

제3부

한국관광공사 시대의 개막, 새로운 '관광 한국'의 서막

사명 변경과 도약의 기반 구축

- 
- 제 1 장 ----- '한국관광공사의 새 이름으로 '국민관광시대'를 열다
 - 제 2 장 ----- 새로운 사옥에서 선보이는 새로운 관광한국
 - 제 3 장 ----- 세계는 한국으로, 한국은 세계로 - 아시아경기대회 및 올림픽 개최와 관광대국의 비전
 - 제 4 장 ----- 한국관광공사, 대한민국과 세계를 잇다



제 1 장

‘한국관광공사’의 새 이름으로 ‘국민관광시대’를 열다



제1절

관광 여건의 부단한 변화와 대응

새로운 도약, 1980년대를 준비하는 지혜



1978년 11월 아시아에서 다섯 번째로 외래관광객 100만 명 시대를 연 데 이어 1979년 4월 16일 제28차 PATA 서울 총회를 성공적으로 개최한 국제관광공사는 관광 한국의 미래를 활짝 열며 1980년대를 앞두고 있었다. 이 같은 성과는 1978년 4월 5일 관광객의 불편을 접수하여 해소시키기 위한 관광불편센터 운영, 1979년 7월 국제회의 유치에 필요한 모든 업무를 지원하는 한국 최초의 컨벤션 뷰로(Convention Bureau)인 국제회의부 신설 등의 적극적인 노력이 낳은 결실이었다.

공사는 이 같은 일련의 성과를 극대화하기 위해 1980년 2월 1일 서울시 종로구 관훈동 198의 1번지 홍익빌딩 내에 있던 본사를 서울시 중구 충무로3가 60의 1번지 극동빌딩으로 이전했다. 또 제주도 서귀포시 색달동 및 대포동 일대의 제주중문관광단지 개발을 위해 1980년 6월 17일 공사의 자회사 형태로 제주관광개발공사



국제관광공사 중문개발사업소



제주중문관광단지 개발계획회의

ISSUE 14

국제회의부 신설

외래관광객 100만 명 시대, 제28차 PATA 서울 총회의
성공적 개최 등의 성과를 바탕으로
1979년 7월 국제회의부를 신설했다. 이 부서는
국제회의 유치에 필요한 모든 업무를 지원하는
전담팀이자 한국 최초의
컨벤션 뷰로(Convention Bureau)였다.



▲ 국제회의 관련업무와 문화교류사업 업무를
수행하는 국제협력부(1991년)

15

제주관광개발공사 설립

제주중문관광단지 개발을 위해 1980년 6월 17일
자회사 형태로 제주관광개발공사를 설립,
본격적으로 사업을 추진하였다.
기존 중문개발사업소의 효율적 운영을 위해
설립한 제주관광공사는 제주중문관광단지를
제주도 종합개발계획의 중추적 역할을 담당할
세계적 수준의 종합관광 휴양지로 조성한다는
방침 아래 단지의 개발과 관리 운영을
전담하기 시작했다.



▲ 제주관광개발공사 설립

(Cheju Tourism Corporation)를 설립, 더욱 본격적으로 사업을 추진하였다.
1978년 4월 1일 설치한 중문개발사업소의 효율적 운영을 위해 설립한 제주관광공
사는 중문관광종합개발계획의 중추적 역할을 담당할 세계적 수준의 종합관광 휴
양지로 조성한다는 방침 아래 단지의 개발과 관리 운영을 전담하기 시작했다.
제주관광개발공사의 사업 범위는 국제 수준의 종합관광단지 시설로서의 발전 및
관리 유지, 토지 건물 및 시설물의 매매·임대 또는 운영, 자동차 및 유람선 운송사업,
국제관광공사와 기타 정부에서 위탁하는 사업에 대한 수탁사업, 조경사업 및 관광
농원 조성 운영사업 등이었으며, 대표이사 1명과 전무이사 1명을 포함한 3명 이상
5명 이내의 이사와 감사 1명을 두었다. 이에 따라 제주중문관광단지 개발사업은 이
듬해인 1981년 11월 8일 제주관광개발공사로 전면 인계되었다.
1970년대 이후 면세점은 공사의 주된 수익사업이자 관광진흥사업 재원으로 정착
되어갔다. 이런 가운데 1980년 8월 9일 교통부는 김포국제공항 면세점의 운영 방
식을 대폭 개선, 공영화하기로 결정하고 관련 사업을 국제관광공사에 일임하도록
했다. 이전까지 김포공항에는 국제관광공사를 비롯해 대구·세종상사·보광개발·
동양실업 등 4개 민간 면세점과 롯데·동화·경춘·웅진 등 4개 면세상품 인도장이
있었다. 그러나 특정 민간업체에 대해 장기간 특혜를 준다는 점에서 사회적 지탄
의 대상이 되어왔을 뿐 아니라 김포공항 신청사 개관을 앞두고 매점경영권 획득을
위한 치열한 경쟁을 벌이고 있었다.



제주지사 전경



김해공항 면세점

ISSUE 16.

면세점 공사 단독 운영

정부는 1975년 6월 13일 공사의 유일한 재원조달 창구인
특정외래품판매소 항구·공항 영업소에서 양주 외에
다른 외제품을 취급할 수 있도록 취급 품목 다양화를 허용했다.
이에 따라 공사는 공항면세점 단독 운영의 발판을 마련하게 되었으며,
이로써 관광진흥사업과 관광지 개발사업에 소요되는 재원을
안정적으로 확보하게 되었다.



이런 문제점을 근본적으로 해소하기 위한
방안이 바로 공공성을 지닌 공기업이자 관
광산업 발전의 주역인 국제관광공사로 하
여금 사업을 통폐합하여 운영하도록 하는
것이였다. 이에 따라 국제관광공사는 민간
업체들이 경영하던 매점의 재고상품과 미
착상품을 인계받아 8월 11일부터 직접 운
영에 들어갔다. 공사는 대한민국의 관문인
김포공항 면세점 통합 운영에 따라 발생하
는 수익금을 바탕으로 국내 관광단지 개발
및 해외 선전활동 등 관광진흥사업에 투자할 수 있게 되었으며, 국가공익사업에도
더욱 적극적으로 기여하게 되었다.



1980년 신청사로 확정, 이전한 김포공항 면세점

특정외래품판매소의 숨겨진 비밀

박정희 대통령은 경주종합개발 10개년 계획의 추진과 함께 관광진흥을 보다 효율적으로 추진하기 위하여 1972년 5월에
관광진흥업무를 담당할 경제 제3비서실을 별도로 설치하였다. 그리고 경제 제3비서실 오취영 비서관을 경제 제3비서실로
인사 발령을 내렸다.

오 비서관이 경제 제3비서실에 근무할 당시 서울공항에 있는 특정외래품판매소는 민간에서 운영하고 있었으며 그 수입은
엄청난 것이었다. 오 비서관은 이러한 특혜적 수입원은 공익목적을 위하여 설립된 관광공사에서 운영하는 것이 바람직
하다고 생각하고, 본 수입원을 관광진흥과 관광지개발을 위한 재원으로 활용하기 위한 구상을 하게 되었다.

하지만 이 일은 당시 상황으로선 거의 불가능한 일이었다. 특정외래품판매소를 운영하고 있는 민간인 중 박정희 대통령
의 측근 일가족이 포함되어 있었다. 주변에서 특정외래품판매소를 건드리지 말라는 무언의 압력이 들어왔으나 자신의
신념에 변함이 없었던 오 비서관은 박 대통령에게 관광공사에서 특정외래품판매소를 운영하는 방안을 직접 보고하였다.
박 대통령은 차트 내용을 상세히 검토하며 한동안 생각하더니 오 비서관의 얼굴을 한 번 쳐다본 후 차트 표지 결재란에
사인인 했다. 가슴을 졸여야 했던 긴 순간이었다.

보고를 마치고 나온 오 비서관은 곧바로 보고한 차트를 복사하여 교통부와 관광공사로 보냈다. 그리하여 특정외래품
판매소의 일부 운영이 한국관광공사로 넘어가게 되었다.

ISSUE 17.

야간통금 해제

정부가 1982년 1월 5일을 기해 전국에 걸쳐 야간통행금지 조치를 전면 해제하면서 관광산업에 긍정적인 여건이 조성되었다.

야간통금 해제를 통해 시간제한 없이 관광을 즐길 수 있게 되자 외국 관광객들의 야간관광, 지방관광, 심야관광 등이 활기를 띠게 되었고, 관광소비도 크게 늘었다.



관광 불황의 그림자와 새로운 발전의 전기

1980년 10월 15일 한국 최초로 관광불편업서신고제도를 실시하여 관광객 불편 해소를 위한 제도로 정착시키는 등 1980년대 들어와서도 관광객 유치를 위한 국제관광공사의 노력은 더욱 다각화되었다. 하지만 1979년 제2차 오일쇼크에 이어 대통령이 시해되는 초유의 정세 혼란까지 겹쳐 한국을 찾는 외래객 수가 눈에 띄게 감소했다. 특히 오일쇼크로 빚어진 세계적인 경제 불황은 우리나라 경제 전반에 심각한 파장을 끼쳤으며, 관광산업 또한 경기침체의 직격탄을 맞았다. 1980년 외래객 입국자 수는 1979년에 비해 13.3%나 감소한 97만 6415명이었고, 관광수입 역시 1978년의 4억 달러 수준에도 못 미치는 3억 6926만 달러에 그쳤다.

관광 불황의 어두운 그림자가 점차 걷히며 회복 여건이 조성되기 시작한 것은 1982년부터였다. 1981년 9월 제84차 IOC 총회에서 1988년 제24회 하계올림픽의 서울 유치가 결정된 데 이어 같은 해 11월 1986년 아시아경기대회 서울 개최도 확정되었다. 이 양대 국제 스포츠 행사의 국내 개최 확정 소식은 전 국민들에게 자신감과 활력을 불어넣어 주었을 뿐 아니라 점차 뻗어나가는 대한민국의 국력을 실감하게 하는 계기가 되었다. 아울러 전 세계에 우리나라를 홍보할 수 있는 기회로 삼아 관광산업 발전에 획기적인 전환점을 이룰 절호의 기회였다.

관광산업에 긍정적인 여건을 조성할 또 하나의 전환점은 바로 야간통행금지 해제 조치였다. 정부는 1982년 1월 5일을 기해 일부 전후방 취약지구를 제외한 전국에 걸쳐 야간통행금지 조치를 전면 해제했다. 광복 이후 40년 간 이어졌던 야간통행금지 정책의 해제는 우리 국민들의 생활 풍속도를 바꿔놓았다. 24시간 가능해진 경제활동과 일상생활이 보장되는 이른바 '24시간 문화'가 시작되면서 국민생활과 경제·산업 활동이 크게 활성화되었으며 대외적으로도 '안정된 나라'라는 이미지를 제고하게 되었다. 시간제한 없이 관광을 즐길 수 있게 되자 외국 관광객들의 야간관광, 지방관광, 심야관광 등이 활기를 띠게 되었고, 관광소비도 크게 늘었다. 특히 주목할 만한 사실은 일본인 관광객들의 주말여행이 크게 늘어났다는 점이었다. 금요일에 한국에 와서 3일 동안 자유로운 여행을 하다가 일요일 오후에 돌아가는 새로운 관광풍토가 조성되면서 이후 우리나라는 일본인들이 가장 많이 찾는 관광지 중 하나로 자리매김할 수 있게 되었다.

대중관광시대의 개막

●
1980년대에 들어서면서 우리나라에도 개인주의, 황금만능사상, 핵가족, 여성의 사회 참여 및 여권신장, 노인 문제 등 사회 전반에 걸친 변화가 가속화되었다. 이러한 사회 여건은 국민의 소비생활, 여가생활에 대한 태도, 관광 유형에도 큰 변화를 가져왔다. 또 산업이 고도화되면서 도시와 농촌지역 간 인구이동이 심해지는 가운데 인구의 수도권 집중 현상이 두드러지게 나타났다. 1980년 서울시의 인구는 위성도시 인구 까지 합해 전국 인구의 3분의 1에 달할 정도였으며, 지방에서도 부산·대구·대전을 중심으로 인구 집중 현상이 전개되었다. 이 같은 인구의 지역 간 수평적 편중 이동은 도시인구의 과밀화, 도시의 주거공간 및 휴식공간 부족 등의 부작용을 낳았으며, 이에 따라 도시민을 위한 관광지와 레크리에이션 시설 개발의 필요성도 더욱 절실 해지고 있었다.

이런 변화 속에서 1980년대부터 우리나라도 대중관광시대를 맞았으며, 도시와 지방, 농어촌과 산간지역을 관통하는 고속도로 개통, 새마을 열차 등장 등에 힘입어 지역 간 관광 이동이 활기를 띠면서 관광 수요가 폭발적으로 증가했다. 정부에서는 이런 관광 수요의 양적 팽창이 자칫 사회적 문제로 이어질 우려 마저 있다고 판단, 이 문제를 예방하기 위한 방안으로 1981년 8월 교통부 관광국 및 국제관광공사에 국민관광과를 설치했다. 이 국민관광 전담기구는 국민들에게 건전한 관광을 생활 화하도록 유도하고 알찬 관광프로그램을 개발하여 이를 생활화하고 즐기도록 하 는데 그 설치 목적이 있었다.



제2절

‘한국관광공사’로의 재탄생과 국민관광시대의 주역

국제관광공사에서 한국관광공사로 사명 변경

●
국제관광공사는 창립 초기인 1960년대에 당시 선도사업으로서의 관광사업이라 고 할 수 있는 여행업과 호텔업을, 1970년대에는 해외시장 개척, 관광지 개발, 관 광종사원 교육훈련을 통한 자질 향상, 관광인력 공급 등의 진흥사업을 각각 수행 하였다.

하지만 1980년대 들어와 국내외 여건이 크게 변화하면서 기존 기구 체제와 업무 수행 방식으로는 대외 변화에 능동적으로 대응하기가 어려웠다. 1970년대와 같이 해외시장 개척을 통한 외래관광객 유치에 주력하는 것만으로는 늘어나는 국민의 관광 수요에 대응할 수 없었고, 급변하는 해외시장의 관광 수요에도 탄력적으로 대처하는 데 한계가 있었던 것이다. 따라서 이제 국제진흥 업무에 주력해 왔던 사 업 영역에서 벗어나, 늘어나는 국민관광의 비중에 맞추어 국민관광 부문을 정착하 고 발전시켜 가야 할 과제를 부여받고 있었다. 1970년대 후반부터 공사가 국내외 관광 여건에 대처할 수 있는 기구와 업무를 정비하고 강화해 온 것도 바로 그 때문 이었다.

이러한 시대적인 요청에 따라 마침내 1982년 7월 19일 공사는 국제관광공사법 개 정안을 마련하였으며 국무회의는 1982년 8월 10일 국제관광공사법을 개정, 공사 의 명칭을 한국관광공사로 바꾸고 국민관광진흥업무를 새로 추가하기로 의결했 다. 아울러 300억 원이던 기존 수권자본금을 500억 원으로 늘리기로 했는데, 이 자본금 증액은 경주보문관광단지 주변에 있는 정부 소유 땅을 흡수하는 데 따른 자 산 증대에 대비한 것이었다.

이 같은 절차를 거쳐 공사는 1982년 11월 29일 새롭게 태어났다. 20년 동안 지켜 온 ‘국제관광공사’라는 사명(社名)을 ‘한국관광공사’로 변경한 것이다.

ISSUE 18.

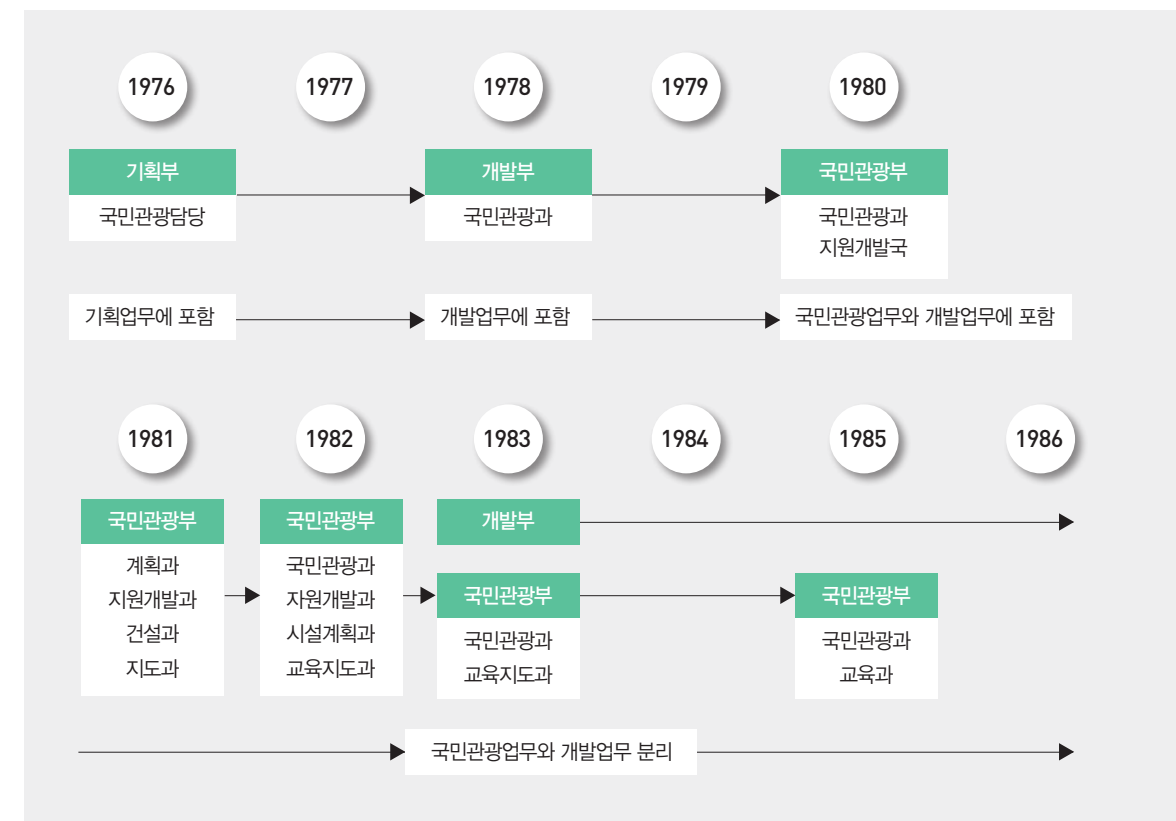
한국관광공사로 사명 변경

1980년대 들어와 국내외 관광 여건에 대처할 수 있는 기구와 업무를 정비하고 강화할 필요성이 대두되었다.

이러한 시대적인 요청에 따라 공사는 1982년 11월 29일 20년 동안 지켜온 ‘국제관광공사’라는 사명(社名)을 ‘한국관광공사’로 변경하여 국제관광 진흥과 국민관광 진흥을 효과적으로 수행하려는 적극적인 의지를 표출했다.



국민관광기구 조직의 발전과정



한국관광공사로의 사명 변경은 국제관광 진흥과 국민관광 진흥을 효과적으로 수행하려는 적극적인 의지의 표출이었다. 공사의 주요 업무 가운데 ‘국민관광진흥’ 업무가 추가됨으로써 공사는 국제관광과 국민관광을 동일한 차원에서 수행하게 되었으며, 국민관광 업무를 수행할 전담기구로 기존의 국민관광과를 확대 개편하여 국민관광부를 설치했다.

국민관광 활성화를 위한 힘찬 발걸음

● ‘국민관광’이라는 개념에 대해서는 국가마다 다소 해석의 차이가 있다. 제2차 세계대전 후 서구 여러 나라에서는 ‘국가가 관광지와 관광시설 등을 직접 개발하거나

개발 주체를 재정적으로 지원하고, 기업주와 경영자는 종업원들에게 유급휴가를 실시함으로써 많은 사람들이 관광에 참여하도록 해야 한다'고 주장하는 '소셜 투어리즘(Social Tourism)' 운동이 일어났다. 이 운동의 영향으로 각 나라들은 국민 대다수의 건전한 여가활동에 대한 정책적 지원과 함께 건전한 관광에 관심을 쏟게 되었다. 이후 국민관광은 일반적으로 숙박을 전제로 하거나 숙박에 관계없이 자국 내에서의 장소 간 이동 또는 체류를 의미하게 되었으며, 레크리에이션·관광·스포츠·친지 방문·종교 행사 등을 포함하는 것으로 인식되었다.

우리나라에서는 국민관광을 '국내에 거주하는 내외국민이 자기의 일상생활권을 일시적으로 벗어나 다른 지역의 자연·문화·풍물·산업 등을 감상·유람하거나 지식·체험·휴양·행사 참가 등으로 정신적·육체적 생활의 변화를 추구하려는 레크리에이션 목적의 이동 활동'이라고 정의해 오고 있었다. 또 '국민들의 건전한 정서 함양과 건강관리 등을 위하여 정부가 국민에게 편리하고 저렴한 비용으로 보람 있는 관광을 즐길 수 있도록 최선을 다하는, 정책적이며, 사회복지적 의미를 갖는 관광활동'이라는 측면에 주안점을 두었다.

우리나라에서 국민관광정책이 처음 마련된 것은 1975년 12월 31일 '정부는 관광에 대한 국민의 이해를 촉구하며, 건전한 국민관광을 발전시키는 데 필요한 시책을 강구하여야 한다'는 취지의 관광기본법이 제정된 이후부터였다. 이때 '국민관광'이라는 용어가 처음으로 명시되었으며, 이후 교통부는 국민관광의 건전한 발전을 기하기 위해 경기도 소요산을 비롯한 23개 지역을 국민관광지로 지정했다. 1979년에는 교통부 관광국을 관광진흥국과 관광지도국으로 확대 개편하고 관광진흥국에 국민관광과를 신설했으며, 이때부터 관광지 지정 및 개발은 물론 국민관광 진흥을 위한 본격적인 정책 수립이 가능해졌다.

1976년부터 기획부 내에 국민관광 담당제를 신설하는 등 국민관광 진흥을 위한 정부의 노력에 부응해 온 공사는 1982년 11월 29일 사명 변경과 더불어 국민관광을 위한 본격적인 걸음을 내딛는 동시에 국내외를 아우르는 진정한 도약의 미래를 열어가기 시작한 것이다.

건전한 국민관광 발전의 주역으로

● 정부는 1980년대에 들어서면서 내국인의 관광 수요를 충족하고, 아시아경기대회 및 서울올림픽 유치를 계기로 전 국토의 관광자원화를 도모하기 위해 종합적인 개발사업을 적극 추진하기 시작했다. 이러한 개발사업의 일환으로 1981년부터 국민복지 증진의 차원에서 일반 국민 및 노동자, 청소년들이 저렴한 비용으로 여가를 선용할 수 있는 1일 관광지를 개발하기 시작했다.

먼저 교통부는 국민관광 발전과 보급을 위해 종합관광개발계획을 수립, 관광단지 및 국민관광지 개발에 나섰다. 건설부는 국립공원 및 도립공원을 개발했으며, 내무부는 유원지·온천·자연학습장 등을 개발하는 데 주력했다. 또 문화공보부에서는 문화재·고궁·사찰을 보수·관리하고, 문교부는 청소년야영장 등을, 노동부는 근로청소년회관 등을 건립하는 업무를 각각 전담하여 수행해 나갔다. 국민관광지는 대도시로부터의 접근이 용이하여 도시인들이 많이 이용하고 있으나 시설이 미비한 곳, 공업단지의 주변지역으로서 시설이 갖춰지지 않은 지역, 서울올림픽에 대비하여 개발이 요구되는 지역 등의 조건을 충족시키는 지역을 위주로 우선 선정되었다. 이 국민관광지 개발사업은 시장과 도지사가 사업 시행의 추진 주체가 되었으며, 교통부에서 이를 총괄 조정했다.

하지만 국민관광의 확대에는 일련의 부작용이 뒤따랐다. 1970년대에 경제성장과 함께 국민관광이 본격적으로 보급되기 시작하여 1980년대에 대량 국민관광시대를 맞게 되면서 일부 무절제하고 퇴폐적인 관광문화가 파생되었다. 이에 따라 정부와 한국관광공사는 건전하고 생산적인 방향으로 관광산업을 유도하고 발전시키기 위해 대국민 건전관광 홍보 업무에 역점을 두기 시작했다.

특히 공사는 건전관광 홍보를 위해 전국 주요 관광지를 순회하는 계몽강연회 개최, 포스터·영화·슬라이드·녹음테이프 등 선전물 제작, 교육기관을 통한 홍보책자 배포, TV·라디오·신문·잡지 등 대중매체를 통한 국민계도 광고, 민속행사 지원을 통한 전통 문화유산 보호와 보존의식 함양, 주요 관광지 취재 지원을 통한 관광정보 제공 등 일련의 사업을 전개했다.

1980년대는 우리나라에 본격적인 국민관광시대가 열린 시기였다. 그리고 그 시대를 이끄는 건전한 국민관광 발전의 주역은 바로 한국관광공사였다.

ISSUE 19.



제53차 ASTA 서울 총회 개최

1983년 9월 25일부터 9월 30일까지 개최된 제53차 ASTA 서울 총회는 ‘한국 성장의 관문’이 그 주제였다. 이 주제 안에는 미주지역에 대한 관광시장 개척의 계기를 마련하고, 우리나라 관광자원의 해외 소개, 상품 개발 촉진, 대규모 국제회의 및 행사의 독자적인 개최 능력을 과시하고자 하는 공사의 적극적인 의지가 담겨 있었다.

제3절

한국을 알려 세계를 맞다

건국 후 최대 규모의 국제행사, 1983년 제53차 ASTA 서울 총회의 성공적 개최

ASTA(American Society of Travel Agents, 미주여행업협회)는 범세계적 관광 발전과 회원 상호 간의 협력증진을 위해 설립된 순수 여행알선업자협회였다. 1944년 미주여행업자협회로 개칭하면서 유럽과 그 밖의 지역으로 회원가입 범위를 확대했으며, 1982년 6월 본부를 뉴욕에서 워싱턴으로 이전했다. 세계 최대의 관광기구인 ASTA는 여행알선사업, 항공사 및 호화유람선 운영사업, 호텔사업, 토산품사업 등을 영위하며 기타 관광 유관기관 및 정부기관 회원들의 공동이익 증진, 교육, 지위 향상과 상호 정보교환을 목적으로 하고 있었다.

해마다 개최되는 ASTA 연차총회는 대체적으로 미주지역과 미주 이외의 지역에서 교대로 열리는데, ASTA 연차총회는 ‘관광올림픽’이라고 불릴 만큼 참가국이나 참가 인원수에 있어서 올림픽에 버금가는 대규모 행사였다. 세계 각국의 여행전문가와 여행업자 등 여행업계를 망라한 대표들이 참석하는 총회기간 중에는 워크숍, 세미나, 업자 간 콘퍼런스, 영화 상영, 각종 사교행사 및 관광교역전 등이 개최된다.

1979년 4월 제28차 PATA 서울 총회를 성공적으로 개최한 이후 우리나라는 국제회의의 수행 능력을 국제사회에 널리 인식시킬 수 있었다. 이 같은 자신감을 바탕으로 1979년 7월 한국관광공사는 ASTA 본부에 한국 총회 개최 의사를 개진했다. 이에 따라 ASTA 본부는 1980년 5월에 답사반을 한국에 파견하여 총회 개최 문제를 협의한 후 같은 해 6월 7일에 1983년 ASTA 총회 한국 개최 결정을 통보해 왔다. 이어 1981년 5월에 방한한 ASTA 본부 협의반이 제시한 협의안에 대해 검토한 공사는 1981년 9월 9일 제51차 하와이 총회에서 제53차 ASTA 총회 한국 개최에 대한 가계약을 체결했다. 또 1982년 7월 마지막 협의를 위해 방한한 ASTA 총회의

페징거(Thomas V. Petzinger) 의장은 회의장과 숙박시설들을 둘러보고 “총회 준비가 잘 갖추어져 있다”고 평가했다. 그리고 마침내 공사는 ASTA 측과 1982년 10월 15일 제52차 마이애미 총회에서 1983년 ASTA 총회 한국 개최 계약을 정식으로 체결하기에 이르렀다.

공사는 ASTA 서울 총회의 성공적인 개최가 관광 선진국으로 진입할 수 있는 시금석이 될 것으로 확신했다. 이를 위해 1982년 6월 교통부장관과 서울특별시장을 명예회장으로, 공사 사장을 회장으로 하는 준비위원회를 조직한 후 같은 해 9월 17일에 준비위원회 사무국을 설치했다.

1983년 9월 25일부터 9월 30일까지 개최된 제53차 ASTA 서울 총회는 ‘한국 성장의 관문’이 그 주제였다. 이 주제 안에는 미주지역에 대한 관광시장 개척의 계기를 마련하고, 우리나라 관광자원의 해외 소개, 상품 개발 촉진, 대규모 국제회의 및 행사의 독자적인 개최 능력을 과시하고자 하는 공사의 적극적인 의지가 담겨 있었다. 1983년 9월 1일 KAL 여객기가 소련 전투기에 의해 피격되어 269명이 사망하는 어수선한 분위기 속에서도 제53차 ASTA 서울 총회는 1983년 9월 25일 당시 김상협



제53차 ASTA 서울 총회 폐회식(1983. 9. 25~30)



ASTA 한국 총회 개최 기념 홍보물(1983) 1



ASTA 한국 총회 개최 기념 홍보물(1983) 2

국무총리를 비롯한 내외 귀빈과 대표단 4000여 명이 참가한 가운데 세종문화회관에서 성황리에 개막되었다. 김 총리는 치사를 통해 “한국 국민 모두가 이념과 종교, 인종과 언어를 초월해 ASTA 총회 참석자들을 환영하고 있다”고 밝히고 “이번 총회를 통해 한국의 참모습과 한국인의 따뜻한 마음을 보고 느낄 수 있는 기회가 되길 바란다”고 말했다. 이어 9월 1일 발생한 KAL기 피격사건에 따라 소련의 만행을 규탄하는 7개 항의 결의문이 채택되었으며, 한국관광을 소개하는 멀티비전 영화 상영과 특별 민속공연이 이어졌다. 총회 개막식에 앞서 같은 날 정오에 여행업자들의 상담 주선을 위해 종합전시관에서 개장한 관광교역전에는 45개국 120개 기관 및 업체가 참가해 성황을 이루었다.

한국관광공사는 총회 기간 중 골프대회·테니스대회·마라톤대회 등 다양한 체육행사를 마련하였으며, 이태원 등을 쇼핑 관광지로 홍보하고 다양한 쇼핑상품을 개발했다. 이에 따라 참가자 1인당 평균 쇼핑 비용이 1,000달러를 넘고, 각국의 정부기관 및 항공사, 여행사에서 주관한 300여 회의 대소연회·숙박·쇼핑·전시운용비 등이 총 880만 달러를 상회하는 등 적지 않은 외화 획득 효과를 이끌어냈다.

제53차 ASTA 서울 총회의 성공적 개최는 발전하는 한국의 역량을 과시하는 동시에

향후 어떠한 형태의 국제행사도 충분히 개최할 수 있다는 자신감을 갖게 하는 계기가 되었다. 또 일본과 동남아에 편중되어 있던 관광시장을 미주와 유럽 등으로 확대하는 기초를 마련하였으며, 각국 대표들에게 1986년 아시아경기대회와 1988년 서울올림픽의 성공을 확신하게 하는 효과를 거두었다.

1965년 홍콩, 1969년 도쿄, 1980년 마닐라에 이어 아시아에서 네 번째로 열린 ASTA 서울 총회는 약 90개국에서 모두 6300여 명이 참가한 대한민국 건국 후 최대 규모의 국제행사로 기록되었다. 아울러 우리나라의 관광산업이 새롭게 도약할 수 있는 굳건한 발판이었다.

관광종사원 전문인력 양성기관으로

● 1980년대 공사의 관광교육은 자질 향상을 위한 전문교육 강화 및 국민정신교육 강화를 목표로 진행하였고, 이외에도 관광호텔 및 여행알선업체 간부급 이상에 대한 특별교육, 국제행사에 대비한 외국어교육, 올림픽 행사준비요원 교육, 현지순회교육 등을 실시했다. 특히 각종 국제행사와 국제회의가 개최되면서 우리나라 관광산업이 획기적인 도약을 하게 되면서 공사는 이러한 변화에 능동적으로 대처하기 위해 전 시원을 대상으로 교육을 확대 실시했다. 교육프로그램과 교육 대상자가 다양해지면서 호텔 및 여행과 관련한 직무교육이 크게 줄어든 대신 전문요원으로서

갖추어야 할 기본지식과 전문지식 습득에 역점을 두었으며, 정기적으로 외국대학교와 전문교육기관에 직원을 파견하는 교육 형태로 변화되었다.

이와 함께 공사는 직원들에 대한 국민정신교육을 지속적으로 실시하여 공직자로서의 확고한 국가관 정립을 도모하고, 다양한 분야에서 교양을 넓히기 위해 전통문화·대화법·서비스기법·관광정책 등에 관한 직무교육을 실시함으로써 업무 능력 향상을



관광종사원 양성교육(통역안내원 과정 수업)



명예통역안내원 관광 설명회(1987. 12. 11)

기하는 동시에 직원 상호 간의 일체감을 조성했다. 또 소관 업무에 대한 신속하고 전문성 있는 처리능력을 기르기 위해 전산교육을 비롯한 경리·세무·광고편집·조사통계 그리고 외국인 안내실무 등 분야별 전문교육을 실시하여 업무 추진 능력을 제고하는 데 주력했다.

한편 1980년대에는 국내에서 국제 규모의 행사가 자주 개최되어 기존의 통역안내원만으로는 충분한 관광안내업무를 지원할 수 없었다. 이에 따라 공사는 한국을 찾는 외국인의 불편을 해소하고 편의를 제공하기 위해 외국어를 구사할 수 있는 시민·학생·직장인들이 자원하여 봉사 및 안내를 할 수 있도록 하는 ‘명예통역안내원 (Good Will Guide)’ 제도를 마련했다. 1983년 5월 1차로 서울에 거주하는 희망자 중 교수·교사·공무원·군인·대학생 그리고 관광공사 직원들로 구성된 각 분야에서 5772명을 선발해 계층 및 직장별로 고유번호를 부여하고 우편을 통해 이들의 안내 실적을 접수·관리했다. 이어 1984년에 서울·인천·수원·경주·제주 지역에서 영어·일어·독어·스페인어 등을 구사할 수 있는 총 6861명의 명예통역안내원을

확보했고, 1985년에는 부산·대구·광주·대전 지역에 2159명, 1986년에는 춘천 등 9개 지방도시에 2001명의 안내원을 증원했다. 이들 명예통역안내원은 각종 행사 지원, 박물관과 사적지 등의 지방 관광 안내, 교통 안내 등 한국을 찾는 각국 관광객의 불편 해소에 크게 기여했다. 이처럼 주요 국제행사에서 많은 성과를 거두자 공사는 명예통역안내원이 민간외교관으로서의 역할을 훌륭히 수행할 수 있다고 판단하고 이 제도를 점차 활성화해 나갔다.

1984년 2월 29일에는 행정권한 위임 및 위탁에 관한 규정이 개정 공포됨에 따라 그동안 교통부에서 실시해 왔던 관광종사원 자격시험과 자격인정 및 자격증 교부 업무를 관광교육원에서 담당하게 되었다. 이에 따라 관광교육원은 전형관리과를 신설하고, 각 시도에서 실시하고 있는 호텔종사원 자격시험 및 통역안내원, 국외 여행안내원, 호텔지배인 자격시험과 자격증교부 등 자격시험 합격자 관리업무를 전담하게 되었다.

국가 홍보를 위한 초청 지원사업의 다각화

●
1975년부터 국가 홍보사업의 일환으로 언론인을 중심으로 한 초청 지원사업을 시작한 공사는 1980년대에 들어서면서부터는 관광객 유치를 위해 한국 여행상품을 기획하는 여행업자 초청 및 지원사업에 큰 비중을 두었다. 이 사업은 해외 여행업자로 구성된 팸투어단을 초청하여 한국의 관광지를 직접 사전 답사하도록 하는 한편, 한국 측 여행업자와 연결시킴으로써 한국 관광상품 개발을 위한 구체적인 상담의 기회를 제공하는 방향으로 추진되었다. 외국 언론인으로 하여금 한국 관광에 대한 기사를 작성하게 하는 동시에, 외국 출판사의 한국 관광 소개 책자 제작 지원, 일본고교수학여행단 유치를 위한 일본 교장단 초청 지원사업, 해외 포상여행 목적지 결정권자 및 관련 여행사 초청 지원사업도 함께 추진했다. 이와 함께 시장 다변화를 통한 관광 활성화를 도모하기 위해 업계와 공동으로 미주 및 유럽 지역을 대상으로 하는 한국답사여행단(팸투어)을 적극적으로 유치했으며, 영향력 있는 인사를 초청하기 위해 우리나라와 항공노선 연결이 없는 지역의 경우에도 지명도가 높은 인사를 초청 대상에 적극 포함시켰다.

이 가운데 일본 교장단 초청 지원사업은 중장기적으로 일본 수학여행단 유치를 위한 포석이었다. 공사는 이미 1978년 4월~9월 사이에 방한했던 일본의 3개 고교 남녀 학생 980명을 대상으로 한국 수학여행에 대한 설문조사를 실시했으며, 조사 결과 한국 방문 후 한국에 대한 인식이 크게 좋아졌을 뿐 아니라 한국 문화에 대해 더 많은 관심을 가지게 된 것으로 나타났다. 이러한 결과를 통해 일본 수학여행단 유치는 한국에 대한 이해 증진 및 관광 홍보 측면에서 기여도가 매우 크다는 것이 입증되었고, 나아가 재방문 잠재시장을 개척한다는 점에서도 의미를 갖는 중요한 사업으로 평가되었다. 해외 수학여행이 증가하자 일본항공(JAL)은 1983년 1월부터 일본 중·고교 학생의 해외 수학여행 단체에 대해 할인 운임을 적용하기 시작했고, 우리나라도 같은 해 7월 20일에 수학여행을 비롯해 예술·체육·실습행사를 목적으로 입국하는 일본 고교생 이하 청소년 단체에 대해 비자면제제도(15일간 체제)를 실시함으로써 입국절차를 간소화시켰다. 양국의 이 같은 적극적인 시책과 배려를 통해 이전까지 사립고등학교에서만 실시해 왔던 한국 수학여행은 1984년 10월



참전용사 유치사업을 통해 방한한 벨기에 참전용사들

후쿠오카 고쿠라상고 수학여행단 방한을 시작으로 공립학교로 확대되었다.

주한미군 가족 방한 지원사업은 1982년 한미 수교 100주년 기념사업의 일환으로 공사와 주한미군사령부가 공동으로 추진한 것이었다. ‘Reunion 사업’이라고도 불린 이 사업은 한국 및 동북아시아 안보에 중추적인 역할을 수행하고 있는 주한미군 장병들의 가족이나 친지들을 초청하여 우리나라에서 만날 기회를 제공함으로써 미군 장병들의 사기를 진작하는 데 목적이 있었다. 아울러 이들 가족들이 한국을 직접 방문하고 귀국한 후 우리나라를 소개함으로써 미국에서의 관광 홍보와 미국시장 개척에 긍정적 효과를 얻고자 하는 전략사업이었다.

이러한 취지에 따라 공사와 주한미군사령부는 1981년 추수감사절을 맞아 미국 본토에 거주하는 미군 가족들을 처음으로 초청하였다. 이 사업은 미국 중산층의 한국관광 홍보요원화를 통해 미주 관광시장의 저변 확대 및 심층화에 기여했으며, 종래 공사의 해외지사가 소재한 대도시를 중심으로 실시해온 홍보활동을 여타 중소도시로 확대함으로써 미국 관광시장 내의 홍보 취약지를 해소하는 효과도 거두었다. 이 같은 성과를 바탕으로 주한미군 가족 방한 지원사업은 이후 지속적으로 확대되었다.

한국 관광 홍보에 시동을 건 80년대의 첨병들

●

1980년대 들어 세계관광시장의 다변화가 가속화되자 공사는 해외 홍보활동의 중요성을 더욱 널리 인식하고 다양한 형태로 홍보활동을 전개해 나갔다. 특히 1981년에 1986년 아시아경기대회와 1988년 서울올림픽 유치가 결정된 후 미주·유럽·동남아·일본 등 주요 국가들에 대규모 관광유치단을 파견하여 한국 관광을 널리 홍보하였으며, 박람회 및 전시회를 통한 선전활동도 활발하게 진행했다.

우선 관광유치단은 현지에서 한국관광설명회, 민속무용 공연, 한국관광영화 상영, 한국의 밤 행사 등 다채로운 활동을 전개하여 큰 성과를 거두었다. 또 기자회견을 통한 한국 관광 및 관광상품 소개, 현지 소비자를 대상으로 한 상담, 세미나 개최, 자료 지원 등을 통해 한국 관광에 대한 관심을 유발하였다.

해외 선전효과를 높이기 위한 또 다른 방안은 외국의 현지 출판사와 제휴하여 홍보물을 간행하는 사업이었다. 외국 출판사에 용역을 주어 제작한 대표적인 간행물로는

‘여성을 위한 한국’(일본, 1980~1984년), ‘Guide Bleu’(프랑스, 1982년), ‘Fodor’s Guide’(미국, 1983년), ‘대한민국’(중국, 1984년), ‘즈쿠바 익스포 85’(일본, 1985년), ‘여성을 위한 한국’(일본, 1986년), ‘종합브로슈어’(태국, 1986년) 등이 있었다. 현지 출판사를 통해 시장의 특성과 현지 수요를 고려한 책자를 발간한 것은 1980년대 선전간행물 제작사업의 두드러진 특징이었다.

이미 1970년대부터 영상물의 중요성을 인

식하고 외래관광객 유치 수단의 하나로 적극적으로 활용하기 시작한 공사는 1982년 미국 영화사에 의뢰하여 멀티비전 ‘살아있는 보물, 한국’(Korea, Living Treasure)을 제작했다. 이 영상물은 공사의 관광홍보 활동에 크게 기여하는 한편 최신 홍보기술을 국내에 보급하는 계기를 마련하였다. 멀티비전 도입에 큰 자극을 받은 국내 대기업과 광고회사들이 공사에 기술자문을 요청해 왔고, 이듬해인 1983년 제1회 서울무역박람회(SITRA)에도 멀티비전이 대거 등장해 국내에 큰 선풍을 불러일으켰다.

공사는 1981년 4월 일본의 종합광고회사인 (주)협동광고(協同廣告)와 용역 계약을 체결해 1983년까지 일본지역 광고를 대행하도록 함으로써 처음으로 현지 광고기획을 시도했다. 이어 전문 광고회사를 통해 더욱 본격적으로 광고를 실시한 것은 1984년 세계적인 종합광고회사 ‘O&M(Ogilvy and Mather Advertising)사’와 광고 대행계약을 체결하면서부터였다. 이후 공사는 해외광고를 통해 한국의 주요 관광지인 서울·경주·제주 등의 사적지·문화관광지·국립공원·관광단지를 비롯하여 한국의 문화·쇼핑·음식·스키·국제회의 시설 등을 소개했다. 특히 아시아경기대회와 올림픽대회를 유치한 이후에는 양 대회를 새로운 관광매력으로 추가하여 특집광고를 내보내는 등 보다 적극적으로 홍보활동을 펼쳤다.

‘세계 속에 한국 알리기’를 위한 공사의 이러한 적극적인 노력을 바탕으로 1980년대 세계는 대한민국을 주목했다. 선전 관광 한국으로 가는 그 길에, 한국관광공사는 ‘한국을 대표하는’ 관광 홍보요원이자 ‘참된 한국을 알리는’ 관광외교의 첨병이었다.



1980년대 초반 발간된 홍보간행물

관광산업을 이끌어 온 당당한 50년 역사와 새로운 값진 역사

하대돈 10대 사장(1981. 6. 1~1986. 10. 15)

◆ 가난한 나라, 열악한 환경을 딛고

관광은 우리에게 중요한 외화벌이 수단이었습니다. 제가 재직하던 당시 관광수입은 15억 달러였습니다. 그때 우리 무역 규모가 총 300억 달러였으니, 무역 규모와 대비해서 상당한 금액이었습니다. 그래서 그 중요성을 알리기 위해 국무회의에서 설명을 하기도 했습니다.

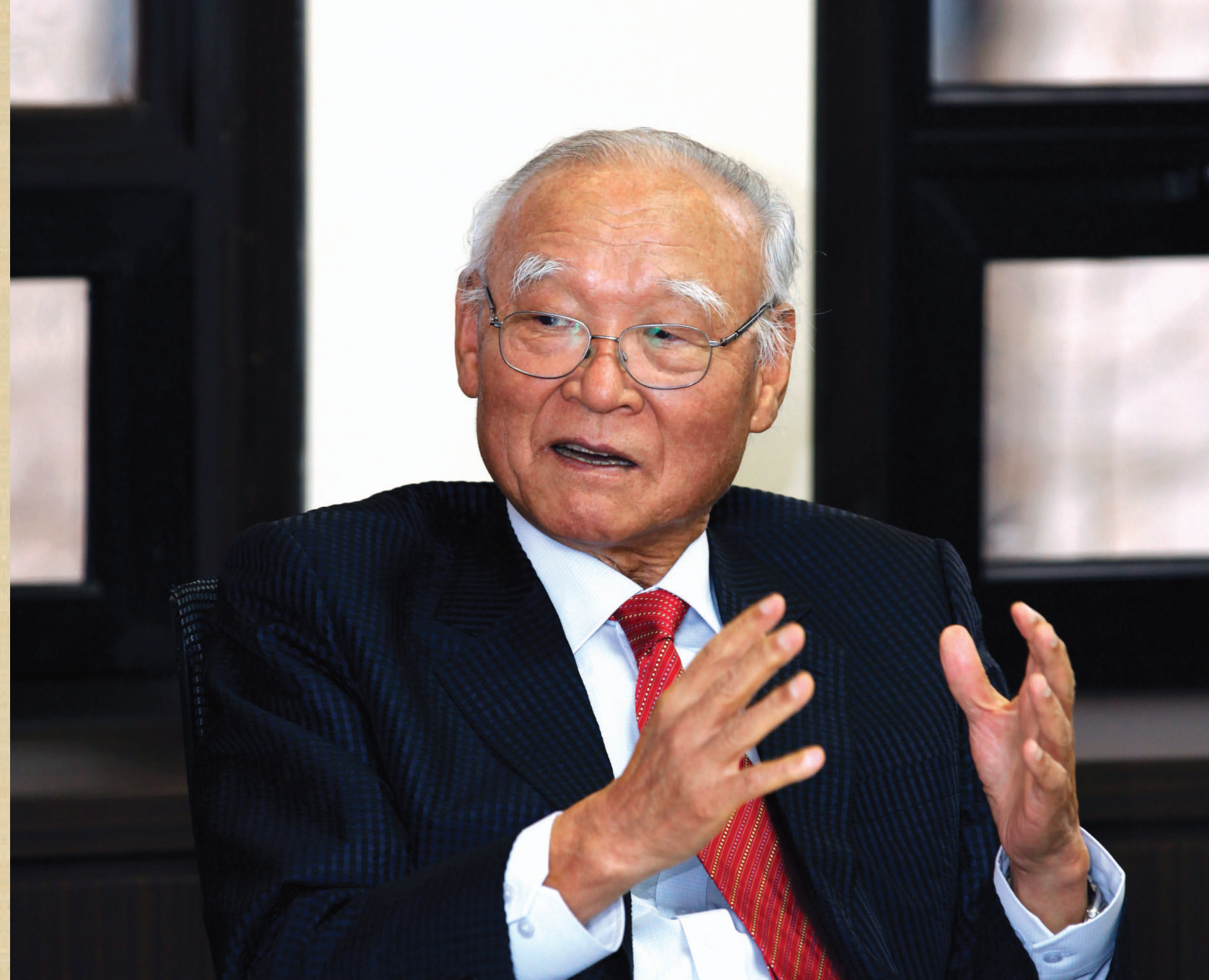
우리가 어려웠던 시절 소위 '기생관광'은 우리의 중요한 수입원이었습니다. 물론 사회적으로는 반하는 일이었지만 어느 정도 보호를 할 필요가 있었습니다. 그건 결코 창피해야 할 일만은 아닙니다. 그때 우리의 환경이 그만큼 열악했었다는 걸 인정하고 그걸로 다시 일어서야 했습니다.

ASTA 총회를 하며 세계 각국의 참석자들을 수송하는데, 에어컨이 달린 버스가 없었습니다. 그래서 버스회사에서 버스를 60대 빌려왔고 기사들을 교육시켰다. 그렇게 일정을 진행했는데 그게 한국 버스관광의 시초가 되었습니다.

◆ 당당한 반세기 역사를 밑거름으로, 새로운 역사를 쓰길

관광공사는 하는 일에 비해 공사 직원 수가 많았습니다. 그래서 정부가 한참 구조조정을 하던 시기에 임원의 반 이상이 퇴직을 했습니다. 생각해 보면 가슴 아픈 일이었습니다.

보람도 있었습니다. 캐나다 몬트리올 올림픽은 약 6,000만 달러의 적자가 났습니다. 그래서 다른 나라들이 올림픽



개최를 꺼려하고 있었는데, 당시 전두환 대통령이 올림픽을 유치하자고 했습니다. 결과는 우리나라 홍보에 큰 힘이 됐습니다. 그때 동구권 국가들, 특히 소련이 우리를 보고 충격을 받았습니다. 그들의 생각으로 한국은 소달구지나 끌고 다니던 나라였습니다. 하지만 상황이 역전됐다는 걸 눈으로 확인한 것입니다.

사람들은 마치 관광공사가 이권이 개입된 기관인 줄 알고 오해를 합니다. 사실 가장 가난한 기관 중 하나가 관광공사입니다. 그런 왜곡된 이미지가 우리를 힘들게 했었고 지금도 그렇습니다.

그러나 우리는 어떤 시선도 이겨낼 수 있습니다. 관광산업을 이끌어 온 당당한 50년 역사가 있고, 앞으로 펼쳐질 새로운 값진 역사가 있기 때문입니다.



제 2 장

새로운 사옥에서 선보이는 새로운 관광한국



제1절

다동 사옥에서 더욱 새로운 미래를 향해

사옥 마련의 꿈과 아쉬운 미완의 역사

●
공사는 설립 초창기인 1960년대에 신문로 고려빌딩을 시작으로 남대문 그랜드빌딩, 대한생명빌딩, 반도호텔 별관, 남산 반공연맹 건물, 안국동 걸스카우트빌딩 등으로 옮겨 다녔다. 1970년대에는 반도조선아케이드를 시작으로 반도호텔 별관 및 본관 일부를 사용했으며, 관훈동 홍익빌딩을 거쳐 1980년 2월 충무로 극동빌딩으로 이주했다.

이처럼 20여 년간 여러 차례 사무실을 옮겨 다니면서 공사는 기회가 있을 때마다 자체 독립 사옥 건립 계획을 수립한 바 있었다. 1973년 7월 26일 제90회 이사회에서는 공사 사옥 겸 관광요원훈련원으로 사용하기 위해 중구 서소문동에 있는 구 가정법원 부지를 매입하여 국제관광센터를 건립하기로 의결했다. 이 설립 계획은 외국인을 위해 관광영화와 슬라이드 상영실을 구비하는 등 종합관광안내센터로서 관광홍보 기능을 수행하는 한편 관광진흥에 필요한 재원 조달을 위해 관광 관련 업체에 사무실을 임대한다는 내용을 담고 있었다.

그러나 1974년 초 비생산적인 부동산 투기를 억제하는 정부의 정책에 따라 공사는 자체 보유 재산을 활용하기로 방침을 변경했다. 대신 대한여행사 버스영업소로 사용하고 있던 용산구 한강로 3가의 부지에 관광요원훈련원을 건립하여 그 안에 본사 청사를 포함시킬 계획을 수립하였다. 하지만 그 해 10월 이사회에서 관광요원 훈련원 부지로 강남구 논현동 산21번지의 임야 5000여 평을 구입하기로 의결함에 따라 종전의 계획은 다시 수정되었다. 뿐만 아니라 새로 선정된 부지는 시내에서 떨어져 있어 외국인들의 방문이 어렵다는 등의 이유로 본사가 시내 중심지에 위치해 있어야 한다는 의견이 지배적이었다. 이에 따라 본사 사옥을 포함시킨다는 당초의 국제관광센터 건립 계획은 다시 보류되고 말았다. 이어 1981년 3월 이사회에



공사는 기회가 있을 때마다
자체 독립 사옥 건립 계획을 수립한 바 있었다.

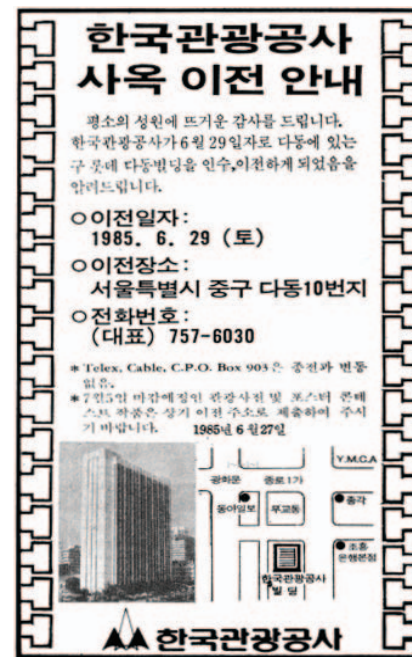
서도 관광요원훈련원 건물에 본사를 포함시키기 위해 훈련원을 증축해야 한다는 의결이 있었으나 타당성이 없어 시행되지 않았다.

그러나 1980년대 들어 상황은 더욱 절실했다. 1986년 아시아경기대회와 1988년 서울올림픽을 앞두고 대규모 국제행사를 효과적으로 수행하고, 높은 증가세를 보이고 있는 국내외 관광객에게 관광안내 등의 편의를 제공하기 위해서 새로운 관광센터 건립의 필요성이 크게 증대한 것이다.

이에 따라 구체적인 추진 방안을 연구한 끝에 마침내 종합관광센터 건립 계획을 수립하기에 이르렀다. 공사는 1982년

11월 26일 한양그룹과 종합관광센터 합작 건립계약을 체결하고 잠실에 있는 4만 6000여 평의 대지에 지하 2층 지상 10층의 종합관광센터를 건립하기로 결정했다. 국내외 관광객을 위한 관광홍보시설과 각종 위락시설이 포함될 종합관광센터 건립을 위해서는 총 570억 원(공사 측 175억 원, 한양 측 290억 원, 임대보증금 85억 원, 금융차입금 20억 원)이 소요될 예정이었다. 그러나 관광 관계기관과 관련 업체를 한데 모아 관광홍보 기능을 집중시키려 했던 종합관광센터 건립 계획은 한양 측의 자금난으로 인해 1984년 1월 다시 백지화되고 말았다.

이 같은 우여곡절을 겪은 끝에 1985년 4월 이사회에서 공사 사옥으로 서울시 중구 다동 10번지 롯데빌딩을 매입하기로 의결했다. 서울시내 중심지에 위치해 있는 데다 호텔·여행사·항공사·쇼핑상가 등이 밀집해 있는 지역으로서 공사 사옥으로는 최적의 입지조건이었다. 롯데빌딩은 1984년 7월 지상 17층 지하 4층에 연면적 8056평 규모로 준공되었으며, 공사는 롯데 측으로부터 301억 원에 이 건물을 매입했다. 대금 가운데 181억 원은 조선포텔 소유 주식 매각대금으로 충당했으며, 나머지 120억 원은 1990년까지 분할 상환하였다.



사옥 이전 안내문(동아일보, 1985. 6. 27)

1985년 6월 30일은 한국관광공사 역사의 새 장을 여는 날이었다. 새로운 독자 사옥에 입주하여 창립 후 23년 만의 숙원을 이룬 것이다.

공사는 사옥을 마련하자 기존에 분산되었던 공사 조직을 본사에 집중시켜 사업 수행, 조직 관리, 경영합리화 등의 많은 부문에서 시너지 효과를 거두었다. 또 공사 건물이 수도 서울의 중심지에 위치함에 따라 국내외 관광업계와의 접촉이 활발하여 관광중심센터로서의 기능을 충분히 수행했을 뿐만 아니라 관광산업 발전을 위한 새로운 활력을 불어넣을 수 있었다.

한국 관광 홍보의 메카, 종합관광안내센터(TIC) 개관

● 새 사옥 입주 후 1986년 아시아경기대회와 1988년 서울올림픽이 점차 눈앞으로 다가오자 이를 계기로 우리나라를 방문하는 외국인들과 전국의 관광지를 찾는 내국인들



종합관광안내센터(TIC) 개관식(1986. 4. 23)

ISSUE 20

공사 사옥 다동 이전

1985년 6월 30일 다동의 새로운 독자 사옥에 입주하여 창립 후 23년 만의 숙원을 이루었다. 사옥을 마련하자 기존에 분산되었던 공사 조직을 본사에 집중시켜 많은 부문에서 시너지 효과를 거두었으며, 관광산업 발전을 위한 새로운 활력을 불어넣을 수 있었다.



21



종합관광안내센터(TIC) 개관

다동 사옥 입주 후 1986년 아시아경기대회와 1988년 서울올림픽이 점차 눈앞으로 다가오자 이를 계기로 우리나라를 방문하는 외국인들과 전국의 관광지를 찾는 내국인들에게 대한 관광안내 및 각종 관광정보 제공의 과제도 절실했다. 이를 위해 공사는 1986년 4월 23일 사옥 지하 1층에 종합관광안내센터(TIC)를 개관, 관광객 편의 제공에 적극 나섰다.

에게 대한 관광안내 및 각종 관광정보 제공의 과제도 절실했다. 이를 위해 공사는 1986년 4월 23일 사옥 지하 1층에 종합관광안내센터(TIC, Tourist Information Center)를 개관했다.

총 450평 규모의 종합관광안내센터는 관광안내와 정보 제공, 각종 시청각 매체를 통한 한국 관광 홍보, 각종 시설을 통한 관광객 편의 제공 등에 적극 나섰다. TIC의 시설과 규모는 세계적으로도 자랑할 만한

것으로서 내외 관광객들로부터 많은 찬사를 받았으며, 관광안내시설의 대표적 모델로 각국에 널리 소개되기도 했다.

1986년 4월 23일에 개관한 이후 1987년 3월 말까지 TIC 이용객을 대상으로 조사한 자료에 따르면 하루 평균 204명, 조사기간 동안 총 6만 6503명의 내·외국인이 방문 또는 전화로 TIC를 이용한 것으로 나타났다. 이 가운데 내국인 이용자는 4만 9341명(74%), 외국인은 1만 7162명(26%)이었으며, TIC 이용 방법에 있어서는 방문자가 3만 9705명(외국인 1만 2832명 포함)이고 전화문의자는 2만 6798명(외국인 4330명 포함)이었다. 이들 내방자 및 전화 문의자가 도움을 바라는 사항으로 관광 문의가 36.5%로 가장 많았고, 다음으로는 교통에 관한 사항으로 전체 문의의 19.5%였다. 관광 문의 중 가장 빈도가 높은 항목은 서울 근교 1박 2일 관광코스과 관광지, 서울시내관광, 지방관광(판문점·민속촌·경주·제주·설악산 등)에 관한 것이었다. 교통 문의에 있어서는 내국인의 경우 자가용을 이용한 지방도로 문의, 시외버스터미널의 교통시각 및 교통요금 문의가 가장 많았으며, 외국인은 철도·고속도로·지하철 등 대중교통수단의 이용에 관한 문의가 가장 많았다. 또 TIC를 이용한 외국인의 지역별 분포를 보면 유럽지역 여행자가 74.5%, 일본인 15.6%였으며, 이 비율은 유럽지역 여행자들이 주로 개별관광을, 일본인 여행자들이 단체관광을 주로 하고 있는 점이 반영되었다.



종합관광안내센터(TIC) 개관식(1986. 4. 23)

‘읽히는 사보, 기다려지는 사보’ – 공사 사보의 재발간

●
공사의 발전 이미지를 대내외적으로 부각시키고 직원 간의 화합 도모 및 이해 증진을 위한 수단으로 처음 사보를 발간한 것은 1965년 8월이었다. 사보 발행 규정에 따라 월 3회 발간되었던 사보는 공사 직원들이 정부 및 공사, 타 기관의 정책 업무를 파악해 업무 수행에 참고하고 타 부서의 업무와 경영방침을 손쉽게 이해하는 데 도움을 주었으나 1973년 하반기에 발간이 중단되고 말았다.



관광공사 창간호(1987)

1988년 서울올림픽을 1년 여 앞두고 관광인구 급증과 올림픽을 겨냥한 관광산업의 중요성이 크게 부각되자 관광의식 개혁 차원에서 사보 발간의 필요성이 다시 제기되었다. 이 같은 필요성에 따라 발간이 중단된 지 14년 만인 1987년 4월 <관광공사>라는 새로운 이름의 사보가 발간되었다.

홍보부 국내홍보과에서 발간한 사보는 내부 동정 및 공사 업무를 주요 내용으로 하고 있었다. 특히 ‘읽히는 사보, 기다려지는 사보’라는 슬로건 아래 공사 직원들에게는 이해의 장을 제공하고, 한국관광상(像) 정립을 주도해 나가는 매체로 자리매김하기 위해 노력했다. 사보 <관광공사>는 각 정부기관 및 공공단체, 관광업계, 학계, 언론계, 민간단체, 기업뿐 아니라 90여 개에 달하는 재외공관에도 배포되어 공사 업무를 홍보하는 동시에 관광산업의 중요성을 인식시켰으며, 타 부처의 업무 파악에도 큰 도움을 주었다.



제2절

모든 사람에게 여행할 권리를

해외여행 전면 자유화와 공사의 역할

●
우리나라는 만성적인 국제수지 적자 때문에 오랜 기간 동안 국민의 해외여행을 억제해 왔다. 그러나 1980년대에 들어서면서 경제 규모가 커지고 국민의 전반적인 생활수준이 향상되는 등 해외여행 여건이 성숙되었다.

이에 따라 정부는 1983년 1월부터 50세 이상 국민의 해외여행을 허용했다. 이어 1986년 국제수지가 흑자로 전환되고 이후 흑자 폭이 점점 확대되자 1987년 9월부터 45세 이상으로 해외여행 허가연령을 완화하였고, 1988년 1월부터는 40세 이상, 같은 해 7월부터는 30세 이상으로 다시 허가연령을 완화했으며, 1989년 1월부터는 마침내 모든 국민의 해외여행이 완전 자유화되었다. 또 해외여행을 할 때 보유할 수 있는 외화 한도도 7,500달러에서 1만 달러로 상향 조정했으며, 관광객이 해외에서 구입해 오는 반입품의 면세 한도액도 대폭 확대했다.

해외여행 자유화 조치는 필연적으로 해외여행 급증을 불러왔다. 공사는 우리 국민의 해외여행 편의를 도모하고 건전한 해외여행을 유도하기 위해 1988년 일본·동남아·북미·유럽 등 4개 권역별로 ‘해외여행 안내서’를 제작하여 해외여행자에게 무료로 배포했다.

전국에 걸친 국민관광단지 개발 – 지방자치단체 대행사업 전개

●
경상남도 창원시(현 통영시) 도남만 일대의 충무도남관광단지는 교통부의 1982년도 주요업무 추진계획에 포함되면서 개발이 시작되었으며, 그 해 12월 개발기본계획 및 충무도남관광단지 개발시행계획이 확정되면서 본격적으로 추진되었다. 관광

ISSUE 22.

정부, 해외여행 자유화 조치 단행

만성적인 국제수지 적자 때문에 국민의 해외여행을 억제해 온 우리나라는 1980년대 들어 경제 규모가 커지고 국민 생활수준이 향상되자 1989년 1월부터 우리 국민의 해외여행을 **완전 자유화**했다. 이에 따라 해외여행객이 급증하는 가운데, 공사는 **올바른** 해외여행문화 정착을 위한 **다각적인** 활동을 전개했다.



23

남원관광단지, 충무도남관광단지 개발

1982년 12월에는 충무도남관광단지, 1983년 10월에는 남원관광단지 개발사업에 참여했다. 또 날로 증가하는 가족단위 관광객과 국내외 청소년 관광객에게 **저렴한** 관광 숙박시설을 **제공**하기 위해 1987년 4월 산정호수가족호텔과 남원유스호스텔을 **준공**하여 건전한 **관광문화** 정착을 위해 노력했다.



단지의 개발면적은 4만 1757평으로서 공공투자 178억 원(관광공사 104억 원, 경상남도 28억 원, 항만청 46억 원)과 민간투자 217억 원 등 총 395억 원을 투입하여 1983년부터 1987년까지 5개년에 걸쳐 우선 기반시설을 완공하고, 민자를 유치하여 국제 규모의 호텔과 숙박시설, 마리나시설, 쇼핑센터, 해산물전문음식점, 전망 휴게소, 낚시터, 해수욕장, 해상 레크리에이션 시설들을 설치한다는 계획 아래 추진되었다. 사업 시행 주체는 경상남도이고 교통부와 해운항만청이 지원하며, 공사는 경상남도 대행사업으로 기반시설 공사를 수행하기로 결정되었다.

국민에게 휴가와 관광의 기회를 제공하기 위해 공사는 1984년 9월 경상남도와 대행계약을 체결하고 그 해 10월 공사를 시작했으며, 1987년 12월 기반시설 공사를 완료하여 1988년 2월 단지시설물을 경상남도에 인계했다. 이후 단지 관리 및 민자유치 업무가 충무시로 이관되었고, 1987년 7월 금호개발에 토지가 매각됨으로써 충무도남관광단지 개발사업이 일단락되었다. 공사는 관광단지 개발에 당초 계획보다 적은 88억 7,500만 원을 투자했으며, 1989년과 1990년에 걸쳐 원금과 이자를 모두 회수했다.

남원관광단지는 정부가 '호남지역 관광개발 기본계획'을 수립하여 개발 대상지를 지리산 및 남원지역으로 선정하면서 개발이 추진되었다. 1981년 전주권지역 개발사업의 일환으로 남원을 IBRD 차관사업에 포함시키고 이어 1983년 10월 공사의



충무도남관광단지



경주보문관광단지 개장식(1979. 4. 6)

사업 참여를 결정하면서 본격화되었다. 남원관광단지는 전라북도 남원시 노암동과 어현동 일대에 위치하고 있으며, 개발면적은 7만 4500평으로 공공투자 81억 원(관광공사 37억 원, 남원시 21억 원, IBRD 23억 원)과 민간투자 146억 원 등 총 227억 원을 투입, 1984년부터 1987년까지 4년에 걸쳐 기반시설을 완료하기로 했다. 1983년 12월 남원시와 관광단지 기반시설 대행계약을 체결한 공사는 1985년 11월 공사에 착수하여 1987년 11월 기반시설을 완공하고 그 해 12월 감리용역을 완료함으로써 관광단지 대행사업을 성공적으로 완수했다.

1979년 4월 6일 국제적인 종합관광단지로 개장한 경주보문관광단지는 개장 직후 오일쇼크에 따른 관광 불황으로 인해 내·외국인의 이용 실적이 저조하여 단지 입주업체들이 경영에 큰 어려움을 겪었다. 뿐만 아니라 외국인 관광객의 급격한 증가를 전제로 개발된 것이었으나, 실제로는 내국인 관광객이 증가하게 되자 기본계획을 수정하여 국내관광을 위한 시설과 개발에 역점을 두기 시작했으며, 단지 활성화 방안을 강구하여 시행했다. 정부는 경주보문관광단지의 활성화를 위해 1981년 6월 1일 김해공항과 경주보문관광단지 간 정기버스노선을 개설했고, 곧이

어 경주보문관광단지 내의 주유소에 휴일 급유제한 조치를 해제했으며, 같은 해 9월 20일에 고속버스를 경주보문관광단지까지 연장 운행하도록 했다. 또 1984년부터 인근 울산공항에 정기여객선 취항을 재개했다. 경주개발공사도 이 같은 정부 방침에 따라 1981년 국민휴식시설과 한식점이 들어설 기반시설을 완공하였으며, 수학여행단 유치를 위해 사적지 소개영화를 제작하여 관광센터에서 상영했다. 아울러 1981년 12월 호반장, 1982년 4월 골프장을 각각 민영화한 데 이어 민자 유치를 위한 적극적인 활동을 통해 대규모 야영장·운동장·위락시설을 갖춘 도투락월드가 1985년 5월 일부를 개장했으며, 기존에 매각한 골프장도 1986년 증설공사를 통해 36홀 규모의 골프장으로 개장했다.

모든 사람에게 여행할 권리를 - 복지관광사업

● 국가경제가 발전하고 국민소득이 향상되자 여가문화에 대한 사회적 관심이 증대되고 관광의 형태가 다양해졌다. 또 1980년대 후반기에 접어들면서 사회의 민주화 분위기가 고조됨에 따라 국민관광의 저변 확대 차원에서 복지관광에 대한 관심이



1987년부터 장애인, 소년소녀가장 등을 대상으로 시행된 복지관광사업

증대되었고, 소외계층을 위한 공사의 다양한 활동이 요구되었다. 이에 따라 공사는 소외계층에게 여가 선용과 관광 기회를 부여할 수 있는 행사를 통해 복지관광에 대한 사회의 관심을 환기시키고, 기업들의 참여를 유도하고자 주력했다. 공사는 관광 소외계층인 장애인 및 근로청소년에 대한 행사를 통해 이후 민간단체들이 독자적으로 행사를 실시할 수 있게 유도하는 한편 관광 분야의 선도적 역할을 부각시킴으로써 공사의 대외 이미지를 제고했다.

우리나라는 서울올림픽을 앞두고 1984년 장애인 편의시설 의무화, 1985년부터 1987년까지 장애인복지시설에 관한 규정, 공포 등 장애인에 관한 국민적 관심과 배려 분위기를 조성해갔다. 이런 가운데 공사는 복지관광사업의 하나로 장애인들에게 자긍심과 재활의 의지를 심어주고, 관광지역과 대중교통 수단을 비롯한 각종 공공시설에 장애인을 위한 시설을 설치하도록 촉진하기 위해 1987년 '사랑의 관광단' 행사를 기획했다. 국민관광의 저변 확대 및 대중관광 실현의 일환으로 실시한



제20회 장애인의 날 사랑의 관광단(2000년)

이 행사는 모든 사람에게 여행할 권리를 부여하자는 세계관광기구의 관광여행 기본권을 다시 한 번 확인하는 것이기도 했다.

1987년 당시 보건사회부의 통계에 따르면 전체 국민의 2.3%에 해당하는 91만 5000여 명이 장애인이며, 이들은 신체장애로 인해 관광할 기회가 극히 제한되어 있음은 물론 대부분 일상생활에서도 심신의 장애로 적응능력이 뒤떨어지는 실정이었다. 공사는 이 사업이 장애인들의 사기를 진작시키는 한편 공익사업에 대한 관심과 호응이 사회 각계각층으로 확산되어 어려운 이웃을 돌아보고 배려하는 보다 밝고 따뜻한 사회 분위기를 조성하는 데 도움이 될 수 있을 것이라고 기대했다.

1987년 처음으로 참가한 147명의 '사랑의 관광단'은 심신장애인과 보호자들로 이루어져 2박 3일 동안 경주 일원, 울산 현대자동차 공장 및 포항종합제철을 견학했다. 청음회관·정박장애인복지회관·한국맹인복지협회·한국소아마비협회·한국뇌성마비복지회·한국장애인재활협회 등의 단체에 소속된 심신장애인과 보호자들은 기차로 경주역에 도착해 불국사·석굴암·경주보문관광단지 등을 관광했다. 이 행사를 위해 공사는 철도청 및 투숙호텔 등과의 긴밀한 협조를 통해 장애인 안전을 위한 편의시설을 설치했으며, 기업체들의 경품협찬 참여를 유도해 참가자들에게 경품을 증정하는 등 행사 관련자들 간의 적극적인 협력체제를 유지해 나갔다. 또 행사 효과 분석을 위해 관광 이후 설문을 실시, 다양한 의견을 수렴하여 향후 운영 방안 수립에 참고자료로 사용하는 등 장애인 복지정책에 적극 반영하였다.

1988년 장애인올림픽 개최를 앞두고 처음 실시된 이 행사를 통해 공사는 장애인의 사기를 높이고 사회 각층의 관심을 불러일으키는 데 큰 성과를 거두는 동시에 경주보문관광단지의 활성화를 유도했다. 공사의 이러한 선도적 복지사업 실행은 관광지에 장애인을 위한 이용시설 확충에 대한 관심을 유발했다. 또 방송 및 신문을 통해 행사의 취지와 행사 내용이 보도됨으로써 일반 대중들도 점차 복지사업의 필요성을 인식하게 되었다.



제 3 장

세계는 한국으로, 한국은 세계로

올림픽 개최와 관광대국의 비전
아시아경기대회 및



제1절

86 아시아경기대회 성공적 개최의 숨은 주역

86 아시아경기대회를 앞서 준비하다

●

1981년 9월 독일 바덴바덴에서 열린 제84차 IOC 총회에서 서울이 1988년 올림픽 대회 개최지로 결정되자 모든 국민은 건국 후 최대 행사의 성공적 개최를 위해 모두가 한마음이 되었다. 이런 가운데 같은 해 11월 1986년 아시아경기대회의 서울 개최가 확정되자 정부는 이 대회를 올림픽의 성공적 개최를 위한 준비 과정으로 인식하게 되었다.

이 같은 정부의 인식에 부응하여 한국관광공사는 1982년 1월 관련 규정을 신설하는 등 양 대회 개최 지원을 위한 준비를 본격화했다. 또 1984년 6월 공사 사장을 위원장으로 하는 ‘올림픽준비관광위원회’를 발족하여 관광 부문의 장단기 사업계획 수립 및 실행, 대정부 정책 건의 등의 업무를 수행했다.

1984년 12월에는 교통부 내에 ‘86, 88 숙박대책위원회’가 발족되자 정부는 한국



86 아시아경기대회, 88 서울올림픽 관광준비단 전체회의(1985. 11. 13)



86 아시아경기대회, 88 서울올림픽 관광준비단

관광공사를 이 위원회의 실행기관으로 지정하여 양 대회 홍보와 객실 예약 판매를 담당하도록 했다. 이에 따라 공사는 ‘대회 기간 중 외래관광객 유치 증대와 선수단 및 외래관광객에 대한 제반 편의 제공을 통하여 대회의 성공적 개최에 기여하고, 나아가 한국 관광산업의 도약적 발전의 계기를 마련한다’는 취지 아래 1985년 6월 공사 내 관련 전담기구인 ‘올림픽준비 관광위원회’를 ‘86, 88 양 대회 관광준비단’으로 새롭게 구성했다.

관광준비단의 1차 목표는 86 아시아경기대회 개최 준비에 있었다. 하지만 공사는 여기에 그치지 않고 최종 목표를 88 서울올림픽대회를 위한 준비 활동에 두었다. 이런 거시적 목표 아래 관광준비단은 지정 여관의 홍보, 예약 및 숙박시설의 투숙 상황 관리, 양 대회 해외홍보, 관광코스 개발, 안내체계 확립, 행사요원 교육 및 대국민 계도업무 등에 주력했다. 특히 공사는 이들 제반 활동을 보다 효율적으로 수행하기 위해 1986년 6월 관광준비단을 국제회의부 중심의 사무국 체제로 개편하고 인원을 보강했다. 아울러 같은 해 7월 28일부터 10월 31일까지 공사 사옥 16층 회의실에 ‘86 아시아경기대회 준비상황실’을 설치하여 숙박 및 관광정보 제공 등 각종 지원활동을 펼쳤다.

이 같은 효율적 체제와 확고한 의지를 바탕으로 관광준비단은 ‘86, 88 숙박대책위원회’와 공동으로 지정 여관 판매 촉진, 서비스 향상 방안 협의 및 점검 등을 추진했다. 또 아시아경기대회조직위원회와 공동으로 선수 및 임원 등의 관계자 숙박, 투숙 상황 관리 지원, 전산시스템 운영 협조, 선수촌아파트 운영 지원, 대회 관계자 관광프로그램 개발 운영 등을 지원했다.

성공적인 아시아경기대회와 올림픽 개최를 위한 해외홍보 활동

● 양 대회 개최가 결정된 이후 한국관광공사는 한국의 이미지를 확산시키고 제반 정보의 효율적 제공을 통해 대회 기간 중 보다 많은 외래관광객의 입국을 유도하는데 최선의 노력을 기울였다. 먼저 경기 입장권, 숙박 예약, 관광, 문화행사 등 86 아시아경기대회 제반 정보를 수록한 ‘86대회 Travel Kit’를 영어와 일어로 각각 5만 세트씩 제작한 후 해외 지사망을 비롯하여 해외 공관 및 관련기관 해외지점,

교민단체, 업계 등 다양한 조직망을 통해 전 세계에 배포했다. 또 각종 기념품, 화보, 스티커, 포스터, 민박 홍보물, 보도자료 등을 활용하여 양 대회 참여 분위기 조성 및 홍보 극대화에 주력했다.

아시아경기대회와 서울올림픽의 효과적인 해외 홍보를 위해서 공사는 세계 곳곳을 누볐다. 공사는 관련기관 및 업계와 공동으로 유럽·미주·동남아·일본 등 주요 관광객 송출시장에 대규모 관광유치단을 파견

하여 한국 관광 및 양 대회 설명회를 열었다. 1982년부터 1985년까지 총 열두 차례 관광유치단을 파견하였고, 총 829회에 이르는 관광설명회를 개최했으며, 총 182회에 걸쳐 국제회의 및 전시박람회에 참석했다. 이와 함께 각종 해외 언론매체에 기사와 광고를 게재하여 한국 관광과 양 대회를 적극 홍보하였다.

아시아경기대회 개최 연도인 1986년에 들어와서는 일본 규슈와 오사카 등을 비롯해 동남아 6개국, 구주 4개국에 각각 유치단을 파견하여 한국 관광과 대회 홍보에 나섰다. 공사는 현지에서 관광영화 상영, 홍보물 배포, 각종 공연행사 개최에 주력했으며, 한국관광설명회·국제회의·전시박람회 등에도 대대적으로 참가하여 적극적인 유치활동을 벌였다.



올림픽 선수촌 한국관에서 선수와 임원들에게 한국의 전통문화와 관광을 소개

숙박예약센터 가동과 관광안내 활동

● ‘86, 88 숙박대책위원회’의 실행기관인 한국관광공사는 아시아경기대회가 열리는 해인 1986년 1월, 관광호텔 1만 2655실 중 5018실을 직접 통제하는 등 아시아경기대회용 숙박시설을 확보했다. 이어 3월 28일에는 ‘86 아시아경기대회 숙박예약 판매센터’ 운영 방안 및 실무 방침을 확정하고, 4월 1일부터 대회 폐막일인 10월 5일을 넘어 10월 31일까지 공사 국제회의부에 숙박예약센터를 설치했다. 이 숙박예약센터는 86 아시아경기대회를 전후하여 외래관광객에 대한 숙박시설을 최우선으로

확보하고, 예약서비스를 통해 외래관광객 유치를 확대하며, 개별 및 단체 외래객의 숙박예약 신청에 대한 정보를 제공하는 등 적극적이고 효율적인 예약 업무를 수행하여 관광객에게 최대한의 편의를 제공했다.

한편 공사는 대회기간 중인 9월 22일부터 9월 28일까지 지정 여관 이용만족도를 조사, 아시아경기대회 지정 여관에 대한 외래관광객의 반응을 파악했다. 그 결과를 88 서울올림픽대회 준비 계획에 반영함으로써 숙박 부문의 준비 태세를 확립하기 위해서였다. 설문지 조사 결과 전체 대상자 843명 중 61%가 관광을 목적으로 한국을 방문하였고, 여관시설에 대한 만족도는 ‘좋다’ 40%, ‘훌륭하다’ 39%, ‘보통이다’ 19%로서 98%가 만족감을 표했다. 객실요금은 ‘저렴하다’ 37%, ‘적당하다’ 44%, ‘비싸다’ 14%로 나타났고, 서비스와 객실의 정돈 상태는 ‘좋다’ 45%, ‘훌륭하다’ 37%, ‘보통’ 18%로 나타났다.

숙박예약센터 운영과 더불어 공사는 86 아시아경기대회가 시작되기 전 공사 직원을 파견, 호텔 안내데스크 운영을 지원했다. 또 대회기간 동안 86 아시아경기대회 선수촌 국제센터 1층에 86 아시아경기대회 선수촌 전시관을 설치하여 관광 홍보와 관광상품 판매에 나서는 한편 각종 관광홍보물을 전시했다.

양 대회에 대한 국민 참여운동을 확산하기 위한 노력도 이어졌다. 주요 매체에 총 108회에 걸쳐 대국민 계도광고를 게재하였고, 86 아시아경기대회 행사요원의 외래객 수용 태세를 확립하기 위해 현장 지도교육을 실시했다. 공사가 서비스 실무 및 어학교육을 실시하고 시청각 홍보물을 제작·배포한 대상자는 지정 여관 종사원 889명, 경찰요원 567명에 달했다. 또 전 국민의 관광요원화를 위해 1983년에 도입한 바 있는 명예통역안내원제도를 확대, 1986년 9월까지 영어·일어·독어·프랑스어·스페인어 등 5개 국어에 걸쳐 9500명의 명예통역안내원을 확보하여 행사 보조요원으로 투입했다. 이밖에도 1986년 1월부터 공사에서 운영하고 있는 김포공항 안내데스크 근무 인원을 영어·일어·중국어 분야 8명으로 증원하고, 한국 고유의 분위기를 느낄 수 있도록 안내데스크에 기와지붕 및 단청구조물을 설치했다. 1986년 4월 23일에 공사 사옥 지하 1층에 개관한 종합관광안내센터의 24시간 활동도 강화되었다. 먼저 20명의 운영요원을 배치하여 각종 관광 정보, 쇼핑 정보, 스포츠 행사 정보 등을 안내하고, 교통·숙박·항공에 관한 예약 및 발권 업무를 수행했다. 또 관광권역별로 사진·지도·특산물 등을 전시하고 관광 홍보 비디오를

상영했다. 특히 서울올림픽조직위원회와 서울시에서 운영하는 관광안내소와 유기적인 협조체제를 구축함으로써 한국을 찾은 외래관광객에게 최대의 편의, 최고의 서비스를 제공했다.

사상 최대 규모의 아시아경기대회, 사상 최고의 국가 홍보

● 1986년 9월 20일부터 10월 5일까지 진행된 제10회 아시아경기대회는 27개국 선수단 4839명이 참가하여 기량을 겨룸으로써 사상 최대 규모를 기록했다. 선수뿐 아니라 세계 주요 스포츠기구 대표 65개국 947명, 취재진 42개국 4565명이 참가하여 참가 규모면에서 역대 어느 대회보다 성대하게 치러졌다. 또 20개 아시아 국가 및 세계 각국에서 1130명이 참가한 가운데 32종의 문화예술행사가 개최되었고,



86 아시아경기대회(1986. 9)

경기와 문화행사를 포함하여 직접 행사 관람 인원만 약 400만 명에 이르렀다. 사상 최대 규모의 서울아시아경기대회는 개최국을 알리는 일에서도 최대 규모이자 최고 수준이었던 것이다.

우리나라는 아시아경기대회 준비와 운영을 통해 경제·문화·생활환경 등 사회 각 분야에서 선진국으로 향하는 획기적인 발전의 계기를 마련하였다. 전 세계가 이 대회에 큰 관심을 가지고 지켜봄으로써 대회의 경기 진행 상황과 함께 우리나라의 발전상, 전통적 문화 등이 자연스럽게 알려져 국가 홍보에도 큰 기여를 했다. 또 대규모 국제대회 준비 및 운영 경험을 축적하게 하였으며, 이를 통해 2년 앞으로 다가온 88 서울올림픽 개최에 대한 자신감을 갖게 하였다.

해외시장 개척을 포함한 경제 발전의 기반을 강화시키는 효과도 적지 않았으며, 실제로 대회 개최 이후 스포츠용품산업·전자산업·정보산업 등 대회 관련 산업이 급격히 성장하였다. 경제 발전과 함께 관광 발전의 기반도 구축되었다. 한국이 우수한 관광자원을 가진 매력 있는 관광지로 세계에 부각됨으로써 관광산업 진흥에도 중요한

계기가 마련되었으며, 대회를 전후해 1986년 한 해 동안 한국을 찾은 외래관광객은 166만 명에 달했다. 관광객 급증에 맞추어 관광상품을 적극적으로 개발하고 홍보를 강화함으로써 86 아시아경기대회 기간 중 관광수입은 1985년 같은 기간의 2배에 달하는 1억 4,400만 달러로 증가되어 무역수지 개선에도 큰 도움을 주었다. 이 같은 수출시장 개척, 수입 절감, 관광수입 증가 등의 무역외 수입 개선을 바탕으로 우리나라의 국제수지는 1986년 46억 달러의 대폭적인 흑자를 실현했다. 과거의 만성적인 적자에서 벗어나는 동시에 외채 감소의 전환점을 마련함으로써 우리 경제가 자력 성장의 기틀을 마련한 것이었다.

86 아시아경기대회는 한국에 대한 이미지 개선과 홍보효과를 제고하여 관광객 증가에도 큰 공헌을 하였다. 대회 전 우리나라는 관광국가로서의 대외적인 인식이 미흡했을 뿐 아니라 특색 있는 관광자원 부족, 숙박·교통 등 관광 기반시설 미비 등이 관광산업 육성의 걸림돌이 되고 있었다.

그러나 86 아시아경기대회 유치 이후 문화시설과 고궁시설 등의 관광자원을 정비하고 교통·숙박 등 제반 여건을 적극적으로 개선했다. 아울러 관광객 유치를 위한 각종 유치활동, 관광코스 개발, 외국인 쇼핑 대책 수립 등 다각적인 시책을 추진하였다. 1986년 9월 10일부터 10월 9일 한 달 동안 14만 4000명의 관광객이 입국한 것은 이 같은 적극적인 노력에 힘입은 것이었다. 이들이 지출한 관광경비는 1985년 대비 100% 증가한 1억 4,400만 달러에 달했으며, 관광기념품점 및 면세점 판매실적도 전년대비 46% 증가하여 관광외화 수입 증대에 크게 기여하였다. 또 관광객과 보도진 등을 통해 한국이 풍부한 관광자원과 독특한 전통문화를 가진 관광지로 새롭게 부각되는 값진 성과도 얻었다.

86 아시아경기대회 성공적 개최의 주역이었던 한국관광공사 또한 관광대국 실현을 향한 값진 경험과 자신감을 얻었다. 그것은 가깝게는 88 서울올림픽의 성공적 개최에 대한 의지였으며, 멀게는 21세기 '세계가 찾는 대한민국'을 여는 자신감이었다.



서울아시아경기대회 개막(동아일보, 1986. 9. 20)



서울아시아경기대회 개막식(1987년)

ISSUE 24.



▲ 87 PATA 태평양 아시아 관광교역전 (1987. 2. 11~14) 1



▲ 87 PATA 태평양 아시아 관광교역전(1987. 2. 11~14) 2

PATA 총회 개최

1987년 2월 11일부터 2월 14일까지 **힐튼호텔** 컨벤션센터에서 열린 **87 관광교역전**은 전통적으로 PATA 총회 직전에 개최되었던 관례를 깨고, 1987년 5월 일본 오사카·교토에서 열린 PATA 총회와 분리되어 개최되었다. 공사의 치밀한 준비와 열정으로 **서울교역전**은 많은 참가자들에게 한국을 ‘쇼핑관광의 목적지’로 인식하게 하는 효과를 얻었다.

제2절

세계 여행업체의 만남의 장, 87 PATA 관광교역전

88 서울올림픽에 앞서 관광진흥의 획기적인 전환점을 찾아

1980년대 들어 아시아·태평양지역의 관광산업이 급격한 성장을 보임에 따라 역내 국가 간의 경쟁이 날로 심화되었다. 국제회의장 및 호텔 시설 급증으로 인해 제반 수용시설의 유희 현상이 빚어져 이로 인한 경제적 악순환이 이어지자 각국은 관광진흥 활동의 최대 목표를 대형 행사 및 회의 유치로 정하고 적극적인 노력을 기울였다.

1979년 PATA 총회와 1983년 ASTA 서울 총회 등 대규모 국제행사의 성공적인 개최를 통해 관광산업의 획기적인 성장과 선진관광 도약의 장을 마련한 우리나라는 당시 여러 가지 어려움을 안고 있었다. 관광진흥의 획기적인 계기가 될 88 서울올림픽을 앞두고 관광상품의 다양화, 신규상품의 해외홍보, 비수기 실적 개선 등의 난제가 산적해 있었으며, 이 문제를 해결하기 위해 우리 정부가 계획한 행사가 바로 관광교역전이었다. PATA가 주관하는 관광판촉 연례행사 중 하나인 관광교역전(Travel Mart)은 본부가 총회 개최에 앞서 총회 개최지 및 인접 국가에서 개최하는 행사였다. PATA 회원이면서 정부 관광기관, 항공사, 호텔, 소매여행업자, 위락시설업체 등으로 구성된 셀러, 전 세계 우수 여행도매업체 바이어들 간의 만남의 장을 제공함으로써 여행상품 개발에 필요한 각종 상담이 이루어지도록 하는 행사였다.

정부는 관광교역전을 통해 자발적으로 한국을 방문한 전 세계 관광전문가에게 올림픽 관련 관광상품을 선보이고 직접 확인시킬 수 있는 최적의 기회를 갖고자 했다. 이와 함께 이 행사가 2000년대 대형 관광객 유치 기반 조성을 위한 또 하나의 분기점이 될 수 있을 것이라고 판단했다. 대내적으로는 국내 관광업계 판촉활동 지원과 대국민 관광홍보의 효과를 기대할 수도 있었다.

정부의 적극적인 대회 유치 노력은 이 같은 다각적인 효과를 염두에 둔 것이었다.

그 결과 1986년 1월 제1차 PATA 이사회에 참가한 우리나라 대표단이 87 관광교역전 서울 유치를 제안한 후 같은 해 4월 제35차 말레이시아 총회에서 만장일치로 의결되었다.

관광한국의 새 가능성을 확인하다

●

1987년 2월 11일부터 2월 14일까지 힐튼호텔 컨벤션센터에서 열린 87 관광교역전은 전통적으로 총회 직전에 개최되었던 관례를 깨고 1987년 5월 일본 오사카·교토에서 열린 PATA 총회와 분리되어 개최되었다. 서울교역전을 위해 한국관광공사는 선전간행물 7000부를 배포하였으며, 교역전 개최에 앞서 전 세계 64개 PATA 지부에 참가 권유 서한을 발송하였다. 또 14개 해외조직망을 통해 현지 홍보활동을 벌이고 PATA 사무국에 적극적인 참가를 독려했다.

이 같은 공사의 노력에 힘입어 서울교역전에는 바이어 248명, 여행도매업자 및 여행상품 개발업체 관계자 443명, 언론인 27명이 참가했다. 당초 참가자 유치 목표였던 700명을 넘어 718명이 등록하는 좋은 성과였다. 일찌감치 매진된 힐튼호텔 컨벤션센터의 186개 전시관에서는 160개 외국 업체와 26개 한국 업체가 홍보활동을 펼쳤다. 교역전의 성공 여부를 결정하는 것이 유력 바이어의 참여 정도라는 사실을 감안할 때 248명의 바이어가 참가했다는 것은 한국에 대한 외국 관광바이어들의 관심이 상당히 높아지고 있음을 증명했다.

공사는 교역전을 한국 관광상품 소개의 기회로 활용하기 위해 개·폐회식, 관광프로그램, 각종 사교행사를 마련했다. 이와 함께 7개 관광코스를 선정하여 안내서를 제작 배포함으로써 참가자들에게 적극적으로 관광 편의를 제공하였다. 또 쇼핑자원 홍보를 위해 올림픽주경기장과 이태원 등을 포함한 무료 서울 시내 관광프로그램을 공식 스케줄에 넣어 485명의 참가자들에게 한국 관광의 또 다른 매력을 선보였다. 이를 통해 많은 참가자들에게 한국을 ‘쇼핑관광의 목적지’로 인식하게 하는 효과를 얻을 수 있었다.

서울교역전 개최 기간은 전 해에 열린 86 아시아경기대회의 성공적 개최 분위기가 채 가라앉기 전이었다. 또 88 서울올림픽을 1년여 앞둔 시점이었다. 따라서 서울

교역전 개최 시기는 서울올림픽을 집중적으로 홍보할 수 있는 가장 시의적절한 행사로 평가되었다.

공사는 그 효과를 최대한 살리기 위한 최고의 노력을 기울였다. 교역전의 최대 행사인 개회식에서 ‘Seoul, Host City of 88 Olympics’를 부각하기 위해 리셉션홀에 올림픽 마스코트인 호돌이를 등장시켰고, 입장하는 참가자들에게 올림픽 메달을 걸어주었다. 수준 높은 한국 민속무용 공연

이 펼쳐진 화려한 개회식은 참가자들에게 88올림픽 개최국으로서 관광한국의 이미지를 확고하게 심어주었다.

또 각종 안내물과 행사용품, 행사내용 및 게시물에 교역전의 주제를 일관성 있게 사용함으로써 올림픽 개최국의 인상을 유지했다. 개막식 때 기념메달을 증정한 데 이어 행사기간 내내 상담실에서 올림픽 기념 타이핀을 증정했고, 폐회식 때는 성화 입장을 펼치는 등 일련의 홍보활동을 통해 조직적이며 통일된 모습으로 올림픽 이미지를 전달했다. 이를 통해 공사는 올림픽을 주제로 한 여행상품 개발 및 판매를 유도하는 성과를 거두었다.

관광비수기에 치러졌던 이 행사를 통해 국내업체는 영업실적 제고 및 동절기 상품 개발 촉진이라는 가시적 효과를 거두었다. 다른 관광전시회와 달리 사전계획에 의한 상담 위주의 만남이 마련되는 교역전의 특성상 국내 관광업체의 판촉활동에 매우 유익한 기회를 제공하는 계기가 되었다. 특히 비수기 상품으로 동남아지역을 대상으로 한 동절기 ‘스키관광’ 상품이 좋은 반응을 얻으며 새로운 가능성을 제시했다. 남북 대치 상황에 따른 안전성을 우려하는 일부의 목소리에도 불구하고 준비·운영·안전 등 전반적으로 행사가 원활히 진행됨으로써 한국의 사회적 요인이 국제회의 및 관광객 유치 저해 요인이 아님을 확인시켰다. 아울러 대규모 행사 유치 및 개최에 대한 신뢰감 조성에도 큰 도움이 되었다. 주최국으로서의 비용부담을 최대한 억제해 행사 규모에 비해 경비 지출이 적은 반면 각국 참가단의 지출에 따라 외화수입이 증대한 것도 또 다른 가능성의 확인이었다.



동남아지역을 대상으로 한 스키관광 상품

ISSUE 25.

서울올림픽 개최

1988년 서울올림픽은 일시적인 관광진흥 효과에 그치지 않았다. 전 세계인들에게 ‘전통문화를 가진 국가’로서의 한국의 이미지를 강화했고, 성공적인 올림픽 개최를 통해 ‘안전한 관광지’로서의 이미지를 확보하는 계기가 되었다. 따라서 서울올림픽은 향후 우리나라 관광산업 발전에 결정적인 영향을 준 행사였다.



제3절

올림픽 정신과 관광산업 도약의 장, 88 서울올림픽

모든 국민과 함께 대한민국의 새로운 가능성을 열 준비를 갖추다

“썬을, 코리아!”

사마란치 IOC 위원장이 1981년 9월 30일 독일 바덴바덴에서 발표한 이 두 마디가 대한민국의 많은 것을 변화시키는 출발점이었다. 이 날 역사적인 88 서울올림픽 개최가 결정된 후 두 달 만인 1981년 11월 26일 ‘서울올림픽대회 조직위원회’가 발족되었다. 이어 같은 해 12월 서울올림픽 조직위원회지원법이 제정·공포되면서 서울올림픽대회 조직위원회를 지원하기 위한 입법이 이루어졌고, 국무총리를 위원장으로 하는 서울올림픽대회 지원위원회와 전국 각 시·도의 지원기구 및 범민족올림픽 추진위원회가 결성되기 시작했다.

1985년부터 86, 88 양 대회 관광준비단을 운영해 온 한국관광공사는 이미 우리나라가 건국 이후 최대의 행사인 올림픽을 성공적으로 개최하는 데 적극적이고 실질적인 역할을 할 준비와 자신감을 갖추고 있었다. 공사는 1986년 12월 86, 88 양 대회 관광준비단을 발전적으로 해체하고, 아시아경기대회를 지원하면서 얻은 경험을 바탕으로 1987년 4월 88 서울올림픽 관광기획단(88 Seoul Olympic Visitors Bureau)을 구성·발족하였다. 1988년 12월까지 운영된 관광기획단은 올림픽 해외홍보, 숙박관리센터 및 관광안내소 운영, 올림픽 관련 국내외 행사 지원, 장애인올림픽대회 지원, 서비스 분야 종사원 교육 등의 다양한 업무를 수행했다.



가로 15미터 세로 25미터 대국민 홍보용 올림픽 대형 현수막 설치



88 서울올림픽 관광기획단(1988년) 1



88 서울올림픽 관광기획단(1988년) 2

88 서울올림픽 관광기획단은 공사 사장을 단장으로, 진흥본부장을 부단장으로, 국제회의부장을 사무국장으로 하는 전담 조직을 갖추었다. 또 진흥·홍보부·출판부·해외지사가 해외홍보를, 국민관광부 교육과가 교육 및 계도를, 종합관광안내센터·공항안내센터·선수촌·기자촌·호텔이 관광안내를, 기획조정실·총무부·개발부가 행정지원을 맡도록 했다. 이처럼 분야별로 전문적인 업무를 수행하도록 하는 동시에 사무국장 아래 기획총괄반과 행사반을 두었으며, 사무국에는 국제회의부 직원과 관계 부서 직원을 배치했다.

이로써 한국관광공사는 전문적인 조직과 효율적인 업무분장을 통해 서울올림픽의 성공적 개최를 위한 만반의 준비 태세를 갖추었다. 여기에 86 아시아경기대회를 성공적으로 이끈 경험과 자신감까지 더해져, 모든 국민과 함께 대한민국의 새로운 가능성을 열 주역으로서 대회 준비에 박차를 가했다.

다양한 서울올림픽 홍보활동

공사는 올림픽을 전후하여 외래관광객을 적극적으로 유치하기 위해 1987년 여행사 및 관광업계 대표 등으로 구성된 대규모 관광유치단을 구성했다. 이들을 유럽·동남아·미주·일본지역 등 주요 관광시장에 파견하여 한국관광설명회와 88 서울

올림픽설명회를 열고 적극적인 관광객 유치활동을 전개했다. 또 1987년부터 1988년 상반기까지 ITB를 비롯해 73회의 박람회와 21회의 국제회의에 참가하고, 총 674회에 달하는 한국관광설명회를 개최했다. 이 기간 동안 공사가 초청한 여행업자는 519명, 언론인은 207명이었으며, 전 세계 주요 언론인 5857명에게 직간접적으로 홍보 자료를 제공했다.

구체적인 활동 내용을 보면, 먼저 1987년 3월 8일부터 3월 21일까지 베를린과 파리 등 유럽 3개국 4개 도시에 관광유치단을 파견했다. 이어 1987년 6월 7일부터 6월 18일까지는 타이베이와 홍콩 등 동남아 5개국에, 1987년 10월 10일부터 10월 24일까지는 로스앤젤레스와 뉴욕 등 미주 4개 지역에, 1987년 11월 2일부터 11월 21일까지는 도쿄와 요코하마 등 일본 10개 지역에 각각 유치단을 파견했다. 1988년 2월에는 올림픽 인사 및 정계 인사들이 참가하는 'Ball des sports' 행사와 연계하여 관광유치단을 파견, 목전으로 다가온 올림픽 분위기를 고조시키기 위한 홍보 활동을 펼쳤다. 올림픽 관광유치단은 현지에서 올림픽 홍보 분위기를 확산하는 동시에 현지 관광업자들로 하여금 올림픽관광단을 구성하도록 하는 데 결정적인 역할을 했다.

올림픽설명회에서는 한국의 밤 행사, 영화 상영, 홍보물 배포, 업계와의 상담, 기자회견 등을 통해 널리 올림픽을 홍보했다. 아울러 올림픽을 계기로 한국 관광 '봄'을 조성하기 위한 노력에 집중했다.



유럽 3개국 4개 도시에 올림픽 유치단 파견(1987. 10)



관광유치단 파견을 통한 88 서울올림픽 홍보와 관광객 유치활동 전개

이밖에도 공사는 아직 냉전의 구도가 사라지지 않은 동구권 지역에 대한 특별 홍보를 위해 1987년 7월 유고 자그레브에서 개최된 하계 유니버시아드대회에 대표단을 파견, 한국홍보관을 운영했다. 이 대표단은 현지 ‘서울의 밤’ 행사를 통해 올림픽 및 한국 관광 홍보활동을 펼쳤으며, 다수의 유고 관광 관계 인사들과 접촉하여 양국 간 관광 및 민간 부문 교류 증진을 위한 토대를 마련했다.

공사는 올림픽 개최를 계기로 해외 홍보활동을 보다 효율적으로 수행하기 위해 기존에 발간하고 있던 홍보간행물의 발행 부수를 대폭 늘렸다. 또 한국 관광과 올림픽 관련 정보를 신속하고 효과적으로 제공하여 대회 기간 중 더 많은 외래관광객을 유치하기 위해 올림픽 관련 홍보물을 신규 제작하여 공사 해외 조직망, 올림픽 조직위, 관광 관련 업계, 해외 언론사 등에 배포했다. 이와 함께 올림픽과 관련한 한국 관광 홍보광고를 제작하여 국내외 매체를 통해 1987년 293회, 1988년 165회 광고하였고, 외국 주요 국제공항에 라이트박스 광고시설도 설치했다. 관광안내소 및 호텔, 지정 여관 등에는 ‘88 Seoul Olympic Travel Guide’와 관광지도 등을 배포하여 우리나라를 찾는 외래관광객에게 각종 관광 편의를 제공했다.

올림픽 개최는 홍보물 제작 기술 발전에도 중요한 전기였다. 공사는 종래 자연 경관 중심의 홍보를 지양하고 홍보물에 문화·스포츠·예술·레크리에이션·식도락·쇼핑 등 다양한 내용을 수록하는 한편 외국 관광객의 여행 성향·취향·수요를 충분히 고려하여 현지 수요 실정에 맞게 편집했다. 특히 외국 여행업계의 한국관광상품 개발을 지원하기 위해 제작한 ‘트래블 매뉴얼’은 새로운 편집기법과 디자인으로 국제적인 감각을 살려 호평을 받았다. ‘87년 트래블 매뉴얼’은 현지 여행업자들이 한국관광상품을 기획하고 판매하는 데 훌륭한 참고자료로 활용할 수 있도록 만들어져 한국관광상품 판매활동 촉진에 큰 효과를 거두었으며, 1987년 5월 일본 오사카 PATA 총회에서 각종 선전간행물 중 최우수 책자로 선정되어 최고상인 대상을 수상하기도 했다.

가장 편안하고 편리한 관광을 위한 숙박 편의 제공

●

정부는 1987년 4월 ‘88 올림픽 숙박기본대책’을 수립하여 공사 내에 숙박정보관리 센터를 설치했다. 수도권 지역 숙박시설 정보 및 예약 판매 상황을 관리하고 지정



통역안내지원단 발대식(1988. 9) 1



통역안내지원단 발대식(1988. 9) 2

여관 예약판매를 지원하기 위해서였다. 이에 따라 공사는 1987년 6월 올림픽숙박 정보관리센터를 설치하여 숙박시설에 대한 폭넓은 조사를 실시하고, 지정 여관 명부를 제작하여 배포하였다. 또 숙박시설에 관한 종합적이고 체계적인 관리를 위해 1987년 7월부터 12월까지 올림픽 숙박관리 전산프로그램을 개발하여 1988년 1월부터 가동에 들어갔다.

1988년 2월에 와서 정부는 선수촌과 기자촌 객실을 숙박 수급 범위에 포함시키는 방향으로 기존 숙박기본대책을 조정하였으며, 이에 따라 예상 소요 객실 수가 당초 3만 8000실에서 5만 8000실로 크게 늘어났다. 이 같은 방침에 부응하여 공사는 관광호텔 1만 6800실, 선수촌과 기자촌 1만 8000실, 올림픽패밀리타운 1만 3000실, 지정 여관 9700실, 민박 500가구 등 총 5만 8000실의 객실 정보를 확보하여 숙박예약 상황 정보 제공, 지정 여관·민박 홍보 및 투숙 유도 등의 활동을 펼쳤다. 이와 함께 공사는 1988년 7월 지정 여관 업주를 대상으로 올림픽 개요 및 의의 등에 대한 교육을 실시했으며, 같은 해 8월에는 지정 여관 약도집을 제작·배포했다. 또 올림픽 기간 중에는 공사 직원 및 명예통역안내원으로 구성된 ‘통역안내지원단’을 지정 여관에 배치하여 외래관광객에게 숙박 편의와 관광안내 서비스를 제공했다.

공사에게 대규모 행사는 비단 행사의 성공적 개최에만 의미가 있는 것은 아니었다. 공사가 행사를 진행하는 동안의 경험을 심층 분석하여 이후 행사 개최에 그 결과

를 반영해 왔기 때문에 행사 자체의 의미 이외에 자기성찰의 소중한 기회일 수 있었다. 공사는 지정 여관에 투숙한 외래관광객 764명을 대상으로 지정 여관 사전 홍보도와 이용만족도에 대한 설문조사를 실시했다. 설문조사에 따르면 이들의 방문 목적은 상용 및 관광 58%, 경기 관람 42%, 관광 36%, 문화예술축제 참가 9%의 순으로 나타났으며, 여관에 대한 정보 입수 경로는 여행사 47%, 관광안내책자 43%, 항공사 21%, 친구·친지 21%, 여행잡지 6% 등으로 나타났다. 또 여관의 시설 및 서비스 상태에 대한 질문에는 ‘대체로 만족’ 52%, ‘예상보다 만족’ 27%, ‘실망’ 12%, ‘모르겠다’ 9%의 순으로 답했다.

행사 관계자 교육 및 관광안내 활동

●
올림픽과 같은 대규모 국제 행사를 성공적으로 치르는 데는 더욱 많은 사람을 자원봉사화 하는 일이 필수적이었다. 공사는 대회 관계자 및 외래관광객의 언어 소통 불편 해소와 서비스 만족도 제고를 통해 88 올림픽의 성공적 개최를 지원하기 위해 행사요원·경찰·자원봉사자 등과 관광중사원에 대해 어학·예절·서비스 교육을 실시했다. 먼저 1987년 8개 과정을 개설하여 총 1만 3035명을 교육한 데 이어 1988년 1월부터 9월까지 4개 과정을 통해 1만 6717명을 교육하는 실적을 거두었다. 특히 올림픽이 열리는 해인 1988년에는 현지 순회교육을 강화하여 올림픽 경비를 담당할 서울시경 소속 경찰 2050명, 올림픽 지원사령부 소속 군인

3050명 등 총 1만 3308명에 대한 현지교육도 실시했다.

공사의 관광안내 활동도 적극적으로 이어졌다. 공사는 대회기간 중 선수촌, 기자촌, 올림픽 패밀리타운, 국제방송센터(IBC), 메인프레스센터(MPC) 및 지정 호텔 8개소에 안내데스크를 설치·운영하여 대회 관계자와 외래관광객들이 필요로 하는 각종 정보를 신속하고 정확하게 제공했다. 또 각국 NOC



관광안내전시관(1988. 1) 1



관광안내전시관(1988. 1) 2

위원, 체육 관계 임원, 정부 초청인사 등을 대상으로 시내관광과 안보관광을 실시했으며, 올림픽에 참가한 미수교국 관광 책임자들에게 국내 관광지 답사 및 산업시찰 기회를 제공함으로써 상호 관광 교류의 기반을 조성했다.

한편 88 서울올림픽의 해를 맞아 공사의 종합관광안내센터도 혁신적인 변화를 이루었다. 공사는 기존 종합관광안내센터의 시설과 전시물을 전면적으로 보완하고 이름도 관광안내전시관으로 바꾸어 1988년 1월 12일 새로 문을 열었다. 새로 단장된 본사 지하 1층 관광안내전시관 입구에는 제주도의 상징인 돌하르방이 방문객을 맞았으며, 전통 창살 문양으로 장식된 유리 돔을 따라 내려가면 석굴암에 있는 십이지신상(十二支神像)의 사진이 실제와 같은 생생한 모습으로 양쪽 벽면에 장식되어 있었다. 전시장에 안에는 서울시와 전국의 초대형 모형들이 관람객을 압도했다. 이 모형들은 모형 전문 제작사인 기흥성모형공사가 연인원 수천 명을 동원하여 심혈을 기울여 제작한 것으로, 가로 5cm, 세로 7cm의 국내 최대 규모였다. 서울시 모형의 경우 관광객이 원하는 관광지의 키보드를 누르면 해당 지역의 램프에 불이 깜박거리

도록 만들어졌으며, 관광지에 대한 상세한 정보가 컴퓨터를 통해 프린트되어 나왔다. 모형에 컴퓨터 시설을 본격 도입한 것은 국내에서는 처음 시도된 것으로, 이후 각종 모형 제작의 모델이 되기도 했다.

이처럼 전면 보완을 거쳐 새롭게 단장한 관광안내전시관은 내외 관람객들의 관광 일정 수립 등 관광 편의에 도움을 주었을 뿐 아니라 체제 일정이 짧은 방문객들에게 한국에 대한 전반적인 이해를 쉽게 하도록 도움을 주었다. 또 국민들, 특히 자라나는 학생과 청소년들에게 우리 땅과 우리 문화에 대한 이해도를 높임으로써 조국애와 민족적 자긍심을 고취하는 ‘살아 있는 교육장’으로서의 역할도 컸다.

서울올림픽, 올림픽 정신을 살리고 관광산업 도약의 가능성을 열다

●
88 서울올림픽은 세계 160개국에서 총 3만 9332명이 참여한 가운데 이념·체제·종교·인종의 차이를 초월하여 서로 이해하며 우의를 다진 인류 최대의 화합의 장이었다. 특히 온 국민의 성원과 지지 속에 성공적으로 개최되어 대한민국의 역량을 유감없이 보여준 대회였다.

서울올림픽은 우리나라 관광산업 발전에 새로운 전기를 마련한 중요한 계기였다. 우선 외래관광객과 관광수입 실적을 살펴보면, 서울올림픽 기간인 1988년 9월 1일부터 10월 2일까지 24만 1299명의 외래관광객이 우리나라를 방문하여 전년 같은 기간 대비 약 37% 증가했으며, 1988년 9월의 관광 외화수입은 2억 5,899만 5,000달러를 기록, 전년 같은 달 대비 40.1%의 증가율을 나타냈다. 특히 일본과 미국 등 종래 주요 시장보다 기타 지역에서 온 방문객 수 증가율이 158%나 되었던 점은 올림픽과 같은 초대형 스포츠 이벤트가 관광시장 다변화에 기여할 수 있음을 보여주는 단적인 예였다.

이와 함께 서울올림픽 개최는 우리나라의 국제항로 증설, 외래관광객을 유치하는 여행사 증가 등 제반 관광 여건을 향상시키는 계기가 되었다. 또 김포국제공항의 확장, 도로 및 주차장 확충, 교통은행 체제 정비 등 교통체계 개선에도 크게 기여했다. 이밖에도 1987년과 1988년에 관광호텔 신축이 활발하게 이루어져, 총 3990실의 호텔 객실이 추가로 공급됨으로써 우리나라 관광숙박시설 확충에도 결정적인

영향을 미쳤다. 올림픽 관련 투자 대부분이 서울지역에 편중됨으로써 지방 관광산업 발전에는 큰 영향을 미치지 못한 아쉬움 속에서도, 올림픽 개최는 우리나라 국제관광 발전을 위한 획기적인 전환점임이 분명했다.

서울올림픽을 앞두고 우리나라는 공산국가들과의 항로 개설에 원칙적으로 합의하는 외교적 성과를 거두었다. 냉전을 넘어 화합으로 가는 이 결정적인 외교 합의에 따라 국제교류가 크게 확대되었으며, 관광시장과 관광산업의 규모가 동반 확대되는 일대 전기가 되었다. 그동안 ‘적’으로만 여겼던 중국과 소련 등 대부분의 구 공산권 국가들과의 국제교류 협력 증진이야말로 올림픽 정신을 되살린 값진 국가적 성과였던 것이다.

국제관광 측면에서 볼 때 올림픽 관광객의 증가는 일시적인 관광진흥 효과에 그치지 않았다. 올림픽 경기 중계를 통해 전 세계인들에게 ‘전통문화를 가진 국가’로서의 한국의 이미지를 강화했으며, 성공적인 올림픽 개최를 통해 ‘안전한 관광지’로서의 이미지를 확보하는 계기가 되었다. 따라서 올림픽은 향후 우리나라 관광산업 발전에 결정적인 영향을 준 행사이기도 했다.



88 서울올림픽 폐막식(1988. 10)

올림픽을 지원하며, 고르바초프를 오게 하다

이계익 11대 사장(1986.10.15~1989.3.16)

◆ 동구권에서 펼친 올림픽 유치활동

청와대 호출을 받고 관광공사 사장직을 제의받았는데, 나중에 알아보니 통역 없이 여러 나라 말을 할 수 있다는 것이 눈에 띄었다고 합니다. 정부에서 특히 저에게 기대했던 역할은 올림픽 유치를 위한 활동이었습니다. 당시 가장 문제가 됐던 공산국가의 참여를 이끄는 것이 과제였습니다.

지금에야 할 수 있는 얘기지만, 관계기관의 협조를 통해 현지 여권을 마련하여 동구권에서 외교활동을 펼쳤습니다. 그때쯤 호주에서는 우리가 개최를 못할 것이라 판단하고 스타디움을 수리하고 있었습니다. 1980년 미국에서 올림픽이 개최됐을 때 공산국가가 모두 불참했고, 1984년 소련 대회에서 미국과 한국 등이 보복 차원에서 불참했기 때문이었습니다. 더욱이 우리나라는 1970년 아시아경기대회 유치에 성공하고도 대회를 반납한 전례가 있었습니다.

저는 정말 적극적으로 다른 국가 위원들을 설득했다. 그 중에는 소련도 포함되어 있었고, 참가 약속을 받아내는 데 성공했습니다. 단, 소련 측에서는 선수들이 불안해 하니까 인천에 일시 치외법권 지역을 선정해달라고 했습니다. 그래서 배에 숙소를 마련해주고 면세점도 운영했습니다. 당시 가치가 거의 없던 소련 돈도 받아가면서 운영했는데, 그 때문에 면세점이 거덜 났습니다.

대회에 앞서 우리 집으로 소련 대표들을 데리고 와 한식을 대접했습니다. 그들은 회식 자리에서 위스키 두 상자를 다 마시고 갔습니다. 그런데 그 자리에 있던 사람 중 한 명이 고르바초프의 비서실장이었습니다. 그리고 얼마 후에 고르바초프가 제주도에 왔습니다. 소련 사람들은 납치당할까봐 무서워했지만 그렇지 않다는 것을 깨달았습니다. 그런 노력이 씨앗이 되어 소련과 곧바로 국교가 열렸습니다.



◆ 화장실을 만들고 장애인용 보도(歩道)를 수리하며

당시 55세 이하는 장관 추천이 없으면 여권이 나오지 않았습니다. 그래서 저는 “잠깐의 여행이 주는 효과는 대학 교육을 받게 하는 것과 다름없다”고 설명했습니다. 그리고 얼마 후 해외여행 자율화가 실행됐습니다. 그러나 한국의 관광산업 여건은 여전히 열악했습니다. 외국 사람들을 데리고 지방에 갔는데 화장실이 없어서 고생하는 모습을 보았습니다. 그나마 남자들은 산에 올라가서 해결하는데, 여자들은 산을 오르내리느라 넘어지곤 했습니다. 그래서 ‘화장실 장관’이라는 소릴 들어도 좋으니 1,000억 원만 지원해 달라고 했고, 시간이 흐른 뒤 개선되기 시작했습니다. 장애인올림픽을 하면서는 보도를 수리하기 시작했는데, 그 활동이 장애인을 배려하는 문화를 선도했습니다.

제가 재직할 당시 공사의 월급이 다른 기관에 비해 상당히 낮았습니다. 그래서 보너스를 없애고 명목상의 월급이라도 올려달라고 했습니다. 그 다음에는 ‘보너스 없는 투자기관이 어디 있냐’고 말을 바꾸었습니다. 그렇게 한 해 동안 직원들의 급여를 40% 가까이 인상시켰습니다.

그런 지난 세월을 거울삼아 더욱 발전하는 공사가 되기를 진심으로 바랍니다.



제 4 장

대한민국과 세계를 잇다 한국관광공사,



제1절

해외여행 전면 자유화 시대로

90년대 도약을 위한 조직 정비

● 86 아시아경기대회와 88 서울올림픽의 성공적 개최를 지원하며 관광대국의 가능성을 확인한 한국관광공사는 1990년대를 앞두고 진정한 도약의 토대를 구축해갔다. 1987년 6월 23일 대한여행사 매각을 통해 내실경영의 의지를 보인 공사는 1988년 6월 30일 개발본부의 명칭을 국민관광본부로 바꾸었다. 국민관광시대를 맞아 국민관광의 활성화를 기하기 위해서였다. 제주도 관광지 집중 개발에 대한 정부의 시책과 휴식공간 확충이라는 국민의 여망에 부응하기 위해 공사는 1988년 11월 1일 그동안 자회사로 두고 있던 제주개발공사를 합병했다. 그리고 이듬해인 1989년 3월 3일 공사 내에 새로 제주개발본부를 신설하고 현판식을 가졌다.



제주개발본부 현판식(1989. 3. 3)

제주개발본부는 관리부와 운영부 2개 부서에 7개 과로 구성되었다. 관리부는 제주 전역의 개발사업 집행계획 수립 및 수행, 국내 제주관광 진흥 홍보, 개발단지 시설 시공 감독, 시설물 유지 보수, 개발단지 조성 등을 담당했으며, 산하에 계획과·지역협력과·시설과·조경과의 4개 과를 두었다. 운영부는 제주중문관광단지 내 골프장의 제반 운영을 담당하며 운영과·경기와·관리과의 3개 과로 이루어졌다.

국제적인 관광명소로 발돋움한 제주도 발전에 더욱 박차를 가하기 위해 출범한 제주개발본부 신설을 통해 공사의 인력 및 조직면에서 보다 효율적인 운용이 가능하게 되었다. 신설과 동시에 제주개발본부는 제주를 국제관광지로 조성하기 위한 공사 차원의 종합 기능을 수행하기로 했다. 이로써 관광공사는 전문적인 영역의 5개 본부를 두었으며, 1989년 12월 8일에는 공사와 컨벤션업계가 최초로 구성된

컨벤션 유치 협력기구인 국제회의유치지원협의회 설립, 대망의 90년대를 의욕적으로 열어갔다.

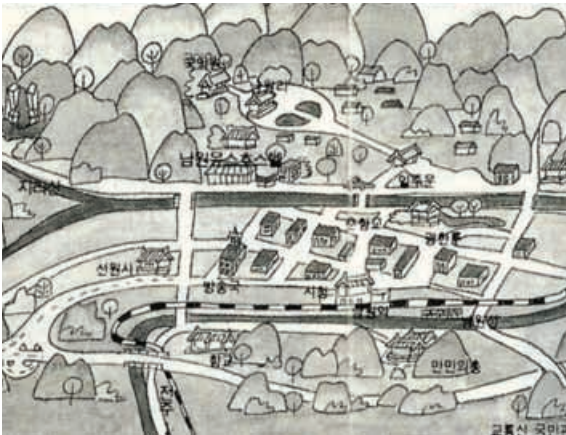
가족호텔과 청소년호텔을 통한 선도적인 시범사업

●
건설부는 1985년 3월 산발적인 개발을 억제하기 위해 ‘제주도 특정지역 종합개발 계획’을 수립, 공고했다. 이로써 공사가 정부로부터 1978년 8월 ‘중문관광단지 개발계획’을 승인받은 후 단지 조성공사, 기타 기반시설 공사에 착수한 바 있는 제주 중문관광단지의 개발 면적이 다시 중부 63만 평, 동부 50만 평을 합쳐 113만 평으로 확대되었다. 이에 따라 공사는 공공투자로 1989년에 도로·전망휴게소·천제루·선임교·관리청사·하수종말처리장 등을 완공하여 운영했으며, 같은 해 5월에는 18홀 규모의 골프장 공사를 완료하여 운영에 들어갔다. 또한 민간자본 유치를 적극 추진하여 한국콘도·하얏트리젠시호텔·호텔신라·한국관·여미지식물원·상가 등의 건설을 마치고 운영에 들어갔으며, 관광어촌·일반호텔·별장식호텔 등에 대한 공사를 진행했다.

한편 정부는 날로 증가하는 가족단위 관광객과 국내외 청소년 관광객에게 저렴한 관광 숙박시설을 제공하기 위해 1986년 5월 13일 관광사업법 시행령을 개정, 관광



산정호수가족호텔



남원유스호스텔



산정호수가족호텔



남원유스호스텔(1989. 4. 28)

숙박업에 가족호텔업과 청소년호텔업을 추가시켰다. 이에 따라 공사는 1986년에 전국을 대상으로 한 건립 후보지 조사를 통해 가족호텔과 청소년호텔 건립 지구로 경기도 산정호수 국민관광지와 남원관광단지를 각각 확정하고, 1987년 4월 설계를 완료한 데 이어 총 공사비 24억 원을 투입, 815평 규모의 가족호텔과 1000여평 규모의 청소년호텔을 건립했다.

산정호수 가족호텔은 경기도 포천군 영북면 산정리 산정호수 옆 8511㎡의 대지에 연건평 2679㎡, 지하 1층 지상 3층으로 건설하여 1989년 4월 25일 개관했다. 2인실부터 8인실까지 총 43개 객실을 갖춘 산정호수가족호텔은 하루에 172명을 수용할 수 있었으며, 이밖에도 회의실·식당·구내매점·공동취사장·주차장·모험놀이시설 등이 들어서 있어 가족단위의 숙박은 물론 건전한 여가활동을 할 수 있도록 조성되었다.

이어 1989년 4월 28일에 개장한 남원유스호스텔은 전북 남원시 어현동 6100㎡의 대지에 연건평 3292㎡, 지하 1층 지상 3층으로 건설되었다. 동시에 310명을 수용할 수 있는 2인실부터 10인실까지 다양한 형태의 객실 44개와 회의실·식당·구내매점·공동 취사장·주차장·농구 시설·캠프파이어 시설 등을 갖추어 가족단위 관광객의 숙박은 물론 청소년의 수학여행과 수련 장소로 널리 활용할 수 있도록 했다. 또 1996년 4월 말에는 강원도 강릉시 주문진을 해안 주문진가족호텔을 완공하여 민간에 매각했다. 주문진해수욕장 관광지 안에 위치한 이 가족호텔은 1만 2000평



주문진해수욕장 내 가족호텔 건립·운영

의 부지에 연건평 1853평의 지하 1층, 지상 5층 규모로 62개의 객실을 보유하고 있으며 객실마다 콘도미니엄 형태의 취사시설을 갖추고 있다. 또 세미나 및 회의실, 전망 식당, 가족 노래방, 단란주점, 전자오락실, 탁구장, 테니스코트, 배구장 등 스포츠시설, 어린이 놀이시설, 전용주차장 등 부대시설과 800평 규모의 전용 백사장이 딸려 있었다.

이들 시설은 국민소득이 증가하고 여가활동이 늘어남에 따라 가족단위의 관광객과 국내외 청소년의 건전한 여가활동을 유도하며 지역관광을 활성화하기 위해 공사가 의욕적으로 펼친 사업이었다. 공사는 산정호수 가족호텔과 남원유스호스텔을 시범적으로 직영, 영리 추구가 목적인 다른 업체와는 달리 공익 차원에서 모범적이고 표본적으로 운영하여 건전한 관광문화 정착을 위해 노력했다.

시범 건립 및 운영 이후 남원유스호스텔은 (주)대교에 매각하고, 산정호수가족호텔은 경기도에 기부 체납하였다. 특히 1991년 10월 31일 산정호수가족호텔을 경기도 포천군에 기부 체납한 것은 선도사업으로서의 소기의 목적을 달성한 데다 직접적인 호텔 운영을 지양하고 타 관광 분야 선도사업에 주력하기 위해서였다.

또한 주문진가족호텔은 산정호수가족호텔보다는 조금 더 시설환경을 개선하여 한국 실정에 맞는 중저가 시범호텔을 제공함으로써 새로운 숙박문화 정착에 기여하였다. 주문진가족호텔은 1997년 7월 개관된 후 2001년 12월 27일 민간인에게 83억 원에 매각되어 이양되었다. 이 사업은 공사가 펼친 선도사업의 대표적 사례로 기록되었다.

외래관광객 200만 명, 해외여행객 100만 명 시대 진입



88 서울올림픽 폐막 직후인 1988년 11월 10일 오후 3시 15분, 김포공항을 통해 입



200만 명째 관광객 입국(1988. 11. 10)

국한 일본인 관광객 모로호시 유미 씨는 1988년에 우리나라를 찾은 200만 명째 관광객으로 기록되었다. 공사는 이날 오후 동경발 대한항공 KE701편으로 입국한 모로호시 유미 씨에게 행운의 열쇠와 꽃다발을 선물했으며, 199만 9999명째와 200만 1명째 관광객에게도 선물과 꽃다발을 전달했다.

외래관광객 200만 명 시대를 열면서 우리나라 국민의 해외여행도 크게 증가해갔다. 특히 서울올림픽을 계기로 해외여행이 자유화됨에 따라 관광산업을 국제화하는 토대가 마련되었다. 내국인들의 해외여행 자유화는 급변하는 대외 환경에 효율적으로 대응하고 우리나라의 개방화 및 국제화 정착의 계기가 되었다.

1989년 1월부터 우리 국민의 해외여행이 완전 자유화되자 해외여행이 급격히 증가했다. 1989년 출국자 수가 100만 명을 돌파하면서 전년대비 67.3%의 증가율을 나타냈고, 여행 지출도 가파른 상승세를 나타내 1988년과 1989년에는 전년대비 90%가 넘는 증가율을 보였다. 이 같은 증가세는 1990년 이후에도 계속되었다.



관광교육원(1980. 9)

이에 따라 공사는 우리 국민의 올바른 해외 여행 문화 정착과 무분별한 여행 지출을 억제하기 위해 해외여행자들을 대상으로 소양교육을 실시했다. 아울러 해외여행 편의를 도모하기 위한 안내서를 발간 배포하는 등 다각적인 활동을 전개했다.

1989년 4월 1일부터는 관광 목적으로 해외여행을 나가는 관광객을 대상으로 소양교육을 실시하기 시작했다. 공사는 사내 관광교육원에서 해외여행자 소양교육 가

운데 관광 목적 여행자에 대한 교육을 맡아 이날부터 새로운 프로그램으로 교육을 실시했다. 교육 대상자는 서울지역에 살고 있는 관광 목적의 해외여행자이며, 면제 대상자는 1975년 1월 1일 이후에 여권을 발급받은 사람, 만 18세 미만인 사람, 55세 이상의 여자 또는 60세 이상의 남자, 주요 공직자, 정당 및 주요 단체장 등이었다. 처음 해외여행을 하는 사람은 여권법 시행 규칙 제8조에 따라 반드시 소양교육을 이수해야 여권이 발급되었다. 소양교육 실시와 더불어 공사는 ‘즐거운 해외여행’이라는 제목의 해외여행 안내영화를 제작하여 해외여행자 소양교육에 활용했다.

공사는 또 여행업계의 해외여행 인솔자 확보를 지원하고, 인솔자의 자질향상을 통한 해외여행 안내 전문화를 도모하기 위해 관광교육원에서 재교육을 실시하는 한편 1년 과정의 통역안내원 양성교육도 신설했다. 이와 함께 1989년부터 16개 해외 지사에 국민 해외여행 안내코너를 설치, 운영함으로써 내국인이 해외여행 도중 불의의 사고를 당하거나 긴급한 도움이 필요할 경우 현지 공관과 협조하여 적절한 조치를 취할 수 있도록 했다. 아울러 현지 여행사 등에서 부당한 대우를 받거나 불이익을 당하지 않도록 사전에 협의 및 협조를 강구했다.

1990년 2월에는 국민의 건전한 관광문화 정착, 관광산업의 중요성에 대한 인식 제고, 수용 태세 개선 등을 위해 홍보 효과가 큰 TV를 이용하여 캠페인을 전개했다. 주제별 건전방송 캠페인 10편을 제작, 1990년 연말까지 TV를 통해 80회 이상을 방송하여 관광의식 개선에 큰 효과를 거두었다.



제2절

냉전 시대를 뒤로 하고 도약의 90년대로

1990년대 들어 전 세계에서 일어난 엄청난 변화들은 국제관광에 커다란 영향을 끼치면서 이후 우리의 관광산업 발전에도 큰 변수로 작용했다. 그 대표적인 변화가 동독과 서독의 통일, 유럽의 통합 결의로 대표되는 냉전체제의 종결이었다. 여기에 소련을 비롯한 동구권 국가 개방 및 민주화운동, 시장경제 체제로의 전환 등은 여행의 자유는 물론 언론과 종교의 자유로 이어졌다. 성지순례가 가능해지고 전화 및 위성통신의 이용이 훨씬 편리해지는 가운데, 이러한 일련의 진화는 전 세계인의 교류를 활성화하는 원동력이 될 것이라고 기대를 모았다.

1990년대에는 세계무역기구(WTO) 체제 출범과 유럽연합(EU) 및 북미자유무역협정(NAFTA) 등 지역별 경제 블록 강화 등으로 국제적인 경제 전쟁이 더욱 치열하게 전개되었다. 이런 가운데 국제적 교역, 다국 간 투자 교류, 해외여행 자유화 등 인적·물적 교류의 제한이 사라지고 새로운 무국경(無國境) 시대로 진입하게 되어 국제관광 여건 또한 크게 호전되어갔다.

1980년대 초반에 침체기를 겪었던 국제관광 분야는 1980년대 중반 이후 세계경제 회복과 함께 점차 회복세를 보였다. 유럽 지역 차원의 관광지 공동 개발 및 관촉활동 강화, 관광산업에 대한 규제 완화, 자유시장 경쟁원리의 도입 등 적극적인 육성 계획이 펼쳐졌으며, 그 결과 1989년 관광객 수가 전년대비 8.6%의 높은 성장률을 기록했다.

특히 고르바초프 집권 이후 추진된 소련의 개혁개방 정책으로 동독과 서독이 통일되고, 동구권 국가들이 계속되는 경제난에서 벗어나기 위해 시장경제를 지향하면서 우리나라도 새로운 인적·물적 교류의 물꼬를 트기 시작했다. 우리 정부 또한 적극적인 북방 외교를 추진, 1990년 제주중문관광단지에서 한·소 정상회담을 성사시켰으며, 같은 해 10월에는 양국 간에 역사적인 국교가 수립되기에 이르렀다. 이를 전후하여 관광 부문에서 동구권과의 교류도 본격화되었다. 이들 국가의 관광객

ISSUE 26

한·소 정상회담 중문관광단지에서 개최

소련의 개혁개방 정책으로 탈냉전시대가 도래하면서 정부는 적극적인 북방외교를 추진, 1990년 제주중문관광단지에서 한·소 정상회담을 성사시켰으며, 같은 해 10월에는 양국 간에 역사적인 국교가 수립되기에 이르렀다. 이어 1990년에는 소련의 공산주의 포기와 공산당 해체라는 역사적인 사건에 힘입어 러시아 관광객이 급증했다.



27



▲ 1990년 6월부터 일본 5개지역 한국 관광홍보를 위한 30초 TV광고 실시

한국 관광 홍보 본격화

1980년대 중반 이후 세계경제 회복과 함께 국제관광 분야가 점차 회복세를 보이자 공사는 이 같은 변화에 맞추어 1990년 6월 4일 한국 관광홍보를 시작한 이래 최초로 일본 도쿄 등 5개 지역에서 해외 TV광고를 시행했다.

입국이 지속적으로 증가했으며, 1990년에는 소련의 공산주의 포기와 공산당 해체라는 역사적인 사건에 힘입어 러시아 관광객이 급증했다.

이 같은 변화에 맞추어 공사는 1990년 6월 4일 한국 관광홍보를 시작한 이래 최초로 일본 도쿄 등 5개 지역에서 해외 TV광고를 시행했다. 또 같은 해 10월 30일에는 '134번 관광정보 자동안내시스템'을 개통, 500여 주요 관광지에 대해 24시간 안내정보 체계를 구축했다.



관광정보 전화자동응답시스템 개통(1990. 10. 30)

그러나 일시적인 걸림돌도 있었다. 1990년 8월 이라크의 쿠웨이트 침공으로 항공요금이 인상되고 테러 위협이 가중되었으며, 이로 인한 여행 기피 현상에 따라 세계 관광산업은 치명적인 영향을 받았다. 우리나라의 통상적인 관광성장률은 다른 국가들을 약간 웃도는 수준이었으나 1990년대가 시작하면서 발발한 걸프전에 따라 한때 GNP 성장률을 훨씬 밑도는 현상이 나타났다.

이 시기에 세계의 항공사는 물론 호텔 및 렌트업체들이 유례없는 경영위기를 맞았으며, 대형 여행사 역시 위기를 맞았다. 매년 우리나라를 찾는 외래관광객 증가율 역시 감소되었고 여행수입도 크게 줄었다. 더욱이 1991년 우루과이라운드 서비스협상에 따라 여행업계가 개방된 가운데 일부 상류계층의 무분별한 여행경비 지출에 따라 관광산업이 과소비의 주범으로 인식되어 소비성 서비스업으로 분류되는 등 각종 규제가 강화되었다.

1991년 우리나라를 찾은 외래관광객이 처음으로 300만 명을 돌파한 데 이어 연말까지 330만 명을 기록한 것은 모처럼 희망적인 소식이었다. 같은 해 열린 제40차 PATA 연차총회 및 관광교역전을 서울로 유치하고 제9차 WTO 총회에서 집행국으로 선임된 일 또한 국제관광의 기반을 다진 청신호였다. 이로써 관광이 무역수지 개선에 큰 비중을 차지하는 산업으로 각광받기 시작한 것이다.

1992년 10월에는 국제정세의 변화에 힘입어 역사적인 한·중 수교가 이루어졌다. 이에 따라 그동안 거대 잠재 관광시장으로 이목을 끌던 중국과의 관광교류가 본

격화되기 시작했다. 그러나 그동안 지속적인 증가 추세를 보이던 대만 관광객의 방한은 국교 단절과 함께 급속히 감소되어 관광수지 적자의 또 다른 요인으로 작용했다.

중국과의 수교를 계기로 정부는 1992년 12월 말 양국 간 관광산업의 획기적인 개선책을 마련했다. 범정부적인 관광시설의 투자 촉진과 외래관광객 유치를 추진하기 위해 관광산업을 소비성 서비스업에서 제외시킨 것이다. 관광호텔 건축 제한 조치를 해체하여 외래관광객 유치 증대를 위한 수용 태세 완비가 용이해진 것도 1990년대 관광산업의 전망을 밝히는 청신호였다.



한·중 수교 서명(동아일보, 1992. 8. 24)

한국 관광을 업그레이드한 94 한국 방문의 해

● 정부는 1992년 4월 국무총리 주재 관광정책심의위원회에서 ‘94 한국 방문의 해 기본계획’과 2000년을 대비한 관광진흥중장기계획을 확정했다. 이를 계기로 공사는 기존의 관광진흥정책, 관광산업의 구조적 문제, 국내외 외래객 수용 태세의 미비점, 해외관광시장 개척을 위한 관광마케팅 전략, 종합적인 한국 관광 발전을 위한 관광마케팅 전략 및 계획 수립, 추진전략 개발 등을 재검토하면서 다가오는 1994년을 새로운 관광진흥의 원년으로 삼고자 했다.

관광진흥중장기계획은 국제화 및 지방화 추세에 주도적으로 대응하고, 국제관광진흥을 가속화하며, 복지정책 차원의 국민관광 여건을 조성하는 데 목적이 있었다. 이를 통해 2000년까지 우리나라를 세계 10대 관광국 수준으로 선진화시킨다는 목표가 수립되었다. ‘한국 관광의 성숙단계 돌입’이라는 정책 목표를 둔 이 계획에 따라 2000년을 향한 한국 관광의 체계적인 발전을 위해 국민관광 진흥, 국제관광 발전,

대량관광시대에 대비한 관광시설 확충, 관광자원 개발, 관광산업 육성, 남북한 관광교류협력 등 주요 부문별로 관광정책의 방향을 정립했다.

복지관광시대의 진입

● 1980년대 후반 당시 보건사회부 통계에 따르면 우리나라에는 전 국민의 2.3%에 해당하는 91만 5000여 명의 지체 부자유자가 있으며, 이들은 신체장애로 인해 평소 일상생활에서 불편을 겪고 있었다. 더욱이 관광 기회가 제한되어 있어 조국의 아름다운 경관과 발전상을 체험할 기회가 없었다. 한국관광공사는 이런 현실을 고려하여 관광을 통해 이들의 재활 의지를 높여 주기 위해 ‘사랑의 관광단’ 행사를 기획했으며, 이 행사는 88 서울장애인올림픽을 앞두고 장애인의 사기를 높이는 동시에 사회 각층의 관심을 불러일으키는 데 크게 이바지했다.

공사는 1980년대 후반기에 국민관광의 저변 확대 차원에서 복지관광에 대한 사회의 관심을 환기시키고 기업들의 참여를 유도하는 데 더욱 주력했다. 1990년대 이후에도 복지관광 사업 대상자를 도서벽지 주민, 고아원생 및 소년소녀 가장 등 평소 관광 기회가 없는 국민들을 대상으로 점차 확대해 나갔다. 공사의 이러한 선도적 복지사업 실행은 관광지에 장애인을 위한 이용시설 확충에 대한 관심을 유발했다. 또 방송 및 신문을 통해 행사의 취지와 행사 내용이 보도됨으로써 일반 국민들도 점차 복지사업의 필요성을 인식하게 되었다.

이에 따라 정부는 장애인복지법 시행령 개정안을 통해 1991년 1월부터 장애인들의 철도 및 지하철 요금을 50% 할인하고, 매년 4월 20일을 ‘장애인의 날’로 지정해 1주일간을 장애인 주간으로 정했다. 또 경주 불국사에 장애인용 화장실을 신설했으며, 천마총에 경사로를 신설하는 등 장애인을 위한 편의시설을 확충해갔다. 사회적 소외층에 대한 국가적 국민적 배려를 유도하는 데 공사가 결정적인 계기를 제공한 것이다.

이 같은 변화를 이끄는 가운데 공사는 근로자 복지에 대한 사회 및 사업주의 관심을 유도하고 생산성 향상을 도모하는 한편 노사협조에 기여하기 위해 ‘우정의 관광단’ 행사를 실시했다. 1989년 수도권 공업단지에서 일하는 근로청소년 232명으로 시작된 ‘우정의 관광단’은 근로 청소년에게 근로의욕을 고취시키고 여가선용의 기



우정의 관광단 행사(1991. 3. 11~14)

회를 부여하며, 나아가 사회 각계의 관심을 환기시켜 화목한 사회 분위기 조성에 기여하는 데 목적이 있었다.

이어 1990년에는 구로 및 반월공단 근로청소년 250명을 초청, 종래 2박 3일의 일정을 3박 4일로 늘려 문화유적과 산업시설을 둘러보게 했다. 독립기념관과 경주 일원 유적지, 포항제철 방문 등을 통해 평소 관광의 기회가 적은 근로청소년들에게 새로운 삶의 의욕을 북돋아주었으며, 이들에 대한 일반인의 관심을 높여 사회 각계각층으로 확산시키는 효과를 거두었다.

공사, 새 얼굴로 새 색을 입다 – 기업이미지 통일화시스템(CI) 도입

●
서울올림픽의 성공적인 개최는 전 세계에 한국의 발전상을 알리는 한편 국내 국민관광 수요의 급증을 가져오면서 대량 국민관광시대의 막을 열었다. 공사는 이러한 시대적 조류에 따라 향후 공사의 기능과 역할에 부합하는 시각적 이미지를 통일시켜 미래지향적이며 친밀한 공사의 이미지를 정립하고자 기업이미지 통일화시스템(CI, Corporate Identity Program)을 도입했다. 대국민 사회복지적 기능을 확대하고 강화하는 한편 공사 내 업무 능률을 증대시켜 새롭고 활기찬 사풍

(社風)을 조성하기 위해서였다.

1988년 7월 2일 (주)인피니트그룹과 용역계약을 체결한 공사는 1988년 12월 15일 기본편(Basic System)을 최종 확정하였다. 기본편에는 공사의 심벌과 로고, 고유 색상과 전용 서체, 마스크트 등이 포함되었으며, 편지지나 명함류, 서류 홀더와 각종 표창장, 직원 신분증 등에 사용되는 일부 응용 요소 등이 포함되었다.

새롭게 만들어진 CI는 한국의 고전성과 전통성을 현대적인 감각에 맞게 조화시켜 일반인들에게 정확한 기능을 전달하고 내·외국인 모두의 호감을 얻을 수 있도록 구성했다. 공사의 이념과 존재를 상징하는 심벌은 공사의 이미지를 세계에 정확히 전달할 수 있도록 태극기의 4괘를 응용한 다이아몬드 형태로 구성하였다. 다이아몬드형으로 이루어진 전체적인 심벌 형태는 플로피 디스크 형태를 본뜬 것으로, 현대의 하이테크닉한 정보를 상징했다. 심벌이 형성하는 각 통로는 정보의 원활한



새롭게 만들어진 CI



기업 이미지 통일화를 위한 응용 매뉴얼 발간

Corporate Symbol

코퍼레이트 심벌은 관광공사의 이념과 존재를 표시하는 최고의 상징체이다. 4괘의 의미는 태극의 음·양 두 기운이 신비롭게 어우러져 표출되는 제 현상을 표현한 것으로 이은선(—)은 양, 끊은선(--)은 음을 상징한다. 이중 건(乾, ☰)과 곤(坤, ☷)은 각각 하늘과 땅을 상징하며, 대한민국의 무궁한 발전을 의미한다. 또한 이(離, ☲)와 감(坎, ☵)은 각각 불과 물을 상징하며 만물의 생성과 발전의 원동력을 의미하는 것으로 한민족의 다이내믹함을 표현한 것이다.

전체적인 심벌의 형태는 다이아몬드형으로서, 이는 플로피 디스크(Floppy Disk)를 의미하며, 현대적인 하이테크닉(High-Technique)한 정보를 상징한다. 심벌이 형성하는 각 통로는 관광 및 정보의 원활한 교류를 의미하고, 4괘의 방향성은 정보의 순환을 나타내며, 발전성, 진취성, 역동성을 상징한다. 또한 중심원은 관광정보센터로서의 기능을 나타내고, 외곽원은 전국 및 해외지사의 Network를 통한 각 부서 간의 조화 및 결속을 의미하는 것이며, 전체적으로는 국민적 화합과 국제적인 유대, 친선을 상징하는 것이다.

교류를 의미하고, 4괘의 방향성은 정보의 순환과 발전성·진취성·약동성을 상징했다. 이 밖에도 중심원은 관광정보센터로서의 기능을, 외곽원은 전국 및 해외지사망을 통한 각 부서 간의 조화 및 결속을 의미했으며, 전체적으로는 국민적 화합과 국제적인 유대 및 친선을 함축했다.

공사는 이와 함께 타 공사와 식별이 용이하도록 심벌과 잘 어울리는 국문·영문·한문의 로고를 정했다. 또 공사의 이미지를 형성하는 전용 색상으로 가장 한국적인 색깔인 청색을 선정하고, 서식·사인(社印)·사기(社旗) 등 공사의 이미지를 전달하는 공식적인 매체에 사용하는 한편 해외 홍보활동을 위한 판촉물 등 국제행사용에는 적색을 사용하기로 결정했다. 공사는 새로운 CI를 본격적으로 사용하기에 앞서 CI 도입 목적과 효과에 대한 설명회와 매뉴얼 활용 관리에 대한 설명회를 갖는 등 적극적인 홍보를 통해 사원들의 관심과 참여를 유도했다.

이어 1991년에는 이미 확정된 기본형을 응용하여 지속적인 CI 관리 및 활용, 기타 경영 전반의 효율화를 기하기 위해 응용편(Application)을 발간했다. 응용편 발간을 통해 보다 체계적이고 효율적인 디자인 수행과 관리를 도모하고 국내외 지사 및 영업소 등에서 사용하는 아이টে를 통일함으로써 업무 수행 능력을 향상시킬 수 있었다. 응용편 디자인 시스템은 각종 서식류와 증서류, 간행물류와 홍보물류, 유니폼류, 사인류, 회사 차량 등 각종 품목들로 구분·개발되었다.

공사는 1962년 국제관광공사라는 이름으로 창립한 이래 산과 바다를 상징하는 삼각산 형태의 심벌과 로고를 사용해 왔다. 하지만 1980년대 말부터 시작된 CI 작업을 통해 대국민 사회복지 기능을 강화하고, 올림픽 이후 전 세계에 대한 홍보효과를 극대화하는 성과를 거두었으며, 경영혁신의 의지를 대내외에 널리 알리는 성과도 함께 거두었다.



국제화시대의 개막 당시 우리 관광은 표류하고 있었다

조영길 12대 사장(1989. 3. 17~1993. 4. 1)

◆ 해외여행자유화와 관광 적자의 시작

제가 취임한 시기가 해외여행자유화와 맞물려 참 어수선한 시기였습니다. 물론 우리의 입장에서 본다면 그것은 상당히 축하할 일이었지만 무엇보다 해야 할지 몰랐던 것도 사실입니다.

제가 취임하고 흑자를 이어오던 관광산업이 1991년을 기점으로 적자가 나기 시작했습니다. 사람들은 관광공사에 대해 비난을 했습니다. 물론 우리의 잘못은 분명히 있습니다. 그러나 관광은 한쪽이 잘못했다고 무너지는 게 아닙니다. 정부의 관광정책, 여행업계의 자구노력, 국민들의 해외여행과 소비자제 등 여러 요소가 같이 이루어져야 하기 때문입니다. 개인적으로는 그 시기가 상당히 힘든 시기였습니다. 우리만 노력한다고 해결이 되는 것이 아니었기 때문이죠.

그런데 신기한 것은 당시 적자였으나 외국인 입국률은 5.7% 증가했고, 이는 대만이나 싱가포르 같은 경쟁국보다 우수한 수치였습니다. 다만 걸프전으로 인한 세계적인 관광 흐름 변화와 일본인관광객 감소, 해외여행자유화에 따른 외화소비가 이런 결과를 만들고 있었습니다. 1992년에도 적자는 이어졌습니다. 우리는 이 상황을 타계할 방법을 찾아야 했습니다.

◆ 골똥 없는 산업의 우수성과 뼈대 세우기

당시 우리나라 두 번째 수출상위 품목이었던 섬유 수출액 155억 달러와 관광산업의 34억 달러는 비슷한 수치라고 볼 수 있습니다. 의아하게 생각하실지 모르지만 수출상품의 재료비가 70%를 차지하는 섬유와 20%가량을 차지하는 관광의 특성 때문입니다. 그만큼 관광이라는 것은 투자대비 우수한 효율을 지닌 사업이라고 볼 수 있죠. 그러나 그 20%는 한 곳에서 만들어질 수 없습니다. 우리의 홍보활동과 더불어 관광위락시설 개발과 교통망 개선, 싸고 질 좋은 상품 판매라는 전제조건이 갖춰져야 하기 때문에 복합사업인 거죠. 그러니까 전반적으로 관광관련 기반이 전체적으로 올라와야 하는 겁니다.

그래서 저는 관광의 우수성을 알리고 외국인이 와서 돈을 쓸 수 있는 기반을 만드는 것이 가장 중요하다고 주장했습니다. 그 일환으로 국민관광시대에 부응하기위하여 중문골프장 개장과 산정호수가족호텔과 남원청소년호텔을 건립하여 운영하게 되었으며 해외시장 개척을 위해 토론토지사와 싱가포르지사와 모스크바지사를 설치하여 외래관광객 유치를 위하여 노력하였습니다. 우리는 1994년을 한국방문의 해와 PATA총회 한국개최 유치결정으로 1994년 외래관광객 4백 50만 명을 유치해 50억 달러의 수입을 올린다는 목표도 세웠지요.

후배님들, 지금의 천만 명 관광시대는 선배들이 이런 어려움을 이겨내고 만들어낸 것입니다. 물론 지금 많이 힘들겠지만 그 또한 지나가는 어려움입니다. 슬기롭게 대처해 우리나라를 관광대국의 길로 이끌어주는 견인차가 되었으면 좋겠습니다.