

삼성에버랜드 50年 通史

50-Year Story

제1장 삶의 질 향상을 위한 혁신의 첫발(1963~1973)

- 제1절 국토개발을 위한 초석, 중앙개발의 출범
- 제2절 골프의 명가, 안양컨트리클럽 개장
- 제3절 종합부동산개발회사로의 전환 모색
- 제4절 땅을 풍요롭게, 국토개발 의지의 발현

제2장 국토개발의 새 장을 열다(1974~1987)

- 제1절 국토개발의 시범장 용인자연농원
- 제2절 국내 최초 가족동산 용인자연농원 개장
- 제3절 국내 빌딩관리사업 선도
- 제4절 이어지는 국토개발 의지와 신규사업 개시

제3장 제2창업과 혁신, 국민생활을 풍요롭게(1988~1996)

- 제1절 대한민국 서비스산업의 개척
- 제2절 빌딩관리의 선진화와 고객의 공간 창조
- 제3절 국민건강 증진을 위한 푸드서비스 본격화
- 제4절 국내 레저산업의 새 지평 개막

제4장 삼성에버랜드로 새출발, 종합서비스기업으로(1997~2002)

- 제1절 21세기 초일류 종합서비스기업, 삼성에버랜드
- 제2절 고객의 자산가치 제고
- 제3절 선진 운영시스템 구축에 의한 푸드서비스 확대
- 제4절 세계적인 테마파크로 성장한 에버랜드

제5장 고객 생활과 비즈니스의 새로운 가치 창조(2003~2009)

- 제1절 생활에너지기업으로의 도약
- 제2절 E&A사업의 시너지 창출
- 제3절 새롭고 즐거운 식음문화 창출
- 제4절 세계와 소통하는 글로벌 엔터테인먼트

제6장 Life Infra Inventor, 삼성에버랜드(2010~2013)

- 제1절 고객 성공을 위한 VISION 2020 선포
- 제2절 Value Chain 확대를 통해 고부가가치 산업으로
- 제3절 토털 식음서비스 사업으로 도약
- 제4절 한국을 대표하는 World Class Resort

제1장 삶의 질 향상을 위한 혁신의 첫발(1963~1973)

제1절 국토개발을 위한 초석, 중앙개발의 출범

1963년 삼성그룹의 사옥건립을 추진하기 위해 창업한 동화부동산이 삼성에버랜드의 시작이었다. 1965년 우리나라 최초로 시도한 종합매스컴센터인 중앙매스컴빌딩을, 1966년 그룹사옥인 삼성빌딩을 성공적으로 건설하고 1967년 중앙개발로 상호를 변경하며 도전과 혁신의 대장정에 나섰다.

1951년 1월 설립한 삼성물산을 필두로 1953년 제일제당, 1954년 제일모직을 잇달아 설립하며 경영다각화를 이룬 삼성은 1962년 착수된 경제개발 5개년 계획에 발맞춰 수출증대를 도모, 비약적으로 사세를 확장시켜 나갔다. 1958년 안국화재에 이어 1963년 동방생명보험을 인수함으로써 삼성은 손해보험업과 아울러 생명보험업에도 참여하게 되었다. 1963년에는 라디오, TV, 신문을 포괄한 언론사업부문의 청사진도 제시했다. 사업을 통해 국가발전에 이바지해야 한다는 이병철 선대회장의 '사업보국' 정신을 근간으로 삼성은 무역업에 기반해 제조업, 금융업, 방송업 등 각 분야로 사업영역을 확장함으로써 우리나라 최대 기업군으로 성장했다.

이에 당시 산재해 있던 그룹 각 사를 한 군데로 수용, 결집해 안정적 사업기반을 구축해야 할 필요성이 높아지자 삼성은 기업의 규모와 위용을 드러낼 수 있는 사옥 마련을 추진했다. 또 언론사업 청사진을 구체화시켜 종합매스컴센터 건립과 신문용지의 원활한 공급을 위한 제지공장 설립을 함께 모색했다. 그리하여 1963년 12월 23일 '동화부동산(주)'을 설립, 그룹사옥과 종합매스컴센터 건립, 제지공장과 조림용지 확보 등을 전담하는 전문회사로 첫발을 내디뎠다.

한국건축의 정수를 담고자 한 삼성빌딩

"무게가 있으면서도 현대적 감각을 풍기는 한국의 검은 화강석과 대리석, 그리고 하나하나가 조화미를 가지면서도 곡선미가 살아있는 한국 건축의 정수를 담고자 했다. 번화가에서 지반이 단단한 귀진사(鬼眞砂)를 10m 이상 굴토하는 지하 2층 공사는 그야말로 난공사였다. 인가에 피해를 최소화하기 위해 주위에 널말뚝(Sheet Pile) 342매를 박아 굴토작업을 했고, 인접한 미 대사관, 반도호텔의 특수성을 감안해 제한된 시간에만 중기를 사용했다. 노심초사한 보람도 없이 9월 쏟아진 폭우로 온 공사장이 물에 잠겼다. 지하실에 얽힌 복기용 목재는 마치 거미줄과도 같았고, 그 속에서 남루한 옷을 기우는 듯한 공사들을 진행했다. 차량의 출입마저 자유롭지 못한 지역에 작업장도 없고 자재 야적장도 없는 악조건 속에서 공사를 해야 했다." 삼성빌딩 건설을 담당했던 동화부동산 직원들의 증언이다. 동화부동산은 수많은 어려움 속에서도 우리나라 인텔리전트 빌딩의 시초이자 삼성그룹 최초의 사옥인 삼성빌딩을 성공적으로 건설해냈다.

동화부동산은 가장 먼저 그룹사옥인 '삼성빌딩' 건립에 착수했다. 이병철 선대회장은 평소 삼성의 긍지를 나타낼 수 있는 국내 최고 규모와 시설의 빌딩을 구상하고 있었다. 동화부동산은 설립과 동시에 동방생명으로부터 1147m²(346.9평) 규모의 서울 을지로 1가 50번지의 부지를 매입하고 1964년 4월 2일 기공식을 가졌다. 지하 2층, 지상 10층, 옥탑 2층의 그룹사옥을 마련한다는 계획이었다. 이와 함께 삼성물산에서 실무를 맡고 있던 중앙매스컴빌딩 건립 추진을 이관받아 설계 업무를 시작하고 1964년 4월 27일 착공했다.

동화부동산은 우리나라 최초로 시도한 종합매스컴센터인 중앙매스컴빌딩을 1965년 9월 22일에, 그룹사옥인 삼성빌딩을 1966년 1월 31일 준공했다. 중앙매스컴빌딩과 삼성빌딩 모두 기존 빌딩과 차원을 달리하는 첨단 빌딩으로 장안의 화제를 모았으며, 동화부동산은 회사 성장의 단초를 마련할 수 있었다.

그러나 1965년에 중앙매스컴센터를 중앙일보에 매각하게 되어 임대사업에 차질이 생겼고, 이어 삼성그룹에서 새한제지를 인수함으로써 제지공장 설립 검토가 무산되는 등 동화부동산은 회사 설립 시 목표했던 사업계획을 잇달아 철회해야만 했다. 이러한 사업 침체는 당시 사업을 검토하고 있던 조림사업과 골프장 건설 추진도 어렵게 만들었다.

이에 동화부동산의 제반상황을 수습하고 조림 및 임산업, 토지개발, 과수원 및 원예업, 택지조성 등을 사업목적으로 하여 1966년 5월 4일 '중앙개발(주)'을 발족했다. 중앙개발은 설립 이후 당시 시급한 국가과제였던 산림녹화를 비롯한 국토개발사업 추진에 앞장섰으며, 이와 함께 조림, 펄프원목 공급, 골프장 건설 등을 주요 사업으로 추진했다.

한편 동화부동산은 기존 건설 위주의 조직을 빌딩관리조직으로 개편해 삼성빌딩의 내부설비를 보완하고 임대유치에 전력을 투입했다. 그 결과 준공 시 53%에 그쳤던 임대율이 80%까지 신장돼 경영이 안정화되자 1966년 8월 30일 '동화진흥(주)'으로 상호를 변경하고 새로운 활로를 모색했다.

중앙개발은 1967년 3월 그동안 추진하던 조림사업 일체를 전주제지(전 새한제지, 현 전주페이퍼)에 이관했다. 회사 설립의 원대한 포부였던 국토개발사업의 포기로 사세가 위축되면서 새로운 진흥책을 모색해야 하는 시점이었다.

사업영역 확대를 원하던 동화진흥과 골프장 건설을 위한 안정적 재원확보가 필요했던 중앙개발은 합병에 의견을 모으고 1967년 3월 31일 합병계약을 체결했다. 중앙개발을 흡수 합병한 동화

진흥은 그해 6월 20일 임시주주총회에서 중앙개발로 상호를 변경하고, 6월 30일 상호변경 등기를 마치며 새로운 탄생을 알렸다. 중앙개발은 삼성빌딩의 임대사업, 골프장 건설, 건설사업, 개발사업 등 4개 부문으로 사업영역을 재편하고 본격적인 성장의 발걸음을 재촉했다.

제2절 골프의 명가, 안양컨트리클럽 개장

중앙개발은 1968년 안양컨트리클럽(현 안양컨트리클럽)을 개장하며 우리나라 골프역사에 새로운 시대를 개막했다. 안양컨트리클럽은 세계적 골프장과 견줄 수 있는 국제 규모의 명문골프장으로 고품격 비즈니스의 장을 제공했다.

1960년대 들어 경제성장이 가시화되면서 우리나라 골프인구도 증가하기 시작했다. 이에 반해 1960년대 초 서울 근교의 골프장은 서울컨트리와 한양컨트리 등 2개 골프장에 불과했다.

일찍이 스포츠로서 골프에 관심이 깊었던 이병철 선대회장은 경제성장에 부응하고, 세계적 골프장과 견줄 수 있는 우리나라 대표적인 골프장 건설사업을 계획했다. 이를 위해 양주군, 광주군, 시흥군, 화성군, 용인군 등 서울에서 1시간 내 거리의 전 지역을 직접 답사하면서 골프장 부지를 물색했다. 최종적으로 경기도 시흥군 남면 일원을 골프장 부지로 선정했다.

중앙개발은 6개월여에 걸쳐 분묘이전 작업을 벌인 결과 1966년 9월 부지를 확보하고 잔디번식장을 조성해 나갔다. 1967년 3월, 12번 홀의 토목공사와 잔디심기에 착수하면서 골프장조성공사가 시작됐는데, 조형과 잔디심기는 직영으로 진행했다. A그린에는 시-사이드벤트그라스를, B그린에는 고려지를 파종했으며, 코스에 변화감을 주고 계절감을 느낄 수 있도록 꽃과 나무를 심는 등 조경에 심혈을 기울였다. 잔디심기는 1967년 7월 완료됐다.

골프장의 본 건물이자 메인 포인트가 되는 클럽하우스는 ‘호화롭지 않은, 전원풍경과 어울리는

이병철 선대회장과 골프

이병철 선대회장은 골프의 진수를 아는 진정한 애호가였다. 호암자전에서 그는 ‘나는 시간낭비를 싫어한다. 매일의 일과는 빈틈없이 시간배분이 되어 있기 때문에 잡념이 끼어들 겨를이 없다. 그러나 사업 외에는 미리 시일을 정해 놓고 거르지 않는 것이 있다. 바로 골프다. 건강을 위해서 시작했지만 70세가 넘은 이제 와서는 생활의 일부가 되어 일상생활과 끊을 수 없게 되고 말았다. 일주일에 2~3일씩 규칙적으로 코스에 나가는데, 벗들과 어울려 푸른 잔디를 밟으며 맑은 공기를 만끽하다 보면 마음도 몸도 가벼워진다. 오늘의 내 건강도 골프 덕이 아닌가 생각한다. 때로는 문득 사업의 아이디어가 떠오르고 결단의 장소가 되기도 한다’고 술회했다.

단아한 건물을 짓는다’는 기본 방침 아래 1967년 8월 1일 착공했다. 총 1673m²(506평)의 2층 건물과 분수대, 연못을 중심으로 아름다운 조경을 조성해 1968년 4월 20일 준공했다. 중앙개발은 1967년 8월 임시이사회를 열어 사업장의 상호를 ‘안양컨트리클럽’으로 정하고, 남녀 각 25명씩 캐디를 채용하는 등 운영체계를 마련했다.

1968년 6월 16일 드디어 안양컨트리클럽(현 안양컨트리클럽)이 개장됐다. 코스면적 86만 6116m²(26만 2000평), 18홀, 6854야드(6267m)의 국제 규모 명문골프장의 등장이었다. ‘코스에 떨어지는 공이 잔디 위에 떠 있고, 코스를 걸을 때 용단 위를 걷는 듯한 느낌’을 주문한 이병철 선대회장의 의지를 실현하기 위해 안양컨트리클럽은 좋은 품종의 잔디를 도입함은 물론 최신 장비를 활용해 전 코스를 매일매일 세심하게 돌봤다. 특히 벚꽃, 살구꽃, 영산홍 등 코스 주변에 각종 꽃과 유실수를 심어 그야말로 선경(仙境)을 방불케 하는 경관을 자랑했다.

제3절 종합부동산개발회사로의 전환 모색

중앙개발은 부동산 건설, 빌딩관리, 골프장 건설 등을 담당하는 종합부동산개발회사로 발돋움했다. 택지조성 사업에 이어 주택사업을 본격화하면서 건설회사로서의 입지를 굳혔다.

1967년 우리나라 인구가 3000만 명을 돌파하면서 주택난이 심화되기 시작했다. 특히 서울의 인구증가율이 두드러졌는데 전 도시인구의 43%를 차지했다. 서울의 과밀화는 자연스럽게 주택난 심화를 초래했다.

이에 대응해 중앙개발은 직원들의 주택비용 부담을 덜어 주기 위해 1969년 11월 서울 사당동 A,B지구에 삼성사우촌을 건립, 무주택사원 109명에게 내 집 마련의 기회를 제공했다. 또 조성된

중앙개발 판매비상체제 선언

중앙개발은 부동산 경기침체로 택지조성사업과 주택사업에 있어 심각한 타격을 입었다. 이에 1971년 8월 24일 판매비상체제를 선언하고 회사목표 14억, 개인목표 630만 원의 가치를 내건 ‘전 사원 세일즈맨 운동’을 1972년까지 전개했다. ‘1인 1필지’를 목표로 판매부진 타개를 위한 총력판매에 돌입한 결과 명일동지구 194필지 중 164필지, 안양지구 126필지 중 116필지를 판매하는 성과를 거뒀다. 1972년에는 판매부진 타개책으로 주택서비스센터를 운영했다. 주택서비스센터는 주택의 일반수리, 증축·개축·신축의 설계·감리·시공, 주택의 내부설치 보완 및 인테리어, 각종 기술상담 및 진단 등을 주 업무로 하여 1년 동안 운영됐다. 특히 중앙개발에서 건립한 주택뿐 아니라 일반주택을 대상으로도 서비스를 펼쳐 기업의 이미지 향상에 기여했다.

택지를 삼성사원은 물론 일반에게도 분양해 중앙개발은 1차 택지조성사업을 성공적으로 마무리했다.

중앙개발은 택지조성사업을 본격적으로 추진하기 시작, 부동산의 확보와 관리분야에서 개발분야로 업의 영역을 확대해 나갔다. 1970년 4월 사당동 C지구에 1차년도 사업용지 2배에 달하는 15만 5372m²(4만 7000여 평)의 부지를 확보, 먼저 1년 여의 기간 동안 순대지 8만 1316m²(2만 4598평), 267필지의 택지를 조성하고 택지분양에 착수했다. 택지분양은 총 3차에 걸쳐 이뤄졌으며, 택지조성공사 완료 전에 이미 207필지가 분양됐다.

그러나 택지조성의 과잉열기로 경쟁이 치열해지고, 부동산 경기가 침체되면서 택지조성사업은 여러 가지 한계에 부딪혔다. 이에 중앙개발은 택지조성사업을 주택사업으로 전환하기로 하고 삼성뉴타운 사업을 본격화했다. 이미 삼성빌딩과 중앙매스컴센터 등을 건설하며 중앙개발은 외형이나 기술 면에서 단연 업계 우위 수준에 서 있었다.

1971년 8월 삼성뉴타운 안양지구 52동을 건설해 성공적으로 분양한 중앙개발은 서울 명일동에 3개년 동안 190동의 주택건설을 계획했다. 그러나 1971~1972년 동안 건립, 분양한 73동은 입지의 불리함과 높은 분양가로 분양률이 저조하기만 했다. 설상가상으로 1971년 서울외곽지대에 개발제한지역(그린벨트) 지정이 이뤄지면서 주택건설사업도 불황에 빠져들었다.

이러한 주택사업의 침체 속에서도 중앙개발은 건설회사로서의 입지를 굳건히 했다. 토목과 건축의 기본계획, 조사, 설계, 자재 구매조달, 시공감리를 주 업무로 하면서 주요 공사에 참여했다. 1965년 중앙매스컴빌딩 신축, 1966년 삼성빌딩 신축을 시작으로 1968년 고려병원 신축, 제일모직 경산공장 신축, 성균관대학교 과학관 신축, 호암관 신축, 1969년 신세계백화점 증축 및 개보수공사, 1970년 삼성물산 구로동공장 신축, 1971년 동방생명 경남지사(영남총국) 신축 등을 성공적으로 수행했다. 이를 통해 중앙개발은 국내 정상 수준의 건설기술력을 확보하면서 업계 위상을 높여 나갔다.

제4절 땅을 풍요롭게, 국토개발 의지의 발현

이병철 선대회장은 불모지를 '생산하는 땅'으로 변화시켜 후손들에게 물려주기 위한 체계적 국토개발을 본격 추진했다. 중앙개발은 이를 위해 1972년 용인종합개발계획을 수립, 크게 농림축산사업과 관광문화사업을 전개하기로 하고 가장 먼저 대규모 조림사업에 나섰다.

국가적으로 중차대한 과제 중 하나였던 국토개발은 그 필요성에 대해서는 누구나 절감하면서도 정부에서조차 선뜻 추진하지 못했다. 이러한 상황 속에서 이병철 선대회장은 "나는 진후 처음으로 일본으로 도일할 때 기내에서 내려다 본 한국의 유난히 험벗은 국토와 일본을 비교하면서 생각하고 있었다. 언젠가는 대한민국 산야에 나무를 심어 녹화시켜야 한다고 생각했지만 그 후 수십 개의 기업을 창립하여 운영하느라 손이 미치지 못했다. 그러나 해를 거듭하며 각 기업도 순조로이 성장을 해 여유가 생겼기 때문에 지금부터 수년 전에 생각하고 결의했던 녹화사업을 하고 싶다"고 국토개발 의지를 피력하며 산지개발을 위한 구체적인 실천방법을 모색했다.

중앙개발은 황무지를 생동하는 땅으로 변모시켜 후손들에게 물려주기 위한 산지개발사업을 1970년에 착수했다. 전국을 누비며 개발지역 후보지를 물색한 결과 용인지역, 경주 근처 산지, 추풍령고개 근처, 문경새재 일대 등 최종 후보지 4개 지역 중 용인군 포곡면 일원을 개발지역으로 선정했다. 불모지가 '생산하는 땅'으로 변한 모습을 많은 사람들이 쉽게 찾아와 볼 수 있어야 하기 때문이었다.

이에 따라 용인군 포곡면의 신원리, 유운리, 가실리, 마성리, 영문리 일원 지역에 대해 1970년 2월부터 부지매입에 착수했다. 그리고 표고 100~450m, 경사 20~30도에 이르는 지형조건을 극복

사업부제 도입

1974년 지하수개발사업, 1975년 폐수처리사업, 그리고 1976년 자연농원 개장 등 사업영역을 확대하는 과정에서 전사의 기구조직을 책임경영체제로 전환시키기 위해 1975년 12월 1일 사업부제를 채택, 도입했다. 사업부제 도입은 이익책임단위로 기구조직을 구분함으로써 책임과 권한의 한계를 분명히 하여 사업별 의사결정을 보다 신속하고 합리적으로 추진하기 위함이었다. 이에 따라 관광사업부, 부동산사업부, 건설사업부, 개발사업부, 골프장사업부 등 5사업부 1관리부로 기구조직 편성이 이뤄졌다.

이후 1985년 개인별 사업부제로 확대돼 사원 개개인의 목표관리로 진전됐으며, 1991년에는 팀제를 도입해 과 단위 중심의 업무체계를 팀 단위로 편성했다. 6사업부 1실 4관리소 61과에서 5사업부 3부 2실 16팀 16과로 변경, 해당 파트에서 직접 부로 이어지는 간소화를 이뤄 신속한 의사결정과 효율화를 기할 수 있게 됐다.

하기 위한 사업장 배열과 수종선택에 고도의 과학적 검토를 실시했다.

1972년 2월 종합개발계획을 수립한 후 4월 한 달 동안 종합토양조사를 실시, 크게 농림축산사업과 관광문화사업의 2개 영역으로 나누어 추진하기로 방침을 정했다. 농림축산사업은 우선 황폐한 산림을 단시일 안에 종합적·집약적으로 개발하기 위해 각종 유실수와 장기수를 조립하고 각종 식물의 신품종·신기술을 보급하는 농림교육장으로 출발했다. 관광문화사업은 국민의 산교육장이자 국토개발의 시범장으로서의 기능을 위해 자연동물원과 식물원을 조성한다는 계획을 세웠다.

이병철 선대회장은 “나는 이 현장이 백만 인의 ‘자연 산교육장’으로 기여할 것임을 믿어 의심치 않으며 누구나 국토개발에 참여할 수 있는 의욕이 고취되어 앞으로 제2, 제3의 용인단지가 계속 개발되어 한 평의 땅도 유희지로 남지 않을 날이 올 것을 충심으로 기대해 마지않는다”고 용인단지 개발사업에의 열정과 의지를 표명했다.

대규모 조림사업을 위해 1973년 좋은 묘목을 공급하기 위한 종합묘포장을 조성했으며, 1972년 4월 4만여 주의 밤나무를 식재하며 전 단지를 조립하기 시작해 1975년 4월 178만 주의 경제조림을 조성했다. 이와 함께 1973년 5월 원종돈을 도입하며 토질개량에 필요한 퇴비를 공급하기 위한 양돈사업에 착수했다.

제2장 국토개발의 새 장을 열다(1974~1987)

제1절 국토개발의 시범장 용인자연농원

용인자연농원은 말 그대로 ‘체계적인 국토개발의 시범장’이었다. 경제조림단지, 유실수단지, 종합묘포장, 양돈장, 양어장, 가족동산 등을 조성해 우리나라 국토개발의 방향성을 제시했다.

1974년 7월 15일 용인종합산림개발단지를 ‘용인자연농원’으로 명명했다. 비옥한 땅에는 유실수와 경제림을, 척박한 땅에는 양돈사업을 시행해 개량돈 개발과 조림에 필요한 퇴비를 공급했다. 또 묘포나 양돈에 필요한 용수를 확보하기 위해 저수지를 조성하고 양어와 낚시터를 겸하도록 했다.

용인자연농원의 이러한 개발과정은 말 그대로 ‘국토개발의 시범장’ 그 자체였다. 용인자연농원

개발에 임하는 중앙개발 임직원들은 ‘실패하면 우리나라에 산지개발은 없다’라는 사명감과 각오로 열정적인 노력을 다했다.

물론 사업 초기 단계에서는 수많은 난관에 부딪혔고 이를 극복해야 했다. 우선 국토이용에 관한 전반적인 인식이 부족했고, 산지개발에 대한 국민의 관심 또한 매우 낮았다. 기업 조림에 관한 정보 부족으로 사업의 경제성 제고를 위한 자료수집에도 많은 어려움이 따랐다. 게다가 산림관계 법령만도 10여 가지나 되고 일관성이 없는 데다 행정조직 자체의 경직성 때문에 사업 진척이 초기에는 지지부진했다.

그럼에도 불구하고 약 5년간에 걸쳐 46억 원을 투입해 세계적으로도 찾아보기 힘든 종합농장인 용인자연농원을 완성해 나갔다. 경제조림단지를 비롯해 밤·호두단지, 묘포장, 축산단지, 그리고 가족동산 등 실로 방대한 규모였다. 경제조림단지에는 다른 나무에 비해 생장이 빠른 오동나무, 잣나무, 은행나무를 식수해 산림녹화와 더불어 소득증대를 추구했으며, 유실수단지에는 밤나무를 주종으로 하여 호두나무, 살구나무, 은행나무 등을 심었다. 용인자연농원은 종합묘포장을 함께 조성해 품종개량과 작물재배기술을 발전시켜 우리나라 풍토에 적합한 1200종의 신품종을 개발하는 등 생산성을 높였다.

용인자연농원에서 수확한 살구, 밤 등은 생과와 가공품으로 제조해 시판됐다. 특히 밤나무 단지에서는 1975년 29톤의 첫 결실을 거둔 이래 놀라운 증산을 보여 1976년 10월에 선진국이었던 일본에 국내 최초로 밤 5톤을 수출한 것을 시작으로 매년 밤, 살구 수확물을 수출하여 우리나라 농산물 수출의 가능성을 제시했다. 또한 농고생 실습교육이나 산지개발 세미나 등 자연농원을 배우고자 하는 사람들에게 언제나 개방해 기업농으로서 실습교육의 역할을 다했다.

국토개발에 대한 뜨거운 이상

“누가 무어라 해도 나의 국토개발에 대한 뜨거운 이상은 꺾지 못할 것입니다. 나무 한 그루, 돌멩이 하나에 나의 온갖 정성과 노력을 쏟은 자연농원이 산지개발의 시범장으로서 후세에 길이 남게 될 것으로 믿어 의심치 않습니다.”

1980년 7월 전경련 최고경영자회의에서 이병철 선대회장이 용인자연농원에 대한 의지를 밝힌 것처럼 수백만 주의 나무를 직접 보살피며 국토개발에 열정을 쏟았다. 수많은 사람들의 땀과 노력으로 용인자연농원은 황무지에서 생동하는 땅으로 다시 태어났다.

자연농원 개장식이 치러진 1976년 4월 17일, 자연농원 곳곳에는 “이곳을 보시고 버려진 48억 평 국토에 내일을 가깝시다”라는 글귀가 쓰여진 표지판이 세워져 있었다. 이는 자연농원이 국토개발의 시범장임을 대외적으로 공표하는 동시에 개발에 임했던 임직원들의 자부심을 표현하는 것이기도 했다.

1973년에 614두로 시작한 양돈사업은 1979년에 5개 양돈장에서 3만 2000두의 돼지를 사육하는 국내 최대 양돈장으로 발전했다. 1976~1979년까지 자연농원 양돈장에서 생산 출하된 돼지는 10만 두에 달했으며 600만 달러의 수출실적을 올렸다. 무엇보다 3원교배의 품종개량으로 ‘과학양돈’을 실현하며 증산효과는 물론 개량돈 보급, 비육돈 수출의 성과를 거뒀다.

제2절 국내 최초 가족동산 용인자연농원 개장

1976년 국내 최초 가족동산 개념의 자연농원(현 에버랜드)을 개장하면서 국민 레저문화의 장을 열었다. 자연식물원, 자연동물원 그리고 놀이동산을 설치해 가족이 함께 즐길 수 있는 가족동산의 역할을 다하며 1985년부터 장미축제를 개최, 온 국민의 휴식·레저공간으로 거듭났다.

‘10년 앞을 내다본 온 국민의 산 교육장’을 실현하기 위한 가족동산은 가실리와 전대리 일대에 조성됐다. 총 66만 1157m²(20만여 평)의 규모에 자연식물원, 자연동물원 그리고 놀이동산을 설치해 온 가족이 함께 즐길 수 있는 가족동산의 역할을 수행하고자 했다.

23만 1405m²(7만여 평) 규모의 자연식물원은 1973년부터 착수해 플라워센터(Flower Center), 로즈가든(Rose Garden), 썬큰가든(Sunken Garden)을 1975년 조성 완료했다. 지형을 살려 온실식 식물원이 아닌 노천식 식물원으로 조성함으로써 단순한 유원지 개념을 넘어 휴식처인 동시에 산 교육장으로서 도시와 농촌의 가교역할을 하도록 했다.

자연동물원은 갇힌 동물이 아닌, 자연의 동물과 인간이 가깝게 만날 수 있는 공간형성에 주력했다. 1974년 조성공사를 시작해 1976년 초 마무리했는데, 16만 5289m²(5만여 평)의 자연공간에 사자사파리, 사슴방목장, 열대동물사, 원숭이동산, 산양방목장 그리고 한 가운데 어린이 동물원을 배치해 포유류와 조류의 생태를 쉽게 볼 수 있도록 했다. 특히 방사식으로 만들어진 사자사파리는 국내뿐 아니라 아시아권에서 최초로 조성한 것이었다.

놀이동산은 모처럼 나들이 나온 가족들, 특히 어린이들에게 신나는 경험을 제공하기 위해 1975년 7월 공사를 착수했다. 요술집을 중심으로 제트열차, 회전목마, 스포츠카, 신나는 보트, 비행의자, 데이트컵, 미니카, 아프리카탐험 등 9기종과 어린이놀이터를 설치, 국내 최대 규모의 놀이농산으로 탄생했다.

1976년 4월 17일 ‘용인자연농원’의 역사적인 개원식이 이뤄졌다. 개원식 다음날인 4월 18일에 일반에게 공개됐는데, 첫날 2만 5000여 명의 관람객이 몰려 국토개발의 현장이며 자연학습장으로 조성된 용인자연농원의 참모습을 체험했다. 용인자연농원은 1인당 국민소득이 818달러에 불과하던 시대, 국민 레저문화의 새로운 장을 열며 바쁜 도심생활에 지친 국민에게 비일상적인 체험과 휴식, 격조 높은 정서적 안정과 즐거움을 제공했다. 살아 있는 자연에 대한 연구기관이자 생태환경 학습장의 기능도 충실히 수행함으로써 사회교육적 측면에서도 지대한 성과를 거뒀다.

자연농원 관람객 수는 1976년 88만여 명, 1977년 146만여 명, 1978년 151만여 명으로 꾸준한 증가추세를 보였다. 이후 유원지로서 역할을 요구하는 고객의 기대를 받아들여 1981년부터 레저공간의 확대를 추진했다. 그해 3월 후름라이드 도입을 시작으로 1985년에는 지구마을을 건설하는 등 매년 놀이시설을 확충해 나갔다.

1985년 6월에는 놀이시설과 동물원 위주의 관람패턴과 놀이문화를 획기적으로 변화시키기 위해 ‘장미축제’와 ‘야간개장’을 개시했다. 국내 최초로 장미를 테마로 한 축제를 기획하여 다채로운 프로그램을 통해 고객들을 사로잡으며 우리나라 꽃 축제 시대의 서막을 열었다. 장미축제와 함께 야간개장을 시작해 1982년 야간통행금지가 해제된 이후에도 마땅히 즐길 수 있는 공간이 없었던 시절 새로운 여가문화를 창조했다.

이듬해인 1986년 10월부터 산을 평지로 만드는 확장공사에 들어가 1987년 하이랜드를 조성함으로써 가족동산은 66만 1157m²(20만 평)에서 99만 1736m²(30만 평)으로 크게 확장됐다. 여기에 환상특급(현 롤링엑스트레인) 등 대형 놀이시설이 들어서고 주차장이 대폭 증설돼 자연농원은

세계적 희귀종, 사불상을 들여와라

용인자연농원은 개장준비를 하며 특이한 동물을 도입하기로 하고 사불상 도입 계획을 세웠다. 하지만 세계적 희귀종 사불상 도입은 분양받은 일부터 난관에 봉착했다. 당시 사불상을 제대로 사육번식할 수 있는 곳은 영국 동물원뿐이었다. 사불상 분양을 신청해도 2년에 1마리씩 순서대로 분양하고 있어 너무 오래 기다려야 했다. 이때 영국의 모 백작이 100여 마리의 사불상을 기르고 있다는 정보를 입수하고, 설득 끝에 10마리를 분양받기로 했다.

그런데 더 큰 문제는 그 이후였다. 우리나라 검역법상 국내 반입이 금지돼 있었던 것이다. 이병철 선대회장은 농수산부장관을 직접 만나 사불상의 질병유무를 검사 확인한 후 병이 없으면 도입을 허가하도록 요청했다. 정밀검사 결과 사불상에 병이 없다는 판정이 나왔지만 도입허가는 여전히 이뤄지지 않았다. 재차 관계당국에 건의한 결과 미국을 경유해 들어오는 것으로 조건부 도입허가를 받았다. 이렇게 하여 용인자연농원은 세계적 희귀종인 사불상을 국민들에게 선보일 수 있었다.

레저공간으로서 역할을 크게 제고했다. 그 결과 1985년 개장 이래 최초의 흑자를 기록한 자연농원은 1986년 입장객 200만 명을 돌파했다. 1987년에는 240만 명의 관람객이 다녀가 온 국민의 휴식·레저공간으로 눈부신 발전을 거듭했다.

안양컨트리클럽은 1976년부터 '페어웨이 잔디교체 5개년 계획'을 수립해 1982년까지 안양중지로 잔디를 교체하고 국내 최고의 골프장으로서 명성을 이어 갔다. 국내 골프문화를 선도해온 안양컨트리클럽은 1985년부터 1987년까지 '세계제일운동'을 전개해 세계 속의 골프클럽으로 발돋움해 나갔다. 분임조활동이라 지칭되는 QC(품질관리, Quality Control)를 도입해 캐디들의 자긍심을 높이고 경기보조원으로서 사명감을 갖게 하는 등 전 직원들의 역량을 높여 고품질의 서비스를 제공할 수 있게 됐다. 또 1985년 7월 요금후불제를 실시하기로 하고, 자체적으로 골프장운영전산시스템을 개발해 1986년 1월부터 본격 시행에 들어가는 등 고객의 편의를 위한 독창적인 운영시스템을 구축했다.

제3절 국내 빌딩관리사업 선도

중앙개발은 '건물을 지키는 것'이 전부였던 1970년대 건물관리 업무의 표준화와 자동화, 규격화를 추진하며 국내 빌딩관리사업을 선도했다. 1977년 빌딩관리사업부를 발족하고 빌딩관리를 본격화했으며, 1981년부터는 조경관리도 확대해 나갔다.

1966년 삼성빌딩을 준공하면서 시작한 중앙개발의 빌딩관리사업은 순조로운 임대와 함께 과학적 빌딩관리로 발전해 나갔다. 1969년에는 국내에서 처음으로 '건물관리 체크리스트'를 마련해 업무를 표준화시키는 한편 자재의 규격화와 시설의 자동화를 추진했다. '건물을 지키는 것'이 전부

시큐리티 전문화의 모태

중앙개발은 빌딩관리를 확대하면서 소관업무 중 보안업무를 전문화하기로 하고 검토에 들어갔다. 그룹 59개 사업장의 보안업무 총 인력은 919명이었는데 국내 최대의 보안용역회사를 설립하기에 충분했다. 중앙개발은 보안용역 전문회사 설립을 추진해 1980년 2월 신규개발팀을 구성하고 그해 6월 22일 일본 최대의 시큐리티 회사인 일본경비보장(현 세콤)과 합작 및 기술제휴 계약을 맺었다. 그리고 그해 7월 3일 한국 경비보장(주)을 인수, 1981년 1월 23일 상호를 한국안전시스템(주)으로 바꾸고 국내 최초로 시스템 보안영업을 시작했다. 이는 오늘날 우리나라 대표 시큐리티 전문회사로 성장한 (주)에스원의 모태가 되었다.

였던 당시 수준에서 건물관리 업무의 표준화와 자동화, 규격화 추진은 매우 선진적인 방식이었다.

1971년부터 삼성빌딩 관리기술을 활용해 건물관리 확대에 나선 중앙개발은 1976년 4월 최신 시스템을 갖춘 삼성본관이 준공되자 빌딩관리사업의 전환점을 맞게 됐다. 중앙개발은 1977년 7월 1일 동방생명(현 삼성생명)과 관리용역계약을 체결하고 빌딩관리사업부를 발족했다. 또 1977년 2월 삼성종합건설이 설립되면서 중앙개발은 그동안 수행해오던 건설사업 일체를 그해 6월 삼성종합건설로 이관하고 빌딩관리사업에 더욱 집중하게 됐다.

1970년대 들어 빌딩의 고층화, 대형화가 이뤄지면서 건물관리에 대한 인식이 새롭게 이뤄지고 있었고, 1972년 말 대연각호텔 화재 등을 통해 건물관리의 전문화 요구가 높아지는 상황에서 중앙개발은 빌딩관리 전문업체로서 국내 빌딩관리사업을 선도해 나갔다. 1978년 하반기부터 빌딩관리를 본격화해 1981년 중앙개발이 관리한 빌딩은 10개동, 총관리면적은 18만 1818㎡(5만 5000여 평)에 이르렀다. 이에 1981년 '1984년까지 인당 관리면적을 638㎡(193평)로 올린다'는 관리지표를 제정하고 점검보수팀의 운영(통합보수), 빌딩관리 업무의 표준화, 기술직 사원의 다기능화 등 3개 추진사항을 설정했다. 건물관리업무의 표준화를 위해 '빌딩관리기준'을 정립했으며 1983년부터는 빌딩관리사업부가 관리하던 건물들의 연혁을 정리했다.

1984년 10월 동방생명빌딩이 준공되면서 중앙개발의 빌딩관리사업은 더욱 체계화, 전문화됐다. 동방생명빌딩에는 'BAS(빌딩자동제어시스템, Building Automation System)'가 설치됐는데 중앙개발은 BAS를 운영하면서 인력에 의한 빌딩관리를 자동화 빌딩관리로 발전시켰다. 관리 영역은 계속 확대되어 1985년에는 22개동, 44만 9587㎡(13만 6000여 평)가 되었다.

중앙개발은 일본의 선진 빌딩관리 사례를 연구해 1986년부터 더욱 진화된 빌딩관리를 추진했다. 빌딩별 관리형태에서 직능별 통합형태로 관리패턴을 바꿔 나갔으며, 이를 위해 1987년부터 다기능교육을 실시해 타 직종에 대한 업무와 기술을 습득하게 하면서 빌딩관리직으로 전문화했다.

빌딩관리와 함께 중앙개발은 1981년부터 조경관리사업에 본격적으로 착수했다. 조경관리사업은 조경이 직원들의 휴식과 정서생활에 큰 도움을 준다는 점을 간파하고 인재제일과 합리추구의 발현으로 조경의 중요성을 강조해온 이병철 선대회장의 철학에 기반하여 추진됐다. 안양컨트리클럽, 용인자연농원을 비롯해 1977년 삼성코닝 수원공장, 호텔신라의 조경공사를 수행하면서 이미 높은 조경기술을 보유하고 있었던 중앙개발은 1980년대 후반 국내 골프장의 공사물량 증가와

맞물려 조정사업을 지속적으로 확대해 나갔다.

제4절 이어지는 국토개발 의지와 신규사업 개시

용인자연농원의 산지개발 정신과 궤를 같이해 지하수개발사업을 개시, 가파른 경제성장으로 심화되던 공장 의 용수난을 해소하는 데 기여했다. 이와 함께 인테리어사업과 삼성그룹 연수원을 중심으로 한 급식사업 등 신규사업으로 사업영역을 확대했다.

중앙개발은 용인자연농원을 조성하는 한편, 1974년 ‘과학적 탐사에 의한 지하수 개발’을 표방 하며 지하수개발사업에 착수했다. 가파른 경제성장으로 용수난이 심화되던 당시, 지하수개발사 업은 수익성을 논하기에 앞서 공익의 개념이 강하게 내포된 사업으로서 용인자연농원의 산지개발 정신과도 궤를 같이하고 있었다.

사가(社歌) 제작

중앙개발은 끊임없는 도전과 극복의 정신으로 사업영역을 확대해가며 1979년, 마침내 흑자경영으로 전환했다. 이러한 회사의 성장을 축하 하고, 직원들의 화합과 일체감을 강화하기 위해 전사적으로 다양한 친목·단결 프로그램이 진행됐는데, 사가(社歌)도 그 일환이었다. 1980 년 9월 30일 박두진 작사, 김동진 작곡으로 완성된 사기에는 국토개발에 대한 의지와 사업보국의 철학이 고스란히 담겨 있었다.

1. 하늘이 준 우리 국토 살기 좋고 아름답게
황무지를 갈고 이뤘 옥토 만드나
무궁한 우리 자원 공익 위해 개발하여
자손만대 기리 누릴 복지 이룬다

2. 한 치의 땅 한 포기 풀 아끼고 보전하여
값지고 보람있는 사회 문화 건설한다
온 나라 모든 자원 겨레 위해 개발하여
누구나가 함께 누릴 행복의 터 이룬다

후렴

아아 중앙개발
창의와 단결로 전진하여
새시대의 앞을 간다
우리 앞에 영광이 있다

1974년 용인개발단지에서 제1호공 개발에 성공한 중앙개발은 같은 해 제일합섬 구미와 경산공 장에서 2700여 톤의 지하수를 개발했다. 이와 함께 ‘자연방사능 탐사기술’ 등 탐사 기술체계를 정 립한 후 1975년 2월 18일 과학기술처에 ‘응용이학 지질분야 전문기술용역업’ 등록을 마치고 지하 수개발사업을 본격화했다. 전국 각 공장을 대상으로 지하수개발을 확대시켰으며, 한발 더 나아가 지질조사까지 추진했다.

지하수개발사업에 착수한 1년 후인 1975년 4월 중앙개발은 수질오염 문제를 다루기 위한 폐수 처리사업에 나섰다. 각 공장의 용수해결을 위한 지하수개발사업은 수질오염과 밀접한 관계를 갖 고 있기 때문이었다. 1977년 7월 환경팀을 발족시키고, 1978년에는 전년대비 318% 성장을 구가 할 만큼 환경사업은 호조를 보였다. 그러나 종합건설업면허가 없어 대형 관급공사를 수주할 수 없 고, 주력 사업인 지하수개발에 더욱 집중하기 위해 1981년 9월 환경사업을 대성중공업으로 이관 했다.

중앙개발은 1985년 자체 보유의 기술력을 최대한 활용하기로 하고 1985년 4월 인테리어사업에 착수했다. ‘86아시안게임과 ‘88서울올림픽을 앞두고 인테리어공사에 대한 수요가 나날이 증가하 고 있는 상황에서 오피스빌딩, 호텔, 백화점, 연수원 등 다양한 용도의 빌딩을 관리하며 축적한 인 테리어에 대한 감각과 기술을 활용해 신사업에 진출한 것이었다.

이에 앞서 중앙개발은 1982년 6월 호암관, 해운대연수소 등 삼성그룹 연수원을 중심으로 급식 사업을 개시했다. 경제성장과 국민소득의 증대로 복리후생에 대한 요구가 높아지면서 기업 차원 에서 급식사업을 전개해 직원 만족도를 높이기 시작했는데, 빌딩관리를 수행하던 중앙개발이 이 를 맡은 것이었다. 1986년 서울시 중구 소재의 제1공제회관이 오픈하면서 그해 9월부터 인근에서 근무하고 있는 직원들에게 식사를 제공하기 시작했다. 이어 1987년 호암관 2생활관, 종합기술원 준공으로 중앙개발의 급식사업도 저변을 서서히 확대해 나갔다.

제3장 제2창업과 혁신, 국민생활을 풍요롭게(1988~1996)

제1절 대한민국 서비스산업의 개척

그룹의 제2창업과 신경영에 발맞춰 1차 산업에서 3차 산업으로, 지역형에서 국제형으로 사업구조를 획기적으로 바꿨다. 1994년부터는 고객만족경영을 본격화해 서비스아카데미를 필두로 대한민국 서비스산업을 선도해 나갔다.

한국경제의 초석이자 삼성그룹의 창업자 이병철 선대회장이 1987년 11월 19일 타계했다. 한평생을 사업보국에 바쳐 삼성을 한국 제일의 기업으로 성장시키며 한국경제 발전을 이끈 이병철 선대회장은 스스로 국토개발 의지를 실천했던 용인자연농원의 양지바른 언덕에서 영면에 들었다.

이병철 선대회장에 이어 1987년 12월 1일 제2대 삼성그룹 회장으로 취임한 이근희 회장은 이듬해인 1988년 3월 22일 삼성 창립 50주년 기념식에서 ‘그룹 제2창업’을 선언했다. 21세기를 맞이 전에 삼성을 세계적인 초일류기업으로 발전시키고, 사회에 기여하는 폭을 획기적으로 넓히며, 나아가서는 삼성을 국민적 여망에 부응하는 새로운 공동체로 구축해 나갈 것을 다짐했다. 삼성은 1993년 ‘아내, 자식 빼고 다 바꾸자’는 경영혁신과 ‘삼성제품의 질은 바로 삼성의 얼굴이다’라는 질 중시 경영으로 대표되는 프랑크푸르트 선언을 채택하고 개혁의 신호탄을 쏘아 올리며 신경영을 출범시켰다.

제1회 전사 서비스 발표대회 개최

중앙개발은 1994년 11월 25일 삼성생명 국제회의실에서 리조트, 빌딩엔지니어링, 안양과 동래골프장의 전 사업부 9개 팀이 참가한 가운데 제1회 전사 서비스 발표대회를 개최했다. 전사 서비스 발표대회는 신경영 실천의 일환으로 서비스 질의 고도화를 추진하며 처음으로 마련한 자리였다.

제1회 전사 서비스 발표대회에서 각 사업부별 예선을 거쳐 결선에 오른 팀들의 열띤 역할 연기 경연이 펼쳐졌다. 고객 접점에서 일어날 수 있는 각종 상황을 연출해 최고의 서비스란 무엇인지를 겨뤘다. 리조트 식음팀이 ‘양식 테이블 매너를 겸한 테이블 서비스’라는 주제로 최우수상을 차지했고, 안양 고객서비스파트와 빌딩 본관서비스팀, 빌딩 일보서비스팀 등 3개 팀이 우수상을 수상했다. 최우수상을 차지한 팀에게는 일본 벤치마킹의 기회가 주어졌다.

이후에도 서비스아카데미를 중심으로 서비스 혁신을 지속했는데, 특히 에버랜드에서 2003년부터 실시한 핸드롤링(Hand-Rolling) 서비스는 고객들에게 큰 호응을 얻었다. 중국에서도 에버랜드의 서비스를 벤치마킹하기 위한 방문이 잇달았는데, 그중 쑤저우(蘇州)의 당시기는 보고 반기는 모습이 정말 인상적이라며 중국 방송에 출연해 핸드롤링을 직접 시연했다고 한다.

그룹의 제2창업 선언과 신경영 출범은 중앙개발에게도 커다란 변혁을 몰고 왔다. 국토개발 위주의 사업을 탈피, 종합서비스기업을 향한 새로운 항로를 활짝 열었다.

우선 삼성그룹의 중소기업형 철수 공표에 따라 중앙개발은 지하수개발, 토목, 양돈, 인테리어 4개 품목을 중소기업 이양품목으로 지정하고 지하수개발사업과 토목사업을 1989년에, 양돈사업을 1990년에, 인테리어사업을 1992년에 철수했다. 또한 1989년 3월 경영개선팀을 신설해 제2창업정신에 입각한 초일류기업을 지향하는 발전적 경영혁신운동을 전개해 나갔다. 자주관리능력 향상, 업무 효율화, 혁신풍토 조성 및 현안과제 해결을 위한 각종 실천운동을 펼쳤다.

특히 일반 제조업체와 달리 생산성과 품질 자체가 임직원에 의한 서비스로 표출되는 특성을 지니고 있는 중앙개발은 경영개선의 방향을 고객만족에 두고 1994년부터 고객만족경영을 본격 추진했다. 이를 위해 친절화, 청결화, 고급화, 정보화, 국제화, 안전화, 임직원 만족을 추진 방향으로 설정하고 한국 서비스산업의 재탄생을 추구해 나갔다.

1994년 6월 1일 개원한 서비스아카데미는 최초의 전문화된 서비스 교육기관으로, 중앙개발의 고객만족경영을 주도하며 우리나라 서비스산업의 산실로 자리매김했다. 서비스아카데미는 주제별로 다양한 테마 서비스교육시설을 갖추고 체계화된 프로그램, 실무경험과 이론적 배경을 겸비한 전문강사진, 전문화된 체험코스 등을 마련해 교육을 받는 사람들로 하여금 서비스마인드를 생활화하고 친절서비스를 일상적으로 실천할 수 있도록 지원했다. 고객에게 즐거움을 선사하기 위한 엔터테인먼트 기초과정에서부터 접객 창구응대, 티켓수불, 식음료관리 및 서빙(Serving)과 판매실습에 이르기까지 다양한 주제로 서비스의 전문화를 실현했다.

개원 당시에는 직원들의 기본교육을 목적으로 하였으나 관공서를 비롯한 일반 서비스기업체에 이르기까지 교육기회를 확대, 우리나라의 서비스문화를 크게 변화시켰다. ‘서비스’라는 개념이 아직 명확히 정립되지 않았던 시기에 중앙개발은 서비스아카데미를 기반으로 종합서비스기업을 향한 초석을 마련하며 국내 서비스산업의 리더로 우뚝 섰다.

한편 중앙개발은 환경아카데미 오폐수처리장을 1992년 6월 용인에 개원했다. 국내 최초로 환경과 교육을 결합한 친환경 교육장으로서 수질환경 관리를 위해 최대 7500여 톤의 오폐수를 상수원수 2급수 수질로 처리해 이를 전량 재이용하고, 허드렛물을 재이용하는 중수도 시설을 갖추는 등 무방류 시스템을 운영했다. 또 대기환경 관리를 위해 국내 최초로 연소 시 발생하는 열을 회수

이용하고, 배출가스를 청정화하는 공기자동조절 방식의 소각시설을 활용했으며, 음식쓰레기를 사료화해 재활용했다. 이러한 과정을 초·중·고등학생을 비롯해 공무원, 기업체 환경담당자에게 개방, 환경전문가의 안내 하에 관찰하고 체험하게 함으로써 환경보호의 중요성에 대한 공감대를 높여 왔다.

이어 중앙개발은 1996년 10월 1일 '환경선언'을 선포, 기업은 물론 협력사와 지역사회에 대한 환경경영을 적극적으로 실천하고 나아가 전 인류의 풍요로운 삶을 영위하기 위한 전 임직원의 결의를 대내외에 천명했다. 이에 따라 중앙개발은 자연생태계 보전과 복원에 앞장서면서 환경보호 캠페인과 에너지절감활동을 펼치는 등 환경보존을 위한 다양한 활동을 전개했다. 그 결과 1997년 9월 서비스업계 최초로 환경부로부터 환경친화기업으로 지정을 받는 쾌거를 이룩했다.

제2절 빌딩관리의 선진화와 고객의 공간 창조

네트워크 시스템 개발로 빌딩자동화시스템을 구축하는 등 빌딩관리의 선진화를 도모, 1996년 세계 최초로 빌딩경영서비스 부문 ISO 9002 인증을 획득했다. 또 2년 연속 대한민국 환경문화상 대상 수상 등 국내 경관 산업을 이끌며, 에너지절감사업 진출로 사업다각화를 도모했다.

삼성본관, 삼성빌딩, 삼성생명 본사사옥, 중앙일보 신사옥, 안국화재 사옥에 BAS(빌딩자동제어 시스템, Building Automation System)가 설치되면서 중앙개발은 1988년 12월 빌딩자동화시스템 확대를 위한 네트워크 시스템 개발에 돌입했다. 각 건물에 분산 설치된 BAS를 본부 건물에서 원격 조정해 각 건물의 운전상태를 감시하고 제어기능을 수행, 빌딩의 가치를 높이기 위함이었다.

'일과 쉼터', 별관(조경)사옥·캐스트하우스

1996년 대한민국 환경문화상 대상을 수상한 별관(조경)사옥과 캐스트하우스는 '일과 쉼터'라는 주제로 설계됐다. 1995년 11월 10일 준공식을 가진 별관(조경)사옥은 '일의 공간'으로서 자연친화적 조경설계와 공간활용도를 높인 사무공간 연출로 쾌적하고 창의적인 사무환경을 제공했다. 1993년 조정사업부 설립 이후 허름한 창고건물에서 근무하면서도 최고의 역량을 보여준 조경 직원들에게 새로운 조경사옥은 더 큰 꿈을 향한 창의적 공간이었다. 조경사옥은 유럽풍의 지중해식 건물을 콘셉트로 하여 기둥을 배제한 공간을 도입, 공간활용도를 높이고 출입문을 유리로 제작해 실외의 자연경관을 자연스럽게 실내로 끌어들었다.

'쉼의 공간'인 캐스트하우스는 공용·후생·주거지역으로 구분, 개인의 사생활을 최대한 보장하기 위해 1인 1실 기숙사로 설계하고, 자기계발을 위한 여학 및 독서실, 문화생활을 위한 헬스장·영화관 등을 구성해 복합적 공간으로 탄생했다.

이를 위해 삼성본관 중앙감시반에 메인컴퓨터를 설치하고 모뎀을 통한 전용회선을 이용, 각 빌딩의 BAS를 연결해 HVAC(공기조화)시스템을 통합 관리한다는 원칙이 정해졌다. 네트워크 시스템의 주요 기능은 원격감시, 원격제어, 각종 기기의 운영상태 파악, 경보메시지 출력, 운전프로그램 조정의 5개 기능으로 구분했다.

중앙개발은 1990년 6월부터 12월까지 6개월에 걸쳐 삼성데이터시스템과 공동으로 프로그램을 개발하고 이를 'JANS(Joong Ang Network System)'라고 명명했다. JANS는 프로그램 개발과 동시에 설치돼 1991년부터 본격 운영에 돌입, 소수정예에 의한 빌딩관리를 실현했다.

이와 함께 중앙개발은 빌딩관리 기술 수준을 높이기 위해 1989년 3월 일본 모리그룹의 NIS사와 기술용역 도입 계약을 체결했다. 주로 운전업무와 관리업무에 대한 모리사의 개선안을 바탕으로 중앙개발은 우리나라 특성에 맞는 관리업무의 개선방향을 수립했다. 빌딩관리 업무능률 향상, 인력의 효율화, 자동화 등을 목표로 설정하고 1990년 5월부터 삼성본관을 필두로 일일업무 스케줄, 시설물의 관리주기, 연간 유지관리계획 정립 등 업무개선에 착수, 빌딩관리의 선진화를 도모했다.

이 같은 빌딩관리 노하우를 인정받아 1994년 7월 서울 강남 포스코빌딩에 대한 컨설팅 계약을 체결했으며, 1996년 6월 세계 최초로 빌딩경영서비스 부문 ISO 9002 인증을 획득해 전문 빌딩경영서비스기업으로서 국제적 공인을 받았다. 양적인 측면에서도 성장을 거듭해 1996년 46개 사업장, 145만 4546㎡(44만 평)를 관리하는 수준으로 발전했다.

이와 더불어 사업영역 확대를 위해 에너지절감사업에 진출하기로 하고 1989년 캐나다 이코놀러(Econoler)사와 기술도입 계약을 체결했다. 에너지절감사업은 빌딩관리를 통해 축적한 내부자원과 역량을 활용할 수 있는 신규사업으로서 아직 우리나라에 산업 자체가 형성되지 않아 시장선점에 유리할 것으로 판단됐다.

이후 에너지절감사업, 빙축열시스템, 환경·안전진단, 빌딩운영컨설팅 등을 전개했으며, 1992년 10월에 상공자원부로부터 에너지절약전문기업(ESCO: Energy Service Company) 1호로 지정되는 알찬 성과를 거뒀다. 정부는 에너지절약을 위해 1992년부터 에너지절약전문기업(ESCO) 제도를 시행했는데, 중앙개발이 1호 기업으로 지정된 것이었다. 1993년 6월에는 공장에까지 에너지절약시설을 설치할 수 있는 1종 면허를 취득, 공장부문 에너지절감사업을 시작했으며 1994년과

1996년 에너지절약촉진대회에서 국무총리 표창과 철탑산업훈장 표창을 받는 등 국내 정상에 에너지절약 선도기업으로 자리매김했다.

조경사업은 1981년부터 빌딩 및 공장의 조경관리를 본격적으로 추진하면서 전문인력을 강화하고 노하우를 축적했다. 특히 1980년대 중반부터 급증하는 골프장 조경과 호텔은 물론 공장, 유원지 등 다양한 분야에서 설계기술 수준을 높이고 전문인력을 육성해 1991년에는 동진, 고려, 신라 등 3개 골프장 신설공사를 성공리에 마쳤다.

1992년 들어 민간공사 외에 관급공사까지 확대하는 한편, 그해 12월에 종합조경공사업 면허를 취득하고 1993년 1월 조경사업부를 발족해 사업 추진에 박차를 가했다. 그 결과 1993년 신라호텔 조각공원과 큰길타워, 1994년 신창동 삼성 조합아파트로 서울시 조경상을 잇달아 수상했으며, 1995년 삼성서울병원, 1996년 삼성에버랜드 별관(조경)사옥과 캐스트하우스 실적으로 2년 연속 대한민국 환경문화상 대상을 수상함으로써 국내 최고의 조경수준을 공인받았다.

제3절 국민건강 증진을 위한 푸드서비스 본격화

1994년 FS사업부를 설립하며 기업 복리후생 차원을 넘어 본격적으로 국민건강 증진을 위한 푸드서비스를 개시했다. 이듬해인 1995년 FM사업부를 신설, 고품질의 식자재 공급망을 구축함으로써 국내 식음문화 발전의 기틀을 마련했다.

‘86아시안게임, ‘88서울올림픽 등 대규모 행사를 개최하고 1인당 소득도 1만 달러 시대를 바라보면서 우리나라는 삶의 질에 대한 관심이 크게 높아졌다. 대규모 스포츠행사 유치로 급식에 대한 인식도 확대됐으며, 이에 따라 산업체나 관공서 등에서도 복리후생 차원에서 급식의 질을 향상시키기 위한 노력을 펼치기 시작했다. 상당수 기업들이 FS(Food Service) 사업을 유력한 사업아이템으로 인식해 시장에 진출한 것도 이즈음이었다.

1982년 삼성그룹 연수원을 중심으로 급식사업을 시작한 중앙개발은 1994년 12월 FS사업부를 설립하며 복리후생 차원을 넘어 본격적으로 사업화를 도모했다. 빌딩관리와 연계해 급식사업을 좀 더 전문화, 체계화하기로 하고 직급·승급체계를 만들어 구성원들에게 비전과 동기를 부여했다. 당시 삼성 신경영에 따른 7·4제 실시로 급식에 대한 수요도 많아졌다.

중앙개발은 복리후생 차원을 벗어나 FS사업의 경쟁력을 강화하기 위해 1995년 4월 FM사업부를 신설하고 식자재 유통업에 진출했다. 비록 별개의 사업부였지만 FM(Foodstuff Management)사업부는 FS사업에 필요한 식자재 공급을 전담하면서 바이파워(Buying Power) 확대 등 규모의 경제에 따른 시너지를 창출해 나갔다. 또한 위생안전 측면에서 균일한 품질의 식자재 공급망을 구축함으로써 FS사업을 조기에 안정화할 수 있는 기틀을 형성했다.

FS사업부와 FM사업부 신설로 급식사업을 위한 토대를 마련한 중앙개발은 1995년 12월 일본의 최대 단체인 닛코쿠 트러스트(Nikkoku Trust)사와 업무제휴를 체결하고 선진 FS 운영 노하우 개발에 나섰다. 업무제휴를 통해 양사의 운영노하우를 교환했으며, 눈높이 연수 등 인적교류를 실시해 식음사업에 기본적으로 요구되는 인적경쟁력을 배양했다. 이러한 해외 업무제휴 및 인적교류는 글로벌 식음선진기업들과의 글로벌 네트워크를 확보하는 밑바탕이 되었다.

1995년까지 FS사업장은 18개소로 증가했으며, 1996년에는 제3공제회관 오픈에 따라 서울 강남지역에서 근무하는 삼성그룹 임직원들에게 점심식사를 제공하기 시작했다. 특히 이러한 급식 노하우를 기반으로 1996년 여름, 경기도 파주 문산지역이 큰 수해를 입자 하루 3000식의 식사지원에 나서 지역민들의 아픔을 함께했으며, 이 같은 공로를 인정받아 그해 11월 수해복구지원 국무총리상을 수상하기도 했다.

이품을 함께, 수재민들기 팔 걷어

1996년 7월 경기도 문산에 내린 집중호우로 주민들은 망연자실, 물난리를 겪어야 했다. 수재민들을 돕기 위해 국민들의 자발적인 온정의 손길이 밀려들었다. 수백 명의 자원봉사자들이 수해복구지원에 나선 가운데 중앙개발은 주민들의 식사지원을 위해 현장에 조리사들을 투입했다. 중앙개발은 취사용 차량과 식자재 이동차량을 총동원해 급식지원 활동을 전개했다. 양이 많다고 하여 질을 소홀히 할 수는 없었다. 중앙개발은 육류 등 수재민들의 건강을 지킬 수 있는 식단을 중점적으로 제공했으며, 식판도 위생을 위해 모두 새것으로 제공했다. 지원하기로 한 기간도 늘려 수재민들의 편의를 최대한 돌봤다. 상을 받고 한 일은 아니었지만, 1996년 11월 2일 수해복구지원 국무총리상을 수상하며 봉사자의 보람을 느낄 수 있었다.

중앙개발은 이후에도 파주, 문산, 강릉, 마산 등 전국 각지의 수해현장에서 2주 이상 텐트에서 숙식까지 하는 봉사활동으로 수재민들의 아픔을 함께했다.

제4절 국내 레저산업의 새 지평 개막

자연농원은 가족이 함께 즐길 수 있는 어트랙션 도입과 에듀테인먼트 실현으로 가족여가문화를 창출해 나갔다. 1996년 개장 20주년을 맞아 자연농원을 에버랜드로 이름을 바꾸고 국내 최초의 워터파크인 캐리비안 베이 개장하는 등 국내 레저산업의 새 지평을 열었다.

경제성장에 따른 국민소득 증대와 핵가족화 등 생활패턴의 변화와 개방화·지방화·세계화 등 외부환경의 급속한 변화에 따라 중앙개발의 모습도 미래지향적 사업구조로 탈바꿈했다. 용인자연농원은 국토개발사업에서 가족형 놀이공원으로 전환하며 국내 레저산업을 한 단계 업그레이드 시켰다.

1985년 시작한 장미축제의 성공으로 자신감을 얻은 용인자연농원은 ‘꽃’을 테마로 하여 1992년 튜립축제, 1993년 국화축제, 1994년 백합축제를 개최, 고객들로부터 큰 호응을 얻으며 국내 꽃축제의 장으로 자리잡았다. 이와 함께 1988년 1월 국내 최초로 눈썰매장을 개장해 겨울철 레저명소로 정착시켰다.

용인자연농원은 소득수준이 증가한 국민들의 눈높이에 맞춰 어트랙션 개발에도 주력했다. 1986년 어린이와 부모가 함께 탑승 가능한 비룡열차가 등장했으며, 1992년 독수리 요새, 1994년

판다 리리와 밍밍의 첫 데이트

자연농원(에버랜드)은 한중수교 2주년 기념으로 1994년 11월 2일 중국 고위층과 정관계 인사들이 참가한 가운데 판다월드 개관식을 가졌다. 이봉 총리 방한 기간에 실시된 판다월드 개관식 테이프 커팅에는 주림(이봉 총리 부인), 주한경(전기침 외교부장 부인) 등 중국측 고위층이 참가해 한중 우호의 의미를 한층 더했다.

세계적 희귀종인 자이언트 판다를 제대로 키우기 위해서는 주식인 대나무 공급 등 해결해야 할 사항이 한두 개가 아니었다. 신선한 대나무 수급을 위해 전국의 대나무 서식지를 모두 조사하고, 주로 거창, 산청, 진주 등에서 대나무를 수급해 냉장창고에 보관, 1주일에 2번씩 공급했다. 판다 생일잔치에는 죽순 케이크까지 만드는 정성을 기울였다.

1996년 1월 17일 판다월드에서 리리와 ‘밍밍’이 첫 데이트를 가졌다. 4월 중순 교배를 전제로 합방식에 들어간 2마리의 판다는 이날 첫 데이트에서 엇치락 뒷치락 장난을 치며 애정을 쌓기 시작했다. 판다 리리와 밍밍의 합방식을 위해 그동안 에버랜드 동물원은 판다월드 전시관에 특별 제작한 투명유리를 설치해 서로의 얼굴을 익히도록 하고 1995년 11월 말부터는 각자가 거주하는 방의 윗벽을 허물고 창살로 교체해 서로의 채취를 느끼게 하는 한편, 방을 교체 거주케 하여 환경으로 인한 거부감을 최소화했다. 에버랜드 동물원은 성공적인 합방을 위해 당일 리리와 밍밍의 보금자리에 장미꽃을 뿌리는 등 세심한 주의를 기울였다. 이후 에버랜드의 보살핌 속에 국내 관람객들의 사랑과 관심을 받던 자이언트 판다는 1999년 2월 8일 중국에 반환됐다.

아마존 익스프레스 등 가족이 함께 즐길 수 있는 기종을 중심으로 도입하며 놀이시설의 테마화를 추진했다.

동물원 역시 자연의 신비와 소중함을 즐겁게 배울 수 있는 에듀테인먼트를 실현했다. 1980년 호랑이 사파리, 1990년 곰사파리에 이어 1992년 사자와 호랑이가 함께 서식하는 와일드사파리를 조성, 생태학습장으로서 역할을 충실히 했다. 또 1989년 국내 최초로 사자와 호랑이 사이에서 ‘라이거’를 탄생시켰고, 1994년에 중국에서 판다를 도입해 한 달 만에 100만 명의 입장객을 모으는 등 화제의 중심에 섰다.

용인자연농원은 1993년 1월 누적입장객 4000만 명을 기록했다. 당시 4000만 명이면 전 국민이 한 번씩 찾아온 숫자로 용인자연농원은 우리나라를 대표하는 테마파크로 자리매김했다. 용인자연농원은 개장 20주년을 맞아 달라진 위상을 대외에 선포하고, 세계 초일류 리조트로 도약하기 위해 1996년 3월 ‘에버랜드(Everland)’로 새롭게 태어났다. 에버랜드는 영원과 활력, 순환하는 자연과 생명을 뜻하는 ‘Ever’와 자연과 포근함을 상징하는 ‘Land’가 합성된 단어로 자연과 꿈의 공간을 뜻하고 있었다.

1996년 5월 25일 에버랜드를 방문한 이건희 회장은 “미국 디즈니랜드보다 한국의 에버랜드가 더 낫도록 해야 되지 않겠는가? 테마파크는 쇼 비즈니스이다. 볼거리가 있어야 하고 스케일이 있어야 감동을 준다. 장미원도 세계에서 제일 명성이 있는 장미원으로 만들어 보자”고 하면서 세계 제일을 강조했다.

이건희 회장의 세계 일류화 주문에 따라 에버랜드는 1996년 1만 6500m²(4991평) 규모의 포시즌스 가든과 신규 테마공간 글로벌 페어를 오픈하고, 썸머 뮤직 페스티벌, 페이블 판타지 퍼레이드, 멀티미디어쇼 미라큘러스 등 완전히 새로운 볼거리를 제공했다. 또한 인적 서비스 강화를 위해 1994년 ‘인사, 용모, 복장, 보행, 전화’ 등 친절 5대 항목을 선정하고 직원들의 글로벌 시각 확대를 위한 해외 눈높이연수를 실시함으로써 ‘친절’과 ‘서비스’의 대명사로 자리매김했다.

특히 에버랜드는 1996년 7월 캐리비안 베이 개장해 한국 워터파크 시대를 개막했다. 국민 대다수가 ‘워터파크’라는 단어 자체도 생소하게 여기던 시절이었지만 국민소득 1만 달러 시대에 부응하는 새로운 레저문화 창출을 위해 에버랜드는 캐리비안 베이 개장, 우리나라의 새로운 물놀이문화를 창조해 나갔다. 캐리비안 베이는 국내는 물론 세계 최초로 실내와 실외를 아우르는 복합

워터파크로 주목을 받으며, 우리나라 레저문화에 한 획을 그었다.

개장 직후인 1996년 8월 8일 캐리비안 베이 방문한 이견희 회장은 워터파크를 즐기기 위해 입장 대기를 하고 있는 고객들을 바라보며, 명실상부하게 여가문화의 장으로 자리매김한 에버랜드의 위상과 역할을 당부했다.

“단순한 놀이공간이 아니라 즐겁게 놀면서 자신도 모르는 사이에 사회를 배우는 문화교류의 장으로서 역할을 더욱 확대해야 합니다. 특히 테마파크는 친절이 생명이므로 구성원 모두가 더욱 친절하도록 노력해야 할 것입니다”라며 친절 서비스 향상에 더욱 신경써줄 것을 강조했다.

한편 안양컨트리클럽은 격조 높은 골프문화 창조와 고객서비스 혁신운동에 박차를 가했다. 1989년 20여 년간 축적한 기술, 자료 및 효과적 잔디방법을 업계에 제공하면서 한국골프장협회 부설기관인 한국잔디연구소를 유치했으며, 이를 바탕으로 1993년 12월 잔디환경연구소를 설립해 잔디연구의 한 획을 그었다. 잔디환경연구소는 국내 유일의 기업부설 잔디 전문 연구기관으로, 안양중지의 특허 등 토종 잔디보호와 육성, 보급에 앞장섰다.

1991년 3월에는 캐디 자율관리조직을 편성해 캐디의 전문성을 더욱 제고했다. 또 1988년부터 동래컨트리클럽을 위탁관리하며 안양컨트리클럽 운영 노하우를 접목시켜 영남지방의 대표적인 명문골프장으로 성장시켰다. 중앙개발은 1996년 컨트리클럽을 ‘베네스트골프클럽’으로 BI를 변경, 안양·동래베네스트골프클럽을 세계적인 골프클럽으로 도약시키기 위해 박차를 가했다.

제4장 삼성에버랜드로 새출발, 종합서비스기업으로(1997~2002)

제1절 21세기 초일류 종합서비스기업, 삼성에버랜드

1997년 중앙개발에서 삼성에버랜드로 사명을 변경함으로써 삼성그룹의 주력 서비스기업이자 종합서비스기업으로의 도약을 선언했다. 빠르게 변화하는 시대에 대응해 지식경영, 6시그마 도입 등 체질을 개선하며 명실상부한 대한민국 대표 서비스기업으로 발돋움했다.

1997년 10월 18일 중앙개발은 ‘삼성에버랜드’로 새롭게 태어났다. 이날 신사명 및 21세기 비전

선포식을 갖고 삼성에버랜드는 인간의 삶의 질을 향상시키고 시간과 공간의 무한가치를 창출하는 ‘21세기 초일류 서비스기업’ 실현을 천명했다.

창사 이래 그룹의 서비스 대표기업으로서 건전한 국민여가생활을 선도하고, 관광보국산업의 새로운 장을 열어 온 삼성에버랜드는 사명변경을 통해 궁지와 개척정신을 새롭게 불리일키고 새 시대에 적합한 소프트한 기업이미지를 창출하고자 했다. 1993년 신경영 때부터 모든 경영조직과 기업환경을 1차 산업형에서 3차 산업형으로, 지역형 지방형에서 국가형 국제형으로, 내국인 중심의 비즈니스를 내외국인 중심의 비즈니스로 탈바꿈시킴으로써 작게는 삼성그룹, 크게는 한국을 대표하는 최고의 서비스 기업을 향해 도전해온 노력이 삼성에버랜드라는 사명에 집약돼 있었다.

이견희 회장은 삼성에버랜드의 대표 사업인 에버랜드에 대해 “용인이 어떤 땅인지 아는가? 단순히 여기에 집이나 지어 집 장사 하려는 것이 아니다. 열과 문화가 살아야 한다”고 자주 강조해 왔다. 국민교육의 장으로 용인자연농원을 마련한 이병철 선대회장의 뜻을 이어 단순한 사업장이 아닌 한국을 대표하는 문화적 명소로서 자리매김하고, 이를 바탕으로 세계 제일의 규모와 콘텐츠를 자랑하는 초일류 서비스기업으로의 도약을 청사진으로 제시했다.

이견희 회장의 비전을 바탕으로 삼성에버랜드는 사명변경과 함께 레저, 유통, 조정 등 각 분야 최고의 전문가들이 활약하는, 그래서 미래 인재들로부터 가장 사랑받는 국내 최고 기업으로 성장할 것을 선언했다. 그리고 대국민 친절·청결 서비스 문화의 시범사업장으로서 국가 서비스문화를 선도하며 세계적 수준의 종합서비스기업을 향해 나아간다는 목표를 밝혔다.

이를 위해 삼성에버랜드는 전 구성원의 역량과 경쟁력 제고를 위한 지식경영을 1998년 1월부터

서비스형 6시그마 정립

삼성에버랜드는 지식경영에 이어 혁신을 더욱 가속화하기 위해 업계 최초로 6시그마를 도입했다. 제조업에 맞춰 탄생한 6시그마를 서비스업에서 도입한다는 것에 대해 우려도 많았지만 삼성에버랜드는 멈추지 않는 성장동력으로 혁신을 내재화하기 위해 6시그마를 서비스형으로 최적화시키며 적극적으로 추진해 나갔다.

우선 2000년에 처음 6시그마를 도입하며 벨트 양성을 위한 선발대를 조직하기로 하고 BB(Black Belt) 22명을 양성했다. 이와 함께 대표 사례를 창출하기 위해 대기시간 줄이기, 잔반 줄이기 등 사업영역별로 주요 과제 23건을 도출해 시범 프로젝트로 1년 동안 수행했다. 6시그마를 서비스업에서 최초로 수행한다는 것은 쉽지 않았지만, 프로젝트를 완성하는 과정에서 직원들은 자신도 모르는 사이에 도전적으로, 진취적으로 바뀌었고, 그와 함께 삼성에버랜드만의 6시그마 모델도 성공적으로 정착했다.

도입, 추진했다. 지식경영은 지식을 서로 전달, 공유해 구성원들의 업무 역량을 높이기 위한 활동으로, ‘공유(Sharing)’와 ‘창출(Creation)’을 핵심개념으로 하고 있다. 특히 삼성에버랜드는 ‘지식’을 ‘고객을 만족시키는 법’으로 새롭게 정의하고, 전 임직원이 자신의 업무를 개선하고 혁신해 고객만족의 부가가치를 창출하는 ‘신지식인’이 될 것을 촉구했다.

삼성에버랜드는 지식경영 추진을 위해 학습조직 커뮤니티 ‘오아시스’를 만들어 업무 노하우를 공유하고 개선해 나갔다. 또 창립 이후 최초로 전 부문의 업무 매뉴얼을 정리해 1999년 12월 지식관리 시스템 e-KISS(Everland Knowledge Information Sharing Stage)를 구축, 지식경영 실천의 강력한 도구로 활용했다. 오아시스 운영과 제안제도를 e-KISS에서 관리해 지식 마일리지를 부여하고 평가에 따른 포상이 이뤄졌다. 신지식인 경진대회도 개최해 노하우 전파를 유도했다.

삼성에버랜드의 이러한 지식경영활동은 우리나라 기업계 전체적으로 매우 선도적인 위치였으며, 그 성과를 인정받아 많은 기업의 벤치마킹 대상이 되었다. 삼성에버랜드는 이에 만족하지 않고 지식경영의 성과를 더욱 전파하고, 혁신을 내재화하기 위해 2000년부터 6시그마를 도입했다. 삼성에버랜드의 6시그마 도입은 업계 최초의 시도로서 1년여간의 공감대 조성과 준비기간을 거쳐 2002년부터 서비스형 6시그마 체계를 정립해 나갔다.

특히 삼성에버랜드는 구성원들의 마인드를 도전적, 진취적으로 변화시키기 위해 전 직원 해외 연수를 시행, 2001년 4월까지 400여 명의 임직원들이 미국과 일본 등 해외 선진파크를 직접 경험했다. 이 같은 체험을 통해 한 단계 더 업그레이드된 직원들의 역량은 21세기 초일류 서비스기업의 초석을 세우는 밑거름이 됐다.

또 직원이 만족해야 고객도 만족한다는 서비스 마인드 변화를 추구해 ‘고객과 직원의 윈-윈(Win-Win)’을 도모했다. 사내 연구논문제도, 교양강좌 개설, 사내 독서대학 등을 운영하고 우수자에 대해서는 적극적인 보상으로 성공사례를 전파해 나갔다. 또 1인 1실 기숙사 신축, 캐스트 서비스센터 운영, 직원가족 초청 등 복리후생도 대폭 강화함으로써 일반 직원들이 자긍심을 갖도록 했다. 이 같은 서비스 마인드 제고는 1994년 개원한 서비스아카데미가 현장과의 협업 하에 주도했는데, 서비스아카데미는 1999년 9월 국내 최초로 서비스교육기관부문 ISO 9001 인증을 획득함으로써 국제적 품질을 갖춘 대한민국 대표 서비스 기관으로서 서비스 문화 발전에 기여한 공로를 인정받았다.

제2절 고객의 자산가치 제고

삼성에버랜드의 빌딩관리사업은 IMF 외환위기를 기회로 삼아 FM(시설관리)에서 PM(건물가치관리)으로 발전했다. 경관사업은 업계 선두를 놓치지 않으며 해외 조경사업과 환경복원사업에도 두각을 나타냈다. 또 ESCO사업 시장점유율 4년 연속 1위와 방재사업 진출로 고객의 자산가치를 제고했다.

1997년 우리나라를 강타한 IMF 외환위기는 삼성에버랜드의 빌딩관리사업에도 큰 영향을 미쳤다. IMF 외환위기의 영향으로 부동산 가격이 하락하면서 건물 관리비용을 줄이고 임대수입을 극대화하는 PM(건물가치관리, Property Management)에 대한 인식이 높아졌다. 특히 이 시기에 해외 투자자들의 국내 진입과 함께 외국계 PM 대행사의 국내 진출이 이뤄져 이에 시급히 대응해야 할 시점이었다. 전통적 빌딩관리의 영역인 FM(시설관리, Facility Management)부문 역시 최적의 조건으로 관리하면서 사전에 사고를 예방하고 쾌적한 환경을 조성하는 데 좀 더 과학적이고 전문화된 수준이 요구됐다.

이에 삼성에버랜드의 빌딩엔지니어링사업부는 과학적인 시스템 구축에 힘써 1997년 7월 종합 자산경영시스템 ‘SPIN21(Strategic sPace Information Network 21)’을 개발해 전산화된 자산관리를 추진했다. SPIN21은 임대, 시설물, 공사, 자재, 협력사 등 자산경영 제반 업무영역에 대한 11개 모듈로 개발됐다. 각각의 모듈은 독립적인 기능을 수행하는 동시에 타 모듈과 데이터

한국 빌딩관리의 우수성을 알려라!

2002년 초 삼성에버랜드의 자산관리사업부 관계자들은 선진사 벤치마킹을 하는 과정에서 우연히 세계 빌딩 오너 및 매니저협회(BOMA; the Building Owners and Managers Association)의 총회에 참석하게 됐다. 1000여 명이 모인 가운데 진행되고 있는 TOBY(The Office Building of the Year)상 시상식에서 수상의 영광을 안은 매니지먼트 업체들은 누구보다 감격하는 모습이었다. 그도 그럴 것이, 수년 동안 수상을 위해 매진하여 세계 최고의 빌딩경영 역량을 인정받은 영광된 자리였던 것이다.

‘TOBY에 도전해보자!’ 그때까지 복미를 제외한 세계 어떤 지역의 기업도 TOBY상에 도전한 전례가 없었다. 그러나 삼성에버랜드는 1966년부터 축적해온 빌딩매니지먼트 역량에 자신이 있었다. 시간은 촉박했다. 공적서 제출까지 불과 3개월여 밖에 남지 않았던 것이다. 더구나 모든 문서를 정해진 절차에 따라 작성하는 일은 노하우가 필요했다. 이를 위해 미국 출장을 떠나 2박 3일 동안 워싱턴 등 3개 도시를 방문했다. 그동안 TOBY상을 수상한 빌딩 매니지먼트 회사를 찾아 협조를 요청했지만, 노하우 유출에 난색을 표했다. 그중 3~4곳이 협조를 해줬지만 복사는 아예 불가능했다. 열람을 통해 일일이 메모를 하거나 머릿속에 기억할 수밖에 없었다.

그렇게 하여 기업사육빌딩부문에 삼성생명 본사사육을, 9만 2562㎡(2만 8000평) 이상 오피스빌딩부문에 종로타워를 응모한 500페이지 분량의 공적서를 제출했다. 그 결과 삼성생명 본사사육이 기업사육빌딩부문에서 수상의 영예를 차지했다. 아시아 최초, 아니 복미를 제외한 지역의 최초 수상을 삼성에버랜드가 해낸 것이었다.

를 연계할 수 있어 하나의 통합적인 자산경영시스템 역할을 했다. 2001년에는 'CMS(Central Monitoring Support System)'를 개발, 전국의 사업장을 원격 관리하는 군(群) 관리 개념을 실현했다.

1997년 11월에는 건축, 빙축열, 소방, 에너지, 환경, 온수기사업 등 빌딩엔지니어링사업부의 영업 전 부문에 걸쳐 ISO 9001과 ISO 14001 인증을 획득했다. 이는 특히 영국 BVQI사와 한국능률협회 등 국내와 해외에서 동시에 인증을 획득한 것이어서 의미가 더했다. 그해 11월에는 서비스업계 최초로 안전관리 초일류기업 인증을 획득함으로써 빌딩경영의 우수성을 인정받았다.

또 자산경영부문으로의 사업 확대를 위해 선진사와의 업무제휴를 추진했다. 1999년 4월 미국 CBRE사와 부동산 매니지먼트 서비스에 대한 업무제휴를 체결, 선진기술과 운영기법을 도입함으로써 종합부동산서비스업체로 발돋움하는 발판을 마련했다.

2001년 107개 사업장, 311만 4050m²(94만 2000평) 규모를 관리할 정도로 성장한 삼성에버랜드는 2002년 6월 세계 빌딩 오너 및 매니저협회(BOMA: the Building Owners and Managers Association)가 수여하는 TOBY(The Office Building of the Year)상을 아시아 최초로 수상하는 쾌거를 거뒀다. TOBY상은 빌딩경영분야에서 세계적인 권위를 자랑하는 상으로 삼성에버랜드는 기업사옥빌딩부문에서 삼성생명 본사사옥으로 수상의 영예를 안았다. 본선 심사에 오른 세계적인 부동산경영업체의 7개 빌딩과 경쟁, 아시아는 물론이고 북미를 제외한 지역의 기업에서는 최초의 수상이었다. 이로써 삼성에버랜드는 한국 빌딩매니지먼트의 우수성을 과시하며 외국계 부동산회사들의 국내 시장 확대에 대응할 수 있게 됐다.

삼성에버랜드의 경관사업은 1997년 3년 연속 대한민국 환경문화상 대상(삼성중공업 산청연수원)을 수상하는 등 업계 선두를 놓치지 않았다. 1998년 이집트 카이로공원 공사, 2001년 파리서울공원 공사를 시행하는 등 높은 기술력을 바탕으로 해외 경관사업을 수행하며 한국 정원의 우수성을 세계에 전파했으며, 1990년대 중반부터 우리나라 최초의 자연형 하천인 양재천을 시작으로 정평천, 서호천 조성사업에도 참여하는 등 환경복원사업에도 두각을 나타냈다.

에너지사업은 2000년 ESCO사업 시장점유율 4년 연속 1위를 달성하며, 그해 10월 에너지위너상(Energy Winner Award) 3년 연속 수상의 영예를 안았다. 이에 앞서 1998년 9월 LG석유화학 분해로 Revamping 사업을 수주해 산업플랜트 및 공정부문 에너지 절감사업에도 진출했으며, 녹

색조명 도입 등 그린에너지 개발에도 선도적인 성과를 거뒀다.

1997년 12월 미국의 노티파이어(Notifier)사와 기술제휴를 체결하며 진출한 방재사업은 시스템을 선진화하며 점차 사업을 확대해 나갔다. 오피스와 공장을 중심으로 한 화재경보시스템 설치에서 나아가 반도체, 전산센터 등 고부가가치를 창출할 수 있는 사업으로 영역을 확대했다.

제3절 선진 운영시스템 구축에 의한 푸드서비스 확대

삼성에버랜드는 조리아카데미 오픈, 물류센터 구축, 식품연구소 개소 등 선진 운영시스템 구축을 통해 안심하고 먹을 수 있는 푸드서비스를 실현했다. 대규모 인프라 확충을 통한 위생관리, 식자재의 안정적인 품질관리로 삼성에버랜드는 국내 푸드서비스 전문화에 크게 기여했다.

1997년 6월 약 2년여에 걸친 준비과정을 거쳐 조리아카데미를 오픈하고, 그해 11월 경기도 용인에 서울유통센터(현 용인물류센터)를 오픈하는 등 삼성에버랜드의 푸드서비스는 더욱 고도화되어갔다. 3만 3058m²(1만 평) 규모의 서울유통센터는 품목별 존(Zone)을 구성하는 등 최신의 식자재 보관시스템을 갖추고 삼성에버랜드 푸드서비스 사업의 성장을 뒷받침했다.

그해 2월 FS사업부는 ISO 9002를, 7월에는 국내 단체급식업계 최초로 ISO 14001을 획득했으며, 10월에 삼성전자 기흥반도체 직원식당을 운영하게 됨으로써 단체급식사업 개시 3년 만에 9만 식을 돌파, 업계 선두권에 진입했다. FM사업 역시 납품수주 계약을 확대하며 총 23만 5000식의

수작업에서 디지털로

1995년 FM사업 초기만 해도 각 사업장에서 필요한 식자재 리스트를 FM사업부로 팩스로 보내면 수기로 적어 기락동 농수산물시장으로 장을 보러 갔다. 이후 사업규모가 확대되면서 품목도 증가하자 수기에 의한 작업방식은 한계에 부딪칠 수밖에 없었다. 이에 따라 전산시스템을 구축하기로 하고 1998년 FAMES(Food And Menu Engineering System)를 도입, 전산발주를 개시했다. 아직까지 PC가 일반화되지 않은 시절이어서 사업장에 PC를 설치해 주는 등 전산시스템을 정착시키기까지 꽤 많은 노력이 뒤따랐다. 그러나 FAMES 시스템도 실시간 업그레이드가 불가능해 신속하고 고도화된 업무수행에는 무리가 있었다. 또한 각 사업장마다 영양사들에게는 '족보'라고 불리는 레시피가 있었는데, 이를 표준화하는 것도 과제로 대두됐다. 신입 영양사에게 '족보'를 전수하고 공부시키는 데만 1~2개월 정도 소요됐기 때문이다.

2002년 도입한 FAN(Food service Advanced Network) 시스템은 웹버전으로 접속만 하면 최신 버전으로 업그레이드가 가능해 이러한 모든 문제점과 한계를 보완할 수 있었다. 발주에서부터 식자재 검수, 협력업체 관리, 고객반응까지 FAN 시스템을 통해 일괄적으로 수행할 수 있게 되면서 푸드서비스 사업은 더욱 과학적·체계적·효율적인 체계를 갖추고 전문성을 제고할 수 있었다.

식자재 공급을 책임지게 됐다.

이처럼 사업의 고도화와 함께 규모가 확대되자 1998년 1월 FS사업부와 FM사업부를 통합해 유통사업부를 발족했다. 식문화의 중요성이 점점 증대되고, 그에 대한 인식도 크게 높아지면서 급식사업의 전문화와 체계화에 대응하기 위한 조치였다. 삼성에버랜드는 유통사업부 발족 후 산업체, 오피스, 관공서 등 대형사업장을 중심으로 수주활동을 강화해 나갔고, 1998년 PB(Private Brand)제품 후레시스(FRESIS)를 출시해 저렴한면서도 고품질의 제품을 제공하기 위한 노력을 기울였다. 후레시스는 무첨가제, 무색소, 무감미료 등 3무를 기반으로 한 자연친화적 브랜드로 자리매김했다.

한편으로 삼성에버랜드는 대량조리와 배식을 특성으로 하는 급식사업의 특성상 위생사고의 여파가 막대하다는 점을 인식하고 사업 초창기부터 완벽한 위생안전체계 수립을 위해 많은 노력을 기울여 왔다. 1999년 1월 식품연구소를 개소해 전문급식 사업장의 위생관리, 식자재의 안정적인 품질관리, 고품질의 PB상품 개발, 전통·친환경식품의 연구개발을 수행했다. 식품연구소는 식품의약품안전청과 국립수의과학검역원으로부터 2001년 7월 식품위생검사기관으로 인증받은 데 이어 2002년 6월 축산물위생검사기관으로 지정받는 등 대내외적으로 전문성과 기술력을 인정받으며, 국내 급식사업의 선진화와 전문화를 이끌어 나갔다.

또 2000년 전문급식업계 최초로 삼성에버랜드가 운영하는 삼성전자 기흥 무궁화홀이 HACCP(식품위해요소 중점관리기준, Hazard Analysis and Critical Control Point) 적용사업장으로 지정받았다. HACCP은 식품의 원재료 생산에서부터 최종소비자가 섭취하기 전까지 각 단계에서 위해물질이 해당식품에 혼입되거나 오염되는 것을 방지하기 위한 위생관리시스템으로, 삼성에버랜드는 업계 최초로 HACCP 적용사업장 지정을 받음으로써 최고의 위생관리 노력을 인정받았다.

이어 한국능률협회컨설팅 주최 식품안전경영대상 단체급식부문 수상 등을 통해 국내 식음업계의 대표주자로 자리매김했다. 2000년 FS사업장 226개소, 일평균식수 26만 식으로 매출액 업계 1위를 달성했다. 2001년에는 조리 과정을 과학적으로 정립하며 관련 기관 최초로 이러닝(e-Learning) 콘텐츠를 개발, 높아진 위상에 걸맞은 체계적인 식음R&D를 구축했다.

삼성에버랜드는 잇단 물류센터 건설과 전산시스템 구축을 통해 급식사업의 전문성을 더욱 제

고했다. 서울유통센터에 이어 2001년 부산물류센터를 준공해 전국 급식서비스의 인프라를 구축했다. 부산물류센터는 대지 1만 6529m²(5000여 평) 규모로 부산·경남지역의 식자재 공급을 담당했다.

1998년 도입한 FAMES(Food And Menu Engineering System)는 적정 인력운용과 협력업체의 효율화를 가져왔다. 수작업으로 진행해온 발주업무를 전산을 통해 수행함으로써 업무의 신속성, 정확성을 높일 수 있었고, 이를 통해 푸드서비스의 질을 높여 나갔다.

2002년에는 FAMES 시스템을 업그레이드해 웹버전인 FAN(Food service Advanced Network) 시스템을 도입했다. 각 사업장의 특성을 반영한 레시피를 업그레이드하여 맛과 품질의 상향평준화를 이루었고, 식자재 품질과 협력업체, 고객 반응까지 관리할 수 있도록 했다. 그해 8월 통합 VOC 관리시스템을 오픈, 24시간 상시 고객관리체계를 갖추고 고객 입장에서 더욱 안전하고 맛있는 푸드서비스를 제공할 수 있도록 만전을 기했다.

제4절 세계적인 테마파크로 성장한 에버랜드

에버랜드는 퍼레이드와 사계절 축제 등 콘텐츠 강화로 2001년 누적입장객 1억 명을 돌파하는 이정표를 세웠다. 또 고객만족경영으로 명예의 전당에 헌정되며 세계적인 테마파크로 도약했다. 골프사업은 1998년 국내 최초로 안양중지를 특허출원하고, 1999년 세븐힐스와 글렌로스골프클럽을 개장했다.

1996년 AB(Amusement Business)지로부터 세계 8대 테마파크로 선정되며 글로벌 테마파크로 입지를 굳힌 에버랜드는 1997년 12월에 국내 테마파크 최초로 영업, 식음, 행사, 동물원, 캐리비안 베이 등 전 부문에 걸쳐 ISO 9002와 14001 인증을 동시에 획득하며 에버랜드가 실천해온 체계적인 관리운영 수준과 환경친화적 경영을 다시 한번 입증했다.

1996년 개장 20주년을 맞아 선보인 페이블 판타지 퍼레이드는 국내 최대 규모의 대형 퍼레이드로 에버랜드 엔터테인먼트 부문의 새로운 장을 열었다. 이어 1998년 어트랙션 콜럼버스 대탐험과 멀티미디어쇼 단군신화를 도입해 고객의 볼거리와 즐길거리를 한층 강화했다.

에버랜드의 이러한 유형, 무형 자산들은 한국의 대표적인 레저문화와 서비스로 인정돼 세계로 수출되기에 이르렀다. 테마파크 운영 노하우를 바탕으로 삼성에버랜드는 1999년 대만 디스커버

리월드(Discovery World)에 대한 운영 컨설팅을 수행하며 세계 시장에 첫걸음을 내디뎠다. 디스커버리를 운영하는 대만 창이그룹은 애초 컨설팅사로 도쿄 디즈니랜드를 염두에 두었지만, 에버랜드를 둘러본 후 동양적 아이디어를 실현한 것에 큰 점수를 주었다.

2000년 11월 삼성에버랜드는 한국능률협회가 주관한 CS전국대회에서 5년 연속 고객만족 경영대상을 수상하며 국내 최초로 명예의 전당에 헌정, 국내 서비스 역사에 획기적인 전기를 마련했다. 기존의 관람형 이벤트 진행에서 미처 기대하지 못했던 순간에 비밀상의 체험을 할 수 있도록 하는 참여형 이벤트로 고객의 가치를 제고하고, 고객 니즈를 미리 파악해 한층 심화된 고객만족 서비스를 제공한 점을 인정받은 쾌거였다.

이후 에버랜드는 퍼레이드와 멀티미디어쇼 등 화려하고 다양한 대형 이벤트와 공연을 확충해 훨씬 더 즐겁고 생동감 있는 공간으로 발전했다. 2001년 매직 퍼레이드, 문라이트 매직 퍼레이드, 크리스마스 매직 퍼레이드를 공연하기 시작했고, 2002년 멀티미디어쇼 문라이트 어드벤처를 선보였다. 여기에 봄에는 튜립축제와 장미축제, 여름의 썸머 뮤직 페스티벌에 이어 가을축제, 겨울에는 크리스마스 판타지와 윈터 판타지가 열려 1년 사계절 내내 축제와 이벤트, 공연이 이어졌다.

이처럼 축제를 강화하고 고객의 체험을 유도하면서 에버랜드는 모든 계층이 즐길 수 있는 테마파크로 성장했다. 2001년 6월 8일 누적입장객 1억 명 돌파는 그 방증이었다. 놀이공원 사상 누적 입장객이 1억 명을 넘은 것은 에버랜드가 국내에서 최초이며, 아시아에서는 도쿄 디즈니랜드에 이어 두 번째였다. 뿐만 아니라 그해 9월에는 제28회 세계관광의 날 기념식에서 금탑산업훈장을 수상하였고, 12월에는 세계 5대 테마파크로 선정(AB지)되는 기염을 토했다. AB지의 선정은 디즈니 계열을 제외한 테마파크로서는 세계 최초로 입장객 순위 5위에 진입한 것이어서 더욱 뜻깊은 일이었다.

테마파크의 최우선 '안전'

각종 전기 설비, 건축물 디자인 및 보수, 열병합 발전 및 수변전, 에너지 검침, 정수장 급수, 놀이시설 등 우리 생활의 모든 것이 집약돼 있는 테마파크를 관리하기 위해서는 해야 할 일이 무궁무진하다. 파크를 가동하기 위해서는 모든 인프라가 철저히 관리돼야 하는데, 매일 수만 명의 고객들이 이용하는 시설인 만큼 무엇보다 한 건의 사고도 없이 안전해야 함은 두말 할 나위가 없다.

때문에 에버랜드의 시설과 안전을 담당하는 직원들은 매일 아침 영업시간 1시간 전에 먼저 출근한다. 고객들이 입장하기 전에 공원 내 모든 시설물의 이상유무를 확인해야 하기 때문이다. 경미한 실수도 대형사고로 이어질 확률이 높은 어트랙션은 특히 세밀한 주의를 기울인다. 최적의 상태에서 고객들이 즐거움을 느낄 수 있게 하는 기본은 바로 안전이기 때문이다.

안양베네스트골프클럽은 1997년 10월 3일 대규모 코스 리뉴얼을 마치고 공식 개장식을 가졌다. 세계 최고의 권위를 자랑하는 로버트 트렌트 존스 주니어의 과감한 전략적 설계를 바탕으로 전장을 6720야드에서 7044야드로 넓히고 투그린을 윈그린으로 조성, 세계 정상급 명문클럽으로의 발전을 도모했다.

안양베네스트골프클럽은 1997년에 골프장업계 세계 최초로 ISO 9002 및 14001 인증을 동시에 획득한 데 이어 1998년 6월 국내에서는 처음으로 발굴해 골프장 잔디로 특화한 안양중지를 특허출원하고, 2000년 10월 특허등록을 했다. WTO 체제 하에서 종자시장 개방과 함께 밀려 들어올 수입잔디에 맞서 안양중지는 과학적인 분류를 바탕으로 고유 브랜드로 인정받게 됐다.

삼성에버랜드는 1999년에 세븐힐스골프클럽(현 안성베네스트골프클럽)과 글렌로스골프클럽을 개장, 골프사업을 더욱 확대했다. 세븐힐스골프클럽은 회원제 18홀로 정통 멤버십을 지향하면서 지역주민과 대중 골퍼들에게 개방적인 정책을 펼쳐 고품격 골프문화 확산에 기여했다. 이후 퍼블릭 코스와 남코스를 추가하며 36홀로 확대했다. 글렌로스골프클럽은 에버랜드 단지 주변에 조성된 퍼블릭골프장으로 골프와 가족 놀이문화의 접목이라는 새로운 시도에 나섰다. 특히 멤버십 이상의 코스와 선진화된 운영시스템으로 국내 퍼블릭골프장의 새 장을 열었다.

제5장 고객 생활과 비즈니스의 새로운 가치 창조(2003~2009)

제1절 생활에너지기업으로의 도약

2003년 삼성에버랜드는 창립 40주년을 맞아 새로운 기업 비전 '생활에너지를 창출하는 서비스 선도기업'을 선포하며 새로운 도약에 나섰다. 삶에 밀접한 인간적이고 따뜻한 서비스를 통해 삼성에버랜드는 한국에서 가장 존경받는 기업, 일하고 싶은 기업으로 발돋움했다.

2003년 삼성에버랜드는 창립 40주년을 맞아 신비전 '생활에너지를 창출하는 서비스 선도기업'을 선포했다. '고객만족·가치창조·환경친화·사회공헌'을 4대 공유가치로 삼아 사업의 질적 고도화와 함께 각종 신규사업에 진출, 사업구조를 정비하고 글로벌화를 추진하기로 했다. 미래사회를 이

끌어 갈 창조적인 사업과 서비스를 통해 국민 삶의 질 향상과 건전한 여가문화의 발전을 지속적으로 추진함으로써 세계 속의 생활에너지기업으로 자리매김한다는 청사진이었다.

빌딩 매니지먼트 및 에너지 절감, 환경복원 및 조성, 프리미엄 푸드서비스 및 식자재 유통, 에버랜드와 골프클럽 운영 등을 통해 생활에너지를 창출, 고객 삶의 가치와 문화 창조를 거듭해온 노력은 2004년 창사 이래 처음으로 매출 1조 원을 넘어서며 결실을 거뒀다. 삼성에버랜드는 전 사업 부문에 걸쳐 고객친화적 서비스를 강화하고 서비스와 문화를 접목해 삶의 가치를 제고하는 데 중점을 뒀다.

내부적으로는 6시그마를 더욱 강력하게 전개해 전사 혁신의 엔진으로 삼았다. 6시그마 워크숍인 ‘챔피언데이’를 개최, 임원들의 관심 유도 및 집중을 도모하고, 연말에는 전 임직원이 모인 가운데 ‘6시그마 페스티벌’을 마련해 프로젝트 경진대회를 벌였다. 또 6시그마 활동을 지원하기 위해 전사 규정인 ‘6시그마 운영 가이드’를 제정하는 한편 서비스업 사례에 맞는 온라인 GB(Green Belt) 교육과정 개발 및 운영, 회의기법과 6시그마 툴(Tool)을 연계한 삼성에버랜드식 회의문화 개발 등 서비스업에 맞는 6시그마 적용에 힘썼다.

이처럼 삼성에버랜드는 6시그마 전과를 통해 인력양성과 체계확립을 한 후 재무성과가 높고 가치있는 프로젝트를 중심으로 성과를 창출해 나갔다. 2008년부터는 프로세스 혁신(PI: Process

영상으로 만나는 에버랜드

삼성에버랜드는 국내 최고수준의 HD영상 제작 시스템을 기반으로 2006년 12월 23일 SEN(Samsung Everland Media Net)을 설립, 연간 100여 건의 사내 방송과 70여 건의 영업·판촉·홍보·교육 등의 영상을 제작하며 사내 커뮤니케이션을 활성화하고 사업부 영업을 지원하기 위해 힘썼다. 그리고 2008년 하반기, SEN은 새로운 목표를 세웠다. 에버랜드 리조트를 촬영한 영상을 공공기관·다중시설 등 외부 채널로 확대하는 것. 이에 따라 SEN은 영상을 활용할 수 있는 다양한 외부채널들을 접촉하기 시작했다. 우선 고화질의 영상을 통해 TV를 판매하고 있는 전자제품 매장을 주 타깃으로 삼았으며, 에버랜드의 영상을 자연스럽게 일반 고객들에게 노출할 수 있는 은행, 병원 등에도 함께 추진했다.

결과는 대성공이었다. 백화점, 대형 할인마트, 디지털 플라자 등 삼성전자의 국내 1300여 개 매장과 해외 3만여 개 매장 내 전시용 TV모니터에 SEN이 자체적으로 제작한 영상이 나갈 수 있게 됐다. 국내 매장에는 2008년 9월 초부터 동물을 주제로 한 영상이 하루 10회 이상 나갔으며, 해외 매장에는 2009년 1월부터 영상을 선보였다. 또한 2008년 8월부터 하루 유동인구 3만여 명에 이르는 삼성의료원 로비의 TV모니터에 에버랜드 축제 영상이 차례로 노출되고, 우리은행의 서울지역 5개 지점에서도 고객들이 에버랜드의 영상을 볼 수 있게 됐다. 현장에서 고객들은 지루한 대기시간을 금융상품광고와 의료뉴스가 아닌, 보기만 해도 즐겁고 신나는 축제를 감상할 수 있어 매우 높은 호응을 보였다. 국내 유일의 HD전문 채널인 ‘스카이HD(위성방송)’ 채널에서도 SEN이 제공한 ‘테마파크의 가을’, ‘테마파크에서 맞는 크리스마스’ 등 다양한 HD영상들을 볼 수 있었다.

Innovation)을 추진해 영업과 수주, 구매 프로세스 개선을 도모했다. 서비스를 어떻게 측정할 수 있는가에 대한 의문도 있었지만, 삼성에버랜드는 서비스업에 최적화된 혁신으로 경험치를 데이터화하며 체계화와 과학화를 이룩, 서비스 선도기업으로서의 위상을 강화했다. 이러한 성과는 삼성그룹 내에서도 두드러진 모범사례로 전파돼 그룹 차원의 6시그마 추진에 강한 동기를 부여했다.

삼성에버랜드는 2006년 한국능률협회컨설팅 선정 ‘한국에서 가장 존경받는 기업’에 11위로 선정됐으며, 매년 삼성그룹에서 시행하는 ‘브랜드가치’ 조사에서도 ‘삼성’이라는 브랜드에 기여하는 영향력이 전 관계사에서 4번째를 차지할 만큼 위상이 크게 높아졌다.

2008년 10월에는 ‘대한민국 녹색경영대상 지속부문 5년 연속 대상’ 수상으로 명예의 전당에 헌액되며 환경친화기업으로서의 이미지를 공고히 했다. 삼성에버랜드는 인간과 자연이 조화를 이루는 환경친화적 경영문화를 경영의 핵심가치로 삼고 야생동물보호, 오페수 친환경시스템, 환경아카데미, 동물아카데미 등 자연과 환경이 조화롭게 공생하는 환경 최우선의 경영활동을 펼쳐 왔다. 1997년 9월에 서비스업계 최초로 환경부로부터 환경친화기업 지정을 받은 데 이어 다양한 체험적 환경프로그램과 생태계 복원을 통해 환경의식을 확산시키고 지속적인 환경경영을 수행한 결과, 명예의 전당에 헌액되며 환경친화적 기업의 대표로서 인정받게 됐다.

제2절 E&A사업의 시너지 창출

삼성에버랜드는 빌딩 매니지먼트의 노하우를 바탕으로 건설사업을 본격 재개했으며, 국내 최대 규모의 김천 태양광발전소 신축 및 운영 등 신재생 에너지로의 사업고도화를 꾀했다. 또 경관산업의 선두주자로서 친환경적 도시공간 창출에 앞장서며 E&A사업의 시너지를 창출했다.

삼성에버랜드는 선진형 빌딩 매니지먼트 및 에너지 절감을 통해 고객의 자산을 안정적으로 관리하며 쾌적하고 친환경적인 미래공간을 실현했다. 2004년 3월 미국 ABS 컨설팅사와 리스크 매니지먼트 공동사업 제휴를 통해 안전한 공간 구현을 위한 기반을 갖췄다. ABS 컨설팅의 기술력을 습득함으로써 자체적으로 리스크 진단분석과 피해 예측, 개선계획 수립 및 재난 관리 종합시스템 구축 등과 관련한 컨설팅 능력을 보유하게 됐다. 2004년 리움미술관에 이어 2008년에 삼성의 새로운 상징적 빌딩인 서초단지의 환경을 조성하고 선진시스템에 의한 빌딩관리를 시작했다.

2009년부터는 오피스, 연수소, 연구소, 전산센터, 병원, 공장 등 더욱 다양한 빌딩의 매니지먼트를 통해 고객의 자산가치를 제고하는 데 힘썼다. 뿐만 아니라 대규모의 임차인 네트워크 구축을 통해 고객의 안정적인 수익확보를 보장했다.

에너지 절감과 효율화를 위한 에너지사업은 진단, 설계, 시공, 사후관리에 이르는 토털에너지솔루션사업으로 발전했다. 2006년 12월 산업자원부로부터 에너지진단전문기관으로 지정받은 삼성에버랜드는 에너지 사용시설 전반에 걸쳐 에너지 이용 현황을 파악하고 손실요인을 분석해 에너지 절감을 위한 최적의 개선안을 제시하며, 전기·전자 등 일반산업부문과 석유·정밀화학 등 화학부문으로 영역을 확대해 나갔다.

2007년 선진사 제휴를 통해 연료전지, 히트펌프를 신규 론칭했으며, 2008년에는 당시 국내 최대 규모의 김천 태양광발전소를 신축하는 등 신재생 에너지사업을 통해 친환경 에너지 공급과 에너지사업의 고도화를 꾀했다. 김천 태양광발전소는 2008년 9월 29일부터 상업운전을 개시하고 연간 2만 6000MW 전력을 생산하며 이산화탄소 배출 감소 등 환경오염 문제해결에 앞장서고 있다.

이에 앞서 2007년 2월 에너지사업의 전문브랜드 에너빅스(ENERVIX)를 론칭함으로써 토털에너지서비스를 제공하는 친인간적이고 친환경적인 에너지사업의 입지를 다졌다. Energy(에너지), Service(서비스), Expert(전문가)의 합성어인 에너빅스는 '에너지 서비스를 선도하는 삼성에버랜드'의 위상을 표현했다.

삼성본관 리모델링

30여 년 동안 삼성의 역사와 함께 온 태평로 삼성본관. 그 존재만으로도 중요한 의미를 가지고 있는 삼성본관이 2009년 대규모 리모델링을 통해 새롭게 탄생했다. 삼성에버랜드는 친환경적 공법으로 쾌적하고 세련된 오피스 공간을 조성함으로써 빌딩에 새로운 생명을 불어넣었다.

1976년 준공 후 1986년 1차 리모델링에 이어 2008년 12월 시작한 삼성본관 리모델링 공사는 2009년 5월 말 완료를 목표로 진행됐다. 통상 비슷한 규모의 공사가 24개월 정도 걸리는 점을 감안하면 약 6개월이라는 기간은 턱없이 부족했다. 하지만 삼성에버랜드는 프로젝트를 성공적으로 수행하기 위해 주야 철야로 공사를 진행하고, 휴일도 잊은 채 일에 매달렸다.

삼성본관 리모델링의 핵심은 쾌적한 사무환경의 제공에 있었다. 이를 위해 기존 건물의 석면을 제거하는 작업이 1차적으로 진행됐다. 이후 실내공기환경 개선을 위해 최첨단 공조시스템을 적용하고 노후된 마감재와 조명을 친환경 자재와 적정 조도를 가진 조명으로 교체했다. 수십 년 된 건물이다 보니 돌발상황도 많고 짧은 공기 탓에 숨이 돌이키는 힘든 현상이었지만, 삼성의 역사가 담긴 건물에 새로운 숨을 불어넣는다는 사명감과 그동안 축적한 사업 노하우를 바탕으로 삼성본관 리모델링을 성공적으로 수행해냈다.

빌딩 매니지먼트와 에너지 사업의 경험과 노하우는 산업플랜트, 리모델링, 건축사업 등 건설사업의 본격화로 이어졌다. 2000년대 초반 경부선 구미역사 신축공사를 수주한 삼성에버랜드는 이후 2005년부터 인력을 확충하고 공장 신·증축을 꾸준히 확대해 한국항공우주산업(KAI) 도장동 공사, 삼성정밀화학 울산 토너공장 신축 등을 수행했다. 또 삼성생명 본사사옥, 삼성빌딩, 삼성본관 등에 대한 리모델링을 수행해 건물의 가치를 높이고 고품격 신공간을 창출함으로써 2004년 11월 FM(Facility Management) 리노베이션 부문 대상(삼성생명 본사 사옥)을 수상했다. 이와 함께 반도체, 디스플레이, 화학플랜트 등 사고 요소와 밀접한 관계가 있는 시설은 물론 초고층복합인텔리전트 빌딩에 대한 세계적 수준의 소방방재사업을 전개했다.

삼성에버랜드는 선진기술을 활용해 생태계에 자연순환기능을 돌려주는 환경복원사업을 이끌었다. 양재천 저습지 생태공원 복원을 통해 서울 시민들에게 깨끗하고 아름다운 여가 공간을 제공함으로써 2003년 10월 환경부 주관 생태조경녹화대상공모전 대상과 환경보전공로 대통령표창을 수상했다. 2006년 11월에는 속초시 영랑호의 친자연형 수변 조성을 통해 환경부 주관 생태조경녹화금상을 수상, 친환경경영을 실천했다.

아파트 경관사업에도 활발하게 나서 친환경적 도시공간 창출에 앞장섰으며, 연수시설, 대단위 복합상가, 골프장 부문 조경도 적극적으로 펼치며 국내 경관산업을 주도했다. 2007년에는 경주교원 드림센터(연수원)의 경관 디자인 공사를 성공적으로 수행해 세계조경가대회(IFLA: International Federation of Landscape Architects)에서 '어워드 오브 엑셀런스(Award of Excellence)'를 수상했다. 세계조경가대회에서 국내 선유도공원(2003년)과 청계천광장(2006년)이 환경생태 중심의 콘셉트로 수상한 바 있으나, 역사문화 계승과 고객사의 철학 구현 등에서 높이 평가돼 수상한 것은 삼성에버랜드가 국내 처음이었다.

제3절 새롭고 즐거운 식음문화 창출

삼성에버랜드는 전문적이고 체계적인 푸드서비스, 그리고 업계 최고의 안전·위생체계를 바탕으로 국내 식음문화의 패러다임 변화를 주도했다. 2007년에는 식음전문브랜드 웰스토리를 론칭하고 삼성 서초사옥에 웰스토리 카페테리아를 오픈하는 등 한층 업그레이드된 식음서비스를 제공했다.

2003년에 접어들면서 삼성에버랜드는 푸드서비스에 대한 전반적인 사업역량 고도화를 도모했다. 우선 2002년에 론칭한 통합메뉴관리시스템을 기반으로 표준레시피를 정립하며 맛의 상향표준화 노력을 강화했다. 고객서비스 면에서는 2002년부터 FS부문에 적용한 CSI(고객만족도, Customer Satisfaction Index) 조사를 2004년에 FM부문까지 확대했다. 또한 푸드테인먼트(Food+Entertainment) 개념에 근거한 사업장별 테마이벤트 진행, 푸드테이너 양성, 에버스타 캐릭터 개발 등을 통해 고객만족을 극대화했다. 푸드테인먼트는 음식을 통해 고객을 즐겁게 해주기 위한 새로운 서비스 개념으로, 푸드테인먼트를 실현하는 푸드테이너가 2006년 9월 노동부로부터 사업내 자격검정인증증을 획득함으로써 식음문화를 선도하는 삼성에버랜드의 위상을 한껏 높였다.

삼성에버랜드는 고객에게 위생적이고 품질 좋은 식자재를 공급하기 위한 R&D에도 크게 힘썼다. 식품연구소는 식음분야의 안전성 분석과 관련된 실험분석활동을 수행하면서 2003년 11월 식중독균 검사법인 '다중중합효소연쇄반응을 이용한 병원성 미생물의 검출방법 및 검출키트'로 특허등록을 하는 성과를 거뒀다. 이를 바탕으로 2006년 12월 식중독균을 신속히 검출하는 키트인 ©gene-check(이진체크)를 개발, 유전자 검사방법에 의해 11종의 식중독균을 5~20시간 이내에 검출할 수 있게 됨으로써 국민건강을 더욱 안전하게 책임질 수 있게 됐다. 또한 2004년에 사내자격증인 위생안전지도사(Hygienics & Safety Instructor)를 노동부로부터 사업내 자격검

건강관리 프로그램 고투웰

삼성에버랜드는 2006년 급식업계 최초로 건강관리 프로그램 고투웰(Gotowell)을 론칭했다. 고투웰은 온·오프라인으로 고객들의 식사 및 영양관리를 돕는 식생활관리 서비스이다. 스트레스와 콜레스테롤을 줄이려는 사람, 집중력을 강화하려는 사람 등 다양한 니즈를 가진 고객들을 위해 자신의 건강상태를 지속적으로 모니터링하면서 건강정보를 제공하도록 설계됐다. 고객의 영양상태, 식습관 등을 기반으로 올바른 식생활을 하도록 지원함으로써 직원식당을 단순히 식사를 제공하는 공간에서 건강센터로 정착, 선진 식음서비스를 제시했다.

정으로 인정받고, 2006년에 업계 최초로 품질보증시스템인 이퀄스(Equals: Everland Quality Assurance Leading System)를 도입하는 등 위생안전과 관련된 독보적인 역량을 확보했다.

전문적이고 체계적인 푸드서비스, 그리고 업계 최고의 위생안전체계를 바탕으로 삼성에버랜드는 식음시장을 지속적으로 확대해 나갔다. 2000년 12월 사업부 전체적으로 매출 2000억 원을 돌파했으며, 2002년 12월과 2004년 12월에는 각각 매출 3000억 원과 4000억 원을 넘어섰다. 이에 따라 2000년에 유통사업부 전체 매출 기준으로 업계 1위를 달성하며 우리나라 최고의 푸드서비스 기업으로 발돋움한 데 이어 2004년 12월 FS사업에서만 3500억 원이 넘는 매출을 기록함으로써 FS업계에서 MS 1위를 달성했다. 1994년 FS사업부 설립 이후 10년 만의 쾌거였다.

삼성에버랜드는 2006년부터 식자재 유통을 강화해 FS사업과의 선순환 체계를 구축하면서 연평균 성장률 20%를 상회하는 식자재 유통시장에서의 발전을 본격화했다. 2004년에 콜드체인시스템(Cold Chain System)을 구축해 사업 규모 확대에 대응한 물류시스템의 고도화를 일찍이 이룩했다. 식재료 보관, 입출고 및 배송의 모든 과정에서 적정온도를 유지하는 콜드체인시스템 구축으로 삼성에버랜드는 업계 최고의 위생관리시스템을 구축하게 됐다. 이와 함께 2005년 대구물류센터, 2007년 광주물류센터를 개관해 전국 물류시스템을 완성했다. 대구와 광주물류센터는 건설과 동시에 콜드체인시스템을 구축했으며, 이로써 삼성에버랜드는 전국 어디에서나 더욱 전문적이고 위생적인 푸드서비스를 전개할 수 있게 됐다.

2007년 1월 삼성에버랜드는 유통사업부를 'FoodCulture사업부'로 변경했다. 식음을 하나의 문화로 보고 신식음문화를 선도해 간다는 의지를 대내외에 천명한 것이었다. 이에 따라 푸드서비스와 식자재 유통에 머물렀던 사업영역에서 식음·건강 관련 사업으로 다각화를 모색하고, 해외 선진사와의 제휴를 통해 세계시장에의 진출을 적극적으로 타진했다.

특히 2007년 9월 식음전문브랜드 '웰스토리'를 론칭함으로써 즐겁고 건강한 식문화 구현을 통해 고객들에게 사랑받는 브랜드 자산을 구축, 글로벌 식음문화 창출에 앞장서게 됐다. 이어 2008년 11월 서초 삼성타운 전자사옥에 웰스토리 카페테리아를 오픈해 한 단계 업그레이드된 프리미엄 푸드서비스를 추진하기 시작했다.

제4절 세계와 소통하는 글로벌 엔터테인먼트

에버랜드는 2003년 감성연출서비스 도입으로 서비스 수준을 한 단계 높이고, 스플래쉬 퍼레이드, T익스프레스 등 콘텐츠와 시설을 업그레이드하며 세계인이 찾는 리조트로 도약했다. 안양베네스트골프클럽은 2년 연속 서비스품질 1위를 기록, 우리나라 최고의 골프클럽 명성을 이어 갔으며, 2004년 가평베네스트골프클럽을 개장했다.

에버랜드는 2003년 ‘감성연출서비스’라는 신개념을 도입하면서 서비스의 수준을 질적으로 한 단계 높이는 계기를 마련했다. 이는 친절·칭걸 중심의 1차적 서비스 차원을 넘어 직원이 즐겁고 신나게 일하는 모습이 고객에게 전해질 때 최상의 서비스가 가능하다는 발상에서 시작됐다. 수다스런 대화, 다가가는 행동, 재미있는 표정, 즉 수·다·재 서비스를 실천하며 좀 더 적극적으로 고객과의 교감에 나섰다. 손을 흔들며 밝게 인사하는 ‘핸드롤링(Hand-Rolling)’을 2003년부터, 간단한 노래와 안무를 섞어 손님을 환영하는 ‘매직스펠(Magic-Spell)’을 2006년부터 실시하는 등 창의적인 연출기법을 지속적으로 개발해 고객만족을 극대화했다.

2006년 개장 30주년을 맞아 단순 테마파크를 뛰어넘는 체재형 복합 리조트로 발돋움하기 위해 ‘에버랜드 리조트’로 BI(Brand Identity)를 변경했다. 이와 함께 테마파크 에버랜드와 워터파크 캐리비안 베이를 축으로, 숙박시설 홈브리지의 콘도를 확충하는 등 글로벌 리조트 타운으로의 발전 방안을 수립, 실행해 나갔다. 2006년 4월 누적입장객 1억 4500만 명, 연간 외국인 입장객 50만 명이라는 기록을 세워 개장 30주년의 의미를 더했다.

스타들도 에버랜드를 좋아해요

한국을 대표하는 테마파크인 만큼 에버랜드를 방문하는 명사들이 많았다. 1997년 성룡과 김수환 추기경, 1998년 마이클 잭슨을 비롯해 2003년에는 세계적으로 유명한 영국의 동물학자 제인 구달이 방문하는 등 일일이 나열하기 어려울 정도이다. 특히 에버랜드는 스포츠 스타들로부터 많은 사랑을 받았다. 2006년 한국계 슈퍼볼 스타 하인스 워드의 방문은 당시 큰 이슈가 됐다. 하인스 워드 방문은 에버랜드의 한 직원이 그의 어머니께 직접 편지를 보내 이뤄진 것으로, 방문 당시 1000명의 다문화 가족을 초청하기도 했다.

또 박세리, 이승엽 선수 등 국내 인기 스포츠 스타의 방문도 이어졌다. 에버랜드는 이승엽 선수의 이름을 따 사자는 여비, 박세리 선수의 이름을 따 불곰의 이름을 세리라고 불렀다. 2003년 이승엽 선수가 아시아 최고 홈런을 때려낸 대구구장 현장에 사자 여비도 함께했으며, 2012년에는 여비의 후손을 포함한 아기사자 4마리가 코리안시리즈 개막전이 열린 대구구장을 찾아가 삼성라이온즈의 4승을 기원하는 등 행운의 메신저 역할도 톡톡히 해냈다.

에버랜드는 세계적인 테마파크로서의 위상에 걸맞게 인적 서비스의 향상뿐 아니라 테마파크의 시설 및 콘텐츠의 질적 수준 향상을 위해서도 노력했다. 2005년 오픈한 테마형 동물원 애니멀 원더월드, 테마공간 이솝빌리지는 국내 테마파크의 패러다임을 변화시켰다. 총 7개의 테마 존으로 구성된 애니멀 원더월드에서 관람객들은 스토리텔러와 함께 동물과 직접 대화를 주고받으며 동물의 세계를 직접 체험할 수 있었다. 이솝빌리지는 세계 최초로 이솝이야기를 현실로 빚어낸 테마공간으로 에버랜드의 테마 구현 수준을 한 단계 업그레이드했다. 2007년에는 국내 최초로 유인원류 전용 테마공간인 프렌들리 몽키밸리를 개장해 단순히 동물을 관찰하는 것이 아니라 동물과 함께 호흡하면서 즐겁게 배울 수 있는 에듀테인먼트를 실현했다.

2008년 4월에는 이국적인 분위기 속에서 새로운 음식을 즐기고 네덜란드의 문화를 체험해 볼 수 있는 테마공간 홀랜드 빌리지(Holland Village)를 리뉴얼 오픈했다. 4500m²(약 1500평)의 면적에 17개의 테마 레스토랑과 카페로 구성된 홀랜드 빌리지는 총 1200명이 동시에 다양한 음식을 맛보며 야외 공연들을 즐길 수 있는 공간으로 인기를 모았다.

또한 2003년 크리스마스 판타지 퍼레이드, 2004년 해피 할로윈 파티, 2005년 스플래쉬 퍼레이드 등을 론칭, 계절마다 특색 있는 축제와 퍼레이드 라인업을 완성했다. 이와 함께 2004년에는 에버랜드 자체 기술로 멀티미디어쇼 올림푸스 판타지를 제작하는 등 공연 수준을 꾸준히 향상시켰다. 이러한 노력으로 에버랜드 리조트는 2005년 11월 세계테마파크협회(IAAPA)로부터 퍼레이드 부문 ‘빅 이 어워즈(Big E Awards)’를 수상했으며, 2006년에는 미국의 경영전문지 포브스로부터 전 세계에서 가장 인기있는 테마파크 4위로 선정되는 경사를 맞았다.

삼성에버랜드는 유·무형의 자산을 집대성해 해외에 진출하는 성과를 거뒀다. 2006년 1월 중국 대련에 위치한 최대 테마파크 킹덤 오브 디스커버리(Kingdom of Discovery)의 개장 준비에서 운영·관리까지 종합컨설팅 계약을 체결한 데 이어 그해 9월에는 중국 성도에 위치한 플로라랜드(Floraland)에 운영, 마케팅, 시설 등에 대한 컨설팅을 실시했다. 14억 인구를 가진 중국 전역에 한국적 놀이문화를 전파했다는 면에서 해외 테마파크 컨설팅은 의미있는 성과였다.

모든 세대가 즐길 수 있는 복합 리조트로서 대한민국의 대표 브랜드이자 세계적인 브랜드로 자리매김한 에버랜드는 2008년 국내 최초로 우든코스터 T익스프레스를 도입하고, 2009년 세계 최초로 백호사파리를 오픈하는 등 고객에게 최고의 즐거움과 행복을 선사하기 위한 노력을 멈추지

않았다. T익스프레스는 세계 최고의 낙하각도를 자랑하는 우든코스터로서 미국 '미치 호커'가 선정한 '세계에서 가장 스릴 있는 우든코스터'로 선정되는 등 에버랜드의 경쟁력을 한 차원 더 높이는 계기가 되었다. 최고 속도, 최고 높이, 최장 길이 등 롤러코스터의 신기원이라는 평가를 받으며 젊은 고객층에게 특히 큰 인기를 끌었다. 백호랑이 해를 맞아 오픈한 백호사파리는 세계 최초로 백호와 황호를 합성한 특별한 형태의 사파리로, 2~3개월 동안 다양한 방식의 합사를 시도한 끝에 오픈해 고객들에게 차별화된 경험을 제공했다.

캐리비안 베이 또한 가족형 슬라이드를 신규 도입하고, 2008년에는 신규 테마공간 와일드리버를 개장하면서 세계테마파크협회로부터 '꼭 봐야 할 워터파크(Must-see Water Park)'로 선정되는 등 국내 워터파크 선두의 입지를 고수했다.

안양베네스트골프클럽은 2003~2004년 2년 연속 한국서비스품질지수(KS-SQI) 1위 기업의 영예를 차지하며 국내 대표 골프클럽으로서의 위상을 공고히 했다. 세븐힐스골프클럽은 2003년 10월 남코스 9홀을 추가 오픈해 총면적 약 239만 83m²(72만 3000평)의 36홀 골프클럽으로 거듭났다. 2008년에는 세븐힐스에서 안성베네스트골프클럽으로 상호를 변경하고 베네스트 브랜드 가치에 맞게 시설과 서비스를 업그레이드해 나갔다.

2004년 9월 삼성에버랜드는 가평베네스트골프클럽을 개장하며 총 108홀의 5개 골프장에 대한 체계적인 서비스 운영과 과학적인 코스관리로 품격 높은 여가문화 확산을 가속화했다. 골프계의 살아 있는 전설로 불리는 잭 니클라우스가 직접 디자인한 가평베네스트골프클럽은 2005년부터 5회 연속으로 삼성베네스트오픈 골프대회를 개최하며 국내 프로골프 발전에 일익을 담당했다. PGA 수준의 코스 세팅, 지역과 함께 하는 대회, 우승자 예우 프로그램 도입 등 다양하고 차별화된 대회 운영으로 많은 화제를 불러일으키며 국내 골프문화 확산에 기여했다. 특히 아마추어 초청, 꿈나무 지원 등을 통해 선수 육성에도 이바지했다.

한편 삼성에버랜드는 2006년 3월 경상대와 '골프코스관리자(GCM: Golf Course Manager) 육성과정' 산학교육협정을 체결하고, 그해 10월 골프코스관리자 사내 자격과정에 대한 노동부 인증을 국내 최초로 획득하며 최상의 코스품질을 위한 전문성을 높여 나갔다.

제6장 Life Infra Inventor, 삼성에버랜드(2010~2013)

제1절 고객 성공을 위한 VISION 2020 선포

삼성에버랜드는 2010년 3월 임직원이 함께 도출한 2020년 비전 'Life Infra Inventor'를 선포했다. 새로운 비전 속에서 삼성에버랜드는 고객만족에 기반한 혁신과 상생을 적극적으로 추구하며 삶을 가치있게 하는 서비스를 창조해 나가고 있다.

삼성에버랜드는 2010년 3월 30일 임직원 및 관계자 1000여 명이 참석한 가운데, 2020년 비전 'Life Infra Inventor'를 선포했다. 고객 삶의 질을 향상시키는 생활기반 서비스를 발명해 나간다는 Life Infra Inventor는 고객에게 최상의 서비스를 제공함은 물론, 새로운 아이디어와 혁신적인 시도로 고객의 행복과 성공을 이루고자 하는 삼성에버랜드의 열정과 의지를 담아 탄생했다.

삼성에버랜드는 크리에이티브 워크숍(Creative Workshop), 온라인 설문조사, 비전 블로그 등을 통해 전 임직원이 직접 참여하는 가운데 구성원 모두가 공감할 수 있고 실천할 수 있는 새로운 비전 수립에 착수했다. 이 과정에서 고객의 생활과 비즈니스의 기반을 제공하는 또 다른 개념의 기간산업인 'Life Infra' 개념을 도출했다. 이는 기존에 '서비스'에 한정됐던 업(業)의 정의를 새롭게 하여 새로운 비전으로 제시한 것으로, 친절한 서비스를 넘어 새로운 시도와 혁신을 통해 고객의 생활기반을 만들어 가는 'Life Infra Inventor'를 임직원의 힘으로 도출해 VISION 2020으로 선포하기에 이른 것이었다.

삼성에버랜드는 새로운 비전 선포에 이어 2011년 3월 용인에서 서울 중구 태평로 소재 삼성본관으로 본사를 이전하며 고객과 미래를 위한 인프라 발명에 더욱 박차를 가했다. 이에 더해 2012

창립기념일 변경

삼성에버랜드는 2010년에 창립기념일을 기존 12월 23일에서 3월 31일로 변경했다. 중앙개발과 동화진흥의 합병을 통해 지금과 같은 업의 영역을 갖춘 1967년 3월 31일을 삼성에버랜드의 의미 있는 창립기념일로 지정한 것이었다.

12월 23일은 삼성에버랜드의 전신인 동화부동산의 설립일로, 동화부동산은 이후 1966년 8월 30일 동화진흥으로 사명을 변경했다. 그리고 1966년 설립된 중앙개발과 1967년 3월 31일 합병계약을 체결하고 중앙개발로 사명을 변경, 현재의 사업구조를 갖추기 시작했다. 이후 1997년 10월 삼성에버랜드로 다시 사명을 변경해 오늘에 이르고 있다.

년부터 세부 사업군별로 업의 개념과 핵심 역량을 도출, 정립하며 Engineering&Asset사업, FoodCulture사업, Resort사업, 골프사업의 전문성 강화와 사업 전반에 걸친 혁신을 도모해 나가고 있다.

E&A사업은 건축역량 강화와 대형 프로젝트 수주 등을 통해 적극적인 도전을 지속하고 있다. 경관, 에너지, 부동산서비스 사업은 원가경쟁력과 품질경쟁력을 강화하고, 선진 리스크 관리 체계를 정립해 질적·양적 성장을 이뤄 나가고 있다. FC사업은 글로벌 경영과 첨단물류센터 오픈 등을 통해 성장동력을 창출하고 있다. 중국 합작사업 진출이 성공적인 글로벌 경영의 교두보가 될 수 있도록 성장의 고삐를 당기고 있으며, 국내에서는 맞춤형 서비스 확대와 독창적인 선진급식 표준을 정립함으로써 건강하고 안전한 식음 문화를 선도해 나가고 있다. 리조트사업은 마스터플랜에 따라 신규 어트랙션을 지속적으로 확충, 업계를 선도하면서 고객만족을 극대화하고 있다. 국내 최초로 수륙양용차가 도입되는 사파리인 로스트밸리의 성공적인 운영으로 고객에게 새로운 경험과 감동을 선사할 계획이다. 안양베네스트골프클럽에서 BI(Brand Identity)를 변경한 안양컨트리클럽도 고객 중심의 리뉴얼 작업을 통해 국내 최고의 명문 골프클럽의 명성을 한층 더 높여 나갈 예정이다.

조직문화 측면에서는 CEO 소통 프로그램 '영스데이', 효율적 업무문화를 위한 '패밀리데이', 동호회, 임직원 가족 초청행사 등 다양한 프로그램을 통해 화합과 소통을 적극 실천하고 있다. 직원들이 자발적으로 연구하는 모임인 '학습형 연구회'의 활성화로 집단지성을 활용한 참여형 경영도 확대하고 있다. 이와 더불어 준법경영, 사회공헌 강화 등 상생추구를 통해 이웃·사회와 함께하는 기업으로 자리매김하면서 지속가능한 경영을 이룩해 나가고 있다.

또한 급변하는 미디어 환경에 발맞춰 모바일 어플리케이션을 잇달아 출시하고 SNS(Social Network Service) 계정을 오픈하는 등 온라인 커뮤니케이션을 강화해 고객에게 한 걸음 더 다가서고 있다. 2010년 10월 국내 리조트업계 최초로 모바일 어플리케이션 '에버랜드 가이드(Everland Guide)'를 선보이고 시설 및 공연정보, 지도보기, 대기시간, 추천코스 등의 기능을 탑재해 고객들이 효과적이면서도 편리하게 에버랜드를 즐길 수 있도록 했다. 이어 2011년 7월 국내 급식업계 최초로 '웰스토리 모바일 어플리케이션'을 출시했다. 메뉴 확인을 비롯해 체중 관리, 칼로리 사전, 건강 다이어리 기능을 갖췄으며, 2013년부터는 다이어트 기능을 추가해 체계적인 식생

활 관리를 도모할 수 있도록 했다. 이에 앞서 2011년 1월부터 트위터, 페이스북, 블로그, 유튜브, 플리커 등 SNS에 witheverland 계정을 오픈, 고객들과 직접 커뮤니케이션을 해 나가며 열린 소통을 강화해 나가고 있다. 2013년 3월 기준으로 페이스북 팬 45만여 명, 트위터 팔로워 25만여 명, 블로그 방문자 48만여 명을 기록하며 영향력있는 소셜미디어 채널로 자리 잡았다.

한편 삼성에버랜드는 2011년 4월 설립된 바이오 의약품 생산 합작법인 '삼성바이오로직스'에 지분을 출자함으로써 전사 차원의 미래 신성장동력 육성에 적극 나섰다. 삼성에버랜드를 비롯해 삼성전자, 삼성물산 그리고 세계 톱 바이오제약 서비스업체인 키타일즈(Quintiles)사가 합작 설립한 삼성바이오로직스는 3만 리터급 동물세포 배양기를 갖춘 초현대식 바이오 제약 제조시설을 갖추고 2013년 상반기부터 바이오 의약품을 본격 생산할 예정이다. 삼성에버랜드는 이를 기반으로 기업의 지속가능한 성장과 고객의 건강, 행복, 성공을 함께 창출해 나갈 계획이다.

제2절 Value Chain 확대를 통해 고부가가치 산업으로

삼성에버랜드의 건축사업은 중대형 신·증축 공사 수행을 통해 새로운 도약의 전기를 마련하고 있다. 또 친환경 토목분야로 업역을 확대해 나가고 있는 경관사업, 토털에너지솔루션을 실현하고 있는 에너지사업을 바탕으로 종합부동산서비스를 활성화해 고객성공을 앞당기고 있다.

삼성에버랜드 E&A사업부는 건축, 경관, 에너지, 부동산서비스 사업의 지속적인 역량 강화와 혁신을 통해 고부가가치 산업으로의 발전을 추구하고 있다.

건축사업은 창의적인 디자인과 시공 기술역량을 바탕으로 생활의 편의와 자산가치 제고에 기여하는 방향으로 나아갔다. 업무·생산시설 신축 및 리모델링에서 발전해 중대형 신·증축 공사 참여를 확대했다. 2012년 제일모직 수도권 통합물류센터 수주에 이어 2013년 국방부 합동전투수행모의센터(JWSC)를 수주했으며, 역대 최대의 신축 프로젝트인 삼성전자 서천연수원 신축공사를 수행하고 있다. 제일모직 수도권 통합물류센터는 전국 4곳에 흩어져 있는 제일모직의 물류(의류) 센터를 하나로 통합하는 프로젝트로 삼성에버랜드가 중대형 건설시장에 진입하는 초석이었다. 삼성전자 서천연수원은 교육동과 500명이 숙박할 수 있는 숙소동 등 초일류기업 삼성전자 위상에 걸맞은 '최고의 연수원'으로 2013년 말 완공될 예정이다. 이와 함께 2010년부터 반도체, 디스플레이

이 등 대형 생산시설의 신축 소화설비공사에 참여하고, 대형공사의 소방·승강기를 통합 수주하는 등 역량을 지속 확대하고 있다.

경관사업은 조경 및 골프장 공사 수행경험을 바탕으로 친환경 토목사업으로의 확장을 추진하고 있다. 2009년 청주지웰, 2010년 일산하이파크, 2011년 호반베르디움 8개 단지 등 민간 건설사가 추진하는 신규 아파트의 조경공사로 국내 경관산업의 질적 향상을 주도했다. 2009년 신세계센텀 등 복합단지, 연수원 등 단지개발 프로젝트와 기흥·화성·탕정 등 공장 조경, 2010년 경인 아라뱃길 친수경관 제3공구 조성공사 등 관공사, 2011년 강서산업단지 4공구 조성사업 등 토목공사에도 착수해 고객의 가치 창출에 이바지했다.

에너지사업은 플랜트사업으로 고도화하면서 엔지니어링 인적자원과 전문기술을 바탕으로 최적의 에너지 솔루션과 생산 인프라 구축을 도모하고 있다. 화학, 제지 등 에너지 다소비 생산시설을 대상으로 에너지효율 진단을 수행하고 개선방안을 도출하는 산업체 에너지절감에서 단연 두각을 나타내고 있으며, 바이오매스, 하수슬러지 감량 등을 통한 재생에너지 공급 확대를 추진하고 있다. 또 증기를 압축해 에너지로 전환하는 'MVR시스템(증기재압축시스템, Mechanical Vapor Recompression System)'을 국내 최초로 국산화하는 등 공장부문의 효율개선에 앞장서고 있다. 특히 2010년 코스모화학 플랜트 신설, 2011년 울산 스팀공급 사업 등을 수행, 플랜트 엔지니어링에 주력하며 규모를 확대하고 있다.

자연과 하이테크의 만남, 씨게이트 건축

씨게이트코리아 디자인센터 시공에는 대지에 순응하는 배치계획, 고효율 자재를 활용한 에너지 절감, 친환경 자재를 활용한 생태면적을 적용, 법정비율(20%)을 두 배 이상 상회하는 조경계획(42%) 등 자연을 생각하고 친환경적 미래를 추구하는 삼성에버랜드의 가치를 반영했다. 여기에 혁신적인 첨단기술을 통해 가치를 생산하는 씨게이트의 특성이 건축물 외관에 그대로 표현됐다. 메탈릭한 외장재는 투명한 유리 부분과 절묘하게 어우러져 하이테크 이미지를 전달하며, 특히 1층 로비 상층부의 돌출 캐노피는 다이나믹한 형태로 상승하는 가치를 함께 느끼게 한다.

씨게이트 디자인센터가 지어진 대지는 사용성 측면에서 불리한 부정형인데다가 여러 가지 제약조건들이 많았던 곳이다. 특히 외국계 회사 건물이다보니 모든 장비나 배선, 운영 시스템을 해외 기준을 맞춰 설계하고 준공해야 했다. 소방은 미국 NFPA(National Fire Protection Association), 안전은 미국 OSHA(Occupational Safety & Health Administration), 위생은 국제식품안전관리 기준 및 씨게이트 내부 SOP에 따라 건축했고, 각 부문마다 컨설팅 회사의 검증을 7~8번씩 거쳤다. 국내에 이러한 기준으로 완공된 건물이 거의 없다고 할만큼 소프트웨어 기준이 엄격했다. 이런 조건 속에서도 고객들에게 가장 편리하고 효율적인 공간을 만들기 위해 삼성에버랜드 전문가들은 머리를 맞대고 밤새는 일을 마다하지 않았다. 그 결과 자연과 첨단기술이 조화된 씨게이트코리아 디자인센터가 성공리에 완공될 수 있었다.

삼성에버랜드는 부동산관리, 임대차 컨설팅, 투자자문 등 종합부동산서비스를 통해 고객자산의 가치 향상을 도모하고 있다. 2012년 12월 말 기준 건물관리 면적은 185개 사업장, 총 639만 3682m²(193만 평)이며, 그중 PM은 113개 사업장, 295만 4242m²(89만 평)를 관리하고 있다. 또한 100층 이상의 초고층 건물의 관리운영 경험이 있는 일본 모리빌딩과의 업무제휴를 통해 2010년 개발단계에 있는 101층 해운대LCT 관리운영계획 컨설팅 수주, 2012년 123층 잠실 롯데월드타워의 관리운영계획 컨설팅을 수주하는 등 향후 전개될 초고층 건물관리 시장을 선제적으로 개척해 가고 있다.

특히 2012년 씨게이트코리아 디자인센터 신축공사 수주로 부동산 종합서비스 상품체계 구축과 사업수행 역량 강화의 계기를 마련했다. 씨게이트사 디자인센터 신축에 필요한 부지선정, 토지매입, 인허가 대행 등 개발컨설팅부터 설계와 시공까지 수행하며 삼성에버랜드는 밸류 체인(Value Chain) 극대화를 통해 고객성공과 비즈니스의 새로운 가치를 창조하고 있다.

제3절 토털 식음서비스 사업으로 도약

삼성에버랜드는 다양하고 전문화된 식문화에 대한 고객니즈에 적극 대응, 태평로 델라코트 오픈과 함께 선진 급식을 확대해 나갔으며, 2012년에는 최첨단 펄떡물류센터를 개관, 최고의 푸드서비스 인프라를 마련했다. 또 2011년부터 중국 진출을 본격화하며 글로벌 시장을 적극 공략하고 있다.

2006년 학교급식의 직영화와 환자식의 의료보험 수가제 도입으로 학교와 병원 위탁시장이 축소된 이후 삼성에버랜드는 소득수준 향상과 다양하고 전문화된 식문화에 대한 고객니즈에 적극 대응하며 식음서비스의 질적 발전을 이뤄 나갔다. 기존 자율배식에서 벗어나 푸드코트, 카페테리아 등 복합 식음공간을 구성하고, 다양하고 전문적인 품질의 메뉴를 제공하는 선진형 급식을 확대했다. 2010년 국내 최초로 취득한 밥 소믈리에 자격도 이러한 선제적 움직임의 결실이었다.

삼성에버랜드는 2010년 9월 컨세션 푸드코트 브랜드 '델라코트(delacourt)'를 론칭하고 서울 세브란스병원에 입점, 본격적으로 컨세션 사업에 진출했다. 델라코트는 '궁궐·정원으로부터(from the court)'의 어원에서 착안되어 'delicious & delightful'를 연상시키는 네임으로, 기존의 일반적인 급식서비스에서 나아가 다양한 메뉴와 품격있는 공간, 차별화된 서비스로 고객을 위한

맞춤형 푸드서비스를 제공하려는 삼성에버랜드의 의지가 담겨 있었다.

2011년 10월에는 텔라코트를 삼성생명 본사에 오픈하며 삼성에버랜드 선진 복합식음서비스의 대표 브랜드로 자리매김했다. 1986년부터 25년 동안 서울 태평로 일대 삼성 임직원들의 식사를 책임지던 공제회관이 이전하여 완전히 새로운 모습으로 선보인 텔라코트는 전용면적 5663m²(1713평) 규모로 인근 삼성직원 8000명의 하루 3끼 식사를 책임지고 있다. 푸드코트, 카페테리아, 프리미엄 한식, 웨스틴, 스낵 등 5개 존(Zone)으로 구성돼 급식형에서 외식형으로 전환하며 선진급식의 대표적 사례로 자리 잡았다.

기존 공장 대상의 급식서비스도 선진급식으로 업그레이드하고 있다. 웰스토리를 론칭한 이후부터 테이블, 식기 등을 좀 더 현대적으로 바꾸고, 일렬의 좌석을 4인용, 6인용으로 설계 전환하는 리모델링을 통해 단순히 점심시간에 식사를 하는 곳이 아닌, 재충전과 에너지를 얻는 공간으로 탈바꿈시켜 나갔다. 2012년 삼성전자 탕정 LCD사업부에 선진급식형 식당을 오픈한 데 이어 전문화 코너 식당을 마련해 외식수준의 메뉴를 제공하는 등 공장도 오피스와 마찬가지로 선진급식형으로 전환하고 있다. 또한 같은 해 특화서비스 '건강날개'를 개발하여 식사만 하는 '식당' 개념에서 탈피, 고객에게 새로운 가치를 전하고 있다. 2013년에는 급식업계 최초로 웰스토리가 '소비자가 뽑은 가장 신뢰하는 브랜드 대상'을 수상하며 고객의 만족을 위해 끊임없이 혁신해온 웰스토리 브랜드의 가치를 인정받았다.

삼성에버랜드는 2011년 12월 중국 화남지역 M/S 1위 급식기업 홍준(鴻駿)사와 합자회사 설립

남극 세종기지에 식자재 납품

삼성에버랜드는 2010년 10월 처음으로 남극 세종기지에 식자재를 전달했다. 세종기지는 한국 과학기술의 발전을 위해 극지인 남극에서 연구하는 대원들을 위한 현지기지로, 워낙 멀고 추운 지역이다보니 연 1회 주기로 납품을 진행하고 있다.

납품 3년째인 2012년, 식자재를 전달하기 30일 전에 인천에 있는 극지연구소 본사에 첫 번째 미팅을 가졌다. 회의 내용을 바탕으로 20일 전에 품목리스트를 정리했는데, 2012년에는 약 470여 가지의 품목을 입고하기로 했다. 대장, 총무, 의사를 포함해 약 24명의 월동대 인원이 1년 동안 먹을 양을 준비해야 한다. 납품 10일 전에 발주를 시작하며 일일이 협력사와 연락해 물량확보와 입고일, 재고관리 상태를 꼼꼼히 확인했다. 그리고 납품 하루 전에 물류센터로 집결, 오후 2시부터 새벽 2시까지 입고작업을 진행했다. 품목이 많고 업체들마다 들어오는 시간이 제각각이어서 대략 12시간 정도 소요됐다.

드디어 납품 당일인 2012년 9월 13일의 날이 밝았다. 새벽 5시 30분, 14톤 차량 2대에 식자재를 적재하기 시작했다. 납품의 마지막 과정은 남극으로 보낼 컨테이너에 싣는 작업, 약 1달에서 1달 반 정도 철재를 경유해 가기 때문에 너무 컨테이너에 잘 적재해야 한다. 적재 소요시간은 5~6시간. 모든 물품을 컨테이너에 싣고 남극 세종기지 납품업무는 종료됐다. 이제 한국을 대표하는 남극기지 대원 모두가 삼성에버랜드에서 제공한 건강 먹거리를 먹고 힘을 내 더욱 활발한 연구활동을 펼칠 것이다.

계약을 체결하고 중국 진출을 본격화했다. 홍준사는 150개의 대형 사업장을 운영하는 중국 최대 급식기업으로, 삼성에버랜드는 현지회사와의 합자를 통해 메뉴 다양성 등 중국 현지에 대한 이해를 제고하면서 한국의 앞선 위생관리 역량과 표준화를 강점으로 중국 시장을 공략하고 있다. 제조사들이 밀집해 있는 상하이(上海), 쑤저우(蘇州) 등 중국 동부지역 공장과 오피스 급식시장을 대상으로 수주활동을 펼치며 세계 최대 규모로 성장하고 있는 중국 급식시장에 거점을 마련, 새로운 성장동력을 창출하고 있다.

이 같은 FS사업의 확대를 뒷받침하고, 2011년 70조 원대 규모로 성장한 FM시장을 주도하기 위해 삼성에버랜드는 물류센터 확충에 나섰다. 2012년 준공한 평택유통센터는 용인물류센터 대비 2.9배에 달하는 연면적 2만 1265m²(6432평) 규모로 4면에 142개 도크(Dock)를 배치하고, 전 지역을 콜드존(Cold Zone)화 했으며, 전기 충전으로 냉동·냉장하는 PCM차량 확대에 대비해 전기 충전 인프라 시설을 확충했다.

또한 식품연구소를 중심으로 식음 R&D를 지속적으로 강화하며 사업역량을 고도화시켜 나가고 있다. 2012년 2월 식품연구소가 '노로바이러스 검사기관'으로 지정된 데 이어 그해 10월 민간 연구소 최초로 식품의약품안전청이 주관하는 '방사능 공인검사기관' 인증을 받았다. 이로써 연간 3만 6000가지 규모의 식자재에 대한 방사능 오염 여부를 가려낼 수 있게 됐으며, 중소기업과의 상생경영도 확대할 방침이다.

이처럼 삼성에버랜드는 국내 최고의 물류인프라와 함께 IT시스템, 선진운영시스템, 특화서비스, 체계적이고 전문화된 위생안전시스템을 갖추고 토털 식음문화 서비스를 제공하며 고객의 건강서포터로서 삶의 질을 높여 나가고 있다.

제4절 한국을 대표하는 World Class Resort

에버랜드는 체험학습공간의 역할을 강화하며 글로벌 수준의 콘텐츠를 통해 특별한 즐거움을 선사하고 있다. 캐리비안 베이 역시 색다른 문화콘텐츠를 접목해 워터파크의 새로운 시대를 열고 있다. 2013년 B를 변경한 안양컨트리클럽은 40년 골프장 노하우를 집약한 리뉴얼로 더욱 깊이있는 고객만족을 이끌어 낼 전망이다.

에버랜드 리조트는 세계적 수준의 콘텐츠와 서비스를 통해 국내 레저·서비스 산업에 혁신을 일으켜 왔다. 혼자만의 여가가 아니라 사랑하는 이들과 더불어 다른 어느 곳에서도 만날 수 없는 행복한 추억을 만들 수 있다는 점이 에버랜드 리조트만의 특별함이다. 이를 위해 2009년부터 '손님께 행복을 드리고, 손님과 함께 에버랜드에서 행복을 꿈꾼다'는 내용을 서비스 콘셉트로 설정하고 '행복드림서비스'를 전개했다.

동물원은 2000년대 이후 '친환경 동물원'을 표방하며 선진 동물원의 이미지를 구축하며 단순한 관람 위주의 동물원이 아닌 체험학습공간으로서 역할을 강화했다. 2012년에는 기린 '장순이'가 16번째 아기 기린 출산(쌍둥이 포함)에 성공해 세계 타이 기록을 달성했으며, 말하는 코끼리 '코식이'가 저명한 학술지 '커런트 바이올로지(Current Biology)'에 등재되는 등 따뜻한 교감을 바탕으로 한 선진 사육기술로 에버랜드만의 특별한 스타 동물들을 연이어 배출하기도 했다.

2013년 4월에는 생태형사파리 로스트밸리(Lost Valley)를 오픈, 사파리의 경쟁력을 강화하며 지금까지 경험하지 못한 새로운 즐거움을 선사할 예정이다. 2011년 1월 세계적인 동물원 마스터

생태형사파리 로스트밸리

에버랜드가 2013년 4월 새롭게 선보일 로스트밸리는 전혀 다른 차원의 사파리이다. 총 20종 150마리의 초식, 육식동물을 한 자리에서 관람할 수 있는 초대형 사파리로, 잃어버린 낙원 로스트밸리로 떠나는 모험과 환상의 경험으로 관람객들을 사로잡을 계획이다. 흥미진진한 스토리를 위해 방송작가까지 섭외하는 노력까지 펼쳤다.

로스트밸리는 관람차량으로는 처음으로 수륙양용차를 도입한다. 육로와 수로를 자유롭게 넘나드는 수륙양용차를 타고 관람객들은 사파리의 다양한 동물들을 만나볼 수 있다. 하지만 수륙양용차를 최초로 도입하기까지 난관도 많았다. 도입 계획 당시 수륙양용차는 선박으로 등록을 해야 하는 상황이었다. 선박 등록이 되면 선장과 기관장을 반드시 태워야 하고, 사파리 해설을 담당하는 엔터테이너까지 합하면 한 대에 3명, 총 30명이 넘는 필수인원이 필요했다.

하지만 에버랜드 로스트밸리는 바다도 아니었고, 하천이나 연못이라 할 수도 없었다. 놀이시설로서 최고의 안전성을 갖추고 운영하는 만큼 선박이 갖춰야 할 요건이 필요 없었지만, 법규상으로는 물 위에 떠 있는 것은 무조건 선박이라고 명시돼 있어 난항을 겪을 수밖에 없었다. 2011년 6월부터 에버랜드 로스트밸리에서 운영하는 수륙양용차는 선박이 아니라는 것을 증명하기 위해 다각도로 노력을 기울였다. 결국 2012년 5월 에버랜드 수륙양용차의 경우 선박으로 보는 것은 과한 법률 적용이라는 해석이 내려지면서 어트랙션으로 등록하는 길이 열려, 관람객들은 수륙양용차를 타고 안전하면서도 신나는 모험을 떠날 수 있게 됐다.

플랜업체인 독일의 댄펠만사와 함께 생태형사파리 마스터플랜을 수립, 1년 5개월여의 제작기간을 거쳐 오픈하는 로스트밸리는 약 5만 2893m²(1만 6000평)의 규모로, 총 20종 150마리의 다양한 중대형 초식동물과 육식동물을 한 자리에서 만날 수 있다. 특히 국내 최초로 수륙양용차를 타고 잃어버린 낙원을 찾아 꿈과 모험의 세계를 만끽할 수 있다.

튠립과 장미축제, 썸머 스피래쉬, 할로윈, 크리스마스, 스노우 페스티벌로 이어지는 사계절 축제는 에버랜드의 가장 큰 자랑이자 경쟁력으로 부상했다. 여기에 드림 오브 라시언, 호러메이즈, 뮤지컬 마다가스카 라이브(Live) 등 이벤트와 대형 공연을 매년 업그레이드하며 축제의 콘텐츠를 더욱 풍부하게 채워 나갔다.

또한 가족단위 고객이 많은 에버랜드의 특성을 감안해 아이들이 좋아하는 어트랙션을 더욱 확충했다. 2011년 뽀로로 3D 어드벤처를 도입한 데 이어 2012년 키즈커버리와 스카이 크루즈를 오픈해 유아를 동반한 가족 고객의 만족도를 향상시켰다. 뽀로로와 마다가스카의 경우 외부에서 성공한 IP(지적재산권, Intellectual Property)를 활용해 에버랜드만의 새로운 스토리와 스타일로 또 다른 엔터테인먼트 문화를 열고 있다. 이와 함께 2010년에 어트랙션 운전 자격제를 신설, 안전체계를 크게 강화했다.

에버랜드는 2010년 4월 홍콩 오션파크사와 공동마케팅 파트너십을 체결하고 글로벌 경쟁력 제고를 도모했다. 다른 테마파크들이 대부분 평지에 위치한 것과 달리 에버랜드와 오션파크 모두 언덕을 끼고 있는 특성이 있기에 이를 특성화시키기로 하고 파크 운영 노하우를 공유하기로 했다. 또 해외 관광객 중 가장 큰 비중을 차지하는 중화권 관광객들을 대상으로 마케팅을 강화하는 일석이조의 효과를 거둘 것으로 기대됐다.

캐리비안 베이는 갈수록 치열해지는 국내 워터파크의 경쟁에 대응하기 위해 2011년 신규 바다 슬라이드 아쿠아루프를 도입하는 등 경쟁력 강화에 나섰다. 특히 2009년에 와일드리버에서 레이블 파티를 개최한 것을 시작으로 2010년 카리브 페스타, 2011~2012년 썸머 웨이브 페스티벌을 개최하며 물놀이에 색다른 문화콘텐츠를 접목해 워터파크의 놀이문화 패러다임을 바꾸며 진화하고 있다.

이러한 노력이 결실을 맺어 2012년 한국능률협회컨설팅 주관 한국산업고객만족도(KCSI) 18년 연속 1위, 한국표준협회 주관 한국서비스품질지수(KS-SQI) 13년 연속 1위, 국가품질상 서비

스혁신부문 대통령상 수상 등 에버랜드 리조트의 브랜드 가치를 크게 제고했다.

한편 국내 골프문화를 선도해온 골프사업은 2011년 통합예약시스템 구축, 코스관리 강화, 통합 마케팅 시행으로 새로운 도약의 전환점에 섰다. 예약총괄시스템을 구축해 고객서비스를 개선함으로써 더욱 많은 고객들이 삼성에버랜드의 골프문화를 체험할 수 있도록 했다. 이와 함께 코스관리의 역할을 강화해 골프장 관리기술 상향평준화의 기반을 구축했다. 이 같은 통합마케팅 활동으로 골프사업 마케팅의 질적 수준을 한 단계 업그레이드하고 있다.

특히 2013년에 한국 골프의 종가인 안양베네스트골프클럽의 BI를 안양컨트리클럽으로 변경하고 코스와 클럽하우스 리뉴얼을 진행, 2013년 4월 재오픈할 계획이다. '리딩과 차별화'를 목표로 삼성의 40년 골프장 노하우를 집약해 리뉴얼을 진행하고 있으며, 코스의 경우 4개 홀을 리노베이션하고, 클럽하우스는 품격과 실용성을 갖춘 공간으로 새롭게 선보일 예정이다. 1년 동안 영업을 과감히 포기하면서까지 이뤄지고 있는 안양컨트리클럽의 리뉴얼을 통해 품격있는 비즈니스의 장이자 우리나라 대표 골프클럽으로서의 위상을 더욱 높여 나가고 있다.