



2021 KTO

"올해는 어떤 사례들이..?"

적극행정 우수사례

알아보기 GO!



01

민요가 가미된 힙합과 한국문화 재해석으로 관광 홍보영상 패러다임 전환

디지털마케팅기획팀(구.브랜드마케팅팀)



전년도 성공에 안주하지 않고 로컬브랜딩을
통한 새로운 컨셉 도출

- 컨셉 변화에 대한 부정적 평가
- 국가홍보영상 최초 음원 별도제작과정 시행착오
 - 광고, 뮤지션, 학계 등 다양한 업계 의견 수렴
 - 컨셉 변화에 대한 지속적 설득 및 제작과정 공유
- ▶ 전통·현대 조화에서 나아가 **한국문화 재해석** 컨셉 도출

순도99.9% '한국의 일상'을 통한 머드맥스 신드롬
누적조회 7억뷰, 더 힙한 시즌2의 탄생

- 광고영상 자연유입(Organic)*률 4.4%(업계평균 1% 이하)
- 한류스타 집중활용이 아님에도 유튜브 등 디지털 매체
중심 밈(MEME) 현상 발생으로 홍보영상 자발적 확산
- ▶ 공공기관 최초, 「대한민국광고대상」 디지털영상 '대상' 수상
- ▶ 전세계 NTO(국가관광기관)중 Youtube 최대구독자수달성(496만)

*광고를 통하지 않고 검색, 자연노출 등을 통해 30초 이상 영상을 조회



관광지 방역가이드라인
7대 공통지침

1. 방역체계 구축
 - 방역관리자 및 방역관리자역할
 - 방역관리자 방역 자질향상과 함께, 중요 시설의 방역
 - 지역 내 방역소, 방역관리소 등 방역관리체계 구축
2. 방역체계 관리
 - 예방, 입장이 사전예약 시스템 활용 등 방역체계 관리
 - 출입자 방문기록 관리, 방역패스, 마스크 등 방역 관리
 - 방문객 방역, 방역 관리시스템 적극 활용
3. 방역 관리
 - 특정 시설에 출입하지 않도록 거리두기 등 방역 관리
 - 방역관리자 역량을 강화
 - 방역관리자 교육 강화
4. 방역시설 관리
 - 방역시설 관리 강화
 - 방역시설 관리 강화
 - 방역시설 관리 강화
5. 홍보 및 교육
 - 방역관리자 교육 강화
 - 방역관리자 교육 강화
 - 방역관리자 교육 강화

'위드 코로나'까지 대비! 실내외 인기 관광지 포함
178개 방역 우수관광지 선정으로 차별화 전략 수립

- 전국 17개 광역자치체 개별 운영 안심관광지사업 통합 홍보 필요
- 관광지 방역체계구축 관련 전문성 확보 어려움
 - 참여주체별 역할분담 및 유기적 협업 추진
 - 보건당국 및 방역전문가 자문을 통한 현장 모니터링 및 피드백
- ▶ 전국지자체 참여 통합 관리, 관광지 특화 7대 방역지침
수립 및 모니터링 체계 구축으로 안전여행 환경 마련

안심관광지 대국민 캠페인 추진,
803만 명 국내 여행수요 창출

- 모니터링-관리 시스템화로 일상 방역 체계 구축
- 공공광고, 웹툰 연계 홍보 및 민간 연계 방문이벤트 추진을
통해 코로나 장기화에도 안심관광지 방문객 803만 명* 유치
- ▶ 「2021 올해의 광고 PR상」 특별상 수상!(446만 뷰)
- ▶ 「안전여행문화 조성 기여도」 긍정응답 비율 80.8%
- ▶ '적극행정 우수사례 경진대회' 공공부문 18대 과제 선정

*방문차량 251만 대 X 국내여행 평균 동반자 수 3.2명

