# 참가자들에게 묻습니다.

## Questions For You

2014 한국국제관광전(KOTFA)이 마지막 피날레를 향해 달려가고 있습니다. 참관인들이 만족할만한 비즈니스 성과를 얻으셨는지, 한국국제관광전(KOTFA)에 바라는 점은 없는지, 코트파데일리가 다양한 이야기를 들어봤습니다.

### 공통질문

1. 이번 KOTFA 행사의 주요 참가 목적은 무엇이었나요?
2. KOTFA 참가를 통해 어떤 비즈니스 성과를 이루셨는지 궁금합니다.
3. 한국 관광객들과 전문가들에 남기고 싶은 말이 있다면?
4. 내년 KOTFA 전시에 기대하는 바가 있다면 알려주세요.

카미노 웨이스 닷컴 디렉터 **롤랜드 몬세규** & 산티아고 순례길 관광사무소 **아누 피카넨**

한국에 책과 미디어를 통해 소개된 후 스페인의 산티아고 순례길에 관심을 가지는 한국인들이 늘어나고 있습니다. 프랑스에서 시작되는 순례
길이 가장 잘 알려져 있고, 산 세바스티안(San Sebastian)을 거쳐가는 북부 길과 포르투갈 리스본에서 시작하여 투이(Tui)시의 갈리시
아로 들어서는 길도 매력적입니다. 저희는 KOTFA 측의 제안으로 이 전시회에 처음 참가하게 되었는데, 활발한 분위기를 경험할 수 있었
습니다. 아름다운 풍경과 사색을 즐길 수 있으며, 경비도 저렴하고 부담 없는 순례길에 더 많은 관심 가져주시기 바랍니다.

부스번호 C – 322

몽골리아세븐데이즈 Mongolia7days **김민지 실장**

몽골리아 세븐데이즈는 갤러리 이안재의 감성 여행 전문 브랜드입니다. 개별적인 예약 시스템이 미비한 몽골에서 개인여행자에게 전 지역 숙소 및 차량 예약 서비스를 제공하는 역할을 하고 있습니다. 저희는 이번이 KOTFA 첫 참가인데, '우수 부스 디자인상'을 수상하게 되었습니다. 몽골 초원과 동물을 상징하도록 갤러리처럼 꾸며진 부스가 좋은 평가를 얻은 것이라 생각됩니다. 이번 전시회를 통해 다양하고 풍부한 비즈니스 미팅이 이루어지고 있어서, 내년에는 상담 공간을 좀더 크게 확충하고 싶다는 생각을 가지고 있습니다.

부스번호 B – 215

크로아티아 관광청 일본 · 한국 사무소 대표 Croatian National Tourist Board
**에두아르드 트립코비츠 카타야마(Edouard Tripkovic Katayama)**

저희는 수차례 KOTFA 를 비롯한 다양한 전시회에 참가하고 있습니다. TV 프로그램 '꽃보다 누나'의 여행지로 크로아
티아가 소개된 이후, 한국인 방문자 수가 급증하고 있습니다. 한국은 세계에서 가장 중요한 시장 중 하나가 되었으며,
현재 아시아에서 일본에 이어 두 번째로 큰 시장입니다. 지금 같은 추세라면 2~3년 안에 일본을 제치고 가장 큰 시
장으로 성장할 것이라고 생각됩니다. 이런 예상을 통해 이번 전시에서도 B to B 뿐만 아니라 B to C, 나아가 B
to N(Business to Network) 등 다각도의 마케팅 활동을 펼치고 있습니다.

부스번호 B – 254

부산-후쿠오카 아시아게이트웨이 부산광역시 관광진흥과 **김경오 주무관**

부산광역시와 후쿠오카 시는 1989년에 행정 교류 도시 관계를 맺기 시작하여 2007년에 자매 도시 결연을 맺고 공동 마케팅 활동을 시작했습니다. 2011년에 광역 관광권 캠페인 전개 추진을 위한 기구인 '부산-후쿠오카 아시아 게이트웨이'가 출범한 이후에는 공동 활동의 시너지 효과를 더욱 크게 얻고 있습니다. KOTFA 에 함께 참가한 것도 이런 사업의 일환입니다. 특별한 이벤트 보다는 다양하고 풍부한 정보 자료 제공에 집중했던 이번 전시에서 마지막까지 좋은 결과를 거두고 싶습니다.

부스번호 B – 203