

고객만족 최고·누적방문 900만... 진로체험 메카 우뚝



K-퍼블릭 탐방



정부가 공공기관 구조개혁에 적극 나서면서, 국내 공공기관들의 업무중복과 효율성 문제가 다시 도마에 올랐다. 정부의 재정 건전성 압박과 통폐합 논의는 공기업에 생존을 위한 경쟁력 입증을 요구한다. 본지는 공기업별 현안을 짚고, 정부의 개혁 드라이브 속에서 공기업들이 어떤 전략과 혁신으로 위기를 넘어설지 집중 조명한다.

〈편집자주〉



이병균 한국잡월드 이사장.

“변화는 현장에서 시작됐다”

한국잡월드가 변화하고 있다. 불과 몇 년 전까지만 해도 고용노동부 산하 공공기관 평가에서 최하위권에 머물던 기관이, 이제는 고객만족도 최고 등급과 경영평가 상위권이라는 성과를 동시에 달성했다.

지난해 한국잡월드는 기획재정부가 실시하는 공공기관 고객만족도 조사에서 92.4점을 기록, 최고등급인 '우수'에 올랐다. 고용노동부 산하기관 중 '우수'를 받은 곳은 한국잡월드가 유일하다. 2024년 한 해 동안 찾은 방문객은 96만 명으로 개관 이래 최대치였고, 지난 7월에는 누적 방문객이 900만 명을 넘어섰다.

이병균 이사장이 취임한 지 2년 만에 이런 변화다. 이 이사장은 “모든 성과는 임직원 모두가 함께 만든 결과”라며 “미래 세대가 다가올 변화에 대응할 수 있도록 잡월드가 든든한 역할을 하겠다”고 강조했다.

◆ 고객 경험을 ‘처음부터 끝까지’ 재설계

잡월드는 지난해부터 ‘고객경험관리(CX/UX) 고도화’를 전략 목표로 내세웠다. 방문객이 처음 발을 들이는 순간부터 체험을 마치고 떠나는 순간까지, 불편을 최소화하는 데 초점을 맞췄다.

서비스혁신팀을 신설해 고객 의견을 실시간 수집하고, 단기·장기 과제로 분류해 개선책을 마련했다. 단순히 아이들을 위한 체험 위

주였던 기존 운영 방식도 바꿨다. 동행하는 부모와 교사들을 위해 휴게공간, 충전기, 도서 비치 공간을 늘렸고, 할인 프로모션과 정기 사은 행사도 열었다. 잡월드 부지 내에는 가족이 함께 즐길 수 있는 무료 체험형 복합문화공간 5곳을 새롭게 조성해, 지난해에만 21만 명이 다녀갔다.

현장경영 2년, 직원·노조 공감대 형성 서비스 혁신팀 신설, 고객경험 체계화 콘텐츠 만족도 4.7점, 교육질적 도약 교사·학부모 맞춤 서비스 편의 강화

인솔 교사를 위한 맞춤 서비스도 강화했다. 대규모 단체 체험에 앞서 사전 안내와 답사 서비스를 제공해 체험 진행의 혼선을 줄였다. 이병균 이사장은 매주 현장에서 교사들과 직접 차담회를 갖고 개선점을 청취했다.

잡월드는 체험 몰입도를 높이기 위해 체험 복 전면 교체, 롤플레이팅 현실감 강화, 최신 직업 트렌드 반영에 집중했다. 어린이·청소년 체험관에는 신규 체험실이 속속 들어섰고, 미래 직업관도 새로 구축됐다. 그 결과 콘텐츠 만족도는 5점 만점에 4.705점을 기록했다.

또한 단순 체험을 넘어 미래 유망직업과 교

과 과정 개편을 반영한 프로그램 개발, 숙련기술 멘토링 확대 등 교육적 깊이를 더했다. 잡월드가 직업을 ‘보여주는 공간’을 넘어 미래 인재를 위한 준비의 장으로 자리잡아가는 이유다.

◆ 경영평가 최하위서 3위로

눈에 띄는 변화는 경영평가에서도 드러났다. 수년간 노동부 산하 기관 평가에서 꼴찌를 맴돌던 잡월드가, 지난해 단숨에 3위로 뛰어올랐다. 이병균 이사장은 취임 직후부터 비상임 이사·노조·직원 등 이해관계자 의견을 수렴하고, 미션·비전·전략과제를 새로 짰다.

이 과정에서 예산 29억 5000만 원 증액, 마케팅전략팀 신설 등 조직 개편도 단행했다. 하지만 진짜 변화는 ‘현장 중심 경영’에서 시작됐다.

취임한 날부터 매일 체험관을 직접 돌며 방문객과 현장 직원들을 만났다. 지금도 매일 체험관부터 안내데스크, 공연장과 주차장까지 현장을 도는 그의 걸음 수는 하루 평균 1만 보를 훌쩍 넘는다.

발걸음마다 현장을 방문하는 학부모, 교사들에게 직접 들은 의견이 쌓여갔다. 이병균 이사장은 “현장은 고객을 직접 만나는 최전선”이라며 “사무실에서 아무리 머리를 굴리고 기획해도 현장에 뿌리를 내리지 못하면 아무 의미가 없다고 생각했다”고 말했다.

노동계 출신인 이병균 이사장은 노조와의 협력적 소통에도 힘을 쏟았다. 자회사인 한국

잡월드파트너즈와 함께 ‘모자회사 노사협의체’를 출범시키고, 자회사 직원들과 합동 TF를 운영했다. 고객 응대와 서비스 품질을 높이기 위해 정기 회의 체계화, 효율적 인력 운영 기준 마련, CS 캠페인 강화도 추진했다.

이처럼 잡월드 내부와 자회사 직원이 함께 변화의 주체로 참여하면서, 조직 전체의 동력이 커졌다. 새 미션과 비전은 직원 설문조사를 거쳐 수립돼 공감대와 실행력을 동시에 확보했다.

◆ 연간 방문객 100만 돌파 목전

잡월드의 누적 방문객은 개관 13년 만인 올해 7월 900만 명을 넘어섰다. 특히 지난해 방문객 96만 명은 사상 최대치로, 연간 100만 돌파가 눈앞이다.

이 수치는 단순히 체험 인원 증가가 아니다. 코로나19 팬데믹으로 방문객이 10% 수준으로 급감했던 시기, 학령인구 감소라는 구조적 한계 속에서도 잡월드가 체질 개선에 성공했다는 방증이다.

연간 100만 시대 임박, 사상최대 기록 미래직업관 프로그램 등 체험 다양화 복합문화공간 조성, 가족 체험 명소화 AI·디지털 전환 대응, 국가 허브 지향

잡월드 관계자는 “직업체험관을 넘어 진로 교육과 문화 체험이 어우러진 국가대표 기관으로 자리 잡았다”고 설명했다.

잡월드가 지난 2년간 거둔 변화는 뚜렷하다. 체험 중심에서 체감 중심으로, 잡월드 단독 진행에서 상호협력 체계로, 단순 직업 소개에서 미래 직업 전망 제시로 나아갔다.

하지만 성과가 곧바로 안착을 의미하는 것은 아니다. 연간 방문객 100만 시대를 넘어, 인공지능·디지털 전환·고령화 등 급격히 변화하는 노동시장에 어떻게 대응할지가 다음 과제다.

이병균 이사장은 “잡월드는 단순한 체험 공간이 아니라 미래 세대가 역량을 기를 수 있는 국가 인적자원 개발 허브가 돼야 한다”며 “고객과 현장, 그리고 직원과 함께 지속 가능한 변화를 이어가겠다”고 강조했다.

/세종=한용수기자 hys@metroseoul.co.kr



성남시립교향악단 뮤직페스티벌.



카카오모빌리티 인터랙티브 무료 전시관.