

보존과 공존,

관광의 창모니

한국관광공사 2013 지속가능경영보고서



ABOUT THIS REPORT

보고서 특징 및 의의

본 보고서는 한국관광공사의 주요 6대 이슈와 유엔글로벌콤팩트(UNGC)의 이행원칙을 중심으로 보고한 한국관광공사의 여섯 번째 지속가능경영보고서로 주요 이슈에 대한 공사의 노력과 성과를 담고 있습니다. 공사는 이해관계자와의 소통과 참여를 바탕으로 지속가능한 경영에 대한 성과를 매년 지속가능경영보고서를 통해 보고하고 있습니다.

보고서 작성 기준

공사의 지속가능경영보고서는 GRI(Global Reporting Initiative) G4의 프레임워크와 UNGC 4대 10원칙을 기준으로 작성되었습니다.

보고 기간, 범위 및 경계

본 보고서는 출자회사를 제외한 본사, 국내 및 해외지사, 지역협력지사 성과 중 가장 중요하다고 파악된 6대 주요 이슈와 인권, 노동, 환경, 반부패 성과를 담고 있습니다. 보고기간은 2013년 1월 1일부터 12월 31일까지이며 주요 성과에 대해서는 2014년 상반기의 성과가 일부 포함되었습니다.

보고서 추가정보

공사의 홈페이지를 통해 공사의 지속가능경영 성과에 대해 자세한 정보를 얻을 수 있으며 보고서의 PDF파일을 다운로드 받으실 수 있습니다.

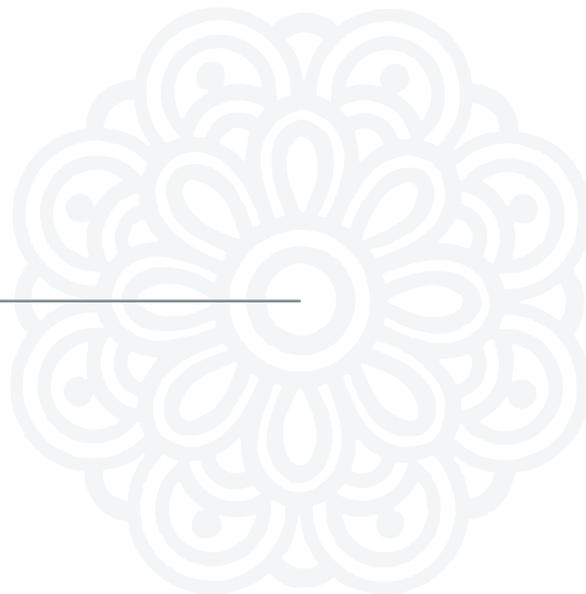
홈페이지 : www.visitkorea.or.kr

메일 : csteam@knto.or.kr

전화 : 02-729-9623

팩스 : 02-754-2077

담당부서 : 한국관광공사 CSR센터



CONTENTS

한국관광공사 2013 지속가능경영보고서

04 모두가 행복한 관광을 만들어 나가는 KTO의 이야기

- 06 CEO 메시지
 - 08 한국관광공사 소개
 - 10 한국관광공사의 지속가능경영
 - 12 이해관계자와 함께
 - 13 2013 주요이슈 도출
-

14 지속가능한 관광산업 생태계 조성을 위한 KTO의 노력

- 16 Issues 1 **창조관광**
 - 18 Issues 2 **한국관광에 대한 인지도 제고**
 - 21 Issues 3 **관광생태계 내 협력체계 강화**
 - 24 Issues 4 **가족친화적인 조직문화**
 - 26 Issues 5 **자율책임경영**
 - 29 Issues 6 **공정한 인사 및 교육제도**
-

31 사회적 책임 이행을 통한 KTO의 약속

- 34  인권
 - 36  노동규칙
 - 39  환경
 - 42  반부패
-

43 부록

- 44 지속가능경영 핵심성과지표(KPI)
 - 45 2013년 재무실적
 - 46 수상실적 및 지속가능경영 네트워크
-

한국관광공사 소개

한국관광공사는 방방곡곡 어디에서나 즐거운 여행이 시작되고, 여행을 통한 국민행복이 실현될 수 있는 대한민국을 만드는데 앞장서겠습니다.

모두가 행복한

KTO



꿈과
사람들이
의 이야기



CEO 메시지



‘모두가 행복한 관광을 만들어 나가는 국민 기업’의 비전을 바탕으로 지속가능경영을 실천하여 세계 관광 선진국의 중심으로 한발 더 나아가겠습니다.



존경하는 이해관계자 여러분,

한국관광공사의 지속가능한 성장을 위한 노력에 관심과 성원을 보여주셔서 감사드립니다. 공사는 '모두가 행복한 관광을 만들어 나가는 국민 기업'의 비전을 바탕으로 이해관계자와 함께 상호 신뢰를 구축하며 성장하기 위하여 노력하고 있습니다.

공사는 관광을 성장동력으로 이끌고 국가경제 발전과 국민의 삶의 질 향상에 기여하고자 설립되어, 관광산업의 존재 자체가 미미했던 60년대를 거쳐 연간 외래 관광객 1천만 명을 넘게 된 오늘날에 이르기까지 대한민국 관광산업의 역사와 함께 성장해왔습니다.

지난해 공사는 1,217만 명의 역대 최대의 외래관광객을 유치하였으며, 특히 방한 중국관광객은 전년대비 52.5%의 증가율을 보이며 중국시장이 한국 인바운드 제1시장으로 급부상하였습니다. 창조관광 벤처기업 육성을 통해 관광산업의 경쟁력을 강화하고자 하였으며, 37건의 대형 MICE를 유치하여 MICE산업의 성장을 견인하였습니다. 또한 국제회의산업 육성을 위해 지속적으로 노력한 결과, 국제회의 개최 글로벌 Top 5에 선정되는 성과를 거두며 한국관광에 대한 인지도를 향상시켰습니다.

또한 공사의 상생협력모델인 '관광화수분(化手分)'을 연계한 상생협력 모델을 수립하고 협력체계를 강화하여 공정한 관광생태계를 조성하고, 사회적 형평을 증진한 열린 고용, 상생의 노사문화, 가족친화경영 등의 활동을 실천하며 내외부 이해관계자의 만족도를 향상시키기 위하여 노력하였습니다. 그리고 환경영향을 최소화하는 기존의 '친환경관광'에 기후변화에 적극적으로 대응하는 '저탄소 녹색성장'의 의미가 더해진 '녹색관광'의 활성화를 위하여 친환경 레저관광 5대 테마를 선정하고 기존 관광자원의 활용도를 제고하여 국민의 여가문화 트렌드를 선도하고자 하였습니다.

공사는 지속가능경영을 실천하기 위한 노력과 주요 성과를 이해관계자들과 공유하고 소통하고자 2014년 9월, 여섯 번째 지속가능경영보고서를 발간하였으며, 유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact) 회원사로서 10대 원칙을 지지하고 준수하고 있습니다.

앞으로도 공사는 관광산업의 질적 성장을 도모하기 위하여 고품질의 관광상품을 개발하는 것은 물론 관광대국에 부합하는 관광인프라를 확충하여 세계 관광 선진국의 중심으로 한발 더 나아가고자 합니다.

모두가 행복한 관광을 만들어 나가는 국민 기업으로서 최선의 노력을 다하는 한국관광공사에 이해관계자 여러분의 변함없는 관심과 성원을 부탁드립니다.

감사합니다.

2014년 9월

한국관광공사 사장 변추석



한국관광공사 소개

공사 개요

한국관광공사(이하 공사)는 국제관광공사법에 의거하여 1962년 6월 26일 창립된 공기업으로서 국가관광산업 육성 및 발전을 통해 국민복지 증진과 국가경제 발전에 이바지하기 위하여 설립되었습니다. 이러한 설립목적에 맞게 고객의 행복을 구현하는 새로운 가치체계를 수립하고 있으며 현안 뿐만 아니라 미래대응을 통한 지속가능한 성장을 통해 이해관계자 가치 중심의 소통을 강화하고 있습니다.

(2013년 12월 31일 기준)

기업명	 한국관광공사	매출액	 3,421 억 원
설립일	 1962년 6월 26일	총자산	 1조 3,385 억 원
사장	 변추석	부채	 3,839 억 원
주요사업	 국가관광산업 육성 및 발전	자본	 9,546 억 원
임직원수	 637명	본사소재지	 서울 중구 청계천로 40

주요사업소개

공사의 사업은 관광산업과 관련된 국내외 홍보 및 마케팅, 관광경쟁력 강화 사업, MICE 진흥 사업 등의 주요 사업에 집중하는 동시에 관광 홍보, 컨설팅, 교육 및 투자 사업을 수행하고 있습니다. 해외에는 한국관광을 홍보하고 국내 및 지방 관광의 활성화를 위한 노력을 꾸준히 하는 등 한국관광산업의 미래와 국가의 지속가능한 성장을 위해 노력하고 있습니다.

주요사업



외래관광객 유치 증대 사업

- 관광마케팅 역량 제고
- 효과적인 한국관광 홍보
- 한국관광상품 경쟁력 강화 (FIT 맞춤 관광마케팅, 의료관광 등)



국내관광 활성화 사업

- 국내여행 수요 촉진
- 지역관광 활성화
- 여가문화 및 관광여건 개선



관광경쟁력 강화사업

- 선진형 관광환경 조성
- 관광자원 발굴 및 활성화
- 숙박·쇼핑·음식 3대 관광 인프라 개선



MICE 진흥사업

- 글로벌 마케팅 강화
- MICE 개최 지원 서비스
- 건강한 MICE 산업 생태계 조성

조직현황

2014년 1월 현재 공사는 4개 본부, 21개 실·부로·단·센터로 구성되어 있으며, 9개 국내지사와 일본, 중국, 미주, 구주, 아시아중동지역 등 5개지역에 30개 해외지사를 두고 있습니다.



기타사업



관광홍보지원

관광관련 비영리 목적의 게시물 게재



관광컨설팅 지원

KTO 통합형 컨설팅



관광교육사업

관광아카데미(관광전문인력 양성)



관광투자지원

관광투자 관련 정보제공, 투자유치 컨설팅

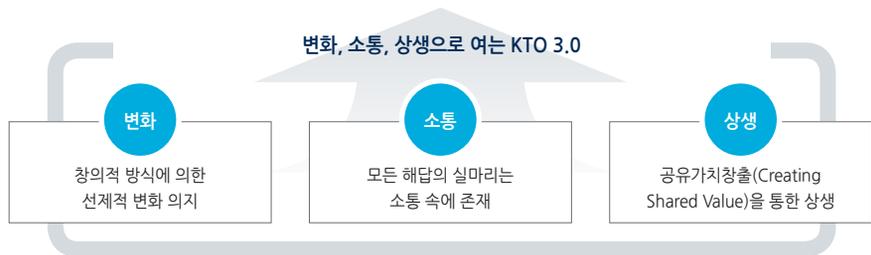


한국관광공사의 지속가능경영

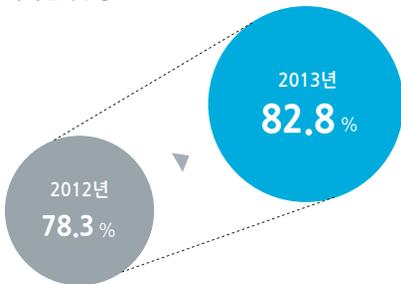
비전 및 핵심가치

경영이념 및 방침

공사는 변화, 소통, 상생으로 여는 KTO 3.0을 경영이념으로 삼아 국민이 행복한 관광 활성화의 밑거름, 외래 관광객 2,000만명 유치를 위한 징검다리, 관광산업 선순환 생태계 조성의 첨병이라는 CEO 중점 추진방향을 설정하였습니다.



가치전략수용도



비전 2020 및 핵심가치

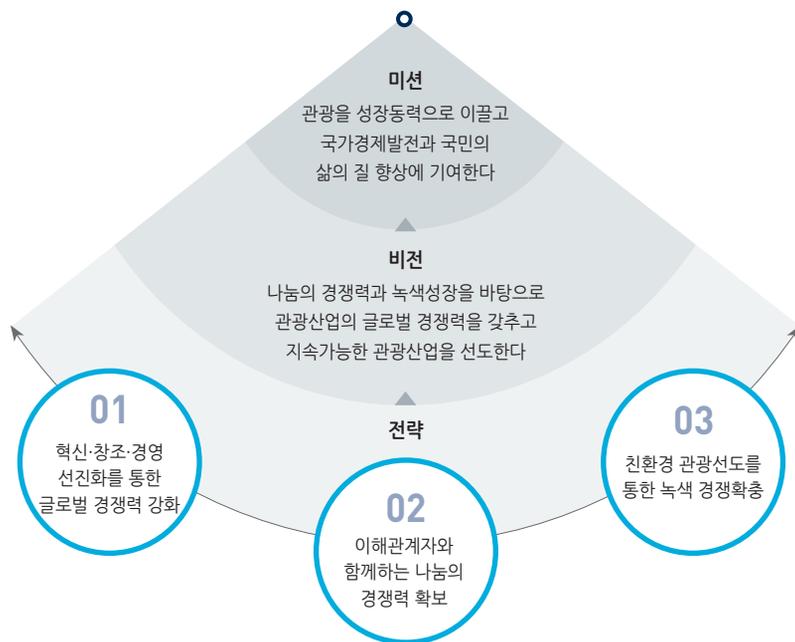
공사는 관광을 성장동력으로 이끌고 국가경제 발전과 국민의 삶의 질 향상에 기여한다는 미션 하에 2013년, 수요자 관점에서 국가경제 발전과 국민복지 증진의 균형을 추구한다는 지향점을 가진 '모두가 행복한 관광을 만들어 나가는 국민 기업'이라는 비전으로 재설정하였습니다. 재설정된 비전은 관광산업 이해관계자들과의 소통을 통해 공사의 시대적 소명을 재검립하려는 새로운 시각으로 시대 흐름에 따라 공사에 기대하는 역할을 강조하면서 궁극적으로 국민행복을 지향하는 균형적인 역할을 하고자 하는 의지를 반영하였습니다. 또한 2018년 비전 목표를 국민 지역관광 방문객 수 230백만명, 관광산업 고용인력 30만명, 외래관광객 수 1,700만명, 국민평가 최우수 공기업이라는 계량 목표를 설정하였습니다.

미션	관광을 성장동력으로 이끌고 국가경제 발전과 국민의 삶의 질 향상에 기여한다			
비전	모두가 행복한 관광을 만들어 나가는 국민기업			
2018 비전 목표	국민 지역관광 방문객 수 230만명	관광산업 고용인력 30만명	외래관광객 수 1,700만명	국민평가 최우수 공기업
핵심 가치	 고객성심	 창의성	 전문성	 신뢰성
4대 전략 방향	관광을 통한 국민행복 실현	창조적 관광산업 생태계 구축	고부가 마케팅을 통한 한국관광 품격제고	지속가능경영 체계 고도화
15개 전략 과제	<ol style="list-style-type: none"> 1. 국민 국내여행 참여 확대 2. 지방관광 활성화 촉진 3. 국민 국외여행 공적 서비스 기반 구축 및 확대 4. 한반도 관광 기반구축 및 활성화 	<ol style="list-style-type: none"> 5. 관광산업 지원 체계 강화 6. 관광인프라 개선 및 서비스 확대 7. ICT기반 스마트 관광 환경 구축 8. 미래핵심 관광전문 인력 양성 및 취업 지원 기능 강화 	<ol style="list-style-type: none"> 9. 고부가/융복합 마케팅 역량 강화 10. FIT중심 관광마케팅 강화 11. 한국관광브랜드 강화를 통한 방한 수요 극대화 12. 관광마케팅 조사연구 강화 	<ol style="list-style-type: none"> 13. 일하는 방식개선을 통한 창조경영체계 구축 14. 합리적 재무관리 및 재무안정성 확보 15. 사회적 책임강화 및 고객지향형 기업문화 조성

지속가능경영 추진체계

지속가능경영 전략 및 과제

공사는 새로운 비전을 바탕으로 지속가능경영 비전을 '나눔의 경쟁력과 녹색성장을 바탕으로 관광산업의 글로벌 경쟁력을 갖추고 지속가능한 관광산업을 선도한다'로 정하고 3대 전략을 수립 하였습니다. 이를 바탕으로 지속가능경영 활동 및 성과를 창출하고 있으며 앞으로도 관광산업 에서 글로벌 리더로서 앞장서겠습니다.



KTO SI(Sustainability Index)

공사는 공기업 최초로 KTO SI(Sustainability Index:지속가능경영 성과관리시스템)을 개발하여 윤리경영 실천 및 임직원의 사회공헌활동, CS·청렴천사마일리지 등 각종 실적을 지수로 산출하는 자가점검 프로그램을 운영하고 있습니다. 점검결과는 KEDEX(KTO Ethics Index:한국관광공사 윤리지수) 시스템으로 산출되어 내부적으로 공유하고 있습니다.

이사회 운영

공사의 주요 주주는 기획재정부, 한국정책금융공사, 한국철도공사, 금융감독원, 코리안리재보험(주)으로 구성되어 있습니다. 건전한 지배구조를 위해 이사회를 적극적으로 운영하고 있습니다. 2013년 이사회는 총 11회 개최되었습니다.

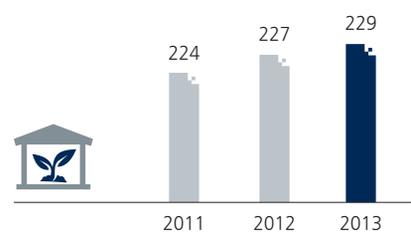
전문성과 경험이 풍부한 전문가로 구성된 비상임이사를 적극적으로 활동할 수 있도록 하며 2013년에는 경영 제언에 대한 사업 반영 여부를 사업 단계부터 이사회에 보고하는 등 전문성 활용을 제고하였습니다. 또한 상임감사의 이사회 참석을 정례화하여 방만경영을 사전에 예방하고자 하였습니다.

주요과제

지속가능성 • 글로벌 관광 경쟁력 제고 • 산업계 리더십 발휘 • 윤리·투명경영 • 상생협력(공정한 거래)	경제/혁신/창조 • 재무건정성 • 관광산업 신성장 동력화 • 시스템 경영 • 신성장 개척
파트너 • 지자체지원 및 협력 • 관광업계지원 및 협력 • 정부정책 이행	관광객 • 고객중심 경영 • 관광제도서비스 품질 향상
지역사회 • 구석구석 나눔활동 • 사회공헌	임직원 • 글로벌인재 육성 • 일과 삶의 균형
환경 • 녹색경영체계 구축 • 친환경 관광상품 개발 및 관리	

공사 윤리지수(KEDEX)

(단위: 점)



이사회 운영 실적

구분	2011	2012	2013
이사회 개최횟수(건)	14	13	11
의결안건(건)	15	15	13
사전심의율(%)	85.7	76.9	72.7
보고안건(건)	27	26	27
이사회 참석률(%)	88.98	87.07	80.95
비상임이사 참석률(%)	89.29	82.81	75.61

이해관계자와 함께

공사의 이해관계자

한국관광공사는 지속가능한 공기업이 되기 위해 이해관계자 중심의 경영철학을 반영하여 공유 및 소통체계를 설계하여 운영하고 있습니다. 대내외 이해관계자를 가치사슬 중심으로 명확히 정의하고 있으며 이해관계자 별 주요 기대사항과 핵심내용을 바탕으로 4대 공유전략 수립을 위한 토대를 마련하였습니다. 또한 이해관계자 특성에 맞는 소통전략을 수립하여 전담 조직을 지정하고 모니터링을 통해 경영활동을 지속적으로 개선하고 있습니다.

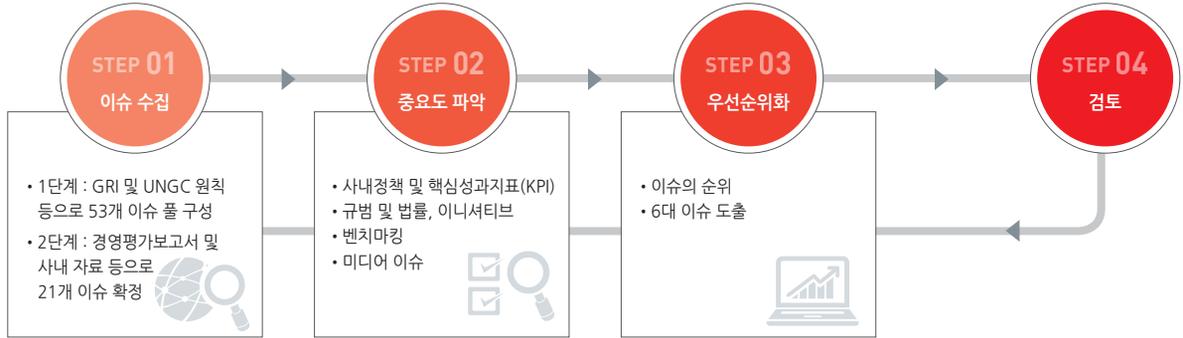
서비스 가치사슬	고객가치창출	고객가치증대	고객가치전달	고객가치향유
분류별 이해관계자	내부고객	정책파트너	전달파트너	최종고객
	<ul style="list-style-type: none"> • 임직원 가족 · 노동조합 	<ul style="list-style-type: none"> • 정부 • 학계 • 언론매체 	<ul style="list-style-type: none"> • 지자체 • 협회 • RTO • 업계 	<ul style="list-style-type: none"> • 외래관광객 • 내국인관광객
주요업무	<ul style="list-style-type: none"> • 관광서비스 기회 • 제안 및 전략 수립 	<ul style="list-style-type: none"> • 관광산업 정책수립 • 제도개선 • 관광산업 R&D • 인력개발 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 고객접점 마케팅활동 • 관광자원개발 • 수용태세 정비 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 관광서비스 향유
주요 기대사항	<ul style="list-style-type: none"> • KTO 구성원으로서의 자긍심 • 고용안정, 복지향상 	<ul style="list-style-type: none"> • 정책과제의 반영 및 전문적, 창의적 수행 • 관광생태계의 선순환 발전 • 양질의 관광실무인력 양성 	<ul style="list-style-type: none"> • 관광자원개발 및 마케팅 지원 • KTO의 전문적인 마케팅 지원 • 글로벌 관광이슈 공동대응 	<ul style="list-style-type: none"> • 양질의 관광서비스 향유 • 지역균형 발전
주요 소통전략 및 성과(제도)	<ul style="list-style-type: none"> • 가치체계, 전략 수립과정 직원 참여 확대 • KTO-IEP 모델* 개발 • 대내외 위기 공동대응을 위한 노사공동 협의체 운영 	<ul style="list-style-type: none"> • 창조경제, 국민행복의 주요수단으로 관광산업 인식 유도 • 관광관련 정책사업 발굴 및 협업사업 제안 • 창조관광 및 국민행복 실현 방안 연구 협업 • 관광실무 지식 공유 프로그램 운영 	<ul style="list-style-type: none"> • 양방향 소통형 사업설명회 • 관광 화수분 협업체계 구축 • 글로벌 Win-Win 관점 협력 제안 	<ul style="list-style-type: none"> • 양방향 소통채널 적극 활용 수용 밀착형 정보 전달 • 소외계층 여행 기회 확대 • 근로자 여행 촉진사업 추진 • KTO 이전 예정지역(원주) 사회와의 연대강화 • 관광활용 농촌지역 활성화 사업 전개
성과측정	<ul style="list-style-type: none"> • 가치, 전략 수용도 • 소통활성화지수 • 내부협업건수 • 고객만족도(ICS) 	<ul style="list-style-type: none"> • 정책, 제도 개선 	<ul style="list-style-type: none"> • 고객만족도(PCSI/CSI) • 협업, 공동사업실적 	<ul style="list-style-type: none"> • (국내) 국민체감도 • (해외) 관광마케팅 영향력

*KTO-IEP 모델 : 내부고객만족(Internal Customer Satisfaction)을 기반으로 외부고객만족(External Customer Satisfaction)을 수행하여 기업의 성과(Performance)를 향상시키는 '고객지향형 기업문화' 전략 모델

2013 주요이슈 도출

중요성평가 프로세스

공사는 GRI 가이드라인에서 제시하는 중요 이슈 프로세스에 따라 1단계 이슈 수집, 2단계 중요도 파악, 3단계 우선순위화 프로세스를 거쳐 6대 중요 이슈를 도출하였고 4단계 검토 단계에서 보고서 내용과 평가에 대한 확인과 보고 작업을 진행하였습니다.



6대 중요이슈 도출

4단계 중요성평가 결과를 바탕으로 내부영향력과 외부영향력의 결과를 종합하여 우선순위를 파악하였습니다. 또한 그 중 기준점(Threshold)[●]으로 설정한 (7, 7)의 상위에 위치한 ‘창조관광’, ‘한국관광에 대한 인지도 제고’, ‘관광생태계 내 협력체계 강화’, ‘가족친화적인 조직문화’, ‘자율책임경영’, ‘공정한 인사 및 교육제도’의 6대 이슈를 도출하여 그 성과를 보고서에 담았습니다. 공사의 6번째 지속가능경영보고서인 만큼 6대 이슈가 포함되는 기준점을 정하고 그 영역에 포함되는 이슈를 선정하였습니다.

- 1 지속가능경영 추진체계 및 인식 확산
- 2 이해관계자 커뮤니케이션
- 3 경영자 리더십
- 4 리스크관리
- 5 지배구조
- 6 자율·책임경영(윤리경영)
- 7 재무구조 건전성
- 8 조직 및 성과를 통한 경영효율화
- 9 관광생태계 내 협력체계 강화
- 10 창조관광
- 11 한국관광에 관한 인지도 제고
- 12 공정한 인사 및 교육제도
- 13 가족친화적인 조직문화
- 14 상생의 노사문화
- 15 인권 및 다양성 존중
- 16 공정한 협력관계 확립 및 상생협력
- 17 지역사회 발전
- 18 사회공헌 추진체계 및 성과
- 19 기후변화대응
- 20 환경영향 최소화
- 21 친환경 기술(녹색관광상품) 개발



● GRI G4 가이드라인은 중대성 평가 결과를 바탕으로 기업의 지속경영 영향(Significance of Economic, Environmental and Social Impacts)과 이해관계자 영향력(Influence on Stakeholder Assessment and Decisions)에 대한 기준점을 지정하고, 기준점보다 상위에 위치하는 이슈를 중대이슈로 보고하도록 함

2013 주요 6대 이슈

한국관광공사의 여섯 번째 보고서는
2013년 공사의 주요 6대 이슈를 도출하고
그 이슈에 대한 성과를 공시하고 있습니다.

지속가능한 조성을

DMA (Disclosures on Management Approach)

Issues 1

창조관광

관광산업에 창의적이고 혁신적인 아이디어를 더해 새로운 가치와 시너지를 창출하는 관광벤처기업을 육성하고자 하며 타 산업과 융복합을 통한 관광산업의 범위를 확대하고 이를 통해 일자리 창출 등의 새로운 부가가치를 창출하고자 합니다.

Issues 2

한국관광에 대한 인지도 제고

공사는 한국방문 외래객 증대를 위해 다방면으로 한국관광에 대한 인지도 제고에 노력하고 있습니다. 관광상품 경쟁력을 강화하기 위한 노력과 고부가가치 국제회의 개최 등에 주력하고 마케팅을 통한 규모 증대 뿐만 아니라 안전한 관광이 될 수 있도록 내실을 기하고 있습니다.

Issues 3

관광생태계 내 협력체계 강화

관광콘텐츠를 통합적이고 집약적으로 제공하고 정부간 대외협력과 사내협업 분위기를 조성하여 관광전문기관으로서 국민관광 관련 캠페인을 주도적으로 진행하고 있습니다. 또한 협업지표를 도입하여 관리하고 있으며 유관기관, 중소기업, 지역(지방관광, 의료관광, 지자체)과의 협력체계를 강화하여 관광산업을 더욱 활성화시키고자 합니다.

Management Principle

Issues & Performance



창조관광 벤처기업 육성건수

2012년 ▶ 2013년
51개 **72**개



한국관광인지도 (단위: %)

2012년 ▶ 2013년
50.8 **53.2**



캠페인 지역 방문객 수 (단위: 명)

2012년 ▶ 2013년
533,531 **698,405**



정규직 일자리 창출 (단위: 명)

2012년 ▶ 2013년
494 **856**



외래관광객 수 (단위: 천명)

2012년 ▶ 2013년
11,140 **12,175**



중소기업역량강화 지원 (단위: 건)

2012년 ▶ 2013년
530 **844**

관광산업 생태계

위한

KTO의 노력

Issues 4

가족친화적인 조직문화

공사는 노사관계 차원에서 일과 가정 양립에 대한 중요성을 인식하여 내부 직원의 근로 만족도 향상을 도모하고 있습니다. 또한 공감경영활동을 통해 현장형 소통 활성화를 강조하여 가족친화적인 조직문화를 만들기 위해 노력하고 있습니다.



가족친화지수 (단위: 점)

2013년
83 *2013년도 신설지표

Issues 5

자율책임경영

공사는 투명하고 체계적인 운영을 위해 상호 견제 및 보완이 가능한 전담조직을 운영하고 있습니다. 관광정보에 대한 개방, 공유, 소통, 협력 추진체계를 구축하고 클린 KTO를 실현하기 위한 전반적인 체계를 마련하여 운영하고 있습니다.



간부직원 청렴도 평가 (단위: 점)

2012년 ▶ 2013년
9.68 **9.74**

Issues 6

공정한 인사 및 교육제도

공사의 인사관리비전과 인재상을 설정하여 인재개발과 연계한 체계를 구축하여 운영하고 있습니다. 니즈를 발굴하여 추진전략을 수립하고 그에 맞는 교육을 통해 인력개발에 집중하고 있습니다. 또한 공공기관 최고 수준의 여직원 및 여성간부를 보유하고 있는 만큼 양성평등적인 인사관리에도 힘쓰고 있습니다.



인사제도 인지도 (단위: 점)

2012년 ▶ 2013년
3.46 **3.56**



조직만족도 (단위: 점)

2012년 ▶ 2013년
3.02 **3.16**



공사 윤리지수(KEDEX) (단위: 점)

2011년 ▶ 2013년
227 **229**



교육만족도 (단위: 점)

2012년 ▶ 2013년
3.92 **3.94**

Issues 1

창조관광



창조관광 로드맵 수립

관광산업에 창의적이고 혁신적인 아이디어를 더해 새로운 가치와 시너지를 창출하는 관광벤처 기업을 육성하는 개념의 ‘창조관광사업’을 시행하고 있습니다. 공사는 창조관광에 대한 개념을 정립하고 창조관광 생태계 조성을 위한 로드맵을 수립하였고 법·제도 개선 및 금융지원 기반 등의 인프라 조성과 온라인 창업 플랫폼 ‘창조관광공간’을 구축하여 23개 기관과의 협업네트워크를 구축하여 창조관광 기업의 성장을 단계별로 지원하고 있습니다.

창조관광 로드맵

비전	창조관광 생태계 조성으로 관광산업 경쟁력 강화		
3대전략	법, 금융 등 제도적 기반 조성	창업 인프라 개선	수요자 맞춤형 성장단계별 지원체계 구축
7대 육성과제	<ul style="list-style-type: none"> 창조관광 제도적 기반 확보 법·제도 개선 및 규제 완화를 통한 지원 시스템 개선 	<ul style="list-style-type: none"> 창업 활성화 관련 R&D 창업지원 실시간 온라인 플랫폼 구축 	<ul style="list-style-type: none"> 사업화 지원 효율성 제고 사업체 역량강화 지원 확대 민관 창조관광 협업 활성화
추진 로드맵	역량 확보기(~12년) <ul style="list-style-type: none"> 창조관광 R&D, Think Tank 핵심역량 확보 	성장 견인기(13년~15년) <ul style="list-style-type: none"> 정책사업화를 통한 창조관광기업 육성 및 성장견인 창조관광 생태계 조성 	위상 확립기(16년~) <ul style="list-style-type: none"> 창조관광 생태계 활성화 전담조직 위상 확립 스타기업 사례 전파 및 확산

창조관광을 통한 일자리 창출

창조관광사업은 창조관광 공모전(대한민국 창조관광 사업 및 아이디어 공모전)을 실시하여 아이디어의 창업 연계, 신규창업 지원, 기존사업자의 콘텐츠 사업화 등을 통해 78개의 창조관광사업 발굴 및 72개 업체 지원을 통해 일자리를 창출하였습니다. 또한 Tour API 2.0^o 개발로 2명의 자문인력을 배출하고 스마트투어가이드(정보통신과 관광콘텐츠 융복합)를 개발하여 17명, 한옥스테이^o, 코리아스테이^o 등의 우수 대안 숙박시설 인증제도 시행 및 지원을 통해 373명의

신규 일자리를 창출하였습니다. 베니키아⁴, 굿스테이⁵ 등 숙박업계의 신축 지원을 통한 숙박 산업 종사의 일자리를 창출하고 문화관광해설사, VIP가이드, 음식관광전문해설사, 의료관광전문 인력 등 관광산업현장의 수요에 부응하는 실무형 인재양성 지원에 노력하고 있습니다. 해외관광 및 글로벌 MICE 분야 인턴십 프로그램으로 청년층의 노동시장 진입을 지원하였고 중소기업유통센터와의 협력을 통해 면세점의 '중소기업제품 전용관'과 오시아노 관광단지 캠핑장, 중문단지 예술 공연장 등과의 협력으로 시설을 효율적으로 운영함으로써 신규 일자리를 창출하였습니다.

창조관광 태스크포스(TF) 구성

공사는 공기업으로서 국정부의 정책과제를 반영하고 지속가능경영 기반을 마련하기 위해 창조관광 TF를 구성하였습니다. 전 부서를 망라하여 팀장 2명과 팀원 13명으로 구성된 전담요원 15명을 구성하고 이외에 운영위원회 및 자문그룹을 구성하였습니다. 전담요원은 창의적 아이디어 발산을 위해 수평적이고 실무적인 구조로 구성하고 국민관광활성화, 해외관광 시장개척, 관광산업 지원, 경영 지원의 핵심과제별 전략 수립, 신규사업 도출, 조직 개편안 등을 마련하였습니다.

전방위적 재무구조 개선

공사는 지속가능경영 기반 확보를 위해 사업·조직·재원마련 방안 등 전 분야에 대한 근본적인 진단과 해결방안을 모색하고자 하였습니다. 장기적으로 재무 상황의 악화나 지속적인 자산의 감소 및 부채상환 능력이 저하될 것을 방지하기 위해 신규 수익원을 발굴하고 중장기 재원을 확보하기 위한 방안을 마련이 필요했고 정책사업본부장을 단장으로 운영위원회와 자문그룹으로 구성된 창조관광 TF를 구성하여 기존사업의 효율성을 제고하고 신규 수익원을 확보하기 위한 세부 전략과제를 도출하였습니다.

중장기 재원확보 방안 마련

목표	연간 300억 이상 추가 순이익 창출	
세부 전략과제	기존사업의 효율성 제고	신규 수익원 확보
	<ul style="list-style-type: none"> • 기존사업의 효율성 제고 • 서울사옥 활용 재원확보 • GKL 배당정책 탄력운용 • 자체예산사업의 기금전환 • 해외마케팅 유료화 • 개발사업 가치제고 	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 여행마켓 • 'CAFE FIT' 프랜차이즈 • 소형항공운송사업 진출 • 제주 복합리조트 • 한류관광 MICE 복합단지 • 입국장 면세점

창조관광 벤처기업 성과

지표	성과
창조관광기업 발굴 수	78개 발굴 (72개 업체 창업 성공)
신규 일자리 창출	150명
창조관광기업인 홍보지원 만족도	4.6점
창조관광 인지도	52.7%

일자리 창출 현황

분야	성과
창조관광	창조관광사업 251
일자리창출	대안숙박시설 373
민간부문 파트너십	관광업계 파트너 170
	학계 및 기관 협력 177
	유관기관 협력 70
아웃소싱	대형 국제행사 416
	관광안내 시스템 등 199

• 위치기반을 포함한 다양한 관광관련 어플리케이션 제작을 위한 정보를 실시간에 제공받을 수 있는 한국관광공사의 국내 유일 다국어 관광정보 Open API입니다. (Open API(Application Programming Interface):인터넷 사용자가 일반적으로 웹 검색 결과 및 사용자인터페이스 등을 제공받는데 그치지 않고 직접 응용 프로그램과 서비스를 개발할 수 있도록 공개된 운영 체제)

• 한옥체험업 지정 업소를 대상으로 체험 프로그램 등을 심사 후 우수업체를 선정, 인증

• 한국형 B&B(Bed&Breakfast)로 가정형과 게스트하우스형으로 나뉘며 서비스 표준 및 인증심사위원회의 승인을 거쳐 선정, 인증

• 공사가 관리하는 한국형 비즈니스 호텔 체인 브랜드, 'Best Night in Korea'의 준말로 2013년 12월 말 기준 전국 65개 호텔이 가입됨

• 공사인증 우수 중저가 숙박브랜드로 주로 여관, 모텔 등 중저가 숙박 시설 해당, 2013년 말 기준 19개 업소 신규창업



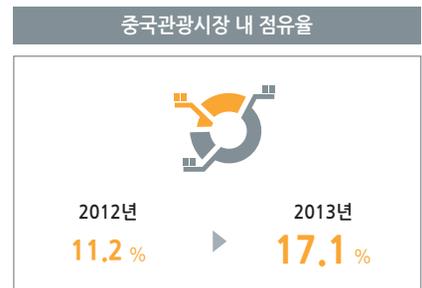
한국관광에 대한 인지도 제고



한국 인바운드 제1시장, 중국!

2013년 세계 경제 침체로 전반적인 외래객 유입 시장 뿐만 아니라 방한 제1시장이었던 일본 시장이 엔저, 한일관계 악화 등으로 급격한 위축이 예상됨에 따라 중국 시장 공략의 중요성을 공유, 확산하였습니다.

2020년 중국 1,000만명 유치 비전과 중장기 전략을 수립하여 중국의 지속적인 경제성장으로 해외여행이 가능한 소비자 규모가 커짐에 따라 중국시장 선점을 위한 역량을 확보하였습니다. 또한 고품격 고부가 SIT(Special Interest Travel, 특정한 목적여행 및 테마여행) 관광상품을 개발하고 중국인 유학생 SNS 기반의 대한민국 구석구석 전파, FIT 맞춤 안내서 발간, 현지 소비자 행사 등의 발로 뛰는 온-오프라인 홍보전략을 추진하였습니다.



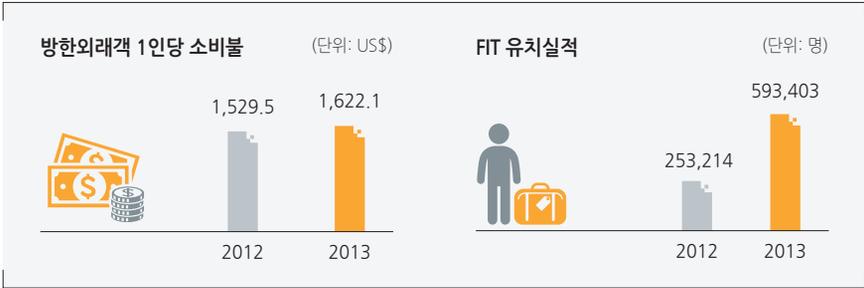
한국관광상품의 경쟁력 강화 노력

FIT(Foreign Independent Travel, 외국인 개별관광객) 맞춤 상품 강화

단체 관광객에 비해 1인당 소비 지출액이 많은 FIT의 증가에 따라 일본, 중화권, 아시아중동지역, 구미대양주지역으로 분류하여 시장별 맞춤형 관광 콘텐츠 및 상품을 개발하고 있습니다. 이러한 FIT 만족도는 단체 관광객 만족도를 상회하며 재방문으로 이어지고 있기 때문에 재방문객들의 신규관광명소 및 다양한 체험 활동에 대한 니즈를 충족시키기 위해 노력하고 있습니다.

FIT
외국인
개별관광객

- 5대 고부가 전략소재 : 크루즈관광, 공연관광, 동계스포츠, 의료관광, 산업관광
- PSY's Wiki Korea 핵심 5대 체험 테마 : 홍대클럽, 신당동떡볶이타운, 강남 삼겹살거리, 용인민속촌, 명동화장품 거리

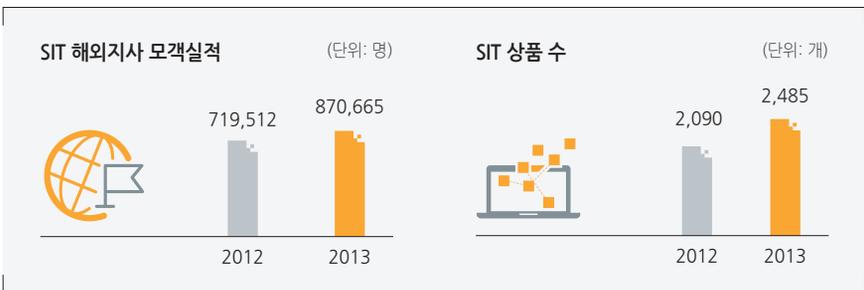


고부가 전략상품 및 SIT 관광마케팅 강화

특별관심 관광(특수목적 관광 SIT, Special Interest Travel)은 정부관광 및 레저산업 육성을 위한 것으로 시장별 니즈에 맞는 SIT 상품 개발과 관광 마케팅을 강화한 결과 해외지사 모객 실적이 증가하였습니다.

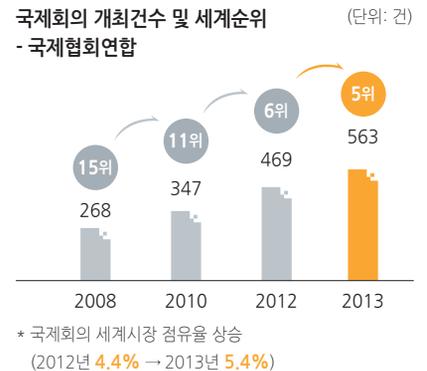
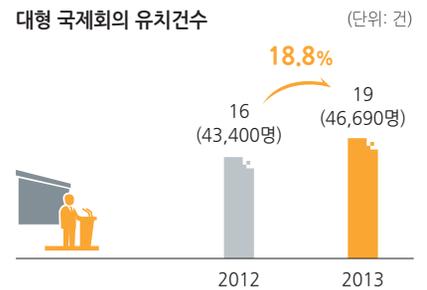
SIT
특수목적
관광

- 6대 소재 : MICE, 의료, 한류, 크루즈, 역사·전통문화체험, 레저·스포츠
- 핵심 3대 고부가 전략 상품 : 의료관광, 크루즈관광, 동계스포츠



국제회의 개최 Global Top 5 최초 진입

고부가가치 국제회의산업을 육성하여 외래객 유치를 증대시키고 관광수입을 극대화하기 위해 지속적으로 노력하였고 경쟁국과 비교하여 차별화된 국제회의를 유치하고 개최마케팅을 통해 세계시장에서의 점유율을 높이고자 하는 활동이 꾸준히 진행되어 왔습니다. 데이터마케팅을 통해 체계적으로 유치 수요를 발굴하고 다각적인 해외시장을 개척하기 위한 노력은 2012년 45건 (54,000명)에서 2013년 51건 (59,357명)을 직접 유치하였습니다. 또한 경쟁국 대비 차별화된 국제회의의 개최를 통해 참가자들의 만족도가 2012년 4.12점에서 2013년 4.16점으로 상승하였고, 지역 균형발전을 위한 국제회의의 지방개최 건수는 2012년 237건에서 2013년 310건으로 상승하였습니다. 이같은 노력의 결과로 한국의 국제회의 개최건수 및 세계 순위는 지속적으로 상승하고 있으며 국제협회연합(UIA) 발표 국제회의의 개최 글로벌 Top 5에 선정되었습니다.

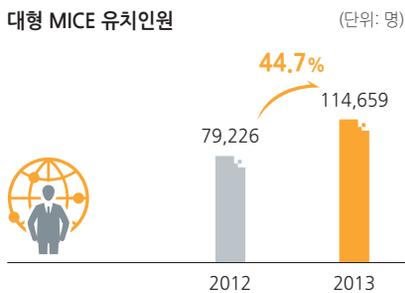


창조관광
관광
한·국제관광에 관한
인지도 제고
관광생태계 내
협력체계 강화
가족친화적인 조직문화
지속가능경영
공정환인사 및 교육제도

고부가가치 대형 MICE* 집중 공략



경제적 파급효과가 큰 대형 MICE를 집중적으로 유치하여 MICE 산업의 성장을 견인하고자 하였습니다. 그 결과 대형 MICE 유치건수는 전년 대비 60.9% 상승, 대형 MICE 유치인원은 전년 대비 44.7% 상승하였습니다.



2013년 대형 MICE 유치성과

행사명	유치 전략	유치인원
2017 국제토질 및 지반공학회 학술대회	<ul style="list-style-type: none"> 지반공학 분야 학문적 성과 국내 건설사의 활발한 해외진출 현황 홍보 현장밀착 마케팅으로 부동산 표심집중 공략 	3천 명
2017 세계침구 학술대회	<ul style="list-style-type: none"> 경쟁도시(베이징) 대상 교섭 시도 기존 한방의료 전시회 및 약령시 한방축제 동시개최 	1천6백 명
2019 세계가정의학회 세계총회	<ul style="list-style-type: none"> 2010년도 유치실패 원인 분석 연관회의의 성공개최로 MICE 개최역량 입증 한국에 대한 이미지 홍보 강화 	5천 명

사상최대 인센티브 단체 유치 성공

중국의 빠른 경제성장에 따라 기업에서 실적이나 공로 등에 따라 특정 단체를 개인의 부담없이 회사에서 부담하여 제공하는 포상 여행인 인센티브 여행의 수요가 급성장하는 추세에 힘입어 2011년 바오젠 그룹 1만 명(8차 분할입국), 2012년 암웨이 2만5천 명 유치(6차 분할 입국)에 이어 2013년 뉴스킨 중화권 단체 1만2천 명(동시입국) 유치에 성공하였습니다. 교통이나 숙박 등에서 1만2천 명 동시수용을 위해 다자간 협업 채널(공사-부산시-인천시-지역별 항만공사 등)을 가동하여 국내 최초로 16만톤급 대형 크루즈 4척 동시입항을 승인받았습니다.

경쟁국과의 차별성을 부각하기 위해 특별한 장소로는 야외 이색연회 장소로 활용할 수 있는 광안리 해수욕장 행사 전용공간 확보와 기업이미지 제고를 위한 CSR(사회적책임)프로그램으로 사회적 배려 대상 초청 영화제 및 K-POP 콘서트 개최를 추진했습니다.

소비자 권익보호제도 도입

공사는 여행상품 관련 최초로 소비자 권익보호제도를 도입하였고 이는 문화체육부 선정 '문화융성 원년 관광분야 10대 성과'에 선정되었습니다.

소비자 권익보호제도는 공사에 대한 국민인식조사에서 국민이 체감할 수 있는 사업이 필요하다는 요구사항에 대응한 것으로, 2012년 해외여행 관련 소비자 피해가 2010년 대비 20.6% 증가한 결과를 바탕으로 소비자원과 공동으로 2~5월 해외여행 패키지 상품에 대한 실태조사를 시작, 범정부 공공기관 협력체계 구축 및 표준안 마련 및 한국여행업협회와의 표준안 및 실무협의회를 거쳐 공급자, 소비자, 공공기관 공동 표준안을 마련하였습니다. 또한 12개 대표 여행사에서 표준안을 도입하여 이를 시행하고 있습니다.

* Meeting, Incentive travel, Convention, Exhibition & Event를 통칭하는 약어



관광생태계 내 협력체계 강화



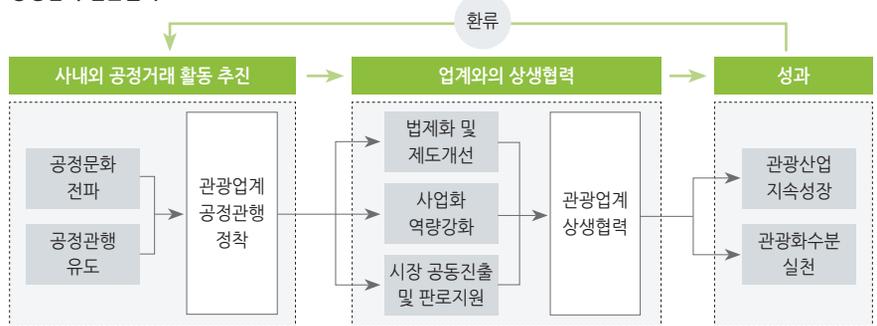
관광산업 협력성장 추진체계 구축

소통과 협력을 강조하는 정부 기조에 맞추어 공사의 상생협력 모델인 ‘관광화수분(化·手·分)’을 연계한 상생협력 모델을 수립하였습니다. ‘화수분’은 관광업계의 지속적인 상생협력으로 시너지 효과를 창출하고 관광산업을 지속 발전시키기 위한 공사의 상생협력 모델로 공정한 협력관계를 바탕으로 한 순환구조를 확립하고자 하였습니다. 화수분 실천을 위해 창조관광TF 전략센터를 전담실천조직으로 하여 관광업계협의회와 유관기관협의회 등의 협의체를 구성하였습니다. 또한 성과지표, 모니터링, 성과분석 및 환류 등으로 이어지는 환류체계를 내부적으로 실시하고 있으며 공정한 협력관계를 바탕으로 상생협력을 위한 선순환 구조를 확립하였습니다.

협업을 유도하는 화수분 협업지표 도입

성공적인 화수분을 위해 전 부서의 비계량지표에 협업 성과지표 작성을 의무화하였습니다. 외부적으로 경찰서, 서울시와 협업한 관광경찰 사업이나 외교부와 협업한 영사콜 서비스를 성공적으로 진행하고 있는 만큼 내부 부서간 협업에 한정되어 있던 41개의 협업지표를 대내외 협업으로 확대하여 화수분 협업 성과지표 99개를 2014년 발굴할 예정입니다. 특히 한의약 해외환자 유치사업 차원에서 성과지표를 의료관광객 유치(한의약 해외환자 유치)로 정하고 보건복지부의 협업지표를 발굴할 예정입니다. 이로써 대내외 벽을 허물고 국가정책사업의 시너지 창출은 물론 정부 3.0의 핵심가치를 실현하고자 합니다.

상생협력 선순환 구조



창조관광
영향

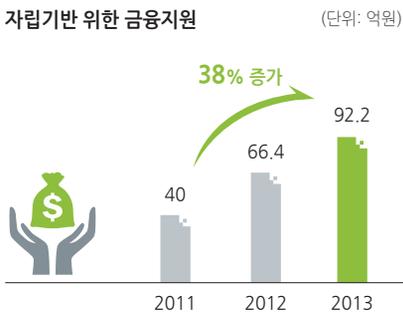
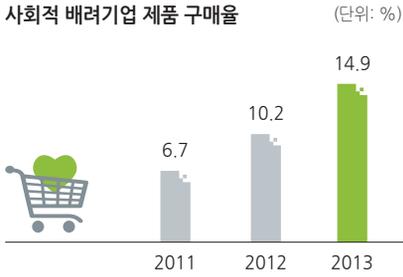
한·국제관광에
인지도 제고

관광생태계 내
협력체계 강화

가족친화적인
조직문화

지속가능경영

공정환인사 및
교육제도



유관기관과의 협업을 통한 환경변화 대응

2013년 공사는 유관기관과의 협업을 강화하여 환경변화에 능동적으로 대처하였고 관광부문에 있어서 공사와 유대감을 형성함은 물론 신뢰도를 제고하였습니다. 상호 의존도가 높은 관광과 항공의 협력에 대한 공감대를 형성함을 시작으로 포럼과 워크숍을 통해 해외 공동마케팅, 민·관 협의체 구성 등 정책적인 협력 대안을 발굴하고 의료업계와의 협력으로 세계 최초 의료관광 허브 플랫폼을 구축하기 위한 기반을 조성하였습니다. 이는 차별화 마케팅이 가능한 온라인 플랫폼을 구성하고 공급자와 이용자간의 소통을 강조하는 차원에서 온라인 의료관광 마케팅 및 비즈니스 플랫폼 개발도 지속적으로 추진 중에 있습니다. 또한 고부가가치를 창출하는 방향 외래객을 대상으로 고품격 출입국행정서비스를 제공하는 차원에서 법무부와의 협업을 통해 '한국방문우대카드' 도입을 추진하였고 2014년 3월 공식 출범할 계획입니다.

중소업체와의 협력을 통한 상생 발전

공사는 면세점 내 중소기업 제품에 대한 수수료율을 27%에서 21%로 인하함으로써 직접적인 상생협력을 구현하고 있습니다. 공사 사업에 중소기업 직접참여를 높이기 위해 소규모 홍보영상 제작 등의 소규모 독립 사업을 분리 발주하여 중소기업과 직접 거래하였으며 이는 2013년은 14개 업체 총 1억 5천만 원 규모입니다. 또한 사회적 배려기업 생산품 구매액도 매년 증가하고 있습니다.



'창조관광의 지식나눔, 여행나눔, 희망나눔'을 통한 관광공유가치 창출

공사는 국내외 창조관광에 대한 지식과 노하우를 국제기구 및 국내유관기관과 협력하여 관광저개발국을 대상으로 한국관광 노하우 나눔 프로그램(TDP, Tourism Sharing Program)을 통해 공유, 전파하고 있습니다. 인도, 부탄 등을 지원하고 아세안 8개국 20명의 관광인력을 교육하였습니다. 또한 중국 유학생과 정전 60주년 파주 적군묘지 봉사활동을 추진하였으며 백령도 자매결연(1社 1島), 한국관광 서포터즈 방문 등으로 국내 관광 상품을 유도하였습니다.

해외어린이 환자 대상 의료봉사(14건, 2,085명 수혜), 아시아나 공동 일본 원전 피해지역 문화교류, CJ나눔재단 공동 인도네시아 한국문화 나눔활동(소외지역 아동 100명 참여), 한국여행업협회 공동 필리핀 관광부 성금기탁 등의 글로벌 희망 나눔 활동도 진행하였습니다.



세계 관광객 위험지도 아시아 최고등급 그린존! 한국

'관광경찰' 우리가 책임집니다!

공사는 경찰청과 서울시와의 협업을 통해 관광경찰을 출범하였습니다. 관광경찰은 주요 관광지에서 범죄를 예방하고 기초질서를 유지하며 불법행위 단속 및 관광안내 등 관광과 관련된 치안업무를 담당하고 외래관광객의 불편사항 처리, 관광정보 제공 등 관광행정 서비스를 제공하는 역할을 담당합니다.

관광경찰 도입으로 방한시장 본격화 이후 외래객 관광불편신고가 최초로 감소하였으며 2014년 부산과 인천으로 확대 추진할 계획입니다.

관광불편 신고건수



국외여행서비스센터를 아십니까?

국외여행자의 안전망을 구축하기 위해 관광상품에 대한 정보제공 표준안을 도입하였고 국외여행서비스센터를 통해 안전한 해외여행을 위한 그래픽 가이드(Touch It Paper)를 제작하여 배포하였습니다.



Touch It Paper

지방관광 활성화

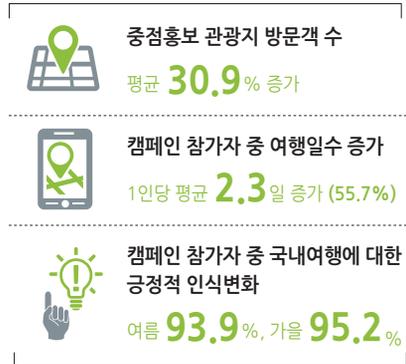
전통시장 | 공사는 유명 전통시장을 보유하고 있고 방한 단체상품 방문이 가능한 지역을 중심으로 지자체 공동사업이 가능한 지역에 전통 문화콘텐츠를 연계하여 지방 전통시장 체험 관광상품을 개발하였습니다. 2013년 현재 춘천 낭만시장, 제주 동문시장, 경주 중앙시장, 전주 남부시장이 대상이며 총 1,157개 단체, 61,653명을 유치하였습니다. 향후 공사가 개발한 전통시장(광장시장)과 연계된 관광상품 개발 모델을 자체로 전파하여 협업사업을 추진할 예정이며 이를 통해 지역균형발전 및 지역경제와 산업에 활력을 기여하고자 합니다.

의료관광 | 수도권의 대형의료기관의 중증환자 중심에서 지역별 특화된 의료서비스, 관광지, 업체를 엮은 융복합 코스로 확산하려는 취지로 해외판촉활동, 팸투어 등 지자체 공동 마케팅을 통해 효과를 증대하고 있습니다. 2013년은 지방 관광산업과 연계된 특화 의료관광코스를 집중 발굴하였습니다.

지자체 | 공사 해외지사에 지자체 사무소를 설치하여 해외마케팅을 거점으로 활용하도록 하는 My Office 서비스를 확대(12개소→13개소)하였고, 충청북도와 내륙 관광상품을 공동개발하여 관광 마케팅 지원 및 공동사업방안을 협의하였습니다. 또한 중국관광객 대상 제주도 전세기 및 크루즈 확대 마케팅을 추진하였으며 강원도 양양국제공항 활성화를 위한 홍보활동을 실시하였습니다.

협업을 통한 국내관광 캠페인

공사는 국내관광 캠페인을 확대하여 국민들의 국내여행에 대한 수요를 촉진하고자 여름 성수기 캠페인과 가을 테마형 캠페인(음식관광)을 실시하였습니다. 여름성수기 캠페인은 8개 테마의 80여개 집중 홍보 관광지를 선정하고 정보접근편의성, 홍보집중도, 예산절감 차원에서 유관기관과 협업을 통해 캠페인, 광고 등의 통합홍보를 실시하였습니다. 또한 가을 테마형 캠페인은 470여개 음식테마 관광지를 발굴하여 대한민국 구석구석 별미 여행을 발굴하고 여름 캠페인 대비 협업기관을 늘려 이벤트를 진행하였습니다. 한국관광협회 환대서비스 개선 캠페인을 지원하였고 국립국어원 협업 ‘한식 외국어번역 표준안 국민의견 수렴’을 홍보하였습니다.



지역관광 마케팅 강화 - 산학협력 활용 농촌 체험마을 관광활성화

정부 각 부처와 지자체에서 전국적으로 2,018개의 농촌 마을을 조성하고 있는데 기반시설은 양호하나 관광콘텐츠의 미흡, 운영 노하우 부족으로 활성화되지 않는 문제점을 파악하여 공사의 마케팅 노하우와 지역 대학생의 IT 지식, 신규트렌드 흡수 등의 역량을 활용하여 농촌 체험마을을 활성화하는 사업을 전개하였습니다. 2013년 1월부터 12월까지 체계적으로 진행된 본 사업은 사전준비와 우수사례 확산, 실행 및 평가 프로세스로 강원 협력 지사 우수사례를 충청 및 전남권까지 확대하여 22개 마을, 13개 대학, 인턴 48명을 대상으로 이론교육을 통한 인력육성 개발, 컨설팅, 농촌 관광 체험 프로그램 개발, 홍보, 상품화 등을 진행했고 특히 흥천 무궁화 마을의 다도체험(무궁화마을, 특별한 맛을 알리다), 횡성 고라데이 마을의 수제한우버거 만들기 체험(한우가 더덕에 빠진 데이)을 포함한 19개의 체험 프로그램을 개발하였습니다.



농촌체험

장소관광

한국관광에 관한
인지도 제고

관광생태계 내
협력체계 강화

가족친화적인 조직문화

지음책임경영

공정한 인사 및 교육제도

Issues 4

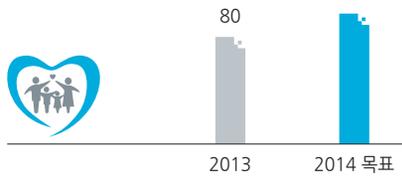
가족친화적인 조직문화



일과 가정 양립을 위한 가족친화경영

가족친화경영지수

(단위: %)



한국관광공사는 일과 가정의 양립 문화를 조성하기 위해 ‘노사관계 전략체계’를 수립하면서 일·가정 양립 문화 확산 및 리프레시 휴가 문화 선도 등의 추진과제를 정하였습니다. 특히 리프레시 휴가 이용률이라는 내부경영평가 지표와 연계하여 ‘가족친화지수’를 2013년 신설하였고, 노사 관계 중장기 로드맵을 설정하여 2013년부터 가족친화경영을 확대하여 2016년 정착기에는 가족친화경영 우수사례를 외부에 전파하고자 목표를 설정하였습니다.

공사는 모두가 행복한 일터를 만들기 위해 11월 근속주기별 가족친화프로그램을 개발하여 시행하였으며 양성평등형 제도 운영, 전직원 시차근무제 시범 운영 등을 통해 남성 육아휴직 증가(2012년 0명 → 2013년 4명)와 유연근무 직원이 증가(2012년 33명 → 2013년 41명)하였습니다. 또한 가족기념일 축하, 가족사랑 실천의 날 등의 프로그램 운영을 통해 직원 만족도는 증가(2012년 89% → 2013년 94%)하고 퇴직률은 감소(2012년 2.7% → 2013년 2.2%)하였습니다. 또한 여성인재 양성을 위해 여성관리자 확대 중장기 전략 도입과 여성인력 네트워크 지원, 시간제일자리 104개 직무 신설 등을 통한 경력단절 여성에 대한 취업기반을 조성하였고 이러한 성과를 인정받아 공기업 최초 일하기 좋은 기업대상 6년 연속 수상, 여성이 일하기 좋은 기업 대상 수상 그리고 여대생 멘토링 기업으로 선정되었습니다.

또한 리프레시 휴가문화를 선도하는 차원에서 연속 6일 이상 휴가사용을 제도화하여 재충전을 통한 삶의 질 향상과 업무 생산성 제고의 기반을 마련하였고 이 기간 동안 국내여행과 연계한 여가문화를 즐길 수 있도록 공유함으로써 국내관광 활성화에도 기여하였습니다.

근속주기별 가족친화프로그램

근속주기	입사초기	주요근무기	퇴직예정기
가족 생활주기	가족 형성	미취학 자녀 취학 자녀	자녀 성인기
일·생활 균형지원	탄력적 근무제, 케어&힐링 프로그램		
	신혼부부학교	롤모델콘서트	부부상담클리닉
가족생활 지원	어린이집 설치, 예비아빠 휴가 가족사랑의 날 확대(주2회)		한명 텃밭 재무설계

연차휴가 사용률이 상대적으로 낮은 유관 중소기업을 대상으로 휴가문화 정착을 유도하기 위해 휴가비 지원 제도(노사 기금이사회 등)를 검토하였습니다.

일과 가정의 양립문화 확산을 위한 개선과제를 도출하기 위해 공사는 노조 여성간부, 인재개발 팀 노무담당자 7명으로 구성된 노사양성평등위원회를 2013년 신설하여 연3회 협의회를 운영 하였습니다.

소통과 협업을 통한 공감경영활동

공사는 소통과 협업을 강조하는 조직문화를 만들기 위해 다양한 소통채널을 구축하여 실행하였습니다. 특히 현장형 소통 리더십과 현장소통을 강화하는 전략을 수립하고 소통활성화 지표를 신설하여 관리하고 있습니다.

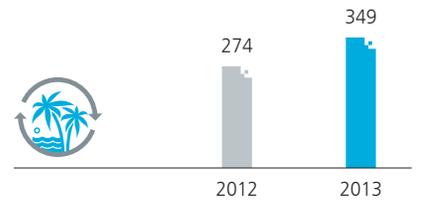
특히 지방이전과 관련된 현안을 우선적으로 해소하기 위해 설문조사(2회), 설명회 및 간담회(연 3회), 온라인 커뮤니티(KTO 원주이야기) 등의 다양한 소통채널을 통해 의견을 수렴하고 대응전략을 수립하고자 하였습니다. 또한 생산성 향상을 위한 스마트워크 도입과 유관기관과의 원활한 소통채널을 확보하기 위해 노력하였습니다.

내부적으로 벽없는 조직, 팀워크 향상을 위해 부서별 소통나들이와 칭찬릴레이 '마니또' 프로그램 등을 통해 부서단위의 소통을 강화하여 공동체 의식을 강화하고자 하였고, 팀워크 강화를 위해 사기진작 프로그램을 실시하여 창의적 형식의 부서단위 소통을 활성화하고자 하였습니다. 또한 부서별 협업 가점지표를 내부평가에 반영하고 부서간 교류 프로그램 등을 통해 부서별 협업과 소통 만족도를 증가시켰습니다.



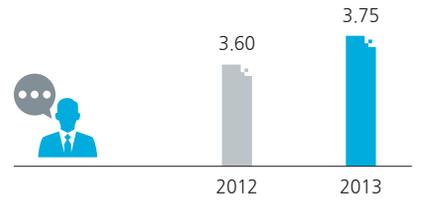
리프레시 휴가 사용

(단위: 명)



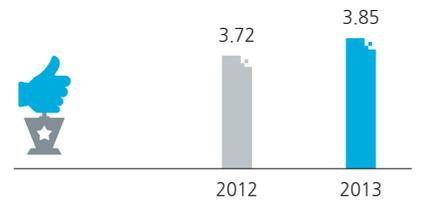
소통활성화지수

(단위: 점)



근로조건 만족도

(단위: 점)



장시간 근무

한국관광에 관한 인지도 제고

관광생태계 내 협력체계 강화

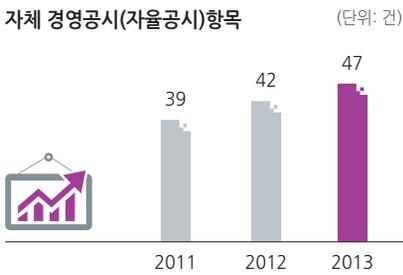
가장친화적인 조직문화

지음책임경영

공정환인사 및 교육제도



자율책임경영

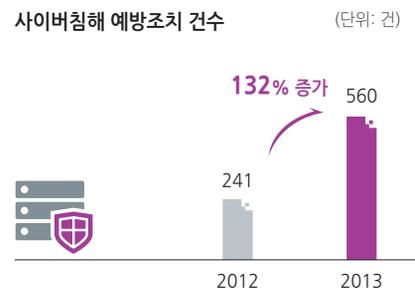


공사는 투명하고 체계적인 운영 관리기준을 확립하고 CSR센터를 전담부서로, 감사실을 감독부서로 지정하여 상호 견제 및 보완 체계를 구축하였습니다. 경영공시 등재 전 감사실의 최종확인 프로세스를 구축하여 정확성을 향상시키고자 하였고 매월 말 '경영공시의 날'을 운영하여 경영공시 사후관리를 강화하였습니다. 또한 경영공시 담당자를 대상으로 오프라인 교육(실적 추가)을 실시하고 있습니다.

경영공시에 대해서는 공사 홈페이지 웹 접근성에 대해 품질마크 인증을 획득(99.8점)하는 등 접근성을 강화하였으며 자체 경영공시 항목을 성과지표로 관리함으로써 경영 투명성을 강화하고 있습니다.

경영정보에 대한 안전성 확보

정보유출, 정보침해사고 등이 빈번히 발생하는 가운데 공사에서는 보안생활화 기반을 조성하고 사전에 예방하기 위해 '공사 정보 유출 100% 차단으로 경영정보의 안전성 확보'라는 목표 하에 인적 보안, 정보시스템 보안, 정보자산 보안 전략을 수립하여 추진하고 있고 정보보안심사위원회, 정보보안 담당관, 정보보안 담당자, 팀별 사이버 보안관을 조직하여 운영하고 있습니다. 또한 정보보안 전문가 1명을 신규 채용하여 보안 역량을 강화하고 있고 사이버 보안 마일리지제도로 보안실천에 대한 동기를 부여하고 있습니다.



관광정보 개방, 공유, 소통, 협력 추진체계 구축

공사는 창조기업을 육성하고 관광산업 활성화를 위해 관광정보에 대한 개방과 맞춤형 정보를 공유하고 공모전이나 설명회 등을 통한 소통과 이벤트 홍보 지원 등의 협력을 추진하고 있습니다. 관광정보에 대한 개방과 공유를 통해서 민간에 관광정보 서비스(구글지식 그래프, 여행노트 앱 등)를 창출하고 안전행정부 공공데이터포털과 연계하는 등 채널도 확대하고 있습니다. 696개 기관 중 공공데이터 활용신청 3위로 문화체육부 선정 '공공문화정보 개방' 장려상을 수상하였으며 관광 앱 개발로 인한 민간 일자리 창출효과 191명, 265억원의 사회적 부가치를 창출하였습니다.

클린 KTO 실현을 위한 윤리경영시스템 운영

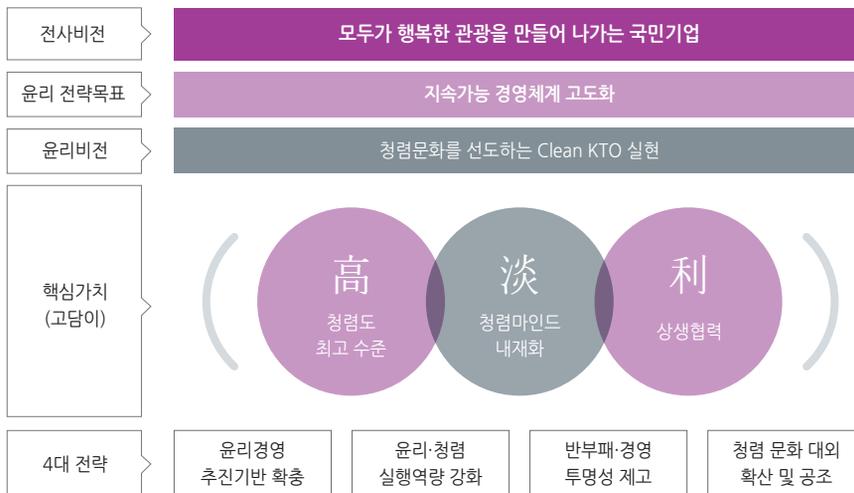
공사는 윤리경영시스템 강화를 통해 윤리성과 투명성을 제고하기 위해 윤리경영 전략체계를 개선하였습니다.

청렴한 공직생활(깨끗할 담:淡)로 공기업 청렴문화를 선도(높을 고:高)하며, 상생협력으로 사회를 이롭게 함(이로울 이:利)의 의미를 담은 '고담이(高淡利)'를 핵심가치와 4대 전략을 명확히 하여 윤리경영 추진 기반을 조성하였습니다.

또한 2011년 윤리캐릭터로 선정한 '고담이'를 2013년 윤리브랜드로 활용하기 위해 디자인을 확장하였으며 엠블럼 7종을 제작하여 사내게시판 윤리관련 게시글, 윤리경영 이벤트, 대외공문 우측상단 등에 사용함으로써 임직원의 청렴의식을 고취하고자 하였습니다.



윤리경영 체계



윤리경영 추진을 위한 조직 및 제도 개선



공사는 윤리경영 추진 조직에 대한 기능을 보강하고 상호 견제를 가능하게 하기 위해서 사장을 포함한 내부위원 7명과 외부위원 4명으로 구성된 윤리위원회를 윤리경영 최고 정책 결정기구로 두고 윤리경영 실천 총괄, 윤리실천 중간관리자, 윤리실천 현장실무자 조직을 구성하고 감독평가를 실행하는 감사실과 전략수립 및 실행을 지원하는 CSR센터 간의 견제 및 보완 기능을 강화하였습니다. 특히 내부적으로 윤리실천 중간관리자(EMO, Ethics MO) 63명에 대해 임명으로 책임 소재를 명확히 하였고 청렴마일리지 점수 지표를 설정하였으며 역할 및 성과지표관리와 관련된 맞춤형 교육을 연2회 실시하였습니다. 또한 윤리실천 가이드라인을 제시하고 임원 및 간부직원에게 대한 윤리교육 10시간 이수 의무화 뿐만 아니라 다면평가 시 청렴성을 평가하도록 하였습니다.

윤리·청렴 실행 역량 강화

공사의 특성을 반영한 KTO 생애주기별 윤리교육 체계를 구축하여 상황별 맞춤형 교육과 윤리 사각지대 교육을 전직원을 대상으로 실시하였습니다. 또한 직급별로 국민권익위원회 주관 사내 청렴강사 양성 심화과정 교육을 7시간씩 이수한 3명을 대상으로 KTO 윤(倫)선생을 임명하여 교육 책임제를 실시하였고 사내 게시판을 통해 청렴 사연을 접수하여 공사 초대 '청렴인'으로 선정하고 청렴 사연을 사내방송으로 전파하는 등 임직원의 청렴 마인드를 제고하기 위해 노력하고 있습니다.

효율적인 내부견제시스템 운영

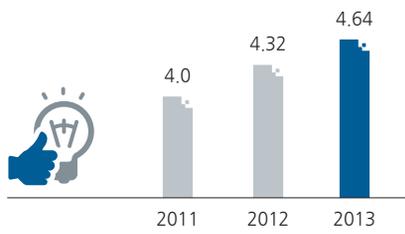
공사는 내부견제시스템을 강화하여 사전 리스크를 예방하고 리스크 기반 감사에 대한 효율성을 제고하고자 체계적인 감사전략을 수립하였습니다. 2013년 '3대 핵심 위험부분'을 자회사, 예산/자금, 계약업무로 선정하여 각 분야에 대한 위험요인진단과 관리방안을 도출하고 맞춤형 특화교육, 내외부 전문인력활용, 감사기법 신규 도입 등을 통해 감사 역량을 제고하고 있습니다. 또한 채용·인사 비리 발생관련 조기감사, 전직원 대상 최초 익명제보 프로그램 도입 및 운영(37건), 자회사 대상 투명·윤리경영을 위한 10대 추진과제 설정 및 규정 개선 등을 추진하였습니다.



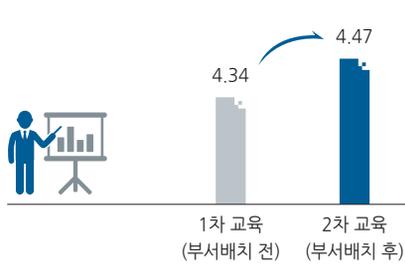
투명·윤리경영 10대 추진과제

1. 임원, 직원 채용절차 투명성 강화
2. '원스톱 내부공익신고 제도' 운영
3. 비위행위 '원스트라이크 아웃제' 등 강력한 예방과 처벌
4. 방만경영 예방 및 경영진 견제 강화
5. 고위직 비위 가중처벌 등 '윗물 맑기' 기업문화 확대
6. 정부지침 위반 패널티 확대
7. 내부감사기구 내부통제 강화
8. '특별감찰반 운영제' 신설
9. 부패 Zero 5개년 계획 수립
10. 기업의 사회공헌도 강화

특화 직무 교육 만족도 (단위: 점)



신입사원 교육 만족도 (단위: 점)



교육과정 운영 실적

구분	2011년		2012년		2013년	
	과정수(회)	예산(백만원)	과정수(회)	예산(백만원)	과정수(회)	예산(백만원)
사내교육	103	298	133	271	331	196
사외교육	2,103	1,049	1,989	900	1,470	990
온라인	542	26	594	62	550	45
(중국어교육)	362	17	309	16	331	20
전체	2,478	1,373	2,716	1,233	2,351	1,231

* 사내교육 과정 수 150% ▲, 중국어교육 과정 수 7.1% ▲
* 과정 수 및 교육예산



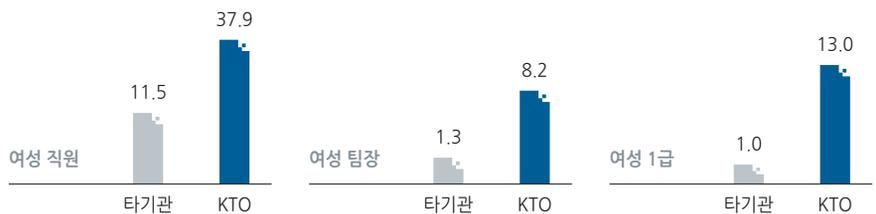
양성평등적 인사관리

공사는 공공기관 최고 수준의 여직원 및 간부를 보유하고 있습니다. 관리직급(3급 이상)의 비율이 매년 상승하는 등 부문별 여성인력의 비율이 증가하고 있습니다.

또한 고용노동부와 공동으로 공사 여성 팀장 1명(멘토)과 여대생 4명이 참가한 멘토링 프로그램을 운영하고 온라인과 오프라인을 통해 멘토링 진행 및 사례집 발간 등을 통해 여성인력 활용 우수기관으로서 사회에 기여하고 있습니다. 또한 GWP 주최 '여성이 일하기 좋은 기업 대상'을 수상하였습니다.

여성인력 현황

(단위: %)



구분	2011년	2013년	2013년
신입사원	17/22(77.3%)	19/30(63.3%)	22/31(66.7%)
관리직급(3급이상)	36/255(14.1%)	43/270(15.9%)	50/272(18.3%)
해외주재원	16/72(22.2%)	18/80(22.5%)	18/79(22.8%)

유엔글로벌콤팩트 10대 원칙 이행

한국관광공사는 인권, 노동규칙, 환경,
반부패 등에 대한 유엔글로벌콤팩트
10대 원칙을 지지하고 있습니다.

사회적 책임
이행을 통한
KTO의 약속



유엔글로벌콤팩트 10대 원칙 이행

- 01  인권 p.34
- 02  노동규칙 p.36
- 03  환경 p.39
- 04  반부패 p.42



유엔글로벌콤팩트(UNGC) 10대 원칙 및 주요 성과

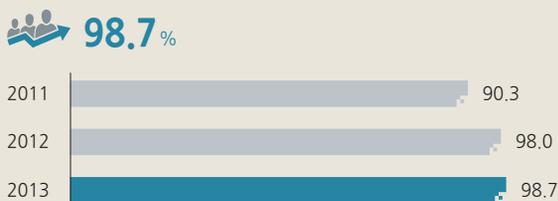


01 인권 Human Rights

- [원칙 1]** 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중해야 한다.
- [원칙 2]** 기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.

인권 부문 주요 성과

임직원 고충처리율 (단위: %)



02 노동규칙 Labour Standards

- [원칙 3]** 기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지하고,
- [원칙 4]** 모든 형태의 강제노동을 배제하며,
- [원칙 5]** 아동노동을 효율적으로 철폐하고,
- [원칙 6]** 고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.

노동규칙 부문 주요 성과

강제·아동노동 위반 건수



한국관광공사는 2007년 9월 19일 유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact)에 가입하였으며, 인권, 노동규칙, 환경, 반부패에 대한 유엔글로벌콤팩트 10대 원칙을 지지하고 있습니다. 또한, 유엔글로벌콤팩트 10대 원칙을 공사의 전략 및 문화로 내재화하여 실천해 나갈 수 있도록 노력하고 있으며, 이를 통해 투명성 및 신뢰성을 제고하고자 합니다. 매년 이행보고서를 작성하여 유엔글로벌콤팩트 10대 원칙의 추진 의지와 이행 성과를 이해관계자와 공유하고 있으며, 앞으로도 10대 원칙을 실천하고 다양한 커뮤니케이션을 통해 이해관계자들과 소통하며 유엔글로벌콤팩트의 정신을 사회 전반으로 확산시켜 나가겠습니다.

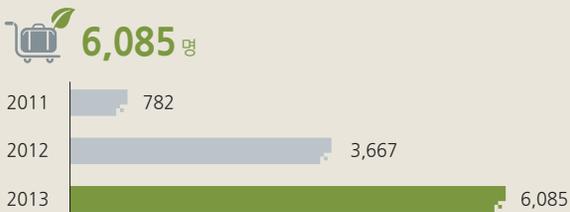


03 환경 Environment

- 【원칙 7】 기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지하고,
- 【원칙 8】 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며,
- 【원칙 9】 환경친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.

환경 부문 주요 성과

친환경 레저관광 상품 이용 실적 (단위: 명)



04 반부패 Anti-Corruption

- 【원칙 10】 기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.

반부패 부문 주요 성과

2013년 국민권익위원회
반부패경쟁력 평가 결과



HUMAN RIGHTS

인권



관련규정 및 방침

- 단체협약 34조(징계입증책임)
- 취업규칙 55조(신분보장)



‘밝고 건강한 한국관광공사 만들기’(성희롱 예방교육)



구석구석 나누미 봉사단

【원칙 1】 인권보호 지지 및 존중

선언

한국관광공사는 대한민국 헌법 제10조에서 정하고 있는 인간의 존엄성과 가치를 존중하고 공인된 국제 인권선언 및 정책을 지지합니다. 또한, 전 임직원의 사회공헌활동 참여를 통해 이와 같은 원칙을 실천하고 있습니다.

정책 및 시스템

한국관광공사는 윤리헌장, 임직원 행동강령 및 복무규정 등 내부규정에 인권 보호에 관한 세부 사항을 제정, 시행함으로써 인권을 존중하고, 직무를 수행함에 있어 사회전체적인 관점의 조화와 협력을 모색하고 있습니다. 또한, 윤리경영 관련 교육을 통해 인권보호의 중요성을 지속적으로 공유하고, 사회공헌활동 참여를 통한 사회 인권 향상을 도모하고 있습니다.

활동 및 성과

인권보호를 위한 지속적인 교육 실시

한국관광공사의 특성을 반영한 ‘KTO 생애주기별 윤리교육 체계’를 확립하고, 전 임직원을 대상으로 공통 교육과 상황별 맞춤형 교육, 윤리 사각지대 대상의 교육으로 구분하여 실시하여 교육 효과와 만족도를 제고하고자 노력하였습니다. 2011년부터 1인당 8시간의 윤리경영 교육을 지속적으로 시행하고 있으며, 2014년에는 온라인 교육뿐만 아니라 오프라인 교육을 병행하여 실시할 계획입니다. 또한, 건전한 직장 분위기 조성을 위하여 매년 직장 내 성희롱 예방 교육을 실시하고 있으며, 2013년 11월 전 임직원을 대상으로 성희롱 고충처리 절차 등의 예방 교육 및 성희롱 연극 ‘희.롱.헤.롱’을 통해서 인권 보호의 중요성을 공유하였습니다.

소외계층 대상 사회공헌활동 참여

소외계층 인권보호 활동의 일환으로 맞벌이 가정, 소외계층을 대상으로 국내 구석구석 나눔의 기회를 확대하고, 의료기관 공동 의료관광 나눔, CJ 나눔재단 공동 한국문화 나눔, 관광업계 공동 재난 극복 참여 등 글로벌 희망나눔 활동을 강화하여 전사적인 사회공헌활동 참여를 유도하고 있습니다. 사회공헌활동에 대한 공감대가 형성되어 직원 1인당 봉사활동 시간은 2012년 대비 2.4시간 증가한 11.2시간이며, 각종 사회적 기여 활동시 부여하는 그린 마일리지는 2013년 말 기준 52,588 마일을 적립하여 지속적으로 증가하였습니다.

사회공헌활동 참여 및 그린마일리지 적립 실적

구분	2011	2012	2013	2014 목표
1인당 봉사활동 시간(시간)	11.9	8.8	11.2	12.0
그린 마일리지(마일)	34,752	49,776	52,588	54,878

【원칙 2】 인권 침해 방지

선언

한국관광공사는 임직원뿐만 아니라 협력업체, 고객 등 이해관계자의 인권을 침해하지 않으며, 고객 만족을 제고하기 위한 제도를 운영하여 공사 내부는 물론 이해관계자에게 인권의 중요성을 확산시켜 나가고 있습니다.

정책 및 시스템

한국관광공사는 다양한 고충처리 채널을 운영하여 임직원의 애로사항을 해결하고 있습니다. 또한, 이해관계자의 인권이나 권리가 침해되지 않도록 고객의 소리(VOC)의 운영하는 등 다양한 노력을 기울이고 있으며, 수평식 커뮤니케이션을 통해 인권침해를 모니터링하고 있습니다.

활동 및 성과

고객 권리보호 활동

고객서비스헌장, 고객서비스이행표준 등 고객만족 관련 규정을 수립, 운영하여 공사의 가치 창출과 고객만족을 향상시키고자 노력하고 있으며, 고객정보관리 및 통계를 통합 관리하는 고객의 소리(VOC) 운영을 통해 고객의 소리와 문제에 보다 적극적으로 대응하고 있습니다. 2013년 홈페이지, 이메일, 전화, 방문 등 다양한 채널로 접수된 1,407건의 고객의 소리는 100%의 응답률을 기록하였습니다.

임직원 인권보호 활동

2004년 제정된 고충처리지침에 의거하여 노조 사무국장과 인재개발팀장이 고충처리위원으로 활동하고 있으며 다양한 온·오프라인 고충처리채널을 운영하여 임직원의 인권을 보호하고 있습니다. 특히, 신입사원 및 계약직 대상의 고충관련 개별면담 실시 및 간담회 개최 등 취약계층 대상 노사공동 고충상담주간을 운영하고 노사공동 고충처리활동을 강화하여 고충처리 만족도가 증가하였습니다. 2013년 접수된 고충처리 건수는 총 229건으로 인사 부문이 가장 많았으며, 고충처리율은 평균 98.7%를 기록하였습니다.

고충처리채널 운영 주요 성과

구분	개선 실적	주요 성과
온라인	온라인 신문고 신설	• 이메일, 모바일 등 온라인 고충처리채널 최초 개설 고충처리접수 편의성 증대
	지방이전 전용 커뮤니티	• 인트라넷 연계 지방이전 전용 소통 커뮤니티 개설 실시간 정보 공유 및 응대로 직원 만족도 증대
오프라인	직급별 간담회 및 설명회	• 계약직 대상 간담회 최초 개최 • 맞춤형 설명회 개최(30회) 고충처리활동 만족도 최고수준 기록(4.13점/5점만점)
	상담지원제도 확대(EAP)	• 전문상담프로그램 확대 • 감정소통프로그램 신규 실시 이용률 증가 및 만족도 증대(39명 211회 이용, 92% 만족)
	멘토링	• 신입사원 대상 멘토링 실시 애로사항 해소 및 조직몰입도 증대



고객만족 활동 실적

구분	2011	2012	2013
VOC 접수 건수(건)	2,381	1,627	1,407
고객 응대수준 평가(점)	86.1	88.1	82.6
고객만족도(점)	95.2	94.3	93.2

2013년 고충처리 실적

구분	접수(건)	처리(건)	처리율(%)
인사	82	82	100
교육	15	15	100
복리후생	67	66	98.5
기타	65	63	96.9
계	229	226	98.7

LABOUR STANDARDS

노동규칙



관련규정 및 방침

- 단체협약 12조(유일교섭단체)
- 단체협약 10조(조합활동의 보장)



KTO 창조·공감 콘서트

단체교섭 추진 프로세스



【원칙 3】 결사의 자유 및 단체교섭권 인정

선언

한국관광공사는 대한민국 헌법과 노동관계법 및 ILO 등 국제 조약의 기본정신에 입각하여 노동조합의 권리를 보장하고, 결사의 자유와 단체교섭권을 인정하고 있습니다.

정책 및 시스템

한국관광공사는 헌법에 명시된 노동 3권과 단체협약 등에 의거하여 정당하고 자유로운 조합 활동을 보장하고, 수평적 노사협의회 채널을 통하여 주요 사안에 대해서 노동조합과 협의하는 등 업무환경 및 근로조건의 개선을 위하여 노력하고 있습니다.

활동 및 성과

노사간 공감대 형성

노조를 사측의 대화파트너로서 존중하고, 신속하고 투명한 정보 공유로 노사 상호간의 신뢰를 유지하고 있습니다. 노사는 양방향 소통채널 운영을 통한 공동대응체계 수립, 노사공동워크숍 확대 및 실시간 모바일 소통채널 BAND 신설 등 노사 실무진의 공식·비공식 소통채널을 확대 운영하였습니다. 또한 콘서트 형식의 노사 상생교육인 'KTO 창조·공감 콘서트'를 통해 조합원·비조합원간의 자연스러운 소통의 기회를 마련하였으며, 원주방문 프로그램 및 면세점 공감토론 등 현장 소통을 확대하고 조직의 안정화를 구현하며 창의적인 현장형 교감활동을 강화하였습니다.

효과적인 단체교섭 추진

노사워크숍, 실무협의회를 통해 노조와의 공감대를 확산하여 노사간 상호 신뢰에 의한 단체협약을 체결하고 있으며, 충분한 사전협의를 거쳐 의견을 조율한 결과 단 1회의 본 교섭을 통하여 정부 지침(2.8%)을 준수한 무분규 임금협약을 체결하고 단체교섭의 효율성 증대하였습니다. 또한 공공기관 정상화 대책과 관련된 임금 및 복리후생의 적정성 유지, 임금피크제의 조기 실현 등 임금 관련 이슈에 대비하여 노사 공동으로 신속한 대응체계를 구축하였습니다.

단체협약 제23조(통지의무)에 따라 노사 상호가 중요사항을 즉시 문서로 통보하며, 조합원의 징계는 최소 5일전, 조합원의 해고는 최소 45일전(법정기준일 30일)에 통보하고 있습니다.

노사간 커뮤니케이션 채널 운영 주요 성과

구분	공동협의체	소통채널	주요 성과
위기대응	• 지방이전추진 TF • 면세사업 공동대책위원회	• 과제추진점검회의(월) • 고용안정대책회의(분기)	• 이전지원대책 조기시행 (주택자금대부제도, '14.2월)
스마트워크 도입	• 조직인사제도개선위원회 • 선진노사문화연구회	• 노사공동워크숍(반기) • 노사공동워킹그룹(공동)	• 스마트워크 기반 조성 (설문조사, 벤치마킹 등)
경영성과	• 노사협의회	• 경영성과점검회의(분기) • 노사화합대회(반기)	• 지속가능경영체계 구축 (최저 부채비율 유지 등)

【원칙 4】 강제노동 금지

【원칙 5】 아동노동 금지

선언

한국관광공사는 강제노동 및 아동노동을 엄격하게 금지하고, 임직원의 직무 만족도 및 업무효율성 향상에 중점을 두고 경영활동을 펼치고 있습니다.

정책 및 시스템

한국관광공사는 강제노동 및 아동노동 금지에 관한 근로기준법과 유엔글로벌콤팩트, 국제노동기구의 국제규약을 준수하여 강제노동 및 아동노동 금지 원칙을 철저히 이행하고 있으며, 내부 규정에 근로조건에 대한 세부사항을 명시하여 운영하고 있습니다.

활동 및 성과

강제노동 금지

모든 임직원들에게 정규근무시간(1일 8시간)을 준수할 것을 권고하고 시간외 근무, 휴일근무가 필요한 경우는 근로기준법이 정한 범위 내에서 실시하고 있으며, 한국관광공사 보수 규정에 정하는 바에 따라 시간외 또는 휴일근무 수당을 지급하고 있습니다. 한국관광공사는 강제노동과 관련된 민원이나 문제가 발생한 사실이 없으며, 향후에도 강제 노동에 관한 엄격한 기준을 지속적으로 적용하여 문제점이 발생하지 않도록 노력하겠습니다.

아동노동 금지

한국관광공사는 업무의 전문성 등으로 인하여 아동 노동이 발생할 여지가 없으며, 창립 이후 아동 노동이 발생한 사실이 없습니다. 향후에도 아동 노동에 관한 엄격한 기준을 지속적으로 적용하여 문제점이 발생하지 않도록 노력하겠습니다.

관련규정 및 방침

【원칙 4】

- 단체협약 11조(부당노동행위금지)
- 취업규칙 2절(근로시간 및 휴게시간)

【원칙 5】

- 별정직 직원관리규정 27조
단기근로자의 사용조건



【원칙 6】 차별 금지

선언

한국관광공사는 열린 채용과 인권존중을 통해 차별 없는 기업문화를 조성하여 'Great Work Place'를 만들고 있습니다.



정책 및 시스템

한국관광공사는 성별, 국적, 종교, 사회적 신분 등에 따라 채용, 배치, 승진, 교육, 평가, 보상, 퇴직 등의 처우에 차별이 없도록 공정한 기회를 제공하고 있으며, 역량·성과중심의 인적자원 관리와 양성평등 인사정책을 강화하는 등 인사관리의 공정성을 향상시키고자 노력하고 있습니다.

활동 및 성과

사회형평적 고용 현황 (단위: 명)

구분	2011	2012	2013
정규직 채용			
여성	17	19	22
장애인	-	3	-
지역인재	3	2	8
고졸자	-	2	1
특성화고	-	-	1
이공계	3	-	5
전체	23	30	32
비정규직 채용			
무기계약직	-	8	5
청년인턴	58	33	32
기간제근로자	209	225	199

사회적 형평을 중시한 열린 고용

직무역량 중심으로 채용 프로세스를 단계별로 개선하고 장애인, 지역인재, 고졸자 등 사회형평 대상자의 지원 자격 기준을 완화하여 채용시스템의 개선을 통한 사회형평적 고용을 실현하고자 노력하였습니다. 이러한 결과로 한국관광공사의 채용이 고용노동부의 우수 채용사례로 선정되었으며, 타 공공기관에 배포되어 채용제도 개선을 위한 자료로 활용되었습니다.

역량·성과 중심 인사관리 실행

역량·성과 중심의 인사관리 제도를 개선하고자 역량평가 결과와 인사관리의 연계성을 강화하고 공정성을 향상시켰습니다. 또한 2013년 국민권익위원회의 청렴도 조사 중 인사업무 부문 점수에서 8.61점(10점 만점)을 획득하여 타 공공기관/공기업 전체 평균(7.93점) 대비 높은 점수를 보였습니다. 2013년 한 해 동안 차별로 인한 관련 민원이나 시정조치는 없었습니다.

양성평등 인사정책

여성채용 목표수립과 여성리더 육성을 통한 균형적인 인사제도를 시행하고 있습니다. 2013년 말 기준 여성 인력의 비율은 37.9%으로 2012년 대비 1.5% 증가하였습니다. 신규채용 인원의 66.7%인 22명의 여성 인력이 새로운 가족이 되었으며, 팀장 이상의 여성 인력은 2013년 8.2%로 2011년 (7.6%) 대비 증가하였습니다.

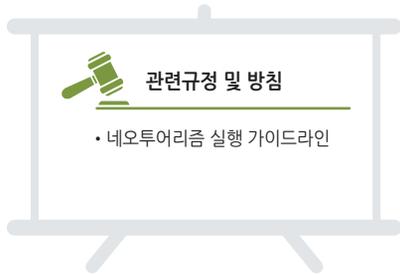
여성 인력 및 여성 간부 현황 (*전체 현원 대비)

(단위: 명)

구분	2011	2012	2013
여성 인력 수 (비율)	214(35.2%)	229(36.4%)	248(37.9%)
여성 신규채용 수 (비율)	17(77.3%)	19(63.3%)	22(66.7%)
팀장 이상 여성 인력 수 (비율)	8(7.6%)	10(7.0%)	10(8.2%)
관리직(3급 이상) 여성 인력 수 (비율)	36(14.1%)	43(15.9%)	50(18.6%)

ENVIRONMENT

환경



【원칙 7】 환경문제에 대한 예방적 접근

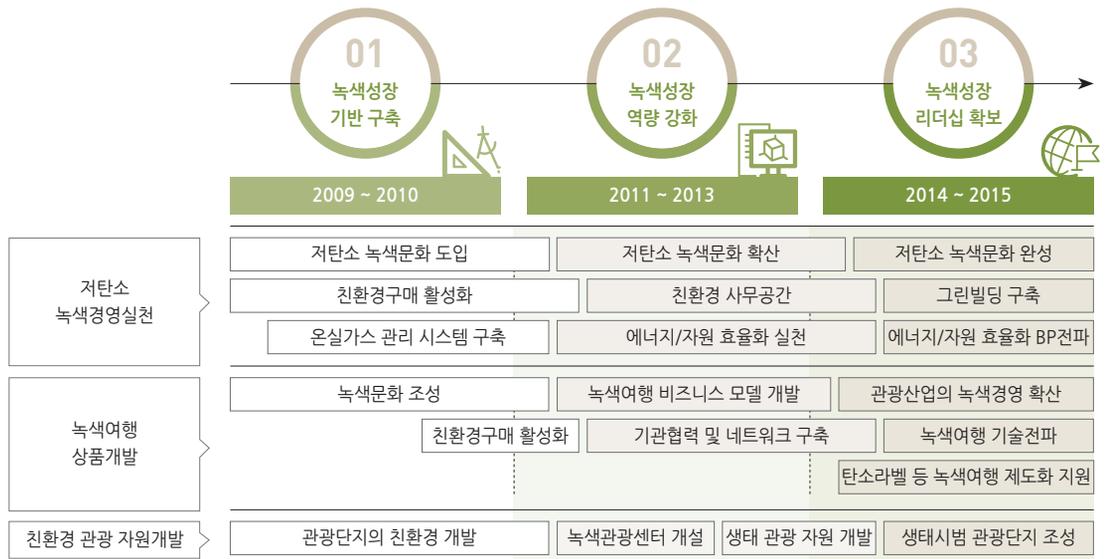
선언

한국관광공사는 녹색경영 추진체계를 수립하고, 환경문제를 사전에 예방하기 위하여 노력하고 있습니다.

정책 및 시스템

한국관광공사는 2009년 4월 공기업 최초로 녹색경영 비전 및 실행전략 체계를 수립하고, '저탄소 녹색성장의 플랫폼(Low Carbon & Green Tourism Platform)'의 비전 아래 저탄소 녹색경영 실천, 녹색여행 상품 개발, 친환경 관광자원 개발의 3대 전략지표를 수립하여 단계별 실천과제를 시행하고 있습니다.

녹색경영 추진 로드맵



녹색경영 조직

- 에너지절약추진위원회 : 에너지를 합리적으로 운용하고 관리 및 집행에 관한 일체의 사항을 심의 의결
- 에너지지킴이 : 사무실 에너지 사용과 실태 점검 및 개선권고 활동을 수행

본사 온실가스 배출량

(단위: tCO₂e)

구분	2011	2012	2013
온실가스 배출량	1,944	1,783	1,689

활동 및 성과

기후변화 대응 전략

정부의 '저탄소 녹색성장 기본법' 하에 실시되고 있는 '온실가스 에너지 목표관리제'와 2015년부터 시행될 '온실가스 배출권 거래제'의 취지에 부합하기 위하여 단계적으로 녹색경영을 추진 중에 있습니다. 정부 정책에 따른 온실가스 종합정보 시스템을 구축하고, 2015년까지 온실가스 배출량 20% 감축을 목표로 전사적으로 노력하고 있습니다. 이러한 노력의 결과로 2013년 본사 온실가스 배출량을 전년대비 5.3% 절감하였습니다.

【원칙 8】 환경적 책임을 증진하는 조치 수행

선언

한국관광공사는 저탄소 녹색성장 및 환경오염 감소노력을 위한 다양한 시책을 통해 환경적인 책임을 다하고자 노력합니다.



2013년 본사 에너지 다이어트 추진 성과

구분	절감전력량 (kWh/년)	절감CO ₂ (TOE/년)	절감금액 (원/년)
비데 전원차단	7,760	1.67	1,086,400
승강기 운휴	47,327	10.18	6,625,710
네온간판 소등	5,840	1.26	817,600
총별 전등 소등	99,426	21.38	13,919,640
냉방기 순차 운휴	17,600	3.78	2,464,000



에코버블 체험

친환경상품 구매 현황

구분	2011	2012	2013	2014 목표
총 구매액 (만원)	39,729	78,140	90,505	1,089,451
친환경상품 구매액 (만원)	28,985	73,927	87,791	1,003,872
친환경상품 구매비율(%)	73.0	94.6	97.0	92.1

정책 및 시스템

한국관광공사는 녹색경영 비전 및 실행전략 체계를 바탕으로 녹색경영 추진 로드맵의 단계별 실천과제를 수행하며 환경적 책임을 증진하기 위한 활동을 실천하고 있습니다.

활동 및 성과

에너지 다이어트

건물 관리의 에너지 절약 효율성 증대를 위하여 난방 18도 및 냉방 28도로 실내온도를 유지하는 에너지 다이어트 운동을 시행하고 있습니다. 또한 건물 자체의 에너지 절약 시스템을 구축하여 비데전원 차단, 승강기 운휴, 네온간판 소등 및 시설물관리자 22명을 대상으로 연 4회 에너지관리 교육을 실시하는 등 생활 속의 에너지 절감 활동 및 교육을 꾸준히 진행하고 있습니다.

저탄소 녹색문화 실천 운동

저탄소 녹색성장을 위한 관광산업의 촉진과 녹색여행 활성화를 위하여 '2013 대한민국 친환경대전'에 참가하여 친환경 체험관을 운영하였습니다. 슬로시티 지역 및 공사 소개 등으로 이루어진 부스를 설치하여 유익한 녹색관광 정보를 제공하고, 관람객을 대상으로 에코버블 체험, 손수건 만들기 체험 등의 다양한 참여 이벤트를 진행하였습니다.

환경영향 최소화 노력

환경부의 '친환경 상품구매 촉진에 관한 법률'에 의거하여 친환경 사무기기, 건설자재, 재생용지, 환경마크를 획득한 친환경상품을 우선적으로 구매하고 있습니다. 2013년 친환경상품 구매액은 8억 7,791만원으로 총 구매액의 97.0%이며, 친환경상품의 구매품목과 비율을 더욱 확대해 나갈 예정입니다.

친환경 관광자원 관리

환경부의 '환경영향평가법'에 근거하여 분기별 1회 환경영향평가를 실시하고 있으며, 대기오염 물질, 수질오염물질 등 모든 배출물질을 법적기준치 이하로 엄격하게 관리하고 있습니다. 환경영향평가를 수행하는 제주 중문단지외 정읍 내장산 리조트, 해남 오시아노 관광단지 등 각 개발사업장은 직접적인 오염배출은 많지 않으나 주변의 타 공사현장, 기후변화 등 외적 요인이 영향을 미치기 때문에 매년 지자체와 연계된 환경감시단의 평가를 받고 있으며, 보고 기간 동안 환경관련 법적 제재를 받은 사실이 없습니다.

【원칙 9】 환경친화적 기술의 개발과 확산 촉진

선언

한국관광공사는 환경영향을 최소화하는 기존의 '친환경관광'에 기후변화에 적극적으로 대응하는 '저탄소 녹색성장'의 의미가 더해진 '녹색관광'의 활성화를 위하여 노력합니다.

정책 및 시스템

한국관광공사는 녹색관광에 대한 대국민 인지도를 향상시키고 개별 여행객이 손쉽게 녹색관광을 접할 수 있도록 녹색관광 네트워크를 구축하여 자원개발 및 육성사업을 지원하고 있습니다.

활동 및 성과

친환경 레저여행 네트워크 구축 및 상품화

중장기 체류형 및 친환경 소재 중심의 레저관광 시장이 급성장함에 따라서 자전거, 도보, 캠핑, 슬로시티·생태, 승마의 친환경 레저관광 5대 테마를 선정하였으며, 자전거길, 걷는 길 등의 기존 자원과 연결하여 콘텐츠 및 소프트웨어 기반의 혁신주도형 관광자원으로 재활성화할 수 있는 소프트웨어를 발굴하기 위하여 노력하였습니다. 2013년 친환경 레저관광 상품 이용 실적은 6,085명으로 전년 대비 65.9% 증가하였으며, 지리산 둘레길, 북한산 둘레길, 제주올레길 이용객은 전년 대비 165,593명 증가하여 기존 레저관광자원의 활용도가 제고되었습니다.

친환경 레저 소재 발굴을 통한 국민 여가문화 트렌드 선도

선진국형 친환경 레저 문화에 대한 국민의 관심이 증가하고 자연친화적인 관광 레저활동 인구가 급증함에 따라서 자전거, 도보여행, 캠핑, 슬로시티, 승마, 카누 등의 친환경레저 소재를 발굴하였습니다. 또한 친환경 자전거열차 상품 운영, 전국 13개소 바이크텔 조성 등의 친환경 레저소재별 특화 이벤트를 실시하여 친환경 레저관광 프로그램을 활성화시키고, 여가문화 트렌드를 조성하기 위하여 노력하였습니다.

친환경 레저관광 트렌드 조성을 위한 특화 이벤트 주요 성과

구분	추진 내용	주요 성과
자전거	· 친환경 자전거열차 상품 운영(5월~12월) · 전국 바이크텔 조성(13개소)	· 4,732명(전년대비 29% 증가) · 3,485명 이용
도보여행	· 중문 골프장 달빛걷기 체험 운영 · 전국 걷기여행길 종합안내 포털 구축(총 1,282개 코스 13,766km)	· 35회, 2,016명 참가 · 문체부 '13년 관광분야 10대 성과로 선정
캠핑	· 기차로 떠나는 캠핑여행	· 소외계층 청소년 60명 지원
슬로시티	· 제천 슬로시티 국제 걷기대회 연계 상품 개발	· 3,000명 모객
승마	· 승마 체험 프로그램 개발 및 운영	· 승마 체험 프로그램 참가 약 1,500명
카누	· 4대 호수 중주 카누 프로그램 개발 및 이벤트 개최	· 카누 소재개발 촉진 및 언론보도(20여회) 등을 통한 광고 확산효과 2억원



친환경 레저관광 상품 이용 실적 (단위: 명)

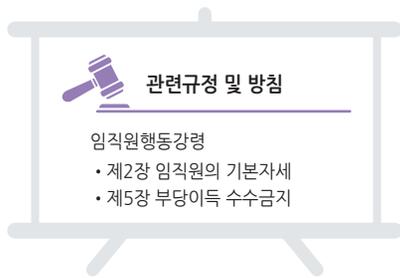
구분	2011	2012	2013	2014 목표
친환경 레저관광 상품 이용 실적	782	3,667	6,085	6,000

친환경 레저관광 소재의 발굴

 자전거 자전거 인구 증가 및 자전거 도로 등 인프라 확충	 도보여행 건강에 대한 관심 증대 및 도보 인프라 확충
 캠핑 캠핑 관광에 대한 관심 고조	 슬로시티 전원 체류형 여행 주목
 승마 귀족스포츠에서 대중레저로 전환	 카누 호수, 강을 활용한 신규 레저소재

ANTI-CORRUPTION

반부패



청렴 마일리지 평균 및 간부직원 청렴도 평가 결과

구분	2011	2012	2013	2014 목표
청렴 마일리지 평균(점/100점)	-	81	94	90
간부직원 청렴도 (점/10점)	9.68	-	9.74	9.80*

* 2014 실적임

국민권익위원회 주관 청렴도 조사, 반부패경쟁력 평가 결과

구분	2011	2012	2013
종합청렴도	2위	2위	8위
청렴도 (공기업 (공기업 II 군 수) 조사 결과	(17개 기관)	(18개 기관)	(20개 기관)
외부청렴도	9.25점	9.13점	8.63점
내부청렴도	8.72점	8.71점	8.64점
반부패경쟁력 평가 결과	매우 미흡	우수	보통

【원칙 10】 부당취득 및 뇌물 등의 반부패

선언

한국관광공사는 '청렴문화를 선도하는 Clean KTO 실현'의 윤리비전을 바탕으로 전사적인 윤리경영을 실천하여 윤리·청렴문화 정착을 위해 노력합니다.

정책 및 시스템

한국관광공사는 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패를 근절하기 위하여 윤리경영 전략 및 추진 체계를 확립하고 체계적인 윤리경영을 추진하고 있습니다. 또한 상호 견제 및 보완을 위하여 윤리경영 전담조직을 감사실과 CSR 센터로 이원화하여 조직 체계를 강화하고 윤리경영의 실천력을 제고하고 있습니다.

활동 및 성과

윤리경영 점검 및 환류 활동 강화 노력

윤리경영 책임자(EMO; Ethics Management Officer)의 역할과 책임을 강화하여 팀별 청렴 마일리지(윤리경영 실천 점수) 평균은 2012년 81점에서 2013년 94점으로 상승하였습니다. 또한 윤리교육 이수율 의무화하고 인사고과에 청렴성 평가를 반영하는 등 임원, 간부직원의 청렴성 제고를 위한 제도를 강화하여 간부직원 청렴도 조사 결과는 9.74점으로 높은 수준을 나타냈습니다. 2013년 국민권익위원회 주관 청렴도 조사 결과 종합청렴도는 20개 기관 중 8위, 반부패경쟁력 평가는 보통단계를 보이며 전반적으로 평가 결과가 하락하였습니다. 이에 임직원을 대상으로 외부고객에 대한 서비스 교육과 외부고객 대상의 자체 평가를 실시하여 평가 결과를 개선 시키고자 하였으며, 앞으로도 윤리경영 모니터링, 평가, 환류 체계를 더욱 강화하고 윤리문화를 확산시켜서 외부 평가도 향상시킬 수 있도록 노력하겠습니다.

내부 통제 강화를 위한 리스크관리 체계 고도화

부정부패로 인한 리스크를 관리하고자 핵심 위험부문 자회사에 대한 통합 감사를 실시하여 내부 통제를 강화하였습니다. 집중적인 위험관리를 통해 비리 임원 해임 조치, 채용 전형제도 혁신, 청렴도 평가 및 청렴 옴부즈만 제도 도입, 규정 전면 개정 및 표준화로 투명성을 제고하는 등의 내부통제 개선 성과가 도출되었습니다.

사내의 공정거래 및 문화 구축 노력

입찰의 공정성을 제고하기 위한 전자조달계약 비율을 2011년부터 100%로 유지하고 있으며, 27개 업체와는 입찰 및 계약 과정에서 직·간접적 금품, 향응 제공 금지 및 공정 준수를 추구하는 반부패·청렴계약 이행 협약을 체결하며 상생 협력을 위한 공정하고 투명한 계약 제도를 구축하는 등 공정거래를 확산시키고자 하였습니다.

미래의 꿈을 현실로 만들기 위해서는 그 무엇보다
'열정'이 있어야 합니다. 열정의 날개를 달고 세계로,
미래로 비상하는 한국관광공사는 누구보다 멀리
보고 높이 날아갈 것입니다.

비전

지속가능경영 핵심성과지표(KPI)*

성과지표	단위	2011	2012	2013
외래관광객 수	만명	980	1,114	1,218
관광수입	억불	123	142	143
한국관광 브랜드 슬로건 인지도	%	-	38.4	40.3
MICE산업 이해관계자 만족도	점	-	3.78	3.86
의료관광객 유치 실적지수	명/백만원	-	28.81	33.78
국민 국내여행 일 수	일	-	8.43	8.9
전국민 평균 국내여행경험률	%	-	85.2	86.5
국내관광 마케팅사업 만족도	점	-	4.24	4.49
신 관광문화 선도활동 노력	비계량			
관광수용태세 만족도	점	-	3.96	3.97
관광컨설팅서비스 만족도	점	-	3.7	3.9
국내SNS 기반 이용실적	천명	-	145	183
수요자중심 관광정보 창출건수	건	-	25	5
온라인 외국어관광정보 페이지뷰	뷰	-	760,109	808,000
관광시장정보 연구결과물 만족도	%	-	67.4	68.6
파일럿(신규) 방한관광상품 개발실적	건	-	18	22
네트워크 협력 사업화 건수	건	-	17	19
창조관광기업 발굴 및 육성 노력	비계량			
관광교육 참가자 수	명	-	724	769
조직 및 인적자원 관리 합리화 노력	비계량			
경영지원 시스템 만족도	점	-	77.83	79.76
사회 공헌 노력	비계량			
고객만족도	등급	A(최고단계)	A(최고단계)	A(최고단계)
가족친화지수	%	-	-	83
간부직원 청렴도 평가	점	9.68	-	9.74
고충처리율	%	90.3	98.0	98.7
교육 만족도	점	3.85	3.92	3.94
근로 만족도	점	3.6	3.72	3.85
노사분규 건수	건	0	0	0
리프레시 휴가 사용 직원수	명	79	274	349
여성 고용 비율	%	35.2	36.4	37.9
유연근무제 참여 인원	명	25	33	41
이사회 운영	회	14	13	11
장애인 고용률	%	1.7	1.7	2.1
정규직 일자리 창출	명	175	494	856
중소기업 금융지원	억원	40	66.4	92.2
중소기업 역량강화 지원	건	232	530	844
청렴도 평가	단계	우수(공기업2위)	우수(공기업2위)	우수(공기업8위)
청렴마일리지 팀평균	점	-	81	94
친환경상품 구매비율	%	73.0	94.6	97.0
평가제도 만족도	점	2.98	3.41	3.61

* '연도별 경영목표 실적'을 기본으로 작성하였으며, 지속가능경영 관련 성과지표를 추가하여 지속가능경영 핵심성과지표를 구성하였음

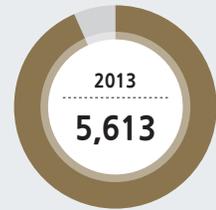
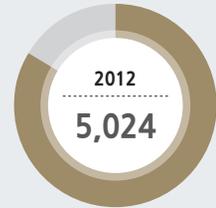
* 재무실적의 경우, p.45의 '2013년 재무실적' 참고

2013년 재무실적

신용등급



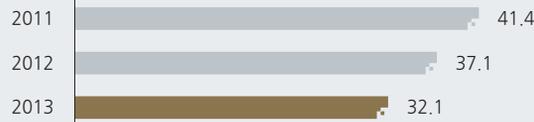
출자회사 매출액
(단위: 억원)



부채비율 (단위: %)



32.1%



당좌비율 (단위: %)



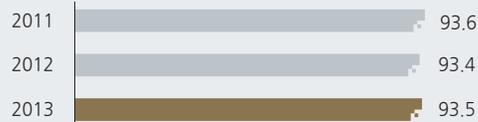
152.9%



예산집행률 (단위: %)



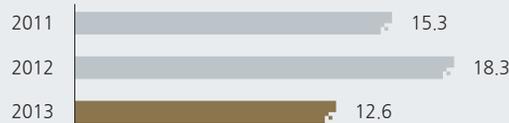
93.5%



경비절감률 (단위: %)



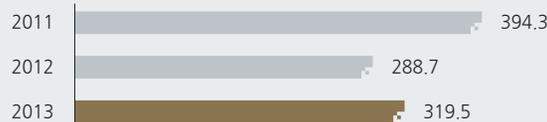
12.6%



유동비율 (단위: %)



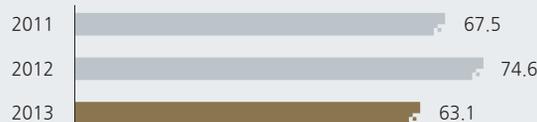
319.5%



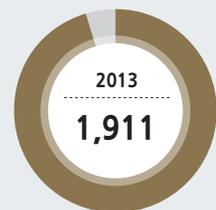
재정자립도 (단위: %)



63.1%



출자회사 영업이익
(단위: 억원)



수상실적 및 지속가능경영 네트워크

수상실적

수상내역	주관/후원기관
행복더함 다문화 사회공헌대상	한국언론인협회, 동아일보
동반성장 우수기업상	
대한민국 인터넷소통대상 공공부문 종합대상	한국인터넷소통협회, 미래창조과학부
윤경SM포럼 특별상 (CSR 센터장)	산업정책연구원
2013 DB매쉬업 공모전 특별상	미래창조과학부
대한민국 지속가능성지수 1위	한국표준협회, 산업자원부
2013 대한민국 소비자신뢰 대표브랜드대상 (공기업 부문)	한국브랜드경영협회, 산업통상자원부
2013 국제관광박람회(ITB) 최우수 홍보관상 아시아대양주 부문 1위	
한국국제관광전(KOTFA 2013) 최우수홍보상	
2013 공생을 위한 사회책임경영(CSR)리더	중앙일보, JTBC
2013 TTG 트래블어워드 '올해의 국가관광기구(NTO)'상	TTG 아시아 미디어
2013 대한민국 일하기 좋은 100대 기업 본상	GWP 코리아
2013 대한민국 여성이 일하기 좋은 기업 공공부문 대상	GWP 코리아
공공문화정보 개방 장려상	문화체육관광부, 한국문화정보센터
2014 소비자선정 최고의 브랜드 대상 관광호텔체인부문 대상	
2013 UNWTO 어워드 올리시스상 연구&기술 혁신부문 (스마트투어가이드 앱)	
A.N.D AWARD 2103 대상 스마트미디어 생활서비스 부문 (VisitKorea 영문앱)	
중국어 간체 웨이보 관광분야 영향력지수 1위	
2014 국제관광박람회(ITB) 최우수 홍보관상 아시아대양주 부문 1위	
2014 국가브랜드대상 관광호텔체인 부문 대상(베네키아)	
제24회 아스트리드 어워드 Book 부문 은상('View & Story of Korea' 사진화보집), 캘린더 부문 은상('2014년 관광달력')	
제27회 머큐리 어워드 앱 부문 대상('Korea' 앱북), 투어리즘 부문 영예상 (한국일반소개 리플렛)	
2014 코리아 톱 브랜드 어워드(베네키아)	한국언론인협회, 서비스마케팅협회
한국국제관광전(KOTFA 2014) 최우수마케팅상	

지속가능경영 네트워크

국내	해외
한미경제협의회	PATA (Pacific Asia Travel Association)
한미친선회	ASTA (American Society of Travel Agents)
한국골프협회	ICCA (International Congress and Convention Association)
한국골프장경영연합	UNWTO (UN World Tourism Organization)
한국화장실협회	UIA (Union of International Associations)
공기업투명사회실천협의회	TTRA (Travel and Tourism Research Association)
세계화장실협회	AACVB (Asian Association of Convention and Visitor Bureaus)
유엔글로벌컴팩트	DMAI (Destination Marketing Association International)
윤경SM포럼	APTA (Asia Pacific Tourism Association)
윤경CEO클럽	ASAE & The Center (American Society Of Association Executives & The Center For Association Leadership)
서비스사이언스전국포럼	WYSETC (World Youth and Student Educational Travel Confederation)

2013 한국관광공사 지속가능경영보고서

지속가능경영보고서의 보다 자세한 정보는 한국관광공사 홈페이지에서 확인할 수 있으며 본 보고서의 PDF파일을 다운 받으실 수 있습니다.

발행월	2014년 9월
발행인	변추석
발행처	한국관광공사 CSR센터 서울특별시 중구 청계천로40 (다동)
E-mail	csteam@knto.or.kr
TEL	02-729-9623
FAX	02-754-2077
홈페이지	www.visitkorea.or.kr

*지속가능경영보고서 발간을 위해 도와주신 모든 분들께 감사드립니다.



본 보고서는 FSC마크를 획득한 종이에 콩기름으로 인쇄되었습니다.



서울특별시 중구 청계천로40 (다동) TEL : 02-729-9623
www.visitkorea.or.kr