

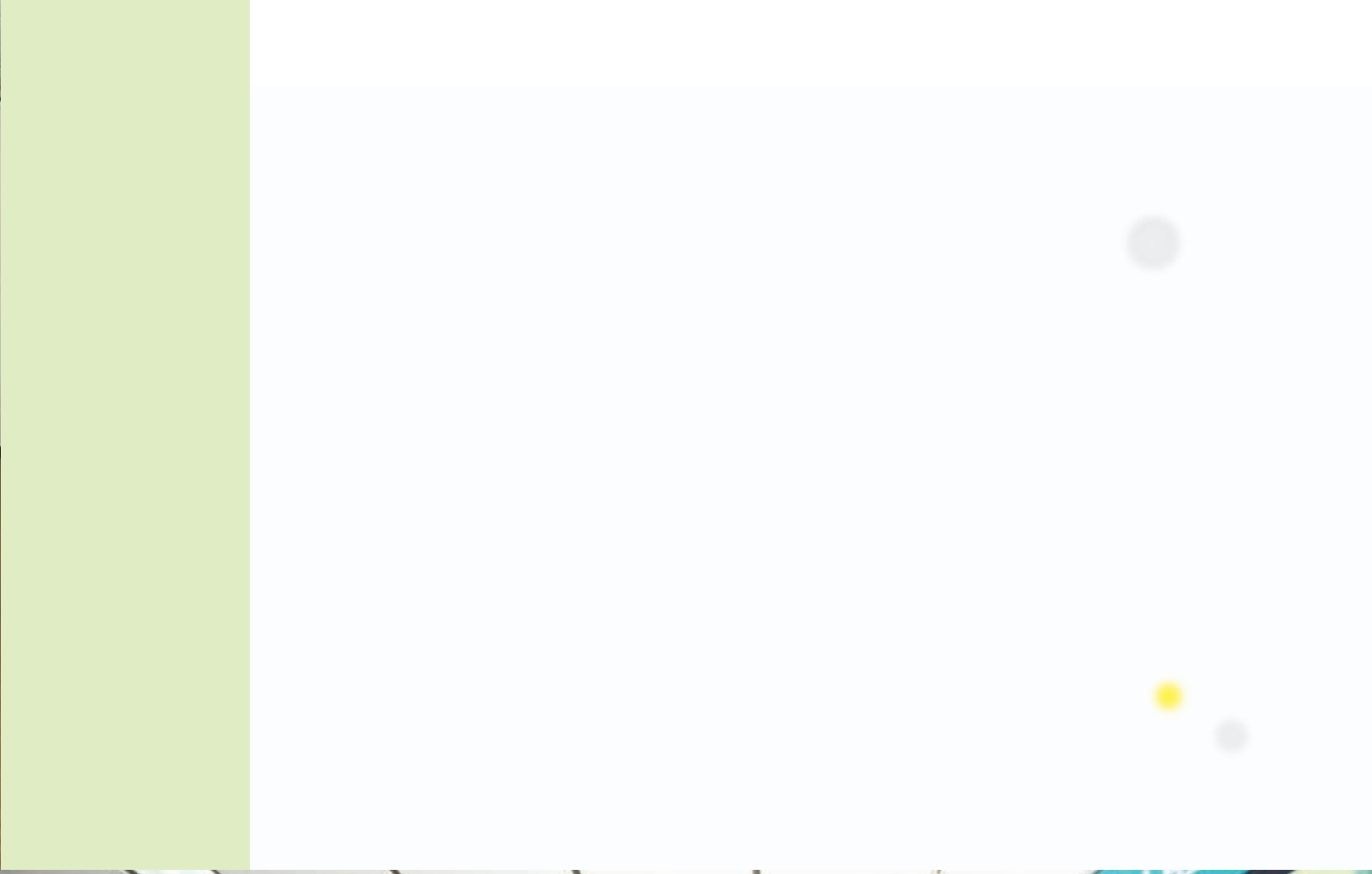
관광산업의 ‘TOTAL SERVICE PROVIDER’를 향해

- 현황화보
- 경영
- 조직 및 업무
- 사회공헌

畫

대한민국의 아름다운 대자연을
이야기하다





한국관광공사의 50년 역사는
대한민국의 아름다운 대자연과
우수한 관광 브랜드를
전 세계에 알려 온 역사입니다.





한류관광에서부터 녹색관광,
의료관광, 남북관광, 창조관광,
MICE, 베니키아사업에
이르기까지 시대의 흐름에 맞는
다양한 콘텐츠를 개발하며
선진 관광 대국을 향해 한 걸음
더 가까이 다가가고 있습니다.



和

대한민국의 문화 속에서 세계 화합을
이야기하다



대한민국의 위대한 문화유산을
세계에 알리고 확산시키며



수많은 이야기를 창조해 온 50년,
그 속에 氣, 興, 情이 담겨 있습니다.

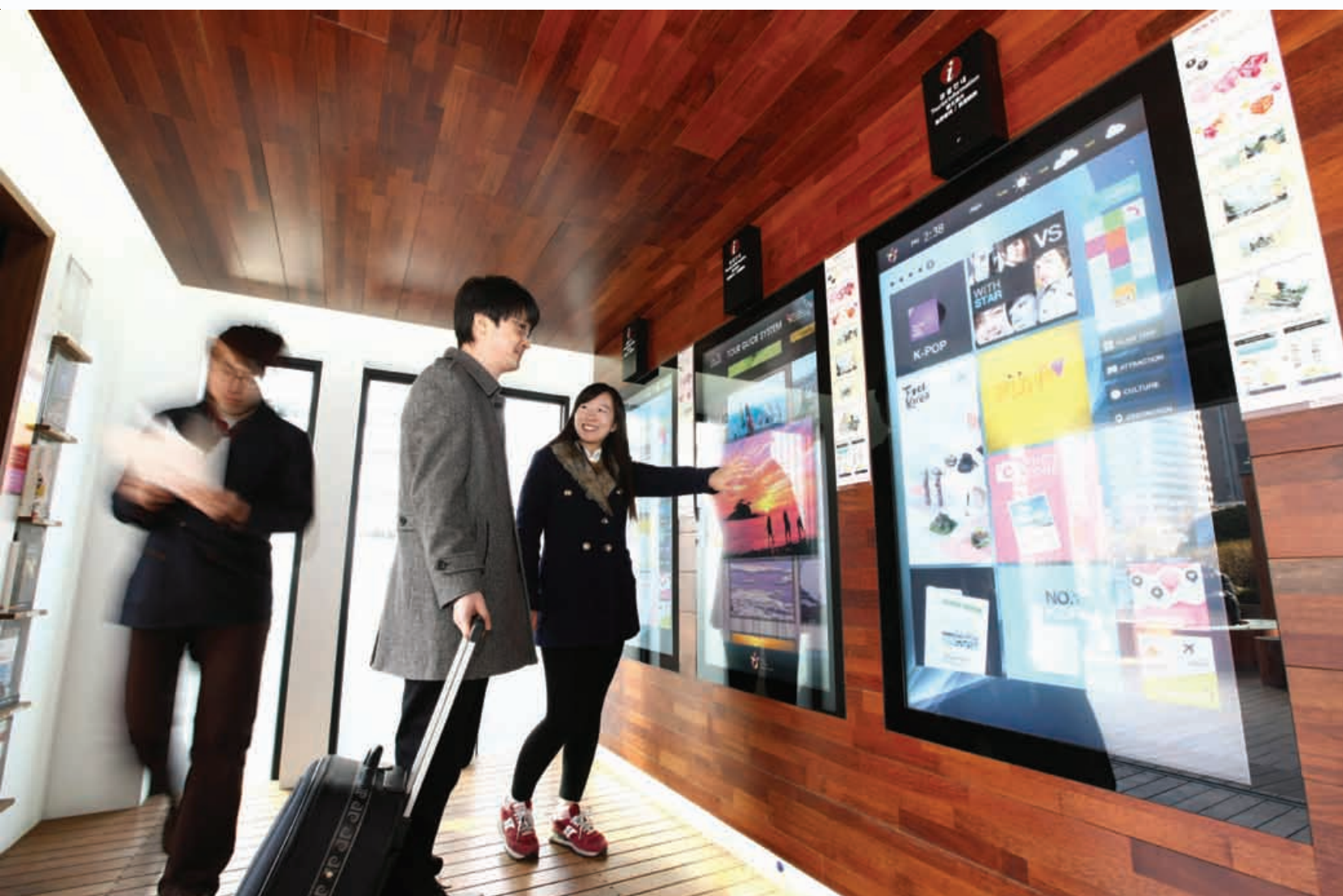


회의실에서부터 전산실까지
사무실 구석구석 그 어디에서든,
자신을 드러내지 않으며
한국관광공사를 이끌어 가고 있는
숨은 주역들은 열정과 도전을
멈추지 않습니다.

花

대한민국 관광산업을 화려하게 수놓은 역사를
이야기하다





Tourism Technology를 전파하는
최고의 관광 실무 교육기관 'T2 아카데미'에서부터

최첨단 시스템을 갖춘 무인안내센터까지
대한민국의 관광산업을 세계적 수준으로 견인하고 있습니다.



그리고 한·영·일·중 4개 국어로
24시간 제공되는 세계 최초의 관광안내전화
‘1330’을 통해 세계인들과 한국의 구석구석을
하나로 연결하고 있습니다.

한국관광공사에는 대한민국을
한 자리에서 한눈에 관광할 수 있는
관광안내전시관 TIC가 있습니다.





관광정보, 여행상품, 교통편 예약, 한류스타, 한국 문화체험,
문화상품 판매, 의료관광 안내, 자료 검색, 한국을 찾는 관광객들은
TIC에서 한국 관광의 모든 것을 만나고 있습니다.

話

관광 대국의 미래를 내다보며 새로운
이야기를 시작하다



Korea
Be Inspired





한국관광공사는 2012년
외래관광객 1000만 명 시대를 넘어
2020년 2000만 명 시대를 열기 위해
혼신의 힘을 다하고 있습니다.





때로는 바쁘게,
 때로는 힘차게, 때로는 여유롭게
 한국관광공사의 모든 구성원들은
 국민들과 함께 관광하기 좋은 나라, 행
 복한 대한민국 100년을
 만들어 갈 것입니다.

경영

1. 경영방침

경영목표 및 비전

창립 50주년을 맞은 2012년, 한국관광공사는 2012년부터 2016년까지 5개년을 계획기간으로 하는 의욕적인 경영목표를 제시하고, 목표 달성을 위한 구체적 계획을 수립하여 시행하고 있다.

공사는 ‘관광을 성장동력으로 이끌고 국가경제 발전과 국민의 삶의 질 향상에 기여한다’는 미션을 수행하기 위해 최선을 다하고 있다. 아울러 ‘매력 있는 관광한국을 만드는 글로벌 공기업’을 비전으로 ‘고객섬김, 창의성, 전문성, 신뢰성’을 핵심가치로 설정하였다.

이 같은 미션 수행과 비전 달성을 위해 다음과 같은 4대 전략 방향과 10대 전략 과제를 설정해 적극 추진하고 있다.

4대 전략 방향

글로벌 관광마케팅 경쟁우위 확보

관광서비스 경쟁력 강화

관광산업 미래가치 창출 선도

고객중심 지속가능경영체계 고도화

10대 전략과제

해외시장별 마케팅 강화

고부가가치 관광마케팅 확대

인트라바운드 마케팅 강화

관광인프라 개선 및 서비스 확대

관광산업 R&D 역량 강화

관광네트워크 구축 및 협력사업 추진

새로운 고객가치 창출 및 관광서비스 영역 확대

경영효율화 및 조직역량 강화

사회적 강화 및 고객지향형 기업문화 조성

재무안정성 확보 및 합리적 재무관리

4대 전략 방향 가운데 먼저 ‘글로벌 관광마케팅 경쟁우위 확보’를 통해 2012년 1100만 명, 2013년 1170만 명, 2014년 1250만 명의 외래관광객을 유치하고, 연도별로 117억 달러, 124억 달러, 131억 달러의 관광수입을 달성하기 위해 노력하고 있다.

다음으로 ‘관광서비스 경쟁력 강화’를 통해 우리 국민의 국내여행일 수, 국내 관광 마케팅사업 만족도, 관광 수용태세 및 관광컨설팅서비스 만족도, SNS 기반 국내 이용실적 등을 제고하고자 한다.

또 ‘관광산업 미래가치 창출 선도’를 통해 관광시장정보 연구결과물 만족도를 높이고, 신규 방한 관광상품 개발 실적을 늘리며, 창조관광기업 발굴 및 육성, 관광교육 참가자 수 증대 등을 이루어 나가고 있다.

마지막으로 ‘고객중심 지속가능 경영관리체계 고도화’를 통해 조직 및 인적자원 관리를 합리화하고, 경영지원시스템 만족도를 높이며, 사회공헌활동을 더욱 늘려 최상의 고객만족도를 이끌고 있다.

경영방침

경영목표 달성을 위해 공사는 ‘관광산업의 Total Service Provider’라는 미래상을 설정하고 있으며, 내부적으로 ‘창의·공정·방침’을, 외부적으로 ‘3관 5립’의 경영방침에 역점을 두고 있다.

내부 역점 경영방침 중 ‘창의(Creativity)’를 위해서 직원 개개인의 창의력을 발휘할 수 있는 경영환경 조성을, ‘공정(Fairness)’을 위해서 노력 및 역량에 따라 정당하게 보상 받을 수 있는 경영환경 조성을, ‘소통(Open Communication)’을 위해서 상하 커뮤니케이션 채널 확립으로 ‘열린 대화’의 조직마인드 함양 추진을 각각 추진 방향으로 삼고 있다.

외부 역점 사업방침 3관(고객만족)과 5립(사업 추진)은 다음과 같다.

- 관심(觀心) : 고객이 필요로 하는 것을 알고자 하는 열정
- 관찰(觀察) : 고객에 대한 지속적 연구 및 고객관리 활동 수행
- 관계(關係) : 고객과의 쌍방 교류와 소통
- Creation(떨림) : 창의적·열정적 업무자세 정착
- Harmony(어울림) : 조화와 상생의 기업문화 조성
- Attraction(끌림) : 재미있는 한국관광 매력 발굴
- Resonance(울림) : 고객감동의 경영기반 확대
- Movement(몸부림) : 도전과 혁신으로 가시적 성과 창출

2. 윤리경영

한국 관광산업의 중심축인 한국관광공사는 21세기 점점 더 치열해지는 세계 관광 각축전 속에서 한국 관광산업이 확실한 차세대 국가 성장동력이 되도록

하기 위해 변화와 혁신을 거듭하고 있다. 공사는 깨끗하고 투명한 윤리경영, 글로벌 스탠더드에 부합하는 기업문화를 정착시켜 국제 경쟁력의 기반을 더욱 공고히 하고자 하며, 이를 위해 윤리적 의사결정의 최고기관인 윤리위원회 및 기업문화혁신관(CCO)를 두어 주도적으로 윤리경영을 추진해나가고 있다.

윤리위원회는 윤리경영과 관련된 주요 정책 사안을 제안·결정하는 최고 의사결정기관이다. 위원장은 사장이 맡고 있으며, 위원은 감사실장을 포함한 주요 부서 부서장 등 내부위원과 분야별 전문가로 구성된 외부위원 등 총 10명으로 구성되어 있다. 윤리위원회는 토론과 합의에 의한 회의체 성격으로 운영되며 전사적 차원에서 윤리경영이 기업문화로 정착되도록 기여하고 있다.

비교적 부패 발생 가능성이 높은 면세사업단의 경우 현장중심의 엄격한 윤리 기준 적용을 통해 비윤리적 행위를 사전에 방지하기 위해 본사와는 별도로 면세사업단의 윤리경영 실천을 총괄하는 ‘클린위원회’를 설치하고 있다. 이 위원회로 하여금 윤리경영 실천계획을 수립하고, 협력업체 상담내용을 상시 모니터링할 수 있도록 하고 있다.

또 행동강령 위반행위 여부, 윤리적 딜레마 상황에서의 올바른 의사결정 등 각종 윤리적 딜레마 사항에 관한 상담과 신고를 기업윤리상담센터(윤리닥터)와 신고센터 등 다양한 채널로 접수·처리하고 있다. 상담과 신고는 공사 임직원뿐만 아니라 외부 이해관계자 및 일반 고객도 이용할 수 있으며, 제보자에 대해서는 신분보장 및 보상보호 규정이 적용된다.

이밖에 ‘KEDEX(KTO Ethics Index : KTO 윤리실천성과지수) 모델’은 글로벌 수준의 윤리경영을 실천하기 위해 공기업 최초로 개발·운영하고 있는 윤리경영에 대한 체계적인 성과관리 시스템이다. KEDEX는 단발성 윤리실태 조사를 넘어선 것으로서, 공사에서 시행되는 각종 사업이 윤리적으로 계획되도록 유도하고, 개인의 사회공헌 참여를 촉진하는 장기적이고 포괄적인 자기점점 프로그램이다.

조직 및 업무

1. 현황

설립 목적

한국관광공사는 문화체육관광부를 주무부처로 하고 있다. 한국관광공사법에 따라 1962년 6월 26일 설립되었으며, 공사법에 명시된 설립 목적은 ‘국가 경제발전과 국민복지 증진에 기여’한다는 것이다. 공사가 수행하는 주요 사업은 다음과 같다.

- 국제관광 진흥사업
- 국민관광 진흥사업
- 관광자원 개발사업
- 관광산업의 연구, 개발사업
- 관광 관련 전문인력의 양성과 훈련사업
- 관광사업 발전을 위한 부대사업

조직

공사의 조직은 경영본부·마케팅본부·경쟁력본부·정책사업본부의 4개 본부, 14개 실·뷰로·단, 42개 팀·센터, 5개 국내지사, 5개 권역별 협력단, 28개 해외지사, 4개 임시조직으로 구성되어 있다. 2012년 1월 현재 정원은 총 574명이다.

최고 경영자인 사장은 임원추천위원회의 추천, 공공기관운영위원회 심의·의결, 문화체육관광부장관의 제청을 거쳐 대통령이 임명한다. 사장 외 상임이사는 사장이 임명하고, 감사는 임원추천위원회 추천, 공공기관운영위원회 심의·의결, 기획재정부장관 제청을 거쳐 대통령이 임명하며, 비상임이사는 경영에 관한 학식과 경험이 풍부한 사람 중에서 임원추천위원회 추천을 거쳐 공공기관운영위원회 심의·의결 후 기획재정부장관이 임명한다. 이사회는 상임이사 4명(사장 포함), 비상임이사(5명) 등 총 9명으로 구성되어 있다.

자본금은 324억 원이며, 최대 주주는 기획재정부이며, 한국정책금융공사·한국철도공사·금융감독원·코리안리재보험(주)가 주주로 참여하고 있다. 주요 출자기관으로는 경북관광개발공사, 그랜드코리아레저(주), 제주국제컨벤션센터가 있다.

2. 주요 추진 업무

‘매력 있는 관광한국’과 국가경제 발전을 위한 다양한 사업

공사는 ‘매력 있는 관광한국’을 만드는 글로벌 공기업’을 비전으로, 관광산업의 발전을 통한 국가경제 발전에 기여하기 위해 다양한 사업을 수행하고 있다. 외국인 관광객 유치와 관광수입 증대를 위해 의료관광·크루즈관광·한류관광

등 다양한 고부가가치 한국 관광상품을 개발·보급하고 있으며, 해외마케팅 전진기지인 19개국 28개 지사를 중심으로 해외 관광시장을 개척하는 동시에 지자체와 관광업계의 관광마케팅 활동을 지원하고 있다. 또한 국제회의 및 인센티브 단체 유치 및 개최 지원, 국제기구와의 협력활동 등을 통해 대표적 고부가가치 상품인 MICE 산업을 종합적으로 지원하고, ‘Korea In Motion’, ‘R-16 B-boy 세계대회’ 등 대형 국제 이벤트 개최를 통해 한국 관광의 새로운 매력을 창출하기 위해 노력하고 있다.

아울러 관광목적지로서 새로운 한국 관광 이미지 구축을 위해 한국 관광 브랜드를 보급·확산하는 데 주력하는 한편, 종합 홍보 영상물 및 가이드북, 종합화보집, 관광지도 등 다양한 간행물을 제작하여 관광홍보 및 마케팅에 활용하고 있다. 또한 관광의 산업화와 과학화를 촉진하기 위해 관광시장 조사 및 전략관광 상품 개발에도 적극적으로 노력하고 있다.

한편 국내 관광편의 증진을 위해서는 중저가 숙박시설 ‘굿스테이’ 인증 및 관광호텔 ‘베니키아’ 체인화 사업, 외국어 관광안내 표기 개선, 지자체의 관광 수용태세 개선 지원 등의 사업을 수행하고 있다. 이와 함께 관광안내소 운영, 1330 관광안내전화, 한국 관광 애플리케이션 개발 및 서비스, 관광정보 인터넷 서비스, 모바일 무선관광정보 서비스 등을 통해 유비쿼터스 관광정보안내와 정보서비스 제공 체계 마련을 위하여 노력하고 있다.

국민소득 증대의 본격화 등으로 인해 폭발적으로 증가하고 있는 국민의 해외 여행 수요를 국내로 유도하기 위해 ‘구석구석 캠페인’, ‘이달의 가볼만한 곳’ 선정 및 추천, 국내 우수관광 상품 홍보 마케팅 지원, 국내 시티투어 활성화 사업 등을 실시하고 있으며, 5개 권역별 협력단 운영을 통해 지자체 및 지역 관광업계와의 네트워킹을 구축하여 공동 홍보·마케팅 사업을 강화하고 있다. 또한 관광통역안내사, 명예통역안내원, 문화관광해설사, 지자체 관광담당공무원 등 관광 현장 종사자의 전문성 및 서비스 수준 향상을 위한 다양한 교육을 담당하고 있다.

아울러 국내 관광매력 증진을 위하여 DMZ 관광사업을 통해 DMZ 일원의

친환경적 관광자원 개발 및 통합 마케팅을 수행하고 있으며, 지자체의 관광 컨설팅 지원과 우리나라 관광산업에 대한 내외국인 투자 유치활동을 수행하고 있다.

해외시장 개척

지난 2010년 천안함 피격, 연평도 포격 사건 등의 악재로 세계 관광시장이 전반적으로 위축된 상황에서 방한 관광시장이 성장을 지속할 수 있도록 다양한 해외 홍보·마케팅 활동을 전개하여 한국을 방문하는 외국인 관광객 유치를 통한 관광수입 증대를 도모했다. 이를 위하여 주요 시장 맞춤형 상품 및 특화 상품 판촉 확대, 여성타깃 상품개발 및 마케팅 활동 강화, 세계대백제전 등 지방관광 소재 연계 상품화 등 방한상품을 다양화하였고, 일본 대상 명품열차 ‘해랑’ 상품 및 ‘33 관음성지’ 순례상품 판촉 강화, 중국 은련카드 공동마케팅 및 VIP 쇼핑상품 개발, 의료관광 및 크루즈상품 모객 확대 등 방한상품을 고급화하였다.

또한 중국, 러시아 내 2차시장 개척, 몽골과 브라질 등 잠재시장 홍보활동 등 신규시장을 개척하였고, ‘한국방문의 해’ 특별 지원상품 8만 명 모객 등 메가 이벤트를 활용하였으며, 글로벌 코리아 서포터즈, 코리아 스페셜리스트 등 한국 마니아 인적 네트워크와 한류스타 및 해외 유명 스타를 활용한 방한관광 홍보로 한국 관광 이미지 개선에 기여했다.

특히 한국 관광 홍보효과를 극대화하고 방한관광객의 70% 정도를 차지하는 개별 여행객을 유치하기 위해 소셜미디어와 모바일 마케팅을 강화했다. 소셜 미디어 마케팅과 관련해서는 4개 언어 페이스북 서비스를 오픈하고, 유튜브·블로그·트위터를 활용하여 홍보마케팅을 전개했으며, 전 세계 NTO 최초로 소셜미디어 통합 플랫폼을 구축하였다. 모바일 마케팅 관련해서는 한국 관광 스마트폰 앱, 의료관광 스마트폰 앱, 스마트폰 QR코드를 개발하였고, 일본에서는 현지 모바일사이트를 활용하여 홍보활동을 추진했다.

MICE 유치·지원 및 국제협력

MICE(Meeting, Incentive, Convention & Exhibition) 유치 및 개최 목적지로서 한국의 인지도 증대를 위해 지자체·업계와 협력하여 유치 추진 단체를 대상으로 원스톱 지원 서비스를 실시하고, 국제기구 인사의 방한답사를 지원하며, 개최 예정인 국제회의 해외홍보 및 운영에 대해 자문을 실시하는 등 각종 지원활동을 펼치고 있다. 또한 MICE 전문 매체를 통한 MICE 광고 및 기사화 추진, 인터넷 마케팅 및 MICE 관련 전시박람회, 로드쇼 참가 등을 통해 해외홍보를 강화하고 있다. 이 외에도 MICE 관련 각종 자료를 조사, 수집하여 MICE 캘린더, MICE 통계조사 보고서, MICE 시설 가이드 등을 발간하고 있으며, 이러한 정보들을 데이터베이스화하여 제공하는 등 국내 MICE 산업 기반 강화를 위해 노력하고 있다.

또한 UNWTO, PATA, ASTA, WYSTC, AACVB, ICCA 등 각종 국제기구 가입 및 활동을 통해 세계관광의 흐름을 파악하고 이에 능동적으로 대처하는 한편, 기구 내 한국 위상 제고를 위한 협력 활동을 전개해 나가고 있다.

마케팅 지원 활동

해외 관광객 마케팅 지원활동 사업으로는 시장조사, 홍보간행물 제작 및 선전물 제작사업을 수행하고 있으며, 한국관광통계 작성, 관광에 관한 해외시장 동향 및 국내외 관광시장에 대한 분석 및 자료를 발간하고 있다. 해외 현지 소비자 및 외국인 관광객에게 방한 동기부여 및 관광정보 제공을 위해 발간하고 있는 홍보간행물은 영어·일어·중국어(간체·번체)·독어·불어·서반어·러시아·이탈리아어·태국어·아랍어·히브리어·베트남어·인도네시아어 등 14개 언어로 제작하고 있으며, 2011년에는 종합화보집, 가이드북, 관광지도, 한식소개, 한국관광 QR 코드 리플릿, 이색숙박시설 가이드북, 관광달력, 포스터 등 12종의 간행물 약 160만부를 제작하였다.

특히, 공사 최초로 민간출판사와 공동으로 유료판매용 한국 관광 영문 가이드북

〈KOREA〉를 발간하여, 국내 및 해외의 온·오프라인 서점에서 판매하고, 해외 2000여개 국·공립 도서관에 배포하여 한국관광을 홍보하고 있다.

한편 영상 및 시각물 제작 사업으로는 한국 관광 홍보영상물과 관광사진 및 포스터 등의 시각홍보물을 현지인의 감각에 맞게 지속적으로 개발하고 있다. 특히 2010년 해외 홍보영상물이 완성됨으로써 3개년 간 추진되어 온 지역별 집중 전략이 완성되었다. 즉 2008년에는 동남아, 2009년에는 일본과 구미주, 2010년에는 중화권을 중심으로 한 영상물을 제작 완료함으로 전 지역을 커버하는 지역별 전략이 완성된 것이다. 이 영상물은 Full HD로 촬영되어 최신 매체에 방영이 되어도 고화질로 감상할 수 있도록 기획되었다.

아울러 해외 홍보용 우수 콘텐츠를 발굴 및 확보하여 대내외에 제공하고 자, 대한민국 관광사진공모전을 40년째 이어오고 있으며, 공사 홈페이지 내의 사진갤러리와 영상갤러리를 통해, 관광업계 및 기관에서 시간적·공간적 제약 없이 한국 관광 홍보사진 및 영상물자료를 활용할 수 있도록 하고 있다.

해외관광객 유치 증대를 위한 마케팅 전략 수립을 위해 매년 관광통계월보 및 연보, 방한관광시장 분석 보고서를 발간하고 있으며, ‘환율변동에 따른 외래관광객 유치 대응 방안’ 보고서를 발간, 마케팅 부서 담당자와 공유하고 사내 교육을 실시했다. 일본 소비자의 재방문을 증가를 위한 조사 및 중국의 우한·충칭·청두 및 2차시장 발굴을 위한 관광소비자 마케팅조사, 중동 관광시장 조사 등 인바운드 마케팅 조사를 수행하였다. 또 녹색관광상품 실태조사, 스토리텔링을 활용한 경주관광 활성화 방안, 방한 외국인 음식관광 실태조사 등 인트라바운드 마케팅 조사를 수행하고 관련 보고서를 발간하여 마케팅전략 수립을 위한 기초 자료로 활용하도록 관광 관련기관에 배포하는 동시에 공사 홈페이지에 등재하였다.

지자체 및 업계 협력·이벤트 관광상품 개발

지방자치단체와 협력체계를 구축하고 역할 설정을 명확히 하여 인트라바운드 관광 활성화와 이를 통한 지역관광자원의 연계 강화가 지역관광 활성화로 이어질 수 있도록 사업을 전개하고 있다. 지방자치단체와 협력 네트워크를 더욱 강화하고 지자체의 관광진흥 업무를 효율적으로 지원하고 있는 충청권(대전·충북·충남), 호남권(광주·전북·전남), 경남권(부산·울산·경남), 강원권(인천·경기·강원), 경북권(대구·경북) 5곳의 권역별 협력단이 지자체와 공동으로 관광진흥협의회 운영, 공사와 지역관광공사(RTO) 간의 정기 협의체 운영 및 공동사업 추진을 통해 지역관광 경쟁력 강화 지원 및 상호 전략적 파트너십을 구축해 나가고 있다. 또 전체 협력단 공통으로 ‘농어촌 체험마을 활성화’사업을 추진했으며, 협력단이 문화체육관광부로부터 최초로 ‘지자체의 해외 홍보마케팅 지원 사업’을 주관하여 지자체와의 협력 아래 적극 수행했다.

이밖에 무형의 문화관광 콘텐츠를 육성하기 위해 공연관광마케팅(Performance Tourism Marketing) 전략을 개발·육성하고 있다. 최근 ‘난타’, ‘점프’, ‘비보이 공연’과 같은 우리나라의 언버벌(Non-verbal) 공연이 세계 속에서 강세를 보이고 있음에 주목하여, ‘언버벌 공연’, ‘비보이 문화’ 및 전통공연을 한데 묶어 하나의 마케팅 트렌드(Korea in Motion, B-Boy, Tradition)로 육성하고, 이를 효과적으로 홍보·확산시키기 위한 공연관광축제인 ‘Korea in Motion’과 비보이 세계대회, ‘R-16 Korea’를 개최했다.

관광 수용태세 개선 및 남북관광교류 촉진

관광객 수용태세 개선을 통한 만족도 제고를 위해 관광불편신고센터를 운영하고 있으며, 문제점으로 지적되고 있는 국내 식당문화 및 숙박문화 개선 등을 지속적으로 실시하여 내국인 관광객과 외국인 관광객을 동시에 만족시킬 수 있는 선진적 관광 수용태세를 갖추 수 있도록 노력하고 있다.

외국인 관광객 음식서비스 개선사업의 일환으로 외국인 관광객 전문식당 지정 제도 운영을 활성화하여, 할랄식당 9개를 포함해 총 113개를 지정하였으며, 지정 식당에 대한 사후 관리와 교육을 실시했다. 또한 그동안 만성적으로 문제시되던 외국어 메뉴판 문제를 획기적으로 개선하기 위해 공사 보유 외국어 메뉴명을 활용하여 국내 최초로 ‘외국어 메뉴판 만들기’ 사이트를 구축해 식당 운영자들이 직접 외국어 메뉴판을 온라인상에서 제작 및 사용할 수 있도록 했다.

한편 한식 및 국내 우수 외국인 식당 홍보를 위한 외국어(영어·일어) 음식커뮤니티 사이트(koreataste.org)를 구축하여 해외 한식 블로거 다수가 이에 참여하고 있다. 아울러 관광공사 지하 1층 관광안내전시관 내에 ‘한식체험홍보관’을 설치하여 방한 외래객이 한식시식, 한식 만들기 등 다양한 체험활동을 할 수 있도록 하였으며, 음식메뉴 및 접객회화 책자를 음식 관련 업소 및 기관에 제작 배포하는 등 음식서비스 개선에 기여하고 있다.

날로 증가하고 있는 국내관광 수요에 대비하기 위해 2006년부터 건전하고 우수한 일반 숙박업소를 ‘굿스테이(Goodstay)’로 지정하여 홍보하고 있으며, 2009년에는 관광진흥법상 우수숙박시설 지정제도로 법제화하여 지원 근거를 마련했다. 또한 위기에 처한 국내 중저가 관광호텔을 활성화하기 위해 2006년 중저가 관광호텔 체인화 사업을 시작하여, 2007년 체인브랜드 베니키아(BENIKEA)를 개발하고 체인사업 본부를 공식 출범했다.

한편 본격적인 남북관광 교류시대에 대비하여 북한관광 개발 전략 및 단계별 추진 방안을 수립하고, 북한의 동향을 파악·분석하여 정기적으로 자료집을 발간하고 있다. 또한 금강산관광사업의 협력사업자로서 금강산관광 활성화를 위한 홍보 마케팅 활동을 전개하고 있으며, 금강산 관광객의 쇼핑 편의 증진을 위해 금강산면세점을 개설하여 운영해 왔다.

그러나 2008년 7월 금강산 관광객 피격사망사건 발생으로 남북관광교류가 전면 중단됨에 따라 향후 북한을 방문하는 우리 국민의 신변 안전 확보가 가장 중요한 문제로 대두되었다. 이에 금강산 등 남북관광사업이 다시 시작될

경우 우리 국민의 안전한 북한관광을 위한 ‘금강산·개성 안전관광 가이드’ 제작 등 구체적인 실행계획을 준비해 왔다. 2008년 남북관광교류가 전면 중단된 상황 속에서 PLZ(평화생명지대)와 경기도·강원도 일원의 관광자원을 연계한 관광상품 개발에 힘쓰고 있으며, 향후 금강산 및 개성관광 재개 시 이를 PLZ 관광자원과 연계하여 홍보 마케팅을 적극 추진할 계획이다.

이 밖에 남북관계가 개선될 경우 기존의 금강산과 개성관광 외에 백두산 및 평양관광 등을 적극 추진함으로써 관광진흥을 위한 노력을 계속하고 있으며, 그 일환으로 2007년 11월 관계 기관 합동 백두산 현지답사, 2008년과 2009년 ‘GTT 관광협의회’ 참여, 2009년 ‘백두산관광객 수요조사 연구’, 2010년 ‘중국의 동북3성 개발 및 북·중 접경지대의 남북관광 활용방안’ 연구 보고서 발간 등의 사업을 수행한 바 있다.

관광안내·정보서비스

국내외 관광객에게 관광정보 및 여행편의를 제공하기 위해 서울 본사, 제주 중문관광단지단지 및 인천·김해·제주국제공항 내에 관광안내소를 운영하고 있다. 또한 전국 19개 광역지방자치단체와 공동으로 24시간 관광안내전화 1330 티티콜센터를 운영(국어·영어·일어·중국어)함으로써 전국 단위의 종합 안내서비스 체제를 구축했다.

정보서비스 부문에서는 복합 다양한 시스템을 구축·운영하고 있으며, 관광정보 DB와 인터넷과의 연동시스템, VR/동영상/파노라마 기법이 혼합된 가상관광안내 멀티미디어시스템 등을 통해 관광정보를 서비스하고 있다. 아울러 관광통계, 지도정보, 디렉터리 서비스 등 각종 관광 관련 정보를 제공하고 있다. 현재 인터넷에는 국어·영어·일어·중국어(간체·번체)·독어·불어·러시아어·스페인어·태국어·아랍어·터키어로 제공되는 관광정보 사이트를 운영하고 있다.

글로벌 통합형 관광컨설팅 지원

지방자치단체의 관광개발사업을 효과적으로 지원하기 위하여 관광컨설팅 사업을 시행하고 있다. 관광컨설팅 사업은 지역의 특성을 반영한 차별화된 계획제시로 지자체 관광개발사업의 바람직한 추진방향을 제안하고 있으며, 1998년부터 현재까지 시·군 관광종합개발계획, 관광(단)지 기본구상 및 타당성 분석, 테마형 관광자원 개발, 지자체 수용태세 경쟁력 진단 등 총 200여 건의 컨설팅을 실시하였다. 특히 2010년부터 시행한 지자체 관광수용태세 경쟁력 진단 컨설팅 사업은 2011년까지 으뜸 명소를 포함한 33개 지자체를 대상으로 진단 컨설팅을 진행하여 개선과제를 도출하였으며, 지자체 자체사업화 반영 및 정부예산 확보 등의 성과를 거두어 국내관광 활성화 및 인프라 개선에 기여하고 있어 향후 지속적으로 사업을 확대할 계획이다.

지자체의 관광컨설팅 니즈는 2010년을 기점으로 관광개발 및 엔지니어링에서 관광마케팅과 투자유치 분야로 확대되어 통합관광마케팅 계획을 수립하는 방향으로 바뀌고 있으며, 그 결과 관광지 개발계획 수립 컨설팅 보다는 경쟁력 있는 축제 개발, 상품코스 및 관광스토리텔링 발굴 등 관광마케팅 분야 의뢰 건수가 증가하고 있다.

또, 관광개발사업 추진에 따른 인허가 절차, 관련 법규 해석 등 관광개발 업무의 실무지침서로 활용할 수 있는 ‘관광자원개발 매뉴얼’, ‘관광개발계획 수립을 위한 가이드라인’, ‘관광개발 및 마케팅계획 수립을 위한 매뉴얼북’을 제작하여 온·오프라인을 통해 제공 중이며, 대규모 관광단지 개발 경험을 지방자치단체 등과 적극 공유함으로써 지역관광 발전을 위한 협력사업을 추진하고 있다. 이러한 공사의 관광컨설팅 노하우 및 성공사례를 해외 저개발국가에 적용·지원함으로써 경제성장 자생력을 키워주고 공사의 국제적 위상 제고 및 역량 강화, 국가 간 우호증진을 도모할 수 있도록 글로벌관광컨설팅 사업을 동티모르 등을 대상으로 추진하였다.

또한 통합형 관광컨설팅 사업의 일환으로 국내 관광개발 프로젝트에 대한

투자 촉진 및 관광투자유치 사업을 수행하고 있다. 유럽 경제 한파, 중국의 해외직접투자액 증가 등 여건을 반영해 중화권 및 미주시장에 집중하여 해외 투자설명회 개최, 잠재투자자 초청 현장 투자설명회 등 투자유치활동, 국내외 유력기업 및 투자자 대상 세일즈콜 등을 실시하고 있다. 이밖에도 국내외 각종 콘퍼런스 및 박람회를 통한 투자유치 홍보, 지자체 투자유치 자문 및 워크숍, 인터넷사이트를 통한 온라인 투자 정보 제공 및 각종 영상물과 홍보물 제작·배포 등 다각적인 투자유치 홍보 활동을 전개해 나가고 있다.

관광 전문인력 양성

관광업계 종사자 및 지자체 공무원 대상으로 한 교육과 전국 관광학과 학생을 대상으로 산·학실습 프로그램 및 관광종사원 국가자격증을 관리하고 있다. 관광업계 종사자를 대상 교육과정은 문화관광해설 아카데미, 의료관광 코디네이터양성 과정, 국외여행 인솔자 소양 교육, 한식세계화 교육 등이 있고, 지자체 공무원 대상 교육과정으로는 문화생태 탐방로 아카데미 과정이 있다. 전국 관광학과 학생을 대상으로 국내외 산학실습 프로그램을 운영하고 있으며, 정부의 일자리 창출사업의 일환으로 해외 관광업체에 인턴십 프로그램을 실시하여 현지에 취업까지 이어가는 성과를 거두었다. 1984년부터 시행한 관광통역안내사에 대한 자격검정 업무는 한국산업인력공단에 이관됨에 따라 한국관광공사 관광아카데미에서는 관광통역안내사 자격증 발급업무만을 담당하고 있다.

판매사업 관리

한국 관광 진흥사업의 재원 마련을 위해 전국에 6개의 해·공항 출국장 면세점을 운영하고 있다. 한국관광공사 면세점은 세계 유명 부티크 브랜드뿐만

아니라 양질의 국산품을 판매하고 있으며, 특히 면세점별 지자체명품관을 개설하여 지역경제 발전에 크게 이바지하고 있다.

창조관광사업(관광벤처) 발굴 및 육성

창조관광사업은 기존 관광산업과 연계하여 창조성·혁신성·개방성·기술성 등을 기반으로 새로운 가치와 시너지를 창출하는 관광형 벤처기업을 육성함으로써 한국 관광산업 경쟁력 강화와 관광 분야 일자리 창출을 위한 사업을 의미한다. 공사는 2011년 공모전과 제1회 창업경진대회를 통해 창의적 창조관광사업(관광벤처) 창업 붐을 조성하였으며, 이후 매년 공모전과 대회를 이어가며 타 산업과의 융·복합을 통해 일자리 창출과 관광산업 활성화의 계기를 마련하고 있다. 또 공사만의 전문성 및 핵심역량을 활용하여 다른 기관과 차별화된 지원 시스템을 구축함으로써 공사의 새로운 대국민 서비스 업무영역을 개척하고 있다. 창업경진대회는 관광 분야에 적용 가능한 우수한 창업 아이템을 보유하고 있는 학생 및 일반인 등 예비창업자를 대상으로 한다.

더 아름다운 세상을 향한

행복한 동행



기업의 사회적 역할과 책임이 커지고 있는 요즘, 공기업 역시 소외계층의 어려움을 함께 해결해 나가는 것은 선택이 아닌 필수이다. 한국관광공사는 'FUN 나눔', '구석구석 나눔활동' 등을 통해 지역사회의 번영과 국가 발전에 기여하는 기업이 되기 위해 최선을 다하고 있다.



01

사회공헌활동 현황 및 지원체계

기업 핵심역량을 바탕으로 한 사회공헌활동

먼저 지역사회 나눔활동으로 저소득층과 결손가정 등 소외계층을 위한 복지 지원활동을 펼치고 있으며, 장학사업/소외계층 문화체험, 사회복지시설 지원, 1사촌 운동 등이 있다.

문화관광 나눔활동은 우리나라 구석구석에 숨어 있는 훌륭한 관광자원 및 문화관광 콘텐츠를 발굴·육성하고, 이를 널리 홍보하는 활동으로서 '구석구석 나눔여행', 다문화가족 행복캠프, 소외계층 문화활동 지원 등이 있다. 또 관광환경 보호활동을 통해 소중한 문화유산 및 관광자원 보호와 보존에 나서고 있으며, 주요 활동으로는 문화재 지킴이 활동, 관광지 모니터링, 재난지역 봉사활동 등이 있다.

이밖에 국내지사 및 지방협력단 나눔활동으로는 추석맞이 체험 내 고장 여행, 지역 복지시설 지원 등이 있으며, 해외 교류 지원활동으로는 입양아 지원사업, 사랑의 책 보내기, 국제구호활동 등이 있다.



01

- 01. 구석구석 나눔여행(2007. 9. 22)
- 02. 구석구석 나눔여행(2007. 9. 8)
- 03. 구석구석 공식여행사 홀트아동복지회 후원(2010년 10~11월)
- 04. 사회봉사단 발대식 및 사회공헌협약 체결(2006. 12. 15)



02



03

사회봉사단 '구석구석 나눔미'

한국관광공사 사회봉사단 '구석구석 나눔미'는 세상 곳곳, 구석구석까지 따뜻한정과 사랑을 나누는 사람을 의미하며, 인트라바운드(Intrabound) 활성화를 위한 전방위 '구석구석 캠페인'에서 유래한 이름이다.

사장이 봉사단장을 맡고 있으며, 담당부서는 CSR센터이다. 2006년 12월 15일 본사/국내지사/해외지사 임직원 150명을 실천조직으로 발족했으며, 2008년 4월 2일 전 임직원으로 조직이 확대되었다. 봉사단은 전국 구석구석을 찾아 사회 소외계층을 위한 다양한 나눔활동을 전개해 오고 있다.

사회공헌활동을 위한 제도적 지원

사회공헌활동을 제도적으로 지원하기 위해 공사는 사회공헌활동에 포인트를 부여하는 제도인 '그린마일리지 개인사회공헌지수'로 직원 개인별 봉사활동을 관리하고 있다. 또 '나눔의 날'을 제정하여 임직원들로 하여금 연중 행사지원을 위한 기부금 모금 및 정기적·지속적 봉사활동 활성화를 유도하고 있으며, 우수 부서 포상과 나눔왕 선발 등의 포상제도도 시행하고 있다.



04

02 지역사회 나눔활동

사회복지시설 지원활동

경제위기 속에서 소외계층에 대한 도움의 손길이 더욱 절실해지고 있다. 공사는 저소득층 및 결손가정 아동들을 위한 사회복지시설인 중구지역 아동센터를 비롯하여 지체장애아동 보호시설, 시각장애아동 보호시설 충주 성심맹아원, 그리고 사회복지법인 평화원 등을 방문하여 각종 후원물품과 기부금을 전달하면서 따뜻한 사랑의 마음도 함께 전하고 있다.

서울노인복지센터 무료배식 봉사활동

이웃을 위한 작은 배려와 관심이 모여 세상이 더욱 따뜻해진다. 공사 '구석구석 나누미 사회봉사단'은 2009년 1월부터 매월 셋째 주 금요일마다 서울시 종로구 경운동에 위치한 서울노인복지센터를 방문하여 매일 약 2100명의 어르신들에게 무료배식 봉사활동을 전개하고 있다.



03

- 01. 노사가 함께하는 사랑나눔 봉사활동 (2011. 3. 18)
- 02. 중구지역 아동센터 기부금 전달식 (2009. 12. 24)
- 03. 충주성심맹아원 장애우 서울문화 관광 체험(2009. 2. 25)
- 04. 노사가 함께하는 사랑나눔 봉사활동 (2010. 10. 19)
- 05. 장애아동대상 나눔활동(2007. 12. 14)
- 06. 구석구석 나누미 봉사단 무료배식 봉사 (2011. 3. 18)



04



01



02



05



06



‘한국관광공사의 날’

공사 국내지사(제주·서남) 및 협력단(충청권·호남권·경남권)에서는 설·추석 등 민속 명절과 크리스마스 등에 지역 사회복지기관 및 다문화가정 아이들을 대상으로 내 고장 체험여행, 문화관광지 체험 등을 실시하고 있다. 이는 평소 여행 기회가 적은 아이들이 다양한 볼거리와 체험거리를 직접 접할 수 있는 소중한 추억의 시간이 되고 있다.

1사1촌 운동 활성화

공사는 강원도 평창 배두독마을과 1사1촌 나눔활동 활성화의 일환으로 2004년에 자매결연을 체결한 이후 꾸준히 교류해오고 있다. 특히 2008년에는 공사와 마을이 공동으로 마을 홈페이지를 리뉴얼하고 향토음식 활용 체험프로그램 개발을 추진하는 등 자매마을 지역관광 활성화를 적극 지원하였다. 또한 매년 4월 및 10월 경에 공사 경영본부장을 단장으로 구성된 ‘구석구석 나누미 사회봉사단’ 40명이 나무심기와 농촌일손돕기 등 사랑의 마음을 전하기도 한다.



01



02



03



04

- 01. 추석맞이 체험 내 고장 여행
- 수도권협력단(2008. 9. 11)
- 02. 추석맞이 내 고장 체험 여행
- 호남권협력단(2008. 9. 18)
- 03. 배두독마을과 1사1촌 자매결연(2004. 10. 29)
- 04. 배두독마을 수해지원봉사활동(2009. 7. 29)
- 05. 구학리 산재관광마을 일손돕기(2011년)



05



강원·춘천지역 다문화가족 문화관광체험

2010년 공사는 전국의 다문화가정과 활발한 교류를 진행했다. 2009년 크리스마스에 공사 지하 관광안내전시관에서 약 200명의 가족을 초청하여 송년 행사를 개최했고, 이후 1년에 약 두 차례 이상씩 전국의 다문화가족 지원을 위해 노력하고 있다.

백혈병 어린이를 위한 사랑의 캠페인

공사는 한국백혈병어린이재단과 함께 2006년부터 백혈병 소아암 환자 가족을 위한 아름다운 동행을 추진하고 있다. 이 캠페인에서 공사는 소아암 환자 가족의 스트레스를 덜어주고 치료 의지를 북돋아 주기 위해 소아암 환자 가족체험 ‘푸른바다 희망충전’ 행사를 매년 개최하고 있으며, 백혈병으로 고생하는 어린이들에게 꿈과 희망을 심어주고자 매년 ‘사랑의 헌혈 행사’를 실시하여 한국백혈병어린이재단에 헌혈증을 기부하고 있다.



대한적십자 바자회 참가

공사는 1984년부터 대한적십자사 주최로 18개 공기업 및 10개 금융기관의 임원급 부인과 주한외교사절단 부인들이 물건을 직접 판매하는 적십자바자회에 매년 참가하고 있다. 2010년에도 공사 사장·감사·부사장 등 임원 부인 5명과 여직원 5명의 열성적인 바자물품 판매를 통해 바자회 수익금을 대한적십자사에 기부하고 따뜻한 이웃사랑을 실천했다.



01. 양주시다문화가족 국내 관광지 답사(2011. 5)
02. 다문화가족 초청 문화공연 관람행사(2009. 12. 18)
03. 소아암 어린이를 위한 푸른바다 희망충전(2010. 9. 7)
04. 사랑의 헌혈행사(2006. 6. 22)
05. 소아암 어린이 골프체험(2010. 9. 7)



02



04



05

03 문화관광 나눔활동



아름다운 가게와 함께하는 아름다운 하루

2010년 한국관광공사 구석구석 나누미들은 컴퓨터 20여 대, 직원들이 자발적으로 모은 도서 600권 등 물품과 다른 기업체 및 개인들이 기부한 상품을 진열·판매·정산하는 아름다운 하루를 진행했다. 나누미들이 꼬박 하루를 진행해서 모은 수익금은 아름다운 재단에 기부하여 소외계층을 위한 기금으로 활용되도록 했다.

다문화가족, 불우아동 대상 스키캠프

공사는 우리 사회 소외계층 다문화가족의 한국문화에 대한 이해를 높이고 한국의 역사·문화·관광 체험학습을 통한 다문화가족들이 한국 사회의 일원으로 올바르게 정착할 수 있도록 돕기 위하여 다문화가족 한국문화 관광체험 행사를 개최하고 있다. 2010년에는 전국의 소외계층 어린이와 다문화 어린이 200여 명이 공사 CEO, GKL, SK에너지 등의 기부금과 직원들의 성금을 모아 2박 3일간 용평에서 '2010 FUN 나눔 스키캠프'를 성공적으로 개최했다.



01-03. 관광공사와 함께하는 아름다운 토요일(2003. 12)
04. 2010 FUN 나눔 스키캠프(2010. 12. 11)
05. 2011 FUN 나눔 스키캠프(2011. 12. 26)
06. 다문화가족초청 한국문화관광체험프로그램(2008. 5. 22)



04



2박 3일간 용평에서
'2010 FUN 나눔 스키캠프'를
성공적으로 개최했다.



특별한 주먹밥 콘서트 진행

수요주먹밥 콘서트는 공사와 대한성공회푸드뱅크가 공동으로 실시하고 있는 사회공헌 이벤트로 2007년 3월부터 매주 수요일마다 개최했다. 2010년부터는 '세상에서 가장 특별하고 아름다운 점심' 주먹밥 콘서트로 새롭게 변신하여 다양한 문화공연을 발굴하고, 특별한 시간을 정해 주먹밥 판매 수익금으로 지역사회 결식계층을 지원하고 있다. 공사는 예산 및 장소(본사 T2마당)를 제공하고 구석구석 나누미 사회봉사단이 직접 주먹밥을 만들어 나눠주는 봉사활동도 지원하고 있다. 그동안 빅마마, 사랑과 평화, BMK 등 유명가수와 탤런트 김호진, 이다도시 등 많은 연예인이, 2010년에는 드라마 추노 출연진이 자원봉사요원으로 활동하였다.

- 01. 수요주먹밥 콘서트(김호진, 2008. 7. 16)
- 02. 2008 구석구석 나눔캠페인 수요주먹밥 콘서트 (2008. 4. 2)
- 03. 사랑의 장바구니 여행(2008. 9. 6)
- 04. 저소득층 초등학교생 토요일체험 학습체험

대한민국 구석구석 사랑의 장바구니 테마여행

사랑의 장바구니 테마여행은 우리나라 구석구석 숨은 명소를 찾아 여행도 즐기면서 도움의 손길을 필요로 하는 사람들을 대상으로 봉사활동을 실천하는 새로운 개념의 여행이다. 2008년에는 9월과 11월 2회에 걸쳐 실시했으며, 참가비 일부를 불우이웃돕기 성금으로 사용하여 여행 참가자들에게 지역경제 활성화와 이웃사랑에 실천에 기여했다는 자긍심을 심어주었다.

체험 학습 여행 상품 개발로 초등학교생 지원 - 시도 교육청 공동 저소득층 초등학교생 토요일체험 학습 지원

2011년 전국 초등학교중 일부학교가 주 5일제 수업 시범학교로 선정됨에 따라, 공사에서는 5개 시도 교육청과 함께 주 5일제 수업 시범학교 5개교를 선정하여 저소득층 초등학교생 607명에게 토요일 체험학습 여행을 선사였다. 아이들에게 교실밖 배움터가 된 토요일체험학습이 미래의 꿈나무들을 더욱 튼튼하게 키워나갈 것이다.



01



02



03



04

01. 관광안내전시관 추석명절행사-한복입기 체험
02. 관광안내전시관 추석명절행사-민속놀이
03-04. 한국관광공사와 함께하는 추석 명절맞이
음식나누기(2010. 9. 20)

전통명절 체험 프로그램

공사 지하 1층 TIC(관광안내전시관)에서는 ‘우리의 명절에 관광객이 직접 참여하고 즐길 수 있게 하자’라는 취지로 2000년부터 설 명절 행사를 개최하고 있다. 내·외국인들에게 한국 고유문화 체험기회를 제공하고 한국문화에 대한 자긍심 고취를 목적으로 마련하고 있는 이 행사에서는 윷놀이와 제기차기 등 전통 민속놀이마당이 펼쳐진다. 또한 주요 관광지 휴무일에 대한 정보를 제공하는 등 외국인 관광객의 불편을 최소화하고, 한국의 명절을 함께 즐길 수 있도록 하고 있다.



04
관광환경
보호활동

태안 생태환경 지킴이 활동

2007년 12월 서해안 푸른 바다에 가득했던 검은 기름띠 대신에 2008년에는 이곳에 희망의 띠를 감싸는 작업이 펼쳐졌다. 공사 구석구석 나누미 사회봉사단은 연중으로 서해안 유류사고 지역을 방문하여 해양부유물을 제거하고 폐기물 수거작업을 수행하는 등 환경정화활동에 힘썼다. 공사는 또 서해안 기름 유출사고로 인한 인근 지역의 관광업계 피해를 극복하고 지역관광을 회복하기 위해 ‘구석구석 찾아가기-서해안 살리기’ 캠페인을 전개했으며, 2008년에는 총 6회의 봉사활동 및 여행행사를 개최했다. 이 캠페인은 전 국민을 대상으로 자원봉사(Volunteer)와 여행(Tourism)이 결합된 의미의 ‘볼런투어리즘(Voluntourism)’에 대한 인식을 확산시키는 계기도 되었다.

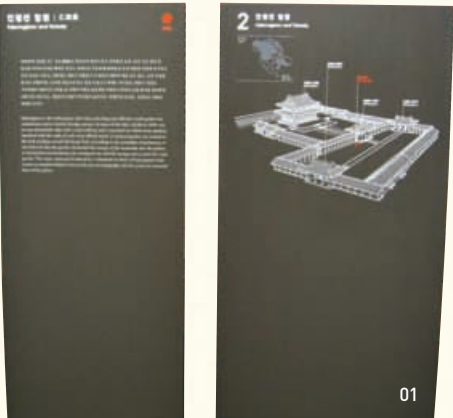


01. 태안 기름 유출지역 봉사활동(2007. 12. 29)
02. 명사들과 함께하는 태안 봉사활동(2008. 1. 25)



문화재 지킴이 활동

공사는 2004년도부터 문화재청과 협약을 맺고 1문화재 1지킴이 운동에 참여하고 있다. 임직원 및 가족들이 함께 참여하여 경복궁과 동구릉 등 우리나라 전통문화재의 청소활동 등을 실시한다. 문화재지킴이 활동은 직원뿐 아니라 직원 자녀들에게도 올바른 문화재 관람의식 및 풍토 개선의 필요성에 대해 직접 보고 느끼게 하는 기회가 되고 있다.



01



02



03

- 01. 창덕궁 새 안내표지판(2006. 11. 23)
- 02. 문화재청과 업무협력 조인식(2005. 5. 27)
- 03. 1문화재 1지킴이 행사(2005. 11. 10)
- 04-05. 시카고어린이합창단 PLZ투어 및 평화 기원행사(2008. 6. 27)
- 06. 지구를 살리는 녹색 여행 캠페인 (2011. 6. 13~7. 8)



04

DMZ 평화 기원 시카고어린이합창단 공연

철조망을 넘어 북녘까지 평화를 기원하는 아름다운 노랫소리가 울려 퍼졌다. 2008년 6월 미국 시카고어린이합창단 80명이 우리나라를 방문했다. 그동안 많은 공연을 통해 인류의 평화와 화합의 메시지를 전해온 시카고어린이 합창단이 남북한의 통일을 기원하는 공연을 위해 한국을 방문한 것은 그 의미가 남다르다고 할 수 있었다. 이들은 공사가 개발한 평화생명지대 투어에 참가하여 '우리의 소원은 통일', '아리랑'을 한국어로 합창하였다.

지구를 살리는 녹색 여행 캠페인 실시

지구 환경을 생각하고 탄소를 절감할뿐 아니라, 지역 경제와 문화를 보존 발전시키기 위한 공사의 노력. '2011 지구를 살리는 녹색 여행 캠페인'이 진행되었다. 녹색연합, 착한여행, 코레일 등 한국 녹색여행을 이끌어 내는 단체들과 함께 지구 환경과 지역민, 그리고 내가 더 행복한 여행에 대한 인식을 널리 전파하였다.



05



06

05
해외지원
나눔활동

국제구호활동

공사는 글로벌 공기업으로서 제3세계 국제구호활동 참여를 통해 사회적 책임 기업 역할을 수행하고 있다. 2009년 2월에는 아프리카 지역 카메룬과 모잠비크 현지 사회복지기관에 기부금 및 후원물품을 지원하는 등 다양한 사회공헌활동을 펼치고 있다.

국경 없는 나눔 의료 프로젝트
- 베트남 ‘나눔 의료 프로젝트’ 사업 실시

2011년 8월 2일 공사는 화순전남대학교병원과 공동으로 ‘나눔 의료 프로젝트’를 실시하였다. 2년 전부터 구토에 시달리고 어지러움을 호소했던 여섯 살 마이 평 탕(Mai Phuong Trang)은 베트남 병원에서 뇌종양 판정을 받았다. 그러나 베트남 의술로는 성공률이 낮아 어려움을 겪던 마이는 우리 공사와 화순전남대학교병원의 초청으로 수술과 한국관광을 지원받게 되었다.



01



02



03



- 01. Korea Loves Thai-Care & Share Together 캠페인
- 02. 청소년 베트남 봉사단
- 03. 베트남 나눔 의료 프로젝트(2011. 8. 2)
- 04. 쓰촨성 지진피해 어린이 방한단(2009. 6. 7)

베이징 장애아동 제주 초청 지원

베이징지사는 베이징시장애인협회와 제주특별자치도 등과 공동으로 중국 장애인 어린이 26명을 제주도에 초청하여, 이들에게 3박 4일간 한국관광 체험기회를 제공했다. 이 프로그램에는 한·중 장애인 어린이들의 교류와 한국문화공연 관람, 성산일출봉을 비롯한 세계자연유산 방문 등의 활동이 포함되었으며, 이 행사에 대해 현지 TV나 인터넷 등 각종 언론매체에서 큰 관심을 보여 중국 소비자들에게 공사의 사회공헌 이미지를 부각시키는 성과를 거두었다.

중국 장애아동 26명을
제주도에 초청하여, 이들에게 3박 4일간
한국 관광 체험기회를 제공했다.



04



01

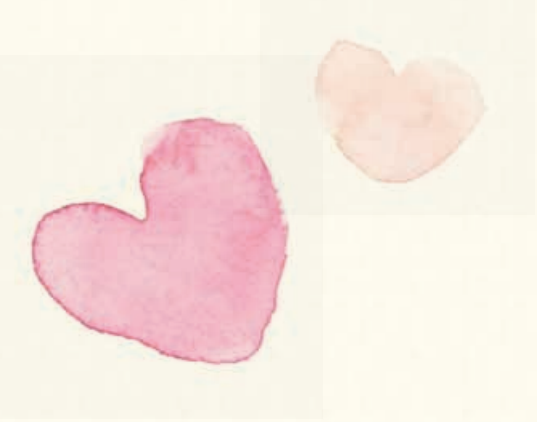
01. The Star의 Penang Korea Week광고
02. The Star의 사회공헌 관련 보도자료(2008. 12. 5)
03. 쓰촨성 지진 피해 어린이방한(2009. 6. 10)

지적 장애인 방한단체 교류 지원

일본 나고야 소재의 지적 장애인학교 'C.O College' 졸업생들이 첫 해외여행으로 서울시립지적장애인복지관, 창덕궁, 서울N타워, 국립중앙박물관 등을 방문하였다. 나고야지사가 주선하여 마련된 졸업여행으로서, 여행 후 'MODS' MO 휴먼서비스가 발행하는 지적 장애인 소식지 전면에 게재되기도 하였으며, 기대 이상의 만족도에 따라, 향후 정기적 확대 실시를 검토 중에 있다.

다운증후군 환자 위한 자선 한국전통공연

주민의 다수가 중국계인 말레이시아 페낭주는 그동안 한국문화에 높은 관심을 보여 왔다. 이에 따라 쿠알라룸푸르지사는 페낭주정부, 〈STAR〉지와 의 협의를 통하여 고구려예술단 공연을 추진하였고, George Town시에서 한국전통공연을 개최하였다. 이 공연에서는 공연장 전석이 매진됨과 동시에 2,800만 원의 자선기부금이 모금되었고, 〈STAR〉지를 통해 크게 기사화 되면서 성황리에 끝나칠 수 있었다.



청년 인턴 지원

공사는 해외지사망을 활용하여 국내 관광 관련 학과 재학생과 졸업생 등 젊은 인재들에게 해외 관광업계의 경험을 제공하고, 더 나아가 소중한 경험을 활용하여 해외 취업으로 연결될 수 있도록 지원하고 있다. 특수외국어 및 관광 관련 학과 재학생을 대상으로 하여, 공사 해외지사에서 인턴십으로 현지 관광업계를 경험할 수 있도록 지원하는 제도이며, 아울러 해외지사를 통해 현지 취업 정보를 적극 제공하고 있다.



01

01. 청년인턴사원 경영진과의 간담회
(2009. 5. 20)
02. 2011년 청년인턴사원 수료식
03. 2009년 청년인턴사원 수료식
(2009. 12. 31)



02



03



03

대한민국의 에너지와 가능성을 키우는 한국관광공사

이 참 22대 현 사장(2009. 7. 30~현재)

◆ 우리의 에너지와 가능성은 무궁무진하다

저는 이제 모국인 독일에서보다 한국에서 생활한 기간이 더 길어졌습니다. 34년째 산 한국은 참으로 매력적인 나라입니다. 오랜 역사를 지녔지만 젊은 나라이며, 원래부터 다원주의(多元主義) 문화를 가진 나라입니다. 한국은 사머니즘·불교·유교·기독교를 차례로 받아들여 한국화하고 꽃을 피웠으며, 평화를 통해 공존하는 세계에서 유일한 나라입니다. 뿐만 아니라 우리의 건축·한글·음식 등에는 철학과 과학성이 깔려 있어 '철학 대국(大國)'의 가능성을 지니고 있으며, 다양하고 친근한 자연을 가진 나라로서 자연과 조화롭길 원하는 사람들이 사는 '환경 대국(大國)'이 될 수 있는 나라이기도 하다. 무엇보다 세계가 주목하고 있는 것이 우리만의 역동성과 에너지입니다. 일본인들이 한국에 와서 가장 놀라는 점이 그것이며, 저 또한 영원히 그 매력을 함께 할 것입니다.

이제 우리는 전국을 리모델링해서 스스로 그 매력을 찾는 일이 필요합니다. 그것이 우리나라를 관광대국으로 만드는 일이자 가장 살기 좋은 나라로 만드는 일입니다. 한국인이 가장 살기 좋은 나라가 되면, 그 순간 한국은 세계인이 가장 관광하고 싶은 나라가 될 것입니다.

◆ 창의력을 가진 조직으로서 관광의 미래를 제시하는 과제에 충실해야

가장 살기 좋은 나라, 세계인이 가장 관광하고 싶은 나라를 만드는 일에 주역이 되어야 할 곳이 우리 관광공사입니다. 하지만 처음 사장으로 취임할 당시만 해도 민간기업과는 달리 정부가 시키는 대로만 하는 공기업이라는 느낌이 없지 않았습니니다. 따라서 이제 창립 50주년을 맞아 창의력을 가진 조직으로서 관광 서포터즈로서의 역할, 관광 분야의 미래를 제시하는 과제에 더욱 노력해야 할 것입니다.

이를 위해 제가 제시한 사업방침이 '3관 5림'이었다. '관심'은 고객이 필요로 하는 것을 알고자 하는 열정, '관찰'은 고객에 대한 지속적 연구 및 고객관리 활동 수행, '관계'는 고객과의 쌍방교류와 소통을 각각 의미합니다. 또 '떨림'은



창의적·열정적 업무자세 정착을, '어울림'은 조화와 상생의 기업문화 조성을, '끌림'은 재미있는 한국관광 매력 발굴을, '울림'은 고객감동의 경영기반 확대를, '몸부림'은 도전과 혁신으로 가시적 성과 창출을 각각 가리킵니다. 아울러 '벤처, 밸류, 빅토리'의 세 가지 방향도 제시했습니다. 관광산업의 인식을 한 단계 높여 '노는 산업'이 아니라 우리가 먹고 살 길이라는 인식을 가져야 합니다. 따라서 모험정신을 갖고 창업 관련 벤처산업을 육성하고, 국민적 인식을 전환하는 일이 절실합니다.

원주 이전은 아쉬운 점이기는 하지만 관광 분야 토털 서비스를 제공하는 기회로 삼읍시다. 지자체와 서비스 부문 협력을 강화하고, 상호 협력을 바탕으로 국내 관광문화 육성의 전기로 삼으면 결코 아쉬운 일만은 아닐 것입니다.

◆ 한국이 얼마나 재미있고 특별한지 알게 하는 공사가 되자

공사가 역사적인 창립 반세기를 맞았습니다. 사장으로 취임한 이후 그동안 안 하던 일, 안 해도 될 일을 함께 하느라 많은 임직원이 고생을 했습니다. 밤새워 일을 할 때도 많았으니, 그 점 죄송하게 생각합니다. 그러나 한 사람 한 사람이 세일즈맨의 역할을 다했다고 생각하니 보람도 큼니다. 공사를 아껴준 모든 국민 여러분, 정부 부처 관계자 여러분, 그리고 50년 역사의 주역인 모든 전·현직 공사 임직원께 거듭 고개 숙여 감사를 드립니다.