

**2025년 기준  
서울관광 연차보고서**

2026. 4.

관 광 체 육 국

# I

## 관광 환경 변화와 동향

가. 서울 관광시장의 위상

나. 서울 방문 외래관광객 현황

다. 서울관광 실태조사

## 가. 서울 관광시장의 위상

### ▶ 글로벌 선도 관광도시로서의 독보적 위상 공고화



- 서울은 2025년 세계 100대 관광도시 중 10위(아시아 3위), UIA 국제회의 개최 도시 세계 3위를 달성하는 등 글로벌 관광·비즈니스의 핵심 허브로서 그 위상을 공고히 함
- 모리기념재단 도시경쟁력 세계 6위(2017년 이후 최고), 트립어드바이저 나홀로 여행하기 좋은 도시 세계 1위 등 다양한 국제 평가에서 최상위권 브랜드 가치를 유지

<표> 서울관광 위상 현황

평가기관	연도/순위	주요 내용
유로모니터	2025년 / 10위	세계 100대 관광도시 중 서울 10위, 아시아 3위 (전년 12위에서 2단계 상승)
트립어드바이저	2025년 / 1위	'나홀로 여행하기 좋은 도시' 세계 1위 (서울·카트만두·쿠스코·방콕·오사카 순)
모리기념재단(GPCI)	2024년 / 6위	도시경쟁력 세계 6위 런던·뉴욕·도쿄·파리·싱가포르 다음 (2017년 이후 최고)
국제협회연합(UIA)	2024년 / 3위	세계 3위 국제회의 개최도시(런던·도하·서울 순)
미국 트래지 어워드	2024년 수상	MZ세대에게 '가장 사랑받는 도시' 선정

\* 자료 : 유로모니터('25.12), 트립어드바이저('25), 모리기념재단('24.12), UIA('25.6)

## 나. 서울 방문 외래관광객 현황

- 2025년 서울 방문 외래 관광객은 1,485만명으로 역대 최다 기록 갱신
  - 2019년(1,390만명) 대비 6.8% 증가하는 등 팬데믹 이전 수준을 완전히 회복하며 성장 국면에 진입

<표> 방한 및 서울 방문 외래관광객 현황

구분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년
방한(만명)	1,750	252	97	320	1,103	1,637	1,894
서울(만명)	1,390	119	56	264	886	1,283	1,485
증감률(%)	14.0	-91.4	-52.9	+371.4	+235.6	+44.8	+15.7

\* 자료: 방한관광객 × 서울방문비율 적용 (79.4%('19), 80.3%('23), 78.4%('24~'26 잠정)) / 외래관광객조사(문체부)

- 중국·일본 중심의 전통 시장이 안정적으로 유지되는 가운데, 대만·미국·인도네시아 등의 시장의 성장세가 두드러지며 서울 방문 외래관광객 다변화
  - (시장 다변화) 대만(+48.2%), 미국(+39.8%), 인도네시아(+60.3%) 등 비중국권 시장의 고성장으로 시장 다변화 가속
  - (원거리 고부가 시장) 미주(+40.3%), 구주(+29.6%) 등 원거리 시장은 장기 체류 및 고지출 특성으로 질적 성장에 기여
  - (중국 회복 여력) 2025년 430만명으로 2019년(478만명) 대비 △10.1% 수준으로 완전 회복 시 40만명 이상의 추가 유입 기대

<표> 국적별 서울방문 외래관광객 현황 (2025년 기준)

(단위 : 만명)

순위	국 적	2025년	2024년	2019년	2019년 대비 증감율
전 체		1,485	1,283	1,390	+6.8%
1	중 국	430	361	478	△10.1%
2	일 본	286	253	260	+10.3%
3	대 만	148	116	100	+48.2%
4	미 국	116	103	83	+39.8%
—	기 타	505	450	469	+7.7%

\* 자료: 서울방문 = 방한관광객 × 서울방문비율(78.4%, 잠정) / 문체부

## 다. 서울관광 실태조사

### ▶ 조사개요 (2025년 기준)

<표> 서울관광 실태조사(외국인) 개요

조사 목적	• 서울을 방문하는 외래관광객을 대상으로 서울 관광 경험에 대한 다각적인 조사를 통해 정책 수립 및 관광객 유치를 위한 기초자료 제공	
조사방법	• 개별면접조사	
조사기관	• 서울관광재단 / 컨슈머인사이트	
표본 크기	• 6,067명 (총 5회 평균 1회 평균 1,200명)	
조사 기간	• 연간 총 5회 실시 (1차) 5월/ (2차) 6월/ (3차) 8월/ (4차) 10월/(5차) 12월	
주요내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 여행 준비 및 일정</li> <li>• 숙박시설 이용 실태</li> <li>• 교통 이용 실태</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 활동</li> <li>• 소비 실태</li> <li>• 평가(만족도, 재방문의향 등)</li> </ul>

### ▶ 주요결과

- 전반적으로 소비 확대, 체류 연장, 재방문 증가 등 질적 성장 뚜렷
  - 관광객의 소비, 체류기간, 재방문을 등 핵심 지표가 전반적으로 개선되며 양적 회복을 넘어 질적 성장 단계로 전환되는 양상
- (지출액) 1인당 관광 소비 확대 및 고부가가치 관광 구조 강화
  - 2025년 1인당 평균 지출액은 197만원(항공료 포함 282만원)으로 2019년 대비 61.5% 증가하며 높은 소비 수준 유지
  - 쇼핑 중심 구조에서 미식, 체험 등으로 소비가 다변화되며 관광 소비의 질적 고도화 진행
- (체류기간) 체류형 관광 확대에 따른 관광효과 증대
  - 평균 체류기간은 6.0일로 2019년 대비 0.9일 증가하며 장기 체류 경향이 강화
  - 체류기간 증가는 숙박, 음식, 체험 등 연계 소비 확대에 이어지며 경제적 파급효과 확대에 기여
- (재방문을) 서울 관광의 브랜드 경쟁력 및 만족도 반영
  - 재방문율은 53.6%로 2019년 대비 3.4%p 상승하며 역대 최고 수준 기록
  - 높은 재방문율은 관광 경험 만족도와 도시 매력도가 지속적으로 강화되고 있음을 시사

- (여행형태) 개별·맞춤형 관광 중심 구조 고착화
  - 개별여행 비중이 85.1%로 압도적 비중을 유지하며 FIT 중심 시장 구조가 정착
  - 에어텔 비중이 소폭 증가하며 자유여행 기반의 부분 패키지 수요 확대
- (주요 활동) 쇼핑·미식 중심 소비형 관광 지속
  - 쇼핑(83.1%), 음식·미식(81.7%), 고궁·역사유적지(45.2%) 순으로 나타남
  - 쇼핑과 미식 활동이 동시에 높은 비중을 차지하며 체험·소비형 관광 구조 강화
- (만족도) 전반적 관광 경험 만족도 지속 상승
  - 종합 만족도는 90.5점으로 2019년 대비 3.7점 상승하며 높은 수준 유지
  - 관광 콘텐츠, 서비스, 편의성 전반에 대한 긍정적 평가가 확대되는 추세

<표> 서울관광 실태조사(외국인) 주요 결과

구분		2019년	2023년	2024년	2025년
평균 지출액 (항공료포함)		122만원 (198만원)	198만원 (284만원)	169만원 (253만원)	197만원 (282만원)
평균 체류기간		5.11일 (한국 6.17일)	6.05일 (한국 7.8일)	5.4일 (한국6.3일)	6.0일 (한국 6.5일)
재방문율		50.2%	43.0%	45.8%	53.6%
여행형태	개별	83.5%	99.3%	85.4%	85.1%
	단체	8.8%	0.1%	8.2%	6.5%
	에어텔	7.7%	0.7%	6.4%	8.5%
주요 활동		쇼핑(77.4%), 식도락(64.1%), 고궁·역사유적지 방문(34.2%)	식도락(97.4%) 쇼핑(96.3%), 고궁·역사유적지 방문(58.4%)	쇼핑(71.3%) 음식(미식)(61.2%), 고궁·역사유적지 방문(56.1%)	쇼핑(83.1%) 음식(미식)(81.7%), 고궁·역사유적지 방문(45.2%)
만족도		86.8점/100점	90.6점/100점	82.8점/100점	90.5점/100점
표본수		6,000명	1,600명	3,000명	6,067명

\* 자료 : 각년도 서울시 외래관광객조사(서울관광재단)

\* '20~'22년 서울시 외래관광객 조사는 코로나19로 표본수(100~200명) 부족으로 미활용

## 인포그래픽

### 외국인 관광객 주요 지표 분석

- 대상** 서울을 방문한 15세 이상 외국인 관광객
- 조사방법** 구조화된 설문지를 이용한 1:1 대면면접
- 조사기간** 2025년 5월 / 6월 / 8월 / 10월 / 12월 (연간 총 5회 실시)
- 표본수** 6,067표본



#### 시계열 조사 결과

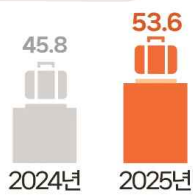
##### 서울여행(방문) 주목적



##### 서울방문 고려요인



##### 서울 재방문율



##### 총 지출금액



##### 서울 체류 기간



##### 서울여행 만족도



### 서울 여행 결정 시점

[단위: %]



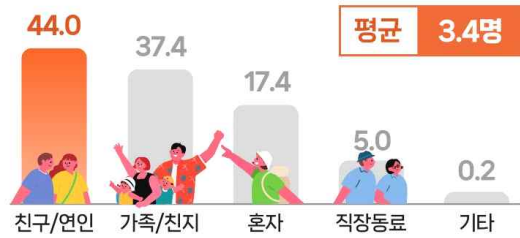
### 이상적인 (필요한) 체류기간

[단위: %]



### 동행인 및 동행인원 수

[단위: %, 복수응답]



### 서울 관광 시 방문장소 상위 10개

[단위: %]



### 서울 여행 지출금액

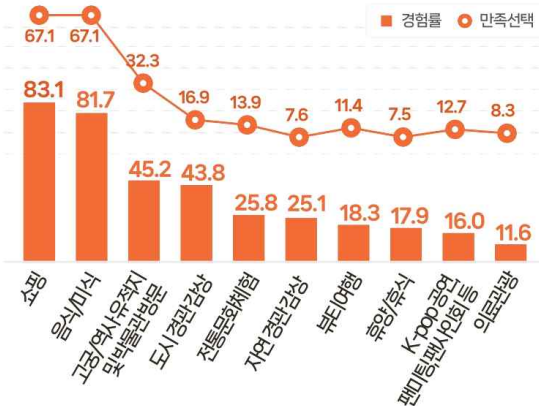
[단위: 만원]



※ 항공료/선박료 및 개별 숙박비는 개별여행객만, 거주국 여행사 지불 경비는 단체여행객만 응답한 항목으로, 항목별 평균을 산출하는 표본수가 달라 항목별 평균값의 단순 합은 전체 평균 지출액과 일치하지 않음.

### 경험한 활동 + 만족 활동 (1+2+3순위)

[단위: %]



### 전반적 평가 및 의견

[단위: %]



## Ⅱ

# 2025년 주요 사업 실적

가. 관광객이 즐길거리 가득한 편시터  
서울

나. 고부가가치 특화관광 육성

## 가. 관광객이 즐길거리 가득한 편시티 서울

### 1. 사계절 이어지는 글로벌 축제 개최

#### 1) [봄] 서울스프링페스타 2025 개최

##### ➡ 사업개요

- 기간 : 2025. 4. 30.(수) ~ 5. 6.(화) (7일간)
- 장소 : 서울광장, 광화문광장, 덕수궁길 등
- 슬 로 건 : “Make Wonders”
  - 서울의 놀라운 매력을 경험하고 함께 만들어가는 축제



##### ➡ 추진실적

- 조기 홍보 및 적극적 마케팅으로 축제 참여규모 전년도 대비 대폭 확대, 5명 중 1명 외래관광객으로 글로벌 대표 축제로 위상 제고
  - 총방문인원 : ('24) 351,126명 → ('25) 826,180명, 135.3% 증가
  - 외래관광객 : ('24) 95,162명 → ('25) 178,495명, 87.6% 증가
- 대표 프로그램 '3 빅쇼 & 3 테마공간' 도입으로 서울 대표 봄축제로서의 정체성 확립 및 방문객 참여도와 만족도 제고
- 홍보 채널 다양화 및 기간 확대에 따른 스프링페스타 연계 관광상품화 강화로 서울관광 글로벌 마케팅 및 파급력 제고
  - 글로벌 OTA 협력 홍보·마케팅으로 서울 내 호텔 점유율 전년 대비 27.7% 증가

## 2) [여름] 제2회 쉬엄쉬엄 한강 3종 축제 개최

### ➡ 사업개요

- 기간 : 2025. 5. 30.(금) ~ 6. 1.(일) (3일간)
- 장소 : 뚝섬 한강공원, 잠실 한강공원 일대
- 주요내용 : 한강 3종 경기, FUN 체험존, 스포츠·문화공연



### ➡ 추진실적

- 기간 및 규모 확대, 국내외 홍보 강화로 축제기간 중 65만명 참여
  - (3종 경기 참가) 22,688명 + (FUN 체험존 및 스포츠 공연 참여) 632,672명
- 축제 시민 만족도 87%, 축제 재참여 의사 90% 이상(서울AI재단 분석)
- 글로벌 축제로 도약하기 위해 외국인 선호도 높은 프로그램 집중(약 2만명 방문)
- 수영·자전거·달리기로 한강의 매력을 즐기는 ‘한강 3종 경기’ 운영
  - 1·2차 사전신청 티켓 당일 매진(1차 45백명 / 2차 50백명) ※ 국내참가자 기준
- ‘한강’의 특별함과 ‘단오’ 명절 연계, 다양한 체험형 콘텐츠 확충
  - 체육(한강풍덩존, 시민체력장 등), 건강(당뇨체크 등), 외국인(씨름 체험 등) 콘텐츠 등 운영



< 3종경기 - 수영 >



< 단오(씨름 등) 체험 >



< FUN체험존 미끄러운 다리 건너기 >

### 3) [가을] ‘서울바비큐페스티벌 및 ‘서울미식주간’ 개최

#### ➡ 사업개요

- 세계적 관심을 받고 있는 K-푸드 등 먹거리를 콘텐츠로 한 행사 개최로 외국인 관광객 유치 확대 및 미식 관광 활성화

#### ➡ 추진실적

##### ① 2025 서울바비큐페스티벌

- 일시 및 장소 : '25. 10. 25.(토) ~ 10.26.(일), 11:00~19:00 / 노을공원 캠핑장
- 방문결과 : 총 28천명 중 외국인 3천명(11.1%) 방문
  - 내국인 25,193명 / 외국인 3,150명 방문
- 종합만족도 86.5%, 안내 및 응대 만족도 86.9%, 재참여 의향 93.1%
- 3개 자치단체 및 11개 F&B 참여, 총 144백만원 매출

##### ② 2025 서울미식주간 운영

- 일시 및 장소 : '25. 10. 27.(월) ~ 11. 2.(일) / 노들섬 및 서울 전역
- 서울미식 100선 발굴 및 유명 셰프 참여 쿠킹클래스·전통시장 투어 등 서울 대표 미식관광 체험 프로그램 운영
  - 국내외 인지도 높은 셰프 참여 쿠킹클래스·워크숍 운영을 통한 프로그램 전문성 제고
- 국내외 관광객 참여 확대를 통한 서울미식주간 인지도 제고 및 미식콘텐츠 파급력 강화
  - 전년 대비 미식마켓 방문객 57%(22,290명→34,500명) 증가, 체험프로그램 등 540명 참여
- 서울 미식마켓 및 레스토랑 워크 참여 업장 전년대비 14.5% 증가(228개→261개)

#### 4) [겨울] 서울광장 스케이트장 운영

##### ➔ 사업개요

- 운영기간 : '25.12.19.(금) ~ '26.2.8.(일)
- 장소 : 서울광장 (약 4,852m<sup>2</sup>)
- 주요시설 : 아이스링크(메인/어린이), 부대시설\*  
\* 대여소, 물품보관함, 카페·매점, 의무실 등
- 주요행사 : 개장식, 성탄전야·송년제야, 강습 등



##### ➔ 추진실적

- 25~'26시즌 실적 : 총 180,701명(외국인 49,693명) 방문('25. 12. 19. ~ '26. 2. 8. 운영)
  - 전년 동기 대비, 총 방문인원 6.3%(외국인 30.4%) 증가
- 다양한 관광상품 등과 연계를 통한 해외 관광객들의 방문 및 이용 확대
  - 서울시 주요 관광지 자유이용권인 'DSP(디스커버서울패스)' 및 '서울시 협력여행사', 겨울축제 관광상품 등 서울관광상품 연계 및 홍보
- 서로장터(직거래장터) 운영을 통해 지역상생 도모 및 방문객 만족도 향상
  - 전북 군산시 등 30개 지역 농가가 참여하여 총매출액 53백만원 달성
  - 일평균 435명(총 22,641명)이 방문하는 서울의 대표 '도농 상생 핫플레이스' 구현
- 쇼트트랙 시범공연 및 루지봅슬레이 홍보부스 운영으로 동계스포츠 홍보 및 다채로운 시민 체험 프로그램 제공

## 2. 일상처럼 즐기는 여행, '데일리케이션' 확산

### ➡ 추진방향

- 시민 체감형 야간 관광자원 운영 확대를 통한 만족도 제고
- 지역별 관광특구 활성화 및 로컬 콘텐츠 개발을 통한 수용태세 고도화

### ➡ 추진실적

#### ① 2025 한강 불빛 공연(드론 라이트 쇼)

- 상·하반기 드론 1,200대~2,000대를 활용한 드론 라이트 쇼 총 10회 공연
  - 총 관람인원 280천명, 회차별 평균 28천명 관람('24년 대비 100.4% 증가)
  - 외국인 참여율 31.5%, 인스타그램 팔로워 수 2.5만명('24년 대비 52% 증가)
- 관광 콘텐츠 뿐 아니라 다양한 민간과 협업으로 서울관광 활성화 도모
  - 서울스프링페스타 및 한강버스 연계하여 서울시 대표 관광콘텐츠 홍보
  - 카카오 및 라인프렌즈, 케이팝 데몬 헌터스 등과 연계하여 풍성한 즐길거리 제공
    - ※ 市 유튜브 케데헌('25.9.7.) 152만회, 케데헌 앙코르('25.11.15.) 808만회 조회수 기록('26.2.기준)
- 마술쇼, 태권도 퍼포먼스, 버스킹 등 다양한 장르의 문화예술공연 10회 진행
  - 드론 쇼 전·후로 진행하여 참여 관객에게 다양한 추가 볼거리 제공
  - 사후 공연 진행하여 드론 쇼 종료 후 관람객의 순차적 퇴장 유도



< 한강 드론라이트 쇼 >

## ② 계류식 가스기구 서울달 운영

- '25년 탑승객 총 54,902명(외국인 22,072명, 40.2%), 매출액 1,228백만원
- 탑승객 1,500명 대상 설문('25. 10.) 결과, ' 전반적 만족도' 92.4점 달성
- 운영방식 및 요금체제 개편을 통한 탑승객 편의 도모
  - 성수기(4~6월, 9~11월) 주말 운영시간 2시간 연장(10→12시간)으로 탑승기회 확대
  - 글로벌 OTA(Online Travel Agency) 채널(7개) 내 예약 시스템 도입, 외국인 관광객 유치 확대
- 탑승요금 체제 개편을 통해 가족 단위 및 단체 관광객 탑승률 제고
  - ※ '다자녀 할인(30%)' 도입, '단체(20명) 할인(10%→20%)' 확대, '중증장애인 동반 1인 할인(30%)' 추가 등
- 온·오프라인 대시민 홍보를 통해 '서울달' 브랜드 인지도 제고 노력
  - 공식 인스타그램 운영(팔로워 총 11,593명 달성), 인근 민간업체(4개) 협업 마케팅 추진, 온·오프라인 이벤트(8회, 6,603명 참여), 안내 리플릿(4개 언어) 및 기념품(5종) 제작 등

## ③ 지역관광 회복을 위한 관광특구 활성화

- 전년도('24년) 및 금년도('25년) 사업계획 평가를 통한 관광특구별 대표 축제 및 행사 지원('25.5~12월)

관광특구명	자치구명	주요 지원 내용
잠실	송파구	· 루미나리에 축제, 코리아푸드 쿠킹클래스 행사 개최
홍대문화예술	마포구	· 2025 레드로드 페스티벌, 빛거리 점등식 in 레드로드
종로·청계	종로구	· 도보 관광코스 발굴 및 홍보, K-Drinking 행사 개최
명동·남대문·북창동·다동·무교동	중구	· 2025년 명동 빛 축제, 남대문시장 아동복 축제 개최
동대문패션타운	중구	· 동대문패션타운 가을 재즈&락 뮤직콘서트 개최
강남마이스	강남구	· 2025 강남페스티벌(미식여행 & K-컬처존 운영)
이태원	용산구	· 녹사평광장 미디어월 신규 콘텐츠 설치·운영
고터·세빛	서초구	· 플래시몹 콘서트 개최, AR탐험대, 솟품 영상 공모전

### 3. 개별 관광객 맞춤형 인프라 및 서비스 확충

#### ➔ 추진방향

- 개별관광객 맞춤형 숙박 인프라 확충 및 아·중동 관광객 친화 환경 조성
- 맞춤형 도보해설 코스 개발·운영 및 해외 인기 K-콘텐츠 연계 참여형 관광 프로그램 추진

#### ➔ 추진실적

##### ① 도시민박업 및 한옥체험업 활성화

- ‘서울스테이’ 지원 강화로 도시민박업 및 한옥체험업 성장 견인
  - SNS 채널 중심의 홍보로 등록업소 증가('24년 523개 → '25년 760개)
  - 운영경력에 따른 홍보·세무·OTA 활용 등 실무 중심의 맞춤형 교육 및 네트워킹(2회)
- 우수 서울스테이 선정 및 집중 육성으로 브랜드 경쟁력 강화
  - '25년 우수 서울스테이 18개소(민박업 10개소, 한옥 8개소) 선정, 사업비 500만원 지원
  - 외국인 크리에이터 협업 우수 서울스테이 홍보로 글로벌 인지도 제고

##### ② 서울 문화관광해설사 운영

- 서울 관광명소의 전문 해설 제공으로 관광객 유치 증대 및 만족도 제고
    - 궁궐, 북촌한옥마을 등 총 55개 코스, 어권별 문화관광 해설 제공(7개 언어, 203명)
    - 역량강화 교육(47시간) 및 신규(28명) 해설사 양성을 통한 다국어 서비스 품질 강화
  - 역사·일상 체험 등 특화코스 개발로 다양한 맞춤형 관광 서비스 제공
    - 신규코스 5개(다크투어리즘: 서대문형무소, 야간: 남산골·인사동, 직장인: 잠실·정동) 운영
- ※ 도보해설 이용실적: '25년 총 77,139명, 신규코스 이용실적: 총 3,772명



<서대문형무소>



<남산골 한옥마을(야간)>



<정동(직장인)>

### ③ K콘텐츠 체험관광 활성화

- 드라마, 영화, 케이팝 속 촬영지 안내시설물 ‘소울 스팟’을 통한 한류관광객 정보접근성 제고
  - QR 스캔 시 4개 언어(한·영·중·일)  
AI 해설 제공('25년 접속자 수 192,148명)
  - <오징어 게임> 촬영지 종각역 등  
소울 스팟 10개 설치('24~'25년 총 40개)
- 한류콘텐츠 체험형 행사 및 프로그램 운영
  - <오징어게임> 영상 속 게임 ‘단체줄넘기, 딱지치기’ 등 프로그램 기획
  - K-콘텐츠(뷰티, 푸드, 패션 등) 체험 프로그램 운영



### ④ 서울 관광시장 다변화

- 아·중동 관광객 친화 인프라 ‘살람서울 레스토랑’ 전수점검 및 발굴
  - 정보 신뢰성 제고를 위해 기존 살람서울 레스토랑(201개) 전수점검 실시
  - 살람서울 레스토랑 발굴(50개) 및 소개 책자, e-Book 제작·배포
- 아·중동 관광객 맞춤형 관광 콘텐츠 개발 및 홍보
  - 살람서울 페스티벌, 아·중동 현지 여행업 종사자 대상 팸투어 개최(9월)
  - 살람서울 앰버서더 선정(13명), 홍보 콘텐츠 제작(94개, 조회수 1,051,619회)
- 아·중동 관광 산업 활성화를 위한 협력기반 조성 및 인식 개선
  - 해외여행사-국내 관광업체 B2B 살람서울 매칭데이 개최(9월)
  - 아·중동 문화 이해 및 인식 개선을 위한 살람서울 아카데미 운영(270명 참석)



<25년 살람서울 페스티벌 개막식>



<문화교류 콘서트>



<아·중동 국가 홍보 부스>

## 나. 고부가가치 특화관광 육성

### 1. 지속가능한 성장 기반의 의료·웰니스 관광산업 육성

#### ▶ 추진방향

- 민관협력 기반 의료관광 생태계 강화로 '의료관광 허브도시 서울' 위상 제고
- 글로벌 트렌드에 대응하여 차별화된 서울형 뷰티웰니스 관광 산업 육성

#### ▶ 추진실적

##### ① 의료관광 활성화

- 글로벌 의료관광시장 수요 선점을 위한 다각적인 홍보·마케팅
  - 서울의료관광 국제트래블마트 개최, 실질적인 비즈니스 창출 기회(9월)
    - ▶ 국내외 358개사 참가, B2B 상담 2,176건, 계약협의 731건 / 계약체결 307건('25.12. 기준)
  - 타깃 국가 대상 해외 현지 설명회 개최 및 박람회 참가(6월, 11월)
    - ▶ 호치민(베트남) : 비즈니스 상담 190건, 건강상담 234명
    - ▶ 자카르타(인도네시아) : 비즈니스 상담 237건, 관광설명회 170명 참가
- 민관 협업체계 강화로 서울 의료관광 활성화 및 지속 발전 방안 마련
  - 협력기관 등 업계 의견 청취, 의료관광 활성화 비전·전략 공유 및 소통의 장 운영
    - ▶ 의료관광 종합설명회(3월), 운영위원회(6, 10월), 추진협의회(6, 11월), 파트너스데이(12월)
  - 협력기관 종사자 역량강화 교육으로 의료관광 서비스의 질적 향상 지원
    - ▶ 의료법, 광고·마케팅 등 전문가 초청 강연회 진행(6회)
- 고부가 가치 산업 의료 관광객 유치 확대를 위한 서비스 개선 지원
  - 서울의료관광센터 운영을 통한 의료관광 정보·상담 및 컨시어지 서비스 제공
    - ▶ 상담 5,081건, 통역 코디네이터 연계·지원 144건, 픽업&샌딩 서비스 630건
  - 의료관광객 유치 전략 수립을 위한 서울의료관광객 실태 및 만족도 조사 추진(9월)

## ② 서울 뷰티웰니스 관광 육성

- 서울형 뷰티웰니스 관광 브랜딩(콘셉트 등) 정립
  - 전문가 자문을 통한 서비스 특징 분석 및 타깃마케팅 전략 수립 등
    - ▶ 국내외 웰니스 경쟁지 대비 서울의 특징 분석 및 전략 수립(5월~7월)
- 서울형 뷰티웰니스 관광 100선 운영위원회 구성 및 선정
  - 서울 전역 대상 쉼맛멋 테마'서울형 뷰티웰니스 관광 100선'선정(10월)
    - ▶ 운영위원회 구성(총 23명 : 추천위원 10, 선정위원 13 / 임기 2년)
    - ▶ 평가모델 개발 → 신청·접수(165개) → 현장 평가 등 → 선정(8~9월)
    - ▶ 쉼(40개): 공원, 종교시설 등, 맛(18개): 푸드, 멋(42개): 뷰티, 문화예술시설 등
  - 선정된 관광 서비스 온오프라인 다국어 홍보마케팅 추진
    - ▶ 국내외 보도 491건, 홍보책자 462곳 배포(어학당 등), SNS채널 조회수 32만건 등
- 서울형 뷰티웰니스 체험 지역 행사 「2025 서울뷰티트래블위크」 개최(중구)
  - 기간/장소 : '25.10.30.(목)~11.5.(수) / 남산골한옥마을 및 중구 일대
  - 주요내용 : 서울형 뷰티웰니스 지역업장 홍보 및 체험 프로그램 운영
    - ▶ (공간운영) 쉼·맛·멋 테마별 거점공간 운영하여 행사 홍보(2.7만명 방문)
    - ▶ (지역업장 홍보) 서울형 뷰티웰니스 100선 홍보('24년 50개 ⇒ '25년 100개)
    - ▶ (체험프로그램 운영) 뷰티웰니스 체험 프로그램 운영(27종, 33회, 3,595명 참여)
- 「2025 서울 웰니스 페어」 개최
  - 일시/장소 : '25. 10. 31.(금) 14:00~17:00 / 호텔 코리아나 2층 크리스탈룸
  - 주요내용 : 국내외 웰니스 산업 전망 포럼 및 시상식 개최(150명 참석)



<남산골한옥마을 요가 체험>



<CGV 동대문 명상영화 체험>



<충정사 움직임 명상 체험>

## 2. 비즈니스와 여가를 융합한 MICE 관광 활성화

### ➡ 사업개요

- 추진목적 : MICE 산업 육성을 통해 ‘MICE 개최도시, 서울’ 위상 제고
- 주요내용 : MICE 분야별 지원, 서울MICE플라자 운영, 블레저 서울 확대

### ➡ 추진실적

- 대규모 MICE 유치·개최 지원 등 ‘MICE 개최 도시 서울’ 위상 제고
  - 세계경제학자대회(8월/2,500명), 美 WSB 포상관광(9월/3,100명), K-스타일 국제전시회(11월/13만명) 등 대규모 행사 지원 총 332건(35억 원, 총 참가자 809,381명)
  - 국제회의 개최도시 순위 상승[UIA 세계 3위(전년 4위) / ICCA 세계 6위(전년 10위)], 美 글로벌 트래블러(여행전문매체) ‘Best MICE 도시’ 11년 연속(’15~’25년) 선정
- 서울 MICE 플라자 조성으로 서남권 MICE 거점 기반 마련
  - 전국 최초 MICE 전용 네트워크 시설 개관(’25.10.), 시범운영(’25.10~12월, 총 이용자 412명)
- 비즈니스와 여가가 공존하는 ‘블레저 도시, 서울’ 이미지 확산
  - 아시아 최고 레저도시 수상(美 글로벌 트래블러), 블레저 관광 프로그램 운영 296회(5,221명)



< 최고의 MICE 도시 >



< WSB 포상관광 >



< 서울 MICE 플라자 >

### 3. 서울의 품격과 정체성을 담은 프리미엄 관광 육성

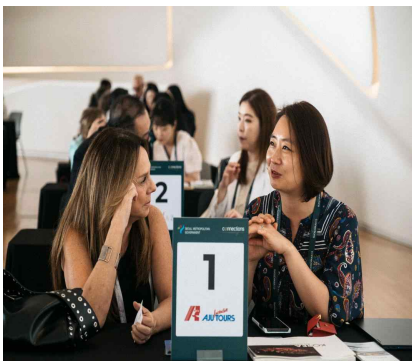
#### ➡ 사업개요

- 추진목적 : 고부가 관광객 유치 확대 및 K콘텐츠 기반 서울 관광경쟁력 강화
- 주요내용 : 고품격 K콘텐츠 발굴 및 고급관광 목적지 서울 홍보

#### ➡ 추진실적

- (국내) 세계 12개국 럭셔리 바이어 초청 ‘커넥션스 럭셔리 서울 Plus+’ 개최(6월)
  - 해외 바이어 12개 국 30명, 국내 셀러 30명 참석, B2B 상담세미나 등 1,598건 추진
  - 서울-부산-제주 협력, 지자체별 고품격 문화 체험 운영 및 관광 상품화 기회 마련
    - ▶ 언론 보도 20건, SNS 13회 게재, 인스타그램 38,650회 노출
- (해외) ‘ILTM\* 칸 2025’ 참가 통한 프리미엄 관광 목적지 서울 홍보 강화(12월)
  - (B2B상담회) 국내외 기업간 연계로 비즈니스 기회 창출(상담 349건) 등 협업관계 구축
  - (K콘텐츠 홍보) 민관협력을 통한 한국 고유의 미와 문화 확산 프로그램 운영

\* ILTM(International Luxury Travel Market) 칸 : 세계 최대 규모(100개국 1만명)의 럭셔리 관광 박람회



<비즈니스 상담회>



<식문화 체험 - 전통주>



<ILTM 칸 박람회 서울부스>

# Ⅲ

## 2026년 주요 사업 계획

가. 관광객이 즐길거리 가득한 편시터  
서울

나. 고부가가치 특화관광 육성

## 가. 관광객이 즐길거리 가득한 편시티 서울

### 1. 사계절 이어지는 글로벌 축제 개최

#### 1) [봄] 서울스프링페스티벌 2026 개최

##### ➔ 사업개요

- 기간 : 2026. 4. 10.(금) ~ 5. 5.(화) (26일간)
- 장소 : 주요 한강공원(여의도, 뚝섬, 반포) 등 한강 전역
- 주제 : Ride the Seoul Vibe ※ 한강의 흐름을 따라 이동하며 참여하고, 변화하는 축제
- 주요내용 : 서울 랜드마크 한강에서 즐기는 서울 매력 체험 축제

##### ➔ 추진계획

- 한강 특성을 활용한 '3-빅쇼' 기획, 시민 참여 제고 및 축제 정체성 확립
  - **원더쇼** K-pop 공연에서 K-컬처 전반을 아우르는 문화예술 공연으로 확대
  - **시그니처쇼** 축제 상징 회전목마 조형물과 특수효과를 이용한 상설 미디어아트쇼
  - **로드쇼** 인기 민간 IP 활용하여 온 가족이 참여하는 이색 걷기대회 추진



- 봄철 한강 기반 축제 연계 및 민간기업 협업, 글로벌 온·오프라인 홍보
  - 여행사 설명회 및 관광상품화 특별지원 시행(2월), SNS 참여 이벤트(3~4월) 등

##### ➔ 추진일정

- 프로그램 기획 및 사전 홍보 : '26. 2~3월
- '서울스프링페스티벌 2026' 개최 : '26. 4. 10.(금) ~ 5. 5.(화)

## 2) [여름] 제3회 쉬엄쉬엄 한강 3종 축제 개최

### ➡ 사업개요

- 기간 : 2026. 6. 5.(금) ~ 6. 7.(일) (3일간)
- 장소 : 뚝섬, 잠실 한강공원 일대
- 주요내용 : 쉬엄쉬엄 한강 3종 경기, FUN 체험존, 스포츠·문화공연 등

### ➡ 추진계획

- 누구나 참여하는 수영·자전거·달리기! 중급자 코스(22K) 신설 및 3종 경기 다각화
  - 초급자 15K / 중급자 22K / 상급자 31K 중 선택, 3일 동안 완주
  - 한강 도하(1km) 외국인 수영대회 신설, 어린이·장애인 등 참가 대상 다각화
- 한강에 ‘퐁딩’ 뛰어드는 로망 실현! 시민참여 프로그램(FUN 체험존) 확대
  - 물놀이 프로그램 신설(수상 에어 트램폴린 등) 및 확대(대형 워터슬라이드 등)
  - 외국인 선호도가 높은 콘텐츠 신설(한강 서울라면 체험 등) 및 확대(씨름·그네뛰기 등)
- 외국인 관광객 유치를 위한 메가 이벤트 등 문화·스포츠 공연 다양화
  - 스포츠·건강 주제의 드론 라이트 쇼(개막식), 뮤지컬 갈라공연, 치맥파티 등



<한강 3종 경기>



<외국인 수영대회>



<서울라이프스타일>



<한강 퐁딩존>

### ➡ 추진일정

- 축제 운영사 선정 및 협약 체결 : '26. 2월
- 경기 참가자 접수(내외국인 3만명) : '26. 3~4월
- '제3회 쉬엄쉬엄 한강 3종 축제' 개최 : '26. 6. 5.(금) ~ 6. 7.(일)

### 3) [가을] ‘서울바비큐페스티벌’ 및 ‘서울미식주간’ 개최

#### ➡ 사업개요

- 세계적 관심을 받고 있는 K-푸드 등 먹거리를 콘텐츠로 한 행사 개최로 외국인 관광객 유치 확대 및 미식 관광 활성화

#### ➡ 추진계획

##### ① 2026 서울바비큐페스티벌

- 주제 : Easy Grill(누구나 쉽고 간편하게 참여하고 즐기는 BBQ 축제)
- 주요내용 : K-바비큐 문화체험, 음악공연, 부대행사 등
- '26. 10. 17.(토) ~ 10. 18.(일), 11:00~19:00 / 노을공원 캠핑장
  - 교통편(셔틀버스 등) 안내 강화 및 메인행사장 공원초입 배치 등 접근성 확대
  - 관광객 이용수요 고려한 셀프 바비큐존 이용시간 확대(2시간→2시간 30분) 등
  - 지역 상생·협력을 통한 우수 식자재(고기, 쌈야채) 공급 확대



##### ② 2026 서울미식주간 운영

- 주제 : The World Dines in Seoul
- 주요내용 : 미식 100선 시상식, 미식체험 등
- '26. 10. 23.(금) ~ 10. 29.(목) / DDP 등 서울 전역
  - 서울 대표 레스토랑 ‘서울미식 100선’ 지속 발굴 및 특화 분야 ‘디저트 50선’ 신규 선정
  - 워크숍, 전통시장 투어, 레스토랑 워크 등 서울 전역에서 다채로운 미식체험 제공
  - 해외주요도시와 협력 통한 식문화 교류(스타셰프 협업 만찬 등) 추진



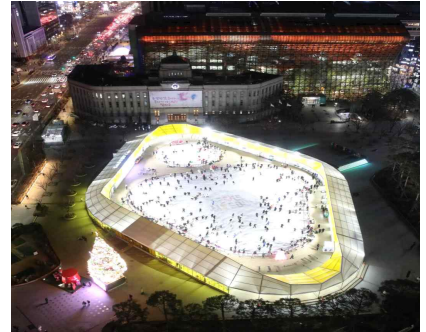
#### ➡ 추진일정

- 서울미식 100선 및 디저트 50선 선정·홍보 : '26. 5~9월
- ‘서울바비큐페스티벌’ 개최 및 ‘서울미식주간’ 운영 : '26. 10월

#### 4) [겨울] 서울광장 스케이트장 운영

##### ➡ 사업개요

- 기간 : '26. 12. 18.(금) ~ '27. 2. 9.(화)
- 장소 : 서울광장 (약 4,852㎡)
- 주요시설 : 아이스링크(메인/어린이), 부대시설\*  
\* 대여소, 물품보관함, 카페·매점, 의무실 등
- 주요행사 : 개장식, 성탄절야·송년제야, 강습 등
- '25~'26시즌 실적 : 총 180,701명(외국인 49,693명) 방문('26. 12. 19. ~ '26. 2. 8. 운영)  
- 전년 동기 대비, 총 방문인원 6.3%(외국인 30.4%) 증가 ※ 민원 15건 감소(24건→9건)



##### ➡ 추진계획

- 색다른 겨울축제 공간 조성으로, 시민과 서울방문 관광객을 위한 겨울 명소화
  - 시민의 겨울철 스포츠 향유기회 및 관광객을 위한 색다른 즐길거리 제공
  - 개장식·성탄절·송년제야 등 시기별 다양한 이벤트 및 문화행사 개최
- 서로장터(직거래장터) 조성 및 운영으로 방문객 만족도 향상
  - 먹거리·볼거리 등 다양한 체험콘텐츠 제공과 지역상생을 위한 우수 특산물 적극 홍보
  - ※ '25년 서로장터(직거래장터) 운영: 전북 군산시 먹거리통합지원센터(공모 선정)
- 다양한 관광상품 등과 연계를 통한 해외 관광객들의 방문 및 이용 확대
  - 서울시 주요 관광지 자유이용권인 DSP(디스커버서울패스) 및 서울시 협력여행사의 겨울축제 관광상품 등 연계 및 홍보

##### ➡ 추진일정

- '26-'27 서울광장 스케이트장 설치 : '26. 11~12월
- '26-'27 서울광장 스케이트장 개장 : '26. 12. 18.(금) ~

## 2. 일상처럼 즐기는 여행, ‘데일리케이션’ 확산

### 1) 한강 드론 라이트 쇼 운영

#### ▶ 사업개요

- 기간 : 2026. 4~6월(상반기 5회) / 9~10월(하반기 5회)
- 장소 : 여의도·뚝섬·잠실 한강공원
- 주요내용 : 문화예술공연 연계한 드론 라이트 쇼 공연(10회)
  - 대규모 드론을 활용하여 회차별 다양한 주제의 드론 라이트 쇼 개최
  - 드론 라이트 쇼와 연계한 문화예술공연을 진행하여 다채로운 볼거리 제공



#### ▶ 추진계획

- 공연 장소 확장 및 시민 친화형 프로그램 기획을 통한 관광 상품성 제고
  - 여의도·뚝섬·잠실 한강공원 등 운영 장소 다변화로 시민 접근성 향상
  - 시민 참여형 미니 드론 쇼 추진 및 민간 IP 협업 콘텐츠 기획으로 관람객 유입 확대
- 관람객 증가에 대비한 철저한 안전관리로 주민 불편 최소화
  - 인파밀집 예상 시 충분한 안전인력 배치, 지하철 무정차 통과·증차 등 사전 검토
  - 안전사고 예방을 위한 유관기관(관할 자치구, 경찰, 소방 등) 협조 체계 강화

#### ▶ 추진일정

- 안전계획 수립 및 유관기관 협의 : '26. 4월
- ‘한강 드론 라이트 쇼’ 상반기 공연 운영 : '26. 4~6월
- ‘한강 드론 라이트 쇼’ 하반기 공연 운영 : '26. 9~10월

## 2) 계류식 가스기구 ‘서울달’ 운영

### ➡ 사업개요

- 위치/면적 : 여의도공원(영등포구 여의공원로 68-1) / 3,305㎡
- 주요내용 : 매력적인 서울 전경(야경) 조망 가능한 계류식 가스기구 운영

### ➡ 추진계획

- 운영일 확대(주 6일 → 7일)로 ‘서울달’ 연중무휴 관광명소화
- 지상에서 체험하는 투어 프로그램(비행원리 교육 등) 도입
  - ※ 기상악화 등 ‘서울달’ 운행 불가 시 운영
- 외국인 수요 반영한 글로벌 OTA 예약채널 확대(7→10개)



### ➡ 향후일정

- ‘서울달’ 연중무휴 운영 : ’26. 4월 ~

## 3) 관광특구 및 일상 관광명소 활성화 추진

### ➡ 사업개요

- 관광특구 대표 축제 및 행사 지원을 통한 서울시 관광산업 활력 지원
- 로컬리즘 관광 트렌드에 맞춰 자치구별 고유 관광자원을 일상 관광명소로 육성

### ➡ 추진계획

- 서울시 관광특구(8개) 대표 축제 및 명소화 사업 지원
- 자치구별 생활 관광 명소 서울에디션25 선정·홍보
  - 동네 숨은 명소를 시민 추천·투표로 선정
  - 골목길 투어 등 ‘사는 듯 여행하는’ 관광 콘텐츠 제작·배포



### ➡ 추진일정

- 관광특구 활성화 사업 추진(각 자치구) : ’26. 3~12월
- 2026 서울에디션25 선정 및 홍보 : ’26. 3~12월


### 3. 개별 관광객 맞춤형 인프라 및 서비스 확충

#### ▶ 사업개요

- 대체숙박업 활성화 지원 및 아·중동 관광객 친화 인프라 구축
- 주요 관광명소 도보관광 해설, K-콘텐츠 체험관광 등 특화 콘텐츠 확대

#### ▶ 추진계획

##### ① 도시민박업 및 한옥체험업 활성화

- 서울시 대체숙박업 ‘서울스테이’ 우수 숙소 발굴 및 브랜드 인지도 제고
  - 신규숙소 대상 운영 물품, 다국어 번역, 문패 제작 등 지원
  - 우수 서울스테이 선정(20개소)하여 사업비(최대 500만원) 등 지원 
- 등록업소의 체계적 관리 및 역량강화 지원으로 안정적인 관광 수요 대응
  - 정기적 모니터링 실시(휴·폐업 확인 등)로 최신 정보 제공 및 우수 숙소 홍보
  - 맞춤형 교육(세무·회계, 마케팅 등), 업계 동향 및 운영 노하우 공유 프로그램 운영

##### ② 서울 도보해설관광 프로그램 활성화

- 이용자 중심의 고품격 해설 서비스 제공으로 서울관광 만족도 증진
  - 경복궁, 북촌한옥마을 등 총 55개 코스, 어권별 문화관광 해설 제공(7개 언어, 231명)
  - 무선송수신기 보급 확대 및 외국어별 맞춤형 교육으로 해설 서비스 품질 제고
  - ※ 도보해설관광 이용객: ['24년] 64,994명 → ['25년] 77,139명(18.7% 증가)
- K-콘텐츠 속 명소 연계 코스 등 신규 개발로 국내외 관광객 유입 확대
  - 인기 K-팝, 영화 촬영지(N서울타워, DDP 등)와 주변 명소를 잇는 다국어 해설 코스 개발
  - 서대문형무소역사관 ‘청각코스’ 신규 개발로 관광약자 친화 콘텐츠 확충

### ③ K콘텐츠 체험관광 활성화

- K-콘텐츠 촬영지 안내관 ‘소울 스팟’ 콘텐츠 고도화
  - ‘케데헌’ 명소 남산에 ‘QR, AI, AR(증강현실)’ 기술 활용한 참여형 게임 콘텐츠 도입으로 이색 경험 제공
- 전통과 현대를 융합한 K-컬처 체험 축제 ‘서울관광 온 페스티벌’ 추진(10월)
  - 국악·퓨전·K-팝 등 다양한 장르의 공연 및 한류 콘텐츠 전시체험 부스 운영 등



<AR게임-소울 프렌즈와 딱지치기>

### ④ 아·중동 관광객 친화 인프라 및 콘텐츠 확충

- 아·중동 친화 인프라 확충 및 문화 교류 행사 개최로 환대 분위기 조성
  - 살람서울 레스토랑 신규 발굴(50개소) 및 안내서 발간, 온오프라인 집중 홍보
    - ▶ 비짓서울, 스마트서울맵, 살람서울 SNS, 관광안내소, 이슬람성원 등
  - 서울과 아·중동 간 문화 융합 축제 ‘살람서울 페스티벌’ 개최(9월)
    - ▶ 개막식, 문화 교류 공연, 아·중동 문화 홍보존, 뷰티/패션/음식 체험존 등
- 아·중동 문화 이해 증진 교육 실시 및 맞춤형 서울관광 콘텐츠 제작·홍보
  - 관광업계·시민 대상, 아·중동 문화 및 관광객 유치 전략 교육 ‘살람서울 아카데미’ 운영
  - 아·중동 특화 인플루언서 등 연계, 체험 중심의 서울관광 홍보 영상 제작·확산



<25년 살람서울페스티벌 개막식(아랍 9개국 대사단 등 참석)>



<문화 교류 공연>

#### ➡ 추진일정

- ‘2026 살람 서울 페스티벌’ 개최 : ’26. 9. 4.(금)
- ‘서울관광 온 페스티벌’ 개최 : ’26. 10.2.(금)~10.3.(토)

## 나. 고부가가치 특화관광 육성

### 1. 지속가능한 성장 기반의 의료·웰니스 관광산업 육성

#### 1) 의료관광 활성화

##### ▶ 사업개요

- 서울의료관광 원스톱 온라인 통합 플랫폼 구축 및 고부가 해외 시장 개척
- 서울형 뷰티웰니스 관광 100선 선정 및 지역 연계 체험 행사 개최

##### ▶ 추진계획

- 외국인 관광객 편의 인프라 확충을 통한 의료관광 수용태세 강화
  - 입국에서 출국까지 의료·비자·숙박·관광 등 원스톱 온라인 통합플랫폼 구축
  - 전문기관 협업을 통한 통역 코디네이터 인력풀 확대(108명 → 1,000여명)
  - 서울의료친화 숙박시설(병원 인근, 취사가능, 장기계약 등) 발굴·선정 및 홍보
- 서울의료관광 전략적 홍보·마케팅 강화로 글로벌 경쟁력 제고
  - (해외설명회) 고부가 시장인 CIS 국가 맞춤형 상담, 체험 프로그램 운영(4월)
  - (국제트래블마트) 고소비 의료관광 수요가 많은 국가 등 바이어 초청, B2B 상담, 중증치료·건강검진 연계 상품 및 서울관광 콘텐츠 등 홍보(9월)
  - (세계추나축제) 한의학과 연계한 추나 시연 및 자세교정 상담 등(10월)
- 정부 및 민간 협회와 공동 홍보·마케팅 추진으로 의료관광객 유치 확대
  - 정부 주최 '메디컬코리아 2026' 참가, 해외 바이어 대상 B2B 상담 및 서울 의료관광 정책 홍보, 국내 기관·기업과 협업 논의 등(3월)
  - 협력기관(180개소) 파트너스데이 개최, 업계 의견 청취 및 워크숍 등(12월)

## 2) 서울 뷰티·웰니스 관광 육성

- 관광산업의 질적 성장을 견인할 ‘서울형 뷰티웰니스 관광 100선’ 선정 및 육성
  - 전통한방 체험, 건강한 먹거리 명소 등 씬·맛·멋 테마의 시설·업체 100개 선정
  - 서비스 품질 개선 위한 전문가 컨설팅, 웰니스 포럼·박람회 개최(10월)로 홍보 지원
  - ※ 웰니스산업 규모: [’23년] 6.3조 달러 → [’28년] 9조 달러 전망(글로벌 웰니스 이코노미 모니터)
- 서울형 뷰티·웰니스 브랜드 강화 위한 R&D 추진 및 국제 박람회 참가(9월)
  - 해외 웰니스 연구소 연계 강점 분석(의료·한방·뷰티 등) 및 경쟁력 강화 전략 마련
  - 국제 웰니스산업 박람회 참가로 ‘뷰티·웰니스 관광도시 서울’ 해외 홍보·마케팅 전개
- 건강한 일상 체험 확산을 위한 ‘서울 뷰티트래블위크’ 개최(10월)
  - 신규 자치구(강남구) 1곳 선정, 지역별 특색을 담은 관광자원 발굴 및 국내외 홍보
  - 뷰티웰니스 100선과 연계, 서울 전역에서 즐기는 힐링 체험 코스 등 기획·운영
  - ▶ 예시: 한의원(체질진단) + 차 전문점(체질 맞춤형 차) + 명상센터(다도명상)



<씬 : 템플스테이>



<맛 : 사찰음식 클래스>



<멋 : 한방 뷰티>

### ▶ 추진일정

- 서울 뷰티웰니스 관광 100선 선정 및 홍보 : ’26. 6~9월
- ‘2026 서울의료관광 국제트래블마트’ 개최 : ’26. 9.8.(화)~9.9.(수)
- ‘2026 서울뷰티트래블위크’ 개최 : ’26. 10.29.(목)~11.4.(수)
- 서울 의료관광 온라인 통합플랫폼 구축 : ~’26. 12월

## 2. 비즈니스와 여가를 융합한 MICE 관광 활성화

### ➡ 사업개요

- 추진목적 : MICE 산업 육성을 통해 'MICE 개최도시, 서울' 위상 제고
- 주요내용 : MICE 분야별 지원, 서울MICE플라자 운영, 블레저 서울 확대

### ➡ 추진계획

- 국제적 인지도 있는 대규모 행사 유치 및 서울 대표 마이스 육성
  - 市 전략산업(IT, 의료 등) 관련 대형 국제행사 집중 유치
    - ※ 국제머신러닝 컨퍼런스(7월/1.2만명), 세계폐암학회 총회(9월/8천명) 등
  - 타 시도 연계 마이스 공동마케팅(PLUS CITIES) 지원으로 글로벌 유치경쟁력 강화 및 지역 상생 도모
- 비즈니스 관광객 소비확장을 위한 「블레저(비즈니스+레저)」 활성화
  - 업무 후 미식·쇼핑 등 연계한 야간·주말형 코스, '서울, 애프터 비즈니스' 운영
  - MICE 관광객·동반자 맞춤형 서울매력 체험 프로그램, '서울 익스피어리언스' 운영
    - ※ **참가자** 서울정보 큐레이션 체험부스, **동반자** [배우자] 뷰타·의료·미식, [자녀] K-POP, e스포츠 등
- 서울형 휴식 + 비즈니스 허브, 「서울 위케이션(Work+Vacation)센터」 운영
  - 서울MICE플라자(마곡)를 '서울 위케이션센터'로 확장, 접근성 우수한 인프라 및 프로그램 연계로 장기체류 수요 확대
    - ※ (오피스) 서울MICE플라자 / (숙박) 머큐어 호텔 등 / (관광) 서울식물원, LG아트센터



<제81차 대한영상의학회>



<서울MICE플라자>

### ➡ 추진일정

- 2026 서울 마이스(MICE) 산업 공고 및 사업 추진 : '26. 2월 ~

### 3. 서울의 품격과 정체성을 담은 프리미엄 관광 육성

#### ➡ 사업개요

- 추진목적 : 고부가관광객 유치 확대 및 글로벌 관광도시로서 서울 경쟁력 강화
- 주요내용 : 글로벌 커뮤니티 연계 B2B 행사 개최 및 박람회 참가로 고품격 관광 상품화
- 주요내용 : 글로벌 커뮤니티 연계 B2B 행사 개최 및 박람회 참가로 고품격 관광 상품화

#### ➡ 추진계획

- (국내) 세계 15개국 럭셔리 바이어 초청 ‘익스플로어 서울 위드 커넥션스’ 개최(6월)
  - 국내 관광업계(호텔·여행사·운송 등) 및 해외 바이어 참석, B2B 상담회, 세미나 등 진행
  - 서울-부산-제주 협력, 지자체별 고품격 문화 체험(명인과 함께 하는 전통체험 등) 운영 및 관광 상품화로 럭셔리 관광객의 체류기간 연장 및 소비액 증대 유도



<한우 정형 시연과 K-바비큐 시식> <명인과 함께하는 전통 장 체험> <제주 해녀 문화 체험>

- (해외) ‘ILTM\* 칸 2026’ 참가, 프리미엄 관광 목적지로서의 서울 홍보 강화(12월)
  - 서울 단독 홍보관 운영을 통해 아시아 대표 고품격 관광도시 서울 브랜딩 강화
  - 서울 소재 호텔·여행사와 해외 바이어간 B2B 상담 통해 비즈니스 기회 창출

\* ILTM(International Luxury Travel Market) 칸 : 세계 최대 규모(100개국 1만명)의 럭셔리 관광 박람회

#### ➡ 추진일정

- ‘익스플로어 서울 위드 커넥션스’ 개최 : ’26. 6월
- ‘ILTM 칸 2026’ 박람회 참가 및 서울홍보관 운영 : ’26. 11 ~ 12월