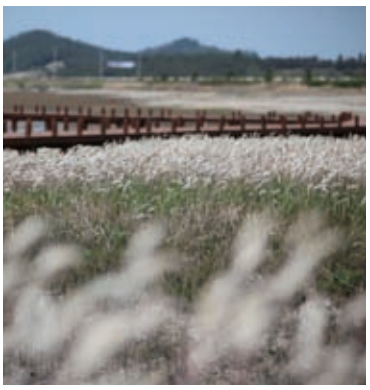


Korea
Be Inspired

Sustainable Tourism

2009 지속가능경영보고서

한국관광공사
KOREA TOURISM ORGANIZATION

Contents

기업개요

한국에 대한 이야기가 흐르는 관광공사

7 한국관광공사 개요
8 공사의 사업 소개
11 공사의 비전과 미래 역할

지속가능성

지속가능한 미래를 위한 노력

15 지속가능성 추진체계
16 이해관계자와 함께
18 중대성 평가에 따른 이슈 도출
20 지속가능성과 지표 및 목표
21 UN Global Compact

글로벌 윤리경영체계 구축

22 윤리경영 메커니즘
24 윤리경영 확산을 위한 노력
28 투명한 지배구조

국가와 사회에 대한 기여

30 간접적 경제효과
31 관광여건 개선을 위한 노력
31 관광산업경쟁력 제고

경제성과

경제성과

33 관광경제에 대한 책임과 노력
34 경제적 가치 창출 및 분배활동

통합적 혁신문화의 내재화

37 혁신경영을 위한 노력
38 주요 혁신경영 성과

창조를 통한 관광 블루오션 개척

41 새로운 해외마케팅
42 관광분야 신개념 창출
42 새로운 관광시장 개척
43 신성장동력산업 육성

사회성과

최고의 만족을 실현하는 고객만족경영

47 고객만족경영 메커니즘
49 고객만족경영을 위한 노력

글로벌 네트워크를 통한 파트너십 구축

52 파트너에 대한 책임과 노력
53 관광업계 전문성 제고
55 지방자치단체와의 협력 활성화

관광객을 위한 헌신

59 관광객에 대한 책임과 노력
60 관광객과 관광환경 이슈
61 관광객을 위한 서비스 개선 노력
63 관광환경 및 수용태세개선

협력업체와의 상생문화 구축

66 협력업체에 대한 책임과 노력
67 협력업체와의 상생경영

지역사회와 함께하는 행복만들기

69 지역사회에 대한 책임과 노력
70 사회공헌활동 체계
71 사회공헌 프로그램

임직원의 글로벌 핵심 인재화

73 임직원에 대한 책임과 노력
74 평등 고용을 통한 임직원 구성
76 글로벌 인재양성과 성과중심의 인사관리
79 일과 삶이 조화된 복지제도
80 합리적이고 개방적인 노사관계

녹색 경영

녹색 경영과 함께하는 관광한국

83 환경에 대한 책임과 노력
88 관광산업과 기후변화 대응
88 관광산업과 환경 영향
91 친환경 관광지 개발

95 부록

한국관광공사
2009 지속가능경영 보고서

보고서 특징

_ 본 보고서는 한국관광공사의 두 번째 지속가능경영 보고서로서, 한국관광산업 발전을 위한 공사의 지속가능한 노력과 성과를 담고 있습니다.

_ 공사의 주요 이해관계자 별로 보고서를 구성하고, 중대성 평가(이해관계자 설문조사, 벤치마킹 등)를 통해 도출된 주요 이슈를 중심으로 서술하였습니다.

보고서 작성 기준 및 검증

_ 본 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative) G3 가이드라인, BEST(B.E.S.T Sustainability Reporting) 가이드라인을 기준으로 작성되었으며, 보고서 내용의 신뢰성과 객관성을 높이기 위하여 금년부터 제3자 검증 절차를 거쳤습니다.

보고 기간 및 범위

_ 2005년 1월부터 2009년 12월까지, 공사의 정량정성적 성과를 담아 시계열 추세분석이 가능하도록 하였습니다. 보고서 작성일 기준 현재, 데이터 집계중이거나 수집이 불가능한 경우에는 보고 해당 기간 및 그 사유를 명시하였습니다. 또한 의미 있는 성과 및 활동은 2008년 및 2009년을 기준으로 하였습니다.

_ 보고 범위는 본사, 국내 및 해외지사, 3개 지역협력단의 주요 활동 및 성과이며, 출자회사의 경우 포함되지 않았습니다. 보고서 내 통화단위는 대한민국 원화(₩)와 미국 달러($)를 기준으로 표기하였습니다.

GRI G3 Guidelines 적용 수준

_ 공사는 '한국관광공사 2009 지속가능경영 보고서'가 GRI G3 가이드라인 보고서 적용 'A+' 수준에서 요구되는 사항을 모두 충족하였음을 자체 선언합니다.

추가 정보 및 연락처

_ 한국관광공사의 주요 경영성과, 재무현황 등에 대한 추가적인 정보는 관광공사 홈페이지에서 확인하실 수 있으며, 궁금하신 사항은 다음의 연락처로 문의해 주시기 바랍니다.

GRI REPORT

한국관광공사
KOREA TOURISM ORGANIZATION

홈페이지 http://kto.visitkorea.or.kr | 담당부서 고객만족센터
전자메일 19950028@knto.or.kr | 전화 02. 729. 9628 | 팩스 02. 728. 9701-2

"2009년 한국윤리경영 대상에서 공기업윤리경영 부문 대상을 수상하였습니다."

친애하는 고객, 주주, 그리고 이해관계자 여러분 !

안녕하십니까? 이참입니다.

그 동안 방송인으로서 활동하였습니다만 이제는 한국관광을 책임지는 한국관광공사 CEO로 공사 2009년 지속가능경영 보고서의 서두에서 여러분을 만나게 되었습니다.

우리나라의 역사, 문화, 자연, 사람이 너무 좋아서 귀화하게 되었는데, 제가 느꼈던 한국의 매력을 다시 외국인들에게 알리는 일을 맡게 되어 감회가 남다릅니다.

어떤 사람은 한국에 관광자원이 부족하다고 말하지만, 대한민국 구석구석에는 아름다운 자연풍광과 역사의 향기가 스며있는 매혹적인 곳들이 많이 있습니다. 아울러 한국 고유의 토속적인 전통문화, 맛깔스런 한식 등도 경쟁력 있는 콘텐츠입니다. 이렇게 우리가 가진 매력적 관광자원들의 가치를 재발견하고 많은 사람들에게 더 알려야 할 필요가 있습니다.

아울러 우리 관광산업은 국가 경제규모나 잠재력에 비해 관광산업의 위상이 취약한 점, 인바운드와 아웃바운드 간의 불균형 성장, 관광산업의 국가경쟁력이 약한 점 등 아직도 극복해야 할 현안이 많이 있습니다.

이러한 문제점을 해결하기 위해서는 먼저 관광인프라와 관광수용태세의 획기적인 개선이 필요합니다. 많은 사람들의 지혜를 모아야 할 때입니다. 이를 위해 학계, 경제계, 문화계, 주한외국인, 일반시민 등 범국민적인 참여의 장을 만들도록 하겠습니다.

다음으로 홍보 및 마케팅활동을 강화하겠습니다. 이 일환으로 직접 찾아가는'세일즈맨'의 자세로 한식 세계화 등의 프로젝트에 적극 참여하겠습니다. 또한 미래지향적인 고부가가치 전략상품을 개발하겠습니다. 동계레저관광, 해양관광, 고급요양관광 등 모범적이고 고부가가치의 사업을 적극 추진하겠습니다.

이러한 글로벌 안목을 가지고 추진하는 관광명품화 사업들을 통해 해외에 한국브랜드를 적극 알려 한국관광의 이미지를 개선할 것입니다. 우리관광의 경쟁력을 OECD 수준으로 끌어올려 선진 관광대국과 당당히 겨룰 수 있도록 저와 우리 공사 임직원 모두가 최선을 다할 것을 약속드립니다.

아울러 저희 공사는 2007년 9월 글로벌 윤리기준의 준수와 실천을 강조하는 '유엔 글로벌 콤팩트'에 가입하였으며, 투명 윤리시스템을 강화하고 실천해왔습니다. 그 결과 2009년 한국윤리경영 대상에서 공기업윤리경영 부문 대상을 수상하였습니다.

또한 우리 주변의 소외계층을 위해 공사 전 직원으로 구성된 '구석구석 나누미 사회봉사단'이 다양한 사회봉사활동에 적극 참여하고 있으며, 공사 특성에 맞는 사회공헌 프로그램을 적극 발굴하여 실천해나가고 있습니다.

공사는 고객가치 창출과 고객만족경영을 적극 추진한 결과 고객만족도 우수기관이라는 이미지를 달성하였습니다. 이러한 우수기관 이미지를 살려 고객 서비스 증진을 위해 지속적인 노력을 기울일 것이며, 노조 및 이해관계자들과 동반자적 상생협력을 통해 경영성과를 높이고 지속가능한 성장을 도모해 나갈 것입니다.

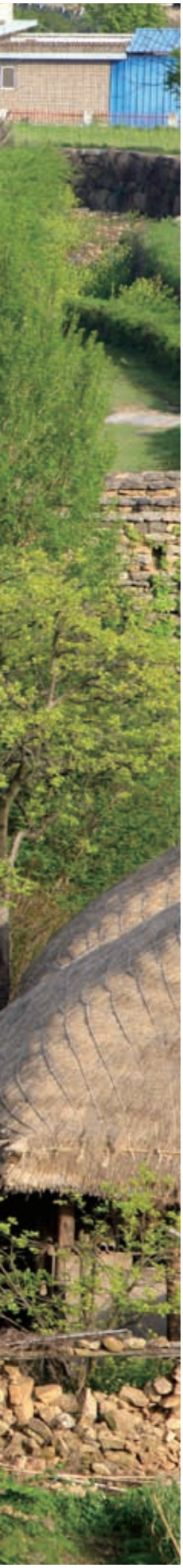
이처럼 공사는 한국관광발전을 통한 국가경제발전에 기여할 뿐만 아니라 사회, 환경적 책임 수행을 통해 다양한 이해 관계자들로부터 존경받는 지속가능한 글로벌 기업이 되고자 노력할 것을 약속드립니다.

이해관계자 여러분의 많은 관심과 격려 부탁드립니다.

감사합니다.

한국관광공사 사장 **이 참**

낙안읍성민속마을



기업개요

한국에 대한 이야기가 흐르는 관광공사

공사 개요 및 발자취

한국관광공사 개요

한국관광공사는(이하 '공사')는 1962년 국제관광공사법에 의거하여 창립되었으며, 국가관광산업 육성 및 발전을 목적으로 국제 · 국민관광진흥사업, 관광자원개발사업, 연구개발사업, 관광요원의 양성과 훈련 등을 위한 부대사업을 운영하고 있습니다. 2009년 외래관광객 782만 명이 한국을 방문하였고, 93.9억 불의 관광수입을 거두었습니다. 공사는 2009년 말 현재 544명의 임직원이 국내 및 해외 15개국에서 근무하고 있습니다.

기업명 _ 한국관광공사
사장 _ 이참
본사 _ 서울시 중구 청계천로 40번지
설립일 _ 1962년 4월 24일
기관 성격 _ 국가관광산업 육성 및 발전

총자산 _ 959,211 백만 원
매출액 _ 297,486 백만 원
당기순이익 _ 157,022 백만 원
외래관광객 유치 _ 782만 명
총인원 _ 722 명

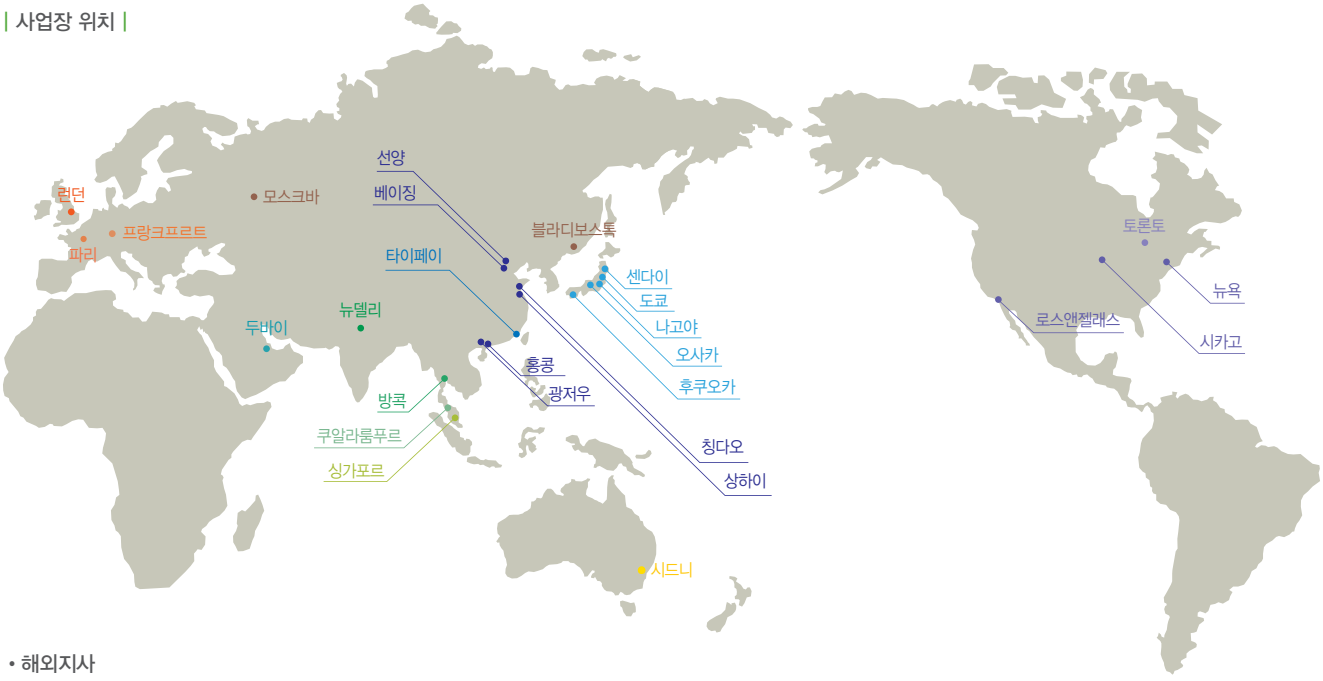
(2009년 12월 말 기준)

한국관광공사 연혁

1961	관광진흥법 제정
1962	국제관광공사(현 한국관광공사) 설립 호텔(워커힐, 반도, 타워, 조선 등), 아리랑택시, 대한여행사 등 직영 관광공사원 자격제도 시행
1968	외래 관광객 10만 명 유치(10만 3천 명)
1969	호텔학교 개설, 도쿄지사 개설
1971	경주 보문관광단지 개발 착수
1973	설악동 관광단지 개발 착수
1975	경주관광개발공사(자회사) 설립
1977	관광불편신고센터 설치, 운영 경주호텔학교(경주관광교육원) 개설
1978	외래 관광객 100만 명 유치(108만 명)
1979	PATA 총회 개최 ※ 해외조직망 확대('69년 1개소 → '70년 9개소)
1980	제주관광개발공사(자회사) 설립 중문관광단지 개발 계획 착수
1982	'한국관광공사'로 명칭 변경 제주 중문관광단지 개발 착수
1983	ASTA 총회 개최
1986	관광안내전시관 (TIC) 개관
1986 ~	관광기획단 구성 운영 (홍보 및 행사 진행 분야)
1988	86 아시안게임, '88 올림픽의 성공적 개최에 기여
1988	외래관광객 200만 명 유치(234만 명)
1989	제주관광개발공사 흡수 합병
1991	외래 관광객 300만 명 유치(320만 명) 해남 화원관광단지(현 오시아노 관광단지) 개발 계획 수립
1993	대전 엑스포 행사 지원, 서남관광개발공사(자회사) 설립
1994	한국 방문의 해 행사 개최 (서울 정도 600주년 기념 행사 등 총 318개 이벤트) PATA 3대 행사(연차총회, 관광교역전, 세계지부회의) 개최
1995	서남관광개발공사 흡수 합병
1996	한국관광공사 영문 명칭 변경(KNTC → KNTO)
1997	주문진 가족호텔 건설, 운영
1998	외래 관광객 400만 명 유치(425만 명)
1999	경주관광교육원 폐쇄
2000	외래 관광객 500만 명 돌파
2002	월드컵 및 아시안게임 관광기획단 운영
2003	금강산 육로관광 개시
2004	PATA 총회 개최, 투자유치센터 개소
2005	3R 계획에 따라 6본부 체제로 개편 공사의 새로운CI(기업 이미지 통합) 도입 외래 관광객 600만 명 돌파 그랜드코리아레저(자회사) 설립
2006	한국 관광 브랜드 'Korea, Sparkling' 개발
2007	한국 관광 브랜드 선포 외래관광객 645만 명 유치
2008	관광산업 경쟁력 강화를 위한 조직 개편 공사 영문 명칭 변경 (KNTO → KTO)
2009	외래 관광객 782만 명 돌파

공사의 사업 소개

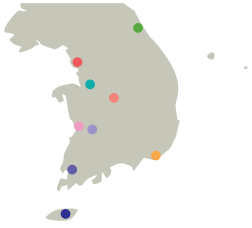
| 사업장 위치 |



• 해외지사

- **독일** 프랑크프르트
- **프랑스** 파리
- **미국** 뉴욕, 로스앤젤레스, 시카고
- **호주** 시드니
- **캐나다** 토론토
- **영국** 런던
- **러시아** 모스크바, 블라디보스톡
- **대만** 타이페이
- **UAE** 두바이
- **말레이시아** 쿠알라룸푸르
- **태국** 방콕
- **싱가포르** 싱가포르
- **일본** 나고야, 도쿄, 센다이, 오사카, 후쿠오카
- **중국** 베이징, 광저우, 상하이, 홍콩, 선양, 칭다오
- **인도** 뉴델리

• 국내지사



- **인천광역시** 면세사업단, 인천공항면세점, 인천항면세점
- **청원군** 청주공항면세점
- **부산광역시** 부산항면세점
- **평택시** 평택항면세점
- **군산시** 군산항면세점
- **서귀포시** 제주지사
- **목포시** 서남지사
- **전주시** 전북지사
- **강원도 고성군** 금강산지사

〉〉 관광공사 조직 구성

본사의 경우 2009년 말 현재 4개 본부, 13실 · 뷰로 · 단, 36개 팀 · 센터로 운영되고 있습니다. 본사 외에 국내지사 5개(면세사업단, 제주지사, 서남지사, 전북지사, 금강산 지사), 지역협력단 3개(영남, 충청, 호남), 15개국에 해외지사 27개를 두고 있습니다.

2009년은 공공기관 선진화 정책에 따른 핵심사업 중심의 사업구조 개편을 위해 노사 간의 신뢰 및 성과중심의 경영 시스템 구축을 바탕으로 인력 및 자산 구조조정, 조직 슬림화 및 인건비 절감 등의 경영효율화를 이루었습니다. 비핵심부분의 정원을 축소하고 핵심업무 프로세스를 개선하고 조직운영의 극대화 및 인사혁신을 이루고자 노력하고 있습니다.

| 한국관광공사 조직도 (2009년 12월 말기준) |

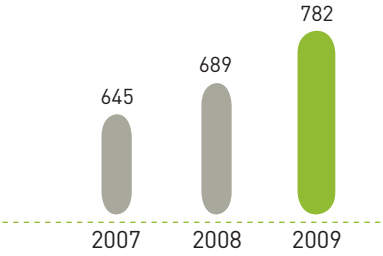
* 4본부, 13실 · 뷰로 · 단, 36팀 · 센터 / 5국내지사, 3지역협력단, 해외지사

〉〉 사업 개요

공사는 한국관광공사법에 의거하여 1. 국제관광진흥사업, 2. 국민관광진흥사업, 3. 관광자원개발사업, 4. 관광산업의 연구/개발 사업, 5. 관광관련 전문인력의 양성과 훈련, 6. 관광사업의 발전을 위하여 필요한 물품의 수출입업을 비롯한 부대사업 6가지 주요수행사업을 수행하고 있습니다. 특히 설립 초기부터 외래 관광객 유치업무에 주력하여 2000년대 들어 국내관광산업 수용태세 개선을 기반으로 세계관광객을 유치할 수 있도록 인트라바운드 개념을 도입하였습니다. 더불어 다양한 관광 소재 개발을 통해 국내외 관광객 총량을 균형적으로 확대하는데 노력하고 있습니다. 공사의 사업 영역은 크게 해외관광진흥, 국내관광진흥, 남북관광교류, 관광자원개발로 나뉘며 그 밖의 수익사업(면세점, 중문골프장)으로 자세히 구분됩니다.

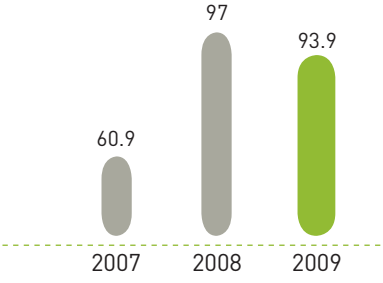
외래관광객 추이

(단위 : 만 명)



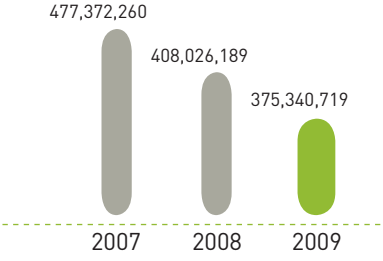
관광외화수입 추이

(단위 : 억 불)



인트라바운드 이동총량

(단위 : 인/일)



[해외관광진흥]

공사는 해외 시장별 유치 전략을 수립하여 15개국의 27개 해외지사를 거점으로 외래 관광객 유치활동을 전개하고 있습니다. 또한 해외시장 개척을 통해 잠재시장의 가능성을 확인하고 한국의 관광 매력을 알리고 있습니다. 공사는 한류 소재를 활용하여 다양한 한국관광상품 개발 및 판촉활동을 하고 있으며, 언론인 초청 지원사업, 홍보 및 이벤트 개최, 전시박람회 참가, 해외 TV 광고 등을 통해 한국을 홍보하고 있습니다.

더불어 8개 언어로 운영되는 한국관련 외국어 사이트(visitkorea.or.kr) 운영과 관광홍보물 및 여행상품 소책자 제작 등 한국 관광홍보의 중심 역할을 수행하고 있습니다. 이러한 노력의 결과 한국관광 핵심 콘텐츠를 활용한 Branded Contents (단순 스팟형태의 광고와 달리, 스팟+비넷(1분 이하의 짧은 프로그램)+스폰서쉽 고지 등으로 구성되는 특집 TV프로그램)라는 언론홍보를 신설하여 2009년 투입비용(14.3억 원) 대비 7.8배의 효과(112억 원)를 거두었습니다. 이밖에도 공사제작 영상물 및 간행물은 미국, 독일 등 국제대회에서 수상함으로써 매력적인 한국의 이미지를 구축하는데 일조하고 있습니다.

또한 공사는 관광부문 협력을 기반으로 글로벌 시장에서 관광산업의 지속가능성을 도모하기 위하여 관광 관련 국제기구(PATA[1], ASTA[2], UNWTO[3]) 및 지역협력기구(ASEAN[4] 등)와 협력 및 홍보활동을 전개하고 있습니다.

[국내관광진흥]

공사는 국내 관광산업의 활성화를 위해 여행지 발굴과 홍보, 지역 축제 및 우수관광프로그램 지원, 관광 인식도 제고를 위한 캠페인 등을 진행하고 있습니다.

지방자치단체 및 유관기관과 공동 네트워크를 구성하여 관광홍보마케팅 및 관광 인프라 개선 지원 등을 수행하고 있습니다.

그리고 관광업계 육성과 국내 관광수용태세 개선을 위해 관광개발컨설팅 지원 사업과 관광 전문인력 교육 사업을 시행하고 있습니다.

그 외에 관광홍보 사이트(visitkorea.com), 본사 관광안내전시관 및 전국 5개 지역 관광안내소, 24시간 관광안내전화(한국어, 영어, 일본어, 중국어)를 통해 관광객에게 정보를 제공하고 있습니다.

[남북 관광 교류]

공사는 북한 관광개발을 통한 국토의 균형 발전 및 한반도 평화에 기여하기 위해, 남북 관광교류 사업을 추진하고 있습니다.

주요 사업으로는 남북관광 교류를 위한 법 · 제도의 정비, 북한지역의 관광개방지역 확대를 통한 교차관광사업, 남북 연계 공동 자원의 조사 및 남북 연계 관광상품 개발 등입니다. 향후에는 남북 연계 관광상품 개발 및 동북아 역내 관광협력을 마련하고, PLZ(Peace Life Zone: 평화생명지대) 관광과의 연계를 통해 평화통일 시대의 기반을 다져나갈 것입니다.

한반도 상황의 특성상 남북관계 및 국제정세 등으로 남북관광교류에 어려운 점이 있지만, 장기적인 비전과 목표를 가지고 꾸준히 남북관광교류에 힘쓸 것입니다.

[관광자원개발]

관광자원개발은 자원 개발 및 활용에 있어서, 장기적이고 친환경적인 비전과 투자가 필요하기 때문에 관광공사의 역할이 무엇보다 중요합니다. 이에 공사는 전국의 관광자원을 기획 · 개발하는 관광개발 컨설팅 사업을 수행하고 있습니다. 현재 공사는 한국만의 차별화된 녹색관광상품 개발을 위해 도보여행길 등 녹색관광 테마를 활용한 코스 발굴 및 상품화를 위해 노력하고 있습니다.

PATA[1]: Pacific Asia Travel Association, 아시아태평양관광기구 ASTA[2]: American Society of Travel Agents, 미주여행업자협회
UNWTO[3]: UN World Tourism Organization, 유엔세계관광기구 ASEAN[4]: Association of Southeast Asian Nations, 동남아시아국가연합

회룡포

[수익사업]
공사는 외래 관광객 유치 및 한국 관광산업 경쟁력 강화를 위해 수익사업을 하고 있습니다. 현재 수익사업의 일환으로 면세점 및 중문 골프장을 운영하며 지속가능한 경영시스템을 바탕으로 2009년 말 면세사업 매출액 1,600억 원을 달성하였습니다. 정부의 공기업 선진화 방안에 따라 수익사업의 단계적 선진화를 추진 중에 있습니다.

공사의 비전과 미래 역할

공사는 '관광을 성장동력산업으로 이끌고 국가경제발전과 국민의 삶의 질 향상에 기여한다'는 미션과 '매력 있는 관광한국을 만드는 글로벌 공기업' 실현이라는 비전을 달성하고자 창의성, 전문성, 신뢰성을 바탕으로 하는 고객섬김을 핵심가치로 두고 있습니다. 이에 따라 공사는 2014년 중장기 목표로 외래관광객 1,200만 명 유치, 국제회의 외국인 참가자 25만 명 유치 등의 목표를 설정하였습니다.

| 기업 비전 |

미션	비전	핵심 가치	2014 중장기 목표
관광을 성장동력으로 이끌고 국가경제발전과 국민이 삶의 질 향상에 기여한다.	매력있는 관광한국을 만드는 글로벌 공기업	고객 섬김 창의성 / 전문성 / 신뢰성	외래관광객 1,200만 명 유치 국제회의 외국인참가자 25만 명 유치 외래관광객 수용대세만족도 4.35/5.0 달성 고객만족도 최고수준(A)유지

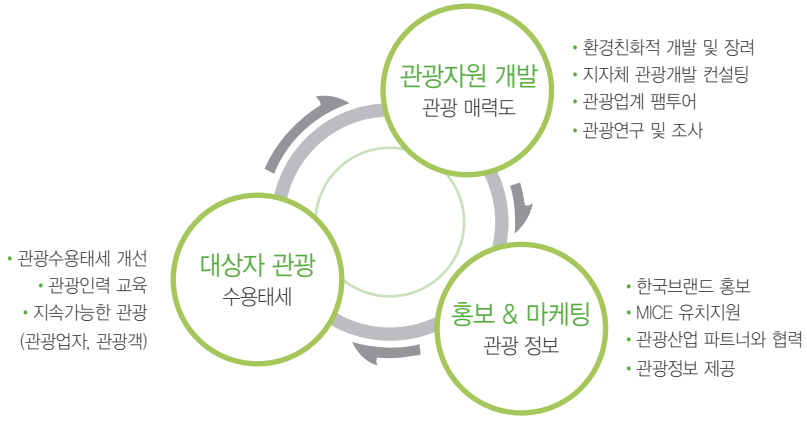
우도

〉〉 관광공사의 역할

우리나라 관광산업의 GDP기여율은 2009년 9.4%로 관광산업은 환경, 정보(IT)와 함께 세계 3대 잠재력이 높은 산업으로 한국경제의 성장동력으로서 국가적으로 육성해야 할 산업 중 하나입니다. 공사는 한국관광산업의 발전과 경쟁력 제고 및 지속성장을 위한 가치 창출에 노력하고 있습니다.

관광산업을 상품 개발 · 홍보 · 판매의 가치 사슬로 보았을 때 공사의 역할은 첫째, 한국의 매력을 알릴 수 있는 관광지, 관광소재 및 상품을 발굴 · 개발하는 것입니다. 둘째, 홍보 및 마케팅활동 등을 통해 관광산업을 활성화시키는 것입니다. 마지막으로 관광 시설 인프라 및 음식, 교통, 언어 등의 서비스를 포함한 관광산업 전반의 수용태세 개선을 위해 힘쓰는 것입니다.

| 관광산업에서 공사의 역할 |



〉〉 관광공사의 도전과 기회

관광산업은 해당 국가의 경제, 사회, 환경적 특성에 따라 경영여건이 변화하고 관광 경쟁력의 차이를 가져오기 때문에 이러한 특성과 변화를 분석하여 경영전략을 수립하고 대응할 필요가 있습니다.

[경제적 측면]

세계여행관광협의회(WTTC[5])의 연구조사에 따르면, 2009년 전 세계 관광산업의 국내총생산(GDP) 기여율은 9.9%이며, 세계 총 고용의 8.4%는 관광관련산업에 종사하며, 2018년에는 9.2%로 증가할 것으로 전망하고 있습니다. 우리나라의 국내총생산 기여율은 9.4%로 중국은 9.8%, 일본은 9.1%로 나타났습니다.

최근 아시아 태평양 시장이 유럽에 이어 세계 2위의 시장으로 성장하고 있는 가운데 아시아지역 국가간 관광산업 육성 경쟁이 심화되고 있습니다. 특히 일본의 경우 2010 Visit Japan Year, 싱가포르는 사회적 금기를 깨고 내국인 출입허용 카지노 건설, 홍콩의 경우 대규모 테마파크 조성 등 쇼핑도시에서 레저도시로의 변화를 추구하고 있습니다. 이러한 사업환경의 도전과 기회요인에 대응하여 공사는 새로운 패러다임의 관광수요를 파악하고 고부가가치 관광시장의 저변을 확대하도록 할 것입니다. 아울러 공사 내부적으로는 정부의 공기업 선진화 요구에 따른 사업환경의 변화와 환율변동에 따른 인바운드 여행객 감소 및 인접국의 외래관광객 유치 경쟁 심화에 대응하여야 할 것입니다.

[사회적 측면]

국내 관광 활성화는 지역 균형 발전이라는 긍정적 효과 외에, 관광지역 주민의 경제 · 사회적 만족 간의 불균형에 대한 문제를 불러 오기도 합니다. 지자체의 관광산업 개발의지에 정확하게 대응하여 이러한 문제점을 해결토록 하기 위해 지역 주민참여를 유도하고 지역 주민의 편익과 삶의 질을 향상시키기 위해 지속적으로 노력하겠습니다. 외부적으로 정부의 관광산업 저변 확대 의지 및 정부의 17대 신성장동력에 컨벤션, 관광산업이 선정되었고 공사 내부적으로는 신임 사장의 취임에 따른 정부 및 국민의 관심도가 증대되었습니다. 따라서 국내외 민관부문과의 전략적 파트너십을 강화하고 글로벌 수준의 관광수용태세를 정비 및 확충 하여 인트라바운드 활성화를 통한 지방관광수요를 확대하는 상생 경영을 실천하도록 하겠습니다.

[환경적 측면]

미래지향적인 신규 관광상품을 개발하기 위해서는 관광지 및 관광 소재 · 상품 개발에 있어서 환경적 영향을 최소화하여 환경을 보호하는 한국만의 차별화된 녹색관광상품의 개발이 요구됩니다. 따라서 공사는 2009년 4대강, 새만금 등 국책사업과 연계한 녹색테마관광 인프라를 구축 선도하고 저탄소 녹색관광 프로그램 확산 및 캠페인 강화를 위해 노력하고 있습니다. 다만 모든 교통수단과 관광지의 숙박시설에서 배출되는 온실가스를 최소화하라는 유엔 등 국제기구의 요구에 대응할 수 있도록 관광의 주요한 활동(관광지 이동, 숙박 등)에 수반되는 온실가스를 줄일 수 있는 산업계 전반의 공동 노력이 필요합니다. 또한 관광지에서의 환경적 영향 감소를 위한 노력은 관광객의 참여가 절실히 필요한 부분입니다. 환경은 관광산업 전반에 영향을 미치는 중대한 이슈로 떠오르고 있습니다.

[공사의 땀과 노력]

관광산업 및 공사를 둘러싼 국내외 경영 환경에는 여러 가지 기회와 도전 요인들이 있습니다. 공사는 위의 경제, 사회, 환경적 측면의 지속가능성을 이행하기 위해 노력하고 있습니다.

공사는 경쟁국과 차별화된 한국관광 이미지를 구축하고자 스토리텔링 기법을 이용한 한국관광 홍보를 강화하고 있습니다. 스토리텔링으로 한국을 보다 매력적인 관광지로 가치를 부여하고, 이야기(스토리)로 관광객들의 관심과 참여, 몰입을 유도하여 여행만족도를 제고하도록 하고 있습니다. 또한 관광서포터즈 제도를 도입하여 각 지방자치단체에 실질적으로 도움을 줄 수 있는 방안을 마련하고자 전사적으로 노력하고 있습니다.

WTTC[5]: World Travel & Tourism Council

지속가능한 미래를 위한 노력

지속가능성 추진체계

비전체계

공사는 지속가능경영을 미래의 성장동력으로 인식하고, 보다 체계적인 추진 및 관리를 위해 지속가능경영 전략과 주요과제를 선정하였습니다.
경제 부문에서 '혁신 · 창조 · 경영 선진화를 통한 글로벌 경쟁력 강화'라는 전략으로 접근하고 있습니다. 사회 부문에서는 무엇보다 중요한 '이해관계자와 함께하는 나눔의 경쟁력 확보' 전략을 세웠으며, 글로벌 이슈로 부각되는 환경 부문에서는 '친환경관광 선도를 통한 녹색경쟁력 확충' 이라는 전략 하에 지속가능경영의 기반을 마련하고 있습니다.

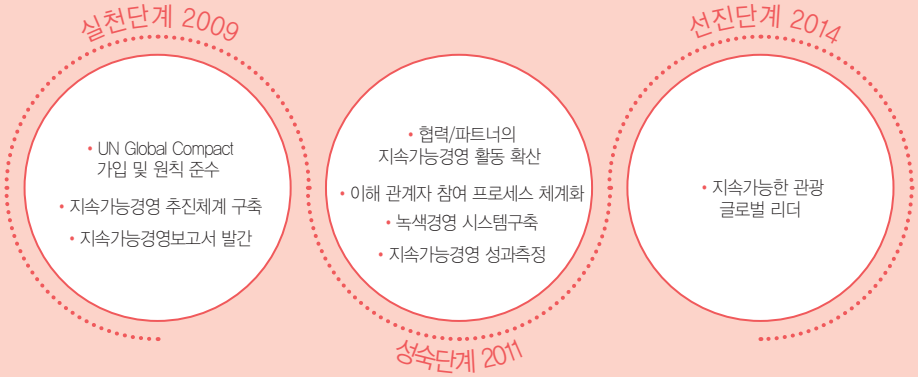
| 지속가능경영추진체계 |

미션	관광을 성장동력으로 이끌고 국가경제발전과 국민이 삶의 질 향상에 기여한다.		
비전	나눔의 경쟁력과 녹색성장을 바탕으로 관광산업의 글로벌 경쟁력을 갖추고 지속가능한 관광사업을 선도한다.		
전략	혁신 창조 경영 선진화를 통한 글로벌 경쟁력 강화	이해관계자와 함께하는 나눔의 경쟁력 확보	친환경 관광 선도를 통한 녹색 경쟁력 확충

주요과제	지속가능성	경제/혁신/창조	파트너 (지자체/관광업계/정부)	고객	지역사회	임직원	환경
	• 글로벌 관광 경쟁력 제고 • 산업계 리더십 발휘 • 윤리, 투명경영 • 상생 협력 (공정한 거래)	• 재무건전성 • 관광산업 신성장 동력화 • 시스템 경영 • 신(잠재)시장 개척	• 지자체 지원 및 협력 • 관광업계 지원 및 협력 • 정부정책 이행이행	• 고객 중심 경영 • 관광 제도 서비스 품질향상	• 구석구석 나눔 활동 • 사회공헌	• 글로벌 인재 육성 • 일과 삶의 균형	• 녹색경영 체계 구축 • 환경 친화적 관광산업 선도 • 친환경 관광상품 개발 및 관리

추진 로드맵

| 지속가능경영추진 로드맵 |



남산한옥마을

이해관계자와 함께

이해관계자 정의

공사의 이해관계자는 당사의 경영활동에 있어 경제 · 사회 · 환경적으로 주요한 영향을 미치는 그룹으로, 크게 정부, 파트너(관광업계, 지자체), 관광객, 협력업체, 지역사회, 임직원 6개 그룹으로 분류하고 있습니다.

〉〉 정부

문화체육관광부 등 관련 부처 및 기관들이 해당하며, 관광산업의 경쟁력 및 국가 이미지 제고를 위해 정부의 정책이행 및 제안 등의 상호협력적인 관계를 유지하고 있습니다.

〉〉 파트너

[관광업계]

관광산업의 개별 주체인 여행업계, 호텔업계, 항공업계, 국제회의 유치단체 등을 지칭합니다. 공사는 이들과의 업무협정 및 제휴, 공동 협력사업 등을 수행하고 있으며, 관광업계 육성을 위한 제도 개선 및 컨설팅 등을 지원하고 있습니다.

[지자체]

공사와 공동 네트워크를 구성하고 있는 기초 및 광역 지방자치단체, 지역관광공사(RTO: Regional Tourism Organization)를 의미합니다.
공사는 이들과 지자체 관광홍보마케팅 및 관광 인프라 개선 지원을 통해 지역 관광 활성화 및 경쟁력을 높이고 있습니다.

〉〉 관광객

공사는 이해관계자 분류 시, 우리나라 국민과 외국 잠재 관광객을 포괄하여 관광객으로 설정하였습니다. 관광진흥 사업 특성상, 관광객으로부터의 직접적인 가치를 창출하지 않지만, 국내 관광지를 방문하는 관광객을 대상으로 각종 여행 관련 정보제공, 수용태세 개선 등의 사업을 수행하고 있습니다.

〉〉 협력업체

공사의 협력업체는 수익사업의 계약 고객과 사무용품 및 서비스 공급업체로 정의됩니다. 공사는 공정하고 투명한 거래, 중소기업 제품 우선구매 등을 통해 상생 발전할 수 있는 방안을 모색하고 있습니다.

〉〉 지역사회

좁은 의미로는 본사, 국내지사, 지역협력단 등 사업 운영지가 위치한 지역을 말하며, 보다 넓게는 대한민국 국토 전체를 의미합니다. 공사는 전국 관광지화를 도모하고 있으며, 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 노력하고 있습니다.

〉〉 임직원

본사, 국내지사, 지역 협력단, 해외지사에 근무하고 있는 공사의 임직원을 지칭하며, 기업 활동에 있어서 주요 가치를 창출하는 내부 이해관계자입니다.

이해관계자와의 의사소통

공사는 이해관계자들과의 지속적인 신뢰 구축을 위해, 공사의 주요 책임을 설정하고 다양한 의사소통 채널을 마련하고 있습니다. 수렴된 이해관계자 의견은 실제 경영활동에 반영하고 있으며, 주요 결과는 본 보고서 해당파트에 기술하였습니다.

| 지속가능경영추진 로드맵 |

분류	공사의 책임(주요 이슈)	의사소통 채널
정부	• 공기업 선진화 • 관광 정책 이행 • 투명 경영 • 한국 관광 이미지 제고 • 관광산업 경쟁력 증진	경쟁력강화회의, 간담회, 협의회, 워크숍
관광업계	• 중소기업 지원 • 마케팅 홍보 지원 • 규제완화 및 세제지원 • 공사 노하우 전수 • 국내외 관광활성화를 통한 수익 창출	간담회, 협의회, 워크숍
지자체	• 지역관광 활성화(개발, 홍보, 지원) • 사업지원 및 노하우 전수 • 지역 협력	간담회, 협의회, 워크숍
관광객	• 관광정보 제공 • 관광인프라 개선 • 관광편의 제고 • 관광 상품의 품질 개선	• 고객참여마당 • 특별제안공모 등 고객의견 수렴 • 국민 여행 실태 조사 • 외래 관광객 실태 조사 • 온라인 사이트 만족도 조사 • 고객 만족도 조사
협력업체	• 윤리경영 • 공정한 거래 관계 • 상생경영	• 청렴도 조사 • 계약고객 만족도 조사
지역사회	• 지역 경제 발전 • 개발의 보상, 생계대책 • 지역 환경보호 • 사회공헌	지사별 지역사회 간담회
임직원	• 공정한 보상과 인사관리 • 일과 삶의 균형(복리후생)	• 윤리경영 인식도 조사 • 임직원 만족도 조사 • 노사협의회

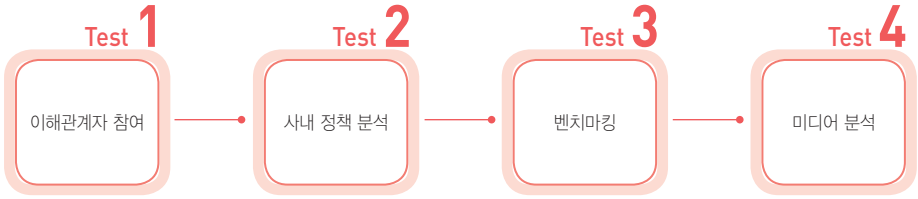
| 이해관계자 분류 |

중대성 평가에 따른 이슈 도출

중대성 평가(Materiality Test) 개요

지속가능경영 추진을 위한 공사의 주요 이슈들은 중대성 평가 모델(IPS Materiality Test Model[TM 6])을 활용하여 도출하였으며, 이슈 별 중요도에 따라 세 그룹(High, Medium, Low)으로 분류하였습니다. 구체적으로 본 보고서에서는 이해관계자 참여(설문조사 및 전문가 인터뷰), 사내 정책 분석, 해외 선진기업 벤치마킹, 미디어 분석의 4단계 중대성 평가를 진행하였습니다.

| 중대성 평가 모델 |



〉〉 이해관계자 참여

공사는 경영 현황 진단 및 중장기 전략 수립을 위해 주요 이해관계자를 대상으로 정기적으로 의견을 수렴하고 있습니다. 관광업계, 지자체, 협력업체, 임직원 등을 대상으로 만족도 및 설문조사[7]를 실시하고 있으며, 본 보고서를 위해 보다 전문적인 견해를 듣고자 각계 전문가 3인을 대상으로 인터뷰[8]를 진행하였습니다. 보다 구체적인 내용은 본문 해당파트에서 확인하실 수 있습니다. 이해관계자 참여 결과는 보고서 작성 단계시 반영하였으며, 공사의 향후 경영전략에도 참고할 예정입니다.

〉〉 사내 정책 분석

핵심 성과 지표, 중장기 전략과제 등 주요 사내 정책을 분석한 후, 공사의 지속가능경영 현황을 파악하였습니다.

〉〉 벤치마킹

공사의 사업특성과 가장 비슷한, 해외 선진 관광공사(영국과 호주)와 해외관광기업(TUI)를 벤치마킹하였습니다. 이들의 지속가능경영 현황 및 전략을 조사하여 공사의 주요 이슈 도출에 반영하였습니다.

〉〉 미디어 분석

2009년 4월부터 2010년 2월까지 언론에 보도된 공사의 관련기사를 검색하여 기사의 빈도 및 영향력을 고려한 후, 분야별 주요 이슈를 도출하였습니다. 이를 통해 공사에 대한 대내외 인식을 파악하고, 향후 나아갈 방향을 점검할 수 있는 기틀을 마련하였습니다.

IPS Materiality Test Model[TM6] : 지속가능경영 전략 개발 및 지속가능경영보고서 작성을 위해 산업정책연구원(IPS)이 2006년 12월 개발한 모델로, 각 테스트를 거쳐 개별기업의 특성과 현황에 적합한 중요 이슈를 도출하는 기법입니다.

[7]본 보고서 중대성 평가에 반영된 주요 이해관계자 대상 지속가능경영 설문조사는 다음과 같습니다. 2010년 5월 임직원 설문조사 (232명), 협력업체 설문조사 (36명)

[8]전문가 인터뷰는 2010년 5월 중 정부, 학계, 산업계 전문가 3인(문화체육관광부 관광정책과 노일식 과장, 인하대학교 물류대학원 김태승 교수, 예일회계법인 박성용 부회장)을 대상으로 실시되었습니다.

중대성 평가 결과

중대성 평가를 통해 도출된 이슈는 해당 분야 별 이슈의 중요도에 따라, 세 그룹(High, Medium, Low)으로 분류하였습니다.
공사의 지속가능경영에 있어서 가장 중요한 상위(High) 이슈는 경제 분야에 가장 많았으며 그 다음으로 환경, 임직원 및 파트너(관광업계, 지자체), 지속가능성 분야 순으로 나타났습니다.

| 내 • 외부 분류 중대성 평가에 따른 중요 이슈 |

지속가능성과지표 및 목표

| 지속가능경영 성과지표 및 목표 |

구분		성과지표	2008 성과	2009년		2010년 목표
				목표	성과	
지속가능성	지속가능성	UN Global Compact	준수	COP 제출	COP제출	COP 제출
		지속가능경영 추진	지속가능경영보고서 초안 완성	보고서 발간 및 지속경영문화 체득	보고서 발간 및 지속경영 문화 체득	보고서 발간 및 지속경영 문화 체득
	윤리 · 투명경영	윤리기업문화 정착	윤리경영대상 수상	청렴도 최고 단계	청렴도 최고 단계	청렴도 최고 단계
		이사회 운영 활성화	13회	월1회이상	15회	월1회이상
경제	경제	부채비율(%)	90.1	93.0	68.5	75.4
		신용등급	AAA	AAA 유지	AAA 유지	AAA 유지
		외래 관광객 수 (천 명)	6,890	7,500	7,817	8,300
		국내 관광 이동 총량 (백만인,일)	408	530	432	400
		관광수입 (억 불)	97	85	93.9	95
	혁신 · 창조	융복합소재상품개발 (건수)	24	35	36	46
		국제회의 유치 및 개최 지원 (건수)	185	203	205	225
	고객	고객만족도	A(최고단계)	A(최고단계)	A(최고단계)	A(최고단계)유지
사회	관광객	외래관광객 만족도 (5점 만점)	4.09	전년대비 향상	4.12	전년대비 향상
		온라인 관광정보 일평균 이용건수 (페이지뷰)	1,146천뷰	1,260천뷰	1,287천뷰	1,416천뷰
		관광정보 컨텐츠 만족도 (%)	87.0	65.0	87.0	72.0
	파트너	지자체 관광개발 컨설팅 (건수)	20	전년대비 향상	17	전년대비 향상
		방한상품 기획 지원 모객 실적 (만 명)	42	46	48	53
	임직원	1인당 교육훈련 (시간)	25,344	26,611	26,667	27,467
		노사분규 (건수)	0	0	0	0
		여성 고용 비율 (%)	41.5	50	41.5	50
		장애인 비율 (%)	2	2	2.06	2
	협력업체	중소기업 구매 비율 (%)	92.	90.	93.8	전년대비 향상
		전자계약 조달률 (%)	14.2	13.9	16.6	전년대비 향상
	지역사회	사회공헌 마일리지	13,146	12,000	15,210	20,000
환경	녹색경영	에너지 사용 절감률 (%)	4.1	2.0	4.0	전년대비 향상
		에너지 절약 추진 사례 (건수)	8	5	6	전년대비 향상
		친환경상품 구매 비율 (%)	96.7	85.0	97.4	전년대비 향상

UN Global Compact

UN 글로벌콤팩트 가입 및 준수

공사는 2007년 9월 UN 글로벌콤팩트[9]에 가입한 이래로 인권, 노동, 환경, 반부패의 4개 항목 10대 원칙을 준수하고 있습니다. 이를 통해 공사의 사회적 책임 활동을 더욱 강화하고 윤리 · 투명경영을 정착시키고 있습니다. UN 글로벌콤팩트 준수 성과와 활동은 지속가능경영 보고서를 통하여 공개하고 있습니다.

| 중대성 평가 모델 |

구분	원칙	관련규정 및 방침	GRI G3 가이드라인[10]	BEST 가이드라인[11]
인권	1. 우리는 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중한다.	단체협약 34조(징계입증책임), 취업규칙 55조(신분보장)	HR1 HR5 HR9 HR2 HR6 HR3 HR7 HR4 HR8	PN2 EM9 CO2 PN3 EM10 EM7 EM30 EM8 EM31
	2. 우리는 인권침해에 가담하지 않고 있음을 확인한다.	취업규칙 55조(신분보장)	HR1 HR2 HR8	PN2 PN3 EM31
노동	3. 우리는 결사의 자유와 단체교섭 권리를 보장한다.	단체협약 12조(유일교섭단체), 단체협약 10조(조합활동의 보장)	HR5 LA4 LA5	EM8 EM12 EM13
	4. 우리는 모든 형태의 강제노동을 배제한다.	단체협약 11조(부당노동행위의 금지), 취업규칙 2절(근로시간 및 휴게시간)	HR7	EM10
	5. 우리는 아동노동을 효과적으로 폐지한다.	별정직 직원관리규정 27조 (단기근로자의 사용요건)	HR6	EM9
	6. 우리는 고용 및 업무상 차별을 근절한다.	단체협약 6장(남녀평등과 모성보호)	HR4 LA13 LA2 LA14 LA10	EM2 EM7 EM3 EM17 EM5 EM27
환경	7. 우리는 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.	네오투어리즘 실행 가이드라인	4.11	GR11
	8. 우리는 보다 많은 환경적 책임을 지는데 앞장선다.	네오투어리즘 실행 가이드라인	EN2 EN13 EN26 EN5 EN14 EN27 EN6 EN18 EN30 EN7 EN21 EN10 EN22	EV1 EV16 EV27 EV2 EV17 EV23 EV3 EV4 EV24 EV11 EV26
	9. 우리는 환경친화적인 기술개발 및 확산을 지원한다.	임직원 행동강령 전문	EN2 EN10 EN5 EN18 EN6 EN26 EN7 EN27	EV4 EV23 EV5 EV24 EV11 EV18
반부패	10. 우리는 부당취득 및 뇌물등의 모든 형태의 부패를 근절하기 위해 노력한다.	임직원행동강령 제2장 임직원의 기본자세 제5장 부당이득수수 금지	SO2 SO3 SO4	CO5 EM25 EM26

UN 글로벌콤팩트[9] : 코피아난 전 UN 사무총장이 1999년 1월 스위스 다보스에서 열린 다보스회의에서 처음 제창한 협약으로, 기업의 투명성 및 사회적 책임에 대한 4개 항목 10대 원칙으로 구성되어 있습니다.
GRI(Global Reporting Initiative) G3 가이드라인[10] : 1997년에 국제 환경단체연합인 환경책임경제연합(CERES)과 유엔환경연합(UNEP)이 합작하여 제정한 지속경영 보고서 작성 가이드라인으로서, 2006년 10월 개정판 G3 버전을 공식 발표하였습니다.
BEST 가이드라인(BEST Sustainability Reporting Guidelines)[11] : 국내 지식경제부, 대한상공회의소, 산업정책연구원이 공동으로 개발한 보고서 가이드라인으로, 기업의 경제 · 사회 · 환경적 성과뿐 아니라 혁신 · 창조경영 부분을 추가한 것이 특징입니다.

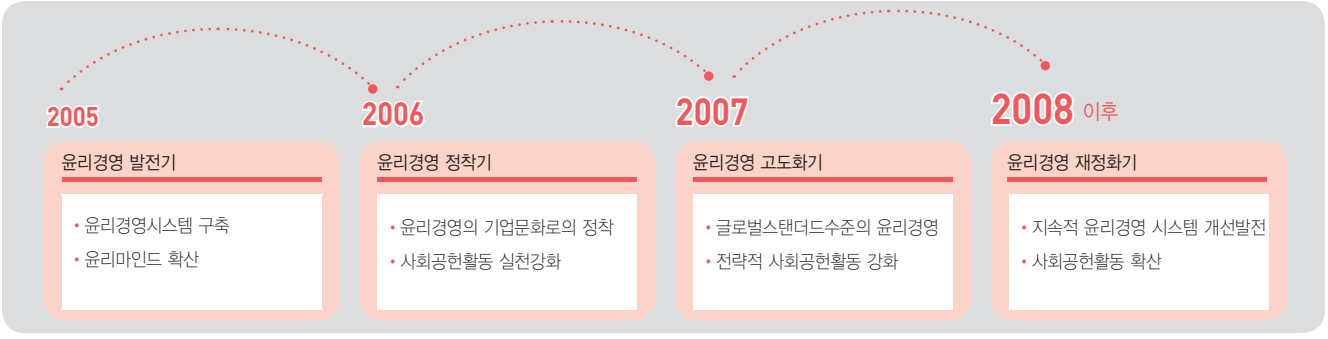
글로벌 윤리경영 체계 구축

윤리경영 메커니즘

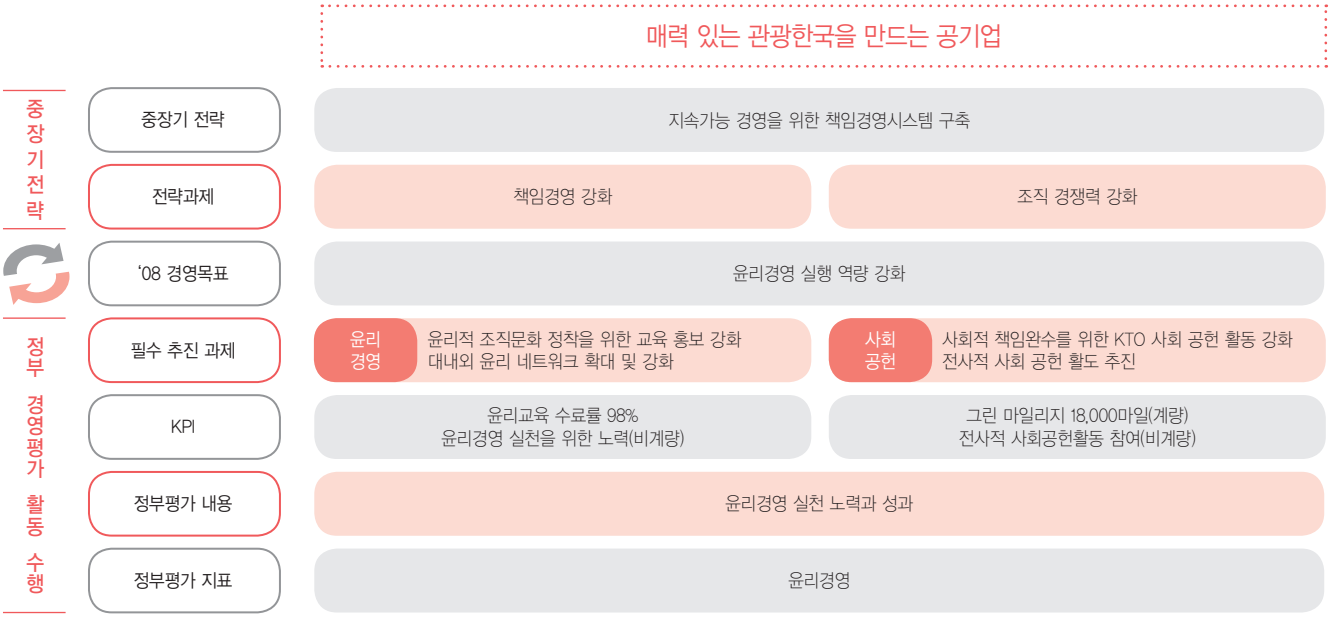
윤리경영 목표 및 추진체계

공사는 글로벌 환경에서 빠르게 일어나고 있는 관광 트렌드 변화를 수용하기 위한 공사만의 노력이 필요한 상황입니다. 또한 최근 정부에서는 '공기업 선진화'방안을 통해 공기업을 경쟁력 있는 기업으로 바꾸기 위한 노력을 하고 있습니다. 따라서 시장에서 경쟁력 있는 기업으로 살아남기 위한 체질 개선을 이루기 위해서는 글로벌 윤리경영에 대한 인식을 토대로 공기업의 특성을 반영한 보다 적극적이고 능동적인 윤리경영을 추진해 나가야 합니다. 공사는 국내 뿐만 아니라 해외까지 포함되는 사업의 특성과 외국인을 대상으로 하는 사업이 많아 국제기준에 부합하는 글로벌 윤리경영을 지향하고 있습니다. 이처럼 공사는 2004년 이래 윤리경영 전담부서를 운영하며 '지속가능경영을 위한 기업문화 정착 및 가치창출 윤리경영 시스템'을 구축하고 앞장서 나아가고 있습니다. 미래의 공사는 경쟁력 있고 지역사회와 상생하는 기업으로 변화요구에 부응하기 위해 국제적 기준에 부합하고 경쟁력 있는 윤리경영, 지역 및 주민과 상생하는 윤리경영, 지역환경을 최대한 고려하는 윤리경영을 추진하고자 합니다.

| 윤리경영 추진실적 |



| 윤리경영 추진전략 |



윤리경영 추진조직

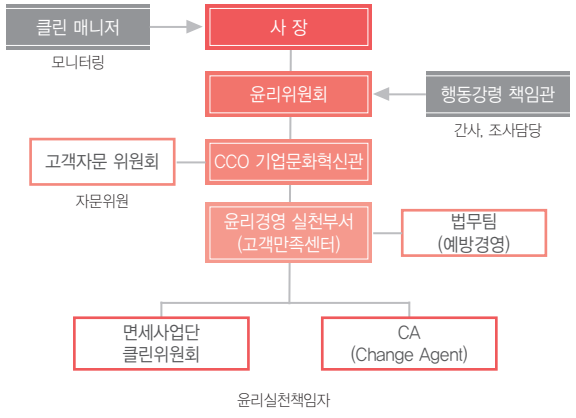
》 윤리위원회

공사는 윤리경영과 관련된 주요 정책 사안을 제안하고 결정하는 최고 의사결정기관인 윤리위원회를 설치하여 운영하고 있습니다. 윤리위원회는 CEO가 직접 위원장을 맡고 있으며 관련 전문가 외부위원 4명과 내부위원 6명으로 구성되어 있습니다. 토론과 합의에 의한 회의체 성격으로 운영되고 있으며, 매분기 정기회의를 개최하여 윤리경영이 기업문화로 정착되도록 기여하고 있습니다. 2009년에는 총 4회 개최되어 20건의 논의 및 제언이 이루어졌습니다.

》 윤리경영 전담부서

윤리위원회 산하에는 실천 활동을 총괄하는 기업문화혁신관(CCO: Chief Culture Officer)이 윤리전담조직을 설치하여 윤리경영 제도 및 문화를 정착시켜 나가고 있습니다. 또한 2005년부터 현장 부서를 중심으로 클린매니저(사내준법감시단)를 설치 · 운영하고 있으며, 각 부서의 팀장을 윤리경영실천리더(CA: Change Agent)로 지정하여 윤리경영을 실현해 나가고 있습니다. 면세사업단의 경우, 2006년 본사와 별도로 면세사업단의 윤리경영 실천을 총괄하는 '클린위원회'(면세사업단장 : 위원장)를 구성하여, 현장 중심의 엄격한 윤리기준 적용을 통해 비윤리적 행위를 방지하고 있습니다.

| 윤리경영 추진조직도 |



조직	역할	구성
윤리위원회	윤리경영 최고 정책 결정 KTO 사회공헌 방향결정	사장 + 임원 + 외부위원
CCO	윤리 실천 총괄	경영 본부장
윤리경영 실천부서	윤리경영 전략수립 실행 및 지원, 진단/평가	고객만족센터
면세사업단 클린위원회	사업단 윤리경영 실천	단장, 점장 부서추천자
CA 윤리경영실천리더	현장 실천 리더 모니터링, 사례전파, 교육	과장급 이상
클린매니저	제도개선파악 우수사례 발굴	현장부서 팀원급
행동강령 책임관	강령 실천여부조사 강령 준수관련 상담	감사실장

| 윤리 추진 조직의 내실 있는 운영 |

윤리위원회 위상 강화 및 운영내실화

- 기관장이 위원회 직접 주도
- 분기 1회 정기모임(3월, 6월, 9월, 12월) 및 수시모임 개최
- 분야별 외부위원 참여를 통한 의제의 균형적 검토

상담실적	2006	2007	2008	2009
	3회/15건	9회/16건	4회/17건	4회/14건

행동강령 책임관 상담실적 및 사례공유

상담실적	2007	2008	2009
	12건	17건	12건

면세사업단 클린(Clean)위원회 운영

- 총 20명(위원장 1명, 간사 1명, 위원 18명)
- 분기별 1회 면세점장 회의시 안건이 있을 경우 윤리테마 상정 논의

윤리경영 확산을 위한 노력

윤리경영 추진 로드맵

공사는 윤리경영시스템의 확립과 함께 윤리경영을 조직문화로 발전시키면서 자율적인 윤리경영 실천역량을 강화하고, 나아가서 지속가능경영체계를 정착시켜 나가기 위해 지난 2007년까지 1단계 '윤리경영 문화 확산' 노력을 기울였으며, 2008년부터 2010년까지는 2단계 '자율적 윤리경영 실천 강화'에 주력하고 있습니다. 2011년부터는 '지속가능경영체계 정착' 노력을 경주할 계획입니다.

| 윤리경영 규정 추진 로드맵 |

~2007
윤리경영 문화확산
- 윤리경영 실행역량 정립
- 전략적 사회공헌 활동 실천
- 지속가능경영체계 수립

▶

2008~2010
자율적 윤리경영 실천 강화
- 윤리투명경영 시스템 개선 • 발전
- KTO형 사회공헌 활동체계 구축 및 브래드화
- 기업운영의 투명성 강화

▶

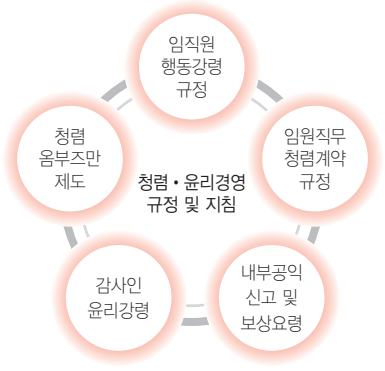
2011~
지속가능경영체계 정착
- 윤리투명경영 자율적 실천력 내재화
- 지속가능경영 최우수 공기업 달성

윤리경영 인식제고 노력

〉〉 윤리경영 실천 생활화

공사는 2004년부터 추진해 온 전사적인 윤리경영에 힘입어, 윤리경영 추진 전담조직을 두고, 윤리경영 및 임직원행동강령 등 윤리규범을 수립하고, 윤리경영시스템을 구축하였습니다. 이후 내부공익 신고의 유도 및 활성화를 위한 '내부공익신고제도'와 '청렴서약제도', '사내준법감시단 제도' 등 다양한 부패근절 및 윤리경영 실천제도를 단계적으로 도입하여 윤리적 의사결정이 자리 잡을 수 있도록 노력하고 있습니다.

| 윤리경영 규정 및 지침 |

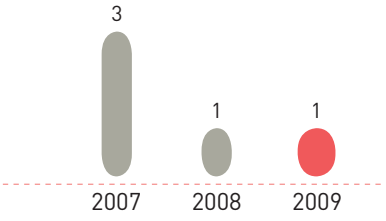


- 임직원 행동 강령 | 조직가치와 목표실현을 위한 경영활동의 기본정신과 원칙
- 임직원 행동강령 세부실천 지침 (개정,'08.7) | 윤리강령 실천을 위한 임직원의 구체적 행동지침
- 감사인 윤리강령 ('08.2) | 감사인 자세, 청탁처리, 감시인 윤리서약서 작성 등 수록
- 청렴 옴부즈만 제도 ('08.8) | 신고자 신변보호 강화, 외부변호사 별도 위촉
- 임원 직무청렴 계약 규정 | 임원 재직기간 중 직무청렴 의무화 책임 규정
  임원 교체시마다 계약체결 제도화

이처럼 공사는 윤리기준 강화를 위해 윤리강령 및 임직원 행동강령 등의 위반 여부를 상시 모니터링하여 시정하고 있습니다. 이에 따라 공사는 부당출장, 부당 예산집행 사례 등 2000년 이후 행동강령 위반 사례를 공개하고 있습니다.

청렴문화 실천과 기업문화 전반의 윤리의식 제고를 위해 2005년 간부급을 중심으로 임원 및 1급 간부 24명이 청렴 결의대회를 개최하였으며, 2006년도에는 전 직원이 윤리실천 서약을 공표하였습니다. 또한 공사 CEO도 2009년 3월 '윤경SM포럼'[12] CEO 실천 서약식에 참석하여 공사의 윤리경영 실천의지를 대내외에 표명하였습니다.

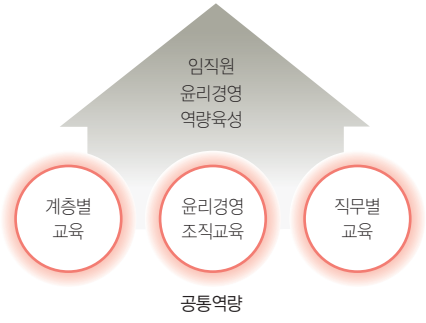
행동강령 위반 · 적발 사례 건수

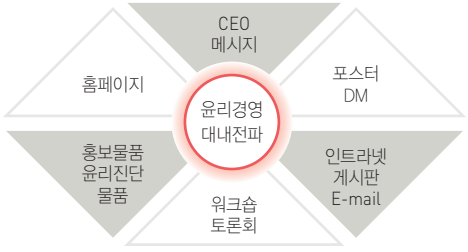


윤경SM포럼(BEST Forum: Business Ethics and Sustainability management for Top performance)[12] : 산업정책연구원(IPS)이 2003년 2월 19일 발족시킨 다자간 포럼으로, 윤리경영 이해관계자를 주축으로 한국의 윤리경영 확산과 윤리적 기업문화를 이끌어나가고 있습니다.

》 윤리경영 문화 내재화를 위한 윤리교육 및 홍보

| 윤리경영 교육 및 홍보 체계 |





계층별	임직원 계층별 역량
직무별	직무프로세스와 과업역량
윤리경영조직	전담조직 역량
공통윤리	임직원 공통 기본교육

- 다양한 채널을 통해 윤리경영 전파
- 워크숍, 인쇄물 등 오프라인 채널 활용
- 홈페이지 + 인트라넷 등 온라인 홍보 시행

전 직원의 공감대 형성과 윤리경영 문화 내재화를 위해 2006년부터 매년 전 직원을 대상으로 온라인 윤리교육을 시행하고 있습니다. 또한 직급별 교육과정에 윤리경영을 의무교육으로 포함시키고, 해외지사 근무자, 관광개발, 면세점 분야 종사자 등 보다 높은 윤리적 책임이 요구되는 현장부서를 중심으로 교육 프로그램을 차별화하여 시행하였습니다. 특히 2009년에는 국제적 기준에 부합하는 경쟁력있는 윤리경영 실행을 위하여 임직원 교육을 강화하여 전체임직원이 총 3,163시간동안 교육을 이수하였으며 이는 1인당 4.37시간에 해당됩니다. 상임감사 윤리경영 특강, 청년인턴대상 윤리경영 교육, 임원 간부대상/ 3급 팀장급 이상 윤리모닝 특강을 2009년 신설하였습니다.

| 2009년 윤리경영 교육 실적 |

구 분	교육내용	실적
공통역량	상임감사윤리경영 특강	5회
	전직원 윤리경영 메시지교육(724명)	10회
	전문가 특강(598명)	2회
	성희롱예방교육(724명)	1회
직무별	해외지사 부임자 윤리교육(10명)	1회
	청년인턴 공사윤리경영 교육	1회
	현장부서 사례 중심 윤리실천 교육	11회
	감사사각지대 행동강령 교육(546명)	15회
직급별	임원 간부대상 윤리모닝 특강(34명)	5회
	3급 팀장급 이상 윤리모닝 특강(74명)	1회
	승진자 의무교육(50명)	1회

》 대외 윤리 네트워크 활동 참가 및 지원

공사는 2007년 9월 'UN Global Compact'에 가입하는 등 세계 윤리라운드 및 윤리경영 부문의 글로벌 스탠더드 추세에 대응하고 있습니다. 또한 공기업 투명성 확보를 위해 18개 공기업으로 구성된 '공기업투명사회협약'에 가입하고 공기업투명사회 실천협회 활동에 적극 참여하고 있습니다. 2008년 1월 이래로 윤경SM포럼, 윤경CEO 클럽, 한국윤리경영학회에도 가입하여 대외적 윤리 네트워크 확산에 동참하고 있습니다.

윤리경영 기반 구축

〉〉 임원직무청렴계약

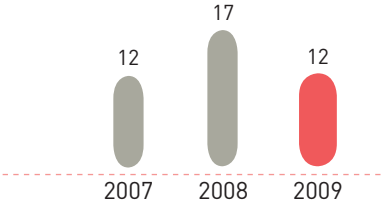
2006년 임원 직무청렴계약 규정을 제정하여 모든 임원들이 이를 체결하도록 제도화하였습니다. 이는 임원 재직기간 동안 직무청렴의무를 다함은 물론, 퇴직 이후에도 책임을 지겠다는 약속을 의미합니다. 청렴계약제는 공사의 용역을 포함한 모든 계약에 적용되며 2009년 10월에는 외국업체간 계약업무 행위에도 구체적인 행위 기준에 의거 계약업무 지침이 마련되었습니다. 이같은 계약실적은 공사 홈페이지를 통해 이해관계자에게 공개되고 있습니다.

〉〉 내부공익신고제도 운영

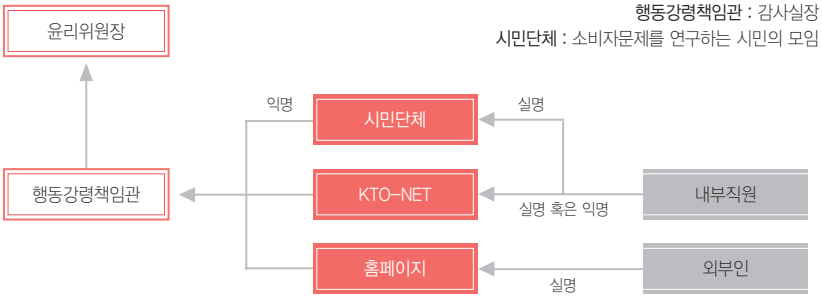
공사는 윤리적 문제에 대한 상담과 신고를 위하여 '클린경영센터'를 운영하여 행동강령 위반 여부를 모니터링 하고 유사 상담을 가능하게 하고 있습니다. 2007년 이후 '명절선물 안주고 안받기 운동'을 전개해오고 있습니다. 이해관계자로부터 3만원 이상의 금품을 받을 경우 감사실 '선물신고센터'로 연락하면 공사의 비용으로 반송하며, 반송이 곤란한 경우 사내 경매를 통해 사회봉사기금으로 활용하고 있습니다. 2009년에는 총 7건이 접수되어 반환 및 기증 되었습니다.

행동강령 상담실적

(건수)



| 내부공익신고제도 |



행동강령책임관 : 감사실장
시민단체 : 소비자문제를 연구하는 시민의 모임

행동강령책임관 또는 감사실에 신고하실 때는 실명, 비실명 여부를 선택하실 수 있지만 시민단체에 신고하실때는 반드시 실명을 밝히셔야만 합니다. 신고보상금은 실명을 기재하실 때에 한하여 지급합니다.

〉〉 클린카드제도 도입 및 투명회계시스템 구축

공사는 2005년 4월 이래로 클린카드제도를 도입하여 운영하고 있습니다. 이를 통해 부적절한 경비사용을 제도적으로 차단하여 모든 직원들이 경비를 투명하게 집행할 수 있도록 하였습니다. 또한 SMS시스템(Strategic Management System)을 도입하고 해외지사 정산시스템을 정비하여 회계관리의 투명성을 확보하였으며, 법인카드 사용 내역을 SMS시스템 인트라넷에 공시하여 모니터링하고 있습니다.

〉〉 윤리경영 성과관리시스템

공기업 윤리경영에 대한 체계적인 성과관리시스템인 'KTO 윤리실천성과지수(KEDEX: KTO Ethics Index)'를 개발 · 운영하고 있습니다. KEDEX는 공사의 윤리경영 실천노력 및 임직원의 사회공헌활동 등 각종 실적들을 입력하여 분야별 지수 및 종합지수로 산출해내는 시스템으로, 장기적 · 포괄적인 자기점검 프로그램입니다. 산출된 지표는 인트라넷에 공시되어 개인별 득점 현황 조회가 가능하며, 이러한 자기점검을 통해 공사 및 임직원의 윤리적 실천력이 향상되었습니다.

| KEDEX 지표 체계 |

KEDEX 지표 체계
윤리경영 실천노력 지수
사업의 윤리성 지수
윤리경영 인지도 지수
개인별 사회공헌 지수

| KEDEX 온라인 화면 |

》 상시적 윤리경영 모니터링 E-감사시스템

사전 · 성과감사 등 업무전반에 대한 상시 모니터링을 통한 예방경영을 실현하기 위해 2008년 4월 E-감사시스템을 도입하였습니다. 또한 E-감사시스템 내 '윤리감사' 메뉴를 신설하여 자체 지정 부패취약분야에 대한 집중 관리와 행동강령 상담 실적을 데이터베이스화하여 운영하고 있습니다. 감사사각지대 행동강령에 대한 직원교육은 2009년 직원을 대상으로 6회 실시되었습니다.

| e-감사시스템 구축화면 |

윤리경영 활동 모니터링

》 윤리경영 자율감사시스템

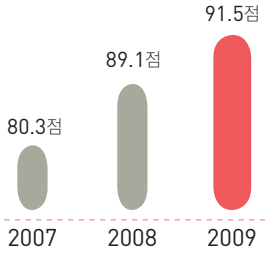
주기적인 윤리의식 점검을 위해 '윤리경영 자가진단카드'를 제작하였습니다. 공사의 전 임직원은 사원증과 함께 이를 항시 휴대하여 스스로의 윤리 실천노력을 다짐하고 있습니다. 부패취약부서인 개발분야에 시범적으로 2008년 8월 자율감사시스템(SAS: Self Audit System)을 도입해 총 10개의 사업을 선정하고 사업부서의 부패유발 요소를 매월 체크리스트를 통해 진단하고 총4회에 걸쳐 감사실에 제출하여 협의점을 도출하며 외부자문위원회의 평가를 받거나 모범사례를 발굴 전파하였습니다. 2009년에는 기존에 개발 사업 부분에 국한되었던 자율감사시스템을 전사적으로 시행 확대하여 기존 자율감사시스템을 고도화하는 KTO형 CSA 자율감사시스템(CSA:Control Self-Assessment)을 사용하여 윤리경영활동을 평가 및 보상하고 있습니다.

》 청렴도 개선을 위한 노력

조직문화의 청렴도 수준 진단을 위해 정부에서 주관하는 공공기관청렴도조사 이외에 자체 청렴도조사를 매년 시행하고 있습니다. 또한 매년 직원들의 윤리인식도 조사를 정기적으로 시행하여 개선점을 도출하고 있습니다. 2009년에는 청렴도 조사 개선점 및 유의사항 교육을 실시하고, 8월, 9월에는 청렴옴부즈만제도에 대해 전직원 및 400개처의 외부 거래업체에 안내하였습니다. 2007년도 기관청렴도 조사결과 333개의 공공기관 중에서 11위, 공기업 중에서는 3위를 달성하였으며 금품 · 향응 수수 발생률이 0%로 나타났습니다. 따라서 정부에서 청렴도 우수공기업으로 선정되어 이후 2008년과 2009년에는 국민권익위원회에서 실시하는 공공기관 외부청렴도 조사를 연이어 면제 받았습니다. 2009년 공사의 내부청렴도는 91.5점으로 나타났습니다.

내부청렴도 측정결과 (100점 만점)

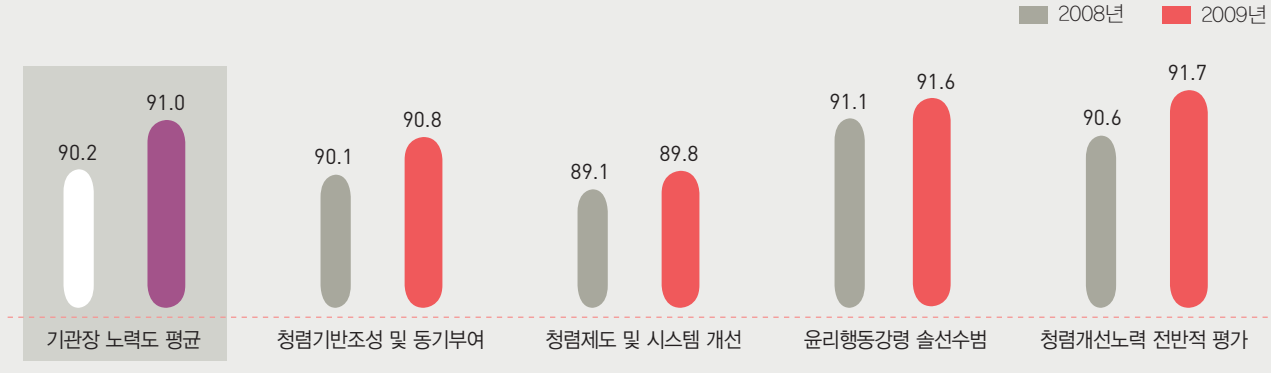
- 2009년 내부청렴도 전년대비 2.7% 향상, 90점대 진입
- 공기업군 평균(88.6점) 대비 3.3%, 전체기관 평균 (81.4점) 대비 12.4% 높음



| 기관장 노력도 2008-2009 시계열 비교 |

- 기관장 노력도 측정결과
  - 2008년 90.2점 대비 0.08점 상승
  - 공직유관단체 평균(89.7점) 대비 0.13점, 전체기과 평균(83.1점) 대비 0.79점 높음

- 기관장 노력도 2008-2009 시계열 비교



〉〉 윤리경영 대상 수상

공사는 글로벌 수준에 부합한 윤리경영을 몸소 실천해온 결과, 2009년 6월에는 대한민국 윤리기업 대상, 10월 LOHAS 경영대상 우수상, 11월에는 지속가능경영 대상 최우수상을 수상하였습니다. 향후에도 공사는 변화와 창조, 신뢰경영에 중점을 두어 글로벌 관광기업으로서 국민에게 신뢰 받는 기업이 될 것입니다.

투명한 지배구조

지배구조 현황

〉〉 주주

공사의 주식은 기획재정부, 한국정책금융공사, 한국철도공사, 금융감독원, 코리안리재보험(주)에서 보유하고 있으며, 각 출자회사에 따른 지분율과 보고기간 동안의 이사회운영실적은 다음과 같습니다.

| 주주구성 |

(2009년 12월 기준)

기획재정부	한국정책금융공사	한국철도공사	금융감독원	코리안리재보험(주)
55.20%	43.59%	0.87%	0.17%	0.17%

| 이사회 운영실적 |

구분	2007년	2008년	2009년
개최횟수	15회	13회	15회

이사회

〉〉 이사회 구성

공사의 이사회는 최고 의사결정기구로서 사장을 포함한 상임이사 3명, 비상임이사 5명 등 총 9명으로 구성되어 있습니다. 이사회는 공사 정관 및 이사회 운영규정을 준수하고 있으며, 비상임이사가 이사회 정원의 과반수 이상을 차지함으로서 내부 경영진에 대한 견제 역할을 수행하고 있습니다.

| 이사회 명단 |

(2009년 12월 기준)

구분	성명	현 직위
상임이사 (3인)	이참	사장
	안경모	부사장/경쟁력본부장
	김봉기	경영본부장

구분	성명	현 직위
비상임이사(5인)	오윤수	이사, 대련대학 객좌교수
	정규재	이사, 한국경제신문 논설위원
	이정길	이사, 탤런트
	김성익	이사, 인하대 객원교수
	박현순	이사, 성균관대 조교수

〉〉 이사회 역할 강화

윤리 · 투명경영에 대한 사회적 인식이 확산되고, 공기업 지배구조 개편에 따른 책임경영이 강화되고 있습니다. 이에 공사는 이사회 운영의 활성화를 위해 이사회 개최 및 상정안건 수를 확대하고 비상임이사의 경영 제언을 적극 반영하여, 이사회의 경영 견제 역할을 강화하였습니다.

| 2009년 CEO 공석(5.31~7.29)에 따른 경영 효율성 개선 제언 |

건명	내용
공사 중기경영목표 변경안(6월)	공사 경영 목표 변경 관련 적정성 검토 및 방안 마련
대규모 투자사업 참여(7월)	대규모 프로젝트 사업에 대한 투명성 확보 및 수립 필요

〉〉 비상임이사의 전문성 활용 강화

비상임이사의 공사 경영에 대한 이해도를 높이기 위해 이사회 보고 안건 수, 주요사업보고건 수, 경영현장 참여 등을 늘렸습니다. 또 비상임이사의 국내외 관광박람회, 한국관광총회 등 다양한 행사 현장 참여를 유도하였으며, 이들의 홍보지원 및 자문활동 등 전문성 활용도를 높였습니다. 또 비상임이사들의 전문분야를 활용하여 2009년 7회에 걸쳐 정규재 이사의 '경제 성장을 위한 관광산업의 중요성' 강의를 실시하고 분야별 경영자문을 받는 등 비상임이사의 전문성 활용 실적이 2008년 4회에서 2009년 13회로 증가하였습니다.

| 비상임이사의 경영이해도 제고 노력 |

구 분	2007년	2008년	2009년
경영제언건수	8건	10건	15건
주요사업보고	39회	40건	43건
분야별 전문성 활용	6건	4회	13회

〉〉 임원추천위원회

공사는 임원직위인 사장, 감사, 상임 · 비상임이사에 대해서는 임원추천위원회를 통해 선임하고 있습니다. 이는 임원선임의 투명성과 공정성을 높이고, 견제임원의 역할 강화를 통한 내부 견제시스템 정상화를 위함입니다.

임원추천위원회의 위원은 비상임이사와 이사회에서 선출된 민간위원으로 구성되며, 위원장은 내부 규정에 의거 비상임이사가 담당하고 있습니다. 임원추천위원회는 임원추천 방법 및 선임절차에 대한 결정, 공공기관운영위원회(또는 임명권자)에 임원후보를 최종 추천하는 등의 역할을 하고 있습니다. 각 임원의 선임절차는 다음과 같습니다.

|임원선임위원회 주요 임명 절차 |

주요 임명절차	대상임원			
	사장	감사	상임이사	비상임이사
임원추천위원회 구성	○	○	–	○
추천위원회 심사	○	○	–	○
공공기관운영위 심의 · 의결	○	○	–	○
주무장관제청	○ (문화체육관광부장관)	○ (기획재정부장관)	–	–
임명권자	대통령	대통령	공사 사장	기획재정부장관

| 2009년 임원 선임위원회 구성/운영을 통한 임원 선임 노력 |

구분	주요내용			
	구성	운영	방식	위원회 개최
비상임이사	총 7명	4.8~6.16	추천	2회
감사	총 7명	4.8~7.29	대외공고	3회
사장	총 8명	6.17~7.29	대외공고	3회

〉〉 지속가능경영을 위한 노력

공사는 효율적이고 투명한 경영활동을 위해 다양한 위원회를 구성하여 운영함으로써 공사의 지속가능경영을 추구하고 있습니다. 전략경영본부, 글로벌마케팅본부, 관광산업경쟁력본부, 코리아컨벤션뷰로 아래 총 13개의 위원회가 구성되어 있습니다. 또한 윤리경영 관련 제도 전반에 대한 자문 및 심의 기구인 윤리위원회와 정보공개심의회를 두고 있습니다. 이를 통해 공사의 정보 공개에 관한 기준을 수립하고 정보 공개 운영과 관련된 심의 및 조정을 거쳐 정확한 정보 공개 관리를 하고 있습니다. 공사는 각 사업별로 업무의 전문성, 효율성 및 투명성을 제고하고 지속가능한 발전이 이루어지도록 성과를 평가하는 위원회를 구성하여 지속가능경영 이슈를 체계적으로 관리하고 있습니다.

용장사곡삼층석탑

국가와 사회에 대한 기여

간접적 경제효과

지역 고용 창출

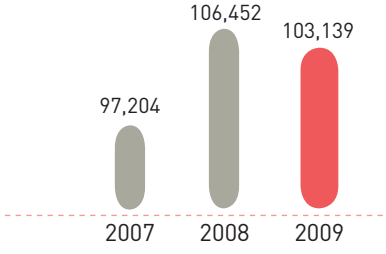
공사는 직원 채용에 있어서 출신 지역 및 학력의 차별을 두고 있지 않습니다. 그 결과 지방대 출신 직원 비율이 점차 늘어나고 있는 추세입니다. 또한 국내 지사에서 계약직 및 일용직 직원을 채용할 경우 지역주민 우선 고용을 하고 있습니다. 2009년 공사의 지방대 출신 임직원은 208명입니다.

정부수취 보조금

2009년 총 1,031억 원의 정부 보조금 수입으로 외래관광객 유치 등에 870억 원, 국내민관광진흥활동에 161억 원이 사용되었습니다.

정부수취 보조금

(단위 : 백만 원)



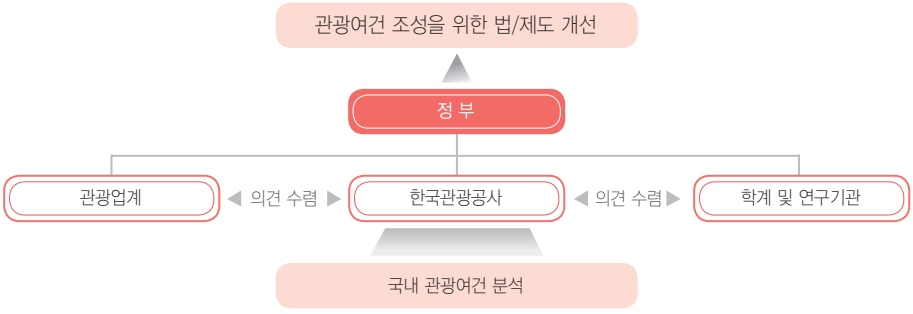
퇴직연금제도

공사의 퇴직연금제도는 퇴직급여 재원을 사외 금융기관에 적립하여 퇴직 시 일시금과 연금 중 선택할 수 있도록 하는 제도입니다. 공사는 퇴직연금제도 완전 도입을 통해 고령화 사회에 대비하여 노후소득 보장 장치를 마련하고, 임직원의 연급 수급시 과세이연으로 임직원에게는 실질소득 개선 효과가 있습니다. 전 직원 퇴직연금 가입으로 가입비율은 100% 입니다.

관광여건 개선을 위한 노력

국내 관광산업 환경은 외국에 비해 정책 및 규제 부문에서 상대적으로 열악한 편입니다. 이에 공사는 규제 완화를 위해 민간부문의 의견을 수렴하고, 대 정부 정책 건의를 통해 국내 관광여건을 개선하고 있습니다.

| 관광여건 개선을 위한 공사의 역할 |



공사는 2009년 금융위기, 신종플루 등 다양한 관광악재 돌발상황 하에서 전략적인 관광마케팅을 추진하고 미래시장을 선점하고자 국내 관광여건을 분석하고 신성장사업을 발굴하고 경영효율화를 추진하고자 주력을 기울였습니다.

신성장사업 발굴

- 신규 MICE 발굴 (스타브랜드 컨벤션 선정 등)
- 의료관광활성화(전년대비 120% 성장)
- 관광부문의 저탄소 녹색성장 주도(녹색관광 소재: 205건 및 상품: 39건 개발 등)

특히 MICE 산업 활성화를 위하여 국회 및 총리실 규제개혁관실과 문화체육관광부 등 관계기관의 업무협의를 통하여 MICE관광객 입국절차 간소화, 고궁 등 연회시설 다양화, 국제회의업 부가세 면제, 비자 관련 건의 및 협의하는 등 논의를 전개하며 관광 전담기구로서의 리더십을 전개하고 있습니다.

관광산업 경쟁력 제고

관광산업 주요성과

공사는 한국 관광을 선도하고 지원하는 컨트롤 타워로 2009년 외래객 유치, 관광수입, 컨벤션 외국인 참가자 유치, Visitkorea 페이지뷰, 외래객수용태세 만족도 등에서 성장세를 보였습니다. 향후에도 공사는 이들 성과에 안주하지 않고 '관광을 성장동력산업으로 이끌어, 국가 경제발전과 국민의 삶의 질 향상에 기여'하기 위해 글로벌 관광 공사로서의 책임과 역할을 지속적으로 수행해 나갈 것입니다.

두물머리

경제성과

관광경제에 대한 책임과 노력

비전 및 목표

공사는 조직의 효율화 및 핵심사업에 역량을 집중함으로써 매력 있는 관광한국을 만드는 글로벌 공기업으로 '관광산업경쟁력 강화'를 꾀하고 있습니다. 특히 MICE(Meetings, Incentives, Conventions, Events & Exhibitions) 중점 육성 등을 통해 관광수입 및 외래관광객 유치 증대를 목표로 하고 있습니다.

정책

2008년 12월 관광산업경쟁력본부를 신설하여, 취약한 국내외 관광객 수용태세 개선 및 관광인프라 확충에 힘을 쏟고 있습니다. 국제경쟁이 심화되고 있는 관광산업 환경에서 2014년까지 외래관광객수 1,200만 명을 유치하고, 관광객 서비스 품질을 향상시켜 총 관광객 체류일수를 늘려 나갈 예정입니다. 더불어 환위험 및 수익사업에 따른 재무적 리스크와 국내외 환경변화에 따른 비재무적 리스크 관리에 만전을 기하고 있습니다.

주요 이슈에 대한 성과 및 계획

공사는 중대성 평가 (IPS Materiality Test model™)를 통해 도출된 다음의 항목들을 중점 관리 · 운영하고 있습니다.

주요 이슈

용두암

경제적 가치 창출 및 분배 활동

주요 분배 가치

공사는 2009년 상품 매출 및 지원 사업을 통해 2,975억 원의 매출과 1,570억 원의 당기순이익을 실현하였습니다. 공사가 창출한 경제적 가치는 주요 이해관계자인 주주, 임직원, 정부, 협력업체, 지역사회, 파트너에게 고용창출과 납세, 협력업체와의 상생 발전, 지역사회 공헌, 관광업계 파트너 지원 등의 형태로 분배되고 있습니다.

경제적 가치 창출

사업 영역은 크게 공익사업과 수익사업으로 나뉩니다. 공사는 면세점, 중문골프장 운영 등 수익사업으로 창출되는 이익을 국내 및 해외 관광 진흥 사업에 투자하고 있습니다. 2009년 '참(Charm) 프로젝트'를 통한 신비전 체계를 정립하고 혁신전략을 강화하여 미래위험을 예측하고 재무 상태를 합리적으로 관리하도록 노력하고 있습니다. 비록 단기적으로는 수익사업 민영화 계획으로 매출액 감소가 예상되고 있으나 우리나라 관광 경쟁력 제고를 통한 공사의 기업 가치 향상을 위해 노력해 나가겠습니다.

| 요약손익계산서 3개년 추이 |

(단위 : 백만 원)

	매출액	매출원가	일반관리비와 판매비	영업이익	영업외손익	법인세비용
2007	457,808	285,301	153,274	19,233	40,794	5,251
2008	300,414	209,486	122,224	△31,296	62,709	△1,739
2009	297,486	227,053	123,385	△52,952	264,891	54,916

》 성장성

공사는 2009년말 현재 2008년보다 1,681억 원이 증가한 대비 증가하여 9,592억 원의 총자산을 보유하고 있습니다. 이는 한계면세점 3곳이 철수하고 전면세점이 흑자구조로 개선되는 등 손익구조가 개선되었기 때문인 것으로 파악됩니다. 향후에도 경영환경 변화에 대응하여 미래 성장동력 확보를 위한 신규수익사업을 추진할 계획입니다.

》 수익성

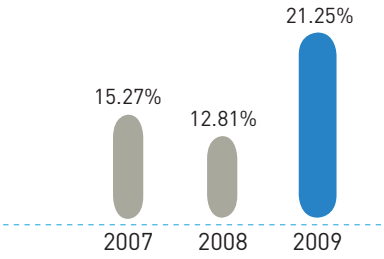
공사는 2009년에 당기순이익이 2008년 대비 373.64% 증가하였습니다. 이는 고객접점, VIP마케팅을 통한 361억 원 가량의 신규 매출이 이루어졌기 때문으로 파악하였습니다. 공사는 재원 감소에 따른 수익성 악화를 선진 통합경영관리 체제 운영과 지속적 가치혁신 활동을 통해 극복함으로써 기업가치를 높여 나가는데 주력하고자 합니다.

》 안정성

공사는 부채비율이 적정부채비율인 100%이하로 관리되고 있어 안정적 재무구조를 유지하고 있으며, 장기적으로 자금조달 원천의 다양화와 지속적인 신용관리를 통해 안정적 자금조달 기반을 확보하고자 합니다. 2009년에는 사업구조조정을 통해 정원 221명 감축을 완료하였으며 한계면세점(속초, 무안, 목포)을 철수하였고, 자회사 그랜드코리아레저(GKL) 민영화를 위한 주식 상장을 완료하였으며 IPO를 통하여 지분법적용투자주식 처분이익 1,931억 원이 발생되었습니다.

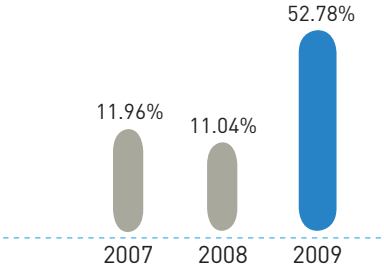
총자산증가율

(단위 : %)



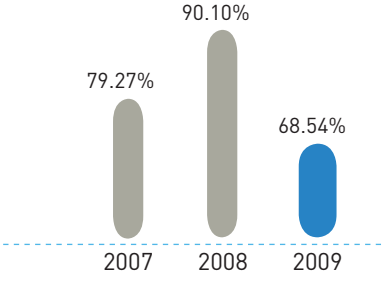
당기순이익율

(단위 : %)



부채비율

(단위 : %)

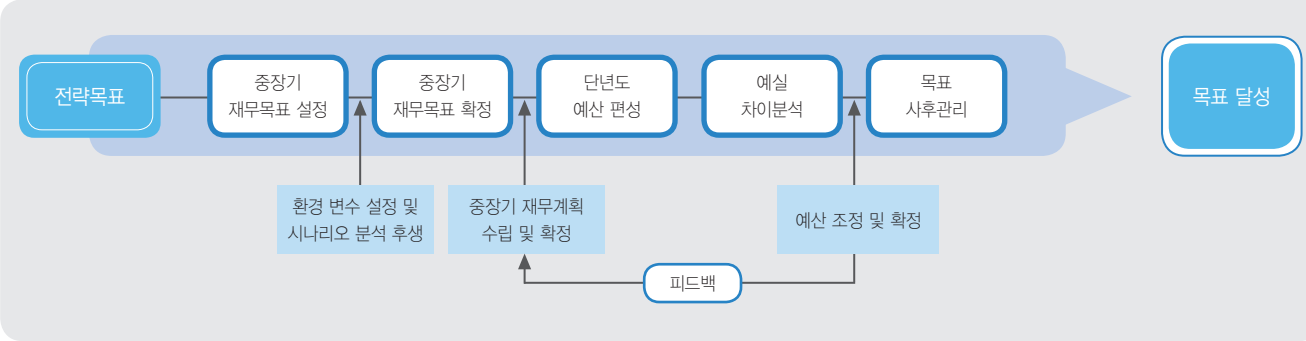


재무성과 향상 노력

》 중장기 재무 계획

공사는 2006년 중장기 재무계획 시스템이 구현되는 웹기반 전략경영시스템(SMS: Strategic Management System)을 구축하였습니다. SMS는 전략목표 달성을 위한 중장기 재무계획 수립과 사후관리를 통한 목표이익 관리를 시현함으로써 경영의사결정에 도움을 주고 있으며, BSC지표(KPI) 내 재무 목표 대비 성과의 측정 및 평가, 피드백을 가능하게 하였습니다. 2008년에는 Rolling Planning 방식의 재무계획 수립을 강화하고 경영관리와 사업관리 시스템간의 확장연계를 추진함으로써 통합 선진 경영관리시스템 운영 체계를 정착시켰습니다. 2009년에는 전사 신비전 체계를 반영하여 전략에 따른 중장기 재무계획과 예산편성과의 정합성을 고도화하였으며, 미래 재무상태 추정을 통한 체계적 상황대응으로 단기/장기 재무대응계획 SMART Project를 수립하여 시행하고 있습니다.

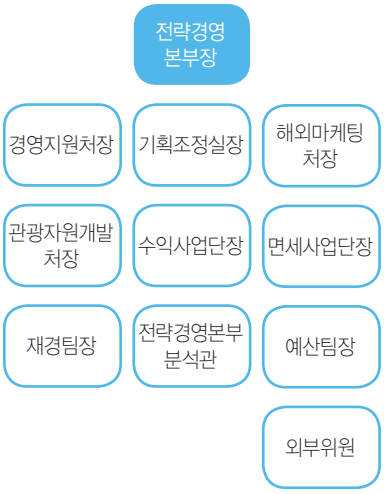
| 중장기 재무계획 |



〉〉 리스크 관리

공사는 경영활동에 따른 리스크를 재무 리스크와 비재무 리스크로 분류하고 있으며, 미래 위험 예측 및 분산을 위한 전사적 위기관리시스템(RMS)를 통해 관리 및 대응해 나가고 있습니다.
위기관리시스템을 통해 관리되는 재무 리스크는 재무위험관리위원회와 관련 부서가 담당하고 있으며, 비재무 리스크는 마케팅을 비롯한 관련 사업부서가 관리하고 있습니다. 통합위기관리시스템은 현재 부분적으로 구현되고 있습니다.

| 재무위기관리위원회 |



[재무 리스크 관리]

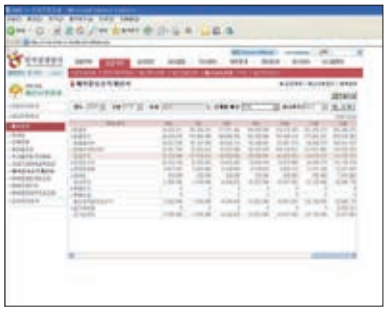
공사의 주요사업 활동은 환위험이 높은 부문에서 이루어지고 있기 때문에 분기별로 재무성과를 분석하고 외부 전문기관을 통해 리스크 평가를 진행하고 있습니다. 지난 2007년 7월 전략경영본부장(위원장)을 비롯한 내 · 외부전문위원이 참여하는 재무위기관리위원회를 구성하여, 이후 반기(정기) 또는 리스크 발생시(비정기) 위원회를 개최하고 있습니다. 상임위원을 2008년 6명에서 2009년 10명으로 확대하여 전사적 재무위기관리 운영을 강화하였습니다.

[비재무 리스크 관리]

공사는 우리나라 관광산업의 경쟁력 제고를 목적하는 업무 특성 상 재무적 리스크 뿐만 아니라 국내외 관광환경 변화 및 위기상황에 대처할 수 있는 비재무적 리스크 관리에도 역점을 두고 있습니다. 2009년에는 위기대응매뉴얼 개정을 통해 위기관리의 체계성을 강화하였습니다. 신종플루 대응 지침을 제작하여 여행업계 대상 1천부를 배포하고 방한외래관광객을 위해 신종플루 안내 리플렛을 영 · 일 · 중문으로 제작하여 배포함으로써 이로 인한 피해를 최소화하고자 노력하였습니다. 이로 인하여 신종플루, 부산사격장 화재사건 등 최악의 관광 위기를 극복하고 외래 관광객 782만 명을 유치 달성할 수 있었습니다.

[안정적 신용 등급]

공사는 2005년부터 2009년까지 한국신용평가로부터 5년 연속 최고신용등급 AAA(안정적) 등급을 획득하였습니다. 또한 2009년에는 기업어음 신용등급도 최초평가에서 최고등급(A1)을 달성하였습니다. 이는 재무건전성과 안정성, 성장가능성을 인정받은 결과로서 앞으로도 지속적인 경영성과와 재무적 가치 창출, IR 활동을 통한 적정 신용등급을 유지하는데 노력하겠습니다.
고객서비스 및 판매원의 능률을 향상하는 POS 시스템, 면세사업현황 흐름을 한눈에 파악하는 경영정보시스템(KADEIS), 면세 상품 반 · 출입 및 판매내역을 통보하는 관세청 EDI 시스템을 구비하고 있습니다. 또한 시스템운영 효율을 위한 백업시스템, 장애통보시스템 등을 구축 · 운영하고 있습니다. 향후 제반 여건을 고려하여 내 · 외부 고객의 만족과 업무효율을 높일 수 있는 ERP 시스템 도입을 계획하고 있습니다



| 전사적 위기관리 체계 |

통합적 혁신문화의 내재화

혁신경영을 위한 노력

혁신 추진 체계 및 전략

공사는 '관광산업의 새로운 패러다임을 창출하고 한국을 다시 찾고 싶은 매력 있는 나라로 만드는 국민기업' 이라는 비전 아래 지속적인 혁신 작업을 추진하고 있습니다.
공사 혁신의 시동은 2009년 9월부터 새로 취임한 CEO를 팀장으로 전 임직원이 참여하는 '참(Charm) 프로젝트'였습니다. '참(Charm) 프로젝트'는 전방위 혁신 프로젝트로 신 비전체계를 정립하여 경쟁력있는 혁신 공기업으로의 변화를 목표로 하고 있습니다. Creation, harmony, Attraction, Resonance, Movement의 5대 혁신전략(5림)수립을 통하여 한국관광 콘트롤타워(Control Tower)기능 수행을 위한 조직 기반을 구축하고 신가치 기업 문화를 설정하고 이를 위한 시스템을 도입하며, 나아가 국민참여를 확대하고 공사의 사업 프로세스 개선 및 재무건전성을 확보할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다. 앞으로도 공사는 실질적인 혁신 활동이 이루어지도록 다각적인 추진지원을 계획 · 실행하여 혁신의 토대위에 중장기적 경영목표의 질적 · 양적 성장을 계속해 나가도록 할 것입니다.

| 참 프로젝트 5대 혁신전략 |

5대혁신전략(5림)

Creation(떨림)	Harmony(어울림)	Attraction(끌림)	Resonance(울림)	Movement(몸부림)
창의적이고 열정적인 업무자세 정착	조화와 상생의 기업문화 조성	재미있는 한국관광 매력 발굴	고객 감동의 경영기반 확대	도전과 혁신으로 가시적 성과 창출
관광 아이디어 발굴	공사 가치 공유	매력적인 관광한국 재창조	고객감동 경영	현장중심 경영

혁신 아이디어 발굴 활성화

직원들의 혁신 아이디어 발굴과 혁신 제안에 대한 참여도를 높이기 위해 혁신 아이디어 발굴 및 관리 체계를 수립하고, 직원들의 참여를 유도하는 프로세스를 구축하였습니다. 2008년 경영평가단의 임직원 지식 공유 수준을 보다 향상 시킬 필요성에 대한 지적사항을 개선하기 위해 2009년 아이디어뱅크(Idea Bank)를 신설하여 지식공유 및 혁신 아이디어 발굴 시스템을 강화하였습니다. 아이디어뱅크를 통하여 해외지사 송금업무 비효율성을 개선하는 자동화시스템을 구축(5월)하고 공공기관 최초로 대내외 기사결과 검색서비스를 제공(12월)하게 되었습니다. 공사는 등록된 아이디어 중 채택된 우수사례는 경영에 반영하여 임직원의 아이디어 창출의 자발적 참여 효과와 업무 · 혁신과제 및 지식 제안이 시너지 효과를 이루도록 하고 있습니다.

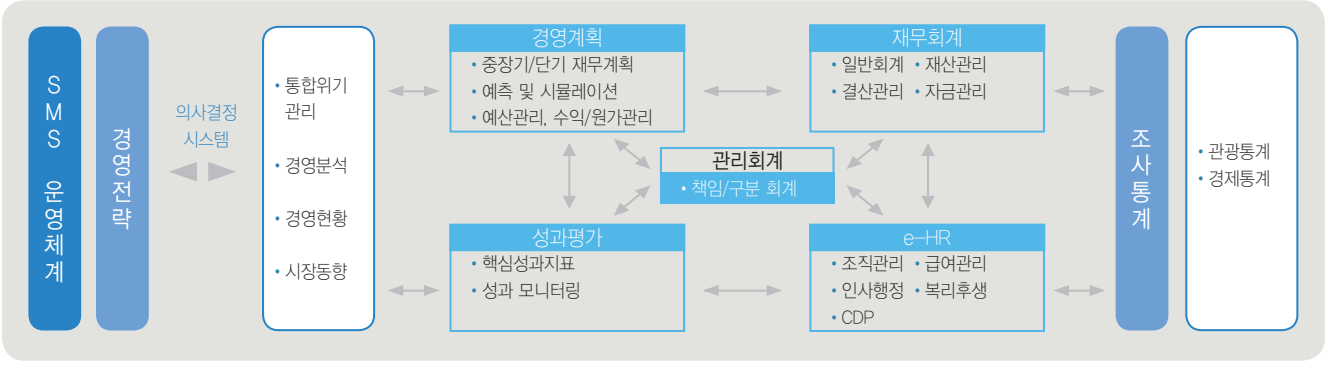
주요 혁신경영 성과

운영 프로세스 혁신

〉〉 경영관리시스템 개선을 통한 업무혁신 도모

SMS는 공사의 전략경영시스템으로 전략경영, 경영계획, 통합평가 등의 프로세스 통합 및 DB 구축과정과 일정기간의 테스트 운영기간을 거쳐 2007년 1월 1일 정식 오픈하였습니다. SMS은 8개의 상이한 시스템으로 이루어져 있으며, 경영 혁신 지원과 주요 경영정보에 대한 모니터링이 통합된 정보 시스템 구축을 목적으로 시작되었습니다. SMS 구축을 통해 경영관리체계가 확립되었고, 웹에 기반을 둔 전략과제의 접근성과 편의성이 강화되었습니다.
2009년에는 경영진의 의사결정을 지원할 수 있는 피드백 시스템을 강화하였는데 신임 CEO 취임과 연계한 공사의 혁신을 도모하는 참 TF(CHARM Task Force)가 9월부터 12월까지 결성되어 신임 CEO의 경영방침, 조직기능 재정립, 인사혁신을 함께 이루었습니다. 또한 연중으로는 선진화 추진단 TF를 운영하며 효율적인 선진화 및 경영효율화를 추진 중입니다. 공사는 2009년 39개의 TF 조직을 운영하여 과제별 사안별로 별도 임시조직을 구성하고 조직내 부문별 전문가를 활용하여 경영진의 의사결정을 지원한 바 있습니다. 향후 공사는 문제해결을 위한 차별화된 시스템과 경영을 연계하여 효율적인 피드백 시스템을 활용하도록 노력할 것입니다.

| SMS 운영체계 |



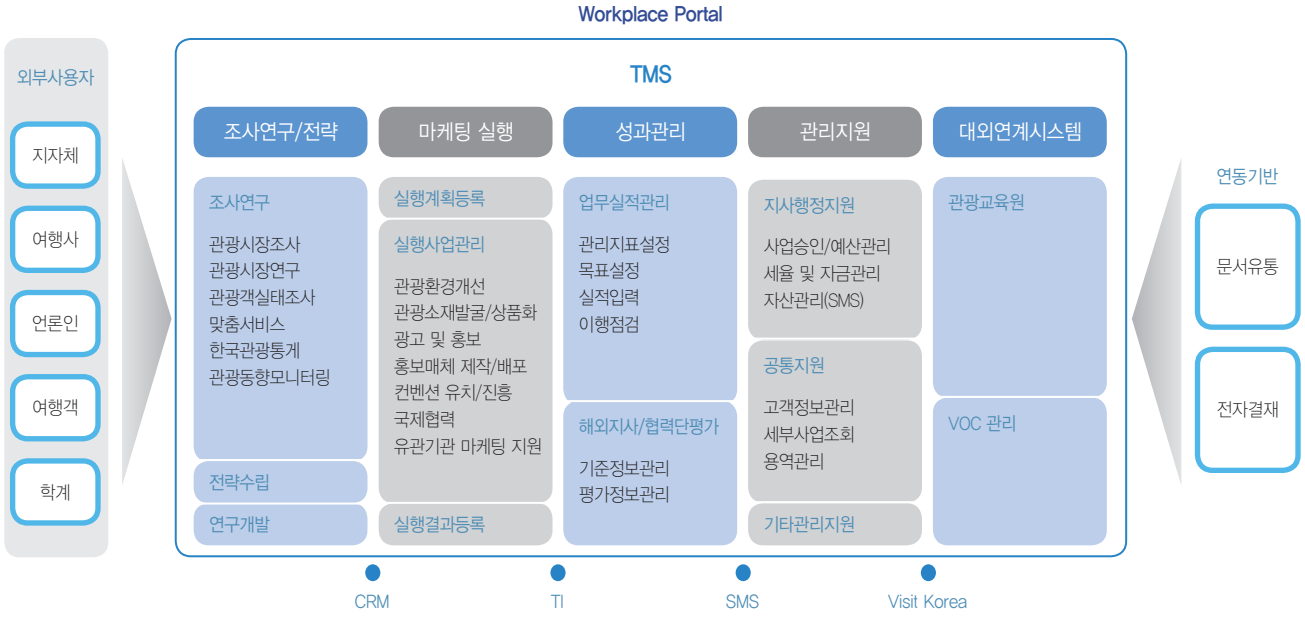
》 통합관광정보시스템을 통한 원스톱 서비스 제공

공사는 그동안 부서별로 운영하던 국문 관광정보 사이트와 8개 외국어 관광정보 사이트를 하나로 묶고, 데이터베이스를 통합한 통합관광정보시스템 visitkorea 사이트(www.visitkorea.or.kr)를 2008년 오픈하고 2009년 4월부터 12월까지 서비스를 개편하였습니다. 온라인을 통한 관광정보 제공은 65회에 걸친 온라인 이용자의 수요분석을 통해 이루어졌으며 공사의 관광정보사이트는 2009년 웹어워드코리아 최우수상을 수상하였습니다. 공사의 여행정보는 콘텐츠관리 품질경영 ISO9001 인증을 통해 유지 관리되고 있습니다. Visitkorea 사이트를 중심으로 한 공사의 관광정보 제공은 웹 2.0 기반의 양방향성 온라인 정보 서비스로 발전하고 있습니다.

》 관광활성화를 위한 관광마케팅시스템 구축 추진

공사는 한국관광산업의 활성화를 위해 외래 관광객 유치를 제1의 목표로 하고 있으며 이를 위한 홍보 마케팅에 역점을 두고 있습니다. 공사는 핵심 업무인 마케팅 사업을 체계적으로 관리하기 위해 관광마케팅 업무에 대한 PI(Process Innovation)를 추진하였습니다. 이에 마케팅 업무를 프로세스화하여 직원 모두가 시스템을 통해 사업을 관리하고 공유 · 분석할 수 있도록 현재 구현작업 진행 중 입니다.
관광마케팅시스템(TMS: Tourism Marketing System)은 2008년 개발에 착수하여 2009년 구축 완료하여 업무에 활용하고 있습니다. TMS는 마케팅 업무프로세스 표준화를 통해 업무 효율성을 높이고, 체계적인 업무 관리를 토대로 마케팅관련 의사결정을 지원할 것으로 기대되고 있습니다.

| TMS구축 추진 |



경영혁신 가치모델 구축

〉〉 면세사업 조직재설계

공사는 재무전략회의를 통한 전사적 재무건전성을 관리하면서 2009년 선진화추진단 TFT를 구축하고 면세점과 골프장에 대하여 반기, 분기, 주간단위로 모니터링을 시작하였으며, 수익성 재고를 위하여 속초, 무안, 목포 공항의 적자면세점을 폐쇄하였습니다.
면세사업 매출확대를 위하여 유관기관(항공, 여행사, 카드)과 전략적 제휴를 통한 마케팅 전략을 수립하고 선상 면세점으로 사업범위를 확대하였습니다. 또한 프로세스, 조직/제도, IT시스템으로 나누어 업무혁신 과제와 면세사업의 수익성과 효율성을 높이기 위한 조직재설계 방향을 도출하였습니다.
새롭게 개선되는 면세사업 조직구조는 기획 · 지원기능의 일원화 및 물류업무의 아웃소싱 등 영업 경쟁력 강화와 구매기능의 전문성을 확보하여 양질의 상품을 공급하는데 초점을 두고 있습니다.

〉〉 면세사업 정보화 시스템 지원

공사는 공 · 해항 면세점을 오랫동안 운영한 노하우를 바탕으로 상품의 구매판매 분석 및 재구매로 이어지는 고객의 출국동선 프로세스를 분석하고 단계별 고객접점 마케팅을 시행하고, 회원 데이터베이스를 통한 핵심고객을 중점관리하는 등의 노력을 기울이고 있습니다. 또한 상품판매시 고객서비스 및 판매원의 능률을 향상하는 POS 시스템, 면세사업현황 흐름을 한눈에 파악하는 경영정보시스템(KADEIS), 면세 상품 반 · 출입 및 판매내역을 통보하는 관세청 EDI 시스템을 구비하고 있습니다. 또한 시스템운영 효율을 위한 백업시스템, 장애통보시스템 등을 구축 · 운영하고 있습니다.

우포늪

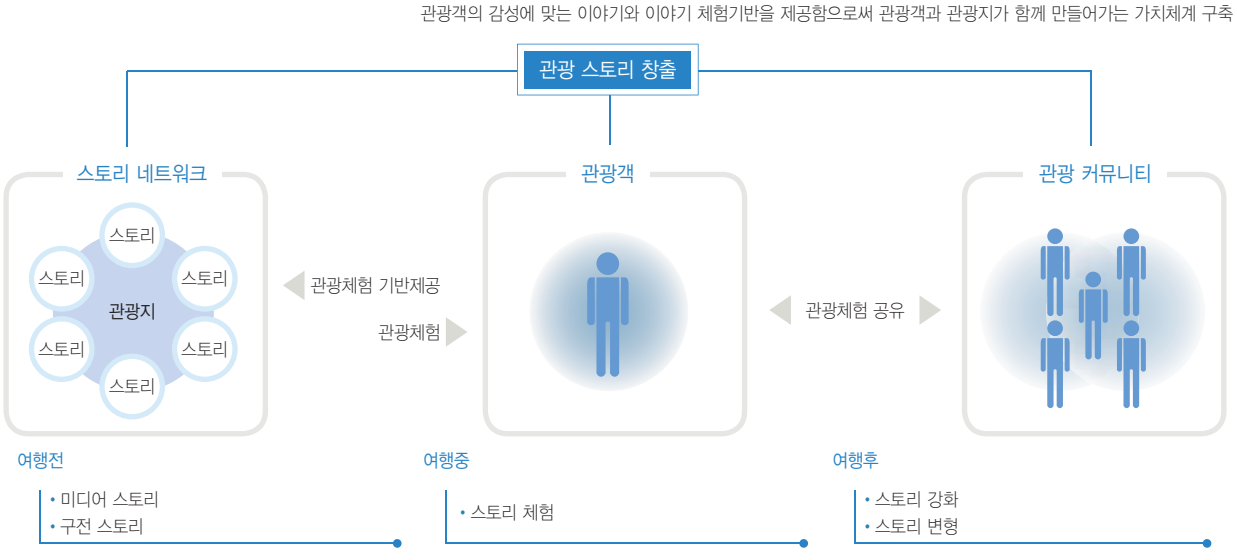
창조를 통한 관광 블루오션 개척

새로운 해외마케팅

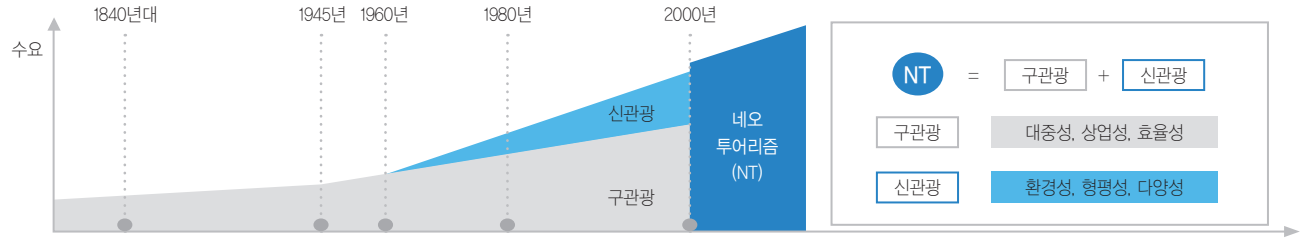
이참 사장의 한국관광 스토리텔링

지구촌 한국관광의 매력을 잘 구현한 관광홍보를 위하여 경쟁국과 차별화된 한국관광을 실현하고자 스토리텔링 기반의 한국관광 홍보 전략을 창조하였습니다. 2009년 신임 사장으로 부임한 이참 사장은 외국인의 시각으로 한국을 홍보할 수 있는 강점을 가지고 있습니다. 한국을 보다 매력적인 관광지로 가치를 부여하기 위해서 경쟁국과 차별화된 이미지를 구축할 수 있는 감성에 맞는 이야기와 이야기 체험기반을 제공함으로써 관광객과 관광지가 함께 만들어 가는 한국 관광경쟁력을 강화하는 전략입니다. 공사는 신임 CEO의 높은 대내외 인지도를 적극 활용하는 해외 세일즈 전략으로 적극적인 한국관광 세일즈를 실시하고 있습니다. 앞으로도 공사는 매년 관광한국 및 관광브랜드 자산에 대한 조사를 실시하여 이야기가 흐르는 한국관광, 스토리텔링 기반의 한국관광을 홍보하도록 할 것입니다.

| 추진 프로세스 |



| 네오투어리즘 개념 |



관광분야 신개념 창출

네오투어리즘

네오투어리즘(Neo Tourism)은 공사가 독자적으로 제시한 관광이념으로, 지속 가능성을 중심으로 기존 관광산업의 한계를 극복하기 위한 차세대 관광패러다임을 의미합니다.
즉, 근대사회의 구관광과 고도근대사회의 신관광의 긍정적인 특성을 조화시킴으로써 다양한 관광수요와 공급을 충족시키고, 지역사회를 비롯한 이해집단의 이해와 참여를 유도할 수 있는 관광을 의미합니다.
현재 공사는 공익성과 수익성의 균형추구 원칙 하에 네오투어리즘 실현체계를 기반으로 한 신규 투자개발사업을 발굴하고 있습니다. 제주 중문관광단지, 해남 오시아노 관광단지, 서남해안 관광레저도시는 네오투어리즘을 활용하여 개발사업의 갈등을 개선한 사례입니다. 자연환경 및 생태계 파괴를 야기하고 주민참여가 배제된 기존의 관광개발을 탈피하여, 지속가능하고 쌍방향 의사소통 채널을 구축한 네오투어리즘을 통해 갈등 개선을 이루었습니다.
최근까지 네오투어리즘을 적용한 지자체 컨설팅을 수행하였으며, 2008년 2월에는 네오투어리즘 이론을 관광학회 학회지(관광학 연구)에 게재하였습니다. 또한 순천만 관광개발시 공사의 네오투어리즘을 적용하여 순천시로부터 감사패를 수상하였습니다. 앞으로 네오투어리즘을 더욱 활성화시켜, 국내 관광산업의 체질 개선 및 경쟁력을 확보해 나갈 것입니다.

개발사업	사업기간	네오투어리즘 적용 성과
제주 중문관광단지	1996년~ 2010년	토지분양 부진, 단지 활성화 미흡 –〉 미분양된 토지 일괄계약 체결
오시아노 관광단지	1994년~ 2011년	단지 개발에 대한 지역주민의 불신 –〉 지역주민 자발적 서명운동
서남해안 관광레저도시	2006년~ 2025년	추진주체 간 상반된 이해관계 발생 –〉 2007년 합의안 도출을 통한 통합계획 수립

새로운 관광시장 개척

신규시장 개척

공사의 지사가 주재하고 있는 1차 시장에서 나아가 성장 잠재력이 높은 2차 시장에 대한 개척사업을 추진하였습니다. 경쟁국에 대비하여 중국의 2차 시장을 조기선점하기 위한 전략을 2009년 11월 수립하고 2차 시장인 천진, 하북 등을 대상으로 한 신규 방한 상품 개발을 최초로 추진하였습니다. 이에 대한 성과로 중국 5개 지역 총 2,894명의 신규 관광객을 모객하였습니다. 이밖에도 베트남 의료관광시장 개척을 위하여 국영방송 특집 프로그램 제작을 지원(2009년 7월, 한국의 의료와 문화)하고 8월 한국의료관광설명회를 개최하였습니다.

신성장동력산업 육성

융복합 관광상품 개발

융복합(Convergence) 관광상품은 의료, 스포츠, 교육 등 타산업과 관광산업의 융복합을 통해 창출한 고부가가치 관광상품을 의미합니다. 타산업의 현황조사 및 관광상품화 가능성을 검토하고, 관계기관간 네트워크 구축을 통한 상품개발을 단계별로 추진하고 있습니다. 현재 의료/스포츠/교육/크루즈관광 활성화 사업을 전개하고 있으며 영상, 종교 등 지식관광의 영역으로 융복합을 확대하고 있습니다. 2009년 고부가 융복합상품은 36건 발굴 되었습니다.

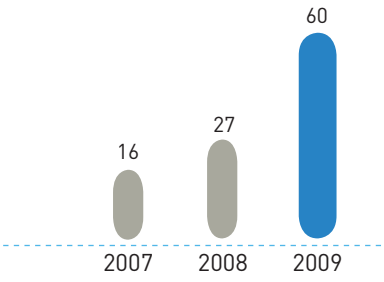
》 의료관광

고부가가치 미래관광산업으로 의료관광시장의 활성화 대두된 가운데 공사는 국내 의료관광활성화를 위해 토탈 마케팅을 추진하고 있습니다. 2009년 공사는 의료관광 홍보안내센터를 신설하여 방문객들 대상으로 비자발급 및 출입국 정보 제공, 병의원 및 유치업체 정보제공 및 상담활동 지원을 총괄하는 기능을 맡아 관계기관들과의 홍보 네트워크 구축을 통해 시너지 효과를 창출하고 있습니다.

| 의료관광 활성화를위한 협력체계 구축 |

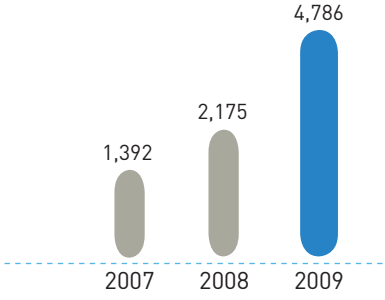
의료관광객 유치 실적

(단위 : 천 명)



의료관광객 유치효과

(단위 : 억 원)

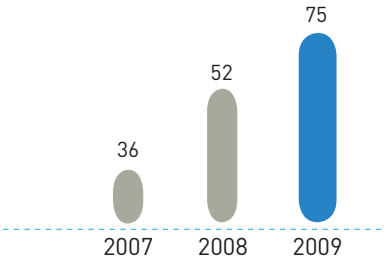


》 크루즈관광

공사는 2009년 해외 크루즈 선사 대상 판촉활동을 강화하고 크루즈 관광산업 활성화를 위해 노력하고 있습니다. 경쟁국인 중국, 일본과 협력하여 2009년 3월 한중일 3국 공동 마이애미 크루즈 컨퍼런스 및 전시회를 참가하고 유치에 힘쓰고 있습니다. 특히 크루즈 여행객의 불편사항을 개선하기 위해 크루즈 전문 관광가이드 수급을 지원하고자 가이드 교육을 실시하고 항구와 도심간 셔틀버스를 운영하고 지자체와 협력하여 공동 신규 크루즈 관광코스를 개발하고 있습니다.

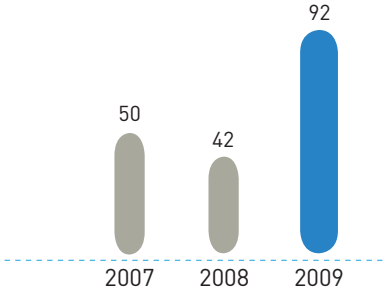
크루즈관광객 유치 실적

(단위 : 천 명)



해외 크루즈선 국내입항 횟수

(단위 : 회)



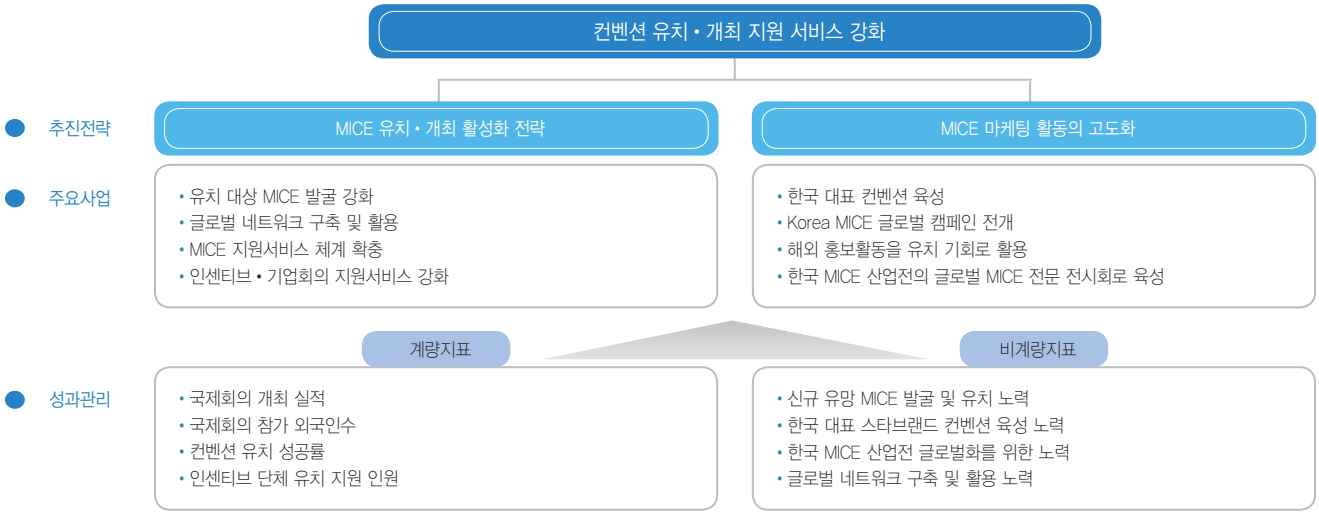
MICE 산업 육성

세계적으로 MICE 산업에 대한 관심고조와 최근 아시아 컨벤션 시장의 지속적인 성장 추세로 인해 아시아 지역 내 각 국가간 컨벤션 유치를 위한 마케팅이 강화되고 있으며, 이에 대한 투자 경쟁이 가속화되고 있습니다. 근래에는 기존의 국제회의 뿐 아니라, 기업회의라든가 기업의 보상여행, 행사 등을 포함한 MICE(Meetings, Incentives, Conventions, Events & Exhibitions) 산업이 급부상하고 있습니다. 특히 2009년 MICE는 국가신성장동력 17대 고부가가치 산업으로 선정되어 그 관심이 고조되고 있습니다.

〉〉 MICE 추진 전략

공사는 내외부적으로 급변하는 경영환경을 분석하고, MICE 유치 개최지원 서비스를 강화하기 위하여 MICE 유치 · 개최 활성화 전략을 수립하여 유치대상 MICE 발굴을 강화, 글로벌 네트워크 구축, MICE 지원 서비스 체계 확충, 인센티브, 기업회의 지원서비스를 강화하였습니다. 아울러 MICE 마케팅 활동의 고도화 전략을 수립하여 한국 대표 스타 컨벤션 육성, KOREA MICE 글로벌 캠페인 전개, 한국 MICE산업전 글로벌화를 추진하였습니다.

| MICE 추진 전략 |

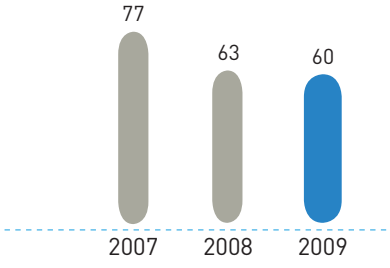


〉〉 MICE 지원 노력 및 성과

공사는 컨벤션 유치 · 개최 지원 서비스 강화, 컨벤션 기반조성 및 업계 활성화 노력 등을 통해 컨벤션산업을 활성화하는 것을 미션으로 설정하여 노력한 결과, 인센티브 신규시장 개척을 추진하여 인센티브단체 유치지원이 2008년 76,363명에서 2009년 87,208명으로 증가, 국제회의 개최가 2008년도 634건에서 2009년도에는 1,075건으로 증대하였으며, 컨벤션 유치 성공률도 2008년도 89.7%에서 2009년도 90.6%로 상승하는 등의 성과를 가져왔습니다.

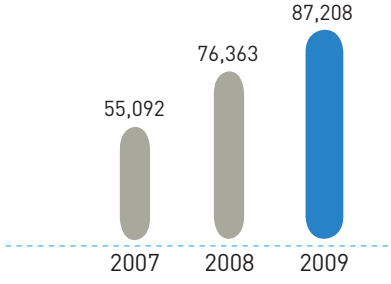
대형 MICE 유치 실적

(단위 : 건)



MICE 지원 인센티브 단체 유치지원 인원

(단위 : 명)



〉〉 관광사업체 지원 및 협력사업

공사는 국내 관광과 공연 업계의 윈윈(win-win)을 위한 융복합 상품을 개발하였습니다. 비보이 세계대회 R-16 Korea를 2007년부터 2010년까지 4년간 주최하였고 공연관광축제인 Korea In Motion을 2006년부터 5년간 개최하였습니다. 그 결과 2009년 최초로 80만 명(2008년 52만 명)의 공연 관람 외래관광객을 유치하는 성과를 거두었습니다.

〉〉 MICE 업계 활성화

최근 아시아지역의 MICE 산업 시장 확대로 주변 국가와 MICE 유치 경쟁이 치열해짐에 따라, 차별화된 마케팅과 맞춤형 서비스를 통해 대형 국제회의 유치 지원을 강화하고 관련 업계의 활성화를 위해 노력하고 있습니다.

매년 MICE 관련 국제 전시 박람회에 국내업계와 공동으로 유치단을 구성 · 파견하여 한국관을 운영하고 해외 바이어와의 상담 활동 등을 전개하고 있습니다. 또한 국내 MICE 관련 대표자들로 구성된 MICE 협의회와 업계 전체 대상의 MICE 네트워크숍을 개최하는 등 중앙 MICE 전담기구로서의 리더와 조정자 역할을 효과적으로 수행하고 있습니다.

공사는 글로벌 MICE 전문 전시회를 벤치마킹과 세계 MICE업계 관계자가 참가하는 한국의 대표 MICE 전시회 육성 필요성을 인식한 가운데 '09년 한국 MICE산업전을 인천 송도컨벤시아에서 성공적으로 개최하였습니다. '10년부터 3년간 서울에서 고정 개최하여 접근성과 인지도를 제고하고 예산 규모의 대 · 확대로 글로벌 MICE 전문전시회의 기본조건을 갖추게 되었으며 공사와 서울시에서 3년간 10억씩 총 30억을 투자하여 글로벌 한국 대표 MICE전문 전시회로 육성하여 MICE산업 활성화를 선도해 오고 있습니다.

다양한 활동을 전개한 결과, 2006년 처음으로 아시아 10대 컨벤션 개최도시에 서울, 부산, 제주 3개 도시가 포함되었으며, 2009년에는 서울 2위, 제주 6위, 부산이 10위에 올랐으며, 지난 10년간(2000~2009) 우리나라의 국제회의 개최건수는 109건에서 347건으로 218.3%의 성장률을 기록하였습니다.

〉〉 MICE 지원 노력 및 성과

MICE 지원 노력을 위해 공사의 경영진은 MICE 네트워크 구축을 위해 노력하고 있으며 현재 2012년 열릴 세계자연보전총회와 2015년 세계알레르기 학술대회에 각각 8,500명과 5,000명을 각각 유치한 상황입니다. 특히 신임 CEO의 대내외 인지도를 적극 활용한 이참 사장의 국제기구와의 협력활동이 활발히 이루어지고 있습니다. 이러한 MICE 지원 노력의 결과, 매년 대형 MICE 유치 지원 및 서비스 제공 추진실적이 향상되었습니다.

백제역사문화관

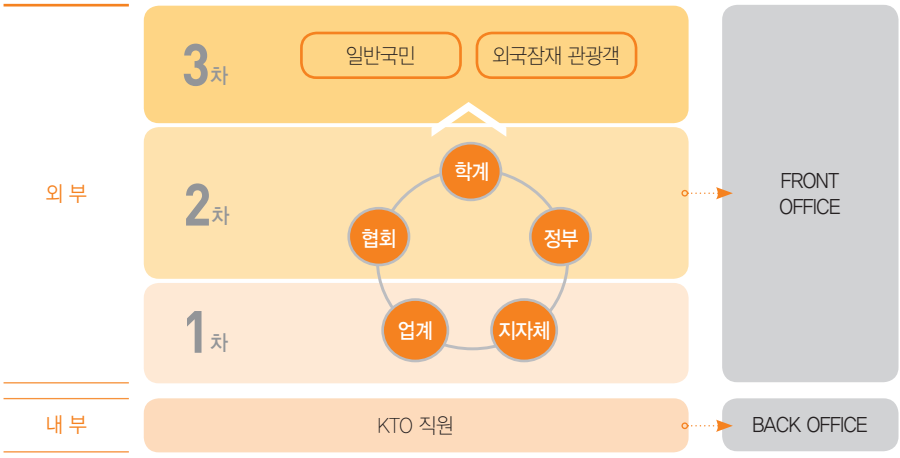
최고의 만족을 실현하는 고객경영

고객만족경영 메커니즘

고객정의

신성장 동력산업으로서 미래를 주도할 한국관광산업의 중심에 서있는 공사는 '매력 있는 관광한국을 만드는 글로벌 공기업'을 실현하기 위해 고객만족을 최우선 가치로 여기고 있습니다. 공사의 사업영역은 수익을 우선시하는 일반산업과는 달리 공익성과 수익성이 조화를 이루고 있는 서비스 중심의 산업입니다. 공사는 앞서 본 보고서의 이해관계자 분류와는 별도로 고객을 다음과 같이 구분하고 있습니다. 구체적으로는 공사와의 업무 및 협력의 중요도, 접촉 빈도에 의거하여 1차, 2차, 3차 고객으로 나누어 분류 · 관리하고 있습니다.

| 한국관광공사 고객 |

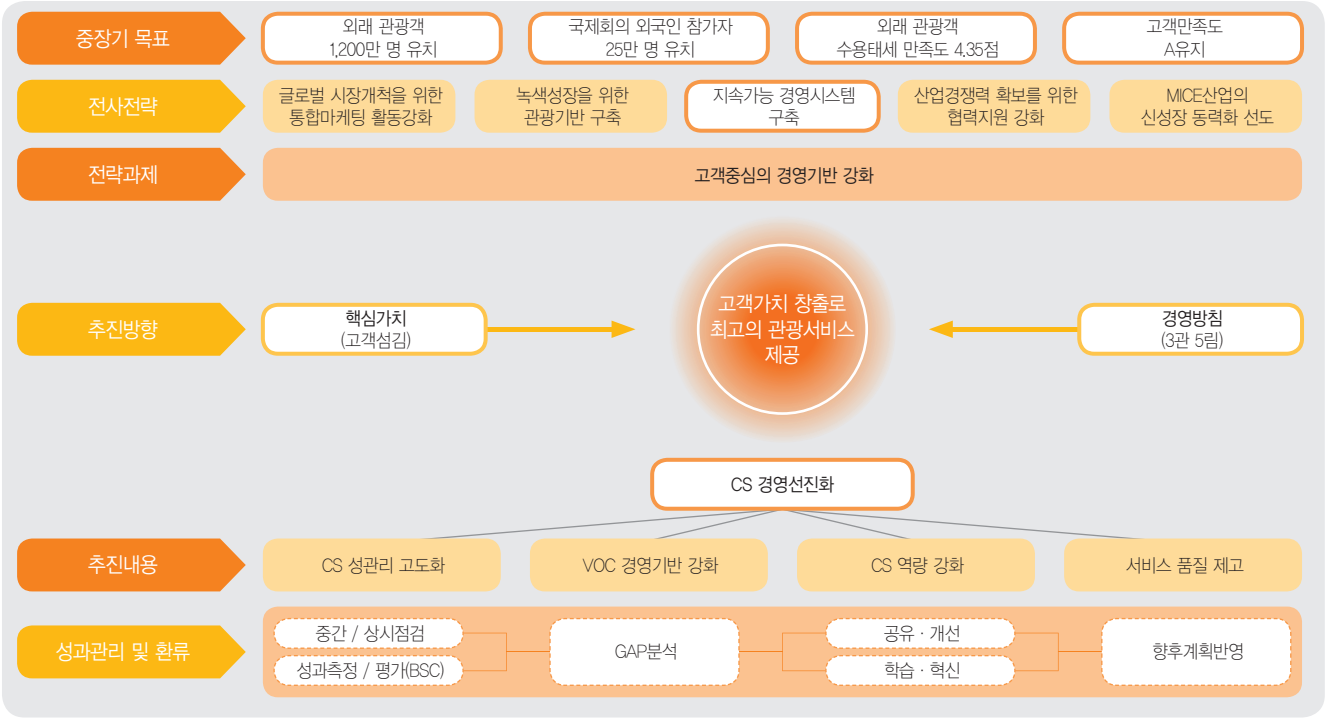


고객만족경영 추진전략 및 로드맵

공사는 2004년 이후 '고객가치 창출로 최고의 관광서비스 제공'이라는 고객만족 비전아래 종합적 · 과제별 성과목표 및 추진과제를 수립하여 전사적으로 고객만족경영 혁신을 추진해오고 있습니다. 그 결과 단기간에 고객만족 성과관리 고도화 등 관련제도를 정비하여 대외기관으로부터 높은 성과를 인정받고 있습니다.

공사는 고객만족이 공사 핵심가치로 내재화되고 2009~2010년에는 공사의 고객만족경영 수준이 극대화되어 '고객만족에서 고객감동까지' 발전하기 위해 최선을 다하고 있습니다.

| 고객만족경영 추진전략체계도 |



| 고객만족경영 추진 로드맵 |

KTO비전 관광산업의 새로운 패러다임을 창출하고 한국을 다시 찾고 싶은 매력 있는 나라로 만드는 국민기업

CS비전 고객가치 창출로 최고의 관광서비스 제공

CS목표 고객 만족도 향상 | 서비스 품질 향상

종합성과목표 공공기관 CSI : A(최고단계) · 자체 CSI : 90점 이상

과제별 성과목표

- 천사마일리지 운영 전직원 참여
- 이행표준 준수율 99%
- 서비스친절도 90점
- CRM 핵심고객 증가 (4000명대)
- 온라인 VOC처리 60분대 진입
- VOC 답변만족도 94점 이상
- PCSI : A(최고단계)
- KTO CSI : 90점 이상

추진과제

서비스브랜드 개발	고객만족문화 내재화	서비스 표준화	고객참여경영 실천	고객 서비스개선
• KTO CS 천사마일리지 운영	• CS추진조직관리 • 교육 및 CS홍보 • CRM 관리 • 내부고객만족활동	• 고객서비스헌장 관리 • 고객지향도 평가	• VOC 관리 • 고객제안 수렴 • VOC채널 다양화 • 정보공개 확대	• 외부고객 • 핵심 서비스 • 개선 활동

| 고객만족경영 추진 로드맵 |

고객만족경영 기반구축(2004~2005)
- 기반제도 구축
- 전략적 변화 창출

고객만족경영 내재화(2006)
- 고객중심 기업문화 활성화
- CS평가체계 고도화

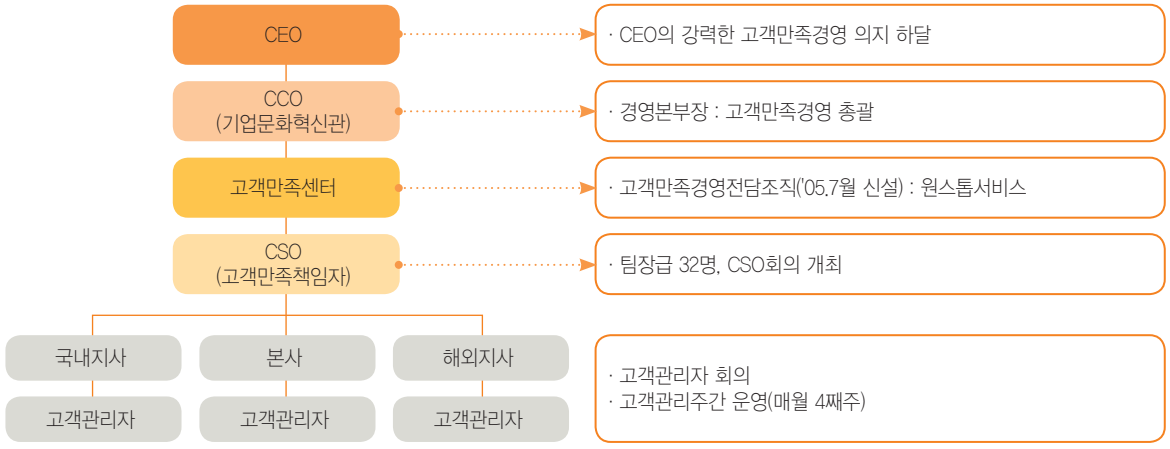
고객만족경영 브랜드화(2007~2008)
- 서비스브랜드 개발
- 고객만족문화내재화

고객만족경영 극대화(2009~2010)
- 최상급서비스 제공
- 고객가치 극대화

고객만족경영 추진조직

고객만족 추진조직은 CEO이하 단계별로 구성되어 있으며 2009년 현장 중심 CS조직으로 재구성 되었습니다. 기업문화혁신관인 혁신경영본부장이 고객만족경영(CS: customer satisfaction)을 총괄하고 있으며 주관부서인 고객만족센터에 현장추진조직인 CS전담조직 CS천사와 MOT리더가 있습니다. 신규로 신설된 MOT리더는 VOC처리시간 60분을 목표로 원스톱서비스를 지원하는 60명의 조직입니다. 신규 조직인 CS천사는 81개 부서의 팀원급 84명으로 구성되며 천사(1000+4) 마일리지를 관리합니다. 고객만족센터는 고객만족 우수기관 달성을 목표로 하는 7명의 CS경영 전담 조직이며 29명의 부서장급 고객만족책임자(CSO)와 함께 CS 계획, 수립 운영을 총괄하고 있습니다. 추가로 CS위원회가 신규로 운영되고 있습니다. CS위원회는 7명의 외부위원과 5명의 내부위원으로 구성됩니다.

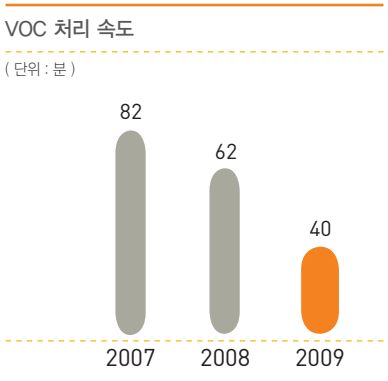
| 고객만족경영 추진조직 |

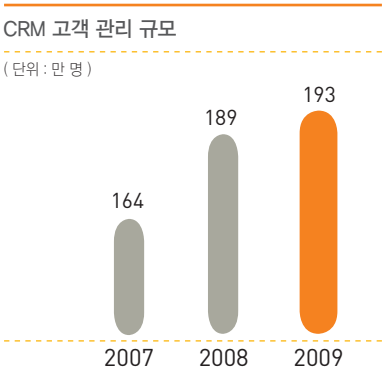


고객만족경영을 위한 노력

KTO CS천사 마일리지

공사는 고객을 감동시키는 친절한 서비스, 신속한 서비스를 생활속에서 실천하고 공사 내 CS 문화정착으로 대외경쟁력을 강화하기 위해 2007년 'KTO CS천사 마일리지'를 공사 고유 서비스브랜드로 개발하였습니다. 'KTO CS천사 마일리지'는 기존의 개별적 관리로 복잡했던 CS 평가체계를 통합하여 전사적 고객만족활동을 마일리지화 한 것입니다. 2009년에는 CS 경영 이념을 확대하여 기업문화, 윤리지표등 핵심 CS 성과지표들을 CS천사 마일리지로 통합하여 운영하고 있습니다. 그 결과 공사 자체 고객만족도, 고객의 소리 처리 속도 및 CRM 고객관리 규모가 모두 향상되었으며 2009년 고객 칭찬 및 감동 메시지가 213건 접수되고 파트너, 고객으로부터 표창 및 감사패가 수상되며 공기업 CS 우수사례(KMAC)에 2년 연속 선정되었습니다.





서비스 표준화

공사는 2008년까지 고객만족경영을 추진하며 고객서비스 헌장, CS 천사 마일리지 관리 등 '서비스 표준화'를 추진하였습니다. 고객 최우선 경영을 실현하고 양질의 공공서비스를 제공하기 위해 고객서비스 헌장을 제정하였습니다. 또한 공사는 핵심 서비스별 제공 내용과 기준, 이용 방법, 절차에 대한 구체적인 이행 기준을 표준화하여 공시하고 있습니다. 2009년에는 고객서비스 헌장 이행율 제고 활동을 전개하였습니다. 서비스 이행표준을 관리하고 품질 지표를 내재화 하기 위한 지속적인 홍보를 지속적으로 시행하고 부서별 서비스 전략을 수립하고 8월 60개의 자체 관리지표를 도출하였습니다. 결과적으로 고객의 칭찬 메시지가 2008년 120건에서 2009년 213건으로 대폭 증가할 수 있었습니다.

한국관광공사 고객서비스헌장

한국관광공사

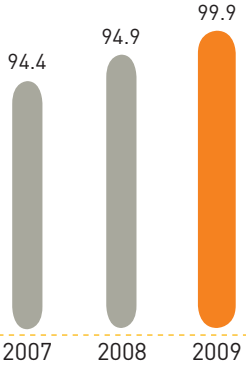
한국관광공사 임직원은 한국관광산업 진흥의 중추기관 으로서 "매력있는 관광한국을 만드는 글로벌 공기업"을 실현하기 위해 고객섬김을 통하여 신뢰받는 기업이 되도록 다음과 같이 실천하겠습니다.

_한국관광공사 임직원 일동

1. 우리는 고객과 함께 관광산업을 우리나라의 미래성장동력으로 이끌어 나가겠습니다.
2. 우리는 지역관광 진흥을 통하여 국가 균형개발과 지역 경제 활서화에 이바지하겠습니다.
3. 우리는 여행을 통해 삶의 질을 향상시킬 수 있도록 보다 나은 관광환경을 만들어 나가겠습니다.
4. 우리는 아시아 관광 허브네트워크를 구축하여 세계인이 찾아오는 관광 선진국을 만들어 가겠습니다.
5. 우리는 고객만족경영 실천으로 고객에게 고품질의 서비스를 제공하기 위해 노력하겠습니다.

서비스 이행표준 준수율

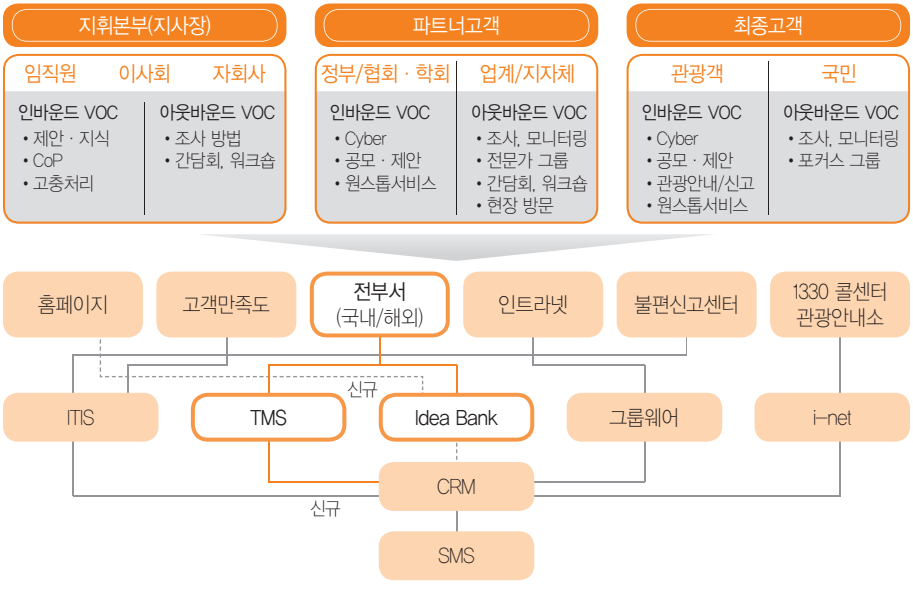
(단위 : %)



고객의 소리' 운영

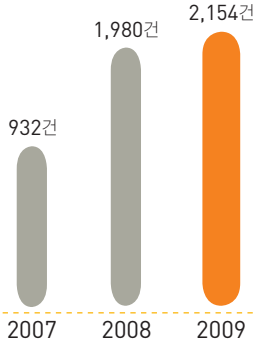
고객의 소리에 귀를 기울이는데 그치지 않고 더 빠르고 정확하게 고객의 소리를 전달하고 이를 반영하는 것이 진정한 고객의 소리 시스템이라고 인식하고 있습니다. 공사는 고객의 의견을 수렴하고 신속한 피드백을 통한 문제 해결을 도모하기 위해 고객의 소리(VOC: Voice of Customer) 시스템을 개선하였습니다. 고객의 소리 유형분류에 따라 담당부서가 자동 지정되며, 실시간 만족도 조사 및 3시간 이내 고객 답변 통보처리를 원칙으로 하고 있습니다. 2009년 고객의 소리는 정보관리의 고도화 단계로 VOC 수집 및 관리 체계를 통해 접수된 VOC를 축적, 종합 정보화 하고 있습니다. 2009년 오프라인 제안 온라인 통합을 시스템화 하는 등 지속적인 온라인 VOC 처리건수가 증가되었으며 2009년 평균 처리 시간은 40분으로 나타났습니다.

| VOC 수집 관리 체계 |



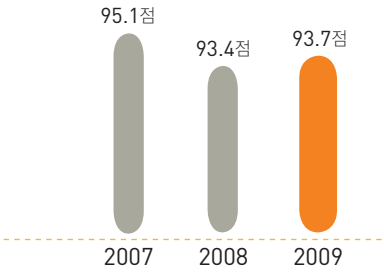
온라인 VOC 처리건수

(단위 : 건)



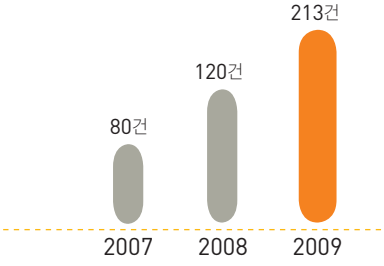
고객만족도 결과

(단위 : 점)



고객칭찬메시지 건수

(단위 : 건)



고객만족도 제고

〉〉 고객만족도조사

공사는 공기업 고객만족도(PCSI: Potential Customer Satisfaction Improvement Index)와 공사 자체 고객만족도 조사(KTO-CSI)를 매년 실시하고 있습니다. 이를 통해 고객중심의 서비스를 구현하고 있으며, 주요 업무별 고객만족 강약점을 파악한 후 보다 나은 서비스 제공에 노력하고 있습니다.
공사는 한국관광공사형 고객만족도 평가모델을 고도화해 고객만족에 대한 평가시스템을 완비했으며, 자체 고객만족경영매뉴얼을 제작 · 배포하여 직원들의 고객서비스마인드를 강화하였습니다.
이러한 결과 2006년 공사는 기획예산처가 공기업의 서비스 수준 향상 및 고객만족 극대화를 위해 매년 실시하는 공기업 고객만족도조사(기관 및 기업대상조사)에서 2위를 달성하였고, 2007년 공기업 고객만족도(PCSI) 최고단계(AA: 90~100점)에 진입하여 2009년까지 유지하고 있습니다. 공사의 공기업 고객만족도 93.7점은 공기업 평균 92.0점보다 상회하고 있습니다.

〉〉 고객제안 수렴 강화

공사는 고객참여경영 실천을 위하여 고객의 요구사항을 전달받을 수 있는 채널을 다양화하고 일반 고객참여를 강화한 활동들을 시행하고 있습니다. 고객제안 수렴을 위해 공사 홈페이지에 제안 창구와 고객특별제안 코너를 운영하고 있습니다. 홈페이지 고객 참여마당을 연중 운영하여 이용하는 고객들이 늘어남에 따라, 고객제안이 사업에 반영되는 수가 증가하고 있으며 고객의 칭찬 메시지도 함께 증가하고 있습니다.

〉〉 정보공개

고객 신뢰와 경영투명성 확보를 위해 공사는 각종 내부제도를 시스템화하고 경영정보를 적극 공개하고 있습니다. 공사 경영의 주요 정보를 기관홈페이지(kto.visitkorea.or.kr)와 기획재정부 공공기관 경영정보시스템 알리오(www.alio.go.kr)를 통해 연중 공시하고 있습니다. 2006년부터는 기관장업무추진비, 경영위험 요소 등 비용추계까지로 경영공시 대상을 늘렸으며, 공시담당자를 명시하여 고객으로부터 피드백이 가능토록 하고 공기업 CS 우수사례집을 발간하기도 하였습니다.

| 고객관계관리시스템 |

창덕궁 야경

글로벌 네트워크를 통한 파트너십 구축

파트너에 대한 책임과 노력

비전 및 목표

공사는 관광업계 및 지방자치단체와 긴밀한 네트워크를 구축하고 상호 전략적인 파트너십 강화를 위해 노력하고 있습니다. 커뮤니케이션 채널의 다양화, 홍보마케팅 지원 및 공동사업 확대를 추진 목표로 하고 있습니다.

정책

관광업계와 지방자치단체(이하 지자체)는 공사의 가장 중요한 고객이자, 한국관광산업 육성을 위한 파트너입니다. 공사는 문화체육관광부와 관련 중앙부처에서 시행하는 관광관련 정책 사업에 동참하고 있습니다. 더불어 관광업계 및 지자체 발전을 위한 관광소재 발굴, 여행상품 경쟁력 강화, 관광기반 시설 확충 등 관광 진흥 정책을 확대하고 있습니다.

주요 이슈에 대한 성과 및 계획

공사는 중대성 평가 (IPS Materiality Test model™)를 통해 도출된 다음의 항목들을 중점 관리 · 운영하고 있습니다.

주요 이슈

- 인바운드 관광활성화
- 지역관광산업 활성화
- 상생경영
- 공정한 거래관계
- 중소기업지원

관광업계 전문성 제고

관광업계 협력체계

공사는 해외설명회, 전시박람회, 언론인 · 여행업자 초청 등 해외마케팅 활동을 준비하는 인바운드 업계를 지원하고 있으며, 관광소재의 체계적 발굴과 신규 국내 여행상품개발 경쟁력 강화를 위한 프로세스를 구축하고 있습니다. 또한 우리나라의 부족한 관광자원을 극복하고자 관광 및 비관광업계와의 협력을 강화하고, 이들과의 네트워킹을 통해 로드쇼, 전시박람회, 광고 등의 홍보 및 마케팅 사업을 공동으로 추진하고 있습니다.
관광업계와의 파트너십 강화를 위해 비상시적 간담회를 개최하고 있으며, 관광총회와 각종 세미나 및 협의회 등 업계의 의견 수렴을 위한 커뮤니케이션 채널을 운영하고 있습니다.

국제기구 협력활동

공사는 세계관광 흐름을 파악하고 이에 능동적으로 대처하기 위해 UNWTO(세계관광기구), PATA(아시아태평양관광협회), WYSETC(세계청소년학생교육관광연맹), ASTA(미주여행업협회) 등 각종 국제기구에 가입하여 활동하고 있습니다. 국제기구별 특성에 맞는 협력사업을 추진하고 있으며 국제관광기구 회의 국내 유치를 위해 해당기구와의 협력을 강화하고 있습니다. CEO를 활용한 적극적인 마케팅으로 최대 아웃바운드 시장인 독일여행업협회(DRV)의 2011년 총회 유치에 성공하였으며 2012 국제스콜(SKAL) 세계총회 유치를 위해 SKAL 한국지부와 전략적 유치활동을 전개하고 있습니다.
공사는 국제기구 개최 행사 참가의 내실화를 통해 국제기구와의 유대관계를 강화하고 신규 협력 분야를 지속적으로 발굴할 계획입니다.

| 이참사장의 2009년 국제기구 협력활동 |

종류	UNWTO	SKAL	PATA	DRV총회
내용	아시아국장협의 (9.20)	회장 초청협의 (서울, 9.29)	업무협력 강화 협의 (서울, 9.28)	총회 출장 협의(독일, 11.20)

관광인력 전문화 교육 강화

공사는 국내 관광환경을 개선하고, 관광업계 경쟁력 강화를 위해 관광 전문인력 교육을 실시하고 있습니다.
주요교육으로는 의료관광 코디네이터 교육, 특수어 구사자 대상 의료관광 교육, 의료관광 온라인 영어 교육 등 의료관광 전문교육을 실시하여, 08년 133명에서 09년 296명으로 교육인원을 확대 하였습니다. 관광안내 인력 대상 역량강화 교육으로 문화관광해설사 교육, 한식세계화 교육, 국외여행 인솔자 교육 등을 실시하였습니다. 또한 산학협력사업으로 공사 본지사에서 인턴십을 운영하고 있으며, 관광통역안내사, 호텔경영사, 호텔관리사 국가자격증 발급관리 업무를 수행하고 있습니다.

| 2009년 MICE 업계 전문인력 양성 강화 |

2009 양성 교육명	교육대상	교육인원(명)
의료관광 전문인력 교육 (의료관광 코디네이터 교육 등)	병원직원, 특수어 구사자 등	400
문화관광해설사 교육	전국 문화관광해설사 9개 해외지사	346
경북관광아카데미	지자체 관광종사원 및 공무원	768
국외여행인솔자 소양교육	여행사 직원	239

2009 양성 교육명	교육대상	교육인원(명)
한국음식 세계화 교육	통역안내사 등	52
관광산업의 이해	공무원	24
국내외 산합협력 인턴십	대학생	117
해외 NTO 초청연수	해외 NTO직원	6
계		1,952

파트너십을 통한 관광활성화

〉〉 국내 여행상품 개발 및 육성사업 지원

공사는 다양한 관광상품 제공을 통한 국내관광 활성화와 여행업계의 타겟별 맞춤형 여행상품 개발 유도를 목적으로 2005년부터 우수관광프로그램 선정 및 지원 사업을 하고 있습니다. 또한 공모전을 통해 선정된 여행상품에 대해 여행사 자체 홍보 마케팅 계획과 협의하여 맞춤형 홍보를 지원하고 있습니다. 하계휴가기간 및 연말연시 등 해외여행 성수기를 겨냥하여 여행업계와 공사가 공동으로 테마 상품을 기획 · 판촉하였습니다. 아울러 여행상품의 품질관리 및 개선을 위해 국내여행상품 소비자 만족도 및 모니터링 실시 등 고품격 여행상품 육성을 위해 노력하고 있습니다.

〉〉 유관기관과의 업무협약를 통한 상호혁신

공사는 한국관광홍보 및 한국관광상품 판매 촉진을 통한 국내관광진흥을 위해 시장 · 업계별로 다양한 네트워크를 구축하여 협력하고 있습니다. 지속적인 국내외 관광업계와의 업무협약(MOU) 체결로 조직 역량을 강화하고 업무혁신을 이루어 외래관광객 유치 증대를 위해 노력하고 있습니다.

- **녹색관광 파일럿 상품 개발 및 지원**

  녹색관광의 확산 및 지역관광 활성화를 위해 2009년 3월 공사는 순천시와 MOU를 체결하고 녹색관광상품 개발, 수용태세 점검 및 국내외 홍보방안을 도출하는 등 집중적인 순천만 홍보마케팅활동을 실시하고 있습니다. 녹색관광 상품개발 및 지원을 위하여 공사는 지자체 및 유관기관과의 MOU체결을 지속적으로 확대하여, 관광산업을 통한 저탄소 녹색성장을 견인하는데 기여하고 있습니다.

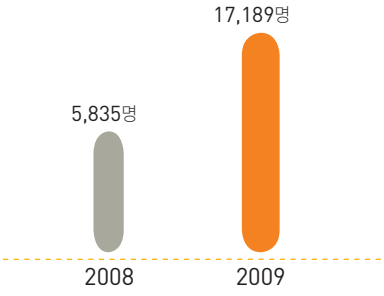
순천만 방문객 증가	
2007년	667,327명
2008년	745,722명
2009년	1,060,331명

- **여수시 2012 세계박람회 대비 관광 지원**

  공사는 2007년부터 여수의 해양관광자원의 경쟁력 강화를 위한 계획의 필요성을 느끼고 관광자원 개발 및 투자유치를 위한 대대적인 컨설팅 지원을 수행하였습니다. 이를 통하여 2009년까지 총 7개지역에서 1조 120억의 투자유치성과(MOU)를 보였습니다.

구분	계동지구1 (골프장 등)	계동지구2 (팬션 등)	계동지구3 (마리나 등)	상포지구 (유스호스텔 등)	백야도 (워터파크 등)	상/하회도 (꽃길, 정원 등)	거문도 (역사 문화 시설 등)
유치기관	서보엔지니어링	DMK	이엑스산업개발	G&C개발	대명레저	전라남도	전라남도

스파클링녹색나라 체험마을 방문객 수



2009년 지자체 공동 유치 설명회 개최 실적

서울	1회	11월
부산	2회	4월, 12월
대구	2회	3월, 11월
광주	2회	6월, 10월
제주	1회	9월
인천	1회	11월

〉〉 지자체 협력 기반 구축 및 지역테마 발굴 사업

공사는 공사, 지자체 그리고 지역관광공사(RTO:Regional Tourism Orgnanization)와 협력하여 관광마케팅을 위한 지자체 협력 기반을 구축하고 지역 테마 발굴 사업을 강화하고 있습니다. 공사는 본사와 지역관광공사(RTO:Regional Tourism Orgnanization)가 협력한 KTO-RTO PLAZA를 개설하여 2009년 사장단 협의회 4회, 서울시 협의회 4회, 강원 남부관광 협의회 6회를 실시하였고 영남권협력단, 충청권협력단, 호남권협력단과 지자체와 공동으로 '스파클링 녹색나라'라는 공동 브랜드를 구축하여 관리하고 있습니다. KTO-RTO PLAZA는 앞으로도 의사소통의 창으로 신속한 의사결정과 정보공유의 장이 될 것으로 기대됩니다.

| KTO-RTO PLAZA |

문제점	• 신속한 의사결정을 위한 정보공유 및 환류 미흡
해결책	• '의사소통의 窓' 개설
결과	• KTO-RTO PLAZA 개설 • E-News letter 발송
과제	• 정보제공 강화 • 온라인 협의 활성화

〉〉 MICE 업계 활성화

공사는 지자체와 공동으로 매년 MICE 관련 국제 전시 박람회에 국내업계와 공동으로 유치단을 구성 · 파견하여 한국관을 운영하고 해외 바이어와의 상담 활동 등을 전개하고 있습니다. 또한 국내 MICE 관련 대표자들로 구성된 한국MICE협의회와 업계 전체 대상의 MICE 네트워크숍을 개최하는 등 중앙 MICE 전담기구로서의 리더와 조정자 역할을 효과적으로 수행하고 있습니다.

공사는 MICE 전문 전시박람회인 'MICE산업전'을 매년 지방 컨벤션센터에서 순회 개최하고 있습니다. 이로써 MICE산업의 균형 발전을 도모하고 지속적인 지방 MICE 수요 창출 및 활성화를 선도해 오고 있습니다.

2009년에는 지자체와 공동으로 총 9회의 유치설명회를 개최하였으며 기존 서울 중심에서 지역 MICE 유치 설명회로 비중을 확대하여 전국 유치 인프라를 조성하고자 노력하였습니다. 이 결과 총 7개 지자체와 공동으로 MICE 유치 설명회를 개최하였습니다.

〉〉 지자체 관광정보서비스 개선 지원

공사는 2009년 지자체 관광홈페이지 개선 컨설팅을 지원하였습니다. 이에 36개 지자체가 신청을 하였고 이중 태백시, 기장군 등 10개를 대상으로 홈페이지 개선 컨설팅을 지원하였습니다. 새로 바뀐 홈페이지에서는 지자체 전자지도 확충 및 지역관광 소재 발굴을 강화하였으며 컨설팅 결과를 적극 반영한 지자체는 이용객의 현저한 증가를 보였습니다. 2009년 개편이 완료된 지자체는 태백시, 기장군, 광주 북구, 충남 연기군 이며 현재 개편이 진행되고 있는 지자체는 경기도 고양시, 강원도 화천군, 경남 산청군, 경기도 하남시, 경북 영덕군, 전남 함평군입니다.

| 컨설팅 지자체 만족도 개선 (40점 만점) |

	태백시		기장군		광주 북구		연기군	
점수(점)	20	33	19	32	18	29	18	24

지방자치단체와의 협력 활성화

인트라바운드 관광의 경쟁력 강화

해외관광수요와 국내관광수요의 불균형을 해소하기 위해 지역관광 활성화 및 지역관광 경쟁력 강화의 중요성이 점차 커지고 있습니다.
공사는 지방자치단체(이하 지자체)와의 협력체계를 구축하고 역할 설정을 명확히 하여 인트라바운드 관광 활성화와 이를 통한 지역 관광자원의 연계 강화가 지역관광 활성화로 이어질 수 있도록 노력하고 있습니다.
공사는 한국관광산업의 컨트롤 타워 기능을 수행하기 위해 수도권, 충청권, 호남권, 영남권, 제주권 등 5개의 협력단을 운영하고 있으며, 지자체와 관광진흥협의체를 운영하여 협력체계를 강화하였습니다. 공사와 지역관광공사(RTO: Regional Tourism Organization) 간의 협의체 운영을 통해 2009년에는 정부정책사업인 '지역방문의 해'와 연계하여 인천광역시와 2009년 인천방문의 해의 성공적인 개최를 지원하는 등 공동사업 추진을 통해 상호 전략적 파트너십을 구축해 나가고 있습니다.

| 공사와 지방자치단체간 역할 설정 명확화 |

〉〉 권역별 협력단

공사의 권역별 협력단은 공사와 지자체의 협력체계 구축에 있어 중심 역할을 하고 있습니다. 이러한 협력단의 기능을 확대하고 효율적인 운영 관리를 위해 협력단 운영관리 시스템을 구축하였습니다. 이를 통해 지역관광 홍보마케팅사업, 지역특화사업 등 지방관광활성화를 위한 다양한 사업을 추진하고 있습니다.
공사는 지자체와의 협력 사업을 활성화하기 위해 기존의 충청, 호남, 영남, 협력단별로 관광협의회를 실시하며 지역관광관련 주요 사항들을 논의하고 있습니다.

| 지자체와의 협력체계 구축 |

구분	세부내용
MOU 체결	강원도 등 12개 지자체와 MOU체결
KTO-RTO 사장단 협의회	정기협의체 운영(분기별 1회)
해외지사와 화상회의	수시 화상회의를 통한 사업 추진방안 협의
상호사업계획 공유	고객사업설명회(2009.1.22) 등 상호간 사업계획 공유

〉〉 지방자치단체와의 관광 협력회의

공사는 전국 광역지자체를 대상으로 공사에 대한 요구, 건의사항을 조사하고 적절한 피드백을 하는 등 지자체와의 협력을 확대해나가고 있습니다.
2008년 처음으로 공사와 지자체의 국장 협력회의가 개최된 이래로 전국 광역 및 기초지자체를 대상으로 공사 최초로 해당지역에 찾아가는 설명회를 추진하는 등 고객지향적 협력체계를 구축하고 있습니다. 이를 통해 공사 인트라바운드 활성화 사업에 대한 지자체의 이해도를 높이고, 지자체 대상 협력 사업에 대한 의견을 수렴하여 지자체 만족도를 제고하고 있습니다.

〉〉 지방 관광인력 전문성 강화

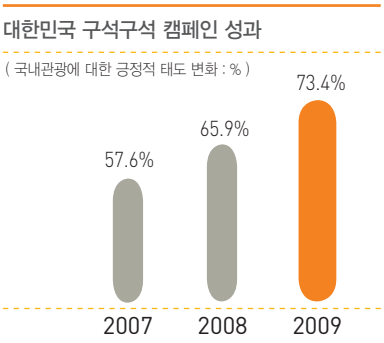
지방관광 경쟁력 강화를 위하여 지자체 관광종사원에 대한 전문 교육을 강화하고, MOU 체결을 통하여 지방관광인력을 대상으로 현지 교육을 확대 실시하였습니다. 공사가 운영하고 있는 경북관광아카데미를 통해 2009년 총 768명이 교육을 받았습니다. 경북관광아카데미는 공무원 및 가이드 등 경북지역에 관광종사자의 역량을 강화하기 위해 공사와 경상북도가 공동으로 추진하는 지방 관광 인력 전문 교육입니다.
2009년 스토리텔링 현장요원 문화관광해설사 양성교육은 5개 권역별 지자체를 찾아가 실시되었으며 이를 통해 2008년 4.1점에서 4.4점으로 교육만족도가 증가한 것으로 나타났습니다.
강원에서는 2009년 12월부터 2011년까지를 예정으로 하여 의료관광 수탁교육이 실시되고 있습니다. 이는 강원도가 예산을 지원하고 공사의 노하우를 결합하는 협력 프로젝트입니다. 이처럼 공사는 지방자치단체와의 쌍방향 인력교류를 시행하여 업무협력을 강화해 나가고 있습니다.

지역관광 활성화 노력

〉〉 국내관광 활성화 캠페인 전개

공사는 일반 국민들에게 잘 알려지지 않은 관광지를 발굴 홍보하는 '구석구석 캠페인'을 지속적으로 전개하였습니다. 그 결과 우리나라의 숨겨진 매력적인 관광지를 널리 알리고, 국내관광을 활성화하는데 크게 기여하였습니다. 2006년 공익광고를 실시하였고 이후 국내관광활성화위원 캠페인 추진조직을 구축하여 지자체와 공동으로 캠페인을 전개하였습니다.
또한 2009년에는 교과서속 가족여행으로 진화하여 '구석구석' 캠페인을 한 단계 더 발전시켜 진행하였습니다. 그 결과, 관련 관광지의 방문객이 증가하는 성과를 거뒀습니다. 이들 국내관광 활성화 사업에는 여행 동호회로 구성된 '구석구석 답사단', 향토음식 정보 구축사업을 위한 '구석구석 맛 탐험대'와 추천 관광지 방문유도 사업을 위한 '구석구석 둘러보기' 등이 있습니다.
또한 외국인주민의 국내여행 촉진을 위하여 이참 사장의 영어더빙이 들어간 '구석구석' TV광고를 통해 110만 외국인 주민의 인트라바운드 잠재력을 활용하기위해 노력하였습니다.

대한민국 구석구석 캠페인 성과

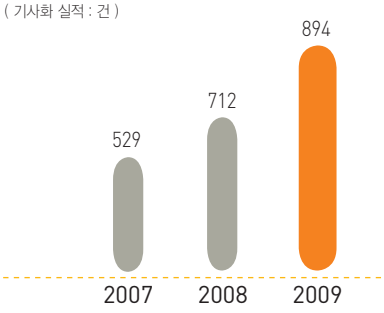


》 지역 잠재관광지 발굴 홍보

공사는 국민들의 다양한 여가욕구를 반영한 관광소재를 발굴하고 홍보하기 위해 13년 장수프로그램인 '추천! 이달의 가볼만한 곳' 사업을 97년 이후 꾸준히 지속하고 있습니다.
선정위를 통한 전문가 의견을 수렴하여 주제를 선정하고 이달의 가볼만한 테마 관광지를 공사 홈페이지, 인터넷 여행동호회, 지하철 광고, TV 프로그램 등을 통해 홍보하고 있습니다. 체계적인 관광소재 발굴 및 홍보 결과 고객의 만족도가 향상되고 추천 관광지 방문객수 및 추천 지역 수가 증가하였습니다.

'추천! 이달의 가볼만한 곳' 선정 실적

(기사화 실적 : 건)

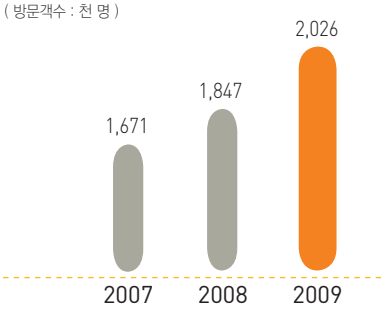


》 시티투어 활성화

국내관광의 약 70% 이상을 차지하는 자가 차량 이용 개별관광객을 위한 여행 프로그램 필요성이 증대됨에 따라, 2008년 '시티투어(City Tour)' 활성화 사업을 시행하였습니다. 이를 위해 공사 홈페이지 내 전문코너를 운영하고 있으며 언론매체 및 온라인 광고, 개별 시티투어에 대한 컨설팅을 지원하고 있습니다. 2009년 현재 45개의 지자체에서 180개의 코스가 운영되고 있습니다. 2009년 시티투어 이용객은 2008년 325,116명 보다 17.3% 증가한 381,314명으로 집계되었습니다. 공사는 대중교통을 이용하는 여행객에게 양질의 관광정보를 제공하여, 국내여행 편의성 제고 및 지역경제 활성화 모색을 위해 힘쓰고 있습니다.

부산 지역 방문 외래객 유치실적

(방문객수 : 천 명)



관광을 통한 지역 경제 활성화 노력

》 외래객 지방분산을 통한 지역경제의 활성화

공사는 외래관광객 지방 분산 촉진을 관광산업의 지역균형 발전 촉진 및 방한 관광사업의 다양성을 도모하고 있습니다. 외래객의 약 74.5%가 서울을 방문하여 편중심화 되어있는데 착안하여 관광을 지방분산함으로써 지역관광 불균형을 해소하고 지역일자리 창출에 기여하고자 하였습니다. 2009년 8월 일본인의 한국 지방 관광에 대한 의식조사를 실시하여 방한 외국인이 재방문할 경우 지방방문의향이 높은 것으로 파악되어 공사와 지자체 공동 지역관광 활성화 체계 투어리즘 테크놀러지(Tourism Technology)를 구축하였습니다. 투어리즘 테크놀러지는 통계분석 정보를 제공하여 지자체가 지방관광코스를 적절히 개발할 수 있도록 매뉴얼 발간 및 관광 마케팅 교육을 지원하는 내용을 담고 있습니다. 2009년 공사는 262건의 지방관광상품개발을 통해 더 많은 일본인 관광객을 서울 외 지역에 유치하였습니다.

》 지역방문의 해 지원

공사는 지방관광 활성화를 위해 매년 지자체 대형 프로그램인 '지역방문의 해'의 성공적 개최를 지원하고 있습니다. 2009년은 '인천방문의 해'로 내외국 관광객을 인천 지역에 집중적으로 유치할 수 있도록 공사의 27개 해외지사를 이용해 관광설명회, 소비자 이벤트 32회를 지원하였고 유명스타를 활용한 인천관광홍보 웹사이트를 제작 지원하였습니다. 특히 인천도시축전, 인천대교마라톤 대회 등 특별상품 개발을 통해 일본, 싱가포르 등지의 총 5,626명을 추가 모객할 수 있었습니다.

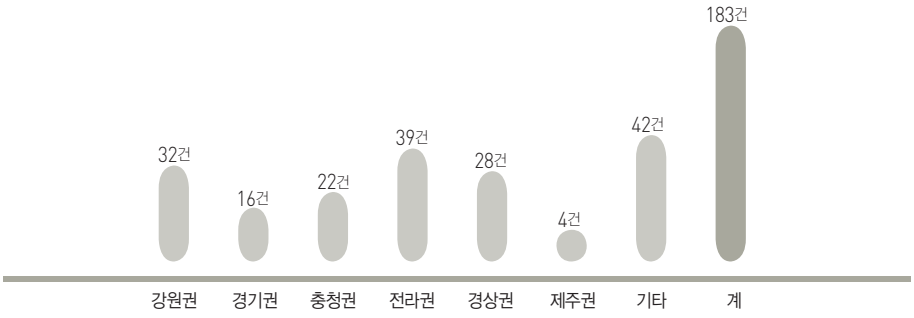
》 지역관광 특화상품 개발 지원

지역관광 활성화를 도모하고 지역주민의 실질적인 소득 증대를 위해 '문화관광축제' 육성 지원 사업을 추진하고 있습니다. 최근 국내 지역축제의 국제화, 외래 관광객 유치 확대 수단으로 지역 축제의 관광상품화 및 해외홍보 · 마케팅이 강조되고 있습니다.
공사는 해외 언론인 및 여행업자를 대상으로 '문화관광축제' 초청 팸투어 실시를 지원하고 있으며, 공사 홈페이지를 통한 온라인 홍보 마케팅을 실시하고 있습니다. 특히 2009년에는 동북아 쇼핑 한류붐 조성을 통한 한국 내수시장 활성화를 도모하여 부산시와 3월 업무 협약을 맺고 대규모 부산쇼핑 캠페인을 실시하였습니다. 아사히 신문 등 해외 언론에 35회의 쇼핑 특집 광고를 지원하고 JCB(일본), VISA(동남아) 등 대형 해외 신용카드사와 공동으로 한국쇼핑 캠페인을 실시하였습니다.

관광개발 컨설팅 지원

공사는 지자체의 체계적인 관광개발사업 지원을 위한 관광자원 컨설팅 사업을 진행하고 있습니다. 2006년부터 도입된 제안형 컨설팅은 2009년까지 통합형 컨설팅 체계로 정립되어 여수, 순천, 연천 등에서 시범적으로 수행중에 있습니다. 2010년부터는 지자체와의 통합형 컨설팅을 추진하여 원스톱 서비스를 제공하도록 할 것입니다.

지자체컨설팅 지원현황 (1998년부터 2009년)



지역관광 인프라 개선

〉〉 지자체 관광수용태세 평가

공사는 2008년 지자체의 관광수용태세 6대 부문(숙박, 음식, 편의시설, 안내정보, 교통, 쇼핑)을 평가할 수 있는 표준지표로 관광수용지수를 개발하였습니다. 이를 통해 50개 지자체 관광수용태세를 시범 평가하고 그 결과를 공유하여, 관광수용태세 개선의 계기를 마련하였습니다. 2009년에는 '국내대표 관광지 수용태세 모니터링'을 통해 국민모니터단 50명과 공사직원 50명을 상대로 모의관광을 실시하고, 5개분야 50개 관광지별 총 934건의 소비자관점의 수용태세 경험평가 및 개선과제를 도출하고 관련 지자체에 단계적 개선을 요청하여 2009년 말 192건(12%)이 개선완료 되었으며 80건은 계획중에 있습니다. 또한 전년도에 도입된 '관광수용지수'를 개선 · 발전시켜 지자체 관광수용태세 경쟁력을 진단할 수 있는 '관광수용태세 경쟁력지수' 를 도입하여 지자체 스스로 관광 수용태세를 개선할 수 있는 기반을 마련할 계획입니다.

설악산추경

관광객을 위한 헌신

관광객에 대한 책임과 노력

비전 및 목표

공사는 국내 관광지가 다시 찾고 싶은 매력적인 여행지가 되도록 국내외 관광객을 대상으로 최상의 관광서비스 제공을 최우선 가치로 삼고 있습니다. 국제경쟁력이 날로 심화되고 있는 관광산업환경에서 '2013년 외래 관광객 1,100만 명 유치'를 목표로 설정하였습니다.

정책

최근 변화하는 관광 패러다임에 발맞춰 관광객들의 인식제고 캠페인을 전개하고, 관광객 수요에 부응하는 서비스를 제공하고 있습니다. 또한 국내외 관광객의 여행시 안전 확보를 위한 위기관리체계와 고객지향형 관광정보제공 체계를 구축 · 운영하고 있으며, 관광객 실태조사를 통해 불편사항에 대한 대책을 마련하고 있습니다.

주요 이슈에 대한 성과 및 계획

공사는 중대성 평가(IPS Materiality Test model™)를 통해 도출된 다음의 항목들을 중점 관리 · 운영하고 있습니다.

주요 이슈

관광객과 관광환경 이슈

공사는 매년 국내외 관광객 실태조사 및 모니터링을 실시하여 그들의 핵심 니즈를 파악하고 불편사항을 개선하기 위해 노력하고 있습니다.
국내 여행을 하는 국내외 관광객들이 편리하게 관광지에 대한 정확한 정보를 제공받을 수 있도록 모바일 관광정보서비스 시스템을 구축하였으며, 관광인프라 개선을 위해 숙박시설 인증 및 체인화 사업을 실시하고 있습니다. 국민들을 대상으로 '친절 및 청결' 문화를 정착하기 위한 '국민인식제고 캠페인'과 알려지지 않은 관광지의 매력을 홍보하여 국내여행에 대한 새로운 인식전환의 계기를 마련한 '구석구석 캠페인'을 펼치고 있습니다.
공사는 최근 변화하고 있는 관광환경 이슈들을 분석하여 관광객을 만나는 접점에서의 서비스 실현을 강화하고, 한국 관광산업이 경제적, 사회적, 환경적 영향을 강조하는 최근 관광 패러다임에 부응하는 지속가능한 관광으로 이어질 수 있도록 더욱 노력할 것입니다.

관광객 여행 형태 변화 대응을 위한 공사의 노력

근래에 들어 여행 풍속이 과거의 단체 관광 위주에서 최근에는 개인 혹은 가족단위의 소그룹 위주로 변화하고 있습니다. 이와 더불어 최근 인구구조의 변화, 교육수준의 향상, 여행경험의 증가, 생활양식의 변화, 인터넷 활성화 등의 이유로 전 세계적으로 개별관광객 시장 규모가 증가하고 있습니다. 개별관광객(FIT: Free Independent Traveler)이란 단체 패키지관광객과 상반되는 개념으로 출발에서부터 여정, 숙소, 식사, 교통편 등을 모두 소비자가 스스로 코디네이터가 되어 각각의 아이템들을 조합해 자신만의 여행 기획이 가능한 개별적이며 자유로운 형태의 여행객을 의미합니다.

공사는 개별관광객 유치 전략을 강화하고 다양한 온라인 마케팅 활동을 전개하고 있습니다. 2009년에는 관광객 동선에 따라 여행관찰일지를 작성하며 고객의 관점에서 종합적 점검과 개별 모니터링을 실시하여 국내 수용태세 및 개선과제를 도출하는 등 관광안내체계를 개선하고 개별관광객을 위한 가이드북 및 관광안내지도를 간행하는 등 여행정보 플랫폼을 구축하고자 노력하고 있습니다.

관광 인식도 제고

〉〉 휴가연중 분산 및 장기휴가 국내여행 활성화 캠페인

국민 관광기회를 확대하고 국내관광참여도를 높여 국내 관광활성화 여건을 조성하기 위해 '휴가분산제'를 추진하고 있습니다. 특정계절에 집중되는 관광수요를 분산하기 위한 '휴가분산제'의 국내인식 확산을 위하여 공사는 '휴가분산제' 캠페인 광고 및 공모전 사업을 추진하고 있습니다.
또한 선진 휴가 문화 정착 및 국내 관광산업 활성화를 도모하고자 장기휴가를 위한 국내여행 프로그램을 개발하고 이를 책자 및 리플렛으로 제작하여 대국민 보급을 추진하고 있습니다.

〉〉 수학여행문화 개선

공사는 이전의 '둘러보기식'의 정형화된 수학여행의 틀에서 벗어나 학생들이 올바른 여행문화를 습득할 수 있고, 학생들에게 국내관광에 대한 긍정적 이미지를 높일 수 있도록 수학여행문화 개선 활동을 펼치고 있습니다.
이를 위해 공사의 권역별 협력단은 지자체, 학계, 업계와 협력하여 현장체험활동을 기초로 하는 테마여행 코스를 개발하였으며, 팸투어(Familiarization Tour : 사전답사여행) 및 수학여행 우수사례집 발간, 수학여행 특집다큐멘터리 방영 등의 사업을 추진하였습니다.

관광객을 위한 서비스 개선 노력

관광객 안전 지원 노력

한국은 북한 핵 문제 등 대북 문제가 상존하고 있어 체계적인 위기관리가 필요한 관광지역입니다. 공사는 관광위기를 인지할 수 있는 위기관리 시스템을 가동하고 있으며 워룸(War Room)을 운영하고 대책 및 재발방지 사업을 추진 평가하고 있습니다. 2009년 신종플루 발생 및 확산과 관련하여 방한관광객의 안전을 위하여 다각적인 활동을 펼친 바 있습니다. 방한관광객을 위한 신종플루 대처법을 visitkorea 전 사이트에 등재하는 한편, 영, 일, 중 3개 언어로 리플렛을 제작하여 배포하였습니다. 또한 관광업계 종사자 대상으로 '인바운드 관광 부문 신종플루 대응지침'을 제작하여 배포하기도 하였습니다. 이 외에도 업계와 공동으로 '방한 관광객의 안전을 위한 여행사 고객 배려 방안'을 마련, 시행한 바 있습니다. 2009년 11월 14일 있었던 화재사고로 인한 일본인 관광객 10명 사망을 위기로 인식하고 사고발생당일부터 비상대책본부를 운영하고 부산, 일본에 직원을 긴급파견하고 현장 지원하였으며 정부 대상 관광객 이용시설에 대한 안전 점검을 요청하였습니다. 이 밖에도 외래 관광객의 국내 여행 시 비상상황에 대응하는 외래 관광객 안전체계 확보를 위해 '1330 관광안내전화'에 119와 연계한 통역 서비스를 지원하고 있습니다.

온라인마케팅 활성화 및 오프라인과의 연계 강화

〉〉 온라인 관광정보 제공

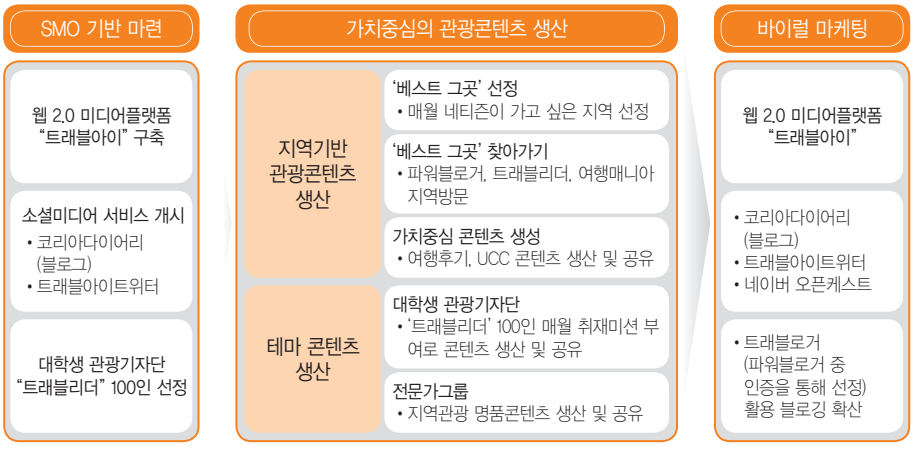
공사는 웹 2.0 기반 온라인 통합 마케팅을 강화하기 위해 웹 2.0 소셜 미디어 최적화를 통한 여행 수요 확대를 중점적으로 추진하였습니다.

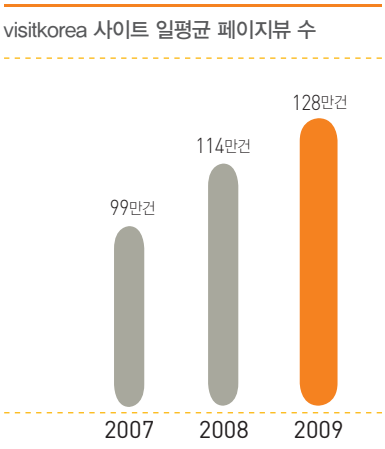
첫째, 2009년 4월부터 12월까지 Visitkorea.or.kr 서비스를 개편하여 여행정보 콘텐츠 제공서비스를 강화하였고 2009년 웹어워드코리아 최우수상을 수상하였습니다. 개편된 웹사이트는 여행정보, UCC, 지도가 연계되어 간단하고 조작하기 쉬운 화면 구성을 특징으로 합니다. 공사 인터넷 홈페이지인 visitkorea(www.visitkorea.or.kr)를 통해 25,000여 건의 전국 관광정보를 제공함으로써 온라인을 통한 국내관광 활성화를 위해 노력하고 있습니다. 홈페이지에 모든 관광정보를 사진과 동영상, 관광지 주변 정보가 제공됨으로써 관광객의 만족도를 높였습니다. 특히, 대학생 관광기자단(트래블 리더)를 운영하여 전국의 명품 여행 UCC 1,000여 건을 제공, 고객 눈높이에 맞는 서비스를 확대하였습니다. 2009년에는 visitkorea 사이트 일평균 128만 건의 페이지뷰를 기록하는 등 매년 10%이상 사이트 방문객이 증가하고 있습니다.

둘째, 웹 2.0기반 고객주도형 트래블아이 프로모션을 전개하여 네티즌이 관광지를 선정하고 지역관광 정보를 자발적으로 만들어 가는 트래블 2.0을 실현하였습니다. 이로 인해 트래블아이블로그의 월평균 방문자는 실행전 11,464명에서 실행후 85,975명으로 약 7.5배 증가하였으며 설립후 5개월간 파워블로거 762명을 트래블로거로 인증하여 주도적인 온라인 홍보활동을 유도 하고 있습니다.

셋째, 네이버 블로그, 트위터, 네이버 오픈캐스트 등 소셜미디어를 활용한 마케팅을 적극 도입하여 고객 참여형 온라인 프로모션을 다양화하고 있습니다.

| 트래블 아이 추진프로세스 |





관광안내 서비스 개선

〉〉 관광정보안내 시스템(i-net) 구축

최근 인터넷을 통한 정보 획득 및 공유가 확산되어 본인이 직접 여행지를 선택하고 계획하는 추세가 증가함에 따라 관광정보제공 서비스의 요구수준이 높아지고 있습니다. 공사는 이러한 고객들의 니즈를 반영하여 신속하고 정확한 맞춤형 정보를 제공하기 위해 2008년 전국 안내원 전용 관광정보안내시스템인 아이넷(i-net)을 구축한 이래 i-net 활용이 우수한 회원을 대상으로 인센티브를 제공하는 등 활용도 제고를 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 이 시스템은 전국 안내원 워크숍 및 수요 파악을 거쳐 대중교통정보시스템 등 주요 관광안내콘텐츠를 수집 · 통합한 것입니다.

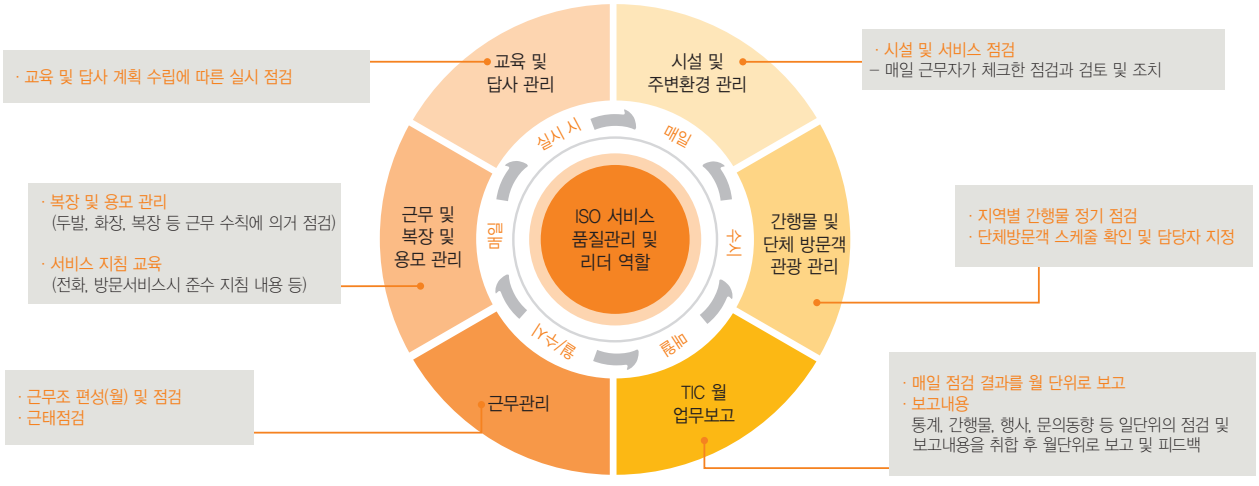
| 아이넷 활성화 사업성과 |

구분	2008년	2009년
전국 안내원 상담내역 입력건수	102,267건	230,389건
아이넷 활성화 이벤트	총5회	총4회
아이넷 페이지뷰	1,775,459	3,456,845

전국 관광안내소 서비스 표준화

개별여행객이 증가하면서 관광안내소에 대한 의존도가 높아지고 이러한 수요를 충족시키기 위하여 이용객 중심의 표준화된 관광안내소 환경조성의 필요성이 대두되었습니다. 이에 공사는 전국 어느 관광안내소에서나 일정 수준 이상의 서비스를 제공할 수 있도록 2007년부터 관광안내소 표준화 사업을 추진하고 있습니다. '관광안내소 설치 · 운영 및 서비스 매뉴얼'을 개발하여 전국 관광안내소 운영기관 및 안내원을 대상으로 배포하였고, 이를 기반으로 전국 관광안내소 평가를 실시하여 우수 관광안내소 지원 및 안내원 맞춤형 서비스 교육 등을 실시하였습니다.
공사는 본사 및 인천 · 김해 · 제주 국제공항에 직접 안내소를 운영하면서 ISO 9001인증 갱신 및 공사형 ISO 서비스 품질관리 시스템 체계를 확립하여 서비스 점검을 실시하고 있습니다. 특히 안내업무 수칙 수립 및 준수를 한층 강화하여 고객 만족도를 제고하였습니다. ISO 9001 국제품질경영체제는 국제표준화기구(International Organization for Standardization)에서 제정 · 시행되고 있는 규격으로서, 고객에게 공급되는 제품 및 서비스에 대한 공급자로서의 기본 요구 조건 충족 여부를 제3자 인증기관이 객관적으로 평가함으로써 구매자와 공급자 모두에게 신뢰감을 제공하는, 국제적인 인증제도입니다.

| ISO 서비스 품질관리 시스템 |



〉〉 전국 관광안내표지 개선

관광안내표지는 관광안내소와 더불어 개별여행객의 여행편의를 돕는 중요한 요소 중 하나입니다. 그러나 많은 관광안내표지가 이용자의 입장을 고려하기보다는 홍보 등 기관의 필요에 의해 설치되면서, 주변경관을 해치거나 이용자가 필요로 하는 정보를 담지 못하는 경우가 많았습니다. 이러한 불편을 해결하기 위하여 2009년 공사는 관광안내표지를 유형별로 분류하고, 필수 콘텐츠 구성원칙 등을 수록한 '관광안내표지 가이드라인'과 동 가이드라인을 시각화한 '관광안내표지 표준디자인 가이드라인'을 제작하여 전국 지자체를 대상으로 배포하였습니다. 또한 이를 중앙정부의 지자체 대상 예산지원활동과 연계하여 사업실행력을 강화하였으며, 실제로 전국 각지에서 가이드라인에 입각한 관광안내표지 개선작업이 진행되고 있습니다.

관광정보 서비스 채널 확대

〉〉 모바일 관광정보 서비스 제공 확대

공사는 2005년부터 국내 이동통신 3사(SKT, KT, LGT) 휴대폰 무선인터넷을 통해 위치기반 "1330 모바일 관광정보 서비스"를 제공하고 있습니다.
또한, 2010년에는 스마트폰 서비스 수요 확산에 대응하여, 민간기업인 SKT와 제휴 협력을 통해 "스마트투어 서비스"를 공동으로 출시하여 제공하고 있으며, 자체적으로도 한국관광 스마트폰 어플리케이션 시범서비스(국, 영문)를 구축하여, 2010년 내 아이폰, 안드로이드 앱스토어를 통해 서비스를 제공할 예정입니다.
또한, PC 기반 중심의 관광정보 제공에서 더 넓은 관광정보를 모바일로 제공하기 위해 일본시장을 타겟으로 실시간 한국관광 정보 제공 모바일 사이트(visitkorea.jp)를 구축하였습니다. 그 외에도 대표 한국관광사진 작품을 이용한 그리드 퍼즐(Korea Attraction Grid Puzzle) 게임을 아이폰 앱스토어를 통해 무료로 다운로드 받을 수 있도록 제공하고 있습니다.

〉〉 정보소외계층의 정보 접근성 제고

공사는 관광의 사각지대에 있는 정보소외계층의 정보 접근성을 높여, 보다 편리한 여행과 정보 이용의 평준화를 위해 공사 홈페이지를 개편하였습니다. 2008년도 3월부터 텍스트 문서에 대한 음성 서비스를 제공하고 있으며, 글자 크기 조절 및 색상 변경을 통해 보다 편리한 정보 이용을 가능케 하였습니다. 2009년에는 관광정보 접근성 강화를 위한 웹접근성(Web Accessibility)인증을 통하여 품질마크 획득을 위한 컨설팅 및 로드맵을 도출하기 위한 노력을 시작했습니다.

관광환경 및 수용태세 개선

제도 및 서비스 측면 개선

〉〉 관광정보안내 시스템(i-net) 구축

공사는 2009년 해외마케팅 전략의 중점 취진과제로 제주특별자치도의 무비자활용 중국인 관광객 집중 유치를 선정하는 등 중국인 관광객의 비자발급 개선을 위해 노력하고 있습니다. 그 결과 국제회의 · 국제행사 · 문화예술 등의 목적으로 입국하는 중국인에게까지 비자를 발급할 수 있게 되었고, 중국 청소년 수학여행단체의 경우 무비자로 입국할 수 있게 되었습니다. 이러한 인바운드 유치여건의 개선으로 방한관광의 핵심 시장인 중국 관광객이 증가할 것으로 기대되며, 나아가 국내 관광산업이 더욱 활성화되는 계기가 마련되었습니다.

〉〉 관광객 조사를 통한 만족도 제고

공사는 전화, 이메일, 방문, 공사 홈페이지 등을 통한 연중 관광객 불편 신고 접수 체계를 갖추어 내외국인의 문의 상담 서비스도 하고 있습니다.
아울러 공사는 매년 지역별 · 테마별 마케팅조사를 실시하고, 외래 관광객의 한국여행 니즈를 분석하여 마케팅 전략에 반영하고 있습니다. 2009년에는 구미주 5개국(매국, 캐나다, 독일, 영국, 프랑스)의 관광소비자를 대상으로 한 마케팅조사를 실시하여 인바운드 시장 활성화를 위한 체계적인 전략을 수립하였습니다. 또한 점차 증가하고 있는 개별자유여행(FIT: Free Independent Tour) 관광객의 핵심 니즈 파악을 위해 일본 및 FIT 시장조사를 실시하여 옵션투어, 언어소통, 음식, 숙박 등 각 부문별 여행환경 개선책을 제시하였습니다. 2009년 중국 FIT 대상 비자 간소화 방안을 건의하고 법제화를 실현 하였습니다. 또한 FIT 전용 쿠폰북 및 T-Money카드를 제작 배포하며 50개 유력여행사 대상 FIT상품 개발 설명회를 개최하는 등 FIT 전용상품을 통해 총 25,145명을 모객하는 성과를 거두었습니다.

관광수용태세 개선

〉〉 관광객 숙박환경 개선

공사는 선진관광환경 구축의 일환으로 부담 없고 편안한 숙소 만들기 프로젝트 '굿스테이' 지정사업과 '베니키아' 체인사업을 진행하고 있습니다.

- **중저가 우수숙박시설 '굿스테이(Goodstay)' 지정사업**
  공사는 국내 우수 일반숙박시설(일반호텔, 모텔, 여관 등) 확보 및 건전한 숙박문화 조성을 위해 2006년부터 굿스테이 지정사업을 실시하고 있습니다. 프런트/주차장 개방, 카드결제 가능, 요금표 게시, 성인방송 차단장치 설치 등 관광진흥법에서 제시하는 "우수숙박시설 지정기준"에 적합한 시설만이 굿스테이로 지정됩니다. 지정 후에는 사후심사, 전화 및 방문 모니터링, 서비스 품질교육 등을 통해 지속적으로 품질관리를 실시하고 있습니다. 2006년 1차 지정(43개소) 후 점차 확대되어 2010년 6월 기준 전국 174개 업체가 굿스테이로 지정되어 있으며, 매년 신규 지정업체 확보 및 서비스 개선을 통한 인트라바운드 활성화로 관광인프라 경쟁력을 강화하고 있습니다. 외국어 홈페이지 구축, 인터넷 예약 서비스 제공 등 고객 만족도 제고를 위해 노력하고 있습니다.

- **'베니키아' 중저가 호텔 체인화 사업**
  특급호텔 위주에서 중저가 호텔로 변하는 외국인 숙박여행 트렌드에 맞추어 2007년 한국형 중저가 관광호텔 체인화 '베니키아(BENIKEA)' 사업을 시작하여 2009년 12월 현재 40개 가맹호텔을 보유하고 있습니다. '베니키아'는 'Best Night in Korea'의 약어로서, 최고의 서비스로 쾌적하고 즐거운 숙박 서비스를 제공한다는 의미를 담고 있습니다.
  베니키아 호텔 체인화 사업은 외래 관광객 유치를 위한 관광 인프라를 구축하고 외국 호텔 체인에 로열티를 지불하지 않아 관광수지 개선에 크게 기여할 수 있을 것으로 기대되고 있습니다. 향후 2011년까지 50개 가맹 호텔 확보를 목표로 베키니아의 사업 가치를 극대화하도록 노력할 것입니다.

- **한옥체험 활성화 사업 운영**
  2008년부터 한옥 종합홍보 웹사이트 구축, 각종 한옥체험이벤트 개최, 한옥 운영주 서비스 교육 및 한옥체험업 법제화 등 한옥체험활성화 홍보 강화를 위하여 다양한 사업을 펼치고 있습니다.

- **외래객 음식 서비스 개선**
  2009년 공사는 이슬람, 인도 등 방한관광 시 음식 불편이 많은 국가 대상 서비스 강화를 위해 2005년부터 운영해온 중국인 관광객 전문식당 제도를 외래객 대상으로 확대하고, 할랄식당 9개를 포함해 총115개 식당을 지정했으며, 지정식당에 대한 사후 관리와 교육을 지속적으로 강화하고 있습니다.
  한국 음식문화의 관광자원화를 위해 전국 170개 지역별 대표 음식을 선정하고 관련 스토리텔링 컨텐츠를 구축하여 지자체별 대표음식을 브랜드화 할 수 있는 계기를 마련했으며, 음식에 얽힌 다양한 문화 · 역사이야기를 곁들임으로써 한식 매력의 부가가치를 높였습니다.
  또한 한식 및 국내 우수 외국인 식당 홍보를 위한 외국어(영,일어) 음식커뮤니티 사이트를 구축하였으며, 범정부차원 정책사업으로 추진 중인 '한식 세계화' 업무를 성공적으로 추진하기 위해, 민관합동으로 구성된 한식세계화 추진단에 공사 사장이 위원으로 활동하면서, 한식세계화 인프라 구축 및 한식의 해외홍보사업을 중점적으로 추진하고 있습니다. 특히 외국인 출신 이참 사장의 참신한 시각과 의견을 반영하여 외국인의 관점에서 한식문화를 홍보하여 뜨거운 호응을 얻고 있습니다.
  앞으로도 국내 식당문화 개선 등을 지속적으로 실시하여 내국인 관광객과 외국인 관광객을 동시에 만족시킬 수 있는 선진적 관광 수용태세를 갖출 수 있도록 노력할 계획입니다.

〉〉 언어 및 안내표기 불편 개선

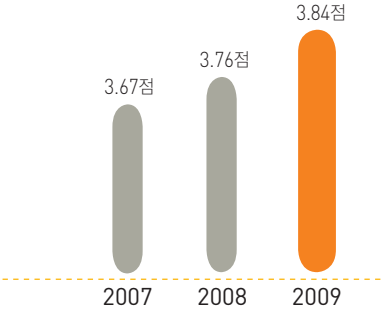
[1330 관광안내전화 서비스]

내 · 외국인 관광객에게 국내여행에 대한 다양한 여행정보를 제공하기 위하여 24시간 관광안내전화 1330을 운영하고 있습니다. 관광안내전화 1330을 통하여 외국인 관광객을 위한 영어, 일어, 중국어 관광안내서비스 제공뿐 아니라 언어 불편 해소를 위한 관광통역서비스도 지원하고 있습니다.

2008년에는 외국인 관광객의 안전사고 서비스 지원을 위해 119 소방방재청과 업무협약을 체결하였고, 2009년에는 출입국 관광불편신고, 의료 서비스 등 종합서비스제공을 위해 1345 법무부 등 관계기관과의 연계서비스를 확대하였습니다.

특히 온 · 오프라인 홍보마케팅을 적극적으로 전개한 결과 2009년 1330 이용실적이 대폭 증가하였습니다.

외래객 안내서비스 만족도 상승



[외국어 관광안내 서비스 강화]

올바른 관광안내표기의 정착과 보급을 통한 외래관광객 불편 요인 해소를 위해 2003년부터 외국어 관광안내표기 개선지원 센터를 설립하여 운영하고 있습니다. 영어, 일본어, 중국어 등 4개 외국어에 대한 관광안내표기 무료 번역 및 감수를 지원하고 있으며, 2008년부터 지금까지 공사 홈페이지를 활용하여 '외국어 관광안내표기 용례 웹사전' 검색 서비스를 실시하고 있습니다.

광안대교

협력업체와의 상생문화 구축

협력업체에 대한 책임과 노력

비전 및 목표

중소기업 지원을 위해 '중소기업의 자생력 제고 및 지속성장'을 비전으로 설정하고, '중소기업의 성장기반 조성' 및 '중소관광사업자 경쟁력 강화'를 목표로 하고 있습니다. 이를 위해 협력업체와의 공정하고 투명한 거래를 바탕으로 상생협력 모델을 구축해나가고 있습니다.

정책

공사는 입찰공고 사전공시제, 용역계약업무 심사제도 개선 및 '경쟁입찰 계약내용' 경영공시제 도입을 통해 계약의 투명성 및 공정성을 확보하였습니다. 또한 정부의 중소기업 지원 정책에 따라 구매 목표치를 수립하고 이를 달성하기 위해 '중소기업제품 우선구매' 정책을 추진하고 있습니다.

주요 이슈에 대한 성과 및 계획

공사는 중대성 평가(IPS Materiality Test model™)를 통해 도출된 다음의 항목들을 중점 관리 · 운영하고 있습니다.

주요 이슈

협력업체와의 상생경영

협력업체와의 상생협력 모델

〉〉 KTO 상생협력

공사의 파트너는 크게 관광사업의 개발 주체인 여행업계, 호텔업계, 항공업계, 국제회의 유치단체 등을 지칭하는 관광업계와 공사의 공동 네트워크를 구성하고 있는 기초 및 광역 지방자치 단체, 지역관광공사로 나눌 수 있습니다. 공사는 이밖의 협력업체인 여행사, 면세점 관련업체, 관광지 개발관련 업체, 물품구매 업체 등 다양한 협력회사들과 한국관광진흥 및 관련 부대사업을 수행하고 있습니다.
공사는 이들 협력업체와 공정하고 투명한 거래와 지원을 통해, 일반적인 협력관계 수준을 뛰어넘어 상생 동반자 관계로 발전시켜 나가기 위해 노력하고 있습니다. 2007년 'KTO 상생협력' 행사를 개최하였으며, 향후에도 동반자적 협력관계를 지속적으로 강화시켜, 모범적인 상생협력 문화를 이룩해 나갈 것입니다.

〉〉 협력업체 윤리경영 확산 노력

공사는 협력업체와의 비윤리적 거래 관행 타파와 윤리경영 정착을 위해 철저히 원칙을 지키고 있습니다. 협력업체들의 윤리경영 동참유도를 위해 먼저 공사의 면세사업단 전체 거래업체와 2007년 '윤리경영 실천 협약서'를 체결하였습니다. 이 외에도 면세사업단은 윤리경영의 제도화를 위해 자체적으로 '클린위원회'를 구성하여 협력업체 상담내용을 상시 모니터링할 수 있도록 하였습니다.
이와 함께 윤리경영 가이드북을 제작 · 배포하고 윤리경영 홍보 및 협조 서신을 지속적으로 발송하여 공사의 윤리경영 의지를 적극 홍보하고 동참을 유도하였습니다. 공사 및 면세사업단의 투철한 윤리경영 실천의 결과, 보고기간 동안 금품 · 향응 수수가 발생하지 않았습니다.

중소기업 지원 프로그램 및 성과

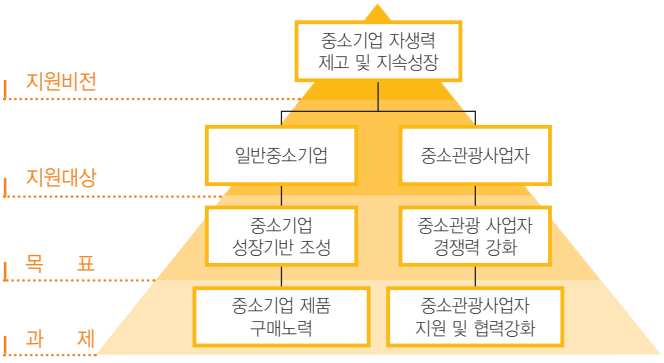
〉〉 중소기업 지원 추진체계 및 목표 설정

공사는 공기업으로서 사회적 책임을 다하고 정부의 권장정책을 적극 이행하기 위해 노력하고 있습니다. 여행업의 특성상 급격한 환율변동, 고유가, 원자재 상승 등 환경적 어려움에 노출된 대부분의 관광 사업자가 중소기업임을 감안하여 공사는 관광사업자의 경우, 사업 연관성이 높고 경쟁력이 낮은 순으로 지원하였습니다. 그리고 일반중소기업의 경우에는 정부의 중소기업 지원정책 이행을 통해 지원한다는 기준을 마련하였습니다. 공사는 중소기업의 경쟁력이 곧 대기업의 경쟁력임을 인식하고, 중소기업의 경영지원 확보를 위해 최선을 다하고 있습니다.

〉〉 중소기업 지원 노력

공사는 중소기업 지원정책 강화 및 공공기관의 선도적 역할을 위해 중소기업제품 구매정책 및 중소기업지원을 위한 직무교육을 강화하였습니다. 중소기업지원을 위한 직무교육 강화를 위해 '중소기업제품 공공구매 지침서'를 발간하여 배포하였습니다. 이와 함께 중소기업제품 공공구매지원 및 대 · 중소기업간 성과공유제 도입 기반 조성 등에 관한 구매계약 담당자 교육을 확대하였습니다. 또한 중소기업지원을 위한 직무교육 강화 및 구매관리시스템을 개선하고 세부 품목별로 중소기업제품 구매 목표를 설정하였습니다. 2006년 12월 중소기업특별위원회가 주관한 '제6회 중소기업제품 공동구매 촉진대회'에서 국무총리 기관 단체표창을 수상하였습니다. 중소기업의 연간 제품구매율(여성기업/인증 신제품 포함)은 2009년 93.8%로 법정 정부지침 50%보다 높은 수준입니다.

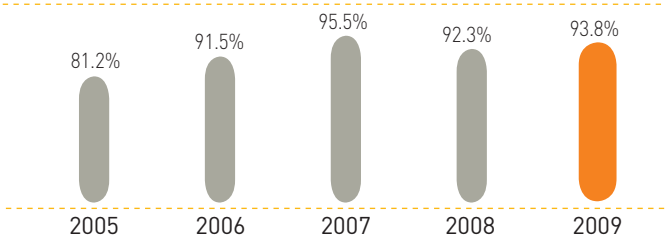
| 중소기업 PRM(Partner Relationship Management) 체계 |



| 2009년 중소기업제품 93.8% 비율의 구성 |

기술개발제품	여성기업제품	친환경제품	장애인생산품
14.5%	5.1%	97.1%	33.8%

중소기업제품 구매율 (%)



협력업체와의 공정한 거래

〉〉 계약 투명성 제고

공사는 경영투명성 확보, 부패척결 및 청렴도 제고 등을 위해 '경쟁입찰 계약내용'(물품, 공사, 용역 등)에 관한 경영공시제도를 운영하였습니다. 연간 입찰계획을 사전 공시하고, 전자조달 실적(구매) 및 경쟁입찰 현황 등을 공사 홈페이지에 공개하여 구매계약의 공공성 및 투명성을 확보하였습니다. 또한 사업 시행부서와 계약 전담부서의 이원화를 규정한 클린계약을 실시하여 계약 업무의 투명성과 신뢰성을 높였습니다.

〉〉 청렴계약제 실시

공사가 발주하는 2000만 원 이상의 모든 계약의 입찰, 계약 및 이행과정에서 담합이나 뇌물제공 등의 관행을 근절하기 위해, 2002년 7월부터 부패행위 근절에 대한 약속을 실천하는 청렴계약제를 시행하고 있습니다. 입찰과정에서 청렴계약 이행에 관한 서약서를 상호 교부하여 공사와 협력업체 간의 청렴도와 투명성을 높이고 있습니다. 2009년 부패 최소화를 위한 계좌입금 의무화, 식권 사적 사용방지, 심사평가업무 제도 개선 등 13건의 부패취약분야의 제도를 개선하였고 청렴계약제도의 내실화를 위해 노력하고 있습니다.

〉〉 면세점운영위원회 운영

면세점 입점 업체의 선정 및 퇴점 등을 공정하고 투명하게 추진하기 위하여 2002년부터 면세점운영위원회를 구성 · 운영하고 있습니다. 면세점운영위원회는 위원장 1인을 포함한 10인 이내의 위원으로 구성되며, 면세점 입점업체(상품)의 선정에 관한 사항, 판매부진업체(상품)의 퇴점(공급중단)에 관한 사항 등을 심의하고 있습니다. 신규점포 입점 선정의 경우 공사 웹사이트에 공고를 내고 입점 제안 업체, 타면세점 입점현황, 유관기관 · 단체 추천 등을 통해 복수후보 업체를 파악한 후, 면세점운영위원회의 추천심의과정을 통해 선정하고 있습니다. 단, 비경쟁상품(1인생산품, 특허품, 라이센스제품, 무형문화재 작품, 농협 등 전국단위 생산자단체 제품 포함), 관광기념품공모전 동상이상 수상품, 타면세점, 대형매장 등 국내시장에서 동종업체에 비하여 현격한 비교우위가 검증된 업체 등은 사유를 첨부하여 단독으로 추천 심의를 하고 있습니다.

| 업무처리절차 흐름도 |

협력업체 만족도 제고

〉〉 협력업체 커뮤니케이션

공사의 고객만족센터에서는 협력업체와의 업무 효율성 증진과 협력업체의 불편사항을 파악하고 빠른 대응을 위해, 협력업체 관련 민원 업무를 담당처리하고 있습니다. 공사 웹사이트(www.visitkorea.or.kr)내 '고객의 소리' 게시판을 운영하여 협력업체들이 자유롭게 의견을 개진할 수 있도록 하였으며, 접수된 사항에 대해서는 신속히 처리하고 있습니다.

공사와 협력업체 간의 매출증진을 위한 아이디어 협의와 매출이 하락한 협력업체의 애로사항을 청취하는 대화 채널로서, 양측 대표들이 한자리 모이는 협력업체 간담회를 실시하고 있습니다.

〉〉 청렴도 평가

공사는 협력업체와의 업무환경에서 금품/향응의 관행화, 행정제도에 있어서 기준 및 절차, 업무처리의 공정성, 이의제기 용이성 등을 평가하는 청렴도 측정 조사를 매년 실시하고 있습니다.

그리고, 공사는 정부에서 실시하는 외부청렴도 측정결과 2007년에 9.40점을 취득하여 우수기관으로 선정되었으며, 2008년과 2009년에는 청렴도 조사 측정대상기관에서 제외 되었습니다.

창경궁

지역사회와 함께하는 행복만들기

지역사회에 대한 책임과 노력

비전 및 목표

공사는 기업시민으로서의 책임수행을 통해, 함께 나누는 행복한 세상 만들기를 꿈꾸고 있습니다. 공사의 사회공헌활동인 구석구석 나눔활동을 더욱 활발히 전개시키고 발굴해 나가겠습니다.

정책

공사는 매월 셋째 주 수요일을 '나눔의 날'로 지정하여 직원들의 봉사활동 참여를 독려하고 있습니다. 또한 개인별 사회공헌지수인 '그린마일리지' 제도를 통해 참여의욕을 높이고 있습니다.

주요 이슈에 대한 성과 및 계획

공사는 중대성 평가(IPS Materiality Test model™)를 통해 도출된 다음의 항목들을 중점 관리 · 운영하고 있습니다.

주요 이슈

사회공헌활동 체계

지역사회란 좁은 의미로 본사, 국내지사, 지역협력단 등 사업운영자가 위치한 지역을 말하며 넓게는 대한민국 국토 전체를 의미하기도 합니다. 공사는 우리 이웃의 소외계층을 위한 책임의식과 사명감을 가지고, 공사 특성을 반영한 사회공헌활동을 추진하여 함께 나누는 행복한 세상 만들기를 실현해 나가고 있습니다.

지역사회 관광개발 및 의견 수렴

공사는 민자유치를 통한 사업자금 조달, 지역경제 활성화를 위한 관광단지 조성 및 개발사업을 진행하며 사업 시행에 따른 환경 영향을 고려해 지역사회 및 각종 사회단체들과 대화 노력을 기울이고 있습니다. 각 지사별 전담 창구를 지정하고 지역사회 의견을 받고 있으며, 지자체(유관단체 및 기관 포함) 담당부서 방문을 통해 요구(상담, 사업계획 및 추진사항, 예산 조사 분석)를 파악하고 있습니다. 더불어 사업 시행 중에는 신문, 주민센터 등을 통해 설명회를 공고한 후 환경영향평가 초안 공람, 주민설명회를 개최하여 이해관계자들의 의견을 수렴하고 있습니다.

사회공헌 조직 및 활동

공사는 조직적이고 체계적인 사회공헌활동을 위해 임직원 사회봉단 '구석구석 나누미'를 운영하고 있습니다. '구석구석'은 한국관광공사 대표 조직문화운동 브랜드로서, '구석구석나누미'는 세상곳곳, 구석구석까지 따뜻한 정과 사랑을 나누는 사람을 의미합니다. 획기적인 아이디어 회의를 통해 공사 특성을 살린 사회공헌활동을 발굴해 나가고 있으며, 공사의 사회공헌활동인 '구석구석 나눔활동'을 4대 영역(핵심 추진 활동, 지역사회 나눔활동, 관광환경 보호활동, 해외지원 나눔활동)으로 나누어 시행하고 있습니다. 현재 '구석구석 나눔여행', '수요 주먹밥 콘서트', '문학투어'를 공사의 대표 사회공헌활동 프로그램으로 선정하여 지속적으로 전개하고 있으며 2009년 노사대표들이 공동 봉사활동을 함께 하기도 하였습니다.

| 2009년 4대 나눔활동 |

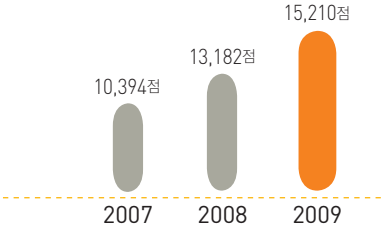
구분	주요내용
지역사회 나눔 활동	• 태백 가뭄 주민 생수 지원 ('09, 2월/500만 원, 10,638) • 부산 맞벌이 저소득층 자녀 나눔여행 ('09, 6월/60명) • 속초, 상주 사랑의 PC 신규 기증 ('09, 7월/45대) 등 • 자매마을 수해복구 및 농촌일손돕기 ('09, 7, 10월/60명) • 노사가 함께하는 행복한 점심 나눔해사 ('09, 10월/57명/400만 원) • 연말 각종 사랑나눔캠페인 전개 (소외계층 대상)
문화관광 나눔활동	• 영남, 호남, 충청권 소외계층 나눔여행 (5회/500명) • 시각장애인 단체 제주방문 지원 ('09, 8월/120명) • 소아암 어린이 가족 제주나들이 행사 ('09, 9월/36명) • 수요 주먹밥콘서트 (상반기 9회, 일반인 공연관람기회 제공)
관광환경 보호활동	• 희망그린웨이 걷기대회 후원 등 지원 ('09, 6월) • 창경궁, 선사유적지 문화재지킴이 활동 ('09, 6, 8월/50명)
기타 나눔활동	• 충주성심맹아원 1사 1시설 결연행사 ('09, 3, 12월) • 한-캄보디아 국제봉사프로그램 참가 ('09, 7월/2명) • 해외 World Vision Foundation of Thailand 기증행사 ('09, 11월)

사회공헌활동 제도와 노력

공사는 임직원의 사회공헌활동을 활성화하기 위해, 다음과 같은 제도를 시행하여 뒷받침하고 있습니다. 먼저 매월 셋째 주 수요일을 '나눔의 날'로 지정하여 개인별 봉사활동 참여를 독려하고 있습니다.

이와 함께 임직원 별 봉사활동실적에 대한 마일리지를 부여하는 '그린마일리지' 제도를 시행하고 있습니다. 2009년 그린 마일리지 점수는 15,210점으로 2008년 13,182점보다 상승되었습니다. 더불어 임직원의 이웃돕기 성금 모금 시, 이에 상응하는 금액을 회사가 추가 기부하는 매칭그랜트를 시행하여 공사와 임직원이 함께 만들어가는 기부문화를 조성하고 있습니다.

그린마일리지 실적 (전체 임직원 합계)



사회공헌 프로그램

핵심 추진 활동

〉〉 구석구석 나눔여행

[결손가정 어린이와 함께하는 나눔여행]

공사는 가족들과 여행가기 어려운 결손가정 어린이들에게 관광 체험의 기회를 제공하고, 우리나라의 숨은 관광자원을 보다 널리 알리기 위해 한국복지재단(사회공헌협약기관)과 공동으로 구석구석 나눔여행을 실시하고 있습니다. 2009년 네 차례에 걸쳐 400명의 결손가정 어린이들과 공사 직원들이 1일 가족이 되는 방식으로 진행하여 더욱 뜻 깊은 경험을 나누었습니다.

[지역사회 나눔활동]

공사는 저소득층 대상 김장담그기 행사나 연말연시 1일 산타되기 프로그램을 실시하고 공사 주체 한류공연행사에 초대하는 등 지역사회 나눔을 실천하고자 노력하였습니다. 2006년 한국백혈병어린이재단과 인연을 맺고, 정신적 · 육체적으로 힘든 소아암 환자가족의 스트레스 경감 및 치료의지 향상을 위하여 특별 행사를 마련하였습니다. 2006~2008년 동안 연간 1회 제주 중문 관광단지 옆 중문골프장 해안코스에서 소아암 환자가족의 제주체험여행 '푸른바다, 희망충전' 행사를 실시하였습니다. 이 행사에는 해안코스 골프카 투어, 골프체험 등의 다채로운 프로그램이 포함되었습니다. 또한 공사는 2006년부터 매년 '사랑의 헌혈행사'를 실시하고 있으며 2009년에도 소아암 어린이 가족 총 36명과 함께 제주 나들이 행사를 가졌습니다.

[다문화가족, 한국문화 관광체험]

글로벌 시대를 맞아 국내 거주 외국인 등에 따른 국제결혼이 증가하면서 다문화가정이 늘어나고 있습니다. 공사는 다문화가족의 한국문화에 대한 이해 증진을 위하여 한국문화 관광체험 행사를 추진하였습니다. 2009년 4월 다문화가족 90여 명을 초청하여 한국 문화와 역사를 체험 학습하는 기회를 제공하였습니다. 향후에도 다문화가족 관련 활동을 지속해나가고, 이를 통해 국가 간 관광교류 협력증진에 기여해 나갈 것입니다.

[맞벌이 가정 자녀 놀토체험여행 실시]

공사는 토요 휴업일에 부모와 함께 시간을 보내지 못하는 맞벌이 가정 자녀들을 위해 체험여행을 기획하고, 여행경비의 50%를 지원하는 사업을 시행하고 있습니다. 2007년 총 13회에 걸쳐 서울, 대전, 광주, 부산 등 전국 초등학생 1,000여 명을 대상으로 실시된 이 프로그램은 갯벌 생태, 농촌체험마을, 해양체험 등으로 꾸며지며 2009년 부산지역에서 60명을 대상으로 진행되어 우리 국토의 아름다움과 여행의 즐거움을 만끽할 수 있는 좋은 기회를 제공하였습니다.

〉〉 세상에서 가장 아름다운 점심, '수요 주먹밥 콘서트'

공사는 대한성공회 푸드뱅크와 함께 2007년 3월부터 매주 수요일 점심시간에 본사 T2 마당에서 '수요 주먹밥 콘서트'를 실시하고 있습니다. 주먹밥 콘서트는 공사 임직원 자원봉사자들이 주먹밥을 만들어 무료로 제공하고, 대신 참석자는 자신의 한 끼 식비를 결식이웃을 위해 기부하고 공연을 관람하는 나눔 콘서트입니다.
2007년에는 '수요주먹밥콘서트'가 기획예산처로부터 '8월의 우수사회공헌활동'으로 선정되었고, 2009년 한해에도 9차례 실시되는 등 시민들과 함께 나눔사랑을 실천하는 공사의 대표적인 사회공헌 이벤트로 자리 잡았습니다.

지역사회 나눔활동

〉〉 저소득층 가정 및 독거노인 지원활동

공사는 연말연시 저소득층 대상 '김장 담그기' 행사를 통해 김장을 지원하였습니다. 또한 어린이들에게 용기와 희망을 주기 위해 크리스마스 이브에 그들 가정을 찾아가 선물을 나눠주는 '1일 산타되기' 프로그램을 실시하였고, 공사 주최 한류공연행사에 초청하였습니다. 2009년에도 서울노인복지센터 무료급식 봉사활동을 매월 실시했고 2월 태백 가뭄피해주민을 위해 10,638병의 생수를 지원하였습니다.

〉〉 장애아동과 함께하는 문화체험 나눔활동

공사는 문화적 소외계층인 장애아동들에게 보다 많은 문화관광의 체험기회를 제공하고 있습니다. 특히 연간 2회 공사 직원들과 1대 1 매칭으로 문화체험 활동을 진행하여 장애인과 비장애인이 함께 살아가는 사회를 만들고자 노력하고 있습니다. 2009년에는 시각장애인 단체의 제주방문을 지원하여 120명의 참가자가 제주도의 아름다움을 만끽할 수 있었습니다.

〉〉 관광투자개발지역 하나되기 프로젝트

공사의 각 지사는 관광투자개발 지역주민들과 공동체의 한 일원으로서의 친밀감 형성 및 지역사회복지를 위하여 봉사 · 장학사업 등을 꾸준히 펼치고 있습니다. 영남, 호남 충청권 소외계층 나눔여행을 2009년 5회 실시하여 500명의 참가자가 지역주민들과 즐거운 시간을 보냈습니다.

관광환경 보호활동

〉〉 해외교류 지원활동

공사의 해외지사를 활용한 한국문화관광연계 사회공헌활동을 실시하고 있습니다. 말레이시아에서는 한국공연수익금 전액을 현지에 기부하였고 중국 스촨성 지진피해어린이를 방한초청 하였습니다. 2월 해외교류 아프리카 2개국 국제구호활동 및 7월 캄보디아 국제봉사활동에 참가하였습니다. 향후에도 공사는 단순한 여행차원을 넘어, 지역사회에 대한 봉사의 의미를 되새길 수 있는 성숙한 관광문화 조성에 힘쓰겠습니다.

〉〉 1사1촌 나눔활동

2004년 10월 공사는 강원도 평창 배두둑마을과 1사 1촌 자매결연 체결을 통해 마을 특산물 구입은 물론 학자금 및 컴퓨터 지원, 마을 홍보 웹사이트 구축 등을 전개하였습니다. 매년 농번기 일손돕기에 나서고 있으며, 2008년에는 공사 봉사단 직원 44명이 마을을 찾아 고추와 옥수수 수확, 비닐하우스 제거 등을 도왔습니다. 2009년에도 7월 10월에 60명의 임직원들이 농촌일손돕기와 수해복구에 나섰으며 3월에는 충주성심맹아원과 결연행사를 가졌습니다.

〉〉 문화재지킴이 활동

공사는 2004년부터 문화재청과 협약을 맺고 1문화재 1지킴이 운동에 참여하고 있습니다. 임직원 및 가족들이 함께 참여하여 경복궁의 봄맞이, 가을맞이 궁궐청소 등의 활동을 펼치고 있습니다. 문화재지킴이 활동은 직원가족이 참여하는 활동으로 자녀들에게도 올바른 문화재 관람의식 및 풍토개선의 필요성에 대해 직접 보고 느끼게 하는 기회가 되고 있습니다. 2009년에도 50명의 직원가족들이 창경궁과 선사유적지에서 문화재지킴이 활동을 진행하며 뜻깊은 시간을 가졌습니다.

〉〉 관광지 환경 모니터링 활동

공사는 임직원이 국내여행 중에 느꼈던 관광지 환경 수용태세 미비점에 대해 모니터링 보고서를 제출하는 경우, 개인당 사회공헌활동 지수인 그린마일리지를 부여하는 정책을 펴고 있습니다. 이러한 노력의 결과 관광지에서의 불편한 화장실, 장애인 시설 미비 등 불편사항들이 점차 감소되고 있습니다.

해외지원 나눔활동

〉〉 해외 입양아 가족 찾기 지원

공사는 해외지사망을 활용하여 입양아 부모 찾기 및 방한지원 행사와 재외 노인교포 모국 방문 지원 사업을 하고 있습니다. 특히 2007년 2월에는 한국관광 명예홍보대사로 위촉되었던 토리노 동계올림픽 동메달리스트 토비 도슨이 생부와 감격스런 상봉을 할 수 있도록 도왔습니다.

〉〉 해외동포를 위한 '사랑의 책보내기'

재외동포들에게 모국 문화에 대한 이해를 돕고, 자긍심을 키워주기 위해 매년 '사랑의 책보내기' 행사를 펼치고 있습니다. 2007년에는 공사 직원들로부터 도서와 한국홍보영상물 DVD 등 총 1,586점을 모아, 각 해외지사를 통해 재외동포재단 한글학교에 기증하였습니다.

용평스키장

임직원의 글로벌 핵심 인재화

임직원에 대한 책임과 노력

비전 및 목표

공사는 '도전적 혁신정신, 국제적 전문가 정신, 자율적 책임의식'을 가진 인재를 구현해 나가고 있습니다. 더불어 '가족친화적 기업문화 조성' 및 '신나는 일터 만들기' 추진을 통한 임직원의 일과 삶의 균형에 앞장서고 있습니다.

정책

공사는 성별, 연령, 종교, 학력, 신체장애 및 지역 등에 의한 차별을 금지하고 근로기준법과 국제노동기구(ILO)의 강제 근로 금지규정을 준수하고 있습니다. 정부권장정책인 장애인 의무고용, 국가유공자 우선채용 및 열린채용 정책을 이행하고 있으며, 인권과 근로조건에 관한 규정을 준수하고 있습니다.

주요 이슈에 대한 성과 및 계획

공사는 중대성 평가(IPS Materiality Test model™)를 통해 도출된 다음의 항목들을 중점 관리 · 운영하고 있습니다.

주요 이슈

- 인재 채용 및 양성
- 인력운영의 적정성
- 인재양성
- 고용창출
- 다양성존중, 차별금지

평등 고용을 통한 임직원 구성

임직원 구성현황

본사 및 국내외 지사를 포함한 전체 임직원 수는 2009년 말 기준 722명으로 직급별로는 임원 5명, 일반직(1~5급) 492명, 기타직군 225명입니다. 2009년 공사는 핵심기능 강화를 위한 사업을 재편하면서 221명의 인력을 조정하였습니다. 2009년 대졸신입사원 초임은 전년에 비해 12.5% 삭감(직원연봉규정 개정)이라는 기획재정부의 방침에 따라 남녀평균 23,345천원 수준으로 공기업 평균 24,674천원에 비해 다소 낮은 수준입니다.

| 임직원 현황 |

구분		2007년	2008년	2009년
임직원수(명)		750	733	722
직급별(명)	임원	4	5	5
	일반직(1~5급)	509	499	492
	기타직(기타직에는 기능직, 업무직, 관광통역직이 포함됨)	237	229	225
지역별(명)	본사	387	374	478
	국내지사	288	283	168
	해외지사	75	76	76
평균근속년수		13.55	14.52	15.38
이직률(%)		2.13	2.57	0.98
채용인원(명)		7	1	1

차별 금지 및 인권 존중

공사는 성별, 연령, 종교, 학력, 신체장애 및 지역 등에 의한 차별을 금지하고 근로기준법과 국제노동기구(ILO)의 아동노동 및 강제근로 폐지 등에 관한 규정을 준수하고 있습니다. 또한 글로벌콤팩트 10대 원칙 중 노동표준 분야 원칙을 성실히 이행하고 있습니다.
현재 공사의 경비, 경호, 보안 업무는 외부 아웃소싱형태로 운영하고 있으며, 이들을 대상으로 한 성희롱 예방, 고객응대, 보안교육 등을 시행하고 있습니다. 또한 공사는 여성인력 성차별 방지를 위하여 다음과 같은 노력을 하고 있습니다.

| 여성인력 성차별 방지를 위한 노력 |

구분	내용
인사상의 불이익 방지	승진평정 차별 금지, 채용심사 차별 금지
직무상 애로 파악	경영진 및 노조와의 대화 개최를 통한 직무상 애로사항 파악
전문 직무능력 개발 지원	해외벤치마킹 참가 여성비율 확대, 전문직무교육 지원
성희롱 예방	• 공사 성희롱 예방지침 설정 • 성희롱 예방 전담창구 설치 및 고충 처리 담당자 지정 • 여성인력의 활동보장을 위한 직장내 성희롱 예방교육 실시

평등 고용 원칙 준수

〉〉 장애인 고용 확대

2009년 공사는 20명의 장애인 임직원을 고용하였으며 2.77%에 해당합니다. 앞으로도 공사는 사회형평성을 고려한 장애인 고용 목표제를 실시하고 있으며, 법적 장애인 의무 고용률 3%(2010년부터 기존 2%에서 3%로 상향 조정) 이상을 유지하도록 노력하고 있습니다.

〉〉 이공계 및 지방인재 고용 확대

2004년부터 공사는 불필요한 자격요건을 폐지 또는 완화한 '열린채용'을 시행하고 있습니다. 2009년 지방대학 출신 채용인원이 총 사원의 28.8%이며, 공공기관 채용방식 개선을 위한 정부지침을 적극 수용하여 2005년 이후 전체 직원의 14% 이상을 이공계 전공자로 채용하고 있습니다. 2009년 정부권장 정책의 하나인 경기 진작 및 일자리 나누기 시행을 위하여 45명의 청년인턴을 채용하고 전직원의 임금 동결 및 반납(5%~0.5%), 대졸초임 삭감이 있었습니다.

| 연도별 고용 현황 |

구분	2007년	2008년	2009년
대상인원(명)	750	733	722
이공계 직원(명)	114	110	109
비율 (%)	15.2	15.0	15.1
지방대 출신(명)	210	208	208
비율 (%)	28.0	28.4	28.8

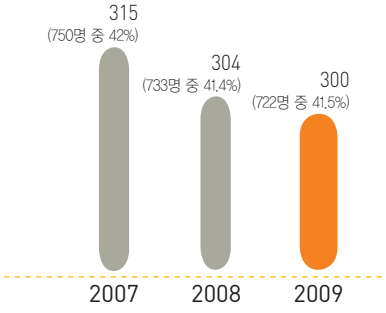
〉〉 여성인력 활성화

공사는 인사관리에서 성별에 따른 차별을 금지하고 여성 채용 목표와 여성 리더 육성을 통한 균형적인 인사제도를 시행하고 있습니다. 8년 연속 여성 고용비율을 40% 이상 유지하고 있으며, 적극적인 여성지원제도(해외지사 파견 및 해외연수 실시 등)를 통해 생산성 향상 및 기업 경쟁력 강화를 도모하고 있습니다. 2009년 여성리더 발탁인사를 전격 시행하여 1급 강옥희 홍보 실장을 Woman's Frontier로 도입한 바 있습니다. 또한 공사는 3단계별 여성인력개발계획을 수립 · 시행하여 핵심여성인력을 양성하고 있습니다.

| KTO 고유의 단계별 여성인력개발 프로그램 |

배경 및 방향	• 전사적 차원의 단계별(3단계) 여성인력개발계획 수립 • 공사 고유서비스, 지식기반 등 업무역량 및 감성적 리더십개발 극대화
1단계	• 조직내 여성역할 재정립 분위기 확산 – 저명인사 초청강연 및 분임토의 – KTO Jump! 온라인관정 개설
2단계	• 체계적인 여성인력 역량강화 – KTO 자체 여성리더십과정 개발 운영 – 여성인력 역량강화 외부위탁교육
3단계	• 조직차원의 여성리더십 개발 지원 – 역량 중심의 여성인력 배치 – 핵심여성인력 양성 활성화

여성임직원 현황



글로벌 인재양성과 성과중심의 인사관리

인재 육성 비전

공사는 주인의식을 가지고 고객에게 봉사하며 새로운 변화에 도전적 혁신정신으로 21세기 무한경쟁 시대에서 경쟁력을 가진 전문가형 인재를 추구합니다. 이에 내외부 경영환경 변화에 적극적으로 대처하는 진취적 마인드와 국제적 감각을 갖춘 세계 일류 수준의 관광 전문 인재 양성을 교육 목표로 설정하였습니다. 역량과 직무를 중심으로 한 교육 체계를 전사적으로 확대하여 각 분야의 역량 강화를 목표로 한 역량개발 교육 방향을 설정하고 훈련체계를 수립하였습니다.

| 역량중심의 인적 자원 육성비전 |

핵심 인재양성 체계

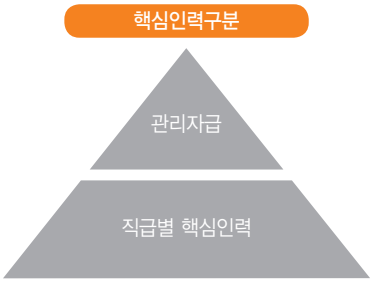
급변하는 대내외 환경에 효율적으로 대응하고 '2011 중장기 전략' 실행을 위한 핵심인력의 전문화를 위하여 경력개발계획(CDP: Career Development Program)을 수립하였습니다. 또한 핵심인력을 선발하여 차별적 경력개발 및 교육훈련을 실시하고 있습니다. 특히 글로벌 무대에서 활약할 인재 육성을 위해 관리자급과 직급별로 핵심인력을 구분하여 각각의 단계별 관리 및 육성 체계에 따라 운용하고 있습니다.

교육훈련을 통한 인재양성

〉〉 핵심인재 육성을 위한 교육훈련 프로그램

공사는 직무교육의 내실화 및 직무수행 역량 제고를 위해 직무별 체계적인 업무역량 향상 프로그램을 실시하고 있습니다. 역량모델링을 통해 정립된 맞춤식 교육과정을 실시하여 해당 직무 수행 역량 강화를 도모하였습니다. 또한 글로벌 마케팅 업무에 맞추어 외국어 교육프로그램을 다양화하였으며 경영혁신 실행을 위한 리더십 교육을 강화하였습니다.

| 역량중심의 인적 자원 육성비전 |



핵심인력구분	정의	선발대상	경력개발방향
관리자급	· 지속적으로 공사의 성장과 발전에 기여할 것이 예상되며 향후 경영진급(임원)의 핵심직책을 수행할 수 있는 역량을 갖춘 관리자	· 팀장급 이상 중 역량 및 과업수행 평가 등을 토대로 선발	· 향후 경영진으로서 경영화동에 도움이 될 수 있도록 다양한 경험을 쌓도록 함 · Position 요건 상의 역량, 필수 직무경험, 교육 등 관리
직급별 핵심인력	· 지속적인 업적과 역량을 보여주어 향후에도 뛰어난 업적을 보여줄 것으로 판단되거나 향후 관리자로서 잠재역량이 있다고 판단되는 직원	· 팀원 중 3년 이상 성과/역량평가 평균 30% 이상을 받은 자	· 도전적인 직무 또는 목표를 수립하여 달성케 함 · 경력개발 및 교육기회에의 우선권 부여

공사는 핵심역량 강화를 위한 전문기관 파견 교육 및 대학원 지원, 해외연수 등의 기회를 확대 실시하고 있습니다. 2009년에는 서울대학교를 교육기관으로 선정하여 19개 신규과정을 신설하는 등 맞춤형 교육 프로그램(KTO BIZ.School)을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

| 역량중심의 인적 자원 육성비전 |

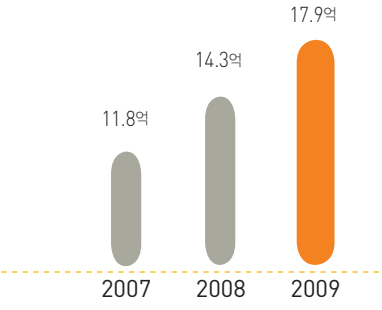
관광전문인재 육성

공사는 미래의 관광산업을 이끌어갈 전문가를 양성하고 체계적인 관광교육 인프라를 구축하기 위해 경북관광아카데미, 스토리텔링현장요원 문화관광해설사 교육, 의료관광 전문인력양성과정 등 다양한 교육프로그램을 운영하고 있습니다. 2009년 관광전문인력 교육 참가자 수는 4,680명입니다. 관광공사는 앞으로도 신규 교육과정 발굴에 지속적으로 노력해 나갈 것입니다.

교육훈련 성과 및 만족도

2009년 개발된 신규교육과정은 관광산업의 이해(24명), 한식세계화 교육(52명), 의료관광 온라인 영어 과정(223명), 특수어 구사자 의료관광교육(43명) 등입니다. 공사는 구성원들의 교육훈련 성과 측정을 위해 역량강화 및 교육훈련 만족도 조사를 실시하고 있으며, 2009년 직원역량 개발관련 만족도에 대한 진단을 실시한 결과 2008년 55.7%에서 57.1%로 상승하였습니다.

임직원 교육 예산



평생학습

학습조직의 활성화

공사는 전사원을 대상으로 경쟁력 있는 지식근로자 육성을 위해 일과 학습이 융합되는 KTO형 학습동아리(CoP: Community of Practice)를 운영하고 있습니다. CoP는 공동의 목표를 향해 함께 고민하는 집단으로, 업무 · 지식 · 혁신제안이 일상적인 업무 관정에서 선순환되는 체계를 갖추고 있습니다. CoP 활동은 적극적인 문제 탐색 및 창의적 연구주제 발굴을 통해 업무개선과 성과창출에 기여하고 있습니다. 학습동아리 활성화 시도를 추진한 결과 CoP 참여 직원 수 및 CoP 수가 지속적으로 증가하고 있습니다.

학습문화의 전문성 강화

일반직 직원을 대상으로 표준학습경로에 제시된 연간 목표치 이상의 학습을 의무화하여 관리자의 부하직원 육성과 직원의 역량개발을 체계적으로 지원하고 있습니다.
또한 '1인 1CoP 운동'을 전개하고 교육의 날을 지정하여 학습활동의 기업문화화를 독려하고 있습니다. 각종 외국어 및 OA 교육 수강료의 80~100%를 지원하고 있으며, 자격증 시험에 응시하는 경우 전액 지원하고 있습니다.
매월 교육평가시스템을 통한 학습모니터링을 실시하고 있으며, 학습성과지표를 조직평가와 연계 평가한 후 인센티브를 부여하는 등 직원들의 학습활동을 장려하고 있습니다.

〉〉 퇴직예정자 교육

공사는 2009년 12월 16일 퇴직예정자 교육을 위한 온라인 사이트 'KTO 미래설계선터'를 구축하였습니다. 전직지원자를 위한 맞춤프로그램들을 지원하며 퇴직이나 이직을 앞둔 임직원을 위한 교육을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

공정한 성과 평가 및 보상

〉〉 공정한 성과관리시스템

공사는 과학적이고 체계적인 성과평가와 관리를 위하여 2007년 SMS 성과관리시스템을 구축한 이래 2009년 이를 발전시킨 무한 보직 경쟁시스템을 가동하고 있습니다. 이처럼 공사는 '모니터링–실적관리–평가–피드백' 과정이 온라인 프로세스에 의해 통합적으로 이루어지는 선순환 체계를 확립하여 조직원들의 체계적인 성과 축적 및 공유가 가능하도록 하였습니다. 특히 경영진의 모니터링 시스템을 강화하여 재무성과, 경영목표 달성현황 등을 상시적으로 점검하고 있습니다. 더불어 성과관리에 대한 평가의 공정성을 확보하기 위해 내부 평가단 및 외부전문가의 역할을 확대하고, 내부경영평가 매뉴얼을 신설하여 평가제도의 신뢰성을 향상시켰습니다.
이러한 성과관리시스템 운용의 효율성을 제고한 결과, 온라인 평가 프로세스의 평가 소요시간이 단축되었으며, 평가개선정도(체감도) 및 평가제도의 신뢰성이 증가되었습니다.

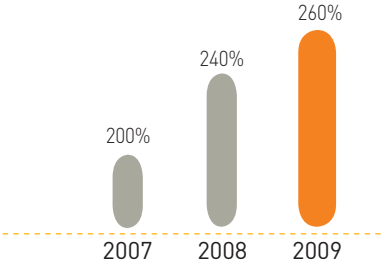
〉〉 직무와 역량 중심의 인사관리 확립

구성원의 업무 능력 및 성과를 객관적이고 공정하게 평가하기 위해 직무와 역량 중심의 체계적인 인사관리 체계를 구축하였습니다. 공사는 신입 채용부터 직무 및 역량을 중심으로 한 인사제도를 통해, 자연스럽게 경력관리로 이어지도록 유도하여 경영환경 변화에 효과적으로 대응하고 있습니다. 이에 직급이 아닌 직위(역할) 중심의 보직 운용을 확대 · 강화하였습니다. 주요보직에 대하여는 대내외 개방 경쟁체제를 실시함으로써 해당분야의 전문성을 갖춘 인재를 적재적소에 운용하고 있습니다. 무한 보직경쟁 시스템은 드래프트 제도이며 희망보직을 신청한 102명의 신청자에 한해 역량 및 성과 평가를 걸쳐 최적임자를 선발하는 내용을 담고 있습니다. 2009년 탈락된 8명에 대해서는 전원 직위를 미부여 하였으며 간부직은 팀원으로 강임된 바 있습니다. 2009년에는 해외주재원의 선발 기준을 강화하는 등 공정하고 투명한 능력 본위 공보제를 시행하고 있습니다.

〉〉 성과와 연계된 보상체계

2002년 공기업 최초로 전 직원의 연봉제를 시행한 이래로 성과에 따른 차등 보상 제도를 강화하여 개인의 역량을 극대화 할 수 있는 성과주의 연봉제를 확립하였습니다. 다면평가제도 및 조직평가를 개선하여 평가결과를 승진, 이동, 선발 등에 적용하고 성과보상 연봉제와 연계하여 기본연봉에 차등을 두고 있습니다. 이 같은 내용의 결과로 팀장급 성과급 차등폭이 점차 확대되는 것으로 나타났습니다. 공사의 맡은 업무를 수행하는데 성과창출의 동기로 작용할 것입니다.

성과급 최대 차등폭



일과 삶이 조화된 복지제도

가족친화경영

》 가족친화적 기업문화 조성

공사는 직원과 가족의 공사에 대한 자긍심 고취를 위해 다양한 프로그램들을 운영하고 있습니다. 매주 수요일을 '스파클링데이(신나는 수요일)'로 지정하여 가족 및 연인과 함께 시간을 보낼 수 있도록 하고 있습니다. 2009년 V-KTO 신 기업 문화 창출 프로그램을 개발하여 KTO 휴가문화 정착, 가정의 날, 부양가족 연령별 스키캠프(초등학생), 국내체험(중학생) 프로그램을 개선 및 신설하여 운영하고 있습니다.

직장 만족도 제고

》 임직원 고충처리제도

공사는 보다 나은 근무환경을 조성하기 위하여, 임직원 고충처리위원회를 상설 운영하고 있습니다. 고충제기는 인사고충 전담 이메일, 노조 홈페이지, 고충처리위원에게 방문 상담 신청 등을 통해 가능하며, 신고 후 24시간 이내 상담 및 10일 이내 처리방침을 세우고 있습니다.
그리고 무엇보다도 열린기업문화 정착을 위해 경영진이 부서로 찾아가는 '1일 회의'와 'CCO(기업문화혁신관)와의 대화' 및 '직원과의 만남' 등 경영진과 직원간의 지속적인 공감대 형성 채널을 확대하고 있습니다.

》 선택적 복지시스템 운영 개선

임직원의 실질적인 복리후생 증진을 위해 수혜자 중심의 복지시스템을 운영하고 있습니다. 현재 운영하고 있는 생애복지 제도는 정해진 금액과 항목 내에서 온 오프라인을 통해 건강관리, 문화레저, 자기계발, 가족친화 등 다양한 내용으로 구성되어 있습니다. 공사는 공기업으로는 유일하게 대한민국 일하기 좋은 기업 대상을 2년 연속 수상하였습니다.

안전 및 보건 노력

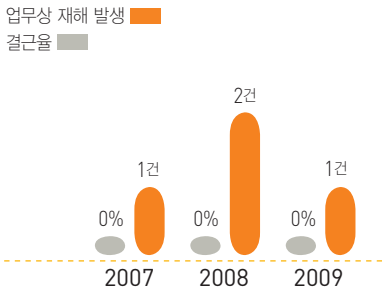
》 안전 · 보건 및 재해보상 관리 규정

공사는 임직원, 협력회사 및 지역사회의 안전과 보건을 위해 공사의 전 직원이 단체상해보험에 가입되어 있으며, 업무상 재해를 예방하기 위하여 정기적인 안전보건교육을 실시하고 있습니다. 직원의 업무상 재해의 치료와 관련하여 위로보상금을 지급하고 있으며, 안전사고 발생 시 대책반을 구성하여 재해보상을 위해 신속하게 조치를 취하도록 하고 있습니다.

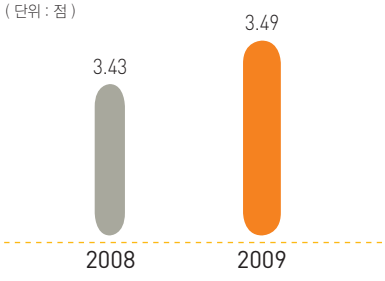
》 질병예방 및 건강증진 활동

공사는 기업의 자산인 임직원들의 건강을 최우선 가치로 여기고 있습니다. 이에 모든 임직원을 대상으로 질병의 사전예방 및 조기치료가 가능하게 하여 건강을 유지할 수 있도록 직원 및 배우자에 대해 매년 무료로 건강검진을 시행하고 있습니다.
최근 수면내시경 등의 특별 검진항목을 추가하고 검진기관 및 시간을 확대하여 직원들의 편의를 도모하였습니다. 또한 본인 및 배우자에 한정되었던 임직원 단체 상해보험을 자녀로까지 확대하고 심근경색 및 뇌출혈까지도 보상받을 수 있도록 개선하였습니다. 2009년에는 거주지 인근 병원 지정이 가능하도록 하여 만족도가 상승된 것으로 조사되었습니다.

재해발생건수 및 결근율



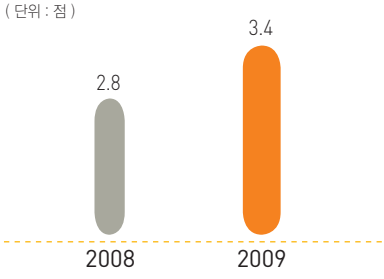
건강검진 만족도 (5점척도)



작업장 환경개선 노력

공사는 근무환경을 개선하여 직원들의 근무의욕을 고취시키기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 도심 속 빌딩 공간을 문화와 나눔의 공간으로 변화시키기 위해 공사 사옥 1층에 문화공간인 'T2 마당'을 만들어 한국관광과 관련된 각종 행사와 다양한 콘서트 등의 문화행사를 개최하고 있습니다. 또한 문화가 있는 화장실 조성을 위하여 '인체감지 음향기기(클래식 음악 송출)'를 설치하고 명화캘린더와 판화를 전시하는 등 화장실 환경을 개선하였습니다.
더불어 구내식당 및 직원 휴게실 환경을 개선하고 체력단력실을 운영함으로써 직원들의 스트레스를 해소해 업무의 효율성 증대와 생산성 향상으로 이어질 수 있도록 노력하였습니다.

구내식당 만족도 (5점척도)



합리적이고 개방적인 노사관계

노동조합 현황

공사는 구성원간의 상호 신뢰를 바탕으로 한 상생의 노사관계 구축을 위해 정보공유 및 대화 채널의 다양화 등 지속적으로 노사관계 제도를 합리적으로 운영하고 있습니다. 1974년 설립된 공사의 노동조합은 일반직 2급 이상 및 인사/감사/비서실 직원 및 사장/감사 기사를 제외하고는 누구나 자유롭게 가입하고 활동할 수 있도록 보장하고 있습니다. 공사의 노동조합은 민주노총 전국공공운수사회서비스 노동조합연맹에 소속되어 있습니다.
또한 공사 창립 이래 2009년까지 무분규를 유지하며 노동쟁의 및 노동법규 위반사례가 없는 모범적인 노사관계를 유지하고 있습니다. 2009년 10월 임금 동결 무교섭을 공기업 2번째로 타결한 바 있습니다.

| 노동조합 조직 구성 |

임원 (8명)	위원장, 부위원장(2), 사무국장, 감사 (2), 제주지부장, 인천공항지부장
집행 간부 (10명)	조직국장, 법규국장, 교육국장, 문화국장 홍보국장, 쟁의국장, 정책국장, 여성국장, 복리후생국장, 대외협력국장
중앙위원회 (4명)	위원장, 부위원장, 인천지부장, 제주지부장 (간사 : 사무국장)
운영위원회 (10명)	위원장, 부위원장, 사무국장, 집행간부

노사 상생의 기업문화 형성 노력

〉〉 노사협의회 운영

불합리한 사항의 개선을 통한 발전적 노사관계를 구축하고 상호 신뢰와 균형을 바탕으로 한 생산적 교섭문화를 이룩하기 위하여 노사협의회 기능을 강화하였습니다. 공사는 다양한 직원복지 개선에 관한 노조의 건설적인 요구사항을 적극 수용하였으며, 노조 역시 임금피크제, 다면평가제 개선, 산업안전보건위원회 구성 등의 안건에 대해 전향적으로 수용하였습니다.
노사협의회는 공사와 노동조합간의 공식적인 대화채널로써 정기적으로 매분기 개최되고 있으며, 직원 설명회 및 노사간담회 등 수시로 대화할 수 있는 채널을 가동하고 있습니다. 2009년 4회에 걸쳐 진행된 주요성과 고용안정실무위원회 설치 합의 등이 있습니다. 2009년 3월 설치되어 20회 실시된 노사 각 5인으로 구성된 고용안정실무위원회는 인력구조조정 등 직원들의 고용안정사항을 노사간에 사전 조율하는 역할을 수행하고 있습니다.

| 2009년 노사협의회 주요 협의 내용 |

일자	협의 내용
공사선진화	주요성과 고용안정실무위원회 설치 합의 등
일자리나누기 동참	대졸초임삭감, 인턴사원 채용, 임금 반납 동결 등
경쟁력 강화	인사제도 개선위원회 설치 합의 등

〉〉 노사관리 전문화 노력

비정규직 · 복수노조 등 노동 관련 이슈가 점점 다양해지고 복잡해져 가고 있습니다. 이에 공사는 노사업무의 전문성 강화를 통해 합리적 노사관계를 조성하기 위해 노사관리 전문교육을 실시하고 있습니다. 노사관리 전문화 교육은 '자체 노무전문가 양성', '노사담당자의 노사업무 기본교육', '인사노무 보직 전문성 강화' 및 '외부 노무전문인력의 상시 활용' 등 총 4가지 분야로 구성되어 있습니다. 구체적으로는 노사공동의 주요 교육 및 세미나 참가, 학습동아리(CoP)의 활용, 전문 교육기관과의 상설 네트워크 구축 등이 있습니다.

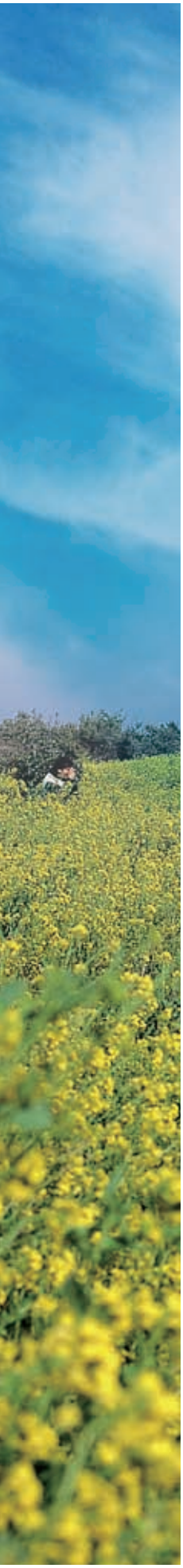
노사 간의 열린 대화통로

공사는 노사 간의 상시 대화채널을 통해 경영 현황 및 주요 정책 변화사항에 대한 정보를 공유하고 의견을 나누고 있습니다. 또한 주요 경영현안이 발생할 경우, 사업장에 경영진이 직업 방문하여 간담회를 개최하는 등 적극적인 커뮤니케이션을 통해 문제 해결을 위한 노력을 기울이고 있습니다. 2009년에는 노사대표 면담 및 실무간담회가 55회 개최되었으며 2009년 105명이 참여한 노사관계 진단 설문조사를 처음 실시하여 노사관계 인식도를 파악하기 위해 노력하였습니다.

| 노사 간 상시 대화채널 |

노사대표 간담회	경영현황 및 여건 수시 설명	CEO와 노조위원장 면담을 통한 경영현황 설명
E-mail 이용	직원과의 상시 커뮤니케이션 체제 정립	E-mail을 통한 1:1 의사교환을 통해 직원 의견 적극 수렴 반영 노력
사내 통신방	사내 게시판을 활용해 직원들의 경영성과 격려	경영성과에 대한 경영진의 격려 메시지 및 업무게시판 내 칭찬과 격려의 댓글달기로 사기 진작
인터넷 생방송	실시간 정보 공유	월례조회, 확대간부회의 등 주요 경영환경 관련 회의 중계로 경영현황에 대한 실시간 전달
자유 토론	경영진과 직원들의 자유토론 수시 실시	본부별 CoP참여, 본부별 워크샵 개최, 직급별/조직별 자유토론 등을 통해 수시로 직원 애로사항 및 의견 수렴

성산일출봉



녹색 경영과 함께하는 관광한국

환경에 대한 책임과 노력

비전 및 목표

공사는 친환경 관광산업 발전을 위해 정부, 지자체, 관광업계 등과의 협력을 통해 온실가스와 환경오염을 줄여 지속가능한 성장을 실현해 가고자 합니다.

정책

에너지 효율화를 위해 에너지 절약 추진 위원회를 운영하고 있으며, 기후변화에 적극 대응하고자 '녹색경영'을 전략적으로 시행하여 적극 실천하고 있으며 더불어 친환경 관광지 개발을 적극 추진하여 '저탄소 녹색성장'을 위한 녹색관광시대를 열어가고 있습니다.

주요 이슈에 대한 성과 및 계획

공사는 중대성 평가(IPS Materiality Test model™)를 통해 도출된 다음의 항목들을 중점 관리 · 운영하고 있습니다.

주요 이슈

- 친환경 관광상품 개발
- 환경보호 및 복원활동
- 기후변화대응
- 환경영향관리
- 녹색경영

매암차문화박물관

녹색경영 비전

공사는 공기업 최초로 녹색경영 비전 및 실행전략 체계를 수립하고 2009년 4월 녹색경영비전선포식을 개최하였습니다. 저탄소 녹색관광 성장의 플랫폼이라는 비전 아래 저탄소 배출 효율성, 탄소흡수, 탄소대체라는 3대 전략지표를 가지고 선도적인 실천을 하고 있습니다. 또 녹색실천의 날을 매주 수요일로 지정하여 실천운동을 실천해나가고 있습니다. 2009년에는 제 5회 녹색안전경영대상(녹색생활/녹색관광서비스 부분)과 대한민국 녹색성장 브랜드 대상(공공서비스부문)을 수상하였습니다.

에너지관리

공사는 국내 에너지 자원 부족과 고유가에 따른 에너지 절약 및 이용 효율 향상을 위해 전사적인 차원에서 에너지 절감활동을 펼치고 있습니다.

〉〉 에너지 절약 추진 조직 및 관리

공사는 에너지절약추진위원회와 에너지 지킴이를 지정하여 에너지관리 조직을 운영하고 있습니다. 에너지절약추진위원회는 에너지 관리를 합리적으로 운용하기 위한 의사결정기구로서, 에너지 관리 및 집행에 관한 사항을 심의 · 의결하고 있습니다.

전략경영본부장을 위원장으로 하는 본 위원회는 각 부서의 팀장을 구성위원으로 조직하여 매분기마다 에너지 절약 실적을 분석하고 있습니다. 공사는 2009년에 녹색청사 기반 구축을 목표로 에너지 손실제거를 위한 점검 및 정비, 설비교체를 진행하였습니다. 에너지 사용량 목표는 최근 2개년도 사용량의 평균값으로 설정하여 관리하고 있으며, 2007년~ 2009까지 에너지 사용 실적은 다음과 같습니다.

| 에너지 사용량 목표 대비 실적 (본사 기준, 단위 : TOE) |

	2007년			2008년			2009년		
	목표량	사용량	절약률(%)	목표량	사용량	절약률(%)	목표량	사용량	절약률(%)
전기	660.84	709.09	-7.30	699.46	701.49	-0.29	718.84	698.04	-2.89
LNG	163.12	141.24	13.41	164.25	126.79	22.81	141.58	127.77	-9.75
합계	823.96	850.33	-3.20	863.71	828.28	4.10	860.41	825.81	-4.02

※ TOE (석유환산톤, Ton of Oil Eqilvalent): 국제에너지기구(IEA)에서 정한 발열량 단위로 각각 다른 종류의 에너지원을 원유 1톤의 발열량인 10Kcal를 기준으로 표준화환 단위입니다.

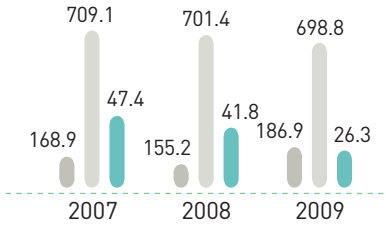
〉〉 에너지 사용 및 절약

공사 소유의 본사, 관광센터 및 중문골프클럽을 대상으로 에너지 및 용수 사용량을 관리하고 있습니다.
건물의 에너지 효율성 증대를 위해, 부하가 적은 변압기를 통합 사용하여 무부하손실을 제거하였으며, 냉 · 온수펌프 절전장치의 설치로 에너지를 절약하고 있습니다. 엘리베이터의 경우에는 자동절전 운행시스템을 통해 사용량이 적은 시간대에서의 운행을 제어하고 있습니다. 또한 에너지절약형 형광램프를 사용하고 있으며, 전력 중앙감시제어를 통해 역률(전기제품의 전력효율)을 90% 이상 유지 · 관리하고 있습니다.

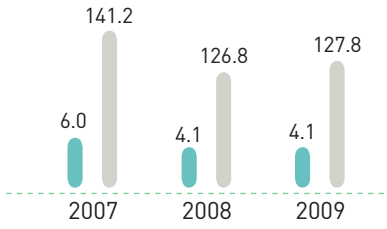
◀ 고효율전동기

LED전구 ▶

전기 사용량 (단위 : TOE)



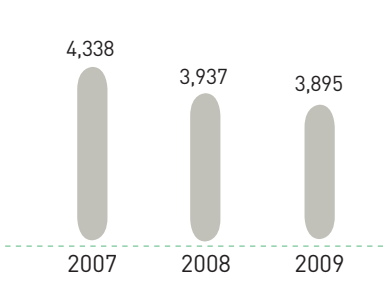
가스 사용량 (단위 : TOE)



(본사 : LNG, 중문골프클럽 : LPG 기준)

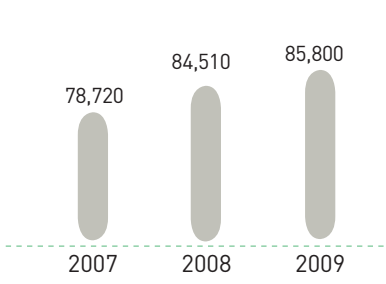
* 관광센터는 난방용 가스인 LNG 미 공급지역이며, LPG의 경우 직원식당 폐쇄로 사용하고 있지 않습니다.

가스 사용량 (단위 : ㎥)

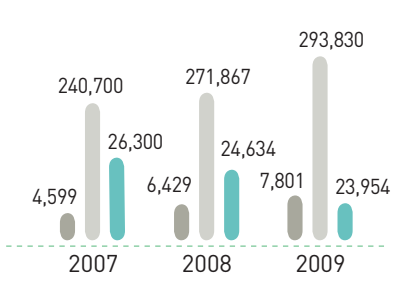


(중문골프클럽 : LPG 기준)

등유 사용량 (단위 : ℓ)



물 사용량 (단위 : 톤)



전사적 차원에서 물자원 절약을 위해 절수형 세면기 및 샤워기를 사용하고 있으며, 원터치형 밸브를 통해 사용량을 절감하고 있습니다. 중문골프클럽의 경우, 온도 및 우수량과 같은 자연적 요인과 에너지 절약 캠페인 추진에 의해 매년 물 사용량이 줄어들었습니다.
또한 '수익 10% 증대 및 예산 10% 절감 프로젝트(+10 & –10 Project)'와 연계하여 전사적인 에너지절약 캠페인을 추진하고 있습니다.

| 에너지절약 추진내용 |

부문별	추진내용
에너지조직 운영	에너지절약 추진기구 구성
교육홍보	합리적인 에너지 소비 유도 홍보
건물관리	적정 냉난방 온도관리 및 고효율 기자재 사용, LED 전구사용(2009년 50개 교체: 연간 1,014천 원 절감)
수송분야	승용차 선택요일제 및 5부제 실시
기타분야	하절기 간소복 차림 근무, 화상회의 시스템 도입

〉〉 에너지 진단 관리

2009년 시행된 1, 2차 에너지 진단 결과, 전력의 효율을 의미하는 역률이 96%이상으로 적정 냉난방온도(중앙냉방(27도이상) 및 난방(19도이하))가 유지관리되고 있습니다. 또한 효율적인 그룹 관리방식의 엘리베이터 운영 등이 잘 관리되고 있는 것으로 나타났습니다.
더불어 본사 및 제주지사(관광센터, 중문골프클럽)에서 도출된 개선 필요사항 및 절감효과는 다음과 같이 제시되었으며, 현재 이를 위한 시행 및 예산 집행 절차가 진행 중에 있습니다. 2007년 이후 공사의 에너지 진단 주기는 5년을 기본으로 합니다.

〉〉 에너지 절약 활동 및 홍보

본사 층별 에너지 지킴이 지정하여 사무실 에너지 사용 실태점검 및 개선권고 활동을 펼치고 있습니다. 2009년에는 중식시간 강제소등 운동을 통해 형광등(32W) 5,200등이 소등되는 효과를 거두었습니다. 또한 본사 방문객 및 주변 시민들에게 에너지 절약 홍보를 위해, 1층 외부현관과 승강기 내부에 관련 동영상 홍보를 실시하고 있습니다. 매년 에너지 관리자들을 대상으로 에너지 관련 세미나(지식경제부, 에너지관리공단 등 개최) 참석을 독려하고 있으며, 매달 사내 에너지 교육을 시행하여 2009년 12회 실시되었습니다.

| 승용차 부재시행 지킴이 활동 |

에너지 지킴이 활동	
• 2009년 1월 2일 시행 • 공사차량 및 민원인 방문차량 적용 • 사용하지 않는 사무용 전기기기 전원플러그 제거 • 각층 사무실 창가등 소등 및 퇴근시간 반드시 소등 후 퇴근 • 사무실 실내온도 적정온도 유지(겨울철 : 20℃이하, 여름철 : 26℃이상) • 이면지 사용의 일상화 • 각층 사무실 창문 개폐확인	• 중식시간 12:00~13:00 전층 전등 소등 • 간판 및 외등전등 점등시간 제어 • 주차장 전등제어 • 야간근무자 전층 순찰 점검시 불필요한 전등소등 • 전층 비상계단 및 B4층 형광등(32W) 105개 소등 – 계단 : 79개, B4층(기계,전기실) : 26개 • 시설관리 : 3명 • 층별담당 : 1명

〉〉 에너지 절약 사례

고유가에 따른 에너지 절약 방안으로 승용차 선택요일제 및 5부제(민간차량)를 시행하고 있습니다. 또한 업무용 승용차량의 경차 전환을 위해 현재 10%인 업무용 승용차의 경차비율을 2012년까지 50% 수준으로 확대할 계획입니다.
2009년도 에너지 절약 추진 주요 사례 및 성과는 다음과 같습니다.

| 에너지 절약 추진 사례 |

사례명	루츠브로워 고효율 전동기 교체
기대효과	루츠브로워 교체시 일반 표준형 전동기를 고효율 전동기로 교체하여 효율의 극대화를 통한 에너지 절감 ※고효율전동기의 절전효과 S1 = {170(원)×5.5(kw)×2,920(시간)×(100/85–100/90.2)}×2(대) = 370,000원/년 절감 S2 = {170(원)×3.75(kw)×2,920(시간)×(100/85–100/90.2)}×1(대) = 126,000원/년 절감
절감량	0.63 toe/년
절감액	0.49 백만 원/년

사례명	지하주차장 배풍기 고효율 전동기 교체
기대효과	배풍기 교체시 일반 표준형 전동기를 고효율 전동기로 교체하여 효율의 극대화를 통한 에너지 절감
절감량	1.27 toe/년
절감액	0.62 백만 원/년

사례명	지하주차장 조명절전시스템 설치
기대효과	사용자(차량 또는 사람)가 입실시 자동점등, 퇴실시 자동소등으로 15분 동안 물체가 나타나지 않을 때 자동으로 소등하여 전력낭비를 절감 함. – 입 · 출 방향 카운터센서에 의하여 입, 퇴실 신호를 콘드롤 박스에 전달
절감량	4.59 toe/년
절감액	2.2 백만 원/년

사례명	B1층 관광안내전시관 지역배기 고효율전동기 교체
기대효과	배기휀 모터 교체시 고효율 전동기로 교체하여 효율의 극대화를 통한 에너지 절감
절감량	0.23 toe/년
절감액	114 천 원/년

사례명	하이드리브 차량 구입
종전	차종 : 다이너스티 – 배기량 : 2,972cc, 연비 : 휘발유 7.4km/L
개선후	차종 : 포르데 하이브리드 – 배기량 : 1,591cc, 연비 : LPG+전기 17.8km/L
연비절감	10.4 km/L

사례명	LED전구 교체
기대효과	16층 회의실, 접견실, 지하주차장의 할로겐 전구 50W, 20W를 LED전구 4W로 교체
절감량	0.68toe/년
절감액	330천 원/년

통합 커뮤니케이션 시스템 구축을 통한 에너지 절감

공사는 화상회의, 사내 메신저와 메일, 인터넷 방송 등 통합 커뮤니케이션 시스템을 구축하고 이를 활용하여 회의와 커뮤니케이션에 필요한 에너지 절약을 실천하고 있습니다. 특히 화상회의는 2008년 109회에서 2009년 224회로 전년대비 105.5%증가를 보였습니다. 공사는 앞으로 이같은 실천을 지속적으로 확대해 나갈 것입니다.

| 에너지 절약 추진 사례 |

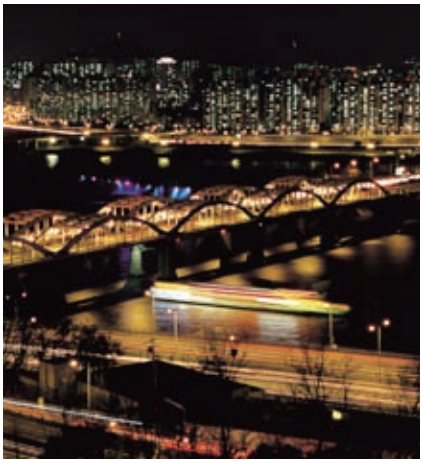
시스템	내용(2009년)	성과
화상회의	화상회의 224건	314백만 원 절감
메신저와 이메일	2.2백만 건	218백만 원 절감

친환경상품 구매

공사는 '친환경상품구매촉진에관한법률'에 따라 형광램프, 사무용지, 카트리지, 복사기 등 물품구매 시 친환경상품을 우선적으로 구매하고 있습니다. 조달청 홈페이지를 통해 친환경상품에 관한 정보를 제공받고 있으며, 구매계획 수립 시 중소기업의 친환경상품을 우선 선정하고 있습니다. 공사는 앞으로 친환경상품의 구매 품목을 지속적으로 확대해 나갈 것입니다.

| 친환경삼품 구매현황 |

구분	2007년	2008년	2009년
기자재 총 구매 액 (천 원)	352,681	218,328	1,015,871
친환경제품 구매액 (천 원)	229,463	211,176	990,731
구매비율(%)	65.1	96.7	97.4



관광산업과 기후 변화 대응

정부는 2008년 저탄소 녹색성장을 국가비전으로 선언한 이후 2009년 2월 국무회의에서 저탄소 녹색성장기본법 정부안을 확정지었습니다. 저탄소 녹색성장기본법 정부안의 주요내용은 녹색경제 및 녹색산업의 창출 및 단계전 전환촉진 등으로 구성되고 있습니다. 이러한 정부의 취지에 부합하고 기후변화에 대응하기 위하여 공사는 저탄소 친환경 관광단지에 대한 선진사례를 조사하고 친환경 관광단지 조성에 중문단지 도입가능성을 검토하고 있습니다. 제주지역은 우리나라의 청정지역으로 이산화탄소 배출량은 타 지차체에 비교하여 적은 수준입니다.

2009년 문화체육관광부에서는 저탄소녹색관광의 실현에 기여함을 목적으로 저탄소 녹색관광자원 개발 가이드라인을 제시한 바 있습니다. 따라서 이 가이드라인을 중문관광단지에 적용하여 향후 중문관광단지가 지속적으로 발전가능한 녹색관광단지로 도약하기 위한 방안을 모색하도록 노력할 것입니다. 더불어 주요 국제행사의 국내 개최시, 국제행사의 탄소배출량 계산 및 상쇄 프로그램 도입 등 환경부의 '저탄소 녹색행사 가이드라인'을 적극 준수하고, 민 · 관 합동 협의기구를 구성하여 체계적이고 전문화된 기후변화 대응전략을 수립해 나갈 것입니다.

이밖에도 현재 공사는 CO_2 배출에 대한 관광객의 인식제고를 위해 에너지 절약 캠페인을 실시하고 있으며, 에너지 절약 및 효율 증가를 위한 정책을 적극 추진하고 있습니다. 진행 중인 서남해안 관광레저도시 조성사업의 경우에는 태양광 주택 및 녹색에너지를 이용한 자체 생산 공급단지 조성에 힘쓰고 있습니다.

공사 소유의 본사 및 직접 운영 중인 중문골프클럽의 에너지(전기, LNG, LPG, 등유) 사용량을 CO_2로 환산한 배출량[13]은 다음과 같습니다.

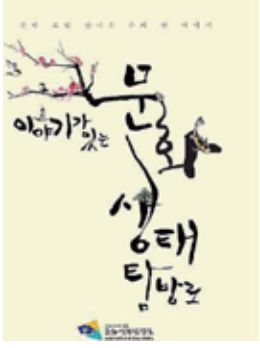
| CO_2 배출량 |

	2007년	2008년	2009년
전체 CO_2 톤	2,351.6	2,498.0	2,362.6

관광산업과 환경 영향

국내 녹색관광활성화를 위해 2008년 녹색관광팀을 신설한 공사는 2009년 저탄소 녹색관광성장 기반 구축을 위해 노력하였습니다. 이로 인해 UNWTO에서 녹색관광 추진 우수 국가로 평가받는 성과를 거두었습니다. 녹색관광을 소재로 한 상품 발굴을 본격적으로 시작하여 농촌관광공동브랜드 '스파클링 녹색나라'를 도입하는 등 관광소재 개발사업과 운영에 있어서 무엇보다 환경보전 및 환경 영향 최소화 정책을 최우선으로 하고 있습니다.

공사는 지속적으로 발전 가능한 녹색관광을 개발하기 위해 2009년 녹색관광마케팅 조사를 실시하였습니다. 공사가 정의하는 녹색관광은 그린투어리즘과 유사하며 생태관광, 자연체험, 도보여행 및 탄소배출저감을 실천하는 내용을 포함하는 것으로 나타났습니다. 또한 공사는 녹색관광 확산을 위하여 정부부처, 지자체, 학계, 업계 와 협력하여 7건의 공동사업을 발굴하였고 녹색관광자문위원회를 4차례 열고 전문가의 자문을 받았습니다.



CO2 배출량[13]은 IPCC(Intergovermmental Panel on Climate Change) 지침에 의한 열료별 탄소배출계수를 적용해 계산된 값을 사용하였습니다.

녹색관광 추진 전략 및 체계 수립도표

[녹색관광 정의 및 정책적 의미 도출]

01
- 자연친화적 관광행태
  – 생태관광, 농촌관광, 갯벌여행 등

02
- 저탄소 관광상품 시장 형성
  – 자전거여행, 도보여행, 슬로시티 친환경 저탄소형 관광개발

03
- 녹색관광의 기후적, 환경적, 경제적, 사회적 지속가능성 추구
- 지역사회중심 관광개발 추구

녹색관광 추진전략	한국관광공사 10대 중장기 실천과제
녹색관광 실현을 위한 기반구축	• 녹색관광 추진절략 수립 • 탄소라벨 포상제 및 녹색인증제도입 등 제도마련 • 세계녹색관광기술전파 및 정보발신자 역할 • 관계기관협력 및 글로벌 네트워크 구축
녹색성장을 위한 관광지원 및 관광인프라 조성	• 친환경 생태 관광 자원 개발 • 녹색관광 자원 센터 운영 • 탄소제로 생태시범 관광단지 녹색 시범 마을 조성
녹색관광 신상품 개발 및 홍보 · 마케팅 강화	• 녹색 관광 신상품 개발 및 상품화 지원 • 녹색 관광 대국민 홍보 캠페인 • 녹색 관광 상품 외래 관광객 유치, 홍보

녹색관광 중장기 로드맵

1단계 (2009) 녹색관광기반 조성기 → 2단계 (2010~2012) 녹색관광시범사업 활성화 → 3단계 (2013) 녹색관광산업 성숙기

관광지 개발에 따른 환경 영향

〉〉 생물다양성 보전

무분별한 관광지 개발은 야생동식물 및 희귀종 감소와 이들 서식지 파괴 등의 결과를 초래합니다. 생물다양성 보전은 단순히 몇 종의 멸종 위기에 있는 동식물을 보존하는 것이 아닙니다. 이는 생태계의 구성 요소인 모든 생물을 보존하고 나아가서는 인간 생태계의 기능을 보전하는 것입니다.

제주 중문단지 2단계 지역은 해안선 곰솔(해송)군락지역과 천연기념물 제 378호인 천제연난대림지대가 위치한 지역으로 꾸준히 보전 · 관리되고 있습니다.

정읍 내장산 리조트 관광지 개발지역의 경우, 2008년 3월 현지조사시 멸종위기 야생동 · 식물 II급인 말똥가리가 관찰된 청정지역으로, 다양한 수생식물 및 양서류, 어류의 서식처인 서당골천을 원형보존하고 있습니다.

해남 오시아노 관광단지 개발지역의 경우 사후환경영향평가 결과, 해양생태계의 각 조사 항목별 출현종수의 계절적 차이가 나타났을 뿐, 보고기간동안 변화를 보이지 않았습니다. 즉, 공사시행으로 인한 해양생태계 영향은 없는 것으로 나타났습니다. 또한 사업지구 내 곰솔군락지역은 원형 보존되고 있으며, 골프장 조성으로 인하여 훼손된 수목의 경우 훼손/이식수목 관리대상은 목록화하여 관리하였습니다.

| 해남 오시아노 관광단지 내 9홀 골프장 수목 식재 현황 |

구분(2009년)	식재량 (총계)	코스내 식재	기타지역
곰솔(해송)	1,020	800	220
낙엽수	74	74	0
사스레피	800	800	0
합계	1,894	1,674	220

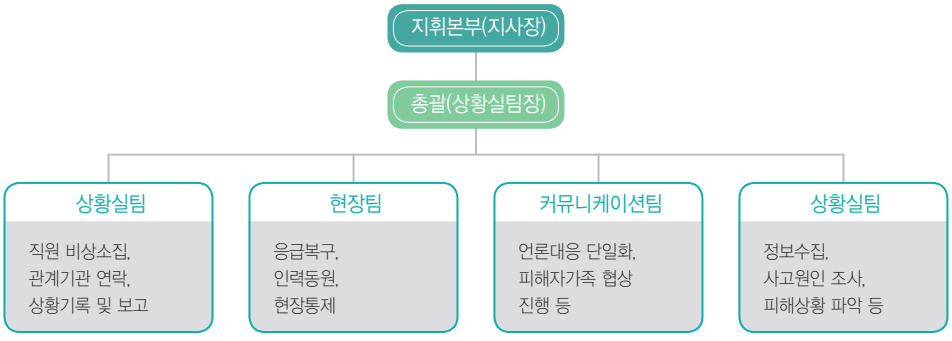
〉〉 환경 영향 평가

공사의 개발사업 대상지는 그 환경적 특성에 따라 지하수자원보전지구, 생태계보전지구, 경관보전지구로 세분하여 지정되어 있습니다. 이에 공사는 각 보전지구의 특성을 고려한 친환경적인 개발을 시행하고 있습니다.
환경부의 '환경영향평가법(이하 평가법)'에 근거하여 환경조사 전문업체가 사업지구 및 주변지역을 대상으로 환경영향평가를 분기별 1회 시행하고 있습니다. 조사 지점은 사업장마다 지정된 단지 내외 2~10곳을 대상으로 하고 있으며, 본 보고서에서는 여러 대상지들의 평균 측정값을 기록하였습니다. 개발사업 특성상 제조업과 달리 직접적인 오염배출을 하지 않으며, 주변의 타 공사현상, 기후변화 등 외적인 요인이 영향을 미치기 때문에, 평가법 설정 환경목표기준치에 준하는 관리를 하고 있습니다. 각 개발사업장은 매년 지자체와 연계된 환경감시단의 평가를 받고 있으며, 보고 기간 동안 환경 관련 법적 제재를 받은 적이 없습니다. 환경영향조사는 대기오염공정시험방법, 수질오염공정시험방법, 소음진동공정시험방법 등을 기준으로 실시되었으며, 주요 환경영향평가 결과는 부록에 첨부되었습니다. 2009년부터 환경부와 공동으로 생태관광 모니터링 상품을 발굴하여 참가자의 의견을 조사하고 개선과제를 도출하고 있습니다. 2010년부터는 문화부와 환경부 공동 정책사업으로 확대될 예정입니다.

〉〉 환경안전 위기관리

공사는 관광단지 조성사업 중 불의의 환경안전사고에 대비해, 평상시 직원에 대한 교육 · 훈련 강화로 위기관리능력을 향상시키고 있습니다. 또한 사고 발생시 내부 조직 및 대외 기관과의 협력을 통해 신속한 수습 및 복구 등의 체계를 갖추고 있습니다.

| 환경안전관리 조직도 |



관광지 운영에 따른 환경 영향

공사가 현재 직접 운영하는 사업장은 전국의 면세점 8곳과 제주 중문골프클럽입니다. 이 중 환경적 영향이 큰 중문골프클럽의 경우, 골프장 운영에 따른 용수사용량 절감을 위해 전 직원이 동참한 '현장별 물 아껴쓰기 운동'을 전개하고 있습니다.

중문골프클럽은 발생되는 오수를 서부 하수종말처리장에서 처리하고 있으며, 완충저류시설 역할을 하는 연못을 설치하여 비료 사용에 따른 하류하천의 수질오염을 방지하고 있습니다. 폐기물 중 발생 비중이 가장 큰 사업장 폐기물인 예지물(폐잔디)은 제주특별자치도 남부광역소각장에서 위탁 처리되고 있습니다. 그 외 지정폐기물인 폐유, 기름걸레, 폐배터리 등은 적법한 절차를 걸쳐 관련허가업체에 위탁처리 되고 있습니다. 또한 고독성, 맹독성 농약 및 사용금지 품목의 사용여부는 제주특별자치도 환경자원연구원에 의해 연 2회 이상 모니터링 되고 있습니다. 더불어 매년 토양환경보존법에 의해 공인검사기관에서 토양오염도 검사를 받고 있으며, 보고기간 동안 환경관련 법규를 위반한 사실이 없었습니다.

| 중문골프클럽의 주요 폐기물 |

구분	2007년	2008년	2009년
예지물(톤)	92	52	50
폐유(l)	200	800	386
기름걸레(kg)	32	58	48
폐건전지(kg)	1,032	6,678	3,903
폐사(kg)	16	98	81

관광지 습지 보존

람사르 협약은 습지의 보전 및 지속가능한 사용을 위해, 1971년 이란의 람사르에서 체결된 국제환경 협약입니다. 습지는 오염물질을 정화하고 수많은 생물종이 살아가는 터전으로서 생물다양성의 보고입니다. 우리나라는 1997년 협약에 가입한 이래 8곳을 람사르 습지로 등록하여 보호하고 있으며, 2008년 10월 경남 창원에서 람사르 총회를 성공적으로 개최한 이래로 2009년 전국의 습지를 한국적인 녹색관광 소재로 DB화 하여 온라인 콘텐츠를 제공하고 있습니다. 6만 2천부가 발행된 2010년 관광달력을 활용하여 순천만을 홍보하고 Visitkorea에 국,영,일 등 10개 언어로 특집기사를 게재하는 등의 적극적인 노력을 기울이고 있습니다. 향후에도 한국의 습지 보존을 통해 생태관광 및 지속가능관광의 발전과정 및 향후 방향을 모색하는 계기를 마련하였습니다.

친환경 관광지 개발

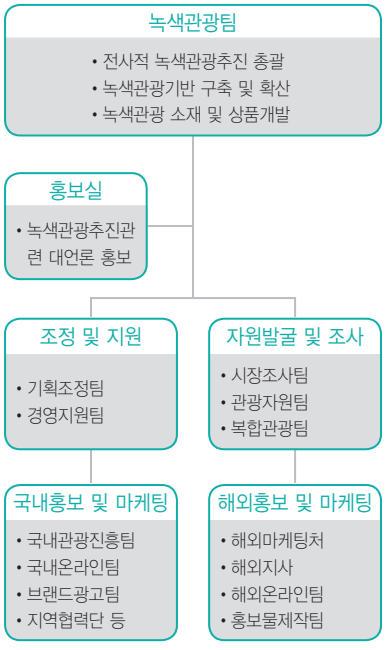
공사는 2009년 8월 전사적인 녹색관광추진단을 구축하여 체계적인 녹색관광 사업추진을 위한 전사적 업무를 체계적으로 관리하며 천연 관광자원인 산지 및 해안지역을 친환경적이고 효율적으로 개발하기 위해 관광개발 컨설팅, 정부 국책 사업 발굴, 지자체 협력 개발 사업을 수행하고 있습니다. 이를 통해 친환경 관광국가의 이미지 제고와 지역경제 활성화 및 국가의 균형발전에 기여하고 있습니다.

자연을 활용하고 보전하는 관광

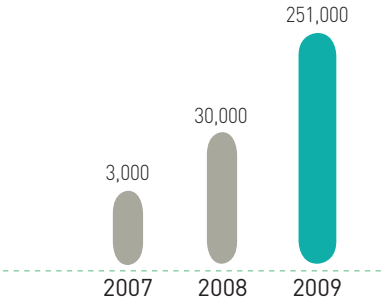
〉〉 대관령 일원 관광자원화 사업

현재 새로운 관광 패러다임인 네오투어리즘과 민관 파트너십 확대를 통해 '대관령 일원 관광자원화 사업'을 전개하고 있습니다.
'대관령 일원 관광자원화 사업'은 2017년 까지 강원도 평창군과 강릉시 일원의 약 112만m^2를 대상으로 영동고속도로를 확장 개통에 따라 노후화된 구 휴게소 및 도록기능을 상실한 지방도 456호 일대의 재활성화를 통해 관광자원으로 조성하는 사업입니다. 공사는 수차례 지자체와 협의 및 토론회를 거쳐 다양한 의견을 공유함으로써 환경훼손을 최소화하면서 지역 명소화가 가능한 환경친화적인 '생태/환경'등의 커뮤니티를 이루는 '가치생산' 그리고 건강 및 명상에 대한 '생명'을 테마로 하여 주요시설을 도입해 나가는 것입니다.
이를 통해 과거 경제성장 우선 시대에 식량증산을 목적으로 훼손했던 원시자원을 복원하고 관광자원으로 활용함으로써, 후대에 물려줄 세계적 관광자원을 만들어 나갈 것입니다.

| 전사적 녹색관광추진단 조직도 |



올레길 이용객수 방문객수(명)



〉〉 제주올레에서 문화생태탐방로까지

기후변화에 대응하고 탄소저감을 추구하는 지속가능한 관광을 위하여 공사는 걷기여행 상품개발 및 홍보를 지원하고 있습니다. 2009년 스토리가 있는 문화생태탐방로 개발을 위하여 도보여행전문가의 답사를 통해 걷기 좋은 길 7코스 8개상품을 개발하여 267명을 모객하고 문화와 스토리가 있는 길로 재발굴 하였습니다.

걷기여행 상품	시기	참가인원
황석영작가와 함께하는 지리산 둘레길	11월	80명
김훈 작가와 함께하는 문경새재	12월	80명
하동군 슬로시티 인증기념 걷기대회	5월	1,250명
관동별곡 팔백리 세계 슬로우 걷기 축제	10월	4,000명 지원

지난 몇 년간 인기를 모으고 있는 제주올레길 관광상품은 우수녹색관광상품으로 전년대비 8.4배의 관광객의 증가를 보였습니다. 제주올레 가족체험행사를 통한 국내홍보뿐만 아니라 제주올레 문학투어상품을 통해 일어, 중국어로 홍보하고 있습니다.

〉〉 평화 · 생명지대(PLZ) 관광자원화 사업 및 생태계 보호

공사와 문화체육관광부는 분단과 전쟁의 상징인 비무장지대(DMZ: De-militarized Zone) 및 인접지역을 '평화 · 생명지대(PLZ: Peace Life Zone)'로 탈바꿈시켜 관광상품화하는 방안을 모색하고 있습니다.

PLZ는 생태 및 역사문화 자원을 활용한 한반도 평화 및 생명의 공간을 의미하며, 공간적 범위로는 DMZ(임진강 하구~동해) 및 그 인접지역과 서해 접경지역의 10개 시 · 군이 포함되어 있습니다. 현재 국내외 관광환경 분석을 통한 PLZ 자원관광화 방안을 도출하였으며, 관광 중심거점 및 연계관광지 개발계획이 포함된 'PLZ 광역관광개발계획'을 수립 중에 있습니다. 2009년 해외우수녹색관광지로 PLZ를 소개하고 녹색관광인식을 개선을 위한 10월 TV 다큐멘타리를 제작하여 방영하고, 7월 대전지역 교장단 70명을 대상으로 PLZ 수학여행 교장단 팸투어, 10월 해외언론인 대상 팸투어를 개최하였습니다. PLZ는 앞으로 단순한 생태계 보존과 복원의 의미를 넘어 통일시대를 대비하는 상징적인 공간이 될 것입니다.

| PLZ 해당 10개 시 · 군 |

인천광역시	옹진군, 강화군
경기도	김포시, 파주시, 연천군
강원도	철원군, 화천군, 양구군, 인제군, 고성군

PLZ는 일반 산림생태계에서 보기 힘든 습지 생태계를 보존하고 있습니다. 비무장 지내 및 인접지역에서 희귀식물 총 34종류가 발견되어 철저한 보호가 필요한 실정입니다. 우수한 생물다양성을 보유하고 있는 PLZ지역에 대하여 공사는 환경부와 관련 지자체 등 관련 부서와 연계하여 별도의 관광자원화 계획을 수립하고 관리하고 있습니다.

〉〉 슬로시티 (Slow City)

최근 정부가 추진하는 저탄소 녹색성장의 관광분야 대표적 콘텐츠로 슬로시티[15](Slow City, Cittaslow와 동일 용어)가 부각되고 있습니다. 공사는 2008말 10월 말 치타슬로코리아네트워크와 공동으로 슬로시티 발전방향을 모색하는 글로벌 포럼을 개최하였습니다. 우리나라 슬로시티의 대표적인 사례로 '청산도'가 소개되었는데, 이는 청정 바다의 해산물과 무공해 토산물 그리고 스킨 스쿠버 등 풍부한 관광자원으로 인해 녹색관광으로 이어질 수 있는 가능성을 보여주었습니다.
공사에서는 슬로시티로 인증 받은 지역과 향후 슬로시티 지정을 위한 사전지원, 사후관리, 관광객 유치지원 사업을 치타슬로코리아네트워크와 함께 추진함으로써 에코 투어의 기반을 다져 나갈 예정입니다.

〉〉 서남해안 관광레저도시

서남해안 관광레저도시는 전남 해남 · 영암군 간척지 등 총 3,000만 여평에 국내외 민간자본을 유치해 2025년까지 건설되는 인구 50만 명 규모의 관광레저도시를 말합니다. 공사는 이 도시개발사업에 민간기업의 투자를 유도하였으며, 통합계획 수립 및 사전 환경성을 검토하였습니다. 환경영향을 최소화하기 위해 녹지는 다층적 구조와 종다양성을 갖도록 식재하여 생태적 안정성을 유지하도록 하였고, 우수를 자연 침투시키고 단지 내 저류공간을 조성하여 물순환체계가 이뤄지도록 계획하였습니다. 궁극적으로는 녹색성장을 위한 저탄소 생태환경 시범도시로 지정해 에너지와 문화를 접목한 미래형 선진관광 모델도시로 육성할 것입니다. 또한 공사는 에너지 감축을 위한 주요 전략과제로 태양광 주택단지 및 녹색에너지 자체생산 공급단지를 조성하고, 탄소배출권 거래제를 도입해 기업의 자발적 에너지절약도 촉진할 계획입니다.

〉〉 폐광지역 관광상품개발

1989년 석탄산업 합리화정책 이후, 폐광이 늘어나면서 불모지화 됐던 광산지역이 석탄박물관, 갱도 체험장 등으로 개발 · 추진되고 있습니다. 2006년 말 공사는 친환경적이고 지속가능한 광산지역개발을 위해, 폐광자원을 산업과 연계하여 한류 · 웰빙 · 체험을 테마로 하는 강원도 폐광지역 관광상품을 출시하였습니다. 한류웰빙체험 관광상품은 한류의 열풍 속에서 특히 중화권에서 인기를 끌었던 영화 속 장면들을 관광객이 직접 재연하도록 하여 스토리와 체험을 연계시킨 상품입니다. 특히 폐광지역에서만 체험할 수 있는 레일바이크, 탄광갱도체험 등의 체험관광과 곤드레나물밥, 황기백숙, 메밀전병 등 지역 특산 웰빙음식 식단으로 한류 · 웰빙 · 체험의 세 가지 테마를 조화시켰습니다. 앞으로도 공사는 다양한 관광소개 발굴과 이야기가 있는 감성마케팅으로 새로운 한류 관광코스 개발에 힘쓸 것입니다.

〉〉 농촌관광 공동브랜드 '스파클링 녹색나라'

공사는 각 지역의 환경자원인 초지나 농사철이 끝나는 논과 밭을 활용해 볼거리와 각종 체험프로그램을 제공하고, 지역의 독특한 문화와 지역행사를 관광산업으로 연결시켜 정주인구를 늘려나가는 방안을 모색하고 있습니다.
공사의 영남권 협력단은 농촌체험에 관광을 접목시킨 진주 죽곡 농촌체험관광마을 개발사업을 추진하였습니다. 죽곡 농촌체험마을 조성계획 및 죽곡마을 개발안을 수립하여 삼베관광상품 개발, 주민 대상 삼베상품 제작 및 자율운영 교육, 기타 프로그램 운영 컨설팅, 브랜드 개발, 팸투어 등을 지원하였습니다.
충청권 협력단은 공사의 '그린 투어 0.5+' 프로젝트 활성화를 위해 초등학교 학생들의 현장체험학습을 농촌관광과 접목시키는 사업을 추진하였습니다. 협력단은 대전시교육청, 충남농업기술원과 공동으로 학생들의 농촌체험학습 프로그램을 개발하였고, 농촌체험마을 UCC 제작 등 온라인 홍보 활동과 관광자원 조사 등을 진행하였습니다. 2009년에는 영남권, 호남권, 충청권까지 지역을 확대하여 농촌관광 활성화를 위한 노력을 기울이고 있습니다. 녹색관광우수 체험마을은 공사의 홍보지원으로 2009년 48개에서 2009년 63개로 증가하였으며 방문객도 또한 2008년 503,980명에서 2009년 548,045명으로 8.7% 증가하였습니다.

슬로시티[15] : 속도지향의 사회 대신 느리게 사는 삶을 지향하는 슬로시티는 전통 수공업과 조리법을 장려하고, 문화유산 지키기, 자연친화적 종법 및 에너지 사용 등의 지정 요건을 갖춘 인구 5만 명 이하의 친환경 중소도시를 말합니다. 전세계 12개국, 101개 도시가 가입돼있으며, 현재 우리나라는 전라남도 4개 지역(신안 증도, 완도 청산, 정흥 유치/장평, 담양 창평)이 지정되어 있습니다.

불꽃축제

부록

한국관광공사 윤리헌장

우리 한국관광공사는 관광산업의 국제경쟁력 강화를 통하여 국민복지향상과 국가경제에 기여해 온 자랑스런 국민의 기업이다.

우리는 이러한 긍지와 자부심을 가지고 윤리경영과 준법경영을 통해 국민의 사랑과 신뢰를 받는 세계적인 관광마케팅 기관으로 거듭나고자 한다.

이에 우리는 창의적 사고와 도전적 정신으로 우리의 사명을 달성하고 높은 윤리적 가치관을 바탕으로 정직하고 공정한 자세로 업무를 처리하며 공정하고 투명한 기업풍토 조성을 위해 노력한다.

우리는 고객에게 최고의 제품과 서비스를 제공하며 고객만족과 새로운 가치창조의 경영을 통하여 고객 제일주의를 실천한다.

우리는 법을 준수하고 자유경쟁의 시장질서를 존중하며, 모든 이해관계자와 상호 협력하는 공동체적인 관계를 구축하여 공동의 번영을 추구한다.

우리는 임직원 개개인의 인격을 존중하고 차별대우를 하지 않으며, 공평한 기회와 공정한 평가를 받도록 하는 한편 임직원의 삶의 질 향상을 위해 노력한다.

우리는 사회의 일부분으로서 공익활동에 적극적으로 참여하고, 끊임없이 새로운 가치를 창조하여 국가와 사회의 발전에 공헌한다.

우리는 지속가능한 관광개발을 통하여 자연과 환경보호 활동에 앞장서며 깨끗한 환경을 후세에 전하도록 최선을 다한다.

수상내역

번호	수상년도	수상명	수여기관
01	2005.05.18	대한민국 엔터프라이즈 BI 대상	한국일보사
02	2005.07.07	표창장 (여성의 지위향상 및 양성평등 촉진)	여성가족부
03	2005.09	관광대상 러시아내 NTO부문 우수상	러시아연방관광청
04	2005.09	감사장 (한국 관련 정보 제공 등 지원에 대한 감사)	World in the pocket 우크라이나 관광신문
05	2005.09.06	표창장 (장애인 고용증대에 기여)	노동부
06	2005.10.01	감사패 (뉴욕지사의 수박도 세계대회 한국유치 공헌)	사단법인 대한수박도회 무덕관
07	2005.10.06	감사패 (타마셋대학의 MBA 과정 수강자들의 방한 프로그램 지원)	Faculty of Commerce and Accountanncy Thammasat University
08	2005.10.17	Gold corporate advertising	The Korea Times
09	2005.10.31	2005 대한민국 녹색경영대상 공로상	한국능률협회 경영인증원
10	2005	2005 PATA Gold Award	PATA
11	2005.11.08	감사장 (모스크바 주 레져와 관광 국제포럼 참가 감사)	모스크바 주 관광위원회
12	2006.02	제6회 코리아 웹 어워즈	한국일보사
13	2006.03.24	2006 제주관광대상	제주도관광협회
14	2006.06.23	감사장 (지사설립 30주년을 통한 양국 상호 이해 및 지역사회 발전에 공헌)	일한교류하카타회
15	2006.07.05	한국관광진흥대상	한국관광학회
17	2006.09.17	최우수부수운영상	부산광역시관광협회, ㈜코트파
18	2006.09.26	[혁신우수사례 공모전] 장려상	문화관광부
19	2006.10.12	2006년 취업박람회' 참가 감사장	경희대학교
20	2006.10.12	IT & CMA 2006 Sticky Awards – Stickiest Promotion	TTG ASIA
21	2006.11.08	2006년 대한민국 광고 대상 은상 (잡지부문)	한국광고단체연합회
22	2006.11.09	감사패 (제12회 서귀포 칠십리 축제에 헌신적으로 참여)	서귀포시축제위원
23	2006.11.19	우수 운영부스 상	경기관광공사
24	2006.12.06	국무총리표창	국무총리
26	2006.12.15	2006글로벌경영대상최고경영자부문대상	일본능률협회컨설팅
27	2006.12.18	감사패 (Asia–Europe e–Learning colloquy의 성공적인 개최지원)	Asia–Europe Foundation, 교육인적자원부, 한국방송통신대학
28	2006.12.18	감사패 (노인방한단 지원에 따른 감사)	LA 노인회
29	2006.12.21	제11회 한국유통대상 백화점부문상	산업자원부장관
30	2006.12.27	2005년 공공기관 혁신 우수기관 표창	국무총리
31	2006.12.27	감사패 (농업기술원과 충남 농촌관광활성화와 소득 증대에 기여)	충청남도농업기술원
32	2006.12.28	감사패 (한류의 달 행사로 인한 여행업계 경영환경 개선 및 인반운드 유치 활성화에 기여)	한국일반여행업협회

번호	수상년도	수상명	수여기관
33	2007.02.07	2006 TVCFAWARD 최우수상	TVCF
34	2007.02.27	한국 최고의 경영자 대상 (공기업, 지자체 부문)	한겨레이엔씨 Economy21
35	2007.03.14	제15회 소비자가 뽑은 좋은 광고상	한국광고주협회, 한국소비자단체협의회
36	2007.04.02	남녀고용평등 우수기업	정부(국무총리)
37	2007.04.06	2006 올해의 광고상	사단법인 한국광고학회
38	2007.04.08	최우수부수운영상	대구광역시 / 경상북도 / 대구광역시 관광협회 / ㈜코트파
39	2007.04.17	대신표창	일본 국토교통성
40	2007.04.30	감사패(2007 한국관광총회 개최와 관련)	인천광역시
41	2007.05.30	내나라여행박람회 관련 "표창장"	코엑스
42	2007.06.02	2007미국국제영상페스티벌 관광영상부문3위 ("TAEKWONDO&TEMPLESTAY")	U.S. INTERNATIONAL FILM AND VIDEO FESTIVAL
43	2007.06.02	2007미국국제영상페스티벌 관광영상부문3위	U.S. INTERNATIONAL FILM AND VIDEO FESTIVAL
44	2007.06.02	2007미국국제영상페스티벌 관광영상부문3위 (Korea, Sparkling)	U.S. INTERNATIONAL FILM AND VIDEO FESTIVAL
45	2007.06.16	International Tourfilm Festival Plock, 2007영상부문최우수상	International Tourfilm Festival Plock, 2007 (폴란드)
46	2007.06.20	Int'l Festival of Corporate AV medias 관광부문은상 ("태권도/ 템플스테이영상")	Int'l Festival of Corporate AV medias (프랑스)
47	2007.07.19	The11th International Festival of Tourism and Ecology 우수영상물선정	Document, Art, 2007 (루마니아)
48	2007.09.09	최우수 진흥상	부산광역시,부산광역시관광협회, ㈜코트파
49	2007.09.28	2007 PATA Gold Award Winner	PATA (Pacific Asia Travel Association)
50	2007.09.10	Stevie Award Winner	International Business Awards
51	2007.09.10	Stevie Finalist Certificate (Korea, Sparkling)	International Business Awards
52	2007.10.11	공공기관 혁신 최우수 향상 기관	대통령 / 행정자치부
53	2007.10.25	IT&CMA Sticky Awards – Stickiest Function	TTG ASIA
54	2007.11.11	감사패 (최초의 컨벤션 전문 고등학교로의 자문 및 지원 활동)	해성 국제 컨벤션 고등학교장
55	2007.12.03	감사패 (국기 태권도 문화발전과 위상고양에 크게 기여)	국기원
56	2007.12.05	웹어워드코리아 2007 (대한민국웹이노베이션대상) 공공기관부문우수상	웹어워드 위원회
57	2007.12.10	2006년도 경영실적 우수	기획예산처
58	2007.12.11	대한민국 신뢰경영 CEO 대상 (공기업 서비스분야)	경향신문사
59	2007.12.22	감사패 (제주관광과 연계한 중소기업 육성발전에 기여)	제주특별자치도
60	2007.12.25	감사패 ('중국 청소년 방한교류단체' 지원에 대한 감사)	중국부녀여행사
61	2007.12.27	감사패 (사랑의 쌀배달 지원)	서울시 중구청
62	2007.12.28	표창패 (2007년 경상북도 방문의 해 사업의 성공적 개최)	경상북도
63	2007.12.31	2007년도 정보화업무 평가 최우수상	문화관광부

번호	수상년도	수상명	수여기관
64	2008.01.28	Adrian Awards Silver Medal	Adrian Awards
65	2008.01.28	Adrian Awards World Medal	Adrian Awards
66	2008.01.31	New York Festival Grand Silver World Medal	New York Festival
67	2008.01.31	New York Festival Grand Gold World Medal	New York Festival
68	2008.01.31	New York Festival Grand Award	New York Festival
69	2008.02.14	한국윤리경영대상	한국일보
70	2008.02.19	TVCF Award 2007 우수상	TVCF
71	2008.02.28	영남권협력단장 재임 시 부산 관광산업발전에 기여	부산광역시 관광협회
72	2008.03.19	소비자가 뽑은 좋은 광고상	한국광고주협회 / 한국소비자단체협의회
73	2008.03.26	2008 한국최고의 일하기 좋은 기업 대상	한겨레이앤씨 Economy21
74	2008.04.04	글로벌 프로모션 대상	한국광고학회
75	2008.04.06	제 6회 대구경북국제관광박람회 최우수 부스운영상	대구광역시관광협회 / 경상북도관광협회 / ㈜코트파
76	2008.05.15	Grand Award / Gold Award	Astrid Awards (미국)
77	2008.06.01	2008 JCI 아태대회 개최지원에 대한 감사패	2008 JCI 아태대회 조직위원회
78	2008.06.07	U.S. International Film and Video Festival 은상	U.S.International Film and Video Festival
79	2009	한국 Temple Stay를 성공적 문화관광상품으로 선정	OE
80	2009.03.12	2009 대한민국 수출경영대상 특별상	디지틀 조선일보
81	2009.03.12	Das Goldene Stadttor 동상	Das Goldene Stadttor
82	2009.03.13	Mercury Exellence Awards 은상	Mercomm Inc.
83	2009.03.13	Mercury Exellence Awards 은상	Mercomm Inc.
84	2009.03.19	AD Fest 은상	Asia Pacific Advertising Festival
85	2009.03.20	"Star of Travel.ru 2008" 최우수 NTO 사이트 상	Zvezda Travel.ru
86	2009.04.02	2009년 해외여행 추천국가 목적지상	Traveler(時尙旅游) 잡지사
87	2009.04.05	제7회 대구경북 국제관광박람회 최우수부스디자인상	대구광역시 관광협회/경상북도 관광협회 /주식회사 코트파
88	2009.04.08	2009년 서안국제여유박람회 우수부스디자인상	서안국제여유박람회 조직위
89	2009.04.23	감사패	재호주베트남참전유공전우회
90	2009.04.28	2009년 녹색성장브랜드 대상 (공공서비스 분야)	한국브랜드경영협회
91	2009.05.15	Astrid Awards 금상	Mercomm Inc.
92	2009.05.15	Astrid Awards 금상	Mercomm Inc.
93	2009.05.28	2009 한국 최고의 일하기 좋은 기업 대상	한국경제매거진
94	2009.05.28	녹색,안전 경영대상 (녹색관광서비스 부문)	한국경제신문사
95	2009.06.16	2009 대한민국 윤리기업 대상 (공공기관 부문)	아시아경제신문/이코노믹리뷰
96	2009.06.20	2009년 북경국제여유박람회 최우수부스인기상	북경국제여유박람회 조직위
97	2009.07.01	감사패	SKBA(Sydney Korean Business Association)

번호	수상년도	수상명	수여기관
98	2009.07.20	감사패	동대문패션타운 관광특구협의회
99	2009.07.20	PATA Gold Awards 금상	PATA
100	2009.09.10.	대한민국 신성장동력 경영대상	디지틀조선일보
101	2009.09.14	제12회 부산국제관광전 최우수부스디자인상	부산광역시/부산광역시관광협회/주식회사 코트파
102	2009.09.14	International Business Awards 부문 1위	Stevie Awards Inc.
103	2009.09.16	2009년 해외국가 사회공헌 활동 최우수상	Voyage(新旅行) 잡지사
104	2009.10.	표창장	행정안전부
105	2009.10.08	아시아태평양지역 올해의 목적지상(Destination of the Year)	Travel Trade Gazette
106	2009.10.09	Galaxy Awards 은상	Mercomm Inc.
107	2009.10.23	감사패	KOWIN(세계한민족여성네트워크) 호주지회
108	2009.10.29	Modern Shanghi Reputation Award(해외여행 우수 목적 국가) 대상	동방조보/China Unicom
109	2009.11.15	감사패	The Rotary Club of Engadine
110	2009.11.23	감사패	고성군
111	2009.12.11	2009 최고 만족도의 해외여행 목적지상	世界雜志 잡지사
112	2009.12.12	감사패	대한항공 북경지점
113	2009.12.30	감사패	순천시
114	2009.12.31	감사장	인천관광공사

협회 및 단체 가입 현황(2009)

구분	협회 단체명	가입시기	가입 목적
국내	한미경제협의회	1973	인적 네트워크 형성
	한미친선회	1977	인적 네트워크 형성
	한국골프협회	1989. 5	골프스포츠의 진흥과 보급을 통한 한국골프발전에 진력
	한국골프장경영협회	1989. 5	회원사 골프장의 권익신장 및 한국 골프문화발전
	한국화장실협회	2002	화장실문화 개선
	공기업투명사회실천 협의회	2005. 6	공기업 공동 투명사회 실천 협력
	세계화장실협회	2007. 6	관광수용태세 개선
	유엔글로벌컴팩트	2007. 9	지속가능경영 실천
	윤경 SM포럼	2008. 1	윤리경영 확산 및 기업문화 정착
	윤경 CEO클럽	2008. 3	윤리경영 실천 확산 및 윤리경영 CEO문화 정착
	서비스사이언스전국 포럼	2008. 5	서비스산업의 발전을 도모하고 관광산업의 경쟁력 높이는데 기여
	서비스사이언스전국 포럼	2008. 5	서비스산업의 발전을 도모하고 관광산업의 경쟁력 높이는데 기여
	한국윤리경영학회	2008. 9	윤리경영문화 정착 확산
국외	APTA		글로벌 관광이슈, 트랜드 습득 및 해외 최신 연구 동향 파악
	TTRA		해외 관광관련 전문가와 네트워크 구축
	재독 한국 경제인 협회 (KOEBAG)		독일과 한국 간 교류촉진(정보교환 및 지원 등)을 통해 상호이해를 도모
	PATA (Pacific Asia Travel Association)	1963	아시아태평양 지역 내 관광협력 및 역내관광 활성화
	ASTA (American Society of Travel Agents)	1973	미주여행업자 대상 한국관광홍보
	ICCA (International Congress and Convention Association)	1977	세계 컨벤션 업계와의 네트워킹, 자료 및 통계 활용
	UNWTO (UN World Tourism Organization)	1977	관광을 통한 경제발전, 국가 간 이해증진, 세계관광정책 조정 등 세계 관광업계와의 협력 및 한국의 위상 제고
	UIA(Union of International Associations)	1980	세계 협회회의 자료 수집 및 통계 활용
	TTRA (Travel and Tourism Research Association)	1981	
	AACVB (Asian Association of Convention and Visitor Bureaus)	1983	아시아지역 컨벤션뷰로간 협력
	DMAI (Destination Marketing Association International)	1985	세계 컨벤션업계와의 협력 및 네트워킹
	APTA (Asia Pacific Toruism Association)	2000	
	WYSETC (World Youth and Student Educational Travel Confederation)	2003 FIYTO 가입, 2006년부터 WYSETC 회원(찬조회원)으로 활동	세계 청소년 · 학생 관광업계 대상 한국홍보

BEST Guideline

● 보고됨 / ◐ 일부보고 및 타매체를 통해 보고됨 / ◇ 해당사항없음 / ○ 보고안됨

BEST지표	지표번호	BEST 지표 내용	GRI관련 지표번호	해당페이지	충족정도
보고서개요	A	기업현황 소개			
	A_1	지속가능경영에 대한 비전과 이에 대한 CEO 성명서	1.1	4~5	●
	A_2	주요 위험 및 기회요소	1.2	12~13,36	●
	A_3	기업명	2.1	7	●
	A_4	주요 제품과 서비스	2.2	9~11	●
	A_5	주요 부서 조직도 및 자회사, 제휴사 등의 현황	2.3	8~9	●
	A_6	합자회사, 일부 소유 자회사, 임대설비, 외주운영 등의 현황	3.8	74	●
	A_7	해외 사업장 현황	2.4 / 2.5	8	●
	A_8	조직의 법적 소유구조의 성격	2.6	28	●
	A_9	활동 시장의 성격	2.7	11~13	●
	A_10	조직 규모	2.8	7	●
	A_11	국내외 산업 및 비즈니스 협회 가입현황	4.13	부록	●
	B	보고서내용			
	B_1	보고범위	3.6	3	●
	B_2	보고서 범위 제한 요소	3.7	3	●
	B_3	보고기간	3.1	3	●
	B_4	경제적 · 사회적 · 환경적 성과의 비용과 효과 산출 기준과 정의	3.5	3	●
	B_5	경제적 · 사회적 · 환경적 성과의 측정방법의 변화	3.11	3	●
	B_6	보고주기	3.3	3	●
	B_7	보고서 신뢰성 향상을 위한 노력	3.13	3	●
	B_8	이전 보고서 이후 변동사항	2.9/3.2	3	●
	B_9	보고서 담당자 연락처	3.4	3	●
	B_10	BEST 매트릭스	3.12	부록	●
	C	이해관계자 참여			
	C_1	주요 이해관계자의 파악기준 및 선정	4.14 / 4.15	16~17	●
	C_2	이해관계자 참여 방식	4.14 / 4.16 / SO1	17	●
	C_3	이해관계자 참여 결과 및 사용	4.17	16~17	●
	D	지속경영			
	D_1	경제적 · 사회적 · 환경적 목표	-	20	●
	D_2	경제적 · 사회적 · 환경적 성과	-	20	●
	D_3	향후 지속경영 전략 및 목표	-	20	●
경제성과	EC	경제			
	EC1	생성 및 분배된 경제적 가치 창출 및 분배	EC1	34	●
	EC2	기후변화에 따른 경제적 영향	EC2	13,54,86	●
	EC3	조직의 정액연금제도 약정의 보상범위	EC3	30	●
	EC4	주요 사업지역에서 인력 수급 및 조달	EC6 / EC7	75	●
	EC5	정부 수취 보조금	EC4	30	●
	EC6	비핵심사업 인프라 구축	EC8	31,42~43	●

● 보고됨 / ◐ 일부보고 및 타매체를 통해 보고됨 / ◇ 해당사항없음 / ○ 보고안됨

BEST지표	지표번호	BEST 지표 내용	GRI관련 지표번호	해당페이지	충족정도
경제성과	EC7	간접적 경제효과	EC9	30	●
	EC8	브랜드 가치	-	-	◇
	EC9	혁신경영 성과	-	37~40	●
	EC10	창조경영 성과	-	41~45	●
	EC_DMA	경영방식공시_경제	DMA	33	●
사회성과	GR	지배구조 및 리스크 관리			
	GR1	기업지배구조	4.1 / 4.2	28~29	●
	GR2	사외이사 비율	4.3	28	●
	GR3	이사회 구성현황	4.2	28	●
	GR4	이사회의 전문성을 나타내는 프로세스	4.7	29	●
	GR5	이사회의 경제적, 사회적, 환경적 성과 관리 및 평가 프로세스	4.9	29	●
	GR6	경제 · 사회 · 환경 정책을 수립, 실행, 감독하는 조직구조	4.10	29	●
	GR7	임원보상과 조직의 경제적, 사회적, 환경적 성과와의 연계	4.5	29	●
	GR8	이사회 활동내용 및 결정사항	-	29	●
	GR9	기업 지배구조 관련 법규 준수현황	-	28~29	●
	GR10	기업에서 사용하는 경제 · 사회 · 환경 활동에 관련된 헌장	4.8 / 4.12	50,95	●
	GR11	기업의 사전예방원칙 준수 여부	4.11	79,90	●
	GR12	주주의 이사회 권고안 및 제안 제출방법	4.4	28~29	●
	GR13	조직 최상위기구의 이해 충돌 방지 프로세스	4.6	-	○
	GR14	투자 및 협력구축에 있어서 사회적 영향을 고려하는 정책 및 제도	신설	-	○
	EM	종업원			
	EM1	종업원 현황	LA1	74	●
	EM2	종업원과 경영진의 구성현황	LA13	74	●
	EM3	남녀 간 종업원 평균 임금	LA14	74	●
	EM4	사업지역, 동종산업과 비교한 임금 및 복리수준	EC5	74	●
	EM5	고용창출률 및 이직률	LA2	74	●
	EM6	평균 근속 연수		74	●
	EM7	차별관행 예방정책 및 모니터링 결과	HR4	74	●
	EM8	결사자유 정책	HR5	80	●
	EM9	아동노동금지 정책 및 모니터링 결과	HR6	74	●
	EM10	강제노동금지 정책 및 모니터링 결과	HR7	74	●
	EM11	노동조합 관련 조직개요		80	●
	EM12	노동조합 종업원 가입조항 및 가입 종업원 현황	LA4	80~81	●
	EM13	기업의 운영 변화 시 종업원에 대한 정보 제공, 협의 등에 대한 정책 및 프로세스	LA5	-	○
	EM14	안전보건 위원회에 대한 설명	LA6	-	○
	EM15	산업안전보건에 관련된 노사합의 사항	LA9	-	○
	EM16	종업원에 관련된 국제 규범 및 표준 준수현황	-	74	●

● 보고됨 / ◐ 일부보고 및 타매체를 통해 보고됨 / ◇ 해당사항없음 / ○ 보고안됨

BEST지표	지표번호	BEST 지표 내용	GRI관련 지표번호	해당페이지	충족정도
사회성과	EM17	ILO 협약 중 산업안전보건 관리 항목에 대한 준수현황	LA14	74	●
	EM18	질병예방 및 건강증진 정책과 프로그램	LA8	79~80	●
	EM19	부상 및 질병발생 종업원 수와 결근율	LA7	74~75	●
	EM20	종업원 복리후생 제도	LA3	79~80	●
	EM21	종업원 근로환경 개선을 위한 노력	-	80	●
	EM22	종업원 관련 법규 준수 현황	-	80	●
	EM23	부당노동행위 제보 프로세스 및 운영현황	-	80	●
	EM24	노동쟁의 현황	-	80	●
	EM25	윤리경영 전담부서, 투자 규모, 보고라인	-	23	●
	EM26	윤리강령에 대한 정기적인 교육 및 지침제공	-	22~25	●
	EM27	종업원 교육훈련 평균시간	LA10	-	○
	EM28	종업원 교육훈련 프로그램	LA11	76~77	●
	EM29	성과 및 경력개발 관련 종업원 상담제도 운영	LA12	76~77	●
	EM30	인권관련 교육을 받은 종업원의 비율	HR3	-	○
	EM31	인권관련 교육을 받은 경비, 경호, 보안을 담당하는 종업원의 비율	HR8	-	○
	EM32	임직원의 가족친화경영을 위한 정책과 지원제도	-	71,79	●
	EM33	여성 리더십 개발	신설	75	●
	EM34	여성 친화적 업무환경 조성	신설	74~75	●
	EM_DMA1	경영방식공시_인권	DMA	73	●
	EM_DMA2	경영방식공시_노동	DMA	73	●
	PN	협력업체			
	PN1	협력업체의 특성 및 지속경영 이슈	-	66	●
	PN2	협력업체 선정요인 중 사회적 · 환경적 성과에 대한 고려	HR1	67	●
	PN3	협력업체의 사회적 · 환경적 성과에 대한 평가 프로세스	HR2	-	○
	PN4	협력업체의 사회적 · 환경적 성과에 대한 지원 및 감사 프로세스	-	67,68	◐
	PN5	협력업체 불만처리 제도 및 처리결과	-	68	●
	CS	소비자			
	CS1	제품 및 소비자의 특성 및 지속경영 이슈	-	59	●
	CS2	소비자 관련 법규 준수 현황	-	-	◇
	CS3	공정경쟁, 독점금지와 관련된 정책 및 관리	SO7	-	◇
	CS4	제품 및 서비스 수명주기 동안 소비자 안전보건을 위한 정책 및 관리	PR1	61	●
	CS5	제품정보 제공 관련 정책 및 관리	PR3	61~63	●
	CS6	소비자의 주요 의견 및 반영결과	-	61~65	●
	CS7	사회적 · 환경적 이슈를 고려하여 혁신한 제품과 서비스	-	64	●
	CS8	제품영향을 감소하기 위한 노력	-	60,64	●
	CS9	소비자 만족 관련 정책 및 관리	PR5	63	●
	CS10	자발적 또는 비자발적 제품철회 사례 및 이유설명	-	-	◇

● 보고됨 / ◐ 일부보고 및 타매체를 통해 보고됨 / ◇ 해당사항없음 / ○ 보고안됨

BEST지표	지표번호	BEST 지표 내용	GRI관련 지표번호	해당페이지	충족정도
사회성과	CS11	소비자 안전보건 관련 법규위반 및 민원 사례	PR2	-	◇
	CS12	제품정보 제공 관련 법규위반 사례	PR4 / PR9	-	○
	CS13	광고에 관련된 표준과 자발적 강령준수 현황	PR6	-	○
	CS14	광고와 마케팅 관련 법규위반 사례	PR7	-	◇
	CS15	소비자 사생활 침해와 관련된 불만사항	PR8	-	◇
	CS_DMA	경영방식공시_제품책임	DMA	59	●
	CO	지역사회			
	CO1	활동하는 지역사회의 특성 및 지속경영 이슈	SO1	52	●
	CO2	활동하는 지역사회의 요구사항을 처리하는 내부 정책, 절차	HR9 / SO1	52	●
	CO3	지역사회 프로그램을 위한 사내 구성원 투입시간 및 투입비용	-	-	○
	CO4	지역사회 프로그램의 성과	-	71~72	●
	CO5	뇌물 및 부패에 관련된 정책 및 관리	SO2 / SO3 / SO4	-	○
	CO6	정치적 로비와 헌금에 관련된 정책 및 관리	SO5	-	○
	CO7	정당 및 정당후원기관에 대한 기부금	SO6	-	○
	CO8	사회성과와 관련한 수상실적	2.10	부록	●
	CO9	법규 위반으로 인한 제재 현황	SO8	24	●
	CO10	여성, 아동, 노령자를 위한 사회공헌 정책 및 성과	신설	71	◐
	CO_DMA	경영방식공시_사회	DMA	52,66,69	●
환경성과	EV01	환경정책 및 투자			
	EV1	환경관련 투자 및 비용	EN30	54	●
	EV2	환경영향감소를 위한 정책	-	54,90	●
	EV3	정량화된 환경목표 및 성과	-	20,84	●
	EV4	온실가스 저감 이니셔티브 및 성과	EN18	86,88	●
	EV5	재생가능한 에너지원 사용현황 및 에너지 효율향상을 위한 이니셔티브	EN5 / EN6 / EN7	85~87	●
	EV6	천연생태계의 보호 및 복구를 위한 목표, 프로그램	EN14	89~91	●
	EV02	원재료 및 에너지사용			
	EV7	직접 에너지 사용량(운영, 제품생산, 운송 포함)	EN3	85~87	●
	EV8	간접 에너지 사용량	EN4	85~87	●
	EV9	총 수자원 사용량	EN8	85	●
	EV10	물을 제외한 형태별 총 원자재 사용량	EN1	-	◇
	EV11	재생원료 사용비율	EN2	-	○
	EV03	환경영향			
	EV12	온실가스 배출량	EN16	88	●
	EV13	간접 온실가스(CO2,CH4,N2O,HFCs,PFCs,SF6) 배출량	EN17	-	○
	EV14	오존파괴물질 배출량	EN19	87~88	●
	EV15	NOx, SOx 등 주요 대기오염물질 배출량	EN20	-	○
	EV16	형태별, 최종 처리방법별 폐기물의 양	EN22	90	●

● 보고됨 / ◐ 일부보고 및 타매체를 통해 보고됨 / ◇ 해당사항없음 / ○ 보고안됨

BEST지표	지표번호	BEST 지표 내용	GRI관련 지표번호	해당페이지	충족정도
환경성과	EV17	수계 폐기량	EN21	108~109	●
	EV18	물의 재활용과 재사용	EN10	-	○
	EV19	조직이 방출한 폐수가 수역 및 생태계에 미치는 영향	EN25	90	●
	EV20	조직의 취수가 수자원 안정성 및 생물다양성에 미치는 영향	EN9	89	●
	EV21	화학물질, 기름, 연료누출로 주변 환경에 미친 영향	EN23	89	●
	EV22	생물다양성 가치가 높은 지역의 사업장 위치, 크기, 생물다양성에 영향을 주는 사례	EN11 / EN12	89	●
	EV23	주요 제품과 서비스의 환경적 영향	EN26	88~90	●
	EV24	제품 중 재생가능한 제품 무게와 실제 재생 무게의 비율	EN27	-	◇
	EV25	간접에너지 감축 성과	EN7	86	●
	EV26	생명다양성 가치가 높은 지역에서의 사업활동 및 운영과 생물다양성에 미치는 영향관리	EN12 / EN14	89	●
	EV27	조직의 활동에 의해 야기된 자연서식지의 변화 및 조직이 자연서식지를 보호하거나 복구한 사례	EN13	89,91	●
	EV28	사업활동지역에서 서식하는 동식물 중 멸종위기 동식물 명단에 등록된 종의 수	EN15	89,91	●
	EV29	바젤협약 첨부 Ⅰ,Ⅱ,Ⅲ 그리고 Ⅷ 기준 위험 폐기물의 발생, 운송, 수입, 수출, 처리	EN24	-	◇
	EV30	물류과정 중 운송의 중대한 환경영향	EN29	-	◇
	EV31	환경관련 법규 준수 현황(지역별, 산업별)과 법규 위반 및 벌금 내역	EN28	90	●
	EV_DMA	경영방식공시_환경	DMA	83	●

한국관광공사 개발사업 단지의 '환경영향평가' 주요 측정표

대기

시행사업장	대기	환경목표기준치	2005년 측정치	2006년 측정치	2007년 측정치	2008년 측정치	2009년 측정치
중문관광단지 2단계지역	PM-10	60	22	25	41	47	40
	NO2	0.027	0.006	0.007	0.007	0.007	0.008
해남화원 관광단지	PM-10	100	34	63	43	28.2	24.9
	NO2	0.06	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01
내장산리조트 관광지	PM-10	100	해당무	해당무	43	42.9	41.9
	NO2	0.06			0.01	0.01	0.01

하천수질

* PM-10 : 지름이 10um 이하인 먼지

시행사업장	하천수질	환경목표기준치	2005년 측정치	2006년 측정치	2007년 측정치	2008년 측정치	2009년 측정치
중문관광단지 2단계지역	pH	6.5~8.5	7.2	7.4	7.3	7.1	7.1
	BOD	1.0 이하	0.6	0.6	1.0	0.7	0.8
	SS	25.0 이하	0.7	0.6	1.2	0.7	1.1
	대장균수	50 이하	음성	23	97	17	45
해남화원 관광단지	pH	6.5~8.5	6.9	7.2	7.5	8.2	7.3
	BOD	5.0 이하	1.2	2.2	0.6	2.2	2.6
	SS	25.0 이하	3.5	4.7	1.5	13.6	10.5
	DO	5.0 이상	8.6	9.1	8.7	9.2	11.4
	대장균수	5,000 이하	318	133	29	735.7	83.3
내장산리조트 관광지	pH	6.5~8.5	해당무	해당무	7.1	7.5	7.1
	BOD	3.0 이하			2.0	2.1	1.6
	COD	4.0 이하			2.6	1.3	1.2
	SS	100 이하			3.4	1.6	2.8
	T-N	1.5 초과			0.7	1.0	1.0
	T-P	0.15 초과			0.4	0.2	0.2
	대장균수	1000 이하			389	376	228

해양수질

시행사업장	해양수질	환경목표기준치	2005년 측정치	2006년 측정치	2007년 측정치	2008년 측정치	2009년 측정치
중문관광단지 2단계지역	pH	7.8~8.3	8.3	8.3	7.9	8.3	8.1
	COD	1.0 이하	1.0	1.1	1.2	0.9	0.9
	T-N	0.3 이하	0.1	0.1	0.2	0.2	0.1
	T-P	0.03 이하	0.00	0.01	0.04	0.02	0.02
	대장균수	1,000 이하	2	2	75	23	불검출
해남화원 관광단지	pH	6.5~8.5	7.9	8.0	7.7	8.2	7.8
	DO	5.0 이상	7.6	8.7	7.8	8.8	12.0
	COD	2.0 이하	2.7	1.5	1.6	1.4	2.0
	T-N	0.6 이하	0.4	0.4	1.3	1.3	0.51
	T-P	0.05 이하	0.05	0.02	0.08	0.04	0.04
	대장균수	1,000 이하	268	불검출	불검출	63.6	18.2

소음 및 진동

시행사업장	소음진동	환경목표기준치	2005년 측정치	2006년 측정치	2007년 측정치	2008년 측정치	2009년 측정치
중문관광단지 2단계지역	소음(주간/야간)	70이하 / 55이하	52 / 45	53 / 44	47 / 40	45.5 / 44	47.4 / 40
	진동(주간/야간)	65이하 / 60이하	30 / 30	30 / 30	16 / 15	24 / 22.4	15.8 / 15
해남화원 관광단지	소음(주간/야간)	70이하 / 55이하	46 / 42	42 / 38	44 / 40	44 / 38.8	44.8 / 38.1
	진동(주간/야간)	65이하 / 60이하	30 / 30	15 / 15	15 / 15	23.4 / 18.3	22.9 / 18.0
내장산리조트 관광지	소음(주간/야간)	70이하 / 55이하	해당무	해당무	44 / 38	44 / 37	48 / 42
	진동(주간/야간)	65이하 / 60이하	해당무	해당무	15 / 15	15 / 15	15 / 15

* 정읍 내장산 리조트 관광지의 경우, 사업을 시행한 2007년부터 측정값을 기록하였습니다.

제 3자 검증보고서

2009 한국관광공사 지속가능경영 보고서 독자 귀중

서문

한국능률협회인증원(KMAR)은 2009 한국관광공사 지속가능경영보고서(이하"보고서")의 검증을 요청 받았습니다. 본 보고서의 작성 책임은 한국관광공사 경영자에게 있으며, 본 한국능률협회인증원의 책임은 아래에 명시된 범위의 특정 정보에 대한 검증보고서를 발급하는데 있습니다.

검증의 독립성

한국능률협회인증원은 제3자 검증서비스를 제공하는 업무 이외에 한국관광공사의 사업활동에 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 맺지 않고 있으며 독립성을 유지하고 있습니다.

검증 범위

한국관광공사는 보고서에서 지속가능경영 활동에 대한 전략, 노력 및 성과에 대하여 기술하고 있습니다. 검증은 독자들에게 다음과 같은 사항을 제공하기 위해 설계되었습니다.

• 경제분야

수행업무 및 결론부문에서 정의된 바와 같이 재무 실적 데이터가 한국관광공사의 2009년 개별 재무제표에 대한 감사보고서 및 경영평가 보고서 상에서 적절히 추출되었는지 여부

• 환경분야

보고서의 다음 부문에 담겨있는 정보가 적정하게 기술되었는지 여부
– 에너지관리 및 기후변화 대응
– 친환경 관광지 개발

• 사회분야

보고서의 다음 부문에 담겨있는 정보가 적정하게 기술되었는지 여부
– 지속가능성 추진체계
– 윤리경영
– 이해관계자(외부고객, 협력업체 및 임직원)
– 사회공헌

'적정하게 기술되었다'는 것은 보고서의 내용이 실제 데이터 및 원천 정보를 적절하게 반영하여 일관성과 신뢰성을 갖고 작성되었다는 의미입니다.

검증기준

한국능률협회인증원의 검증기준은 Accountability의 "AA1000 Assurance Standard"에 근거하여 개발된 한국능률협회인증원의 검증기준에 따라 검증작업을 수행하였으며 International Auditing and Assurance Standards Board가 발행한 "International Standard on Assurance Engagements (ISAE 3000): Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information"를 보조기준으로 사용하였습니다.

검증절차 및 결론

한국능률협회인증원은 합의된 검증 범위의 보고서 내용 사실여부와 보고된 데이터 및 보고서 작성을 위한 내부 프로세스를 아래와 같이 검증하였습니다.

- 보고기간 중 한국관광공사의 활동 및 서비스에 대한 경제, 사회 및 환경 관련 미디어 조사
- 데이터를 산출하는데 사용된 시스템과 프로세스 검토
- 내부 문서 및 자료 등에 대한 검토
- 공시된 활동 및 실적 관련 담당자 인터뷰

본 검증인은 문서검토 및 부서방문, 인터뷰 등의 결과를 토대로 한국관광공사의 책임자와 보고서 수정에 대해 여러 차례 논의하였으며, 수정 및 개선권고 사항 반영을 확인하기 위해 보고서의 최종판을 검토하였습니다.

• 경제적 성과

한국관광공사의 2009년 재무제표를 기준으로 비교하였으며, 보고서에 기재된 재무실적 관련 데이터는 한국관광공사의 2009년 개별 재무제표로부터 적절히 도출되었습니다.

• 환경 및 사회적 성과

한국관광공사의 환경 및 사회적 성과와 관련하여 수록된 정보는 적절하게 기술되었으며, 중대한 오류는 발견되지 않았습니다.

개선을 위한 제언

본 검증인은 한국관광공사가 발간한 2009년 보고서가 이해관계자 커뮤니케이션의 수단으로 적극 활용되기를 기대하면서 지속적인 개선을 위해 다음과 같이 권고합니다.

- 녹색경영 비전 및 목표와 녹색관광추진전략의 연계성 강화
- 에너지사용량등의 환경지표의 증가에 대한 사유분석 및 제시
- 업무운영과 관련된 사회공헌 활동의 전개 강화

KMAR

K. H. Park

대표이사 **박 기 호**

독자 의견 설문지

한국관광공사는 이해관계자 여러분의 소중한 의견을 기다리고 있습니다.
아래 양식을 작성하여 우편 및 팩스로 보내주시면 향후 지속가능경영 활동을 수행하고,
보고서를 개선하는데 적극 반영하도록 하겠습니다.

주소 | 100-180 서울시 중구 청계천로 40 한국관광공사
담당부서 | 고객만족센터 **팩스** | 02-728-9701~2 **이메일** | 19950028@knto.or.kr

01 귀하는 다음 중 어느 그룹에 속하십니까?

☐ 고객 ☐ 임직원 ☐ 주주 ☐ 투자자 ☐ 협력업체
☐ 정부/공무원 ☐ 산업계 ☐ NGO 등 시민 · 사회단체 ☐ 학계
☐ 언론 및 미디어 ☐ 지역주민 및 자치단체 ☐ 지속경영 전문가 ☐ 기타

02 본 보고서가 한국관광공사의 지속가능경영 활동에 대한 이해에 도움을 주었습니까?

☐ 매우 도움됨 ☐ 도움됨 ☐ 보통 ☐ 도움안됨 ☐ 전혀 도움안됨

03 본 보고서에서 가장 관심 있는 내용은 무엇입니까? (중복체크 가능)

☐ 기업개요
☐ 경제성과
☐ 글로벌 네트워크를 통한 파트너십 구축
☐ 협력업체와의 상생문화 구축
☐ 임직원의 글로벌 핵심 인재화
☐ 지속가능한 미래를 위한 노력
☐ 통합적 혁신문화 내재화 · 창조를 통한 관광 블루오션 개척
☐ 관광객을 위한 헌신
☐ 지역사회와 함께하는 행복만들기
☐ 녹색 경영과 함께하는 관광한국
☐ 글로벌 윤리체계 구축
☐ 기타

04 본 보고서에서 가장 만족스러웠던 내용은 무엇입니까? (중복체크 가능)

☐ 기타기업개요
☐ 경제성과
☐ 글로벌 네트워크를 통한 파트너십 구축
☐ 협력업체와의 상생문화 구축
☐ 임직원의 글로벌 핵심 인재화
☐ 지속가능한 미래를 위한 노력
☐ 통합적 혁신문화 내재화 · 창조를 통한 관광 블루오션 개척
☐ 관광객을 위한 헌신
☐ 지역사회와 함께하는 행복만들기
☐ 녹색 경영과 함께하는 관광한국
☐ 글로벌 윤리체계 구축
☐ 기타

05 본 보고서에서 담고 있는 정보는 얼마나 유익했습니까?

	매우 유익함	유익함	보통	유익하지 않음	전혀 유익하지 않음
기업개요	☐	☐	☐	☐	☐
지속가능한 경영	☐	☐	☐	☐	☐
경제성과	☐	☐	☐	☐	☐
사회성과	☐	☐	☐	☐	☐
환경성과	☐	☐	☐	☐	☐

06 다음 항목에 대하여 평가해주십시오.

	매우 유익함	유익함	보통	유익하지 않음	전혀 유익하지 않음
보고서 내용이 이해하기 쉽다	□	□	□	□	□
짜임새 있게 구성되어 있다	□	□	□	□	□
중요 이수에 대해 충분하고 유익한 정보를 제공한다	□	□	□	□	□
원하는 정보를 찾기 쉽고, 읽기 편하게 디자인 되었다	□	□	□	□	□
보고서 내용은 믿을만하다	□	□	□	□	□

07 본 보고서에 대한 의견을 자유롭게 적어주십시오.

(소중한 의견 감사합니다)

Sustainable Tourism

2009 지속가능경영보고서

한국관광공사
KOREA TOURISM ORGANIZATION

100–180 서울특별시 중구 청계천로 40 (다동 10)
Tel 02-729-9628 Fax 02-728-9701
www.visitkorea.or.kr

Korea 2010-2012 VISIT KOREA YEAR

1330 24시간 관광통역 안내전화 1330!

당신의 여행친구!

신속하고 편안한
관광안내

무료통역
영어, 일어, 중국어

24시간 연중무휴

just call
1330
대한민국 관광안내전화

언제 어디서나 1330을 눌러주세요!
대한민국 구석구석 여행이 즐거워집니다.

일반전화 1330 / 휴대전화 02-1330
★1330은 부가정보이용료가 없는 공공서비스입니다.

한국관광공사