

문화체육관광위원회

2026. 7.

2026 경기관광공사 주요업무보고



경기관광공사
GYEONGGI TOURISM ORGANIZATION



목 차



I. 일 반 현 황	1
II. 2026년 사업 추진방향	9
III. 2026년 주요사업 추진현황 및 계획	15
III-1. 지속가능한 경기관광 브랜드 가치 확립	17
III-2. 선제적 국내외 관광객 유치	25
III-3. DMZ 평화·생태관광 글로벌 허브 도약	30
III-4. 지속가능 경영체계 강화	35
IV. 2026년 사업별 세부 추진현황 및 계획 ..	39
V. 참 고 자 료	109
V-1. 관광트렌드 및 관광용어·약어 해설	111
V-2. 간 부 명 단	116

I. 일반 현황



1 설립근거 및 사업범위

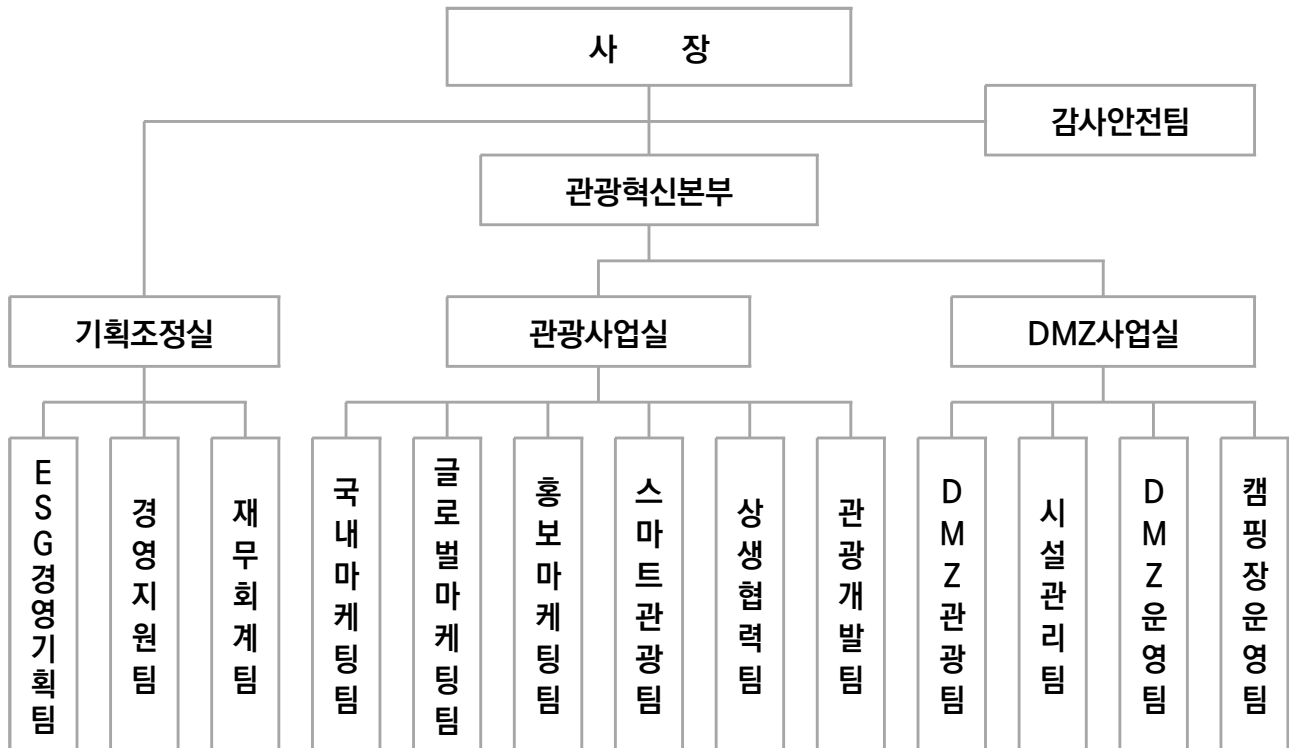
- **설립 근거** : 지방공기업법 49조, 경기관광공사 설립 및 운영 조례
- **설립 목적** : 관광을 통한 지역경제 발전과 관광산업 육성, 주민복지 증진
- **설립 일자** : 2002. 5. 21.
- **주요 사업범위**
 - 관광개발사업 : 관광지·관광단지 등 인프라 조성 및 관리·운영, 관광시설 개발사업
 - 관광진흥사업 : 관광홍보 및 관광객 유치, 관광 관련 각종 연구·업무, 관광에 관한 국내·외 협력지원, 한류문화 조성 지원사업 등
 - MICE 육성 사업, 국가 또는 지방자치단체가 대행 또는 위탁한 업무 등

2 주 요 연 혁

일 자	내 용
2002. 5. 21.	경기관광공사 설립
2005. 1. ~ 12월	문화관광부 선정 "2005 경기방문의 해"
2005. 7월	임진각 재개관 (매입 및 개·보수)
2006. 2월	제3회 지방공기업의 날 우수공사 표창 (2005년 최우수 공기업 선정)
2013. 12월	캠프그리브스 DMZ체험관 개관 및 운영 개시
2014. 1월	청사 이전에 따른 복수원 시대 개막
2016. 9. ~ 11월	DMZ생태관광지원센터 및 임진각 독개다리 관광자원화
2017. 8월	행안부 지방공기업 경영평가 관광공기업 부문 1위
2021. 12월	2018~2021 경기도 공공기관 청렴도 조사 4년 연속 1위 달성
2022. 12. 2.	제9대 조원용 사장 취임
2023. 9. 27.	제12회 경기도 청렴대상 단체부문 '우수상'(단체 부문 1위) 수상
2024. 2. 29.	정보공개 유공포상 '국무총리 표창' 수상
2024. 4. 1.	평화누리 캠핑장 직영 운영
2024. 11. 27.	지역사회공헌 부문 '보건복지부 장관' 표창 수상
2024. 12. 9.	임진각 리모델링 후 재개장
2024. 12. 18.	여성가족부 가족친화 우수기관 선정 '여성가족부 장관 표창' 수상
2025. 4. 30.	경기관광공사 태국 방콕 대표사무소 개소 (전국 지자체 최초)
2025. 9. 5.	수원 영화지구 "도시재생 혁신지구 국가시범지구"(국토교통부) 선정
2025. 12. 23.	관광진흥 부문 유공 '문화체육관광부 장관' 표창 수상

3 기구 및 인력현황

□ 기 구 표 : 1본부 3실 14팀



□ 인력 현황 : 정원 96명, 현원 92명 (2026. 6월 현재)

(단위 : 명)

구 분	합계	임원	사무직					전문 계약직	시설직	무기 계약직	공무직 (정원외)
			1급	2~3급	4급	5급	6급				
정 원	96	1	1	14	29	20	16	5	1	9	27
현 원	92	1	1	14	29	13	20	4	1	9	24

4 예 산 현 황

□ 2026년도 예산현황 * 제2차 추가경정 예산(안) 기준

(단위 : 천원)

수 입			지 출			비 고		
예 산 과 목		예 산 액	예 산 과 목		예 산 액			
총 계		62,809,421	총 계		62,809,421			
사업수입 합계			55,464,518	사업지출 합계			56,422,311	
사 업 수 입	영 업 수 익		54,875,418	사 업 지 출	영 업 비 용		55,912,311	
	대행사업수익		50,815,000		대행사업비		39,483,890	
	출연금수익		32,256,400		출연금 사업비		21,900,000	
	위수탁대행사업		18,558,600		위수탁 대행사업비		17,583,890	수수료 제외
	자체사업 수익		4,060,418		개발대행사업비		537,360	
	영업외 수익		589,100		자체사업비		3,588,000	기타 매출원가
	이자수익		50,000		판매비와 관리비		12,303,061	인건비·운영경비
	기타 영업외 수익		539,100		영업외 비용 등		500,000	
					예 비 비		10,000	
자본적 수입 합계			7,344,903	자본적 지출 합계			6,387,110	
자 본 적 수 입	기타비유동자산처분 (보증금 회수수입)		1,195,000	자 본 적 지 출	자산취득비		60,000	비품 취득비
	순세계잉여금 (전기이월금)		4,658,218		기타 자본적 지출		2,581,685	보조금 반환 등
	보조금사용잔액 (반환금)		344,000		예 비 비		3,745,425	공사 자본금, 임대보증금 등
	대행사업비 잔액 (반환금)		1,027,685					
	기타 자본적 수입		120,000					

□ 사업예산 현황 * 제2차 추가경정 예산(안) 기준

○ 사업예산 총괄

(단위 : 천원)

구 분			예 산			비 고
			'26년 예산 (A)	'25년 예산 (B)	증감(A-B)	
총 계			44,046,600	41,964,234	2,082,366	
출연금 사업			21,900,000	16,482,000	5,418,000	
위수탁 대행사업	경기도	관광산업과	11,215,422	12,384,000	△ 1,168,578	
		DMZ정책과	3,831,769	4,683,889	△ 852,120	
		기타 실·과	1,870,000	2,070,000	△ 200,000	
	시·군		1,641,409	2,164,345	△ 522,936	
	소 계		18,558,600	21,302,234	△ 2,743,634	
자 체 사 업			3,588,000	4,180,000	△ 592,000	자본예산 포함

○ 출연금 사업 : 21,900,000 천원 (23개 사업)

(단위 : 천원)

재 원	사 업 명	예산액	비 고
합 계		21,900,000	
출연금 사업 (23개 사업)	경기관광 글로벌 마케팅 기반 강화	1,200,000	자본예산 포함
	일상 속 경기관광 브랜드 홍보	1,900,000	
	전략적 언론매체 홍보	1,700,000	
	경기관광 플랫폼 운영	850,000	
	경기관광 실태조사	380,000	
	외래관광객 유치 경쟁력 강화	4,220,000	
	경기도 관광의 날 행사	200,000	
	야간관광 프로그램 개발 지원	700,000	
	비대면 관광콘텐츠 홍보	200,000	
	이산문화제	300,000	
	경기 바다관광 활성화	500,000	
	로컬 콘텐츠 개발 신규	600,000	
	경기 광릉숲 관광 활성화 신규	200,000	
	경기 문화 팝업스토어 운영 신규	800,000	
	경기관광 안내체계 신규	200,000	
	경기 관광활성화 추진 신규	2,000,000	
	평화누리 수풀누리 관리운영 통합	1,400,000	
	DMZ 홍보 마케팅	1,200,000	
	안중근 평화센터 조성·운영 신규	1,000,000	
	경기 GHOST 뮤직 페스티벌 신규	1,000,000	
	평화누리 캠핑장 시설 개선 신규	500,000	자본예산 포함
	유엔군 화장장 관광자원 개발 신규	200,000	개발대행사업비
	문화관광 빅데이터 플랫폼 신규	650,000	문화정책과

○ 위수탁 대행사업 : 18,558,600 천원 (37개 사업)

(단위 : 천원)

재 원	사 업 명	예산액	비 고
합 계		18,558,600	
관광산업과 대행 (15개 사업)	소 계	11,215,422	
	경기도 무장애관광 환경 조성	300,000	
	경기관광 통합이용권(투어패스) 운영	900,000	
	로컬 관광 지원사업 통합	2,100,000	
	경기 로컬이벤트 지원 신규	800,000	
	수도권 5개 시·도 관광진흥 공동사업 신규	271,922	
	외국인 대상 일일투어(EG투어) 운영	100,000	
	마이스 유치·개최 경쟁력 강화	1,150,000	
	마이스 산업기반 구축	927,000	
	찾아가는 경기관광 홍보관 운영	240,000	
	경기관광 인지도 강화	364,000	
	경기 컬처패스 운영	2,500,000	
	경기 둘레길 활성화	900,000	
	경기도 웰니스 관광 활성화	400,000	
	경기도 일·휴양 연계 관광산업(위케이션) 활성화	200,000	
	야영장 안전·위생 시설 개보수 신규	62,500	
DMZ정책과 및 타부서 대행 (9개 사업)	소 계	5,701,769	
	평화누리길 관리운영	421,280	
	평화누리길 어울림센터 관리운영	73,389	
	캠프그리브스 DMZ 체험관 관리운영	515,000	
	캠프그리브스 전시 운영	1,051,000	
	캠프그리브스 시설 유지 관리	924,000	
	도라산 평화공원 관리운영	299,000	
	캠프그리브스 가족형 숙박시설 조성	548,100	계속비 사업
	경기도 문화사계	1,050,000	문화정책과
시·군 대행 (13개 사업)	경기도 취약노동자 휴가비 지원	820,000	노동정책과
	소 계	1,641,409	
	평화누리길 시설물 설치 (4개 시·군 / 7개 사업)	583,570	
	평화누리길 어울림센터 관리운영 (연천)	73,389	
	임진강변 생태탐방로 관리운영 (파주)	330,750	
	미디어 콘텐츠 활용 관광자원 홍보 (3개 시·군)	238,700	
	2026 경기 서부권 관광활성화	415,000	

○ 자체 사업 : 3,588,000천원 (6개 사업)

(단위 : 천원)

재 원	사 업 명	예산액	비 고
합 계		3,588,000	
공 사 자본금 (6개 사업)	임진각 관광지 관리운영	1,350,000	
	평화누리 캠핑장 관리운영	1,950,000	
	캠프그리브스 DMZ 체험관 관리운영 (재투자)	15,000	
	캠프그리브스 전시운영 (재투자)	30,000	
	평화누리 캠핑장 태양광 설치 신규	80,000	
	경기관광 활성화 인프라 구축	163,000	

II. 2026년 사업 추진방향



□ 국내외 환경 분석 (PEST 분석)

정책환경 (Political)	경제환경 (Economical)
• 新 정부의 종합 관광산업 육성 기조 안착 ('26년 관광분야 예산 10% 확대 집행) • 친환경 등 지속가능한 관광정책 확대 • 민선 9기 경기도 출범에 따른 새로운 관광·지역 정책에 대한 대응 본격화	• 고물가 등 국내외 경제의 불확실성 지속 • 국내경기 정체 국면 지속 대비, 관광 및 서비스업 중심의 견고한 성장세 지속 • 부동산 시장 정체 등으로 인한 경기도 건축 재정 기조와 예산 효율화 필요 증대
사회환경 (Social)	기술환경 (Technological)
• 국내 인구구조의 급속한 고령화 • 전세계 시장, 한류의 영향력 확대 • 양극화된 소비 패턴 및 초개인화된 여행 트렌드 심화 • ESG 및 지속가능성에 대한 관심 증대	• 디지털 전환 가속(데이터·AI·플랫폼 활용) • AI 및 AR·VR 활용 콘텐츠 등 스마트 관광 환경 확산 • 방한외국인 결제 편의성 제고 노력 (한국관광공사 QR코드 결제 시스템 등)

□ 국내 및 경기도 관광객 유치 동향

- (외국인 관광객) '26년 방한 외국인 관광객수 2천만명 시대 개막 예상,
경기도 방문율은 '25년부터 회복세(10.0%^{'24년} → 11.2%^{'25년})

구 분	2023년	2024년	2025년	2026년(1~5월)	비고
방한 외국인 관광객수(명)	11,031,665	16,369,629	18,936,562	8,716,791	
증가율 (%)	245.0%	48.4%	15.7%	21.0%	
경기도 방문율 (%)	13.3%	10.0%	11.2%	11.2%	
경기도 외국인 관광객수(명)	1,467,211	1,636,962	2,120,894	976,280	

* 경기도 방문율 : 문화체육관광부 '외래관광객 조사' 결과 ('26. 1~5월은 2025년 방문율 적용)

- (내국인 관광객) ‘내국인 관광객수’는 ‘24년 이후 소폭 상승 추세,
경기도는 당일여행 경쟁력은 우수, 숙박여행은 취약

구 분	2023년			2024년			2025년		
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일
전국 관광객수(천명)	296,977	123,782	173,195	291,825	116,458	175,367	300,909	124,125	176,785
경기도 관광객수(천명)	53,850	9,539	44,311	58,800 (9.2% ↑)	9,522 (△0.2%)	49,278 (11.2% ↑)	61,667 (4.9% ↑)	10,209 (7.2% ↑)	51,457 (4.4% ↑)
경기도 비중 및 순위	18.1% (1위)	7.7% (7위)	25.6% (1위)	20.1% (1위)	8.2% (7위)	28.1% (1위)	20.5% (1위)	8.2% (7위)	29.1% (1위)

* 출처 : 연도별 국민여행조사(문화체육관광부)

□ 관광트렌드 분석

- 2026년 관광트렌드 전망 : DUALISM (한국관광공사, '25. 12월)

- 상반된 가치의 공존, 기술과 감성이 교차하는 ‘이원적 관광’ 시대

※ 이원적 관광(Dual Tourism) : 기술과 감성, 럭셔리와 실속, 위기와 적응 등 상반된
가치가 공존하며 만들어내는 새로운 여행 경험

D	Digital Humanity - AI 트립 버틀러, 여행자의 감성을 읽는 기술 번거로운 과정은 AI가 해결, 인간은 감성적 경험에 집중하는 여행형태 확산
U	Unity of Culture - 스크린 밖 K-일상, ‘찐’ 한국인처럼 살아가기 K-콘텐츠 촬영지 방문을 넘어 한국인의 생활양식을 직접 경험하는 수요 증가
A	Adaptive Resilience - 여행자 서약, 방문한 곳을 더 나은 곳으로 기후위기·인구소멸에 대응, ‘재생형 관광’과 ‘윤리적 소비’ 실천 현상 강화
L	Local Re-creation - 익숙함을 넘어 새로움을 만드는, 로컬 리크리에이션 평범한 일상(시장, 노포 등)의 독창적 관광자원화로 로컬 중심의 여행문화 정착
I	Individual Value Spectrum - N극화 소비, 다양한 취향이 반영된 나만의 기준 ‘중요한 경험에 과감한 투자 VS 합리적 소비 추구’의 여행시장 세분화 확대
S	Spatial Experience - 공간 브루잉, 경험의 밀도를 높이는 공간의 재탄생 미디어아트 등 오감을 자극하는 체험형·몰입형 복합문화공간의 소비 확대
M	Multi-Generation Flow - 여행 감성 세분화, 여행의 의미가 세대별로 재해석 세대별 가치관에 따른 여행감성 분화 가속 (2030 인증샷·자아 VS 5060 웰니스·치유)

미션

관광을 통해 지속가능한 지역경제 발전과 주민복지 증진에 기여한다.

비전

일상을 풍요롭게 하는 여행 행복 충전소

G T O Challenge

핵심가치

Glocal
글로컬Travel Technology
관광테크Outstanding
전문성Challenge
도전·혁신

경영방침

혁신을 위한
도전직원이
만족하는 일터모두가
안전한 관광고객과
공감하는 기업

전략방향 (4대)

전략과제 (12대)

브랜드
가치지속가능한
경기관광
브랜드 가치 확립

1 경기관광 특화 콘텐츠 발굴 및 육성

2 경기여행 기회 확대

3 고객맞춤형 온·오프라인 홍보 활성화

관광객
유치선제적 국내외
관광객 유치

4 경기관광 기회 상품 개발·운영

5 시장 맞춤형 글로벌 마케팅 강화

6 미래형 MICE 산업 육성

DMZ
관광DMZ
평화·생태관광
글로벌 허브 도약

7 글로벌 DMZ 관광 브랜드 확립

8 평화·생태관광 기반 확대

9 임진각 평화누리 일원 운영 활성화

경영
효율화지속가능
경영체계 강화

10 경기관광 신사업 기회 발굴

11 디지털 기반의 경영관리체계 고도화

12 지속가능 ESG 경영 강화

III. 2026년 주요사업 추진현황 및 계획



III-1

지속가능한 경기관광 브랜드 가치 확립

□ 2026년도 주요 추진전략

경기관광 특화 콘텐츠 발굴 및 육성

- 로컬 크리에이터 협력을 통한 경기도 특화 관광콘텐츠 발굴·육성
- 新 트렌드 반영, 다각적 관광콘텐츠 활성화(웰니스, 위케이션, 야간관광 등)

경기여행 기회 확대

- 관광약자·취약계층 등의 여행기회 확대를 적극 도모
- 도민 문화관광 향유 기회 확대를 위한 수요자 맞춤형 서비스 확대

고객맞춤형 온·오프라인 홍보 활성화

- 언론, SNS, 플랫폼 등 경기관광 홍보채널 다각화 및 영향력 강화
- 일상 속 경기관광 콘텐츠 확충을 통한 지역별 균형 발전 선도

1

경기관광 특화 콘텐츠 발굴 및 육성

□ 로컬 관광 지원사업 (2,100,000천원) 사업 통합

- 지역 관광 자원을 활용한 로컬관광 콘텐츠 발굴 및 지원
 - 신규 콘텐츠 공모 및 선정(6건), 트렌드 및 정책 등 관광 분야 인사이트 교육
- 민·관 협력 기반 로컬여행 활성화 추진
 - 로컬 여행 분야 민·관 협력 네트워크 ‘경기 로컬여행 파트너스’ 운영(41개사)
 - 관광 스타트업 협력을 통한 로컬 관광상품 개발 및 판매 플랫폼 구축
- 로컬 여행 크리에이터 조사·발굴·네트워킹, 전문가 컨설팅, 사업화 지원 등

2026년 주요실적

- 시군 주도 로컬관광 콘텐츠 공모 추진 및 사업 선정(6건)
- 로컬여행 민·관 협력 네트워크 ‘경기 로컬여행 파트너스’ 선정·운영(41개사)
- 관광스타트업(1개소) 협력 추진(러닝기반 상품 개발, 17개 시·군 참여 신청)
- 시·군 공무원/공공기관 관계자 사업 실행역량 강화를 위한 인사이트 교육(2회)

□ 경기 둘레길 활성화 (900,000천원)

- 친환경 저탄소 걷기여행 문화 확산을 위한 경기 둘레길(860km) 통합 관리운영
 - 전 구간 전문가 모니터링을 통한 노선 데이터 현행화
 - 안내사무국 및 자원활동가 4기 운영, 이용객 민원 및 완보자 인증 관리

- 경기 둘레길 온·오프라인 마케팅 및 홍보
 - 누리집 개편을 통한 정보전달 체계 개선 및 정보 최신화로 이용자 편의성 제고
 - 경기 둘레길 활성화 프로그램(걷기행사 2회, 개별방문 챌린지 2회)

2026년 주요실적

- 2026 경기둘레길 부천 걷기행사 추진 : 158명 참여 (3. 28일)
- 경기둘레길 자원활동가 4기 선발(17팀 34명) 및 발대식 (4월)
- 경기둘레길 역사문화나들이 개별방문 챌린지 400명 신청 (활동기간 : 6.~11월)

□ 경기 바다관광 활성화 (500,000천원)

- 공모 기반 ‘경기 바다관광 콘텐츠’ 지속 발굴·운영
 - 현장 모니터링 및 사후 컨설팅 신규 도입으로 콘텐츠 완성도 및 관광객 만족도 제고
- SNS 콘텐츠 고도화 및 참여형 이벤트 기획·운영 등 경기 바다 브랜드 마케팅

□ 야간관광 프로그램 개발 지원 (700,000천원)

- 야간 특화 지역 콘텐츠 개발 및 프로그램 운영 지원으로 체류형 관광 활성화
 - 시·군 대상 야간관광 프로그램 공모·선정 및 운영 지원 (2~3개소 예정)
 - 야간관광 전문가 컨설팅 확대 (현장 모니터링, 만족도 조사, 사전·사후 컨설팅 등)

□ 경기도 웰니스 관광 활성화 (400,000천원)

- 경기도 웰니스 관광지 신규 발굴 및 경쟁력 강화
 - 경기도 웰니스 관광지 신규 인증(약 10개소) 및 기존 관광지 고도화 밀착 컨설팅(15개소)
- 경기도 웰니스 관광 브랜드 전략적 홍보 마케팅 및 상품화 지원
 - 웰니스 박람회 참가 및 주요 OTA(온라인여행사) 연계 FIT(개별여행객) 대상 프로모션 등
- 경기도 웰니스 관계자 대상 교육 및 네트워크 강화로 지속 가능 운영체계 구축

2026년 주요실적

- 컬처패스-웰니스 연계 프로모션 : 웰니스 쿠폰(숙박·액티비티) 3,525매 발행(6월)
- 道·시군·관계기관 등 협의체 운영으로 협력 기반 구축 (6월 / 27명 참석)
- 경기형 웰니스 관광지 신규 인증 추진 (10개 시군, 14개소 접수)

□ 경기도 일·휴양 연계 관광산업(위케이션) 활성화 (200,000천원)

- 경기도 전역 위케이션 거점 확충 및 지역 확대
 - 31개 시·군 공모를 통한 위케이션 거점 6개소 추가 발굴 (기존 5개소 지속)
 - 도내 거점 확충을 통한 참가자의 참여 기반 확대 및 접근성 강화
- ※ 경기북부 중심 사업을 경기도 전역으로 단계적 확대하여 균형 발전 도모

- 경기도 워케이션 인지도 확산 및 브랜드 가치 제고
 - 온라인·오프라인 홍보 채널(누리집, SNS 등) 통합 운영을 통한 브랜드 인지도 강화
 - 수도권 기업·기관 대상 설명회 및 홍보 콘텐츠 제작·배포를 통한 참여 유도

2026년 주요실적

- 경기도 워케이션 신규 거점 6개소 추가 발굴 (총 11개소 운영)
 - (신규) 양평, 의정부, 수원, 이천, 시흥, 파주 / (기존) 연천, 동두천, 가평, 파주, 포천
 - (운영 실적) 워케이션 348박 예약 확정 (6. 30. 기준 / 연간 목표 1,300박)

□ 경기 광릉숲 관광 활성화 (200,000천원) 신규 사업

- 광릉숲 생태·문화 자원 활용, 고품질 로컬여행 프로그램 개발
 - 광릉숲 로컬 크리에이터 협업을 통한 민간 주도형 프로그램 개발, 지역상생 생태계 조성
- 광릉숲 자원을 활용한 스토리텔링 굿즈 개발 및 확산
 - 광릉숲 생태문화 스토리 및 로컬여행 프로그램 연계 굿즈 기획 및 개발
 - 광릉숲 축제 기간 중 홍보부스 운영 등을 통한 굿즈 확산

□ 경기 로컬이벤트 지원 (800,000천원) 신규 사업

- 지역 고유자원을 활용한 로컬관광 콘텐츠 발굴 및 브랜드화 추진
 - 지역 특색·스토리를 반영한 경기도 대표 로컬여행 자원 발굴
- 민관 협력 기반 참여형 로컬여행 활성화
 - 로컬 매니저·지역 사업체 연계 체험형 이벤트 및 여행상품 개발·운영
- 지속가능한 경기 로컬관광 생태계 구축
 - 로컬 콘텐츠의 상품화 및 브랜드 확산을 통한 지역관광 경쟁력 강화

2026년 주요실적

- 지역성·콘텐츠 경쟁력·확장성 고려, 경기 로컬여행 대표 관광자원 발굴 (10개소)

□ 경기 관광활성화 추진 (2,000,000천원) 신규 사업

- 경기관광 통합 브랜드 및 관광기념품 개발·고도화를 통한 관광 경쟁력 강화
- 국내 첨단산업, 친환경 여행 등 트렌드를 반영한 다양한 관광코스 발굴
 - 지역 기반 융합 프로그램 개발·운영, 첨단 산업 연계 K-Tech Tourism 콘텐츠 개발, K-Tech × Tourism 스토리텔링 기반 영상 및 브랜드 연계 콘텐츠 제작·홍보 등
- 드라마, 예능 등 프로그램 제작 지원을 통한 목적지로서의 경기도 관광지 노출

2

경기여행 기회 확대

□ 경기도 무장애관광 환경 조성 (300,000천원)

- ‘모두가 함께 누릴 수 있는’ 무장애(Barrier-Free) 관광 콘텐츠 발굴
 - 임산부, 시각장애인 등 다양한 관광약자가 누릴 수 있는 ‘모두의’ 콘텐츠 발굴 공모
- 현장 중심의 공간환경 조성을 위한 무장애관광 인프라 컨설팅 및 모니터링
 - 접근로, 주차장, 화장실 등 주요시설에 대한 무장애 공간환경 개선 컨설팅(7개소)
- 경기도 무장애관광 인식도 제고를 위한 ESG 캠페인 등 온라인 홍보 강화

2026년 주요실적

- 도 무장애 관광지 공간환경 개선 사업 연계 무장애관광 현장 컨설팅(7개소)
- 시·군 협업, 무장애관광 ESG 캠페인 대상지 선정 및 현장실사

□ 경기도 취약노동자 휴가비 지원 (820,000천원)

노동국 소관

- 취약노동자 휴가비 지원 대상자 선정·지원 (2,600명)
 - 경기도 지원금(25만원)과 본인 부담(15만원)으로 여가 포인트 조성 및 상품 지원
- 휴가비 지원사업 전용 온라인 몰 구축 및 여행·여가 상품 구성
 - 우수한 선택적 복지제도 시스템·여행 플랫폼 선정으로 참여자 이용 편의성 및 만족도 제고
- 휴가비 포인트 사용 활성화를 위한 홍보활동 진행 (경품 행사 등)

2026년 주요실적

- 취약 노동자 휴가비 지원 대상자 선정 (2,600명)
- 휴가비 전용 온라인몰 구축 (여행·관광·문화 상품 약 11만여개 구성)

□ 경기 컬처패스 운영 (2,500,000천원)

- 도민 문화향유 기회 확대를 위한 경기 컬처패스 및 문화소비쿠폰 확대 운영
 - 컬처패스 서비스 기능개선 및 문화관광 콘텐츠 확대 제공, 분야별 사업자 확대 운영 등
- 내주변 컬처 프로그램&콘텐츠, 트레저헌팅 등 서비스 고도화 개선

○ 민간 플랫폼사 협력 강화 및 문화관광분야 연계 프로모션 추진

- (기관협력) 경기아트센터(메리골드뮤지컬, 2월), 경기콘텐츠진흥원(컬처모아, 5.~11월)
(문화관광협력) 웰니스·워케이션 프로모션(6.~11월)

< 2026년도 주요 개선사항 >

구분	2025년	2026년
지원대상	경기패스+기후행동+주소인증 경기도민	경기도민(정부24인증)
지원액	25천원 /연	80천원/연
지원분야	6개 분야 (공연, 전시, 스포츠, 영화, 숙박, 액티비티)	8개 분야 (공연, 전시, 스포츠, 영화, 숙박, 액티비티, 도서, 클라우드편당)
공동사업자	3개사 (CGV, 티켓링크, 여기어때)	6개사 (CGV, 롯데시네마, 티켓링크, 여기어때, 교보문고, 알라딘)
쿠폰지급	쿠폰신청 후, 週단위 당첨자 선정발표	쿠폰 즉시 추첨 및 다운로드·사용
사용처	경기도내 지역 한정	경기도를 포함한 전국 권역

2026년 주요실적

○ 문화·예술·체육·관광·도서·콘텐츠 분야 문화소비 쿠폰 지급 및 콘텐츠 확대

- 컬처패스 가입자 현황 : 707,736명 / 쿠폰 35만장 발급
- 위치기반 문화·체육·관광시설(9,300개소), 프로그램 정보 제공 등 기능 고도화

※ 「모바일 어워드 코리아 2026」 선정, 구글 및 애플 앱마켓 '라이프스타일 부문' 인기차트 1위 달성

3 고객맞춤형 온·오프라인 홍보 활성화

□ 전략적 언론매체 홍보 (1,700,000천원)

- 기사 가치 있는 이슈 발굴 및 확산을 통한 경기관광 브랜드 제고
- 유력 언론매체 연계 온·오프라인 기획홍보를 통한 경기관광 수요 창출
- 언론 네트워크 기반 리스크 관리·광고·기사를 통한 정책·사업 성공 추진 기여

2026년 주요실적

- 경기관광 보도 건수 : 1,989건 (6. 30. 기준, 보도자료 35건)
- 언론 창간 및 일반광고 89건, 유력 언론매체 기획홍보 4건

□ 비대면 관광콘텐츠 홍보 (200,000천원)

- 통합 마케팅 핵심메시지 활용 콘텐츠 및 주요사업 콘텐츠를 활용한 홍보 추진
- 수도권 직장인 및 실생활 소비층 대상, 생활권 밀착형 비대면 홍보 강화
- 유력 비대면 매체 활용 경기관광 콘텐츠 홍보

□ 찾아가는 경기관광 홍보관 운영 (240,000천원)

- 주요 거점 순회형 팝업 홍보관 운영 (10회 이상)
 - 경기관광 특화 테마 전시 및 체험 프로그램 운영을 통한 실질적 방문 유도
- 국내 주요 관광박람회 참가 및 경기관광 주제관 운영(1회)
 - 대한민국 국제 관광박람회 등 국내 대표 박람회 참가 및 특화 테마관 운영

2026년 주요실적

- 찾아가는 경기관광 홍보관 운영 : 총 2회 / 6일간 / 방문객 1,086명
 - (1회) 수원 '문화사계 봄' 행사 현장 홍보관 / (2회) 서울 지역관광안테나숍 팝업 행사

□ 경기 문화 팝업스토어 운영 (800,000천원)

신규 사업

- 도내 유관기관 협업 복합 문화·관광 공간 '컬처라운지 경기, 장(場)' 운영·관리
 - 도내 6개 기관의 다양한 문화관광 요소를 융합한 전시 및 체험형 콘텐츠 제작
 - * 참여기관: 경기관광공사, 경기문화재단, 한국도자재단, 경기콘텐츠진흥원, 경기아트센터, DMZ국제다큐멘터리영화제
 - 공간 운영 및 안전관리 전담인력 배치(4~6명), 배상책임보험 등 안전체계 구축
- 유희 공간의 문화·소통 거점화로 도민 체감형 문화향유 기회 확대
 - (관광) 여행취향 맞춤 관광정보 제공 (문화) 미술작품 전시, 공연, AI영화 상영
 - (체험) 문화·교육·체험 프로그램 (판매) 생활 도자기 및 박물관 굿즈
- 팝업 스토어 공간 활성화를 위한 통합 홍보·마케팅 추진

2026년 주요실적

- 팝업스토어 '컬처라운지 경기, 장(場)' 정식 개관 (4. 18. ~ / 방문객 16,132명)
- 도민 체감형 문화서비스 제공(문화공연 11회, 공예체험 46회, 가족프로그램 16회 등)
- 공간 활성화를 위한 홍보 마케팅 추진(경기관광사진전, 스윗데이 이벤트 등)

□ 수도권 5개 시·도 관광진흥 공동사업 (271,922천원) 신규 사업

- 5개 시도 연계 관광상품 온·오프라인 홍보마케팅 및 협력사업 추진
 - SNS 크리에이터 및 해외 OTA(온라인여행사) 협업 홍보마케팅 진행, 국제 박람회 참여 등

2026년 주요실적

- 수도권 관광진흥협의회 상반기 정기회의 개최 (3. 31. / 수원전통문화관)
- 유력 SNS 채널(여행에 미치다) 및 크리에이터 10인 협업 홍보 캠페인 진행

□ 일상 속 경기관광 브랜드 홍보 (1,900,000천원)

- 시의성·트렌드를 반영한 콘텐츠 제작을 통한 경기관광 소셜미디어 활성화
 - (유튜브) 글로벌 콘텐츠 확대(10편) 및 타깃 세분화 콘텐츠·이벤트 운영(85편 이상)
 - (인스타그램) 타깃 맞춤형(반려동물 등) 및 시기별 적기 콘텐츠 제작·확산(주 5회 이상)
- 경기관광 전문필진 ‘끼투어 기자단’ 확대 운영을 통한 고품질 콘텐츠 취재·발굴
- 경기관광 홍보 통합 브랜드 콘텐츠 제작 및 디지털 등 일상매체 활용 확산

2026년 주요실적

- 소셜미디어 콘텐츠 제작·홍보 : '26년 조회수 1,746,625회(유튜브, 인스타그램 등)
- 끼투어 기자단 인원 확대(20명→30명) 및 틱톡 등 신규 플랫폼 확대·운영

□ 경기관광 인지도 강화 (364,000천원)

- OTT 기반 홍보 확대 및 신규 프로그램 기획 연계 강화
 - 주요 OTT(넷플릭스·유튜브) 연계 예능·여행 콘텐츠 제작 및 노출 확대
- 경기관광 외국인 서포터즈 운영으로 국적별 맞춤형 홍보콘텐츠 강화
- 경기도 관광사진 공모전 운영 및 관광콘텐츠 확보
 - 한국사진작가협회 등 전문 작가 협업 공모전 운영 및 신규 우수 작품 확보

2026년 주요실적

- 미디어 콘텐츠 활용(PPL), 3개 시군(가평·안산·김포) 관광자원 집중 홍보(6월)
- 경기관광 외국인 서포터즈 운영(40명) : 콘텐츠 312건, 조회수 270만회 (5월~)
- 2026 경기도 관광사진 공모전 개최 및 접수 진행 (6. 15. ~ 9. 4.)

□ 미디어 콘텐츠 활용 관광자원 홍보 (238,700천원)

시·군 위수탁사업

- 방송·OTT 프로그램 제작 지원(PPL)을 통한 시·군 주요 관광지 집중 노출
 - 예산이 확정된 3개 시·군(화성, 포천, 광명)의 핵심 관광지 연계 방영 추진

2026년 주요실적

- 화성·광명 주요 관광명소 대상 방송 프로그램 총 3편 제작·방영 지원
 - (화성) 2편 방영 및 촬영 완료(KBS2 생생정보, 채널A 야구여왕2)
 - (광명) 1편 방영 예정(KBS1 동네 한바퀴, 7.25. 방영 예정)

□ 경기관광 플랫폼 운영 (850,000천원)

- AI 기반 맞춤형 여행 추천 서비스 ‘하이GT’ 운영
 - 경기관광 플랫폼이 가진 사용자 행동 데이터와 접속 기기 정보 등을 결합, 보다 정교화된 개인 맞춤 여행지, 음식점, 코스 등을 추천하는 맞춤형 여행 제안
 - 공사 운영 누리집 대상 서비스 확장 및 SEO(검색엔진 최적화)를 통한 AI 인용률 증대
- 자체 관광정보 DB 확보 및 운영
 - TourAPI^{한국관광공사} 의존도 축소와 자체 데이터 확보·운영으로 정보 최신성·정확도·개방성 개선
 - AI가 즉시 인용 가능한 지능형 데이터 구조화 및 표준화로 신뢰할 수 있는 데이터 확산

2026년 주요실적

- 경기관광 플랫폼 방문자수 160만명, 페이지뷰 292만뷰 (6. 30. 기준)
- 주요 AI 엔진(ChatGPT 등)이 경기관광 정보를 우선 인용하도록 스키마구조 최적화 및 검색·인용 도달률을 높이는 AIEO(인공지능엔진 최적화) 전략 추진

III-2 | 선제적 국내외 관광객 유치

□ 2026년도 주요 추진전략

경기관광 기회 상품 개발·운영	• 지역 및 업계 협력을 통한 경기도 체류·소비 확대 상품 활성화 • 경기도만의 특화 콘텐츠 및 행사 활용, 상품개발 및 관광객 유치 확대
시장맞춤형 글로벌 마케팅 강화	• AI 플랫폼 협력 강화 및 지역 브랜드 제고를 통한 방문 수요 확대 • 글로벌 거점 기능 고도화 및 시장 다각화를 통한 안정적 유치 기반 구축
미래형 MICE 산업 육성	• 고부가 관광객 유치를 위한 MICE 행사의 유치·개최 확대 적극 지원 • 경기 MICE 활성화 기반 구축으로 MICE 유치 경쟁력 강화

1 경기관광 기회 상품 개발·운영

□ 경기관광 통합이용권(투어패스) 운영 (900,000천원)

- 도·시군·관광사업체 간 연계 강화를 통한 ‘투어패스’ 상품 출시 (4월)
 - 자유이용권(통합권)의 대표 상품화로 체류시간 연장 및 지역별 관광객 확산 유도
 - 지역연결, 정책사업 연계 상품 구성 및 소규모 관광사업체 지원 강화
 - 경기-충남 베이밸리* 상생협력('22.9.)에 따른 투어패스 운영 (3억원)
 - * 10개 시군 : (경기) 시흥, 안산, 화성, 평택, 안성 / (충남) 당진, 서산, 천안, 아산, 예산
- 사용자 중심의 ‘투어패스’ 구매 플랫폼 구성 및 통합 홍보마케팅 추진
 - 모바일 검표 시스템 및 문자메시지 서비스 등 사용자 이용편의성 강화
 - 홍보영상 제작 및 온·오프라인 홍보를 통해 ‘투어패스’ 인지도 제고

2026년 주요실적

- 다양한 관광자원을 통합한 경기 투어패스 상품 출시·운영 (4. 27. ~)
 - 30개 시·군, 183개소 참여(주요 관광지, 미술·박물관, 체험·식음시설 등)
 - 판매량 3,740매 (경기 투어패스 2,789매 / 베이밸리 투어패스 951매) ^{6월말 기준}

□ 로컬 콘텐츠 개발 (600,000천원) 신규 사업

- 디지털 체험형 경기도 문화 콘텐츠 개발
 - 공간과 문화콘텐츠가 융합된 경기도만의 지역자원 발굴 및 스토리 개발
 - 디지털 체험형 XR(확장현실) 접목 실감형 콘텐츠 개발 및 투어 프로그램 운영
 - 로컬 콘텐츠 확산 유도 및 지역방문 유도 홍보마케팅 전개

□ 경기도 문화사계 (1,050,000천원)

- 계절별 특성에 맞는 문화예술행사 개최로 지역 상권 활성화 및 관광객 유치
 - (봄) 꽃, 빛, 공간을 활용한 행사 개최로 봄철 대표 축제 브랜드 확산
 - (가을) 임진각 평화누리 가을 경관 및 안중근평화센터 개관 연계 평화 음악 페스티벌 개최
 - '26. 9. 18. ~ 20. / 감성 음악 페스티벌, 안중근평화센터 연계 특별공연, 체험홍보부스 등
 - (겨울) 크리스마스 시즌을 활용한 겨울 축제 개최로 연말 道 대표 문화 축제 구축
 - '26. 12월 말 / 문화예술 공연, 야간 조명예술 포토존, 트리 점등 등
- ※ 여름철 폭서기 도민 참여 및 참가자 안전 고려, 봄가을겨울 집중 개최

2026년 주요실적

- 문화사계 “봄” 「경기 상상해 봄 페스타」 개최 (3.28.~29. / 경기상상캠퍼스)
 - 관람객 약 8,100명('25년 대비 231% 증가) / 만족도 95%(만족 이상)
 - 플리마켓, 푸드트럭 등 소비형 프로그램을 통한 지역경제 활성화 (판매액 18,105천원)

□ 이산문화제 (300,000천원)

- 정조대왕 ‘이산’ 스토리 기반 차별화된 역사문화 관광브랜드 육성
 - 창작·퓨전국악 공연 등 전통과 현대를 아우르는 문화 콘텐츠 운영
- 세대가 함께 공감하고 참여하는 체험형 역사문화 콘텐츠 운영
 - 한복 체험·포토존 등 참여형 프로그램 연계, 젊은층의 관심 제고 및 참여 확대

□ 2026 경기 서부권 관광 활성화 (415,000천원)

시·군 위수탁사업

- 경기 서부권 7개시 연계 협력형 광역 테마버스 운영
- 서부권 공동 홍보관 확대 운영 (2회 → 7회 : 7개시 각 1회)
- 베트남 국제관광박람회(VITM) 참가, 홍보설명회 및 홍보부스 운영

2026년 주요실적

- 베트남 국제관광박람회(VITM) 참가, 경기 서부권 관광홍보설명회 개최 (4월)
 - 경기 서부권 홍보부스 운영(방문객 7,000명), 홍보이벤트 16회 추진(참가자 3,500명)
- 경기서부권문화관광협의회 2026 상반기 정기회의 개최 (6월)

2

시장맞춤형 글로벌 마케팅 강화

□ 경기관광 글로벌 마케팅 기반 강화 (1,200,000천원)

- (직접운영) 태국 경기관광공사 대표사무소 운영 ('25년 지방관광공사 최초 개소)
 - 현지 한국관광 홍보행사 참가 경기관광 홍보세일즈 추진(K-관광로드쇼 등)
 - 현지 잠재소비자 등 대상 상설 경기관광 홍보체험센터 운영 및 SNS 마케팅 추진
 - 경기도 상품개발 및 유치 확대를 위한 경기관광 로드쇼 개최(B2B, B2C)
- (위탁운영) 중화권 경기관광 홍보사무소 운영 (3개소: 상하이, 칭다오, 타이베이)
 - 한·중 관계 전면 복원 연계 현지 소비자 대상 FIT(개별여행객) 설명회 개최
 - 중화권 자매우호지역 등 주요 도시 여행업계 세일즈콜 추진(B2B)
 - 중화권 주요 관광박람회, K-관광로드쇼 참가 경기관광 홍보세일즈(B2C, B2B)
 - 중화권 잠재소비자 타겟 경기관광 온라인 홍보 추진(중국어 SNS 채널 운영 등)

2026년 주요실적

- 태국, 베트남 포상관광 등 단체 유치(7건) 및 현지 홍보마케팅 추진(21회)
- 중국 자매우호지역 등 주요 도시 현지 홍보 세일즈 추진(14회, 10개 도시)
- 대만 메가 인플루언서 및 유력 방송 프로그램 유치 (5~6월)

□ 외래관광객 유치 경쟁력 강화 (4,220,000천원)

- 해외 중점시장별 맞춤형 마케팅 (중화권, 동남아, 일본, 구미주 등)
 - 트립닷컴 등 글로벌 유력 OTA(온라인여행사) 공동마케팅을 통한 FIT(개별여행객) 집중 공략
 - 시장별 홍보세일즈 및 상품개발 지원을 통한 다양한 관광객 유치
- 경기관광·마이스 얼라이언스 지원으로 지속가능 관광산업 생태계 구축
 - 얼라이언스 회원사 해외 홍보마케팅 및 세일즈 활동 지원 등
- "The Real Korea Gyeonggi" 브랜드 홍보 추진
 - 외국인 잠재소비자 타겟 주요 스포츠 경기관광 브랜드 광고 등

- 경기도 의료관광 활성화 사업 추진
 - 의료+관광 융복합 프로그램 운영을 통한 외국인 환자 및 동반가족 유치
 - 해외 의료관광 주요 송출국 대상 경기도 의료관광 홍보마케팅 추진
- 중동 전쟁 위기 극복 인센티브 지원 및 'Safety Gyeonggi' 캠페인 추진

2026년 주요실적

- 트립닷컴^{중국 최대 OTA} 공동 마케팅 협업 추진 (1.~5월, 8천만부, 3만여명 유치)
- 클룩^{동남아 유력 OTA} 공동 경기관광 캠페인 (3.~5월, 1.5만여명 유치)
- 경기관광 브랜드 홍보 추진 (4.~6월, 인천공항 카트 및 수도권 CU 편의점)
- 道 의료+관광 프로그램 운영 외국인 환자 및 가족 등 500여명 유치(3.~6월)
- 중동 위기 극복 중국 인바운드 유치 버스비 지원 추진 (6월, 1천여명 유치)

□ 외국인 대상 일일투어(EG투어) 운영 (100,000천원)

- 서울 방문 외래관광객 대상, 교통 인프라를 제공하는 일일 투어버스 운영
 - 기존 인기 상품 및 전략적 테마상품을 반영한 운영 노선 설계 및 운영
- 전략적 테마상품 홍보 마케팅 강화 및 무사고 운영으로 외래관광객 모객 확대

2026년 주요실적

- EG투어 15개 코스 개발(정규/테마), 23회 운영, 826명 유치 (4. 21. ~ 6. 30.)

□ 경기관광 안내체계 강화 (200,000천원) 신규 사업

- 경기도 관광안내지도, 관광안내책자(가이드북) 제작·배포
 - : 총 18만부, 5개 언어 제작(한, 영, 일, 중간, 중번) / 약 80개소 비치·배포
 - 전문기관(경기도관광협회) 위탁 추진 / 다양한 신규 관광 콘텐츠 발굴 및 정보 수록
- 경기관광공사 해외마케팅 사업 연계, 외국어 홍보물 활용
 - 해외 관광행사 참가·배포, 해외 사무소 활용·배포, 국내외 여행업계 세일즈·팸투어 연계 활용·배포, 해외 주요 여행업계·유관기관 배포 및 상품개발 독려

2026년 주요실적

- 2026년 관광지도 및 안내책자 자료 업데이트 및 9만부 인쇄 완료 (5월)
- 중화권, 동남아 홍보 행사 연계 배포 (5월 충칭, 타이베이 / 6월 마닐라 등)

3

미래형 MICE 산업 육성

□ 마이스 유치개최 경쟁력 강화 (1,150,000천원)

- 도내 고부가 마이스 행사 유치 및 개최 지원
- 국내외 박람회 참가 등 마이스 바이어 대상 경기 마이스 자원 홍보
 - The Meetings Show, KME, IMEX America 등
- 경기 마이스 온라인(뉴스레터) 홍보마케팅 추진
- 수요자 맞춤형 대면 마케팅 강화 및 잠재 수요 발굴 추진
 - 경기 마이스 토크 개최, 세일즈콜 추진 등

2026년 주요실적

- 중대형 국제회의, 기업회의, 포상관광, 국제이벤트 등 고부가 마이스 유치
 - '29 분자생물학·진화학회 연례학술대회(2천명), '27 임웨이 차이나 리더십 세미나(1만5천명), '27 대만 신의방옥(1천명), Flesh & Blood TCG World Tour 2026(8백명)
- 해외 유력 MICE 박람회 “The Meetings Show” 참가 B2B 159건 상담

□ 마이스 산업 기반 구축 (927,000천원)

- 시군 지역산업 연계, 경기도 지역특화마이스 발굴 및 육성
- 도내 시군 유니크베뉴 경쟁력 강화 및 활성화 사업 추진
- 마이스 청년 인력 양성을 위한 경기 마이스 아카데미 운영
- 경기 마이스 스타트업 발굴·육성을 통한 마이스 생태계 확장
- 경기 마이스 중장기 육성방안 5개년 종합계획 수립 연구 추진

2026년 주요실적

- 경기도 지역특화 마이스 발굴 및 단계별 육성 지원 : 6건(수원, 고양, 성남, 부천)
- 2026 경기도 MICE 산업 육성 5개년 종합계획 수립 연구용역 추진 (5월 ~)

III-3

DMZ 평화·생태관광 글로벌 허브 도약

□ 2026년도 주요 추진전략

글로벌 DMZ 관광브랜드 확립	• DMZ 브랜드 홍보 및 대표 페스티벌 개최 등 DMZ 관광 브랜딩 추진 • 평화누리길과 생태탐방로 등 활용, DMZ 평화·생태관광 선도
평화·생태관광기반 확대	• 道 평화협력국 협력, DMZ 일원 인프라 확충 적극 추진 • DMZ 평화관광 연관 콘텐츠 도입·조성을 통한 新 DMZ 관광매력 발굴
임진각 평화누리 일원 운영 활성화	• 시설의 체계적 운영으로 관광객 유치 확대 및 안전성 등 제고 • 임진각 평화누리, 캠핑장 등 활성화로 공공성과 수익성 제고 • 캠프그리브스 활성화 도모 및 방문객 자율관람 수용태세 구축·운영

1

글로벌 DMZ 관광 브랜드 확립

□ DMZ 홍보 마케팅 (1,200,000천원)

- 평화, 역사, 문화, 생태적 가치를 담은 콘텐츠 활용 DMZ 브랜드 마케팅
 - 경기 DMZ 누리집 콘텐츠 내실화 및 SNS(올댓디엠지) 활용 MZ세대 대상 브랜드 홍보
 - 대성동 마을 정체성을 시각화한 농·특산물 BI 및 포장디자인 개발을 통한 지역 상생 실현
- DMZ 접경지역 인프라 구축 및 지속 가능한 상생 관광상품 모델 개발
 - 코레일 DMZ 평화열차 활용 권역별(파주·연천) 당일 관광 코스 다변화 및 접근성 강화
 - 공공 3자 상생 협력 체계 고도화를 통한 접경지역 소상공인 골목상권 매출 증대 건인
 - ※ 코레일관광개발(이동) + 공사(콘텐츠) + 소상공인시장진흥공단(온누리상품권 제공)
 - 스토리텔링 기반 임진각 ‘DMZ 도슨트 투어’ 운영을 통한 거점 내 체류형 관광 활성화
- 유력 언론매체 연계 온·오프라인 DMZ 홍보로 경기 DMZ 브랜드 제고

2026년 주요실적

- DMZ 열차상품 개발·운영(3회, 탑승객 274명) → 접경지역 관광 접근성 강화
- 임진각 ‘DMZ 도슨트 투어’ 운영(13회, 152명) → 거점 내 체류형 관광 활성화

□ 경기 GHOST 뮤직 페스티벌 (1,000,000천원) 신규 사업

- DMZ 관광자원과 K-드라마·영화 OST를 중심으로 공연·관광·체험 콘텐츠를 융합한 경기도형 글로벌 한류 페스티벌 개최 (5만명 내외 관람 예상)
 - 일시·장소 : '26. 10. 9.(금) ~ 11.(일) / 임진각 평화누리 일원
 - 추진방식 : 민간 공동사업자 투자 매칭을 통한 민·관 협력형 지속가능 축제 운영

- 주요 프로그램 : (공연) GHOST(경기 한류 OST) 콘서트,
(체험) OST 체험, 한류 콘텐츠 마켓, 홍보관, 관광지 연계 투어상품 등,
(숙박) 캠핑 숙박&웰니스 프로그램 운영(요가, 명상 등)

2026년 주요실적

- 민간 공동사업자 투자 매칭 방식 도입을 통한 민관협력형 축제 운영 기반 구축
 - 민간 공동사업자 선정 : (주)경기일보 / 민간자본 12억원 유치

□ 평화누리길 활성화 (1,151,628천원)

평화협력국 소관

시·군 위수탁사업

- 안전한 길 유지관리 및 편의시설 개선 등 안정적·효율적 평화누리길 관리
 - 4개 시·군(김포, 고양, 파주, 연천) 협력을 통한 편의시설 유지·보수 및 확대
 - 전담 인력 및 시·군별 현장 지킴이 운영을 통한 효율적이고 안정적인 평화누리길 관리
 - 이용객과 동일 조건 경험의 매뉴얼 구축 등 이용객 눈높이 맞춤형 지킴이 프로그램 운영
- 평화누리길 브랜드 인지도 확대를 위한 온·오프라인 홍보 강화
 - 평화누리길 계절별 특색을 살린 추천 코스 발굴 및 홍보
 - 기존 모바일 스탬프 App과 함께 스탬프북 신규 도입을 통한 종주 인증제 운영 고도화
 - 브랜드 굿즈 품목을 5종으로 확대 (기존 3종^{배지, 모자, 가방} + 추가 2종^{아크릴키링, 스탬프북})
- 평화누리길 도보객 편의 증진을 위한 ‘어울림센터’ 관리·운영
 - 전담 인력(2명) 채용·운영을 통한 안정적 시설 유지보수관리
 - 연천 농특산물(25종) 전시·홍보공간 조성, 평화누리길 종주자 현장 즉시 인증제 운영(5월~)

2026년 주요실적

- 종주 인증 서비스 혁신 및 이용객 맞춤형 홍보를 통한 도보 관광 활성화
 - 스탬프북 판매(346개) 및 어울림센터 ‘현장 즉시 인증제’ 운영(완주자 115명)
 - 계절별 추천 코스 발굴 및 언론 홍보(5건), 눈높이 맞춤형 지킴이 프로그램 운영(15회)

□ 임진강변 생태탐방로 관리운영 (330,750천원)

시·군 위수탁사업

- 생태탐방로 해설 프로그램 재개를 위한 수해 복구 지원(군 시설물 정비 등)
 - * 수해로 인해 상시 해설 프로그램 운영 잠정 중단('24. 7월~)
- 임진강변 생태탐방로 재개방에 따른 해설 프로그램 운영 (9.1km)
- 겨울철 어린이 탐조 프로그램('26. 11월) 등 계절 특화 프로그램 기획·운영
- 탐방로 도보환경 및 편의시설 개선, 온라인 예약 누리집 등 인프라 유지·관리

2

평화·생태관광 기반 확대

□ 캠프그리브스 가족형 숙박시설 조성 (548,100천원)

평화협력국 소관

- 캠프그리브스 내 舊 장교숙소 건물 개축을 통해 가족형 숙박시설 조성
 - DMZ 숙박관광객 수요 확충(청소년 단체 → 개별 관광객)을 위한 인프라 확충 추진
 - 조성규모 : 연면적 1,291㎡, 3층 / 4인실, 14객실 56명 수용 / 총사업비 66.25억원
 - '26년 중 건축설계 및 인허가 완료 ('26. 12월 철거공사 착공 목표)

2026년 주요실적

- 道 계약심사(2월) → 제안설계 공모 및 건축사 선정(3월) → 건축설계 착수(4월)
 - ※ 용역개요 : (주)시상종합건축사사무소 / '26.4.10. ~ 12.5. / 289,498천원

□ 안중군 평화센터 조성·운영 (1,000,000천원)

신규 사업

- 임진각 평화누리 내 안중군 평화센터 조성·운영을 통한 역사·평화 교육 강화
 - 유목 영인본 전시를 중심으로 한 상설 전시 공간 조성 및 건물 외관 개선
 - 접근로 개선 등 무장애 인프라 확충을 통한 이용 편의성 제고
- 디지털 기반 참여형 전시 운영 활성화를 통한 관광 명소화 추진
 - 미디어월·디지털 전시 연출을 통한 맞춤형·몰입형 역사 해설 제공
 - 교육·굿즈 연계를 통한 방문객 체험 확대 및 운영 활성화

2026년 주요실적

- 안중군 평화센터 공간 정체성 확립 및 기본구상(콘셉트) 도출 (3. ~ 5월)
- 전시 콘텐츠 기획 및 전시 공간 조성, 종합 운영계획 수립 착수 (6월 ~)

□ 유엔군 화장장 관광자원 개발 (200,000천원)

신규 사업

- 대한민국 유일 UN군 화장장의 체계적 정비로 평화·추모 공간의 상징성 확보
 - 관광객 접근성 향상을 위한 편의시설(쉼터 및 안전난간) 조성
 - 국가 등록 문화재의 역사적 가치 회복을 위한 홍보 프로그램 운영

2026년 주요실적

- 道·공사·연천군 협업, 개발구상(4월) 및 부대시설 조성 실시설계 완료 (5월)

3

임진각 평화누리 일원 운영 활성화

□ 임진각 평화누리 관리운영 (2,750,000천원)

- 임진각 평화누리 시설의 운영 효율화 및 안정적인 서비스 제공
 - (직영시설) 임진강 독개다리, 벙커전시관, 특화편의점, 평화주차장 등 주요 시설 운영 효율화
 - (대관·임대시설) ‘임진각’, ‘평화누리’, ‘DMZ생태관광지원센터’의 쾌적한 공간 관리 및 제공으로 대관 활성화 및 고객 편의성 제고를 통한 공사 수익 증대
 - (공연·놀이시설) ‘평화누리 야외공연장’ 노후화에 따른 점검·보수(2회), ‘모험놀이시설’ 모래 소독(분기 1회) 및 수질 점검, 보험 가입 등 안전관리 철저
- 방문객 편의 증진 및 안전한 관광환경 조성
 - 장애인·어린이 등 배려대상 이용환경 개선(이동동선, 안내판, 화장실 등)
 - 야간관광 콘텐츠 노후 조명 보수 등 조명시설 점검
- 평화누리 수풀누리 일원 노후 시설물의 체계적 정비 및 조경유지관리 강화
 - 공연장, 조형물, 조경시설, 산책로 난간 등 주요 시설물 체계적 보수
 - 조경 및 시설 유지관리와 수변 공간에 말라리아 유충 방제 추진(파주시 보건소 공동)

2026년 주요실적

- 운영시설 다각화를 통한 매출 성장 : 874,092천원^{6.30. 기준}(전년대비 43.2% ↑)
- 트렌드 맞춤형, 체험형 특화 편의점 ‘라면 라이브러리’ 신규 개점 (3. 30.)
- 수풀누리 노후 목재 난간 선제적 교체(총구간의 52%)로 안전 관람환경 조성

□ 평화누리 캠핑장 관리운영 (2,512,500천원)

- 공사 자립기반 확보와 공공의 가치를 추구하는 ‘평화누리 캠핑장’ 운영
 - 시즌별 프로그램 운영 및 특화 프로그램 개발 등 부대사업 확대를 통한 수익성 강화
 - 주민참여형 지역연계 정책을 통한 지역소비 연계 ‘공정캠핑, 로컬마켓’ 확대 운영
- 경기북부 체류형 외국인 관광객 유치 확대를 위한 유력 여행사 협력 강화
 - 협력여행사 확대(25개사^{’25년} → 31개사^{’26년})로 외국인 관광객 2천명(500객실) 유치
- 공공성 강화를 위한 맞춤형 관광복지 정책 추진
 - 관광취약계층, 사회적 배려 대상자, 다자녀가족 대상 우선 예약·배정 및 할인 적용
 - 국세청 세금포인트 및 道 고향사랑기부제 연계 숙박할인 적용

- 신규 콘텐츠 도입 및 시설 개선을 통한 캠핑객 유치 여건 개선
 - 고급형 카라반 도입, 편의동 환경 개선, 샤워실 리모델링 등을 통한 가동률 제고 도모
- 관리동·편의동 활용, 태양광 발전설비(설치면적 230㎡, 용량 40kW) 설치(~8월)

2026년 주요실적

- 협력여행사 확대(25개사^{'25년}→31개사^{'26년}) 및 외국인 관광객 총 238객실, 916명 유치
- 캠핑장 운영실적(1.~6월) : 객실 가동률 52.3%, 매출액 약 9.2억원

□ 캠프그리브스 관리운영 (2,490,000천원)

평화협력국 소관

- DMZ 역사·문화·생태를 주제로 한 DMZ체험관 특화 프로그램 개발 및 운영
 - 교육청, 정부 및 지자체, 학교 단체 등 협력을 통한 프로그램 이용객 유치 확대
 - 통일부, 코레일관광개발 등 기관 연계 캠프그리브스 거점 DMZ 관광상품 개발 및 운영
 - DMZ 일원 기관(중립국감독위원회, 유엔군사령부 군사정전위원회 등) 협력 네트워크 강화
- 캠프그리브스 전시관 자율관람 운영 수용태세 마련 및 신규 콘텐츠 확충
 - 파주 임진각 평화곤돌라 협력, 전면 자율관람('26. 5월)을 통한 관광객 유치 활성화
 - 캠프그리브스의 과거·현재·미래를 소개하는 홍보관(더 그리브스) 신규 콘텐츠 조성
 - 체험·테마형 전시 콘텐츠 및 업사이클링 예술 작품 전시 운영 활성화
 - 정비고 카페, 쉼터 등 편의시설 및 외국어 모바일 전시 해설 운영 등 수용태세 마련
 - 홍보용 기념품 개발 및 소셜미디어, 인플루언서 등을 활용한 전략적 홍보 마케팅
- 캠프그리브스 DMZ체험관 및 전시관의 체계적 시설 유지관리
 - (DMZ체험관) 노후 설비 개선 및 소방 시설 등 보수 공사 추진
 - (전시관) CCTV 운영시스템 일원화 및 신규 인프라(평화정원 등) 시설관리
 - (시설 안전관리) 이용객 안전사고 예방 시설 유지보수, 안전 사인물 설치 등

2026년 주요실적

- 통일부, 경기도교육청 등 협력, DMZ체험관 방문객 유치 : 4,106명 ^{6. 30. 기준}
- 캠프그리브스 전시관 방문객 유치 : 97,437명 ^{6. 30. 기준}
 - 전시관 신규 콘텐츠 도입·운영, 평화곤돌라 연계 캠프그리브스 전면 자율관람(5월 ~) 등

□ 도라산 평화공원 관리운영 (299,000천원)

평화협력국 소관

- 공원 시설물의 효율적인 유지관리 및 DMZ 일원 관광지 연계 방문객 유치
 - 캠프그리브스 및 DMZ 평화의 길 테마노선 연계 프로그램 등 운영
- 방문객 편의시설 확충(포토존) 및 계절별 조경관리 등 시설 유지관리

III-4

지속가능 경영체계 강화

□ 2026년도 주요 추진전략

경기관광 신사업 기회 발굴

- 문화관광 분야 통계 및 빅데이터 분석으로 新 정책사업 발굴 적극 지원
- 공사 보유자산 활용, 관광개발 사업 추진으로 경영안정화 기반 구축

디지털 기반의 경영관리체계 고도화

- 전략·혁신경영 고도화 및 정원 확충 등 공사의 안정적 운영기반 마련
- 정보보호 중요성 증대에 따른 통합 정보보호 거버넌스 운영

주민상생 ESG 경영 강화

- 공사 맞춤형 ESG 경영전략 수립·실행을 통한 지속가능성 제고
- 윤리·인권·재난안전 등 공공기관의 사회적 책임경영 강화

1

경기관광 신사업 기회 발굴

□ 경기관광 실태조사 (380,000천원)

- 국가승인통계(제210015호) 품질 관리 향상 및 대외 공표
 - 조사지점 51개소(31개 시·군별 균등 배분 및 재설계), 조사표본 총 18,500명
 - 국가통계포털 및 경기통계포털 등을 통한 데이터 개방
- 조사체계 고도화·확대를 통한 전문성 및 대외 신뢰도 제고
 - 경기도 관광기업 동향조사 확대(1회 → 4분기)를 통한 경기도 특화 데이터 생산
 - 외국인 관광객 조사지점 확대 및 개편(11개소 → 16개소)을 통한 조사 활용·신뢰도 강화

2026년 주요실적

- 통계청 자체통계 품질진단 결과 4년 연속('22~'25년) 우수 등급 유지
- 국가승인통계(1종) 생산 및 추가조사(5종) 실시 : '26. 1~2분기 조사 진행

□ 문화관광 빅데이터 플랫폼 (650,000천원) 신규 사업

- 도내 축제·행사 대상 카드사, 이동통신사, 모빌리티, 신용평가사 등 양질의 민간 데이터를 수집하고 분석할 수 있는 통합 분석 시스템 구축

- 빅데이터 통합 분석 시스템 활용, 문화·체육·관광 분야 축제·행사의 실질적
도민 체감 효과 및 트렌드 분석으로 신규 과제 도출 및 정책 수립 지원
 - LLM(거대언어모델) 기반 AI 서비스를 통해 행사 관련 데이터를 즉시 분석하여 현황,
주요성과, 정책 제안, 성과보고서 등 종합적인 결과물 제공
 - 간단한 성과 요약 및 보고서 작성으로 업무에 즉시 활용 가능한 자료를 빠르게 생성

2026년 주요실적

- 민간기업 협력, 축제·행사 현황 종합 분석 시스템 구축 (5월)
 - ※ 서비스 이용을 위한 조달청 상품 등록 및 시스템 이용 계약 추진 중

□ 경기도 관광의 날 행사 (200,000천원)

- ‘제2회 경기도 관광의 날 행사(’27. 1. 21.)’의 성공적 개최로 시·군·업계 협력
네트워크 구축 및 경기관광 경쟁력 강화 기반 마련
 - ‘제2회 경기도 관광의 날’ 기획 및 키비주얼 제작 추진 (10월 ~)

2026년 주요실적

- ‘제1회 경기도 관광의 날’ 행사 개최 : 1. 21.(수) / 수원컨벤션센터
 - 총 420여명 참석 / 경기관광 포럼, 관광·MICE 업계 교류 등 네트워킹 행사 등

□ 수원 영화지구 조성사업 (150,000천원)

- 도시재생 혁신지구 사업추진 절차 이행을 통한 조속한 사업화 추진
 - 한국지방행정연구원 출자타당성 검토 및 도시재생 혁신지구 국가시범지구 지정 등

□ 안산 선감유원지 조성사업 (13,000천원)

- 道 정책사업 추진 협력, 선감도 일원 특화전략계획 수립
 - 기관별 특화전략 협력 추진 : 道(총괄), GTO(관광), GH(주거)

2

디지털 기반의 경영관리체계 고도화

□ 전략경영 및 혁신경영 체계 고도화

- GTO 맞춤형 혁신계획 수립·실행으로 경영·사업혁신 제고
 - 도민혁신단 구성·운영(9명), 부서별 혁신리더 선발·운영 등 혁신경영 고도화 추진
- 환경변화를 반영, GTO 중장기 전략경영계획 수립 ('26년 하반기)
 - 민선 9기 경기도지사 공약 등을 고려, 중장기 경영계획 고도화
- 조직진단·분석 및 경기도 협의를 통해 조직개편 및 정원 확충 추진
 - 신규 사업(안중근 평화센터 등) 반영, 공사 정원 확충 및 효율적 조직개편 추진

□ 통합 정보보호 거버넌스 체계 운영

- 보안 로그 관리 체계 고도화 및 모니터링 강화
 - 사이버 위협 탐지 및 분석 역량 제고를 위한 로그서버 신규 도입
- 대민 서비스 보안 강화 및 인프라 구축
 - 외부 공격 차단을 위한 웹 방화벽(WAF) 및 데이터 보호를 위한 DB접근제어 시스템 도입

2026년 주요실적

- 2026 종합 정보보호 컨설팅 수행을 통한 취약점 진단(6. 1. ~ 19.)
- 최신 업무용 소프트웨어 2식(MS오피스, 한컴오피스) 전사 교체로 보안 취약점 해소

3

주민상생 ESG 경영 강화

□ 지속가능 ESG 경영 추진

- 2026 ESG 경영전략 수립·실행(4월~) 및 성과분석, 지속가능경영보고서 발간(9월 예정)
 - ESG 경영 개선사항을 반영한 전략방향, 실행과제 도출, ESG 경영인식 증진 등
- 환경경영 실천 등 시스템(ISO14001) 운영, 사후심사를 통한 인증 유지

- 사회공헌활동 추진을 통한 공사의 사회적 책임경영 강화
 - 지역사회 약자 대상 여행지원 등 관광공사형 사회공헌활동 기획·추진
 - 교육기부 사회공헌활동 추진 (도내 청소년 대상 진로체험 및 직무교육 기부 프로그램 등)
 - 경기바다 함께 海, 경기도 탄탄대로 공동캠페인 등 공공기관 협력 친환경 공헌활동 진행

2026년 주요실적

- 지속가능경영보고서 발간 진행(3월 ~) 및 제1회 ESG 경영위원회 개최(5월)
- 도내 중·고생 대상 ‘나도 관광마케터’ 실무 체험형 교실 운영 (12회)

□ 재난안전관리 체계 운영

- 안전보건관리책임자 주재 산업안전보건위원회 구성 및 정기회의를 통한 내부 안전 의사소통 체계 운영
- 안전관리 전문기관을 통한 위험성평가 실시로 유해위험요인 발굴 및 제거
 - 전직원 대상 위험성평가 교육(4회) 및 현장점검(3회) 진행 (~ 7월)

□ 윤리경영 체계 구축 및 실행

- 부패방지경영시스템(ISO 37001), 자체 정기감사 등 윤리경영 내부통제 시스템 적정 운영 및 가치 내재화 추진
- 윤리경영위원회, 청렴시민감사관제를 통한 다양한 제도개선 및 실천활동 발굴·실행
- 내외부 이해관계자 대상 효율적 대면교육 실시 및 개선사항 발굴·개선

□ 인권경영 체계 구축 및 가치 내재화

- 인권영향평가 실시 및 인권경영 고도화
 - 기관운영 및 주요사업 인권영향평가 및 중대성 평가 등 실시
- 인권경영 이해 및 조직문화 확산
 - 인권경영 내재화를 위한 전직원 대상 인권교육 실시 (6월)
 - 인권 관련 사업·시책추진 성과 자문 및 심의 의결 위한 인권경영위원회 운영

IV. 2026년 사업별 세부 추진현황 및 계획



▼ 목 차 ▼

IV-1. 지속가능한 경기관광 브랜드 가치 확립 43

1-1. 로컬 관광 지원사업	43
1-2. 경기 둘레길 활성화	44
1-3. 경기 바다관광 활성화	45
1-4. 야간관광 프로그램 개발 지원	46
1-5. 경기도 웰니스 관광 활성화	47
1-6. 경기도 일·휴양 연계 관광산업(유헤이션) 활성화	48
1-7. 경기 광릉숲 관광 활성화	49
1-8. 경기 로컬이벤트 지원	50
1-9. 경기 관광활성화 추진	51
1-10. 경기도 무장애관광 환경 조성	52
1-11. 경기도 취약노동자 휴가비 지원	53
1-12. 경기 쉼터패스 운영	54
1-13. 전략적 언론매체 홍보	56
1-14. 비대면 관광콘텐츠 홍보	57
1-15. 찾아가는 경기관광 홍보관 운영	58
1-16. 경기 문화 팝업스토어 운영	59
1-17. 수도권 5개 시·도 관광진흥 공동사업	60
1-18. 일상 속 경기관광 브랜드 홍보	61
1-19. 경기관광 인지도 강화	62
1-20. 미디어 콘텐츠 활용 관광자원 홍보	63
1-21. 경기관광 플랫폼 운영	64

IV-2. 선제적 국내외 관광객 유치 65

2-1. 경기관광 통합이용권(투어패스) 운영	65
2-2. 로컬 콘텐츠 개발	66
2-3. 경기도 문화사계	67
2-4. 이산문화제	68
2-5. 2026 경기 서부권 관광활성화	69
2-6. 경기관광 글로벌 마케팅 기반 강화	70
2-7. 외래관광객 유치 경쟁력 강화	71
2-8. 외국인 대상 일일투어(EG투어) 운영	72
2-9. 경기관광 안내체계 강화	73
2-10. 마이스 유치개최 경쟁력 강화	74
2-11. 마이스 산업 기반 구축	75

IV-3. DMZ 평화 · 생태관광 글로벌 허브 도약 76

3-1. DMZ 홍보 마케팅	76
3-2. 경기 GHOST 뮤직 페스티벌	77
3-3. 평화누리길 관리운영	78
3-4. 평화누리길 어울림센터 관리운영	79
3-5. 평화누리길 시설물 설치 (4개 시·군)	80
3-6. 임진강변 생태탐방로 관리운영	81
3-7. 캠프그리브스 가족형 숙박시설 조성	82
3-8. 안중근 평화센터 조성·운영	83
3-9. 유엔군 화장장 관광자원 개발	84
3-10. 임진각 관광지 관리운영	85
3-11. 평화누리 수풀누리 관리운영	86
3-12. 평화누리 캠핑장 관리운영	87
3-13. 평화누리 캠핑장 시설 개선	89
3-14. 야영장 안전·위생 시설 개보수	90
3-15. 평화누리 캠핑장 태양광 설치	91
3-16. 캠프그리브스 DMZ체험관 관리운영	92
3-17. 캠프그리브스 전시 운영	93
3-18. 캠프그리브스 시설 유지 관리	94
3-19. 도라산 평화공원 관리운영	95

IV-4. 지속가능 경영체계 강화 96

4-1. 경기관광 실태조사	96
4-2. 문화관광 빅데이터 플랫폼	97
4-3. 경기도 관광의 날 행사	98
4-4. 수원 영화지구 조성사업	99
4-5. 안산 선감유원지 조성사업	100
4-6. 전략경영 및 혁신경영 체계 고도화	101
4-7. 통합 정보보호 거버넌스 체계 운영	102
4-8. 지속가능 ESG 경영 추진	103
4-9. 사회공헌활동 추진	104
4-10. 재난안전관리 체계 운영	105
4-11. 윤리경영 체계 구축 및 실행	106
4-12. 인권경영 체계 구축 및 가치 내재화	107

- 지역 관광자원을 활용한 로컬관광 콘텐츠 발굴 및 지원으로 경기도 특화 관광콘텐츠 발굴·확산 및 지역관광 활성화 도모

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 2,100,000천원 (관광산업과 위수탁 사업비)
- 주요 내용
 - 로컬관광 콘텐츠 발굴 및 지원을 위한 공모사업 추진
 - 민·관 협력 기반 로컬여행 활성화 추진
 - 로컬여행 크리에이터 조사·발굴·네트워킹, 전문가 컨설팅, 사업화 지원 등

□ 2026년 추진실적

- 시군 주도 로컬관광 콘텐츠 공모 추진 및 사업 선정 (6건)
 - 선정시군 : 광명, 동두천, 양주, 여주, 파주, 하남 / 사업당 1.5억원 지원
- 로컬여행 민·관 협력 네트워크 ‘경기 로컬여행 파트너스’ 선정·운영 (41개사)
- 관광 스타트업(1개소) 협력 프로젝트 추진(러닝 기반 상품개발)
 - 시·군 대상 런투어 운영 지원 간담회 개최(5. 27.), 사업 참여 신청 (17개 시·군)
- 시·군 공무원 관계자 사업 실행역량 강화를 위한 인사이트 교육 추진 (2회)
 - 여행트렌드, 브랜드 마케팅 관련 전문가 강의(4. 30.), 축제 컨설팅 아카데미(6. 24.)

□ 향후 추진계획

- 로컬관광 콘텐츠 발굴 및 지원을 위한 공모사업 추진 ~ '26. 11월
- ‘경기 로컬여행 파트너스’ 네트워크 활용 사업화 추진 ~ '26. 11월
- 관광 스타트업 협력 러닝 기반 기획상품 실행 및 홍보 ~ '26. 11월
- 로컬 여행 크리에이터 조사·발굴 추진 ~ '26. 11월
- 인사이트 교육 추진 (하반기 2회 예정) ~ '26. 12월

- 경기 둘레길을 경기도 대표 걷기 관광 명소로 육성하여 연중 걷기 여행객을 유치하고 지역경제 활성화에 기여

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 900,000천원 (관광산업과 위수탁 사업비)
- 주요 내용
 - 전 구간(860km) 지속적 모니터링 및 관리·운영
 - 경기 둘레길 이용객 대상 온·오프라인 안내체계 운영
 - 경기 둘레길 활성화를 위한 브랜드 홍보마케팅 추진

□ 2026년 추진실적

- 2026 경기둘레길 통합관리 운영용역 착수 '26. 3월
- 2026 경기둘레길 부천 걷기행사 추진 (158명 참여) '26. 3월
- 경기둘레길 자원활동가 4기 발대식 및 활동 개시 '26. 4월~
 - 지원현황 및 선발결과 : 22팀(44명) 지원 / 17팀(34명) 선발
- 경기 둘레길 역사문화나들이 이벤트 추진 '26. 6월~
 - 도내 유네스코문화유산 또는 향일운동유적지 개별방문 후 SNS 인증(400명)

□ 향후 추진계획

- 경기 둘레길 통합 관리 운영 ~ '26. 12월
 - 안내사무국 운영 및 위험구간 정기 모니터링, 자원활동가 운영
 - 편의성 개선을 위한 소규모 보수·정비(스탬프함 보수정비, 제초작업 등)
- 경기 둘레길 누리집 전면 개편 ~ '26. 11월
- 경기 둘레길 온·오프라인 브랜드 통합 홍보 마케팅 추진 ~ '26. 11월
 - 경기 둘레길 걷기행사(포천) 및 개별 방문 이벤트 추진
- 홍보물 및 완보자 기념품 제작·배포 ~ '26. 12월

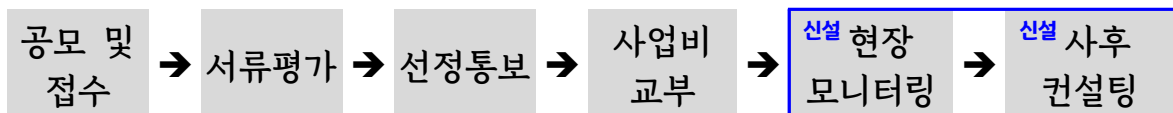
- 경기 서해안권 해양자원을 활용한 체류형 관광콘텐츠 발굴·확산 및 온·오프라인 통합 홍보를 통한 경기바다 브랜드 가치 제고

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 7월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 500,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주 요 내 용
 - 경기 서해안 5개 시군 관광자원 연계·활용을 통한 체류형 콘텐츠 발굴
 - 지역 특화 해양관광 프로그램 개발 및 운영 지원
 - 경기바다 브랜드 확산을 위한 온·오프라인 홍보마케팅 추진

□ 2026년 추진계획

- 경기바다 특화 관광콘텐츠 발굴 및 운영 지원
 - 지역별 해양자원과 관광사업체 연계 콘텐츠 개발
 - 체험·체류형 프로그램 운영을 통한 방문객 만족도 제고
- 콘텐츠 품질관리 및 운영체계 강화
 - 공모 기반 우수 콘텐츠 선정 및 사업비 지원
 - 현장 모니터링 및 전문가 컨설팅을 통한 콘텐츠 완성도 제고



- 경기바다 브랜드 인지도 확산
 - 콘텐츠 정보 제공 및 온라인 홍보채널 활용 홍보마케팅 추진
 - 지속 가능한 경기바다 관광 브랜드 기반 마련

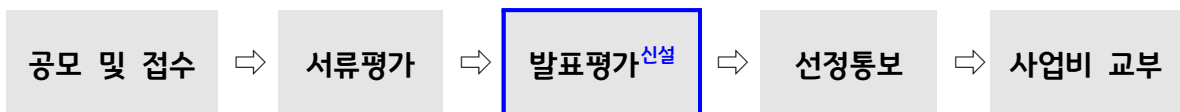
- 경기도 지역 특성을 반영한 야간 특화 관광콘텐츠 발굴·육성을 통해 체류시간 확대 및 지역 야간관광 활성화 기반 마련

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 7월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 700,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주 요 내 용
 - 시·군 대상 야간관광 프로그램 개발 공모 및 지원
 - 야간관광 활성화를 위한 전문가 자문 및 컨설팅 지원

□ 2026년 추진계획

- 경기도 야간관광 콘텐츠 발굴 및 지원체계 고도화
 - 시·군 대상 야간관광 프로그램 공모·선정 및 지원
 - 공정한 평가체계 운영을 통한 우수 콘텐츠 발굴



- 현장 중심 품질관리 및 성과확산 추진
 - 선정기관 대상 현장 모니터링 및 사전·사후 컨설팅 운영
 - 전문가 자문을 통한 프로그램 완성도 및 관광객 만족도 향상

- 전세계적으로 급속도로 성장하는 웰니스관광 시장 흐름에 맞추어 고부가가치 경기도 웰니스 관광자원을 발굴·육성·지원하여 지역경제 활성화에 기여

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 400,000천원 (관광산업과 위수탁 사업비)
- 주 요 내 용
 - 경기도 웰니스 기반 구축 및 인증, 웰니스 브랜드 확산, 웰니스 관광 홍보 및 상품화

□ 2026년 추진실적

- 컬처패스-웰니스 연계 프로모션 시행 (6월)
 - 웰니스 쿠폰(숙박/액티비티) 발행(3,525매)
- 道·시군·관계기관 등 협의체 운영 정책 공유 및 협력 기반 구축 (6월)
 - 경기도 시·군 웰니스 담당 공무원, 관광업계, 전문가 등 27명 참석
- 경기형 웰니스 관광지 신규 인증 추진 (10개 시군, 14개소 접수)

□ 향후 추진계획

- 경기형 웰니스 관광지 신규 지정(인증) 추진 (10개소 내외)
 - 서면·현장평가 및 심의를 통해 신규 인증 (7. ~ 8월)
- 경기형 웰니스 관광지 고도화, 밀착 컨설팅(25개소 / 기인증 15개소 + 신규 10개소)
- 경기도 웰니스 관광 홍보 및 상품화
 - 한국관광공사 주관 웰니스 관광 페스타(11월 ^{예정}) 참가
- 경기도 웰니스 브랜드 확산
 - 웰니스 관광지 인증 현판, 관광지 책자 제작·배포
 - SNS 인플루언서 및 기자단 활용 웰니스 관광지 홍보

- 경기도 관광자원 활용, 워케이션 공간 인프라 구축 및 참여자 모집·운영을 통한 생활형 인구 증대 및 지역관광 활성화에 기여

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 200,000천원 (관광산업과 위수탁 사업비)
- 주 요 내 용
 - 경기도 내 워케이션 거점시설 확충을 통한 체류형 근무환경 조성
 - 숙박·업무·관광 인프라를 연계한 워케이션 생태계 구축 및 관광 수요 창출

□ 2026년 추진실적

- 시·군 공모를 통한 경기도 워케이션 거점 6개소 추가 발굴 (총 11개소 운영)
 - ※ (기존) 연천, 동두천, 가평, 파주, 포천 / (신규) 양평, 의정부, 수원, 이천, 시흥, 파주
- 경기도 워케이션 대상지 인프라 구축 및 조성
 - 기존 경기북부 워케이션 대상지 지속 운영 및 관리 (5개소)
 - 업무공간, 회의시설, 인터넷 환경 등 업무 인프라 개선 (6개소)
- (예약현황) 경기도 워케이션 348박 확정 (6. 30. 기준 / 연간 목표 1,300박)

□ 향후 추진계획

- 워케이션 운영 및 관리 (지속)
 - 워케이션 참여자 모집 및 시스템 운영, 참가자 만족도 조사 및 개선사항 수집
- 경기도 워케이션 온·오프라인 홍보 진행
 - 경기도민 대상 워케이션-컬처패스 쿠폰 프로모션 진행 (6. ~ 11월)
 - 통합 홍보 콘텐츠 제작(리플렛, 카드뉴스, 홍보영상 등) 및 맞춤형 홍보·마케팅
 - 기업·프리랜서 등 근무자 대상 온라인 홍보 및 타깃 광고 운영
- 워케이션 활성화 사업 성과보고회 (12월)

- 광릉숲 지역 고유의 생태문화 자원 기반의 로컬여행 프로그램 개발·운영으로 지속 가능한 관광 브랜드 경쟁력 강화

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 7월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 200,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주요 내용
 - 광릉숲 생태·문화 자원 활용 고품질 로컬여행 프로그램 개발
 - 광릉숲 자원을 활용한 스토리텔링 굿즈 개발

□ 2026년 추진계획

- 광릉숲 생태·문화 자원 활용 고품질 로컬여행 프로그램 개발 '26. 7. ~ 11월

구 분	프로그램(안)	컨셉(안)	주요내용
웰니스	광릉숲 쉽표를 찍다	숲 치유 오감 만족 힐링	• 숲 해설가와 함께 걷는 명상 걷기 • 소규모 야외 요가 및 상잉볼 심신 치유 프로그램
야간관광	비밀의 숲, 밤을 깨우다	사일런트 에코 투어	• 숲속에서의 음악과 해설이 있는 콘서트 • 생태전문가와 함께하는 야간 생태탐방

* 광릉숲 로컬 크리에이터 협업을 통한 민간 주도형 프로그램으로 개발 및 지역 상생 생태계 조성 추진

- 광릉숲 자원을 활용한 스토리텔링 굿즈 개발 '26. 7. ~ 11월
 - 광릉숲의 생태문화 스토리 및 로컬여행 프로그램 연계 굿즈 기획 (웰니스 요가 + 아로마 키트, 야간 투어 + 반딧불이 굿즈 등)
 - 광릉숲 주변 지역 공방 및 로컬 크리에이터 등과 협력하여 개발 추진
 - 광릉숲 축제 기간 중 홍보부스 운영 등을 통한 굿즈 확산

- 도내 로컬 자원을 활용한 여행상품 및 이벤트의 개발 및 홍보마케팅으로 경기도 대표 로컬여행 브랜드 구축 및 지역관광 활성화 도모

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 800,000천원 (관광산업과 위수탁 사업비)
- 주 요 내 용
 - 지역 고유자원 발굴 및 경기도 대표 로컬여행 콘텐츠 육성
 - 스토리텔링 기반 참여형 로컬 이벤트 및 여행상품 개발·운영
 - 온·오프라인 홍보마케팅을 통한 로컬여행 브랜드 확산 및 지속가능 기반 마련

□ 2026년 추진실적

- 경기 로컬여행 대표 관광자원 발굴
 - 지역성·콘텐츠 경쟁력·확장 가능성 등을 고려한 로컬 관광자원 발굴(10개소)
- 로컬 매니저 및 지역 파트너 연계 콘텐츠 기획 추진

□ 향후 추진계획

- 경기 로컬 이벤트 운영 (2종, 5회)
 - 지역 특색과 스토리를 반영한 참여형·체험형 프로그램 운영
 - 동네 뒷산 걷기 행사, 송산포도 농장체험 등 로컬 체험 프로그램 운영
- 경기 로컬 여행상품 개발 및 운영 (4종, 22건)
 - 로컬 매니저·지역 사업체 협업을 통한 테마형 여행상품 개발
 - 경기미 미식여행, 경기 도자기 체험, 남한산성 힐링여행 등 운영
- 경기 로컬 브랜드 구축 및 홍보
 - 온라인 채널 및 협업 플랫폼 활용 홍보마케팅, 브랜드 확산 추진

- 관광트렌드를 반영한 특화 관광콘텐츠 개발과 국내외 홍보를 통한 경기도 관광 활성화 기반 마련

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 7월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 2,000,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주요 내용
 - 경기관광 통합 브랜드 개발 및 고도화, 인기있는 관광 기념품 제작 및 활용을 통한 관광지 방문 수요 확대
 - 국내 첨단산업, 친환경 여행 등 트렌드를 반영한 다양한 관광코스 발굴 및 확산
 - 한류스타가 출연하는 유력 국내외 방송 프로그램 선정 제작 지원을 통해 경기도 관광지 노출

□ 2026년 추진계획

- 경기관광 통합 브랜드 개발 및 고도화를 통한 관광 경쟁력 강화
 - 우수한 접근성과 다양한 관광 매력을 담은 경기관광 통합 브랜드 개발 및 홍보 추진
 - 지자체별 특색을 반영한 경기관광을 대표할 수 있는 관광기념품 개발 및 디자인 보급
- 국내 첨단산업, 친환경 여행 등 트렌드를 반영한 다양한 관광코스 발굴
 - 대표 지역과 연계한 지역 관광상품 및 웰니스 등 지역 기반 융합 프로그램 개발·운영
 - 삼성반도체(화성·평택)·판교테크노밸리·광고R&D센터 등 첨단 산업지구와 연계한 K-Tech Tourism 콘텐츠 개발
 - K-Tech × Tourism 스토리텔링 기반 영상 및 브랜드 연계 콘텐츠 제작·홍보 캠페인
- 드라마, 예능 등 프로그램 제작 지원을 통한 목적지로서의 경기도 관광지 노출
 - 드라마, 예능 등 국내외 영향력 있는 방송 프로그램을 선정하여 제작 지원 추진
 - 프로그램 특성과 관광자원의 매력을 고려한 촬영지 발굴 및 노출을 통해 관광 목적지로서의 경기도 이미지 강화

- 경기도 무장애 관광지 인프라 및 콘텐츠 확충을 통한 관광약자의 경기도 관광 향유 증대 기여

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 300,000천원 (관광산업과 위수탁 사업비)
- 주요 내용
 - 관광약자 맞춤형 프로그램 개발 및 지원
 - 경기도 무장애관광 컨설팅 및 모니터링
 - 무장애관광 정보 제공 및 홍보

□ 2026년 추진실적

- 경기도 무장애관광 현장 컨설팅 및 모니터링
 - 경기도 무장애 공간환경 개선 사업 대상지 현장 컨설팅 (7개소)
- 임산부 관광 행태 조사 & 맞춤형 콘텐츠 개발
 - 임산부 대상 설문 실시 및 분석을 통한 임산부 맞춤형 콘텐츠(안) 도출 (표본 200개)
- 31개 시·군 협업 무장애관광 활성화 ESG 캠페인 현장미팅 및 실사(지속)

□ 향후 추진계획

- 경기도 무장애관광 현장 컨설팅 및 모니터링 '26. 3. ~ 9월
- 임산부 관광 행태 조사 & 맞춤형 콘텐츠 개발 '26. 3. ~ 12월
- 경기도 무장애관광 활성화 ESG 캠페인 '26. 5. ~ 11월
- 모두가 즐길 수 있는 '모두의 콘텐츠' 공모 및 운영 지원 '26. 7. ~ 12월

- 경기도 내 비정규직근로자·특수형태근로종사자·초단시간근로자 등 휴가 여건이 열악한 노동자를 대상으로 관광 향유 기회 확대 및 여가 환경 개선

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 820,000천원 (노동정책과 위수탁 사업비)
- 주 요 내 용
 - 경기도 취약노동자 휴가비 지원사업 전용 온라인 몰 구축 및 상품 구성
 - 지원사업 대상자 선정·지원(2,600명) 및 사업 활성화 마케팅

□ 2026년 추진실적

- 휴가비 온라인 몰 구축 사업자 선정 ('26. 4월)
- 휴가비 지원사업 참여자 모집 공고 및 선정 ('26. 4. ~ 6월)
 - 신청자 3,092명 모집, 서류 검토 및 공정추첨을 통해 최종 2,600명 선정
- 휴가비 전용 온라인 몰 구축 ('26. 5. ~ 6월)
 - 온라인 몰 내 여행·관광·문화 상품 약 11만여개 구성

□ 향후 추진계획

- 여가 포인트 소진 활성화 이벤트 추진 '26. 7. ~ 11월
- 휴가비 지원사업 만족도 조사 '26. 10. ~ 11월

- 문화·관광·콘텐츠 분야 문화소비쿠폰을 확대·운영하는 「경기 컬처패스」 운영을 통해 도민의 문화향유권 확대와 삶의 질 향상을 도모하고 침체된 경기도 문화산업에 활력을 제공

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 2,500,000천원 (관광산업과 위수탁 사업비)
- 주 요 내 용
 - 경기 컬처패스 지원사업 대상자 도민인증, 문화소비쿠폰발급 및 사용·정산지급 등
 - 경기 컬처패스 서비스 기능 개선 및 콘텐츠 확대 제공
 - 분야별 공동사업자 공모·제휴(영화, 공연·전시·스포츠, 숙박·액티비티, 도서, 클라우드펀딩 / 8개 분야)
 - 컬처패스 홍보제작물 구성 및 민간플랫폼사 연계 시즌별 기획전 추진
 - 지원사업 참여자 대상 만족도 조사 및 성과 분석

□ 2026년 추진실적

- 경기 컬처패스 운영 실적
 - 회원 707,736명 가입 / 쿠폰 35만장 발급 ※ 1인 한도 확대(2.5만원→8만원)
 - ※ 「모바일 어워드 코리아 2026」 선정, 구글 및 애플 앱 마켓 ‘라이프스타일 부문’ 인기차트 1위 달성
- 2026년 컬처패스 서비스 안정화 및 기능 개선
 - 앱구독방식(SaaS)을 통한 경기도민 인증 및 문화소비쿠폰 신청 즉시 추첨 기능 마련
 - 공동운영사-분야별 사업자 간 API 연계 구동으로 쿠폰지급·사용 여부 현행화 적용
 - 위치 기반 문화·체육·관광시설(9,300개소), 트레저헌팅 등 서비스 고도화 기능 개선 등

- 도민 참여형 문화관광 소비플랫폼 기반조성 및 문화향유 서비스 확대
 - (25년) 플랫폼 구성, 공동운영체계 및 정산시스템 마련 등 시범사업 기반 조성
 - (26년) 8개 분야 문화소비 확산, 내주변 문화관광 정보, 컬처모아 클라우드펀딩, 트레저헌팅 등 이용자 참여형 콘텐츠 도입으로 이용자 경험 강화, 민관협력 서비스 고도화
- 분야별 선도 플랫폼사 공동사업^{영화, 공연전시스포츠, 숙박·액티비티, 도서, 클라우드펀딩} 제휴 및 프로모션
 - 이용방법 : 전용 페이지 활용 쿠폰 신청·발급 및 분야별 공동사업자와 협력·연계
 - 이용한도 : '26년 8개 분야 1인 8만원 한도 지원
 - 사 용 처 : 도내 영화, 공연·전시·스포츠, 숙박·액티비티, 도서, 클라우드펀딩 (8개 분야)
 - * (영화) CGV, 롯데시네마 (공연·전시·스포츠) 티켓링크 (숙박·액티비티) 여기어때 (도서) 교보문고, 알라딘 (클라우드펀딩) 온오프믹스 등 연계 및 이용 편의성 확보
 - 민간 선도 플랫폼사 제휴 및 매체 활용 공동홍보 프로모션 등 협력 강화
- 컬처패스 홍보마케팅
 - (홍보 콘텐츠 제작) 컬처패스 홍보 포스터, 홍보 영상 등 제작·송출
 - (기관협력) 경기아트센터(메리골드뮤지컬, 2월), 경기콘텐츠진흥원(컬처모아, 5.~11월)

□ 향후 추진계획

- 2026년 컬처패스 2차 고도화 기능 개선
 - 티켓별 특화 서비스 제공 및 문화-관광-체육 등 통합연계 기능 구상·마련
- 문화소비쿠폰 발행 및 공동사업자 협력 프로모션 등
 - 8개 분야 문화소비쿠폰 발행(7월 중순 예정) 및 관련 소비 활성화 독려 등
 - 민간 선도 플랫폼사 연계 공동프로모션 등 추진(여름시네마특별전, 가을문화공연 등)
- 사업참여자 대상 만족도 조사 및 성과 분석
 - 컬처패스 참여이용자 대상 사업 종합만족도, 운영방식, 개선사항 등 조사
 - 서비스 이용에 따른 성과분석 및 시사점, 차년도 사업추진방안 등 개선방안 도출

- 다양한 언론매체 대상 전략적·선제적 언론광고-보도자료-네트워킹-리스크 관리를 통한 경기관광 브랜드 제고 및 역점사업 성공추진 기여

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 1,700,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주 요 내 용
 - 전략적 광고 기획 및 집행(일반광고, 창간광고 등)
 - 홍보가치 있는 콘텐츠 발굴 및 기사화를 통한 확산(보도자료, 언론대응 등)
 - 언론매체 네트워크 구축·강화(기자단 간담회, 취재지원 등)
 - 언론 리스크 관리(부정 및 논란 기사 관리, 이슈 대응 등)

□ 2026년 추진실적

- 전체 보도건수 : 1,989건 / 보도자료 35건
- 언론 창간 및 일반광고 89건, 유력 언론매체 기획홍보 4건

□ 향후 추진계획

- 전략적 광고 기획 및 집행
 - 광고 기준 설정, 기사화 실적 고려 등을 통한 실질적 홍보 강화
 - 단순 배너 광고 지양, 대중 홍보력을 고려한 홍보 매체 선정
- 홍보가치 있는 콘텐츠 발굴 및 기사화
 - 단순 배포를 넘어, 보도 가치 있는 이슈 적극적 발굴
 - 체계적 기사화 시스템 구축(배포 시스템 구축, 배포 후 기사화 요청 등)
- 언론 네트워크 강화 및 리스크 관리·대응

- 비대면 매체를 통한 효과적인 경기관광 콘텐츠 홍보로 경기도 관광매력도 제고와 인지도 강화 및 방문 유도 추진

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 200,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주요 내용
 - 최신 트렌드 반영한 경기관광 콘텐츠 발굴 및 브랜드 이미지 확산
 - 유력 비대면 매체 활용 경기관광 콘텐츠 홍보

□ 2026년 추진실적

- 홍보매체 전략 수립 및 집행 기반 마련(상반기) → 하반기 집행
 - 전자게시대, 엘리베이터 광고 등 노출 효과 및 주목도 높은 장소 위주 광고 추진
 - 유동 인구 및 구매력이 높은 오피스 밀집 지역, 주요 역세권 중심 콘텐츠 홍보
- 공사 주요 사업 연계 홍보 콘텐츠 발굴 및 제작
 - 경기투어패스, 컬처패스, 경기 場, 평화누리 캠핑장 등 핵심 관광 사업 연계
 - 홍보 매체(전자게시대, 엘리베이터 등) 특성에 최적화된 홍보 콘텐츠 기획·제작

□ 향후 추진계획

- 통합 마케팅 핵심메시지 활용 콘텐츠 발굴 및 주요사업 콘텐츠 활용 홍보
- 수도권 중심, 실생활 소비층 대상 밀착형 비대면 홍보 강화
- 유력 비대면 매체 활용 경기관광 콘텐츠 홍보
 - 공공/교통기반 매체 활용: 지하철 및 버스정류장 모니터, 전광판, 엘리베이터 모니터 등

- 잠재 수요가 밀집한 현장으로 찾아가는 홍보관 및 박람회 운영을 통해 경기관광 브랜드 이미지 제고 및 경기도 방문 유도

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 240,000천원 (관광산업과 위수탁 사업비)
- 주 요 내 용
 - 주요 관광지 대상 순회형 현장 홍보관 운영으로 실질적 도내 방문 유도
 - 국내 대표 관광박람회 참가 및 주제관 운영으로 경기관광 브랜드 이미지 제고

□ 2026년 추진실적

- 공간 중심 팝업형 찾아가는 홍보관 운영 : 총 2회 / 6일간 / 방문객 1,086명
 - 1회차 : 수원 / 경기도 문화사계 봄 행사 (3. 28. ~ 29. / 2일간)
 - 2회차 : 서울 / 지역관광안테나숍 팝업 행사 (6. 17. ~ 20. / 4일간)
 - ※ 기존 차량형 운영에서 'DMZ 평화 테마 피크닉 부스' 도입 변경
 - 주요 축제 연계를 통한 가족 단위 방문객, 방한 외국인 대상 홍보 추진

□ 향후 추진계획

- 주요 관광지 대상 순회형 현장 홍보관 운영 : 10회 / 30일 이상
 - 전국 주요 관광지 대상 경기관광 특화 테마 전시·체험형 홍보관으로 실질적 방문 유도
- 주요 관광박람회 참가 및 경기관광 주제관 운영 : 1회
 - 공사 핵심 사업을 연계한 특화 테마관 운영으로 경기관광 브랜드 이미지 제고

- 도내 주요 공공기관의 대표 문화·예술 콘텐츠를 집약한 팝업스토어를 운영하여 도민 문화 향유 기회 확대

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월 (팝업 운영기간 : 4. 18. ~ 12. 15.)
- 2026년 소요예산 : 800,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주 요 내 용
 - 6개 기관 협업을 통한 팝업스토어 운영
 - 경기도 문화관광 굿즈 및 콘텐츠 전시·판매 등

□ 2026년 추진실적

- 팝업스토어 ‘컬처라운지 경기, 장(場)’ 정식 개관 ('26. 4. 18. ~ / 방문객 16,132명)
- 팝업스토어 운영 및 관리 ('26. 4월 ~)
 - 전사콘텐츠 운영 : 유관기관별 특색을 담은 상설 전시체험 프로그램 운영, 운영기간 중 시즌별 전시테마 기획/공간 연출 리뉴얼
 - 안전관리 체계 구축 및 관람객 편의 증진, 시설 통합 유지·보수
- 팝업스토어 특별 프로그램 운영
 - 개관기념 경기관광 사진 공모전 수상작 전시 (4. 18. ~ 5. 15.)
 - 오케스트라, 아카펠라, 국악 등 다양한 장르의 문화공연(11회) 및 도자공예 체험(46회)
 - 가족과 함께하는 체험 워크숍(16회)
- 팝업스토어 통합 마케팅 ('26. 4월 ~)
 - 공간 붐업 및 활성화 ‘스윗데이(커피&디저트 오마카세)’ 이벤트 등(개관/시즌별 등)

□ 향후 추진계획

- 팝업스토어 운영 및 관리 '26. 7. ~ 12월
- 팝업스토어 통합 마케팅 '26. 7. ~ 11월
- 방문객수, 체험 참여율 등 데이터 및 성과관리 추진 '26. 7. ~ 12월

- 수도권 관광상품 공동개발 및 홍보마케팅을 통한 수도권 5개 시·도(서울, 경기, 인천, 강원, 충북)의 관광진흥 도모

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 271,922천원 (관광산업과 위수탁 사업비)
- 주요내용 : 5개 시·도 연계 관광상품 홍보마케팅 등 협력사업 추진
 - 수도권 5개 시·도 연계 인바운드 관광상품 홍보마케팅 및 박람회 부스 운영
 - 내·외국인 타겟 수도권 관광콘텐츠 홍보마케팅 추진

□ 2026년 추진실적

- 수도권 관광진흥협의회 상반기 정기회의 개최 (3. 31. / 수원전통문화관)
 - 5개 시도 관광과 팀장 및 담당자 참석(14인) / 26년 세부사업 추진계획 공유·확정
- 수도권 5개 시·도 인스타그램 크리에이터 협업 홍보 캠페인 운영
 - ‘여행에 미치다(150만명)’ 채널 협업, 루키 크리에이터(팔로워 1천명 이상) 10인 선정

□ 향후 추진계획

- 관광 홍보마케팅 공동 추진 '26. 7. 10. ~ 12.
 - 5개 시·도 관광 홍보를 위한 ‘필리핀 트래블 매드니스 엑스포(TME)’ 박람회 참여
- 루키 크리에이터 개별 SNS 콘텐츠 제작 및 발행 '26. 7. ~ 10월
 - 10인 크리에이터 콘텐츠 제작(총 30건 이상) 및 활동 결과 종합 콘텐츠(1건) 발행
- 수도권 관광상품 OTA(온라인여행사) 연계 홍보마케팅 진행 '26. 8. ~ 11월
 - 수도권 5개 시·도 주요 인바운드 관광상품의 ‘클룩(Klook)’ 협업 홍보마케팅
- 수도권 관광진흥협의회 하반기 정기회의 개최 '26. 12월

- 경기관광 맞춤형 콘텐츠 제작 및 영향력 있는 다양한 온·오프라인 매체를 활용한 홍보 다각화로 관광 목적지로서의 경기도 이미지 및 브랜드 제고

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 1,900,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주 요 내 용
 - 소셜미디어 콘텐츠 업로드를 통한 경기관광 이미지 제고 및 확산 유도
 - 경기관광 전문필진 기자단 인원 확대를 통한 다채로운 자체 콘텐츠 제작 및 확산

□ 2026년 추진실적

- 지속적인 소셜미디어 콘텐츠 업로드를 통한 조회수 증가로 채널 홍보력 강화
 - '26년 조회수 : 1,746,825회 (전년도 동기간 1,417,453회 대비 23.2% 증가)
- 경기관광 전문필진 “끼투어 기자단” 확대(20명→30명) 운영 및 여행 후기형 콘텐츠 취재·발굴(30건)
- 경기도 추천! 가볼만한 곳 테마 발굴 및 언론보도 등 홍보(7건 / 25개 시군 45개소 추천)

□ 향후 추진계획

- 경기관광 인스타그램, 유튜브 등 지속적인 콘텐츠 제작·등재 및 프로모션 추진
- 경기도 시·군 협업을 통한 콘텐츠 업로드 및 신규 콘텐츠 발굴 유도
 - 연천군, 포천시, 화성시 등 시·군 협업 등을 통한 기자단 팸투어 진행 예정
- BI, 슬로건 등 효과적인 경기관광 브랜드 홍보를 위한 콘텐츠 제작
- 방송, 디지털 등 일상매체 활용, 경기관광 통합 브랜드 확산 홍보

- 개별여행객 증가 및 미디어 영향력 확대 추세에 대응하여 국내외 방송 PPL 및 맞춤형 콘텐츠를 확산함으로써 경기관광 글로벌 인지도 제고

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 364,000천원 (관광산업과 위수탁 사업비)
- 주 요 내 용
 - 파급력 높은 방송 프로그램 제작지원(PPL)을 통해 경기관광 노출 확대 및 인지도 제고
 - 외국인 SNS 서포터즈 운영을 통한 맞춤형 콘텐츠 강화로 글로벌 잠재 관광 수요 창출
 - 경기도 관광 사진 공모전을 통해 고품질 콘텐츠 확보 및 콘텐츠 제작 활용

□ 2026년 추진실적

- 미디어 콘텐츠 활용 PPL을 통한 3개 시·군(가평, 안산, 김포) 관광자원 홍보
 - 구독자 100만 이상 채널을 활용해 노출 파급력 극대화
 - 사피엔스 스튜디오(프로그램명 : 파김치깡) 가평편 영상 업로드 완료(6.23.)
 - 라콘즈(프로그램명 : 로컬콜링) 안산·김포편 영상 촬영 완료(6.25.)
- 2026 경기관광 외국인 서포터즈 선발 및 운영 (30개국 40명)
 - 발대식(5.29.) 및 1차 단체 투어 → 콘텐츠(릴스, 사진 등) 제작 312건, 조회수 270만회
- 2026 경기도 관광사진 공모전 개최 및 접수 진행(6.15.~9.4.)
 - 스마트폰 사진 분야 신설 및 숏폼·G버스 등 다각적 홍보를 통해 도민 참여 접근성 확대
 - 사진작가협회와의 심사 기준 개선 협의로 향후 온라인 홍보에 최적화된 사진 집중 확보

□ 향후 추진계획

- 넷플릭스·유튜브 등 주요 OTT 플랫폼 연계 콘텐츠 기획 및 글로벌 노출 확대
- 경기관광 외국인 서포터즈 활용 국적별 맞춤형 콘텐츠 제작 및 확산
- 경기도 관광사진 공모전 추진을 통한 고품질 콘텐츠 확보 및 활용 극대화

- 트렌드 맞춤형 미디어 제작지원(PPL)으로 경기관광 브랜드 강화 및 매력적인 스토리텔링을 통해 도내 촬영지의 방문객 유치 확대

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 3월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 238,700천원 (화성시·포천시·광명시 대행사업)
 - 화성시 120,000천원 / 포천시 83,700천원 / 광명시 35,000천원
- 주요 내용
 - 주요 방송 프로그램(예능, OTT 등) 내, 시·군 관광자원 송출
 - 트렌드 맞춤형 미디어 제작지원(PPL)을 통한 시·군 관광 브랜드 강화

□ 2026년 추진실적

- 화성 뱃놀이 축제 및 해양 명소 방송·OTT 홍보
 - 인기 예능·교양 프로그램 2편 제작 지원을 통한 화성시 관광지 송출 완료
 - KBS1 <생생정보> (5. 21. 전곡항·제부도 방영 완료)
 - 채널A <야구여왕2> (5. 22. 촬영 완료, 7월 중 방영 예정)
- 광명 9경 등 광명시 주요 관광명소 방송 홍보
 - 교양 프로그램 1편 단독 회차 제작 지원을 통한 광명시 관광지 전반 조명
 - KBS1 <동네 한 바퀴> (7. 2. 촬영 / 7. 25. 방영 예정)

□ 향후 추진계획

- 포천시 지역 특화 관광자원 대상 맞춤형 프로그램 매칭 및 하반기 제작 지원
- TV 매체 비중을 줄이고 OTT 및 대형 유튜브 채널 중심의 킬러 콘텐츠 기획
- 단순 장소 노출을 지양하고 공사가 사전 트렌드 분석을 통해 테마 선기획
- 시·군의 전략적 관광자원 1:1 매칭 제안 및 스토리 부여

- 경기관광 플랫폼의 능동적 서비스 운영을 통한 경기도 스마트 관광 경쟁력 확보 및 지역관광 활성화에 기여

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 850,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주요 내용
 - Ai-챗봇 ‘하이GT’ 성능 개선 및 신규 관광정보 DB 확보 등 플랫폼 고도화
 - 경기관광 플랫폼의 안정적 서비스 운영 및 클라우드 인프라 관리, 기사형 콘텐츠 발굴
 - 플랫폼 활성화를 위한 홍보 프로모션 추진 및 유력매체 연계 홍보 등

□ 2026년 추진실적

- 경기관광 플랫폼 운영 실적

구 분	2024년	2025년	2026년 목표	2026년 실적(달성률)
방문자수	206만명	360만명	400만명	160만명(40.0%)
페이지뷰	593만뷰	685만뷰	760만뷰	292만뷰(38.4%)

- 주요 AI 엔진(ChatGPT 등)이 경기관광 정보를 우선 인용하도록 스키마 구조를 최적화하고, 검색 및 인용 도달률을 높이는 AIEO(인공지능엔진 최적화) 전략 추진

□ 향후 추진계획

- ‘하이GT’ ⇨ AI 기반 맞춤형 여행 추천 서비스로 진화
 - ‘사용자 - 하이GT’의 대화를 기억하고 접속 기기 정보를 분석하여 정확도 높은 개인 맞춤 여행추천 서비스 제공
 - RAG(검색 증강 생성) 파이프라인 개선으로 환각 현상 방지 및 검증된 답변을 생성하며, STT(Speech-to-Text)·TTS(Text-to-Speech) 인터페이스 도입으로 음성 기반 가이드 서비스 강화
- 자체 관광정보의 지능형 데이터 구조화
 - 공사 내 부서별·사업별 PDF, 이미지 등 분산된 데이터 자원을 자동 분류하고, 텍스트 벡터화 및 표준 스키마 맵핑 등을 통해 AI 학습용 지식 베이스로 전환 등

- 경기 투어패스 운영으로 도민의 문화·관광 향유 기회 확대 및 관광객의 체류시간 연장 유도를 통한 경기관광 매력도 제고와 활성화를 도모

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 900,000천원 (관광산업과 위수탁 사업비)
- 주요 내용
 - 투어패스 상품 출시 및 운영(경기투어패스, 경기-충남 베이밸리 투어패스)
 - 참여 시·군/유관기관/참여업체 네트워크 조성 및 판매체계 구축
 - 투어패스 판매 활성화를 위한 온·오프라인 홍보 추진

□ 2026년 추진실적

- 다양한 관광자원을 통합한 경기관광 통합이용권(투어패스) 운영
 - 고단가 시설이 포함된 ‘플러스권’을 도입하여 이용자 선택 폭 확대 및 상품 경쟁력 강화
 - 경기-충남 베이밸리 상생협력('22. 9.)에 따른 베이밸리 투어패스 운영
 - 주요 관광지, 미술·박물관, 체험, 식음매장 등 30개 시군 183개소 참여
 - ☞ 판매량 3,740매(경기 2,789 / 베이밸리 951) / 시설정산 109,370천원 *4. 27. ~ 6월말 기준
- 투어패스 참여 시·군/유관기관/관광사업체 네트워크 조성 및 판매체계 구축
- 투어패스 활성화 및 인지도 제고를 위한 온·오프라인 홍보 (5. ~ 6월)

□ 향후 추진계획

- 여름 성수기 맞이 프로모션 및 참여형 이벤트 전개 (7. ~ 8월)
 - (프로모션) 휴가철 수요층 겨냥 여름 한정 테마별 맞춤형 가격 할인 프로모션 실시
 - (이벤트) 고객 참여 및 바이럴 확산을 위한 퀴즈, 댓글, 방문·체험 후기 이벤트 진행
- 경기관광 통합이용권(투어패스) 안정화 및 가맹점 품질 강화
 - 관광지 편중화 현상 개선 및 신규 가맹점 연계 코스 개발, 가맹점 대상 서비스 교육 등
- 투어패스 활성화 및 인지도 제고를 위한 온·오프라인 홍보 추진 (7. ~ 11월)
 - (온라인) 동네 플랫폼 광고, 타겟 맞춤형 SNS 콘텐츠 제작, 블로그 체험단 운영 등
 - (오프라인) 주요 거점 옥외광고, 스포츠 경기장, 팝업 홍보관 운영 등

- 경기도만의 지역문화 이야기 콘텐츠 발굴 및 디지털 체험형 게임화 기술을 접목한 실감형 투어 프로그램 운영으로 경기관광 활성화 기반 마련

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 600,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주요 내용
 - 공간과 문화콘텐츠가 융합된 경기도만의 지역자원 발굴 및 스토리 개발
 - 디지털 체험형 게임화 기술을 접목하여 실감형 투어 프로그램 운영(2개 코스)
 - 로컬 콘텐츠 홍보마케팅 전개

□ 2026년 추진실적

- 신규 로컬 콘텐츠 개발을 위한 사업 기반 조성 (1. ~ 6월)
 - 연계 가능 자원 조사 및 활용모델 검토, 디지털 체험형 관광콘텐츠 사례 조사·분석, 실감형 투어 프로그램 및 모바일 연계 서비스 기획방향 수립 등

□ 향후 추진계획

- 공간과 문화콘텐츠가 융합된 경기도 지역자원 발굴 및 스토리텔링 서사 발굴(3건)
 - 공간 및 문화콘텐츠 등 화제 핵심어를 분석, 지역특색과 정취를 담은 자원 발굴
 - 고유 지역문화 이야기를 대중 친화적으로 재해석하여 공감형 스토리텔링 콘텐츠로 개발
- 디지털체험형 게이미피케이션 기술을 접목하여 실감형 투어 프로그램 운영
 - 스토리텔링 콘텐츠 중심의 DX융합형 모바일연동 서비스 구상 (증강현실 활용 등)
 - AI 맞춤형 관광 해설 등 제공하여 공간에 대한 몰입형 정보 제공
- 로컬 콘텐츠 홍보마케팅 전개
 - SNS 등 디지털매체를 통한 로컬 콘텐츠 확산 유도 및 지역방문 유도 마케팅 추진
 - 사전조사 확대를 통한 조사 신뢰도 강화 (통계청 품질진단결과 개선 의견 반영)

- 계절별 특성에 맞는 다양한 문화·예술 행사 개최로 지역 상권 활성화와 도민 문화 향유 기회 확대 등 문화사계 축제 브랜드 강화

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026. 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 1,050,000천원 (문화정책과 위수탁 사업비)
- 주 요 내 용 : 道 남북부 분산 개최 및 계절 특성에 맞는 문화·예술 축제로 경기도 대표 축제 브랜드 확산
 - ※ 여름철 혹서기 시즌 도민 참여 및 참가자 안전을 고려, 봄·가을·겨울 집중 추진

□ 2026년 추진실적

- (봄) “경기 상상해 봄 페스타” 개최 : 8.1천명(3.28.~29. / 수원 경기상상캠퍼스)
 - 주요내용 : 피크닉라이브 소풍 공개녹화, 기회소득 예술인 공연, 홍보 및 체험관, 플리마켓 등
 - 만족도 조사 결과 : 참여 만족도 95%(만족 이상)
 - 플리마켓, 푸드트럭 등 소비형 프로그램을 통한 지역경제 활성화 (판매액 18,105천원)
- (가을) 페스티벌 출연 아티스트 섭외 및 계약
 - 안중근평화센터 개관 특별공연 : 민우혁
 - 평화누리 피크닉 페스티벌 : 넬, 10CM, 선우정아, 너드커넥션, 서도밴드, 더 픽스

□ 향후 추진계획

- 경기도 관광자원 활용, 가을·겨울 특성에 맞는 테마형 문화·예술 축제 추진

구분	가 을	겨 울
일시·장소	· [일시] '26. 9. 18.(금)~20.(일) · [장소] 임진각 평화누리	· [일시] '26. 12월 중 · [장소] 미 정
메인 콘텐츠	· 감성 음악 페스티벌 · 안중근평화센터 개관 특별공연	· 크리스마스 콘서트
프로그램	· 평화 체험 프로그램 · 캠핑 웰니스 프로그램	· 경기도 예술인 거리공연 · 산타 마술·풍선 공연
부대행사	· 경기 음식대전 · 먹거리 및 기타 체험 등	· 축제 및 특산물 홍보관 · 고객 참여 이벤트 등

- 경기도의 정체성을 담은 대표 관광콘텐츠의 육성 및 수원시·화성시와의 관광 및 축제 연계를 통한 지역관광 시너지 제고

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 7월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 300,000천원 (관광산업과 위수탁 사업비)
- 주 요 내 용 : 정조대왕 ‘이산’ 스토리 기반 공연·체험형 문화관광 콘텐츠 기획 및 운영
- ※ 대상지 : 수원시 화성행궁, 화성시 용건릉 외

□ 2026년 추진계획

- ‘이산’ 스토리 기반 역사문화 콘텐츠 운영 고도화
 - 정조대왕 ‘이산’의 효심·애민정신·개혁정신을 담은 공연 및 체험 기획
 - 전년도 운영성과를 반영하여 참여형·몰입형 프로그램 운영 고도화
- 젊은 세대 참여형 역사·문화 체험 프로그램 운영 ('26. 10월)
 - 전통의상 체험 「혜경궁 오늘을 걷다」 프로그램 기획·운영
 - 혜경궁 홍씨와 궁중문화 소재 한복 체험 및 포토존 조성
- ‘이산’ 스토리를 담은 전통과 현대를 잇는 공연 콘텐츠 운영 ('26. 10월)
 - 창작국악·퓨전국악 기반 연속 공연 기획·운영
 - 정조시대 문화적 가치를 현대적 감각으로 재해석한 공연 콘텐츠 구성
 - 지역축제 연계를 통한 방문객 대상 문화향유 기회 확대

- 경기도 연계협력형 관광정책 지원사업의 일환으로 경기 서부권 7개시 협의체와의 협력을 통한 국내외 관광객 수용태세 및 경쟁력 강화

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 415,000천원 (시·군 위수탁사업비)
- 주 요 내 용
 - 2026 베트남 국제관광박람회(VITM) 참가 홍보 및 세일즈
 - 경기 서부권 7개시 순회 공동 홍보관(팝업스토어) 기획 및 운영
 - 경기 서부권 7개시 연계 협력형 광역 테마버스 운영

□ 2026년 추진실적

- 2026 베트남 국제관광박람회(VITM) 참가 홍보 및 세일즈 (4. 8. ~ 13.)
 - 하노이 코리아 트래블 마트 참가 및 경기 서부권 7개시 관광홍보설명회 개최
 - VITM 경기서부권문화관광협의회 홍보부스 운영 및 이벤트 진행
(부스 방문자 7,000명 / 이벤트 16회 3,500명 참가)
 - 현지 업계 및 유관기관 관계자 B2B 8건 진행
- 경기서부권문화관광협의회 상반기 정기회의 개최 (6월)

<경기서부권문화관광협의회 개요>

- 경기 서부권역 관광발전 및 지역경제 활성화를 위해 2019년 5월 출범한 협의체
- 대상 시·군 : 부천, 화성, 안산, 평택, 시흥, 김포, 광명

□ 향후 추진계획

- 경기 서부권 7개시 순회형 공동 홍보관(팝업스토어) 기획·운영 '26. 7월 ~
 - 경기 서부권 7개시 축제 연계, 공동 브랜드(WEcnic) 활용 팝업 홍보관 기획·운영
- 광역 테마버스 기획·운영 및 관광상품 개발 (총 60회 예정) '26. 7월 ~

- 지방 관광공사 최초 해외 대표사무소 개소에 따른 선제적 마케팅 추진 및 해외 현지 거점 활용, 지역별 상시 마케팅을 통한 외래객 유치 확대

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 1,200,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주요 내용
 - 태국 방콕 경기관광공사 대표사무소 운영(직접 운영)
 - 해외 현지 경기관광 홍보사무소 운영(2개국/3개소, 위탁 운영)

□ 2026년 추진실적

- 태국, 베트남 현지 고부가 포상관광 등 유력 단체 유치 (7건 달성)
- 태국, 베트남 현지 박람회(3회), 로드쇼(3회) 참가 및 홍보세일즈(15회) 추진
- 중국 자매우호지역 등 주요 도시 홍보 세일즈 추진 (14회, 10개 도시)
- 중국 현지 여행업계 협업 경기도 봄, 여름 상품 개발 (10건, 2천명 유치)
- 대만 유명 인플루언서 및 유력 방송프로그램 유치 (5~6월)
- 대만, 홍콩 주요 여행업계 현지 세일즈 추진 (4회, B2B 44건, 3~6월)

□ 향후 추진계획

- (직접운영) 태국 경기관광공사 대표사무소 운영
 - 태국 한국 문화관광 페스티벌 참가(8월), 베트남 국제관광박람회 참가(8월)
 - 태국, 베트남 현지 주요 여행업계 협력 상품개발 및 고부가 단체 유치 추진
- (위탁운영) 중화권 경기관광 홍보사무소 운영 (3개소 : 상하이, 칭다오, 타이베이)
 - 중국 국경절 등 하반기 주요 성수기 연계 홍보세일즈 추진(광동박람회, CITM 등)
 - 대만, 홍콩 현지 유력 매체 및 여행사 팸투어, 고부가 단체 유치 추진

- 국제관광수요 증가에 따른 해외 시장별 전략적 홍보·마케팅 전개로 경기관광 브랜드 제고 및 고부가 외래관광객 경기도 유치 활성화 촉진

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 4,220,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주 요 내 용
 - 해외 타겟 시장별 맞춤형 마케팅 (중화권, 동남아, 일본, 구미주 등)
 - 경기관광·마이스 얼라이언스 지원 사업
 - "The Real Korea Gyeonggi" 브랜드 홍보 추진
 - 경기도 의료관광 활성화 사업 추진

□ 2026년 추진실적

- 중국 최대 OTA(온라인여행사) '트립닷컴' 공동 춘절 성수기 홍보 및 라이브 커머스 등 마케팅 협업 추진 (1.~5월, 8천만뷰, 3만여명 유치)
- 동남아 유력 OTA(온라인여행사) '클룩' 공동 경기관광 캠페인 (3.~5월, 1.5만여명 유치)
- 경기관광 브랜드 홍보 추진 (4.~6월, 인천공항 카트 및 수도권 CU 편의점)
- 道 의료+관광 프로그램 운영 외국인 환자 및 가족 등 500여명 유치 (3.~6월)
- 중동 위기 극복 중국 인바운드 유치 버스비 지원 추진(6월, 1천여명 유치)

□ 향후 추진계획

- 중동 위기 극복 중국 인바운드 단체 유치 버스 지원 (6.~12월)
- 글로벌 유력 플랫폼 협력 마케팅 (통청, 벨트라, KKday, 트래블로카 등)
- 의료관광 프로그램 운영 및 유력 전문업체 MOU 체결 (카자흐스탄 등)
- 해외 주요국 관광 홍보 세일즈 (필리핀 TME, 일본 TEJ, 대만 ITF 등)
- 국내외 여행업계, 유관기관 협업 경기도 관광 상품 개발 및 유치

- ‘서울 ↔ 경기도’ 간 교통인프라 제공을 통해 외국인 개별관광객의 경기도 유입 확대

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 100,000천원 (관광산업과 위수탁 사업비)
- 주 요 내 용
 - 기존 인기 상품 및 전략적 테마상품을 반영한 노선 설계 및 운영
 - EG투어 탑승객 모객을 위한 온·오프라인 홍보활동 전개
 - CS 등을 통한 품질 관리, 정기적인 안전점검 실시(수시점검 포함) 등

□ 2026년 추진실적

- 2026 EG투어 운영 업체 입찰 및 선정 (3월)
- 신규 EG투어 코스 홍보물 제작 및 활용 (4월, 리플렛 등)
- EG투어 노선 개발 및 운영 : 15개 코스(정규 4개, 테마 11개) 개발
/ 23회 운영 / 826명 유치 (6. 30. 기준)

□ 향후 추진계획

- 다양한 외래객 유치 촉진을 위한 계절별 테마 코스 개발 및 운영
- EG투어버스 모객 활성화를 위한 국내외 홍보 및 유치 추진
 - 국내·외 주요 박람회 및 세일즈콜 홍보, 해외 주요 OTA(온라인여행사) 연계 상품 판매 등
- 수시 안전점검 실시를 통한 무사고 운영 달성

- 경기도 관광 안내지도 및 안내책자 제작·배포를 통한 안내체계 강화로
경기도 방문객 정보 이용 편의성 제고 및 유치 확대 도모

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 200,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주 요 내 용
 - 경기도 관광안내지도, 관광안내책자(가이드북) 제작 및 배포
 - 경기관광공사 해외마케팅 사업 연계 외국어 홍보물 활용

□ 2026년 추진실적

- 경기관광공사-경기도관광협회 MOU 체결(3월) 및 협력사업비 교부
- 2026년 경기관광 안내지도, 안내책자(가이드북) 정보 업데이트 및 9만부 인쇄
(5개 언어 : 한, 영, 중간, 중번, 일)
- 중화권, 동남아 홍보 행사 연계 홍보물 배포 (5월 충청서부국제무역상담회,
타이베이국제관광박람회, 6월 필리핀 K-관광로드쇼 등)

□ 향후 추진계획

- 경기관광안내지도, 안내책자(가이드북) 추가 인쇄 (9만부)
- 하반기 경기관광공사 해외마케팅 사업 연계 외국어 홍보물 활용
 - 해외 관광 홍보 행사 참가 연계 잠재 소비자 대상 배포
 - 국내외 여행업계 세일즈, 팸투어 연계 활용

- 도내 MICE 산업 위상 견인을 위한 고부가 MICE 유치개최 활성화 추진
- MICE 잠재수요 발굴을 통한 네트워크 확대 및 맞춤형 유치 마케팅 기반 구축

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 1,150,000천원 (관광산업과 위수탁 사업비)
- 주 요 내 용
 - MICE 유치·개최 지원, 국내외 박람회 참가 홍보
 - MICE 수요발굴 마케팅 등 추진

□ 2026년 추진실적

- 중대형 국제회의, 기업회의, 포상관광, 국제이벤트 등 고부가 마이스 유치
 - '29 분자생물학·진화학회 연례학술대회(2천명), '27 압웨이 차이나 리더십 세미나(1만5천명), '27 대만 신의방옥(1천명), Flesh & Blood TCG World Tour 2026(8백명)
- 해외 MICE 박람회 참가 등 대면 네트워킹 활성화 추진
 - The Meetings show 참가 B2B 상담 159건 달성(5개 기관 참가)

□ 향후 추진계획

- 뉴스레터 등 온·오프라인 홍보마케팅 추진 '26. 6월~
- 경기 MICE DAY 등 수요 발굴 마케팅 추진 '26. 8월~
- 국내외 마이스 박람회/총회 참가 및 경기 마이스 홍보마케팅 '26. 8월~
 - ICCA총회(파나마), IMEX AMERICA(라스베이거스), KME(코엑스마곡)

- 시·군 산업 기반 ‘지역특화 마이스’ 발굴, 유니크베뉴 등 경기 마이스 특화 콘텐츠 발굴 및 활성화 등을 통한 지역균형 마이스 육성 기반 조성

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 927,000천원 (관광산업과 위수탁 사업비)
- 주 요 내 용
 - 경기도 지역특화 마이스 발굴 및 육성, 시군 및 경기 유니크베뉴 경쟁력 강화, 마이스 아카데미 인력 양성, 마이스 스타트업 창업지원, 마이스 중장기 종합계획 수립 등

□ 2026년 추진실적

- 경기도 지역특화 마이스 발굴 : 6건(부천, 고양, 수원, 성남)
- 2026 경기도 MICE 산업 육성 5개년 종합계획 수립 연구용역 추진(5월~)
- 경기 MICE 인력 양성을 위한 연계 협력 체계 구축
(GTO - 한국마이스협회 - 수원컨벤션센터-수원상공회의소)
- 경기 유니크베뉴 정비 및 전환 추진을 위한 시군 간담회(6.19. / 10개 시군)

□ 향후 추진계획

- 경기도 지역특화 마이스 단계별 컨설팅 추진 '26. 6월 ~
 - 사전컨설팅, 현장평가, 사후 컨설팅 추진
- 마이스 청년 인력 양성을 위한 마이스 아카데미 운영 '26. 7월 ~
- 경기 마이스 스타트업 발굴·육성을 통한 마이스 생태계 확장 '26. 7월 ~

- DMZ의 평화, 역사, 문화, 생태적 가치를 담은 콘텐츠를 활용한 마케팅을 통해 더욱 강력한 경기 DMZ 브랜드 구축 및 강화

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 1,200,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주 요 내 용
 - (홍보 마케팅) 경기도 DMZ 누리집 및 올댓디엠지 등 SNS 관리로 홍보 효율성 증대
 - (DMZ 브랜딩) 대성동 마을 B.I 개발 등 주민 참여 기반의 DMZ 로컬 브랜딩
 - (매체 기획홍보) 유력 매체 활용을 통한 기획홍보로 DMZ 가치 제고 및 관광 활성화

□ 2026년 추진실적

- 대성동 마을 특산품 B.I 및 포장디자인 개발
 - 디자인 요소, 스토리텔링 등을 접목하여 B.I 개발 및 쌀과자 전용 포장디자인 제작
- 경기도 DMZ 열차 관광상품 개발·운영 (3회 진행 / 274명)
 - 작년 대비 상품 소비자 가격 인하 및 온누리상품권(1만원) 지급
- 2026 DMZ 도슨트 투어 상품 운영 지원 (13회 진행 / 152명)
- 임진각 일대, DMZ 도슨트 투어 취재 지원을 통한 기사화 (2회 / 5개 매체)
- 경기도 DMZ 인스타그램 및 페이지 채널 활용 통합 SNS 마케팅
- 유력 라디오 매체 스폰광고를 통한 DMZ 방문 수요 창출 (5.~6월)

□ 향후 추진계획

- 대성동 마을 특산품 오프라인 판매 거점 확대
 - 임진각 CU, 캠프그리브스, 페스티벌 등 주요 거점 내 유통 추진
 - 외국인 대상 홍보 유도를 위한 실질적 판로 확대
- DMZ 접경지역 4개 시군(김포·고양·파주·연천) 중심의 관광 공동 협의체 우선 구축 및 추후 권역 확대(양주·동두천·포천·가평)를 통한 광역 DMZ 관광산업 생태계 조성
- 매체 활용을 통한 DMZ 평화, 역사, 문화, 생태 브랜드 홍보 극대화
 - 기획 홍보와 고객 접점 매체 활용, 브랜드 이미지 제고

- 한류 콘텐츠와 DMZ 관광자원을 활용한 글로벌 페스티벌을 통해 '한류의 중심 경기도' 브랜드 구축 및 관광객 유치를 통한 지역경제 활성화 도모

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 1월 ~ 12월 ※ 행사 개최 : '26. 10. 9.(금) ~ 11.(일)
- 2026년 소요예산 : 1,000,000천원 (관광산업과 출연금)
 - 총사업비 : 30~40억원 (공사 10억원 + 민간 부담금 12억원 + 광고·협찬 등 8~18억원)
- 행사 주요 내용
 - 일시·장소 : '26. 10. 9.(금) ~ 11.(일) / 임진각 평화누리 (약 5만명 관람 예상)
 - 사업방식 : 민간 공동사업자 투자 매칭을 통한 공동사업 (공동사업자 : (주)경기일보)
 - 연출감독 : 윤일상(작곡가 및 프로듀서)
 - 행사내용 : (공연) GHOST(경기 한류 OST) 콘서트,
(체험) OST 체험, 한류 콘텐츠 마켓, 시·군 홍보관, 관광지 연계 투어상품 등
(숙박) 캠핑 숙박&웰니스 프로그램 운영(요가, 명상, 테라피 등)
 - 티켓 금액 : 1일권 120천원, 2일권 180천원, 3일권 240천원 / '26. 7. 15.(월) 오픈

□ 2026년 추진실적

- 민간 공동사업자 공개 공모 및 선정·계약 '26. 3. ~ 4월
- 주요 출연 아티스트 섭외 '26. 4. ~ 6월

□ 향후 추진계획

- 연계 상품 구성 및 티켓 판매 개시 '26. 7. ~ 9월
- 협찬·광고 유치 및 홍보마케팅 추진 '26. 7. ~ 9월
- 무대 공연 연출 및 부대프로그램 운영계획 수립 '26. 8. ~ 9월
- 현장 시설물 설치 및 안전관리계획 수립·점검 '26. 9월 말
- 2026 GHOST(경기 한류 OST) 뮤직 페스티벌 개최 '26. 10. 9. ~ 11.

- 경기도 DMZ의 평화·생태·역사적 가치 제고와 함께 경기북부 관광 및 지역경제 활성화를 위해 조성한 평화누리길의 효율적·안정적인 관리·운영

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 421,280천원 (DMZ정책과 위수탁 사업비)
- 평화누리길 개요 : 4개 시·군(김포·고양·파주·연천) 도보길 189km, 자전거길 215km
- 주요 내용
 - 평화누리길 관리 전담인력 운영(운영관리, 시·군별 현장 지킴이 등)
 - 평화누리길 브랜드 인지도 확대를 위한 온·오프라인 홍보 강화

□ 2026년 추진실적

- 평화누리길(도보 및 자전거길) 방문객 : 399,477명 (6. 30. 기준)
 - 종주자 총 115명(도보길 102명 / 자전거길 13명)
- 평화누리길 브랜드 인지도 확대를 위한 온·오프라인 홍보 강화
 - 전담인력(지킴이)이 실 이용객과 동일한 조건(App, 교통, 식사 등)에서 경험하고 탐방 매뉴얼을 기록하는 이용객 눈높이 맞춤형 지킴이 프로그램 운영('26. 2월 ~)
 - 평화누리길 계절별 특색을 살린 추천 코스 발굴 및 홍보
 - 기존 모바일 스탬프 App과 함께 스탬프북 신규 도입을 통한 종주 인증제 운영 고도화
 - 브랜드 굿즈 품목을 5종으로 확대 (기존 3종^{배지, 모자, 가방} + 추가 2종^{아크릴키링, 스탬프북})

□ 향후 추진계획

- 평화누리길 종주 기념품 개편, 분할 인증제 도입 등 종주 인증제 고도화
- 눈높이 맞춤형 지킴이 프로그램 연계 길동무(동행인) 모집 프로그램 운영

- 연천 평화누리길 어울림센터 시설 관리·운영 및 활성화 이벤트를 통해 평화누리길 도보객 편의 증진 및 만족도 제고

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2025년 소요예산 : 146,778천원 (DMZ정책과 및 연천군 위수탁 사업비)
* 道 DMZ정책과 위수탁 사업비 73,389천원 / 연천군 위수탁 사업비 73,389천원
- 시설개요 : 연천군 군남면 옥계리 411 / 부지면적 1,325㎡ / 건축연면적 696.95㎡
- 주요내용 : 평화누리길 어울림센터 시설 유지·관리 및 활성화 프로그램 운영

□ 2026년 추진실적

- 평화누리길 어울림센터 방문자수 : 5,066명 (6. 30. 기준)
- 어울림센터 운영인력(기간제 2명) 임용 ('26. 1. 27. ~ 12. 31.)
- 1층 지역상생공간 내 연천 농·특산물(25종) 전시·홍보관 조성
- 평화누리길 종주자 어울림센터 현장 즉시 인증제 도입·시행 ('26. 5월 ~)

□ 향후 추진계획

- 어울림센터 홍보·마케팅 및 단체 행사·대관 지원을 통한 활성화
- 어울림센터 SNS콘텐츠 제작 및 배포를 통한 온라인 홍보
- 어울림센터 홍보 및 방문객 유치를 위한 활성화 프로그램(원데이클래스) 운영

- 평화누리길 관리·운영 공동 협약('18.8.24.)에 따른 4개 시·군 평화누리길 시설물의 효율적인 설치·관리·유지를 통한 지역 관광 활성화 기반 마련

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 583,570천원 (4개 시·군 위수탁 사업비)
 - 시·군별 예산 : 김포 150,998천원 / 고양 75,000천원
파주 179,292천원 / 연천 179,292천원
- 평화누리길 개요 : 4개 시·군(김포·고양·파주·연천) 도보길 189km, 자전거길 215km
- 주 요 내 용 : 평화누리길 시설물 대상 유지, 관리, 보수 추진

□ 2026년 추진실적

- 평화누리길 보행량 계측용 무인계측기 교체·설치 12개소
- 화장실 청소·관리(총 25개소), 제초 작업(41.3km 구간, 1회)
- 화장실 1개소 신규 설치, 비상벨 설치 5개소
- 도보길 안내판 설치 3개소, 자전거길 안내판 설치 18개소, 보수 98개소
- 데크보수(4.5m) 및 쇄석포장(260m), 낙석제거(1개소) 등

□ 향후 추진계획

- 4개 시·군 평화누리 도보길 노후시설 보수 및 자전거길 안내판 유지·관리
 - 주요 구간 쉼터 및 그늘집, 도보 및 자전거길 안내판(약 400개소) 등
- 방문객 편의·도모 향상을 위한 편의시설 관리 및 노선 정비 등
 - 노선 제초(2회), 노면 평탄화 등 집중 호우 기간 시설물 정비 등
 - 화장실 청소·유지 관리 (25개소)

- 임진강변 軍 순찰로를 개방하여 생태해설 프로그램 운영 및 평화관광 연계를 통해 DMZ 일원 생태관광 활성화 기반을 마련

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 예산 : 330,750천원 (파주시 위수탁 사업비)
- 탐방로 개요 : 약 9.1km / 임진각(46T) ~ 초평도 전망대(60T) ~ 율곡습지공원(75T)
- 주 요 내 용 : 임진강변 생태탐방로 해설 프로그램 운영 및 시설물 유지관리

□ 2026년 추진실적

- 생태탐방로 해설 프로그램 재개를 위한 수해 복구 지원(군 시설물 정비 등)
 - * 경기북부 집중 호우에 따른 탐방로 후반코스 상당 유실로 1사단 운영 중단 중('24. 7월~)
- 온·오프라인 인프라 유지 보수 관리
 - 탐방로 내 편의 시설물 유지 관리 및 도보 환경 개선 작업
 - 탐방객 대응 온라인 서비스 운영 (예약 홈페이지 운영 등)
- 임진강변 생태탐방로 예초관리 추진

□ 향후 추진계획

- 임진강변 생태탐방로 재개방 및 해설 프로그램 운영 (9.1km)
- 생태탐방로 계절 특화 프로그램 운영 및 홍보 마케팅
 - 비수기 시즌 보완을 위한 겨울철 탐조 특화 프로그램 추진 ('26. 11월)

- 캠프그리브스 내 기존 장교숙소 건물 개축을 통한 가족형 숙박시설 조성으로 DMZ 지역 체류형 관광객 확대(청소년단체→일반 가족)

□ 사업 개요

- 사업기간 : 2025년 3월 ~ 2027년 12월(계속비 사업)
- 2026년 소요예산 : 548,100천원 (국비 300,000천원+도비 248,100천원 / DMZ정책과 위수탁 사업비)
 - * 총사업비 : 6,625,000천원
- 사업대상지 : 파주시 군내면 백연리 357-1 일원(캠프그리브스 내)
- 주요내용 : 기존 미군 장교숙소 개축을 통한 가족형 숙박시설 조성
 - 규모 : 연면적 1,291㎡(387평) / 3층 ※ 기존 장교숙소 : 18실(1인), 실당 71㎡
 - 조성계획 : 14객실(4인실), 수용인원 56명

□ 2026년 추진실적

- 경기도 계약심사 '26. 2월
- 제안설계 공모 및 설계용역 건축사 선정 '26. 3월
- 건축설계 용역 계약 및 착수 '26. 4월
 - 용역개요 : (주)시상종합건축사사무소 / 4. 10. ~ 12. 5. / 289,498천원

□ 향후 추진계획

- 실시설계 및 건축 인허가·성능 인증(예비인증) 수행 ~ '26. 11월
- 철거공사 착공 '26. 12월

- 임진각 평화누리 내 ‘안중근 평화센터’를 조성, 유묵 영인본 전시를 중심으로 한 역사·평화 교육 공간 구축을 통해 평화누리 상징성 제고 및 문화관광 명소화

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 1,000,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주 요 내 용
 - (조성) 실내 전시공간 조성 및 건물 외벽 개선, 엘리베이터 설치, 휠체어 접근로 개선 등 무장애 인프라 강화
 - (운영) 유묵 영인본 전시존, 미디어월 및 굿즈 전시판매존 운영, AI 큐레이터 시스템 도입, 음성·시각장애인 맞춤형 해설 제공

□ 2026년 추진실적

- 안중근 평화센터 공간 디자인 마스터플랜 수립
 - 평화센터 공간 정체성 확립 및 기본구상(콘셉트) 도출 ('26. 3. ~ 5월)
 - 내부 전시 콘텐츠 기획 및 전시 공간 조성사업 착수 ('26. 6월 ~)
- '26. 9월 성공적 개관 대비 선제적 운영 준비
 - 시설 종합 운영계획 수립 및 관리·안내 전문인력 확보 추진 ('26. 6월~)

□ 향후 추진계획

- 안중근 평화센터 조성 ('26. 9월)
 - 안중근 주제에 따른 전시 공간연출 설계, 제작, 설치 등 환경 조성
 - 단열·설비 교체, 조명 및 외벽 개선 등 건물 노후 부분 보수 및 무장애 인프라 강화
- 안중근 평화센터 개관 및 운영
 - 개관식 및 토크콘서트 개최를 통한 운영 기반 구축
 - 안중근 기념 굿즈 및 시그니처 라떼아트 개발·판매를 통한 특화 콘텐츠 운영

- 대한민국 유일의 UN군 화장장을 체계적으로 정비하고 교육·체험·관광 기능을 함께 갖춘 복합 콘텐츠 개발을 통해 지역관광 활성화에 기여

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 200,000천원 (관광산업과 출연금)
- 사업대상지(시설) 개요
 - 위치 : 연천군 미산면 동이리 610-10번지
 - 규모 : 화장장 시설 1동(지적 면적 : 1,596㎡ / 약 10m 높이의 굴뚝과 벽체 일부)
 - 1952년 건립된 유엔군 화장장으로 2008년 국가 등록 문화유산(제408호)으로 지정
- 주요 내용
 - 관광객 접근성 향상을 위한 편의시설(쉼터 및 안전난간) 조성
 - 국가 등록문화재의 역사적 가치 회복을 위한 홍보프로그램 운영 등

□ 2026년 추진실적

- 관계기관 협업을 통한 개발구상 '26. 1. ~ 4월
 - 道, 公社, 연천군(관리주체) 협업을 통해 역사·안보·생태 자원 연계 개발구상
 - 국내 유일의 유엔군 화장장 정비를 통한 평화·추모 공간의 상징성 확보
- 부대시설 조성공사 실시설계 용역 추진 '26. 4. ~ 5월
 - 문화재 보존과 관광 편의를 동시에 고려한 설계 추진

□ 향후 추진계획

- 부대시설 조성공사 추진 ~ '26. 8월
- 유엔군 화장장 시설 기념책자 제작 '26. 7. ~ 9월
- 유엔군 화장장 시설 기념행사 등 홍보프로그램 운영 '26. 9. ~ 12월

- 임진각 평화누리의 효율적인 관리운영을 통한 시설운영 및 이용객 편의 개선으로 국내외 방문객들에게 다시 찾고 싶은 관광명소로 자리매김

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 1,350,000천원 (자체사업비)
- 주 요 내 용
 - 직영시설 관리운영 : 임진강 독개다리, 벙커전시관, 특화편의점(경기문화굿즈 샵인샵, 라면라이브러리), 평화주차장 등
 - 임대 및 대관시설 관리운영
 - 임대시설 : 임진각, 평화누리(카페안녕, 비스트로안녕, 키오스크)
 - 대관시설 : 평화누리 대공연장, DMZ생태관광지원센터 등
 - 운영시설 유지관리 : 직영, 관람·편의시설, 임대시설, 대관시설, 공용 화장실 등

□ 2026년 추진실적

- 임진각 평화누리 운영시설 다각화를 통한 매출 성장 및 자생력 확보
 - 직영/임대/대관/부대시설 매출 전년 동기 대비 43.2% 증가 (874,092천원 ^{6. 30. 기준})
- 체류형 특화 콘텐츠 유치를 통한 임진각 평화누리 명소화
 - 트렌드 맞춤형, 체험형 특화 편의점 ‘라면 라이브러리’ 신규 개점 (3. 30.)
 - 가족 단위 방문객 체류시간 확대 5. 5.(어린이날) 경기 북부 신규 점포 매출 1위 달성
- 평화주차장 유료화 시행('25. 10. 1.) 이후 안정적 정착 완료
 - 체계적 사전 준비 및 현장 대응으로 초기 혼선 최소화, 안정적인 신규 수익 창출 달성
- 직영 운영시설 신규 콘텐츠 도입 : 임진강 독개다리 스탬프 콘텐츠 등

□ 향후 추진계획

- 직영·임대·대관시설 운영 효율화 및 안정적 서비스 제공, 콘텐츠 개발
- 노후시설 관리 및 재난·재해 대비 시설점검, 안전관리 등 시설물 유지관리 강화

- 평화누리·수풀누리 일원 임진각 관광지 기반시설을 효율적으로 관리·운영하여 방문객 만족도를 높이고, 쾌적한 관광 환경 조성을 통해 관광지 활성화에 기여

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 1,400,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주요 내용
 - 수풀누리, 평화주차장, 오수처리시설, 상수공급시설 등의 효율적인 관리운영
 - 평화누리 및 수풀누리 : 면적 194,072㎡ / 생태수로, 관찰데크, 메타세콰이아길 등
 - 평화주차장 : 면적 33,646㎡ / 1,091면(승용 758대형 63, 전기충전), 경관녹지(19,218㎡)
 - 오수처리 및 상수공급 시설 : 오수처리시설(Q=250㎥/일), 저수조(V=400㎥)
 - 안전점검 결과에 따른 시설물(야외공연장 등), 야외 예술작품 등 보수 추진
 - 관광 인프라(야간관광 콘텐츠, 모험놀이시설)의 안정적 운영 및 시설 유지관리

□ 2026년 추진실적

- 시설 안전 확보 및 유지관리 강화
 - 수풀누리 노후난간 교체 공사 : 총 853경간 중 443경간(누적) 교체 완료
 - 평화누리 변압기 노후 부품 교체 공사 : 전력 공급 안정화 및 화재 등 안전사고 방지
 - 평화누리수풀누리 조경관리 공사 진행 : 관광지 내 제초 및 약제 살포 1회 실시
 - 오수처리시설 정기점검·설비 교체 : 중계처리장 펌프 및 수위계, 제어반 PLC 카드 교체·보수
- 관광시설 운영 안정화 및 이용객 안전 관리
 - 야간관광콘텐츠·모험놀이시설·물놀이시설의 정기 점검, 세척·수질관리 등 사고 예방 체계 구축
 - 조경관리, 말라리아 유충 방제, 뱀 퇴치 등 이용객 안전관리 강화

□ 향후 추진계획

- 노후 시설물의 체계적 정비 및 쾌적한 관광환경 조성
 - 평화누리 내 주요 시설물(공연장, 조형물, 조경시설), 수풀누리 산책로 목재 난간 보수
 - 장애인 및 어린이 등 배려대상 이용 환경 개선(이동동선 및 안내판, 화장실 등)
 - 야간 방문객을 위한 조명시설 점검 및 보수(야간관광콘텐츠 노후 조명 보수)

- 평화누리 캠핑장의 안전하고 쾌적한 시설 운영 및 특화 상품 개발·운영 등을 통해 공사 자립기반 확보 및 경기북부 체류형 관광활성화 도모

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 1,950,000천원 (자체사업비)
- 시 설 개 요 : 부지 34,117㎡ / 시설 118면 (카라반 38대 등 포함)
- 주 요 내 용
 - 캠핑장 이용객의 만족도 제고를 위해 쾌적하고 안전한 캠핑장 관리운영
 - 경기북부 관광 활성화를 위한 외국인 관광상품 개발, 기업·학교 등 단체 유치 추진
 - 평화누리 캠핑장 DMZ 특화 콘텐츠 기획 및 지역연계 프로그램 운영

□ 2026년 추진실적

- 평화누리 캠핑장 운영실적(1.~6월) : 객실 가동률 52.3%, 매출액 약 9.2억원
- 평화누리 캠핑장 연계 외국인 관광객 DMZ 체류 상품개발 확대
 - 외국인 유치 협력여행사 확대 (25개사^{'25년} → 31개사^{'26년})
 - 외국인 관광객 숙박 238객실 판매 (916명 유치)
- 지역상생 및 공공성 강화를 위한 맞춤형 프로그램 운영
 - 고유가 대응 친환경차/대중교통 이용 장려 캠페인 추진 (5월)
 - 대관 행사(2026 캠핑요리축제) 연계 DMZ 농특산물 직거래장터 운영 (6월)
 - 6월 호국보훈의달 연계 국군장병 무료 워크숍 지원 및 캠핑장 요금 50% 할인 지원
- AI 활용 평화누리 캠핑장 특화 안전관리 시스템 개발 및 운영
 - 바이브코딩 활용 캠핑장 안전점검 및 조치 분석 AI 웹앱 자체 개발
 - AI 활용 위험요소 실시간 점검 및 통계분석을 통한 캠핑장 안전관리 강화

○ 평화누리 캠핑장 안전점검의날 운영 (6월)

- 전 직원 심폐소생술, 응급처치 및 AED 교육 실시 및 EFR(응급처치) 자격증 취득
- 캠핑장 전체 시설 점검, 화장실 불법촬영 점검 등을 통한 사고없는 캠핑장 실현

□ **향후 추진계획**

○ 평화누리 캠핑장 특화 콘텐츠 도입을 통한 캠핑객 유치 여건 개선

- 이용객 개선의견 반영 여름 물놀이시설 도입 및 주중 프로그램 운영 (7. ~ 8월)
- 가족 단위 이용객 대상 특화 프로그램 개발(카라반 방탈출 등)

○ 경기북부 관광 활성화를 위한 외국인 관광객 상품 개발 및 유치 확대

- 재한외국인 및 DMZ평화관광 이용객 연계 당일 캠프닉(캠핑+피크닉) 상품 개발
- 캠핑장 특화 K-바비큐 체험 프로그램 개발을 통한 외국인 유치 역량 강화

○ 사회적 약자 및 지역상생 프로그램 운영

- 국가트라우마센터 등 연계 부상제대군인, 재난·재해 유가족 등
희망회복 캠핑 프로그램 운영
- 캠핑장 내 지역상품 판매코너 및 지역 농가 번개장터 운영

- 평화누리 캠핑장의 노후화된 숙박 및 기반시설을 개선하여 안전하고 쾌적한 캠핑 환경을 조성함으로써 경기북부 대표 체류형 관광시설로 발전

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 2026년 12월
- 2026년 소요예산 : 500,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주 요 내 용
 - 가족단위 및 외국인 관광객 대상 고급형 카라반 도입 및 노후 바비큐쉼터 교체
 - 기존 노후화된 카라반 시설 개보수 추진을 통한 캠핑장 안전·위생 수준 강화

□ 2026년도 추진계획

- 고급형 카라반 도입 (총 6동) '26. 6. ~ 9월
 - 4~6인용 외국인 및 가족단위 이용객 타켓 고급형 카라반 설치
 - 고급형 카라반 도입을 통한 외국인 수용태세 개선 및 DMZ 체류관광 유치 활성화
- 카라반존 노후 바비큐쉼터 교체 (총 38동) '26. 7. ~ 8월
 - 노후 바비큐쉼터 철거 및 신규 설치
 - 난염 소재 활용, 위생관리가 용이한 향균 마감재 적용
- 기존 노후 카라반 시설 개보수 추진 '26. 6. ~ 12월
 - 노후 테이블/매트리스/침구류 등 교체 및 카라반 외부 램핑 보수, 조명 교체 등
 - 노후 시설 개보수를 통한 안전·위생 위험요소 제거 및 이용객 만족도 제고

- 평화누리 캠핑장의 노후화된 편의시설 및 설비를 개보수하여 캠핑장 안전 및 위생수준 강화를 통한 안전하고 쾌적한 캠핑장 조성

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 6월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 62,500천원 (관광산업과 위수탁사업비)
※ 국비 25,000천원 + 도비 37,500천원
- 주 요 내 용
 - 평화누리 캠핑장 샤워실 환경개선 공사 추진
 - 편의동 오폐수 배관 공사 추진

□ 2026년도 추진계획

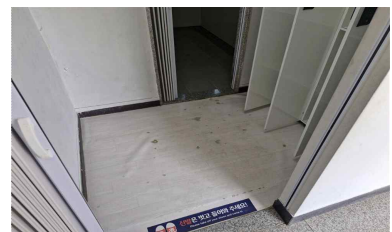
- 평화누리 캠핑장 샤워실 환경개선 공사 추진 (6. ~ 7월)
 - 샤워실 전면 인테리어 진행, 칸막이 설치 및 전신건조기 등 편의시설 도입
 - 호텔급 샤워시설 조성을 통한 외국인 유치 여건 개선 및 이용객 편의 만족도 향상
- 편의동 오폐수 배관 공사 추진 (6. ~ 7월)
 - 잦은 배수관 막힘으로 샤워실 및 탈의실 내 침수 발생에 따른 배관 공사 추진



편의동 샤워실 외부 전경



편의동 샤워실 내부
(시설 노후 및 칸막이 부재)



편의동 샤워실 내 탈의실 전경
(잦은 배수관 막힘으로 침수)

- 평화누리 캠핑장 관리동 및 편의동 옥상 태양광 설치를 통해 공사 RE100 실현 등 지속가능한 관광사업 운영 기반 마련

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 3월 ~ 8월
- 2026년 소요예산 : 80,000천원 (자체사업비)
- 사업대상지(시설) 개요 : 평화누리 캠핑장 관리동(127.15㎡) 및 편의동 B(102㎡)
- 주 요 내 용 : RE100 실현을 위한 평화누리 캠핑장 내 태양광 발전설비 설치
(설치면적 약 230㎡, 설치용량 40kW)

※ 35.7kW(필요용량) = 137kW(RE100목표) - 75.44kW(DMZ센터) - 52.86kW(어울림 센터)

□ 2026년 추진실적

- 평화누리 캠핑장 태양광 발전설비 설계 '26. 3. ~ 4월
- 설치 인허가(軍 작전성검토, 개발행위 허가) 진행 '26. 4. ~ 6월
- 굴착 및 관로매설 공사 진행 '26. 6월

□ 향후 추진계획

- 평화누리 캠핑장 태양광 설치공사 진행 ~ '26. 8월
 - 한전 상계거래 신청 (6.~7월) → 태양광 발전설비 설치 (7.~8월)
- 전기안전공사 사용전 검사 완료 및 전력생산 '26. 8월

- DMZ체험관 특화 프로그램 개발·운영, 관광상품 개발 등 체류형 관광 활성화를 통한 캠프그리브스 일원 DMZ관광 활성화

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 515,000천원 (DMZ정책과 위수탁 사업비)
- DMZ체험관 개요 : 연면적 3,352㎡ / 4층 / 수용정원 240명(유스호스텔)
- 주 요 내 용
 - 기관·단체 숙박 및 프로그램 이용객 유치를 통한 DMZ체험관 체류형 관광 활성화
 - 통일부, 경기도교육청, 전국 시·도 교육청, 코레일 등 협력 사업 확대
 - 경기도 공공기관, 파주시, DMZ 일원 기관(중립국감독위원회, 유엔군사령부 군사정전위원회 등) 협력 네트워크 강화

□ 2026년 추진실적

- 캠프그리브스 DMZ체험관 방문객수 : 4,106명 (6. 30. 기준)
- 통일부, 경기도교육청 등 기관 협력사업 확대 (통일부 210명 / 경기도교육청 427명)
- 시·도 교육청 및 교육기관 연계 신규 프로그램 운영 (9회 / 351명)
- 경기문화재단 협력, '2026 세계문학페스타' 유치 및 프로그램 운영 (293명 / 3월)
- '26년 세계기자대회 지속 유치를 통한 해외언론인 대상 캠프그리브스 특별 프로그램 운영 (39개국 60명 / 3월)

□ 향후 추진계획

- 통일부, 코레일관광개발 등 기관 협력 DMZ 캠프그리브스 여행 상품 개발·운영
- 경기도교육청, 지자체 교육청 등 교육기관 협력을 통한 프로그램 이용객 유치 확대

- 캠프그리브스 전시관 자율관람 운영 및 신규 체험형 콘텐츠 도입 등 전시 관람 수용태세 마련을 통한 DMZ 관광 활성화

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 1,051,000천원 (DMZ정책과 위수탁 사업비)
- 대상시설 : 갤러리그리브스, 퀸셋막사 전시관, 탄약고 등 11개 전시관 및 편의시설
- 주 요 내 용
 - ‘캠프그리브스 - 파주 임진각 평화곤돌라’ 연계 자율관람 운영('26.5월) 및 관광객 유치
 - 전시 운영 편의시설(카페, 쉼터 등) 관람환경 개선을 통한 관람객 만족도 제고
 - 캠프그리브스 신규 체험형 전시 콘텐츠 도입 및 전시 운영 활성화

□ 2026년 추진실적

- 캠프그리브스 전시관 방문객 : 97,437명 (6. 30. 기준)
- 파주 임진각 평화곤돌라 연계 캠프그리브스 전면 자율관람 운영 ('26. 5. 1.~)
 - 관람객 편의를 위한 통합 입장권 운영 / 캠프그리브스 전시관 자율관람
- 캠프그리브스 전시관 신규 콘텐츠(홍보관 콘텐츠, 그래피티 등) 도입 및 운영
- 전시관(11개동), 편의시설 등 자율관람 운영시스템 개선, 외국어 모바일 도슨트 등 관광객 이용 수용태세 마련

□ 향후 추진계획

- 캠프그리브스 체험형 전시 콘텐츠 및 홍보관 신규 콘텐츠 운영
- 카페, 평화정원, 쉼터 등 전시 관람 이용객 휴게공간 및 편의시설 확대 운영
- 전시관 관광객 유치를 위한 자율관람 및 전시 운영 활성화 홍보마케팅 추진
 - 소셜미디어 및 인플루언서를 활용한 캠프그리브스 홍보마케팅 전개

- 캠프그리브스 운영 기반시설의 효율적인 시설관리 및 안전관리 강화를 통한 이용객 안전 및 이용 편의성 향상

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 924,000천원 (DMZ정책과 위수탁 사업비)
- 대상 시설 : 캠프그리브스 부지(118,395㎡), 건축물(34개동), 공작물
- 주요 내용 : 캠프그리브스 운영 기반시설 및 DMZ체험관, 전시관, 휴게공간 등 효율적인 시설 유지 관리

□ 2026년 추진실적

- 캠프그리브스 민간인통제구역 안전관리를 위한 CCTV 시스템 통합 관리 운영
 - 자율관람 구역의 회전형, 고정형 CCTV 시스템 통합 관리 운영으로 효율성 제고
- DMZ체험관 숙박 및 프로그램 이용객 편의시설 및 설비 유지보수
 - DMZ체험관 상수도 급수 펌프 및 객실, 강당 전기 설비 교체 등
- 관광객 안전사고 예방을 위한 위험 수목 제거 및 주변 관람 환경 정비
 - 보행로, 변압기, 건축물 등 주변 위험 수목 제거
- 자율관람 구역 내 탄약고, 평화정원 등 부근 안전관리 펜스 및 사인물 설치

□ 향후 추진계획

- DMZ체험관 노후 주요 설비 교체 및 개선 공사 추진
- 캠프그리브스 외곽 경계 철책 주변 수목 정비 등 관람 환경 개선
- 이용객 안전사고 예방을 위한 시설 유지보수, 안전 사인물 설치 등

- 도라산 평화공원의 효율적인 시설물 유지관리 및 관광객 편의 제공 등 방문객 환경개선을 통한 DMZ 관광 활성화

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 299,000천원 (DMZ정책과 위수탁 사업비)
- 시설(공원) 개요 : 부지 99,545㎡ / 전시관(352㎡) 1동, 통일의 숲, 생태연못 등
- 주요 내용
 - 도라산 평화공원(99,545㎡)의 효율적인 시설물 유지 및 관리
 - 도라산 평화공원 프로그램 운영 등 활성화를 통한 관광객 유치

□ 2026년 추진실적

- 공원 시설물의 효율적인 유지관리 및 환경개선
 - 생태연못 정비공사, 외곽지역 예초작업 등
 - 전시관 옥상 방수 공사 등 안전 및 편의성 제고를 위한 시설 개선
- DMZ 일원 기관(통일부, 파주시, 코레일) 연계 협력 사업을 통한 방문객 유치
 - DMZ 평화의 길 테마노선 운영 (5.~6월, 9.~10월)

□ 향후 추진계획

- 공원 시설물의 효율적인 유지관리 및 DMZ 일원 관광지 연계 방문객 유치
 - 캠프그리브스 및 DMZ 평화의 길 테마노선 연계 프로그램 등 운영
- 방문객 편의시설 확충 및 만족도 제고를 위한 관광인프라 시설관리
 - 도보다리 콘텐츠 확충을 위한 포토존 조성 및 계절별 조경관리 등 시설 유지보수

- 국가승인통계 지위에 부합하는 공신력 있는 경기도 관광통계 생산을 통해 데이터 기반의 관광 정책·상품 개발·홍보 전략 수립의 기초 자료로 활용

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 2027년 3월
- 2026년 소요예산 : 380,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주 요 내 용
 - 도내 주요 관광지 내·외국인 방문객 및 임진각·평화누리 캠핑장 방문객 대상 실태조사
 - 분기별 주요 조사·분석 결과 활용 등 데이터 기반의 정책 결정 지원

□ 2026년 추진실적

- 국가승인통계 1종 외 추가 조사 5종(외국인관광객, 임진각관광지, 평화누리캠핑장, 경기도 관광 최신 트렌드, 관광기업 동향) 2분기 조사 수행

□ 향후 추진계획

- 주요 관광지 방문객 실태조사 자체통계 품질진단 결과 ‘우수’ 등급 유지
- 경기관광 맞춤형 데이터 생산을 위한 국가승인통계 품질 관리
 - 도내 주요 관광지 51개소 → 31개 시·군 균등 배분 확대 (조사표본 : 총 18,500명)
- 조사체계 고도화 및 확대를 통한 전문성 및 대외 신뢰도 제고
 - 경기도 관광기업 동향조사 확대(1회 → 4분기)를 통한 경기도 특화 데이터 생산
 - 외국인 관광객 조사지점 확대 및 개편(11개소 → 16개소)으로 조사 활용·신뢰도 강화

- 경기도 문화·체육·관광 사업의 객관적 효과 분석을 통한 예산 효율성 개선 및 신규 관광활성화 정책의 기초 자료로 활용

□ 사업 개요

- 사업 기간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 650,000천원 (문화정책과 출연금)
- 주요 내용 : AI, 빅데이터, 가명데이터 등을 활용, 문화·예술·관광 분야 행사의 실질적 효과 측정

□ 2026년 추진실적

- 축제·행사 현황 종합 분석 시스템 구축 (5월)
 - 행사 영역 내에서 수집된 민간 데이터를 활용하여 입체적 분석과 직관적 대시보드를 제공하고 AI 기반 맞춤형 분석 보고서 자동 생성이 가능한 데이터 통합 분석 시스템 구축
 - 6개 핵심 데이터의 가명 결합을 통한 유효 통계 도출

핵심 데이터	관련 자료
관광객 유입 변화	국내외 관광객 수 변화, 계절별 방문 패턴 분석, 시간대별 방문객 밀집도, 유입지역 분포도, 1인 평균 체류시간 등
경제적 효과 분석	카드 매출 총액 비교, 숙박, 음식점 등 업종별 이용 분석, 예약 및 티켓 판매 데이터 분석, 신용카드 소비지출 경향 분석 등
이동 패턴 분석	관광객 유입 지역과 주요 이동 경로 파악, 주변 교통데이터, 연계 방문지 및 재방문률 통계 등
인구통계학적 분석	외국인 및 외지인 현황, 체류 경향, 지출 패턴, 숙박인구 등
주요 관광지 트렌드	SNS·리뷰 분석, 테마 지도, 유사 행사와 비교 분석 등

□ 향후 추진계획

- 조달청(디지털서비스몰) 상품 등록 및 시스템 이용 계약 (추진 중)
- 실질적 도민 체감 효과 및 지역 경제 파급효과 측정으로 향후 축제·행사 기획 및 정책 수립에 기초 자료로 활용

- 시·군·관광업계 협력 네트워크 구축 및 업계 경쟁력 강화를 위한 ‘경기도 관광의 날’ 행사의 성공적 개최로 경기도 관광산업 활성화를 위한 기반 구축

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 2026년 소요예산 : 200,000천원 (관광산업과 출연금)
- 주 요 내 용 : 경기도 관광의 날 행사(매년 1. 21일) 개최
- 경기도 관광정책 설명 및 전문가 특강, 도내 관광 우수사례 발표
 - 경기도 관광 활성화 유공자 표창 수여식
 - 관광업계 교류 등 네트워킹 행사

□ 2026년 추진실적

- ‘제1회 경기도 관광의 날’ 개최
- 일시·장소 : 2026. 1. 21.(수) / 수원컨벤션센터
 - 참 석 자 : 총 420여명(道 행정1부지사, 경기도의회 부의장, 경기관광공사 사장 등)
 - 주 요 내 용

구 분	주 요 내 용
1부 행사	경기관광 포럼 개최 (전문가 특강, 관광정책·관광마케팅·마이스·의료·웰니스 분과별 토론)
2부 행사	경기도 관광활성화 유공자 표창 수여식 (경기도지사상 27, 도의회 의장상 4, 공사 사장상 2, 경기도관광협회장상 2)

□ 향후 추진계획

- 제2회 경기도 관광의 날 행사 기획 '26. 10월 ~
- 키비주얼 제작 및 초청장 발송 등 '26. 10월 ~

- 수원시 등과 협력, 국가 공모사업(도시재생 혁신지구) 연계 추진을 통해 수원 영화지구의 조속한 사업화로 수원 화성 관광활성화 기반 마련

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2025년 ~ 2031년
- 2026년 소요예산 : 150,000천원 (자체사업비)
- 사업대상지 개요
 - 위 치 : 수원시 장안구 영화동 153-2 일원
 - 면 적 : 20,460㎡ (공사 소유 13,872㎡ / 수원시 소유 6,588㎡)
 - 토지 용도 : 도시개발구역, 준주거지역, 문화재보존영향검토대상구역
- 주 요 내 용 : 도시재생 혁신지구 지구지정, 출자타당성 검토 완료 등
 - ※ 도시재생 혁신지구 국가시범지구 선정('25. 9월) * 대상지(3곳) : 수원, 춘천, 천안

□ 2026년 추진실적

- 사업추진 실무협의체 구성 및 협의 '26. 2월 ~
 - 공동사업시행자(수원시, 수원도시공사, GTO)
- 한국지방행정연구원 지방투자사업관리센터(LIMAC) 사전 협의 '26. 2월
- 도시재생혁신지구 선진사례 조사(고양, 천안) '26. 4. ~ 5월

□ 향후 추진계획

- 출자타당성 관련 협의 및 검토(한국지방행정연구원) '26년 하반기
 - (검토완료 후) 공사 이사회 심의 및 도의회 의결절차 이행
- 도시재생 혁신지구 국가시범지구 지정 '27년
 - (지구지정 후) 시행계획 수립 추진

- 경기도 정책사업과 연계한 협력사업 발굴 추진으로 공사 유희자산 활용을 통한 자립경영 및 지역관광 활성화 기반을 마련

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2025년 ~ 2033년
- 2026년 소요예산 : 13,000천원 (자체사업비)
- 사업대상지 개요
 - 위 치 : 안산시 단원구 선감동 654-11 일원
 - 면 적 : 302,947㎡(27필지)
 - 토지 용도 : 자연녹지지역, 유원지
- 주 요 내 용 : 道 정책사업 연계 사업화 추진

□ 2026년 추진실적

- 경기도 정책사업 추진 협력 '26. 1월 ~
 - 경기도(자산개발과), 경기관광공사, 경기주택도시공사 검토 협의 등
 - 신규 투자사업 타당성검토(지방공기업평가원) 결과 “미흡” 통보('26. 6월)

□ 향후 추진계획

- 경기도 정책사업 추진 후속조치 협력 '26. 7월 ~
 - 안산 선감도 일원 특화 전략계획 수립 협력
 - 각 기관별 특화전략계획 담당 분야
 - : 경기도(총괄), 경기관광공사(관광레저), 경기주택도시공사(주거타운)
 - 경기도 주관 전문가(단지계획, 관광, 주거 등) 자문회의 대응 등

- 대내외 환경변화에 부응하는 전략경영 및 혁신경영 실행, 전략적 조직개편 등을 통해 공사의 지속적인 성장·발전을 위한 기반 마련

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 주 요 내 용
 - 경기관광 활성화를 위한 신사업 발굴 및 경기관광혁신위원회 운영 등 혁신 고도화
 - ‘경영계획 - 사업실행 - 성과관리 - 경영평가’ 연계의 효율적 전략경영 추진
 - 사업실행의 효율성 제고를 위한 전략적 조직개편 및 정원 확충 추진

□ 2026년 추진실적

- 내부성과평가 운영계획 수립 및 전사 의견 수렴 중 '26. 3. ~ 6월
 - 경영계획·목표와의 연계성 강화 및 외부 평가 대응 효율성 제고를 위한 내부성과평가 제도 개선·운영
- 주민 참여형 경영혁신을 위한 ‘도민혁신단’ 구성·운영 '26. 4월 ~
 - 공개 모집을 통한 ‘도민혁신단’ 선발 (총 9명)

□ 향후 추진계획

- 경영성과 관리 고도화를 통한 '26년 사업성과 제고 '26. 7월 ~
- GTO 맞춤형 혁신 추진으로 경영·사업혁신 제고 '26. 7월 ~
- 환경변화를 반영, GTO 중장기 전략경영계획 수립 '26. 8월 ~
 - * 민선 9기 경기도지사 공약 등을 고려, 중장기 경영계획 고도화
- 전략적 조직개편 및 정원 확충 방안 마련·보고 '26. 9월 ~

- 지능화되는 사이버 위협과 개인정보 유출 위험에 대응하여 경영정보화시스템 보호와 법적 의무 이행을 강화하고 안전한 디지털 근무 환경 구축

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 주 요 내 용
 - 통합 정보보호 관리체계 및 보안 인프라 관리를 통한 안정적 시스템 운영
 - 개인정보 보호수준 강화 및 인식 제고

□ 2026년 추진실적

- 2026년 종합 정보보호 컨설팅 수행을 통한 취약점 진단 (6. 1. ~ 19.)
 - 외부전문기관을 통한 종합 정보보호 컨설팅 수행으로 기술적·물리적·관리적 취약점 진단 및 취약점 개선을 위한 15개 추진과제 선정
 - 대민 서비스에 대한 웹 모의해킹 및 ASM(공격표면관리)를 통한 웹 취약점 진단
- 보안지원 종료된 업무용 소프트웨어 교체를 통한 보안 취약점 해소
 - 최신 업무용 소프트웨어 2식(MS오피스, 한컴오피스) 전사 교체 완료

□ 향후 추진계획

- 보안 로그 관리 효율화 및 사고 대응력 제고
 - 시스템 이상 징후 분석 및 모니터링 강화를 위한 로그서버 신규 도입
- 2026년 정보보호의 달 운영 ('26. 7월)
 - 개인정보보호 및 정보보안에 대한 인식제고 프로그램 운영, 홍보물 제작 등 추진
- 대민 서비스 보안 강화 및 인프라 구축
 - 외부 사이버 공격 및 악성 트래픽 선제적 차단을 위한 웹 방화벽(WAF) 도입
 - DB 내 개인정보 및 중요 데이터의 비인가 접근 통제를 위한 DB접근제어 시스템 도입

- 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance) 분야의 책임경영을 강화하여 지속가능한 성장과 사회적 가치를 실현

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 주 요 내 용
 - ESG 경영 전략 수립, 실행 과제 발굴 및 성과 관리
 - ESG경영위원회 개최, ESG 경영 모니터링 및 성과 분석
 - 지속가능경영보고서 발간, ESG 경영 공시
 - 환경경영시스템 심사 통과(인증 유지), 환경경영 활동 추진

□ 2026년 추진실적

- GTO 지속가능경영보고서 발간 용역 추진 '26. 3월 ~
 - 이종 중대성 평가 진행('26. 4월 / 397명 설문 참여), 10개 핵심이슈 도출
- 2026년 ESG 경영 추진계획 수립 및 실행 '26. 4월 ~
 - ESG 분야별 9개 과제 및 21개 관리지표 설정·운영
- 제1회 ESG 경영위원회(위원 6명 / 내부 3, 외부 3) 개최 '26. 5월

□ 향후 추진계획

- 경기관광공사 맞춤형 ESG 경영 실행
 - ESG 경영 개선사항을 반영한 전략 방향, 실행과제 도출, ESG 경영인식 증진 등
- ESG 경영 성과 분석 및 지속가능경영보고서 발간 ('26. 9월 예정)
 - ESG경영위원회 운영, 정량·정성 성과 분석, 보고서 작성, 보고서 제3자 검증 등
- 환경경영 실천 등 시스템(ISO14001) 운영, 사후심사를 통한 인증 유지

- 지역사회 약자 대상 여행·교육의 기회 확대 및 친환경 공헌활동 등 사회공헌활동을 통한 공사의 사회적 책임경영 강화

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월

- 주 요 내 용

- (관광복지) 도내 관광취약계층(다문화가정 등) 맞춤형 '힐링 여행' 지원
- (미래인재) 도내 청소년 대상 맞춤형 진로체험 기회 제공 및 직무교육 기부 프로그램 고도화
- (환경보존) 주요 사업 권역 중심 노사 공동 '탄소중립 플로깅' 및 생태계 보호 활동
- (인증관리) 대외 인증 획득을 통한 공사 대외 신뢰도 및 ESG 공시 경쟁력 제고

□ 2026년 추진실적

- (교육기부) 교육부 '꿈길' 플랫폼 연계 청소년 진로체험 프로그램 활성화
 - 도내 중·고등학생 대상 '나도! 관광마케터' 실무 체험형 교실 운영 (총 12회)
- (환경보존) 도내 유관기관 협업 공동 친환경 캠페인 전개
 - 2026 경기바다 함께 海 : 임직원 자발적 연안 정화 활동 실천 (총 2회 수행)
 - 2026 경기도 탄탄대로 : 도내 공공기관 공동 탄소중립 실천 릴레이 캠페인 적극 동참 및 임직원 일회용품 줄이기 내부 챌린지 연계 진행

□ 향후 추진계획

- (인증획득) 보건복지부 2026 지역사회공헌인정제 재인증 '26. 7. ~ 8월
- (관광복지) 지역사회 약자 대상 여행지원 공헌활동 추진 '26. 9. ~ 10월

- 안전 관련 법규 및 정부 가이드라인 준수를 통한 안전 중심 경영체계 구축 및 전사적 안전관리 역량 강화를 통한 경영안정화 도모

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 주 요 내 용
 - 재난안전 경영 체계 구축 및 운영
 - 시설 및 근로자의 안전 조치 강화, 안전문화 홍보를 통한 내재화 노력 등

□ 2026년 추진실적

- 2026년 재난·안전·보건 계획 및 교육 계획 수립·실행 '26. 1. ~ 2월
- 시설 관리·운영 안전관리 및 위험성평가 개선 현황 점검 '26. 4월
- 안전점검의 날 연간 계획 수립 및 운영 '26. 4월 ~
- 재난·안전·보건 역량강화 지원제도 운영 '26. 4월 ~
- 산업안전보건위원회 정기회의 분기별 개최 '26. 6월
- 안전 의무이행 준수 현황 점검 '26. 6월

□ 향후 추진계획

- 안전관리 전문기관을 통한 정기 위험성평가 실시 (~ 7월)
 - 전직원 대상 위험성평가 교육(4회) 및 현장점검(3회) 진행
- 안전보건 경영시스템(ISO 45001) 재인증 심사 수감
- 안전관리 역량 강화를 위한 컨설팅 진행
- 보건관리 전문기관 위탁대행을 통한 산업보건 경영 강화

- 대내외 환경 변화에 효과적으로 대응하고 절차와 과정을 중시하는 경영활동 및 업무환경을 조성하여 ‘사회적 가치 중심’의 책임경영 실현 및 확산 추진

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 주 요 내 용
 - 윤리경영 체계 구축 운영 및 가치 내재화
 - 반부패 추진계획 수립 및 부패방지 시책발굴 추진
 - 경기도 공직유관단체 종합청렴도 평가 대응 및 청렴도 개선 추진

□ 2026년 추진실적

- 반부패 추진 및 점검 TF 설치·가동 '26. 4월 ~
 - 2025년 청렴도 평가 기반 취약분야 개선 TF팀 운영
- 2026 제1회 윤리경영위원회 및 청렴시민감사관 1차 회의 '26. 6월
- 이해충돌방지법 행위기준 이행실태 자체점검 추진 '26. 6월 ~
- 내부 청렴조직 ‘청렴지킴이’ 선발 및 운영 '26. 6월 ~

□ 향후 추진계획

- 중장기(2026 ~ 2030) 윤리경영계획 신규 수립 (~ 7월)
- 윤리경영 체계구축 운영 및 가치 내재화
 - 윤리경영위원회 운영, 관련 사업·시책추진 성과 자문 및 심의 의결
 - 부패방지경영시스템(ISO 37001) 운영 및 대내외 부패리스크 관리 강화
- 내·외부 감사 시스템의 체계적 운영
- 道 청렴도 평가 등급 상향 및 평가그룹 내 상위 수준 유지

- 사람이 중심이 되는 공정하고 투명한 공공기관으로 사회적 가치를 실현하고 도민에게 신뢰받을 수 있는 인권경영 추진을 통해 지속가능 경영 기반 구축

□ 사 업 개 요

- 사 업 기 간 : 2026년 1월 ~ 12월
- 주 요 내 용
 - 인권영향평가 및 주요 인권 이슈 도출을 위한 중대성 평가 실시
 - 인권위원회 운영 및 인권경영 확산을 위한 교육 추진

□ 2026년 추진실적

- '26년 인권경영 컨설팅 진행 '25. 6월 ~
 - 기관운영 및 주요사업 등 영향평가 실시 및 내재화
- '26년 인권교육 실시 '26. 6월
 - 인권경영 이해 및 확산을 위한 전직원 대상 교육 진행

□ 향후 추진계획

- 공정-혁신-포용 인권경영 체계구축 운영 및 가치 내재화
 - 인권경영 내재화를 위한 온라인 활용 인권교육 실시
 - 기관운영 및 주요사업 인권영향평가 및 중대성 평가 등 실시
- 인권경영헌장 개정 및 인권경영위원회 운영
 - ILO 국제표준 반영, ESG 고시 연동 인권경영헌장 개정 추진
 - 사업·시책추진 성과 자문 및 심의 의결 등 인권경영위원회 운영
- '26년 인권경영(영향평가) 확산 공시 (~ 12월)

V. 참 고 자 료



□ 2026년 글로벌 및 국내 관광트렌드

공표기관	2026년 최신 관광트렌드
BBC (글로벌 트렌드)	2026년 여행 트렌드 전망 (다양한 매체의 발표 트렌드를 선정·소개 / '25. 12. 2.) ① (Quiet over everything) 현대 사회의 스트레스와 디지털 과부하로부터 벗어나 편안함과 침묵을 추구하는 여행 증가 ② (Gen AI over admin) 여행 계획 및 예약 과정, 실시간 통역 및 모바일 체크인 등 생성형 AI가 여행의 번거로움을 해결 ③ (Trust over choice) 결정피로로 인해 본인이 결정을 내리는 것보다 타인에게 선택을 맡기는 경향의 증가 (패키지여행과 크루즈여행의 증가) ④ (Roads over runways) 탁 트인 도로를 달리는 자동차여행(RoadTrip)의 재조명 (비용절감 목적, '자동차여행+미술관 다이닝' 결합 등) ⑤ (Ultra personalised over one-size-fits-all) 남들과 똑같은 여행이 아닌 초개인화된 맞춤형 경험 증가 (특정 생애주기와 관심사에 맞춘 여행상품 증가) ⑥ (Off-grid over tried-and-tested) 보여주기식 관광에 대한 반작용으로 남들의 시선보다 나만의 '오프그리드' 장소 및 '모험여행' 경험을 중시하는 경향 확대 ⑦ (Culture over hedonism) 책에서 영감을 받은 문학여행과 TV·영화 속 배경지를 찾는 세트제팅(set-jetting)의 확산
한국 관광공사 (국내 트렌드)	DUALISM : 상반된 가치의 공존, 기술과 감성이 교차하는 '이원적 관광' 시대 ^{'25. 12월} Digital Humanity : AI 트립 버틀러, 여행자의 감성을 읽는 기술 번거로운 과정은 AI가 해결, 인간은 감성적 경험에 집중하는 여행형태 확산 Unity of Culture : 스크린 밖 K-일상, '찐' 한국인처럼 살아가기 K-콘텐츠 촬영지 방문을 넘어 한국인의 생활양식을 직접 경험하는 수요 증가 Adaptive Resilience : 여행자 서약, 방문한 곳을 더 나은 곳으로 기후위기·인구소멸에 대응, '재생형 관광'과 '윤리적 소비' 실천 현상 강화 Local Re-creation : 익숙함을 넘어 새로움을 만드는, 로컬 리크리에이션 평범한 일상(시장, 노포 등)의 독창적 관광자원화로 로컬 중심의 여행문화 정착 Individual Value Spectrum : N극화 소비, 다양한 취향이 반영된 나만의 기준 '중요한 경험에 과감한 투자 VS 합리적 소비 추구'의 여행시장 세분화 확대 Spatial Experience : 공간 브루잉, 경험의 밀도를 높이는 공간의 재탄생 미디어아트 등 오감을 자극하는 체험형·몰입형 복합문화공간의 소비 확대 Multi-Generation Flow : 여행 감성 세분화, 여행의 의미가 세대별로 재해석 세대별 가치관에 따른 여행감성 분화 가속 (2030 인증샷·자아 VS 5060 웰니스·치유)

□ 최신 경향

○ 뉴트로

- ‘새롭다’는 의미의 ‘New’와 레트로의 합성어로, 오래된 것을 현대적인 가치로 재해석한 것을 의미

○ 탄소중립

- 지구온난화 등 환경문제가 심각화되면서 개인이나 회사, 단체가 배출한 만큼의 온실가스(탄소)를 다시 흡수해 실질 배출량을 ‘0’으로 만드는 개념
 - * CO2e : 다양한 온실가스의 배출량을 이산화탄소로 환산한 값

○ BF (베리어 프리, barrier-free)

- 장애인 및 고령자, 임산부 등의 사회적 약자들의 사회 생활에 지장이 되는 물리적인 장애물이나 심리적인 장벽을 없애기 위해 실시하는 운동 및 정책을 말하며, 일반적으로 장애인의 시설 이용에 장애가 되는 장벽을 없애는 뜻으로 사용됨

○ ESG 경영

- ‘Environmental(환경)’, ‘Social(사회)’, ‘Governance(지배구조)’의 머리글자를 딴 단어로 기업활동에 친환경, 사회적 책임, 지배구조 개선 등 투명 경영을 고려해야 지속가능한 발전을 할 수 있다는 개념. 대체할 쉬운 우리말로 ‘환경·사회·투명 경영’이 선정됨

○ 댕펫족 (DINK + Pet)

- Double Income No Kids + Pet의 영어 줄임말로 아이 대신 반려동물을 키우는 맞벌이 부부를 지칭한다. 아이 양육 대신, 반려동물을 가족처럼 생각하며 정서적 만족감을 충족하는 편이며 반려동물을 위한 소비(펫푸드, 의료, 용품 등)가 높으며 애완동물 동반 캠핑, 여행 등의 트렌드를 이끌어 가고 있기도 함

○ 펫팸족 (Pet + Family족)

- 반려동물을 가족처럼 여기며 함께 생활하는 사람들을 의미하며, 반려동물의 건강, 생활환경, 행복을 인간 가족만큼 중요하게 여겨 반려동물 관련 소비(펫푸드, 펫보험, 펫케어 등)에 적극적임

□ 관광 · 마케팅 분야

○ 거버넌스 (Governance)

- 지역사회에서부터 국제사회에 이르기까지 여러 공공조직에 의한 행정서비스 공급체계의 복합적 기능에 중점을 두는 포괄적인 개념

○ 마이스 (MICE : Meeting, Incentive, Convention, Exhibition)

- 기업회의(Meeting), 포상관광(Incentives), 컨벤션(Convention), 전시(Exhibition)의 네 분야를 통틀어 말하는 서비스 산업

○ 마이스 얼라이언스 (MICE Alliance)

- 지역의 컨벤션 시설, 숙박시설, 국제회의 전문대행사(PCO), 여행사 등이 MICE 산업 육성을 위해 구성하는 협의체를 통칭

○ 세계관광기구 (UNWTO)

- 공정관광, 지속가능관광, 접근가능 관광의 홍보를 책임지는 유엔기구

○ 스테이케이션 (Staycation)

- 휴가철에 먼 곳으로 떠나지 않고 집이나 집 근처에서 휴가를 즐기는 일

○ 워케이션 (Worcation)

- 일(Work)과 휴가(Vacation)의 합성어로, 원하는 곳에서 업무와 휴가를 동시에 할 수 있는 새로운 근무제도

○ 런케이션 (Learncation)

- 배움의 뜻을 가진 'Learning'과 휴가·여행의 의미를 가진 'Vacation'을 합친 용어로, 여행을 넘어 배움과 휴식이 조화롭게 어우러진 일종의 교육 여행 형태를 의미함

○ 유니크 베뉴 (Unique Venue)

- 컨벤션센터가 아닌 지역 고유의 특색을 테마로 한 마이스 행사 개최 장소

○ 인바운드 / 아웃바운드 / 인트라바운드

- 인바운드(Inbound) : 여행업에서 외국인들의 국내여행을 말함
- 아웃바운드(Outbound) : 여행업에서 국내인들의 해외여행을 말함
- 인트라바운드(Intrabound) : 내국인의 국내여행을 이르는 말

○ 인센티브 투어 (Incentive Tour)

- 포상여행의 의미로 주로 일반기업, 단체가 자사의 자체상품 판매실적이 우수하거나 큰 공헌을 했을 때 해당 단체나 개인에게 포상하여 여행을 시켜주는 행위

○ 인플루언서 (Influencer)

- ‘영향력’의 뜻인 influence 에 -er 을 붙여 만들어진 신조어임. 일반인이 온라인, SNS에서의 활동을 통해 유명해지면서 팔로워(팬)이 많아지고, 영향력을 가지게 된 사람을 의미 (페이스북 스타, 인스타그램 스타, 유튜버, 파워블로거 등이 대표적인 사례임)

○ 컨벤션 (Convention)

- 사업가 또는 전문기업인들의 회의를 일컬으며, 미국 이외의 여러 나라에서는 Congress라는 용어가 흔히 쓰임. 국제회의를 뜻하는 컨벤션이 회의와 관광, 전시박람회 등을 포함한 복합 산업으로 발전하면서 생겨난 분야

○ 컨벤션뷰로 (CVB : Convention and Visitors Bureau)

- 지역에 국제회의 관련 방문객 등을 유치하기 위한 업무 및 관련 서비스의 알선, 제공 등을 행하는 마케팅기관. 컨벤션뷰로는 비영리를 목적으로 운영되고 회의개최, 회의유치와 관련한 서비스 제공과 마케팅을 담당하는 사무국

○ 팸투어 (Familiarization Tour)

- 사전 답사여행이란 뜻으로 항공사나 여행업체, 지자체, 기타 공급업자들이 관광 상품이나 특정관광지를 홍보하기 위해 여행사 또는 관련업자들, 유관인사들을 초청하여 관광하는 것

○ 홈코노미 (Homeconomy)

- 홈(home)과 이코노미(economy)의 합성어로, 주로 집에서 여가를 보내는 ‘홈족(home族)’들의 소비를 겨냥한 경제를 일컫는 말

○ DMO (Destination Management/Marketing Organization)

- 지역관광추진조직을 의미하며, 지역 내 다양한 주체간 협력 네트워크 및 거버넌스를 구축하고 이를 기반으로 지역관광 현안 해결 및 관광발전 등을 주도적으로 경영 또는 관리하는 기관 또는 단체

○ DMZ (Demilitarized Zone, 비무장지대)

- 군사분계선을 중심으로 남과 북이 각각 2km씩 물러나 남쪽은 남방한계선, 북쪽은 북방한계선이라 이름 붙인 철책을 세운 뒤 군대의 주둔이나 무기의 배치, 군사시설 설치를 금지한 지대를 의미

○ FIT (Foreign Independent Tour, 개별자유여행 또는 개별여행객)

- ‘혼자 여행하는 사람’이란 뜻으로 단체여행을 기피하는 ‘자유여행자’. 즉, 인솔자나 안내원의 동행 없이 ‘스스로 혼자 계획을 세워 떠나는 여행자’

○ OTA (Online Travel Agency, 온라인 여행사)

- 전통적인 표현인 TA(Travel Agency)의 대체점이라는 의미로 사용되며, 인터넷 통신망 등을 이용하여 여행 상품 판매, 항공권 예매, 숙소 예약 따위의 여행 관련 서비스를 제공하는 회사

○ OTT (Over The Top)

- 인터넷으로 영화, 드라마 등 각종 영상을 제공하는 서비스를 일컫는다. 대표적인 OTT 업체로는 넷플릭스, 유튜브 등이 있음

○ PCO (Professional Convention Organizers)

- PCO는 각종 국제회의, 전시회 등의 개최 관련 업무를 행사 주최 측으로부터 위임받아 부분적 또는 전체적으로 대행해 줌으로써 회의 개최에 따른 인력과 예산의 효율적 관리, 시간과 자금의 절약, 세련된 회의 진행을 가능하게 해주는 업체를 의미

○ Pre/Post Tour

- 국제회의 참가자 및 배우자를 대상으로 국제회의 개최 전, 후 기간에 개최 지역 주변 관광지를 방문하는 프로그램

○ RTO (Regional Tourism Organization, 지역관광공사)

- 지자체 관광 활성화를 위해 설립한 공기업을 뜻하는 명칭