험프로그램 운영으로 방한객 만족도 제고
한류콘텐츠 IP확보 및 ICT 융합 한류 체험관광 콘텐츠 제공	• 글로벌 인기드라마 IP 및 초상권 확보를 통한 한류관광마케팅 기반조성 및 국내외 방문객 대상 다양한 한류체험의 기회 제공 • 신기술(ICT)과 한국의 문화를 융합한 관광콘텐츠 제공으로 한류관심도 확대제고 • 해외지사 현지 행사 연계 맞춤형 콘텐츠 및 홍보
공연관광 국내외 온·오프라인 홍보 마케팅 및 공연관광 상품화	• 공연관광 주요 시장 현지 박람회 연계 공연 쇼케이스 및 홍보부스 운영 • 국내외 대형이벤트(2024 파리 올림픽 등) 연계 공연관광 홍보 • 온라인 티켓 판매처(인터파크, YES24 등)·OTA 협업 국내 공연 인바운드 상품 개발 및 판매
공연관광 마켓 및 홍보 상담회 개최	• 웰컴대학로 및 해외 현지 박람회 연계 공연관광 상품화 위한 B2B 마켓 개최 • 공연업계 관계자 대상 인바운드 관광 관련 교육 실시

2.3 브랜드콘텐츠팀 사업계획

핵심사업

(1) 한국관광 해외광고 제작

국정과제 진흥계획 협업

– 전략과제 : 관광 부가가치 및 브랜드 제고

'NOW or NEVER' 브랜드 커뮤니케이션 전개로 2천만 달성 현실화
- '지금 이순간 가장 핫한 한국을 만나라'는 强한 메시지 전달 광고 제작
- 시장별 중점 테마 및 파급력 있는 셀럽 출연으로 직접 방한 효과 제고
- 여행상품·메가이벤트 연계 홍보로 방한관광 전선 확대 및 방한 수요 선점

추진배경 및 목적

- '24년 외래관광객 2천만명 달성 목표 설정*에 따른 직접 방한 홍보 강화 필요
  * '대한민국 관광수출 혁신 전략('23.12.8)' 발표에 따른 K-관광 해외 마케팅 강화 필요
- 국제관광 완전회복, 해외마케팅 경쟁 심화 속 방한 수요 선점 필요

주요 개선사항

'24년 개선사항	– '해외광고' 체계 일원화로 빠른 광고 제작 및 방한 프로모션에 조기 활용 – 주요 인바운드 시장별 선호 테마 맞춤형 광고 제작으로 방한 관심 제고

사업내용

- **(한국관광 해외광고)** 글로벌 인지도 보유 셀럽 활용 '글로벌 소구형' 광고 및 주요 시장·테마 활용 '테마 맞춤형' 광고 제작

슬로건	Feel the Rhythm of Korea
주요 방한 메시지	"24년 가장 핫한 곳, 지금이 아니면 안돼, 이건 한국에서만 가능해!" TREND SENSE(대세감) 대세를 따르는 동조심리 / NOWNESS(현재성) 지금만 가능한 여행 / NOVELTY(신기함) 트렌디하고 새로운 체험 콘텐츠
글로벌 소구형	K팝, 드라마, 스포츠 등 다양한 분야에서 글로벌 인지도 및 팬덤을 보유한 셀럽 집중 활용
테마 맞춤형 (예시)	(1) 테마 : 예술, 축제, 교육, 웰니스, MICE 등 (2) 권역 : 일본(미식), 중화권(뷰티), 아중동(한류,럭셔리), 구미주(액티비티, 에듀케이션) ※ 권역별로 소재를 차용하되, 특정 권역 외에도 송출 가능하도록 제작 ※ 수요자 눈높이 홍보 추진을 위한 테마에 적합한 현지 셀럽 섭외도 시도 (3) 지역 : 충청도, 경상도, 강원도, 전라도, 제주도 등 ※ 다양한 지역을 소개할 수 있도록 적극 노력 (4) 계절 : 봄, 여름, 가을, 겨울

- **(전방위 매체집행)** 시장별 주력 디지털* 및 전통매체(TVC, PAN 등), 현지 K브랜드 매장**, 메가이벤트*** 연계 랜드마크 옥외매체 광고 집행 확대

  * 유튜브, META, 틱톡, 중화권(IQIYI, BILIBILI, DOUYIN) 및 OTT, OTA 등

  ** CVS, Food 등 K-프랜차이즈 해외 온·오프라인 거점

  *** 파리올림픽(7-8월), 2024 KCON 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
해외광고 제작	대행사 선정 및 영상 기획				촬영 및 편집							
광고 공개 및 매체집행						광고 공개 및 매체집행						

주요사업

(2) K-브랜드 활용 한국관광 협업 광고

진흥계획 협업

– 전략과제 : 관광 부가가치 및 브랜드 제고

K-컬처 프리미엄 적극 활용으로 한국관광 홍보마케팅 시너지 UP

- 이종산업 + 관광산업 협업으로 차별화된 한국관광 홍보 전개
- 글로벌 메가이벤트 활용 기회로 한국관광 붐업 분위기 적극 조성

추진배경 및 목적

- K-컬처에 대한 세계적 인지도와 호감도 적극 활용 한국관광 수요 견인
- 오프라인 소비자의 자발적인 참여 및 소통이 온라인으로 확산되는 옴니 채널 마케팅 대두

사업내용

- **(K-브랜드 협업)** K-컬처 대표 소재인 K-푸드(치킨, 떡볶이 등) 연관 해외 진출 대표 K브랜드 협업 추진

〈 K-푸드(떡볶이, 치킨) 해외 진출 관련 참고자료 〉

- '제네시스 BBQ, 본촌, 교촌' 등 국내 치킨 기업의 해외 진출 2011년부터 본격화. 미국/캐나다(430여개), 동남아(210여 개) 등 **총 6개국 640여개 매장 운영** 및 떡볶이 기업 '두끼'의 경우, 2015년부터 진출, 동남아 120여 개 매장 운영 중이며, 북미지역과 동남아 지역 중심 지속 확장 중

구 분		미국	캐나다	베트남	대만	말레이시아	태국	합계(개)
치킨	BBQ	250	49	11	24	20	-	354
	본촌	125	-	12	-	-	103	240
	교촌	3	-	-	-	34	6	43
떡볶이	두끼 (걸작)	1	-	90	18	3	13	125
합 계(개)		379	49	113	42	57	122	762

- **(한국관광 해외광고 확산)** 한류 관심층 및 방한 수요층 대상 한국 관광 인지도 제고를 위한 **협업기업 홍보 매체*** 활용 한국 관광 해외 광고 및 이벤트 홍보
  * 디지털 사이니지, POS고객화면, 상품진열대 배너, 공식SNS 등
- **(소비자 대상 프로모션 전개)** 해외 진출 K-푸드 기업 지원 및 방한유도를 위한 경품 증정
- **(글로벌 메가이벤트 연계)** 2024 파리 하계 올림픽, 대형 한류 콘서트 등 **해외 주요 시장 메가 이벤트** 연계 소비자 대상 한국관광 해외광고 전파 및 방한 유도 프로모션 전개

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
K브랜드 활용 한국관광 협업 광고					해외 진출 K브랜드 협업 한국관광 광고 및 이벤트 추진							
글로벌 메가이벤트 연계 광고					KCON, 파리 하계 올림픽, 기타 대형이벤트 연계							

일반사업

사업명	주요 사업내용
SNS 콘텐츠 제작 및 채널 운영	• (추진목적) 글로벌 트렌드에 맞는 콘텐츠 제작을 통한 MZ세대 대상 소통 강화 • (주요내용) – (유튜브) 숏폼콘텐츠 확대, 인포테인먼트 콘텐츠제작, 정책 연계성 강화 – (인스타그램) 킹덤프렌즈 IP활용 스토리텔링 콘텐츠 제작, 릴스콘텐츠, ATL 연계 확장형 콘텐츠 제작 등
브랜드 커뮤니케이션 성과분석	• (추진목적) 마케팅 커뮤니케이션 활동 성과측정을 통한 커뮤니케이션 전략 수립 기반 마련 • (주요내용) – (시기) 10-12월 (대상) 주요 20개국 12,000여명 내외 – (조사내용) 관광목적지로서 한국이미지 경쟁력, 한국관광 마케팅커뮤니케이션 활동 평가, 해외소비자 행태분석 등
한국관광 콘텐츠 지원 등	• (추진목적) 홍보콘텐츠 활용도 제고를 위한 콘텐츠 제공 및 브랜드 자산 관리 등 • (주요내용) – (콘텐츠 지원) 내외부 대상 홍보 콘텐츠 제공 및 지원 – (기념품 제작) 킹덤프렌즈 IP활용 기념품 제작, 브랜드 저작권 관리 등

3 관광데이터실 사업계획

추진방향

- 초개인화 트렌드에 부합하는 세분화 데이터 수집·분석·개방 확대 및 주요 시즌별 테마 분석의 적시 제공을 통한 과학적 마케팅 지원
- 관광기업 성숙도 수준별 데이터 밀착지원을 통한 기업성장 견인 및 데이터 기반 개방형 혁신 촉진
- 해외 관광시장 및 잠재방한객 조사분석 강화를 통한 관광정책 및 인바운드 관광 마케팅 계획 수립 지원
- 데이터 활용 지역관광 현안진단, 분석 및 해결과제 도출을 통한 맞춤형 혁신 지원

3.1 관광데이터전략팀 사업계획

핵심사업

(1) 데이터 성숙도 수준에 따른 데이터 밀착지원을 통한 기업 혁신성장 견인

국정과제 진흥계획 협업 ESG

– 전략과제 : 관광 종합 플랫폼 기반 데이터 개방 및 협업 확대

맞춤 데이터 밀착 지원을 통해 기업의 성공 스토리 창출

- 데이터 주도 실험 및 문제해결을 통해 기업의 혁신 성장 견인
- 데이터 성숙도 수준별 맞춤형 데이터 지원으로 기업의 지속가능한 성장 동력 제공

추진배경 및 목적

- 최근 디지털 자원의 **민간이용 활성화**에 대한 정책강화, '한국관광 데이터랩' 오픈('21.2) 3개년으로 관광 빅데이터의 **민간 이용 활성화 중심**으로 사업방향 확장
- 관광기업의 **데이터 기반 성장견인**을 위한 **과학적 근거 바탕 문제해결 및 데이터 활용역량 내재화** 지원 등 디지털전환 지원 정책구조 혁신

주요 개선사항

'24년 개선사항	**[데이터 성숙도 수준별 맞춤형 데이터 밀착지원을 통한 기업성장 촉진]** - **(데이터 활용 역량 내재화)** 유의미한 데이터 축적·분석이 이루어질 수 있도록 기업의 **분석환경 개선**과 기업별 **전문 컨설팅 확대**를 통한 **데이터 활용역량 내재화** 지원 - **(실질적 성과 창출) 데이터 기반 마케팅 실험**을 빠르게 반복 실행하면서 **빠른 성장을 추구**하는 **'그로스해킹 기반 데이터 컨설팅'** 및 실행예산 지원을 통해 **가시적 성과 창출** - **(1:1 맞춤 지원)** 기업의 데이터 활용 수준·환경·니즈에 부합하는 **1:1 전담팀 배정을 통해 산업 현장에 실질적인 도움이 되는 밀착 지원 강화**

* 그로스해킹(Growth Hacking) : 마케팅 실험을 빠르게 반복 실행하면서 데이터에 기반한 효율적 성장을 추구하는 방법론

사업내용 : 기업 데이터 성숙도 수준에 따른 맞춤형 데이터 지원

- **(지원대상 및 규모)** 웹·앱 등 디지털 채널을 보유하고 있는 **관광분야 사업 영위 중소기업 25개사 내외**
- **(지원방식)** 기업별 전담팀 배정 및 1:1 밀착 맞춤 컨설팅을 통한 내재화 강화
- **(선발방법)** 공모 * 가명정보결합 등 공동연구 분석 사업 제외

데이터 성숙도 수준	1 초기	2 관리	3 선도
	데이터 관리, 조직, 인프라 수준 미흡	일부 사업 수준에서 데이터 관리 및 통합	전사 차원에서 일관성 있는 데이터관리 및 통합
지원 내용	**데이터 분석환경 및 KPI 대시보드 구축**	**그로스해킹(GrowthHacking) 기반 데이터 컨설팅**	**가명정보결합 등 공동 연구 분석**
	• 고객 이동경로 및 행동 분석을 위한 **유의미한 데이터 축적·분석환경, 주요 KPI 상시 모니터링 기반 구축** 등	• 데이터에 근거해 기업의 현안 해결 및 핵심목표 달성을 위한 실험과 가설 검증의 반복을 통해 **서비스의 고속성장 지원**	• 기업 고객 세부정보를 타 빅데이터와 **가명정보 결합하여 고객의 심층 특성 이해 및 비즈니스 인사이트 도출**
지원 규모	13개사 내외	10개사 내외	2개사 내외

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
관광기업 데이터 활용지원		전문 업체 선정	모집	선발	데이터 환경구축				성과 정리			
						그로스해킹 기반 데이터 마케팅						
			가명정보결합					가명정보결합				

주요사업

(2) 관광데이터 개방 확대 및 한국관광데이터랩 고도화

국정과제 진흥계획 협업 ESG

– 전략과제 : 관광 종합 플랫폼 기반 데이터 개방 및 협업 확대

초개인화 관광마케팅을 위한 세분화 데이터 수집·분석·개방 확대

- 데이터 수집 확대 및 품질개선 ⇒ 민간에 관광 트렌드 인사이트 제공
- 데이터랩 기능 개선 고도화 ⇒ 사용자 편의성 및 활용성 확대

추진배경 및 목적

- 관광분야 민간 및 공공의 빅데이터 활용 다양한 분석 및 활용 수요 대응을 위한 양질의 데이터 확보, 주제별 시각화 서비스 개선
- 데이터 품질 개선 및 활용 강화, 상시 서비스 고도화 및 안정적 운영

사업내용

- **(데이터 수집)** 이동통신, 신용카드, 내비게이션, 신용정보사, 국내외 소셜미디어 데이터 등 관광관련 민간데이터, 각종 공공데이터 수집
  * △신용카드 상세분류 기준 데이터 개방 확대, △구글/네이버 검색데이터, OTA 예약데이터 등 민간데이터 추가 확보
- **(데이터 품질개선)** 양질의 민간 데이터 확보, 데이터 품질 개선 및 활용 강화
  * △국가코드 및 국가명 매핑 마스터테이블 구축을 통한 데이터 품질 개선 △방한통계 연령대 기준 개선 시각화 개선(통계청 표준화 권고)
- **(한국관광데이터랩 고도화)** 빅데이터 활용 지역별·국가별·관광산업 분석 등 분석 시각화 서비스 개선 및 신설, UI/UX 개선 등
  * △이동통신/카드/내비 등 성·연령대별 분석 강화, △외국인 체류기간 및 환승객 분석 등 항공 데이터 시각화 강화 △농어촌·외국인도시 민박업 대시보드 확대 등 기존 분석 대시보드 개선
- **(시즌별 테마분석 신규추진)** 주요 시즌별 시의성 있는 심층 테마분석 적시제공으로 관광업계, 지자체 등 시즌별 이슈에 대한 선제적 대응방안 및 마케팅 인사이트 제공 (연 5회)
  * 예시) [봄꽃시즌(3월)] 소비자 행동패턴, 지역별/세대별 인기명소, 벚꽃관련 인기 포토존 등 소셜 분석 제공 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
데이터 수집 및 한국관광데이터랩 운영	한국관광 데이터랩 운영(연중)											
						데이터 수집 및 시각화/고도화						
데이터 품질개선	국가코드 마스터 테이블 및 출입국 데이터 개선											
시즌별 테마분석	시즌별 테마분석 기획, 데이터 협업 및 확보, 분석, 홍보 및 확산											

(3) 데이터 협력 기반 데이터 이용 활성화

국정과제 진흥계획 협업 ESG

- 전략과제 : 관광 종합 플랫폼 기반 데이터 개방 및 협업 확대

열린 협업을 통한 데이터 가치 창출 확대

- 데이터 얼라이언스 정기적 협력 및 포럼 ⇒ 공동 지역문제 해결 모색
- 데이터·기술 융합 경진대회 개최 ⇒ 혁신적 관광서비스 창출 확산

추진배경 및 목적

- 지역의 관광데이터 이용 활성화를 위한 협력 네트워크 체계 공고화
- 민간의 관광데이터 활용 신규 아이디어 가능분야 발굴 및 기반 확대

사업내용

- **(데이터 얼라이언스)** 지역분과 및 전문분과 데이터 얼라이언스 중심 내실화 및 협업 확대 (연중)

구분	1 지역관광 데이터 분과	2 전문기관 데이터 분과
구성	▸ 전국 광역/기초 지자체 및 DMO → **지역CVB (컨벤션뷰로) 등 지역 관광산업 종사자 확대**	▸ 지방행정연구원, 국립공원공단, 한국항공협회, 한국공항공사 등 **전문기관**
추진 방법	▸ 분기별 정례 행사(전국) 및 타 지역 네트워킹 행사와 연계, '찾아가는 얼라이언스'(특정지역) 시범 추진	▸ 프로젝트별 워킹그룹 운영
추진 목적	▸ 지역 데이터 활용문화 확산, 지역 데이터 활용 및 융합분석을 위한 공동 지역현안문제 해결 등	▸ 타 기관·이종 산업과의 협업 및 공동연구를 통한 시장 인사이트 확장 및 데이터 다양성 확대
주요 활동	▸ 주요 연구 분석결과 논의, 데이터 활용사례 및 유의사항 교육, 데이터 품질 제고를 위한 공동 협업사업 추진 등	▸ 전문기관과 시의성 높은 연구 주제 발굴 및 공동연구, 전문가 자문회의 등

- **(지역 빅데이터 포럼)** 민·관 협력 빅데이터 분석·활용 지역관광 현황 분석을 통한 지역 인바운드 유치 활성화 방안 수립 지원 (3월)
- **(개방형 혁신)** 관광빅데이터와 새로운 아이디어 및 신기술의 융복합을 통해 **혁신적인 관광서비스 창출 및 데이터 활용문화 확산**을 위한 경진대회 추진 (5~9월)
  * 최신 이슈 반영 대회주제 설정, 타 기관 공동개최를 통한 시너지 제고, 우수사례 사후 지원 강화
- **(전문가 자문)** 데이터랩 운영 전략적 방향 설정을 위한 **전문가 자문회의 실시** (상시)

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
데이터 얼라이언스					간담회			간담회			간담회	
지역 빅데이터 포럼 개최	개최준비		개최*									
관광 빅데이터 활용 경진대회(해커톤)					개최 준비		개최					

* 1분기 데이터 얼라이언스는 “지역 빅데이터 포럼”과 연계하여 개최

일반사업

사업명	주요 사업내용
한국관광데이터랩 브랜드강화를 위한 홍보 활성화	• 한국관광데이터랩 우수 활용사례 공모전 개최 • 데이터랩 이용 확산 온라인 이벤트 • 데이터랩 최신 정보 요약 뉴스레터 서비스 • 데이터랩 서비스 이용자 만족도 조사

3.2 관광데이터서비스팀 사업계획

핵심사업

(1) 잠재 방한객 특성 분석 강화를 통한 2천만 인바운드 유치 기여

진흥계획 협업

- 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화, 디지털 기반 관광서비스 확산

데이터 기반 방한 시장 수요 현황 파악 및 잠재 고객 발굴

- 주요 방한국(25개국)의 향후 해외여행 수요와 여행행태 파악 등 문항 고도화
- 주요국 방한 수요 선행 데이터 확보를 통한 인바운드 마케팅 지원

추진배경 및 목적

- 한국 포함 아시아 주요 경쟁국에 대한 인지도, 선호도, 향후 3년 내(~2027) 방문의향 등 방한관광 관련 선행데이터에 대한 필요
- 주요 방한국 일반 외국인의 방한의향 특성분석 등 인바운드 마케팅 지원

주요 개선사항

'24년 개선사항	- 유관기관, 데이터랩 회원 등 조사문항에 대한 의견수렴 강화 - 주요 해외시장 마케팅 기초자료 선제적 지원 - 결과 데이터 기반 심층 분석리포트 제공(연 3건 이상)으로 실효성 증대

사업내용

- (조사지역) 25개 주요 방한국 및 해외지사 소재 도시
- (조사대상/규모) 해외 거주 만 15세 이상 일반외국인 및 방한의향자 각 18,400명
- (사업기간) 2024년 중 / (조사방법) 정량조사(온라인 설문조사)
- (조사내용) 전 생애 해외여행 경험, 향후 3년 내 해외여행 의향, 한국 포함 주요 아시아 경쟁국(14개국) 인지도, 선호도, 방문 의향, 방문 가능성이 가장 높은 아시아 여행 목적지, 한국 방문 시 희망 여행 행태 등

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
조사 설계, 설문 관련 대내외 의견 수렴, 수행 업체 선정 등												
조사 시스템 구축 및 조사 실시												
조사 데이터 검증 및 결과 발표												
심층 분석 리포트 작성 및 발간												

주요사업

(2) 해외 관광시장 조사분석 데이터 생산 및 활용

진흥계획 협업

– 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화, 디지털 기반 관광서비스 확산

추진배경 및 목적

- 글로벌 관광시장 변화에 선제적으로 대응하기 위한 방한 외래객 유치마케팅 추진 전략 및 세부 실행과제 수립 시 필요한 근거자료 마련 필요
- 공사 및 관광산업 종사자의 데이터 기반 인바운드 마케팅 지원 및 방한 관광시장의 지속성장 기반 마련

사업내용

- **(테마별 관광시장 조사)** 공사 마케팅 부서의 효과적인 사업 추진을 위한 외래관광객 대상 주요 국가별·테마별 심층 시장조사 수행(2~3건)

〈 2024년 테마조사 주제(안) 〉

- 일본 관광 시장 조사 : 젊은 남성 등 신규 잠재 방한 계층 분석
- 중국 관광 시장 조사 : 베이징, 상하이, 광저우 등 1선 도시 거주자를 중심
- 멕시코 관광 시장 조사 / 주한 외국인 관광 시장 조사 / 오버투어리즘 현황 및 대안
- 교육관광(edu-vacation) 시장 조사 / e스포츠 연계 방한 관광 시장조사
- 중동 국가의 의료관광 시장 현황 / 비건 음식 관광 트렌드
- OTA 데이터 연계 FIT 관광객 시장 분석 등

- **(국가별 방한관광시장 분석)**
  - 국가별 방한여행 현황 : 방한여행 종합현황(한국관광통계), 방한여행 의향(잠재 방한 여행객 조사), 방한여행 행태(외래관광객 조사) 데이터 시각화
  - 국가별 세계여행 현황 : 해외여행 현황(UNWTO), 해외여행 의향(잠재 방한여행객 조사) 데이터 시각화 및 관광시장 동향자료 제공
  - 국가개요 : 인구, 종교, 국교 수립일, 경제지표, 현지 공휴일 등 정보 수록
  - 종합분석 : 관광통계(한국관광통계, UNWTO), 관광실태조사(잠재 방한여행객 조사, 외래관광객 조사), KOTRA 경제 동향, 공사 해외지사 관광 동향 등을 활용하여 국가별 관광 동향 종합 분석자료 제공
- **(관광시장정보 수집 및 제공)** 관광업계 동향조사를 통한 대내외 관광시장정보 수집·제공
  - 인바운드 관광업계(인바운드 여행사 등) 간담회 개최(4회) 등
  - 주요내용 : 주요 시장별 (일본, 중국, 대만, 홍콩, 구미주) 분기별 시장 분석, 향후 전망, 최신 트렌드, 업계 애로사항 등 청취

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
테마별 해외 관광 시장조사		주제 선정 및 기획		테마별 시장조사 추진								
국가별 방한 관광시장 분석	연중											
인바운드 관광업계 간담회												

(3) 유관기관 협업 기반 관광통계 데이터 생산 및 제공

진흥계획 협업

– 전략과제 : 여행객 맞춤형 마케팅 강화, 디지털 기반 관광서비스 확산

추진배경 및 목적

- MICE 행사 참가실태 및 만족도 조사로 마케팅 전략수립 기초자료 생성
- MICE 행사 규모 및 관련 사업체 운영실태 등의 산업 규모 파악
- MICE 산업 규모, 참가자 소비액 기반 경제적 파급효과 산출
- 관광정책 및 마케팅 전략 수립을 위한 한국관광통계 생산 및 관리

사업내용

- **(MICE 참가자 조사)** MICE 행사 참가자 만족도, 관광/소비 실태 등 분석을 통한 MICE 행사 개최지역 관광 수용태세 개선 기반 마련
  * 국내 개최 회의 및 인센티브 행사 참가자 대상 조사
  * CVB/RTO 협업을 통해 지역별 맞춤 설문 실시 및 자료 제공
- **(MICE 산업통계 조사연구)** MICE 산업 규모 및 사업체 현황 파악을 통한 정책 및 사업계획 수립 기초자료 제공
  * 규모조사(MICE행사 개최건수 및 참가자수 등) / 사업체조사(MICE 부문 매출액, 종사자 현황 등)
  * MICE 산업의 경제적 파급효과 분석
  * 2024년 산업통계 국제회의 부문 통계청 통계 승인 획득 목표
- **(한국관광통계 생산)** 한국관광통계(국가승인통계) 작성 및 공표, 법무부 협업 환승 관광객 통계 등 데이터 확보, 국내외 다양한 관광통계 데이터 수집·적재 및 〈한국관광 데이터랩〉을 통한 공유, 통계 자료집* 발간 등
  *「데이터로 보는 한국관광」,「한국관광통계 연보」 등

추진일정

<table>
<tr><th rowspan="2">사업내용</th><th colspan="12">시기(월)</th></tr>
<tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th></tr>
<tr><td>2024 MICE 참가자조사</td><td></td><td></td><td colspan="8">조사설계 및 본조사</td><td colspan="2">보고서 작성</td></tr>
<tr><td>2023 MICE 산업통계 조사연구</td><td colspan="9">조사설계 및 본조사 통계 승인 신청</td><td colspan="3">보고서 작성</td></tr>
<tr><td>2024 MICE 산업통계 조사연구</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="3">모집단 구축</td></tr>
<tr><td>한국관광통계 작성 및 공표</td><td colspan="12">매월</td></tr>
<tr><td>통계 분석 및 예측</td><td colspan="12">매월</td></tr>
<tr><td>데이터로 보는 한국관광 발간</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="3">데이터 수집 및 책자 발간</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>한국관광통계 연보 발간</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="4">통계자료 정리 및 연보 발간</td><td></td><td></td></tr>
</table>

3.3 관광컨설팅팀 사업계획

핵심사업

(1) 2024 빅데이터와 함께하는 똑똑한 컨설팅

협업 ESG

– 전략과제 : 지역관광 균형 발전 촉진, 관광 생태계 ESG 실천

빅데이터 기반 지역관광개발사업 컨설팅 및 맞춤형 사업 발굴
- 맞춤형 종합 컨설팅을 통한 지역관광개발 사업방향 도출 및 실행력 강화
- 컨설팅 연계 관광벤처기업 사업제안 유도로 지자체 협력사업 발굴·지원

추진배경 및 목적

- 사업진단 및 분석, 신규 사업 제시 등으로 지역 간 역량 차이 해소 및 인구감소 지역의 지역관광 활성화로 관광인구 유치
  * 국가균형발전을 위한 관광자원개발사업이 지방으로 이양됨에 따라 지역별 맞춤형 관광사업 컨설팅 지원을 통해 지역 간 균형과 자율적 운영의 환경을 조성코자 함

주요 개선사항

'24년 개선사항	– 관광벤처기업 매칭·지원, KTO 연계사업 발굴·지원을 통해 실제 성과창출 및 주요 추진 사업으로 확대 ☞ 관광기업지원실 협업 필요 – 지자체 선정단계 평가기준강화 및 장·단기적 단계적 지원 방안체계 구축 – 인구감소지역 지자체 대상 관광중심 체류형 관광 확대를 위한 대응방안 제시 및 실행력 강화 위한 유관기관 협업 등 ☞ 국민관광본부 등 협업 필요

사업내용

- 데이터 기반 컨설팅 및 사업실행 지원을 희망하는 지자체 대상 공모 실시
  * 국내지사 공동 권역별 대상 설명회('24.2월) 및 투어라즈 활용 공모 진행('24.3월 예정)
  · 공모대상 및 선정규모 : 전국 기초 지자체 12개소 예정
- 빅&스몰데이터*를 활용한 종합적 진단과 분석으로 지역 관광개발 사업 제안 및 효율성 강화
  * 빅데이터 분석(관광빅데이터플랫폼 적재 데이터 및 공공·소셜·기업데이터 등), 설문조사 및 이해관계자 심층 인터뷰, 전문가 자문 등
- 컨설팅 연계 국내지사-지자체-관광벤처기업 협력사업 발굴 및 실행 지원
- 지역관광개발사업에 대한 컨설팅 모델구축 및 성과분석

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
사업준비		사업홍보 및 대상지 공모										'25년 대상지 공모
컨설팅			수행사 선정	지자체 수요조사, 현장답사, 여건분석		전문가 자문, 방문객 설문조사 및 지역주민 인터뷰 등		데이터 기반 사업 도출 및 실행				컨설팅 결과 및 사업 성과 공유
협력사업				지자체·벤처기업·유관부서 대상 설명회 실시	기 제안사업('20~'23년도) 기반 협력사업 매칭 및 대내외 기관 연계 실행사업 추진			협력사업 발굴 및 매칭실행				
성과분석						성과분석 체계 고도화				성과분석 및 적용('20~'24년도 사업 성과 분석)		

주요사업

(2) 관광 이슈 및 맞춤형 융합 분석

– 전략과제 : 디지털 기반 관광 서비스 확산

추진배경 및 목적

- 급변하는 관광환경에 선제적 대응 위한 이슈 발굴 및 데이터 기반 분석 필요성 증대
- 대내외 협업 강화 및 맞춤형 분석을 통한 해결방안 도출 및 컨설팅 실효성 제고

사업내용

- '한국관광데이터랩' 제공 분석 결과 업데이트 및 지속 개선
  - 데이터랩 서비스 내 제공(인구감소, 활성화 지수 등) 중인 분석내용 지속 개선
- 관광이슈 지속 발굴 및 적시성 높은 분석 정보 공유
  - 정기(분기 단위) 및 수시 관광이슈 발굴 및 활용 가능한 분석정보 공유
- 대내외 지원 시스템 강화
  - 수요자 대상 활용성 높은 분석주제 사전 도출 및 협업 강화

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
한국관광데이터랩 제공 분석 결과 지속 개선		사용자 피드백 및 전문가 협의				분석 결과 업데이트 및 맞춤형 시각화						
관광이슈 지속 발굴			관광이슈 수시 발굴시스템 구축 및 분기별 이슈 발굴·분석, 보고서 발간									
대내외 지원시스템 강화		관련 부서·기관 협의			주제 선정 및 협업을 통한 분석						활용결과 공유	

※ 분석과제 선정(안)

선정방법 및 추진방향

- 선정방법 : 대내외 설문조사, 전문가 인터뷰 등 수요조사를 통해 2024년 관광 빅데이터 기반 심층 연구 분석주제 및 관광컨설팅 지원 사업 선정
- 추진방향 : 선택과 집중을 통한 업무 추진의 효율성 증진 및 대내외 고객의 수요를 반영한 맞춤형 분석 시행

과제 선정(안) * 추후 조정될 수 있음.

- 관광생활권 분석
  - 관광생활권 개념 확립 및 여행자의 관광목적지 간 이동 및 방문패턴 분석
- 관광이벤트 및 관광 정책사업 효과 분석
  - 관광이벤트 등 정책사업에 대한 효과 분석으로 사업의 타당성 및 신뢰성 확보
    * 관광 이벤트 및 축제, 디지털 관광주민증 등
- 신규 관광 콘텐츠 발굴 및 관광 활성화 방안 연구
  - 신규 관광 이슈 및 시장분석을 통한 지역관광 특화 콘텐츠 발굴
  - 전략적 외래관광객 유치 및 국내관광 활성화를 위한 사업화 방안 도출
    * 산업관광, 워케이션, 공연관광 등
- 로컬여행 활성화를 위한 지역 프로파일링 분석
  - 지역별 여행 행태 패턴 분석(체류시간, 여행횟수, 지역 콘텐츠, 경험 요소 등)
  - 지역별 특성에 따른 관광생활인구(정기성, 체류성) 유입 방안
- 소셜데이터 기반 선호하는 여행 분석
  - 소셜데이터상 '한국여행 후기'로 살펴본 주제별 랭킹 분석
  - 소셜데이터상 언급되는 문화, 음식, 쇼핑 등 '한국 여행' 인식 분석

- 주요 관광지 혼잡도 측정방안 연구
  - 오버투어리즘 등 혼잡도로 야기되는 문제점에 대한 해결방안 제시
- 데이터기반 2024 강소형 잠재관광지 컨설팅
  - 종합분석을 통한 대상지별 타겟 설정 및 맞춤형 사업 방향성 제시
- 타 기관 등과의 협업 사업 발굴 및 공동 연구 추진

4 디지털협력실 사업계획

추진방향

- **(협 력)** 관광산업포털을 중심으로 공사 B2B 고객-서비스-데이터 협력을 통한 선순환 체계 마련
- **(연 계)** 관광산업-이종산업 간 네트워크 구성으로 대내외 디지털 관광서비스 활성화 및 융복합 관광 비즈니스 창출 촉진
- **(개 방)** 디지털 자원(데이터/서비스) 공유·활용을 위한 최고 수준의 품질관리 및 정보화 사업 전문 노하우 대내외 제공 확산
- **(조직DX)** 경영관리 디지털전환(DX) 환경 구축을 통한 사업관리 및 경영 효율성 제고

<관광산업 혁신 성장을 위한 공사 디지털전환 협력·지원 전략>

공사 디지털 전환(DX) 추진단계	DX 도입기(21~22)	DX 확산기(23년)	DX 고도화기(24년)	DX 정착기(25년~)
	DX 전략 수립	DX 수행 및 개선	DX 가치 창출	DX 혁신 실현
	DX 전략 수립 및 5대 플랫폼 구축	5대 플랫폼 기반 대내외 협업 추진	관광산업 DX 생태계 조성 및 융복합 가치창출	관광산업 DX 생태계 정착 및 선순환

채널	관광산업포털(Touraz)	한국관광콘텐츠랩·TourAPI	KTO 비즈데브옵스 (Business+Develop+Operation)
추진방향	**통합 B2B 서비스 제공** 관광산업 디지털전환 지원 및 협업, 신규 비즈니스 창출지원	**관광데이터 자원 개방** 관광콘텐츠 통합·공유를 통한 디지털자원 확산 및 업계 지원	**경영관리 DX 환경조성** 경영관리 디지털 전환을 통한 스마트워크 환경조성·확산
주요내용	• 관광산업 맞춤 지식 정보 서비스 제공 - 지자체, RTO, 연구기관 등 수집 최신 지식정보 제공 - 기타 지원 서비스 안내 • 정책 공모/공고 서비스 - 유관기관 정책 공모/공모 및 지원사업 정보 통합 안내 - 신청, 평가, 선정 결과 안내 원스톱 서비스 지원 • 워크스페이스 협업 시스템 운영 - 공모 사업 참여자 실시간 소통, 자료공유 등 협업 지원	• 신규 관광콘텐츠 데이터 다각화 - 공사, 지자체 및 유관기관 생산 콘텐츠 데이터 통합 - 신규 관광특화 콘텐츠 확대 • TourAPI 데이터 개방 확대 - 통합 데이터 품질관리 체계 수립 및 실행 - 대외 데이터 개방 서비스 운영 • 관광데이터 대외 활용 활성화 - 온·오프라인 홍보 및 데이터 활용 서비스 창출 대외 협력	• 디지털 업무 프로세스 개선 통한 업무 전문성, 편의 강화 - 정보보안 등 디지털 안전망 강화 - E-mail SaaS 클라우드 전환 - 통합 IT고객센터 개설 등 내부 지원 시스템 개선 • IT 신기술 도입 조직DX 혁신 - 그룹웨어 재구축 추진 - AI 기반 검색 서비스 구현 - (중장기) SMS. TMS 시스템 재구축, Back-office RPA 도입

4.1 디지털협력팀 사업계획

핵심사업

(1) 관광생태계 디지털협업플랫폼 한국관광산업포털 활용 강화

국정과제 진흥계획 협업

- 전략과제 : 관광 종합 플랫폼 기반 데이터 개방 및 협업 확대

'투어라즈' 관광 기업지원과 협업을 위한 B2B 플랫폼으로 자리매김

- 관광업계 '일잘러'들이 필요한 모든 자원과 정보를 한눈에, 한번에, 한곳에서 이용할 수 있는 협업 지향 맞춤형 B2B 플랫폼

추진배경 및 목적

- 관광업계의 복합적 요구에 맞춤형으로 서비스하는 데이터 기반의 디지털플랫폼 정부 구현
- 산업 내/이종산업간 협업 활성화 통한 관광산업 외연 확장 및 디지털 전환 선도

주요 개선사항

'24년 개선사항	- 관광산업 대표 B2B 플랫폼으로서 자리매김(회원 확대 및 서비스 활용도 및 인지도 제고) - 대내 서비스 연계 확대 및 공모/공고/워크스페이스 기능 외부기관 개방 - 협업 기능 고도화를 통한 커뮤니티 활성화 및 워킹 그룹 간 협업 융합 촉진

사업내용

- **(AI기반 언론브리핑)** 관광분야 언론 동향 실시간 브리핑 AI형 지식서비스 도입
  - 630여개 언론매체 기사를 분석, 실시간 관광 관련 주요 기사 목록 제공 서비스 도입('24.1월~)

    * 추출 주요키워드 : 관광, MICE, 투어, 웰니스, 축제, 여행사, 재단, 워케이션, 소멸 등
- **(플랫폼 개방)** 공고·공고 및 워크스페이스 기능 대외개방 및 확대
  - 관광업계 공공 서비스 제공 정부기관, 지자체, RTO 등 대상 투어라즈 주요 서비스 제공기관 확대
  - 맞춤형 공모 시스템 제공과 자유로운 워킹그룹 생성지원을 통한 업계 간 교류 활성화 지원

- **(인바운드 마케팅 지원)** 해외지사 마케팅 협업 및 성과증대 지원 서비스

구분	(기존) 해외마케팅 서비스		(확대) 신규 해외마케팅 서비스 추가
이용대상	지자체, RTO, 기관	❯	지자체, RTO, 기관, 기업, 개인
지원사항	박람회 참가, 설명회/로드쇼 지원 현지기관 면담 요청등		홍보콘텐츠 제공 및 대외협업

☞ 기존 유선/메일 등으로 이뤄지던 홍보콘텐츠 제공 및 협업 문의 관련 내역 및 실적 관리 가능

- **(오프라인 홍보 확대)** 찾아가는 설명회 및 대외행사 연계 고객 스킨십 강화
  - 지자체 대상 찾아가는 설명회 개최로 투어라즈 소개 및 활용법 안내, 회원 확대
  - 관광업계 및 B2B 대상 컨퍼런스, 설명회, 네트워킹 행사 연계 투어라즈 홍보 추진

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
한국관광산업포털 운영 및 활성화												
서비스 대외 개방 등 대외기관 연계 및 협력사업 발굴												

일반사업

사업명	주요 사업내용
전사 스마트워크 환경(가상 PC) 운영	• (추진목적) 원격근무, 재택근무 및 출장 등 물리적 환경 변화에 대응하여 사무실과 동일한 업무 수행이 가능한 업무환경 조성으로 업무 효율성 제고 • (주요내용) 원격 환경에서 전자결재/SMS/TMS 등 내부 업무용시스템과 한글/엑셀/파워포인트 등 문서작업 가능한 개인별 가상 PC 환경 제공
전사 정보화 사업 관리	• (추진목적) 전사 정보화사업 관리를 통한 시스템 중복, 기능중복 방지 및 현업 부서 업무수행 지원 • (주요내용) ① 정보화사업 사전협의 제도 운영 ② 정보화서비스(웹, 앱, SNS) 현황관리 ③ 정보화서비스 표기오류 점검 ④ 문화정보화 수준평가 대응

4.2 디지털콘텐츠팀 사업계획

핵심사업

(1) 한국관광콘텐츠랩을 통한 양질의 K-콘텐츠 공급 및 개방 확대

국정과제 협업

- 전략과제 : 관광 종합 플랫폼 기반 데이터 개방 및 협업 확대

민관협업 플랫폼 기반의 콘텐츠 생산-통합-개방을 통한 부가가치 창출

- 관광산업 대표 "디지털콘텐츠 플랫폼" 역할 수행을 통한 관광정보 서비스 경쟁력 제고에 기여

추진배경 및 목적

- 민관협업 기반 생산 콘텐츠를 자유롭게 활용할 수 있는 '오픈형 관광 콘텐츠 플랫폼' 운영을 통한 공공 콘텐츠의 활용성 강화
- 양질의 콘텐츠 개방을 통한 관광업계 디지털콘텐츠 비즈니스 지원 강화

* [업계수요] 관광기업에서 희망하는 공공데이터 : 방문객 집계 데이터(69%), 디지털콘텐츠 (57%), 설문조사 데이터(57%), 관광지 위치POI(52%) ['22. 6월.빅데이터플랫폼 3차 구축시 고객 수요조사 결과]

주요 개선사항

'24년 개선사항	- (서비스 기능 고도화) 콘텐츠 수집, 정제, 품질관리, 활용데이터 수집 및 분석(Contents Analysis) 자동화 기능 구현 - (지능화 기반 구축) ▲신규 관광콘텐츠(정보) 생성, 갱신기능 개발 및 시범 운영, ▲다국어 자동번역 기능 적용 - (개방·활용 제고) ▲동종/이종간 오픈API 보유 공공기관 위주 콘텐츠 통합 시범 추진, ▲영세 관광기업 및 지자체, 관광기업(벤처) 등 개발자 부재 민·관 대상 컨설팅 통한 서비스 적용 테스트베드 지원

사업내용

- 한국관광콘텐츠랩 운영
  - (콘텐츠 확충) 지역, 한류, SNS 최적화 콘텐츠 등 특화 관광콘텐츠 자체생산 및 민·관 협업 통한 대내외수급 확대
  - (콘텐츠 관리) 콘텐츠 품질관리 및 정보 갱신 자동화로 관리체계 강화
  - (콘텐츠 개방) 전사 API 통합관리로 대외개방 콘텐츠 효율성 제고

- (디지털관광콘텐츠 분석기능 강화) API 통해 개방된 관광콘텐츠 활용 현황 자동 분석 및 결과 환류
  * 빅데이터-관광콘텐츠 활용정보(Contents Analysis) 연계 2차 데이터 생산 지원 등

한국관광콘텐츠랩 기능 고도화

구 분	주요내용
관리기능 고도화	• 관광콘텐츠 수집 및 대용량 등록 자동화 • 대내·외 신규 관광콘텐츠 이관, 등록, 검수 등 콘텐츠 관리기능 개선
활용편의 고도화	• 내부시스템(KTO RMS-콘텐츠랩-TourAPI) 간 연계기능 고도화 • 사용자 검색 개선 위한 검색어 기반 추천 알고리즘 개발 및 적용 • 관광콘텐츠 다국어 자동번역 기능 시범 도입
활용정보 수집분석	• API 연계 개방 콘텐츠 활용정보 자동 수집·분석 기능 개발, 시범적용

한국관광콘텐츠랩 홍보 마케팅

- 주요포털, 관광분야 유력매체 등과 제휴 통한 관광 콘텐츠 제공
  * (23년) 네이버 축제정보, 다음 백과사전 등 주요포털 내 국문 관광정보 연동 제공
- 관광업계(관광기업, 여행사, 벤처 등) 대상 개발자센터 통한 관광콘텐츠 제공
- 관광분야 개인창업자, 관광전공 대학생 등 한국관광 콘텐츠랩 활용 시범사례 발굴
- 한국관광콘텐츠랩 설명회, 온라인 광고 등 온·오프라인 홍보로 플랫폼 활성화

추진일정

<table>
<tr><th rowspan="2">사업내용</th><th colspan="12">시기(월)</th></tr>
<tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th></tr>
<tr><td rowspan="2">콘텐츠랩 운영
(수집/개방/통합관리/분석)</td><td colspan="2">운영기획</td><td colspan="4">대내·외 콘텐츠 수집</td><td>점검</td><td colspan="5">대내·외 콘텐츠 수집</td></tr>
<tr><td colspan="12">△콘텐츠 현행화 △대외개방 △콘텐츠 활용정보 분석(상시)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">콘텐츠랩 기능 고도화
및 유지보수</td><td colspan="3">업체 선정</td><td colspan="8">콘텐츠랩 서비스 기능 개선 및 고도화</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="12">콘텐츠랩 유지보수 및 인프라 관리</td></tr>
<tr><td rowspan="2">한국관광콘텐츠랩
활용·지원 홍보마케팅</td><td></td><td></td><td colspan="3">전략 고도화</td><td></td><td colspan="4">시범/활용사례 발굴</td><td>만족도조사</td></tr>
<tr><td colspan="2">홍보 기획</td><td colspan="10">콘텐츠랩 활용도 제고 위한 온·오프라인 홍보 추진</td></tr>
</table>

주요사업

(2) (TourAPI) 고품질 콘텐츠 개방을 통한 대국민 데이터이용권 확대

국정과제

- 전략과제 : 관광 종합플랫폼 기반 데이터 개방 및 협업 확대, 디지털 기반 관광서비스 확산

공공데이터 적극 개방을 통한 융복합 관광서비스 창출 확대

- 데이터 개방을 통해 신규 비즈니스 창출할 수 있는 데이터 생태계 구축
- 민관협업 기반 사업 활성화를 통한 개방데이터 민간 활용 촉진

추진배경 및 목적

- 공공데이터는 국정과제(11.디지털플랫폼정부 구현)과 데이터경제의 핵심자원으로, 네거티브 방식의 공공데이터 전면개방 요구 증가
  * '공공데이터 제공 및 이용활성화에 관한 법률' 개정('23.11.17)으로 데이터 생애주기(생산-개방-활용) 전반에 공공기관 책임 강조, 관련 정책 이행 필요
- 4차 산업혁명시대에 맞는 모바일·ICT기술을 접목한 관광서비스 요구 확대
- 시의성 및 수요자 니즈에 부합하는 데이터 개방을 통한 활용도 제고
  * 행안부 공공데이터포털에서 개방하는 오픈API 총11,147 중 공사 국문관광정보 API가 23년 누계이용실적 TOP20 선정(14위)에 등 공사 개방데이터 활용니즈 확인

주요 개선사항

'24년 개선사항	- (데이터 다양성 제고) 개방 가능 데이터 발굴 및 신규API 개발로 활용 데이터 확대 - (서비스 이용편의 개선) 모바일 최적화, 검색기능 개선 등 사용편의 중심의 UI/UX 개편 - (민관협업 확대) 공모전 선발분야 개선 및 대외협업 확대를 통한 데이터 활용도 제고

사업내용

- **(개방데이터 확충)** 고객수요 반영 및 대내부서 협업 통한 신규데이터 발굴 및 개방을 통한 대외 활용데이터 확대
  * 대내협업 : 공사 특화사업 관련 데이터 개방 (관광빅데이터 등)
  * API이용자 의견조사 결과 : (주요 개선의견) 다양한 정보제공, 고품질 이미지 개방 등
- **(TourAPI 서비스 운영)** 공사 주요사이트(대구석, VK, 고캠핑 등)의 최신정보를 API로 개방, 이용편의 개선, 활용지원 등 사이트 운영

- **(관광데이터 활용 공모전 개최)** 개방데이터 활용 신규·융복합 서비스 발굴
  * 공공 및 민간 협업파트너 지속 확대 ☞ 신용보증기금,서울창업성장센터 지속 협업, 카카오-카카오모빌리티(신규) 협업 논의 중
- **(TourAPI 홍보 및 활성화)** 온·오프라인 홍보를 통한 서비스 인지도 제고
  * 온라인광고 및 이벤트 실시, 대내외 행사·설명회·B2B 네트워킹 데이 등 연계 서비스 홍보

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
TourAPI 운영 및 유지보수												
관광데이터 활용 공모전 운영												
TourAPI 홍보 및 활성화												

(3) 한국관광 홍보간행물 제작·배포 및 디지털화 추진

– 전략과제 : 디지털 기반 관광서비스 확산

수요자 의견 반영 한국관광홍보물 제공으로 여행 편의 확대

"한국 현지인들이 방문하는 핫플레이스가 궁금해요"

"한국 지방 여행 관광지 정보도 더 많으면 좋겠어요"

- 한국관광가이드북, 한국골목여행 등 신규 콘텐츠 간행물 제작·서비스

추진배경 및 목적

- 한국관광 홍보, 방한관광객 유치 및 여행편의 제공 강화
  * 해외지사, 재외공관, 국내외 관광기업 대상 해외홍보간행물 활용 방한관광객 유치
- 해외홍보간행물 디지털화 추진으로 외래관광객 이용 저변 확대

주요 개선사항

'24년 개선사항	– 수요자 의견 적극 반영 홍보간행물 신규 제작 및 서비스 · 한국관광가이드북 : 지역별 관광 콘텐츠 확대 · GOLMOK(한국골목여행) : 지역별/테마별 골목 및 핫플레이스 소개 · 국내외 지속적인 수요 반영 '한국관광지도' 신규 제작

사업내용

- **(해외홍보간행물 국내외 배포)** 한국관광가이드북(24년판) 및 테마간행물 'GOLMOK(한국골목여행)' 등 신규 인쇄·배포
  * 해외지사, 재외공관, 여행사 및 관광안내소등 관광업계, 개별관광객 등 배포
  * 코리아플라자, 하이커 등 연계 국내외 관광객 대상 간행물 안내·홍보
- **(다국어 홍보간행물 제작)** 테마간행물·한국관광지도 기획
  * 한국관광트렌드 고려 테마간행물·한국관광지도 신규 제작 (영·일·중간·중번)
- **(디지털간행물 제작·홍보)** 신규 디지털북 제작 및 접근성 확대
  * 디지털간행물·e-book 신규 제작 및 사용자 접근성·편의성 제고
  * 해외지사 연계 SNS 이벤트 등 한국관광 디지털북 홍보

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
다국어 홍보간행물 제작												
디지털간행물 제작·홍보												
홍보간행물 국내외 배포												

(4) 고품질 관광사진 확충 및 온라인 대외개방서비스(사진갤러리) 운영

– 전략과제 : 디지털 기반 관광서비스 확산

사진갤러리 고품질 사진 100,000건 개방으로 한국관광 이미지 제고

- 공모전, 기자단, 기자 등 다채로운 시선의 사진콘텐츠 ⇒ 한국관광 홍보 지원
- 사진갤러리 모바일다운로드·검색강화·큐레이션 서비스 ⇒ 사용자 경험↑

추진배경 및 목적

- 한국관광 홍보활동 지원을 위한 고품질 사진콘텐츠 발굴 및 제작
- 한국관광사진콘텐츠 개방 및 활용 증대를 통한 한국관광이미지 제고

주요 개선사항

'24년 개선사항	– 한국관광 사진갤러리 개편 서비스 ▪ 사진갤러리 유형별·지역별·촬영자 등 검색 필터 확대로 콘텐츠 접근성 제고 ▪ 계절·테마·트렌드 고려 사진 큐레이션 서비스 제공으로 사용자 경험 향상 – 한국관광사진기자단 로컬 크리에이터로 선발 ▪ 지역기반 사진기자단 선발로 지역별 관광사진콘텐츠 제작 및 지역관광활성화 기여

사업내용

- **(대한민국 관광공모전 사진부문 개최)** 공모전 연계 고품질 한국관광사진 확보 및 수상작 전시 개최
  * 공모전 수상작 선정(대통령상 1점, 문화체육관광부 장관상 3점, 공사 사장상 96점)
  * 수상작 전시·홍보 및 사진갤러리 연계 대내외 개방으로 활용 증대
- **(한국관광사진 콘텐츠 확충)** 사진기자단·사진기자·전문스튜디오 등 다채로운 시선의 우수 사진콘텐츠 확보
  * 한국관광사진기자단 'FRAME KOREA' 운영을 통한 우수 사진 확보
  * 자체촬영 및 스튜디오 연계 기획촬영으로 계절·지역·트렌드 고려 사진·영상 콘텐츠 제작
- **(한국관광 사진갤러리 운영 및 활성화)** 한국관광사진콘텐츠 10만여장 국내외 무료 서비스 및 한국관광 매력도 증대
  * 한국관광사진갤러리(gallery.visitkorea.or.kr)연계 '사진·영상' 콘텐츠 활용 한국관광 매력 국내외관광객 대상 홍보
  * 국가이벤트·박람회·재외공관·여행사·출판 등 정부·업계·민간 대상 사진콘텐츠 활용 확대

추진일정

사업내용	시기(월)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
한국관광 공모전(사진) 개최												
한국관광 사진콘텐츠 확충												
사진갤러리 서비스												

일반사업

사업명	주요 사업내용
전사 공공저작물 관리(교육 및 자문)를 통한 공공개방 확대	• 공공저작물 관리 주관부서로서 전부서 대상, 공공누리 등 공공저작물 관리 정책 전파 및 교육시행 • 한국문화정보원 협업을 통한 공공저작물 저작권 컨설팅 • 공공저작물 개방 및 공공누리 관련 내부 가이드 자료 배포