

◆ 한국관광공사 ◆

2022년에는 어떤 사례가 있을까요?

적극행정 우수사례



2022 일상회복 특별 '여행가는 달' 캠페인 추진

사업소개

유관기관 및 민간여행업체 공동, **대국민 대상 안전하면서도 다채로운 프로그램 제공**
교통, 숙박, 관광시설 등 분야별 특별 할인상품 판매 및 지역여행 프로그램 소개,
온·오프라인 이벤트 운영 등

적극행정 추진내용

- (기존) 국내관광 홍보캠페인의 경우 **여행수요 환기 및 인식 제고에 치중**되었음
- (개선노력) **유관기관, 지자체는 물론 코로나 직격탄을 받고 있는 여행업계와 직접 협업하여**
지자체 특별관, 여행업계 할인관 등을 지원함으로써 위축된 여행시장과 수요를 실제로
끌어올리는 마중물 역할을 함

주요성과

- 47개 지자체, 25개 대외협업기관, 2개 유관기관, 35개 여행사, 9개 민간기업 등 총 118개
기관들이 공동 참여하여 **206개 혜택 프로그램을 운영, 901,354명 이상 수혜(22.8월 기준)**
- 철도, 렌터카, 항공, 시티투어버스로 교통 혜택 분야 확대 → 157천명 수혜(전년 61천명)
- 숙박, 관광시설, 지역여행 프로그램 전면 확대 → 525천명 수혜(전년 359천명)
- **전년 동월 대비 이동량 12.76%, 소비지출액 28.93% 증가치를 보임 <빅데이터 분석 결과>**

1

2022 일상회복 특별 '여행가는 달' 캠페인 추진



풍성한 혜택으로
여행가는 달
6.22 ~ 6.30

다양한 혜택을 모두 가질 수 있는 일정으로 다들 원하는
무엇이든 할 수 있는 여행을 즐겨보세요

<p>☞ 여행가고 할까</p> <p>장소 서울 및 수도권에서 여행가는 달이 내놓은 장소 10곳을 방문</p> <p>방법 전국 여행가는 달이 내놓은 장소 10곳을 방문하면 100% 당첨</p>	<p>☞ 여행가고 할까</p> <p>장소 전국 여행가는 달이 내놓은 장소 10곳을 방문하면 100% 당첨</p> <p>방법 전국 여행가는 달이 내놓은 장소 10곳을 방문하면 100% 당첨</p>	<p>☞ 여행가고 할까</p> <p>장소 전국 여행가는 달이 내놓은 장소 10곳을 방문하면 100% 당첨</p> <p>방법 전국 여행가는 달이 내놓은 장소 10곳을 방문하면 100% 당첨</p>
---	---	---

국립관광마케팅팀



여행으로
일상을 풍요롭게 만들기
여행가는 달
6.22 ~ 6.30

국립관광마케팅팀

바다쓰레기가 돈이 되는 과자상점 씨넵(SEANACK)

사업소개

환경재단 공동 여름휴가철 해수욕장에 불법 투기된 쓰레기 수거를 위해,

재미있는 친환경 씨넵(SEANACK)* 캠페인 추진

* 씨넵(SEANACK) : 바다(SEA)와 과자(SNACK)의 합성어. 바다 쓰레기를 수거하고 바다관련 과자 (고래밥, 자갈치 등)를 리워드로 제공받는 아이디어로 기획된 대 국민 비치코밍 캠페인

적극행정 추진내용

- (기존 플로깅 캠페인과 차별된 '재미'강조) 바다쓰레기를 주워오면 바다관련 과자를 준다는 **아이디어 발굴**을 통해 해수욕장 방문 가족단위 관광객, MZ세대를 주 타깃으로 설정
- (친환경 캠페인 추진을 통한 예산 확보) **공사 자체예산 중 탄소유발 관련 예산 절감**을 통해 캠페인 자원 마련
- (전국단위 홍보 추진) SK브로드밴드 협업 전국 1,300개 올리브영 매장 내 디스플레이 및 강원도 Btv 시청자 대상 캠페인 홍보영상 송출 등

주요성과

- (관광객 자발참여) : 가족단위 관광객, MZ세대 중심 총 2,021명 참가
- (쓰레기 감소기여) : 대국민 친환경여행에 대한 인식 개선 및 해수욕장 환경보호에 기여
⇒ 해수욕장 쓰레기 30% 감소(경포해수욕장 기준)
- (대국민 홍보효과) :
 - 전국 1,300개 올리브영 매장 내 디스플레이광고 ⇒ 약 800만명 노출 효과
 - 강원도 Btv가입자 대상 영상광고 노출 ⇒ 약 110만명 시청

2

바다쓰레기가 돈이 되는 과자상점 씨넵(SEANACK)

