2019년 혁신추진 계획

2019. 7. 26.

한국방송광고진흥공사

목 차

Ⅰ. 추진배경 ········· 1

Ⅱ. 추진성과 및 보완할 점 ········· 2

Ⅲ. 환경분석 및 추진방향 ········· 3

Ⅳ. 혁신 추진 체계 ········· 5

Ⅴ. 과제별 혁신추진 ········· 8

Ⅵ. 과제 주관팀 및 점검체계 ········· 37

Ⅰ 추진배경

방송광고계 유일 공기업으로서 핵심 사업을 활용한 혁신을 통해 국민 삶의 질 제고

○ **방송광고계 대표 공기업으로서 정부 정책의 선도적 이행** 필요

- 방송광고 판매대행 등 목적 사업과 더불어 중소기업 성장지원 등 **다양한 사회적 가치 제고 사업** 추진
- 4차 산업혁명 신기술 등을 활용한 **포용적 공공서비스 제공 확대**

○ 지상파 TV의 경쟁력 약화 추세로 인한 재무여건의 악화 등 경영환경의 변화 속에서도 경영효율성과 사회적 가치의 조화를 통한 **미래대응 혁신 역량**을 강화하고 **지속가능한 성장방안 모색** 필요

- **신기술 기반 미디어·콘텐츠 중소기업에 대한 투자확대**를 통해 **일자리 창출 및 미래 콘텐츠 개발** 적극 지원
- 기관 보유 노하우와 인프라를 활용한 **방송광고 기반 경제·산업 활성화** 순기능 수행

○ **적극적인 혁신**과 **경제 활성화 노력**을 통한 대국민 신뢰도 제고 필요

- **적극행정** 및 **영업프로세스 혁신, 윤리경영** 지속 추진
- **공익광고 국민 참여 확대**를 통한 대국민 **사회적 가치 공감대 확산**
- 지역네트워크를 활용한 **지역경제 활성화 노력** 지속 경주

※ 2019년 정부의 공공기관 혁신방향('19.6)

○ (목표) 공공기관 혁신을 통한 국민 삶의 질 제고
○ (기본방향) 사회적 가치 중심 기관 운영, 혁신적 포용국가 선도, 신뢰받는 공공기관 실현
○ (혁신과제)

구분	사회적 가치 중심의 기관 운영	혁신적 포용국가 선도	국민 신뢰 제고
8대 추진 과제	① 고유 업무의 공공성 제고 ② 포용적 공공서비스 제공 강화	③ 경제활력 제고 및 일자리 중심 경제 지속 선도 ④ 혁신성장 지원 ⑤ 공정경제 기반 구축	⑥ 적극행정 확산 및 조직운영 혁신 ⑦ 투명·윤리경영 강화 ⑧ 국민의 참여 확대 및 지역사회 공헌

Ⅱ 추진성과 및 보완할 점

1. '18년 추진성과

□ **방송광고의 공공성 제고**

○ **중소기업·소상공인 광고마케팅 지원 강화**를 통한 동반 성장 기여
- 중소기업 광고비 할인 및 제작비 지원 716억(전년대비 50% 상승), 지원제도 개선을 통한 한도액 증액(60억원→75억원), 소상공인 전용 상품 출시 및 경기도 소상공인지원센터와 협업 지원으로 지원 대상 증가(177개사→561개사)

○ **공익광고 국민 참여 및 활용교육 확대**로 **사회적가치 공감대 확산**
- 국민참여를 통한 '갑질인식개선'등 공익광고 10편 제작, 공익광고 체험형 실습교육 확대(고교 25교→50교)
  * '2018 방송통신 정부혁신콘서트' 우수상 수상('18.11), '갑질인식 개선편' 서울영상광고제 수상('19.1)

□ **혁신성장 뒷받침**

○ **콘텐츠 투자 및 광고마케팅 컨설팅 제공으로** 콘텐츠미디어 산업 성장 지원
- 문화콘텐츠 육성을 위한 투자(누적262억원) 및 동반성장 협력대출기금 조성·운영
- 중소 콘텐츠 제작사 대상 광고마케팅 전문 컨설팅 제공(40개사)

○ **스마트광고 창작공간 무료 공급**을 통한 1인 창업 생태계 지원
- 미디어 광고 제작을 위한 원스톱 제작시설 완비, 102건 광고제작
  * 기획재정부 공공기관 혁신성장추진단 '문화관광분과 민간혁신성장 지원방안 선정'('18.10)

□ **공정경쟁 기반 구축**

○ **편견 없는 블라인드 채용 및 능력중심 공정 인사 실현**
- 직무중심 블라인드 채용제도 선도적 운영(4년차), 우수사례 전파
- 채용 공정성 제고를 위한 전형별 외부위원 과반 참여 의무화
  * 블라인드 채용 경진대회 기획재정부 장관상 수상('18.2)

○ **광고협력기업 경쟁력 제고 및 사회적 약자기업 상생협력 지원**
- 지역별 방송광고발전협의회 구성, 공익캠페인 등 지역경제 활성화 지원
- 사회적경제기업 판로 확대를 위한 무료 광고 노출

□ 윤리경영 강화를 통한 국민 신뢰 회복

○ 윤리경영 시스템 구축 운영 및 투명하고 공정한 업무 추진
  - 윤리규범 및 신고채널 강화(행동강령 사규 격상), 익명신고센터 개설('18.9)
  - 마켓오픈시스템 도입('18.1), 채용비리 징계강화 및 블라인드 채용 고도화
  * 종합청렴도 1등급 달성(전체 235개 기관 중 5개 기관만 1등급 해당, '17년 2등급→'18년 1등급)

2. 보완할 점

□ 혁신활동 장려를 위한 지원 다양화 필요

○ 상향식 혁신 활동 활성화를 위한 성과우수 포상 확대, 개인·부서 성과평가에 혁신추진 성과 반영 제도화 등 필요

□ 국민참여를 위한 제도 활용 확대 필요

○ 국민 아이디어 제안 업무 반영, 대국민 아이디어 공모 참여 홍보 및 제도 활용 활성화 필요

Ⅲ 환경분석 및 추진방향

1. 외부환경 분석

정책환경	• 포용적 공공 서비스와 체감형 정부 혁신에 대한 필요성 지속 강조 • '19년 공공기관 혁신 가이드라인 발표('19.6)로 사회적 가치 중심 기관 운영, 혁신적 포용국가 선도, 국민 신뢰 제고의 명확한 혁신방향 및 과제 제시
대외환경	• 국내 경기 저성장 기조 지속 속 광고 산업, 지상파 방송광고시장 침체 • 모바일 매체 이용 확산, 디지털 광고 IT기술 고도화 다양화 • 공공기관의 사회적 가치 실현 강조, 국민 참여를 통한 제도개선 요구 증대
고객니즈	• 매체환경 변화 속 고객의 크로스미디어 구매 니즈 확대 • 광고매출 축소로 방송사 재원 감축 우려, 미래 성장동력 개발 필요 • 광고계 유일의 공기업으로서 중소기업 및 지역방송 활성화 등 공적역할 요구

2. 내부환경 분석

강점	• 방송공공성, 여론다양성 수호해 온 다년간의 공적가치 증진 역할 수행 경험 • 방송광고 판매 노하우 및 네트워크, 진흥사업 수행 인프라 보유 • 위기 극복을 위한 기관장 및 임직원의 혁신 의지
약점	• 매출 급감으로 적자폭 확대, 사업 수행을 위한 재원 감소 • 미디어렙법 판매영역 제한으로 사업영역 확장 한계 • 업무 효율성 제고를 위한 제도 및 시스템 강화 필요

3. 추진방향

사회적 가치 중심 기관 운영	• 공영방송 방송광고 판매를 통한 건전한 방송 콘텐츠 생산 기반 조성 및 중소기업·소상공인 성장 지원을 통한 상생협력·일자리 창출 기반 조성 • 공익광고 캠페인 국민 참여 확대를 통한 사회적 가치 공감대 확산 • 신기술을 활용한 온라인 광고교육, 데이터 개방 등 공공서비스 접근성 확대
혁신적 포용국가 선도	• 비정규직의 정규직 전환 및 광고업계 청년 일자리 창출 등 일자리 중심 경제 선도 • 뉴미디어, 신유형 광고, 미디어·콘텐츠 중소기업에 대한 투자 및 상생지원 확대, 광고·미디어 스타트업 마케팅 지원으로 혁신성장 뒷받침 • 사회적 약자기업 지원 강화, 고객중심 영업관리 제도 운영으로 공정경제 기반 구축
신뢰받는 공공기관 실현	• 적극행정, 영업프로세스 혁신 등 일하는 방식 개선으로 국민 신뢰 제고 • 부패근절 및 윤리경영 강화로 신뢰받는 kobaco 구현 • 대국민 소통채널 확대, 광고를 통한 지역사회 경제 활성화 기여

4. 추진과제 도출 결과

혁신 과제 추진방향 및 과제 pool 도출	**대내외 환경분석 및 전년도 성과분석 등을 통한 과제 Pool 도출**		
	정책 방향 분석 및 벤치마킹	외부고객 니즈 분석	자체 분석 및 혁신워크숍
	• 2019년 정부혁신계획 분석 및 2018년 정부혁신 우수 사례 벤치마킹('19.2) • 기획재정부 공공기관 혁신 가이드라인 분석('19.6)	• 전년도 국민제안 및 시민혁신 추진단 의견 분석 • 대고객 설문조사 고객니즈 분석- PCSI('19.1), KCSI('19.5), 플래너설문('19.5)	• 전직원투표를 통한 성공·실패사례 분석('19.1) • 신규사업발굴 직원 아이디어 워크숍('19.4) - 국민제안과제 재검토 등
혁신추진단 검토	**과제 Pool 검토 및 1차 과제 선정('19.6)**		
	• 기존 혁신추진과제 점검 및 개선방향 논의 • 혁신과제별 중장기 전략연계성, 정부 혁신방향 부합성, 시급성 등 다각적 검토		
시민참여 혁신단 의견 수렴	**과제 내용 보완('19.7)**		
	• 시민·고객 시각에서 kobaco 혁신추진과제 보완 필요사항 논의		
과제확정	**혁신추진 계획 최종안 수립('19.7)**		

Ⅳ 혁신 추진 체계

1. 혁신추진체계

설립목적	방송광고판매대행 등에 관한 법률 제24조, 제29조 광고 판매대행, 방송광고 균형발전 및 방송광고산업 활성화를 통한 방송의 공공성·다양성 확보 및 광고시장 육성			
비전	국민과 함께, 미디어와 함께, 스마트광고허브 kobaco			
전략목표	공영방송 안정적 재원조달	방송통신광고시장 활성화	미디어산업 혁신성장 선도	책임경영 구현
전략과제	❶ 광고판매 지속 성장 ❷ 방송광고 공공성 확대	❸ 방송통신광고 R&D 활성화 ❹ 공용인프라 가치 증진 ❺ 광고를 통한 사회적역할 증대	❻ 미래혁신성장 선도 ❼ 중소기업 동반성장 견인	❽ 혁신경영시스템 구축 ❾ 성과중심 조직운영

정부정책	사회적 가치 중심 기관 운영	혁신적 포용국가 선도	국민 신뢰 제고
전략과제 연계성 분석	[연계 전략과제 - ❶, ❷, ❸, ❺] • 방송사 안정적 재원 조성 • 중소기업·소상공인 마케팅 지원 • 공익광고 제작·확산 업무 수행	[연계 전략과제 - ❺, ❻, ❼] • 광고교육원, 광고제작시설 운영 • 광고연계 상생협력사업 추진 • 미래 신사업 발굴 육성	[연계 전략과제 - ❹, ❺, ❽, ❾] • 부패근절 및 청렴·혁신조직 구현 • 사회적 가치 실현을 위한 광고를 통한 지역경제 활성화
시사점 도출	• 공사의 핵심사업 혁신을 통한 공익적 역할 강화	• 민간혁신 환경 조성·선도를 위한 인력·인프라 육성	• 기관 운영 전반에 국민과 함께하는 문화 조성

혁신목표	핵심사업을 활용한 공공·민간 혁신 선도로 국민 삶의 질 제고		
혁신방향	사회적 가치 확산	혁신적 포용 기반 구축	신뢰받는 공공기관 실현
8대 혁신과제 및 17대 세부과제	1 방송광고 공공성 제고(중점) ① 방송광고를 통한 중소기업·소상공인 성장지원 ② 공익광고 통한 사회적가치 확산	3 광고업계 일자리 창출 ① 공공부문 일자리 창출 ② 광고업계 청년 일자리 창출	6 일하는 방식 개선 ① 적극행정 확산 ② 안전중심 경영체계 구축·운영 ③ 광고주 중심 영업프로세스 혁신
	2 공공 서비스 제공 확대(중점) ① 온라인 교육을 통한 광고교육 기회 확대 ② 4차 산업혁명 신기술 활용 공공서비스 제공	4 혁신성장 지원(중점) ① 콘텐츠 미래산업 성장 지원 ② 광고·미디어 스타트업 창업지원	7 윤리경영 강화 ① 부패근절·윤리경영 강화 ② 건강하고 차별없는 일터
		5 광고계 공정경제 선도 ① 사회적 약자기업 지원 강화 ② 고객중심 영업관리 제도 운영	8 국민 참여 확대·지역사회 공헌 ① 국민제안 등 국민참여 확대 ② 광고를 통한 지역경제 활성화

혁신 지원 체계 구축	역량강화 • 혁신 워크숍 실시 - 전문가 특강 등 포함 • 혁신프로듀서 운영 • 아이디어 발굴 경진대회	활동지원 • 혁신 우수사례 포상 - 선정팀 포상금 지급 • 우수성과 부서평가 가점 • 해외연수 인센티브 제공	의견수렴 • kobaco 시민참여혁신단 - 시민사회단체, 고객, 전문가 등 참여 • kobaco 혁신추진단(내부)

환류 체계

시민참여혁신단(외부), 혁신추진단/혁신프로듀서(내부) ▶ 의견수렴 ▶ 과제실행 ▼ 모니터링 ◀ 성과분석 및 개선(안) 마련 ▲ (시민참여혁신단(외부), 혁신추진단/혁신프로듀서(내부))

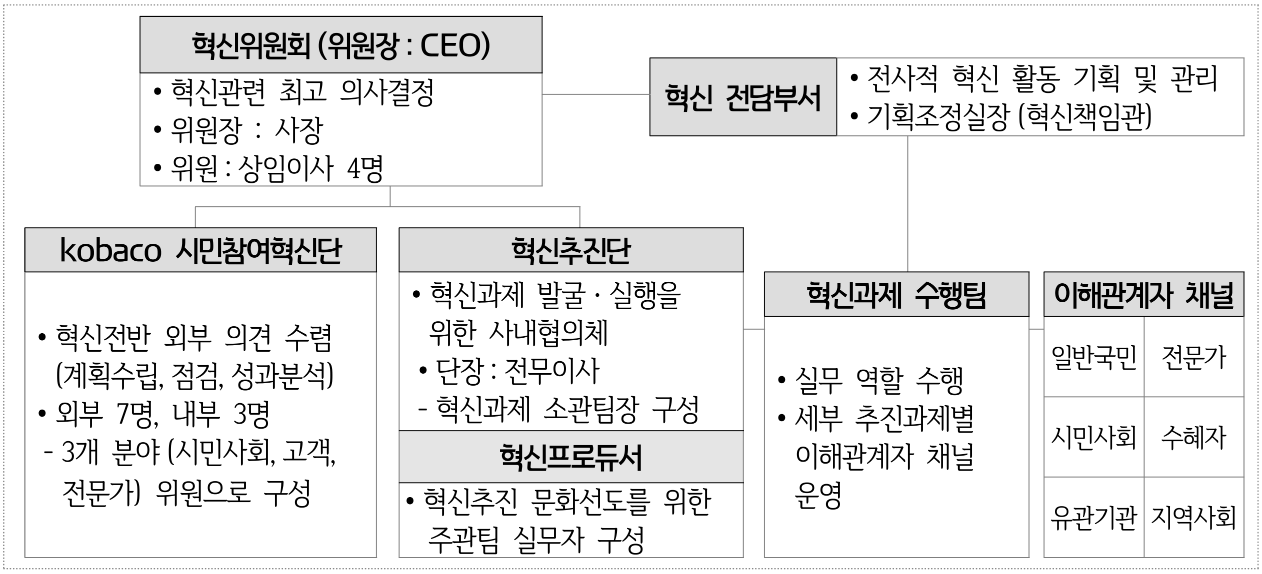
임직원내재화	• 신년업무보고·전직원 참여를 통한 과제 발굴
조직별 실행 및 점검	• CEO주도, 혁신 전담팀 운영 • 과제별 담당팀 연계 • 본부장 주도의 책임 실행·점검

2. 중장기 로드맵

	'19년	'20~'21년	'22~'23년
중장기 로드맵	[조직내 혁신 기반 조성] • 혁신추진 체계 정립 • 국민참여형 혁신 계획 수립 • 시민참여혁신단 운영	[혁신 문화 정착기] • 조직 내 자발적 혁신 추진 • 혁신추진 우수 사례 발굴 • 국민소통채널 다양화·정례화	[혁신 고도화기] • 대내외 혁신문화 고도화 • 자발적 혁신 활동 활성화 • 혁신 성과창출 및 사례 전파
1 방송광고 공공성 제고 중점과제	• 중소기업 지원제도 홍보 확대 • 국민참여기반 공익광고캠페인 제작, 참여형 공익광고제 실시	• 중소기업 마케팅 컨설팅 고도화 • 공익광고 중장기 캠페인 추진 • PAIE전문강사 양성 프로그램	• 타기관 제휴 통합지원체계 구축 • 국민 참여 및 민관 네트워크에 기반한 사회협력 모델 구축
2 공공 서비스 제공 확대 중점과제	• 온라인 광고교육 과정 오픈 • MCR공공데이터 개방	• 온라인 광고교육 내실화 • MCR데이터 개방 고도화	• 온라인 광고교육 고도화 • 개방데이터 활용 BP사례 확대
3 광고업계 일자리 창출	• 공공부문 비정규직 전환 완료 • 청년취업 아카데미 교육훈련 성과 제고	• 전환 근로자 역량향상 노력 • 지자체 연계 인턴십 지원, 구인구직 채용 DB구축	• 비정규직 Zero공기업 달성 • 광고계 HR허브 구축
4 혁신성장 지원 중점과제	• 기존 투자 확대 및 광고마케팅 투자조합 신규 출자 • 스마트 광고 창작시설 활성화	• 직접 투자 비중 확대, 지원 기업 간 시너지 창출 노력 • 스마트 광고 창작시설 고도화	• 혁신성장 종합 지원체계 구축, 통합솔루션 제공 • 차세대스마트광고제작 HUB구축
5 광고계 공정경제 선도	• 사회적 경제 기업 지원 확대 (제도개선, 구매율 향상) • 지급보증 감면제도 추가 추진	• 사회적 경제 기업과의 상생 협력 체계 고도화 • 온라인 대행계약 시스템 구축	• 중소기업, 사회적 기업 구매 지원 통합시스템 구축 • 온라인 대행계약 시스템 고도화
6 일하는 방식 개선으로 조직운영 혁신	• 적극행정 면책제도 교육·홍보 • 안전중심 경영체계 구축·운영 • 광고주 중심 영업조직 개편	• 적극행정 면책제도정착 • 건물안전성 지속 유지 • 통합판매 영업조직 도입	• 적극행정 문화 정착 • 재난안전관리 고도화 • 통합판매 영업조직 고도화
7 윤리경영 강화	• 윤리경영 인프라 강화 및 선제적 리스크 관리 • 성차별 방지 제도 운영	• 임직원 청렴문화 생활화, 광고계 청렴문화 전파 • 근무혁신 조직문화 안정화	• 반부패·청렴 선도기관 도약 • 건전한 조직문화 정착 및 내실화
8 국민참여 확대·지역사회 공헌	• 시민참여혁신단 운영, 제안 활성화를 위한 홈페이지 개선 • 지역기업 광고마케팅지원 및 지역 광고인 교육	• 국민참여 채널확대, BP발굴 • 지역시민단체 연계를 통한 지역경제 활성화 사업 확대	• 국민참여사업 홍보체계 고도화 • 지역경제 활성화 사업 규모 확대 및 내실화

3. 추진조직

가. 조직 체계



나. 시민사회의 혁신 참여를 위한 「kobaco 시민참여혁신단」 구성 · 운영

o 역할 : kobaco 혁신에 전반에 대한 국민 참여와 소통

o 구성 : 시민사회단체, 고객, 전문가 등 국민 시각의 혁신추진

다. 내부 혁신 참여를 위한 「혁신추진단」 및 「혁신프로듀서」 구성 · 운영

o 혁신추진단(혁신과제소관팀장) : 혁신과제 발굴 및 수행, 제반사항 논의

o 혁신프로듀서(혁신과제 소관팀 실무자) : 사내 혁신추진 문화 선도, 과제별 혁신 프로그램 기획, 상향식 혁신 아이디어 제안

4. 혁신역량 강화 및 혁신활동 지원

구분	주요내용
혁신역량 강화	•(혁신워크숍) 혁신 공유·확산을 위한 임직원 워크숍 등 •(혁신교육) 혁신 사례 공유, 전문가 강의 등 •(혁신아이디어발굴 경진대회) 혁신 공감대 형성 및 우수사례 발굴
혁신활동 지원	•(혁신 우수 사례 포상) 우수사례 선정팀 포상 및 우수 아이디어 제출자 기관장 표창 및 인사가점 부여 •(혁신 우수 사례 인센티브) 창조조직(KEY) 등 선발 시 우대 •(혁신 아이디어 활용 장려) 혁신아이디어 활용 시 조직성과 가점 부여

Ⅴ 과제별 혁신추진

과제 1 방송광고의 공공성 제고

□ (세부과제 1-①) 방송광고를 통한 중소기업·소상공인 성장 지원

추진배경

- 정부의 중소기업 육성 정책 부응과 상생·협력의 사회적 가치 창출
- 고유 업무(방송광고 판매)를 활용한 경제 활성화 및 중소기업·소상공인 성장 지원

가. 추진 계획

구분	중소기업 지원	소상공인 지원
사업 개요	• 혁신형 중소기업 대상 지상파TV, 라디오 등 방송광고비 70% 할인 제공 및 방송광고 제작비 50% 지원	• IPTV 3사(KT, SK, LG)와 협업, 소상공인 대상 맞춤형 방송광고 지원으로 경쟁력 강화 지원
혁신 내용	**• 수요자 맞춤형 지원제도 홍보 강화** **• 혁신형 중소기업 대상 마케팅 컨설팅 고도화(뉴미디어포함 IMC 컨설팅 등)** **• 상생협력 거버넌스 활성화를 위한 방송사, 민간단체, 지자체 등 협업강화**	**• 인터넷 기반의 IPTV 기술적 특성을 활용, 소상공인 상품 타깃 및 업종에 부합하는 지역 및 시청자에 노출** **• 패키지 금액별 시청(view) 보장제** **• 광고비 30% 할인, 제작비 50% 지원**
기대 효과	• **광고비 지원 중소기업 매출액 증가** (전년도 지원 중소기업 매출액 27.7% 증가) • **일자리 확대** (전년도 지원 기업 종업원 수 9.4% 증가)	• **상생협력, 공정경쟁** 등 공기업의 강점을 살린 공적 역할 수행 • **성장매체인 IPTV 광고시장**에서의 신규 매출 창출, **공적 기능 수행**

나. 협업 체계

구분	중소기업 지원	소상공인 지원
외부	• 정부부처(기금 지원) • 방송사(중소기업 방송광고 지원 확대 및 홍보 활성화 협업) • 중소기업 지원 민간단체 및 지자체 (대외 홍보 활성화)	• 소상공인 홍보지원 광고사업 협의회 • 소상공인 광고지원 사업 성공사례 발표회 • IPTV 매체사(SK, KT, LG) 협의회
내부	• 투자 관련부서(마케팅 투자조합 출자 기업 대상 방송광고 컨설팅) • 영업국(지원제도 개선 방안 협의) • 홍보부서(대외 홍보 활성화)	• 중소기업지원국 및 광고주 영업 부서간 협업체계 구축/운영 • 4개 지사(지역 소상공인 유치 등) 협업

다. 성과지표 및 목표

성과지표	'18년 실적	'19년 목표	목표설정 근거
혁신형 중소기업 일자리 증가율	9.4%	9.5%	- 국내 1,000대 상장사 연간 고용 상승률 1.6% (2017년 말 ~ 2018년 말 기준, 기업정보분석社 한국CXO연구소 조사결과) * 주요 상장사 고용 상승률 대비 6배에 달하는 도전적인 목표
소상공인 유치 건수	561개 업체	673개 업체	전년대비 20% 증가한 도전적 목표 수립

라. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

구분		2020년	2021년	2022년	2023년
주요 이행 계획	중소기업	중소기업 방송광고 마케팅 컨설팅 강화	중소기업 360도 마케팅 컨설팅 (IMC) 고도화	디지털/BTL 등 할인지원 미디어 확대추진	타 기관 제휴 통합 지원 제도 구축(투자/유통/무역 등)
	소상공인	기금 확보를 통한 지원 방안 확대 지자체 및 공공기관 협업체계 구축	미디어 결합상품 개발 지자체 및 공공기관 협업체계 구축	미디어 결합상품 할인/지원 혜택 다양화 지자체 및 공공기관 협업체계 구축	미디어 결합상품 할인/지원 혜택 다양화 지자체 및 공공기관 협업체계 구축
혁신형 중소기업 일자리 증가율		9.6%	9.7%	9.8%	9.9%
소상공인 유치 건수		808	970	1,164	1,397

□ **(세부과제 1-②) 공익광고를 통한 사회적 가치 확산**

추진배경

- 공익광고 제작 과정 내 국민의 활발한 참여와 공유를 바탕으로 수용도 높은 캠페인 제작을 통해 사회 문제의 공공적 해결 모색, 국민의식 및 행동 변화 유도
- 공익광고의 교육적 가치를 제고하여 바람직한 시민의식 함양을 위한 공익광고 활용 교육 확대

가. 추진 계획

구분	국민 참여에 기반한 공익캠페인 제작	공익광고활용교육(PAIE) 확대
사업 개요	• 공익광고 제작 및 공익광고제 국민 참여 비중 확대	• 공익광고 현장 교육 활성화를 통한 공공가치 확산
혁신 내용	• **공익광고 제작 과정 내 민·관 참여 기반 확대** - 공익광고 주제별 국민 계층, 유관 기관, 민간기구 협업 확대를 통한 공익광고 공감대 및 수용도 제고 ※ 사회적 가치(안전, 환경 등) 및 소외 계층 배려(장애인, 노인 등)등 국민 생활 개선 중심 공익광고 제작 - 국민 소통 채널 다각화를 위한 민·관 기관 보유 무료 매체 적극 유치 • **국민과 함께 소통하고 공유할 수 있는 국민 참여형 공익광고제 추진** - 공공안전, 환경 보존을 주제로 양방향 소통 및 체험 중심의 공익광고제 추진 - 릴레이 공익실천 캠페인을 통한 국민 관심 유도 및 공익 실천 붐업 조성	• **교육수요별 장/단기 이원화 교육** - 장기(체험형 심화), 단기(공공의식 함양) 교육 체계 구축 • **교육 대상 확대** - (기존)고등학교 대상 →(변경) 학령별 초·중·고 60개교 선정·시행 • **현장교사 및 학생들의 의견을 반영한 교육프로그램 구성** - 초등생 대상 맞춤 교재 우선 개발을 통한 학교수요별 교육 프로그램 운영 - 현장 교육 경험 공유 및 티칭 역량 향상을 위한 교원 연수 워크숍 추진
기대 효과	• 공감대 · 수용도 높은 공익 캠페인 제작으로 우리사회의 당면 문제 해결에 기여	• 바람직한 시민의식 함양 및 공공가치의 효율적 확산

나. 협업 체계

구분	국민 참여에 기반한 공익캠페인 제작	공익광고활용교육(PAIE) 확대
외부	• 공익광고 주제별 유관기관 협업 추진 - 피싱 스미싱 편(금융위원회 외 7개 유관기관), 사회적 약자보호 편 (보건복지부, 한국자폐사랑협회 등) • 국민참여형 공익광고제 추진 - 인플루언서 활용, 생활 속 공익 실천 영상 공유 이벤트 진행 - 공모전 참여 독려를 위한 타깃별 홍보 및 공익광고제 이해도 제고를 위한 SNS 홍보 확대	• 서울시 교육청 교육연수원 및 교원 대상 협업 - 교원 연수 프로그램 운영을 통한 교육 프로그램 개선 - 전문 강사진, 교사 합동 워크숍을 통한 티칭 역량 공유 • 교육 참가자 대상, 교육만족도 및 개선 요청사항 조사 실시 - 교육 방향 설정, 커리큘럼 개발 및 다음 년도 교육 계획 수립

다. 성과지표 및 목표

성과지표	'18년 실적	'19년 목표	목표설정 근거
공익광고 통합효과지수	72.1점	72.6점	전년대비 0.5점 상향
공익광고 현장교육 활용도	50건	55건	전년대비 10% 상향

라. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년
주요 이행 계획	• 전용 홈페이지 구축을 통한 서비스 품질 향상 • 교육 활성화를 위한 학령별 전용교재 개발	• 브랜드 가치 제고를 위한 중장기 캠페인 추진 • 온라인 학습교재 제작 및 전문 강사 양성 프로그램 운영	• 국민 참여 및 민관 네트워크에 기반한 사회협력 모델 구축 • 교육사업 다각화 및 전문기관 위상 정립	• 공익광고 사업(계획, 실행, 평가, 개선)의 환류를 통한 사업 재정비
공익광고 통합 효과 지수	73.1점	73.6점	74.1점	74.6점
공익광고현장 교육 활용도	61건	67건	74건	81건

과제 2 공공서비스 제공 확대

□ (세부과제 2-①) 온라인 교육을 통한 광고교육 기회 확대

추진배경

- 광고교육 취약계층의 접근성을 제고하여 교육 사각지대 해소
- e-러닝 등 4차산업 관련 신기술을 활용한 선제적 공공서비스 제공

가. 추진 계획

구분	온라인 교육을 통한 광고교육 기회 확대
사업 개요	• e-러닝 학습테크놀로지를 활용한 광고교육 수요자(광고관심 대학생, 일반인) 및 교육 사각지대(지역, 교육 접근이 힘든 재직자 등) 대상 온라인 전문 광고 교육 제공
혁신 내용	• **기존 오프라인 강의 위주 교육 → 온라인 무료 교육과정 신설 (8월)** • **교육원 인강 사이트를 통한 온라인 광고기본과정 5개 (총 25시간) 개발, 5개 과정 모두 이수 시 'kobaco 온라인 아카데미' 수료증 발급** - 광고기획, 마케팅, 광고카피/크리에이티브, 미디어플래닝, 디지털광고 등 • **공사에서 생산되는 공공데이터를 총 6개 교육 콘텐츠로 제작, 대국민 서비스제공 (10월)** - MCR&KAI, MCR데이터 활용법, RACOI, 방송통신광고비조사, 시청점유율조사, 중소기업 지원제도 및 성공사례 **등** • 청각장애인 등 교육취약계층의 효과적인 온라인 학습환경 구축을 위해 **전 강좌 완벽한 자막 서비스 제공** • 협업업체로 클라우드 기술 기반 e-러닝 솔루션을 제공하는 스타트업 선정 → 신생기업 성장 동력 지원 및 상생협력 추진
기대 효과	• 지역, 교육접근이 힘든 재직자 등 교육소외자의 교육 참여기회 확대 • 체계적인 직무교육이 어려운 중소광고회사의 재직자 교육프로그램으로 활용 → 업무능력향상 및 경쟁력 강화, 광고 산업 발전에 기여 • e-러닝 테크놀로지를 활용한 광고교육 제공으로 교육수요자 만족도 제고

나. 협업 체계

구분	온라인 교육을 통한 광고교육 기회 확대
외부	•(업계 전문가) 교육과정 개발 및 콘텐츠 제작 관련 의견 수렴 •(중소광고회사) 신입사원 등 재직자 직무교육 프로그램 관련 협의 •(중소기업 유관기관) SBA, 중소기업유통센터 선정 중소기업 대상 교육과정 홍보 등 •(광고교육 수강생 네트워크, 광고유관 학과) 대학생 대상 교육과정 홍보 등 •(e-러닝 솔루션 기업) 광고 분야 에듀테크 시장 선도를 위한 기술개발 등

다. 성과지표 및 목표

성과지표	'18년 실적	'19년 목표	목표설정 근거
온라인 광고교육 수강생 수	-	-	신규사업, 2019년 실적치 근거 2020년부터 목표 설정

라. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년
이행계획	o 온라인 교육 내실화 - 빅데이터기반 교육과정 개발 - 모바일 어플 서비스 제공	o 온라인 교육 고도화 - 평가시스템 도입 - 쌍방향 교육운영	o 광고유관학과 대상 학점연계 추진	o 광고유관학과 대상 학점연계 확대 o 실시간 화상 강의 시범도입
온라인 광고교육 수강생 수 목표치	전년대비 120%	전년대비 120%	전년대비 120%	전년대비 120%

□ (세부과제 2-②) 4차 산업혁명 신기술을 활용한 공공서비스 제공

추진배경

- 기관이 생산한 고가치, 고수요 빅데이터인 조사 자료의 온라인 DB화 및 공개를 통한 조사자료 수요계층의 접근성 제고
- 인공지능(AI), 빅데이터(Big-Data) 등 4차 산업혁명 관련 新기술을 활용한 선제적 공공서비스 개발 필요

가. 추진 계획

구분	4차 산업혁명 신기술을 활용한 공공서비스 제공
사업 개요	• 마케팅 공공데이터인 MCR*조사 실시 및 온라인 플랫폼을 활용한 데이터 개방 • 코바코가 보유한 빅데이터 KODEX(광고소재전송시스템)와 영상인식기술을 활용한 신규 서비스 개발
혁신 내용	**[온라인 플랫폼을 활용한 마케팅 조사 데이터(MCR*) 개방** • **MCR 온라인 데이터 서비스 구축** - 미디어/소비 트렌드 및 학술연구 자료를 위해 수요가 높은 광고대행사, 광고주, 학계 등을 위하여 빅데이터 접근이 가능한 데이터 개방 서비스 구축 • **온라인 시각화 툴** 등을 **활용**한 **데이터 접근성** 제고 • 이용자별 DB제공서비스 최적화 및 신규 통계 데이터 개발 **[AI기술을 활용한 인공지능 CM제작 플랫폼 구축 검토]** • 영상인식 기술을 이용 코바코의 KODEX(광고소재전송시스템) 25만개 광고영상 메타데이터 구축, 인공지능 기술을 활용, 메타데이터를 이용한 CM제작 추진 • **사업 추진을 위한 선행연구 실시** 및 재원확보를 위한 ETRI(전자통신연구원)과 MOU체결
기대 효과	• 미디어/소비자 관련 종합마케팅공공데이터 생산/공유를 통한 광고산업 활성화 • 미디어-광고 공공데이터 제공을 통한 사회적비용 감소 및 상생협력 가치 제고 • 4차 산업혁명 대응 혁신기술을 적용한 공공데이터 접근성 확대

* MCR(소비자행태조사) : 소비자의 매체이용행태, 라이프스타일, 소비행태 등을 조사

나. 협업 체계

구분	4차 산업혁명 신기술을 활용한 공공서비스 제공
외부	• 실사용자 : 데이터 이용 활성화를 위한 외부 의견 및 아이디어 수렴 • ETRI(전자통신연구원) : 사업추진을 위한 공동연구 및 재원 확보
내부	• 기획예산팀 : 저작권, 초상권 등 법률관련 사전 검토 필요 사항 협업 • IT팀 : 기술관련 검토사항 협업, 개방 DB 구축 • 영업국 : 신규 조사대상 업종 발굴

다. 성과지표 및 목표

성과지표	'18년 실적	'19년 목표	목표설정 근거
개방데이터 최신화율 유지	100%	100%	

라. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년
이행계획	• 개방데이터 활용 BP사례 발굴 • MCR설문항목 강화 • ETRI R&D 연구 진행, 중소기업 대상 광고영상 솔루션 프로토 타입 개발	• 개방데이터 활용 BP 사례 확대 • MCR설문항목 지속 개선 • AI 광고 영상 솔루션 고도화	• 개방데이터 활용 BP 사례 확대 • 중소기업 광고 마케팅 플랫폼 (챗봇 상담, 제작사 매칭 등) 개발	• 개방데이터 활용 BP 사례 확대 • 중소기업 광고 마케팅 플랫폼 고도화
목표치	개방데이터 BP사례 5건	개방데이터 BP사례 8건	개방데이터 BP사례 10건	개방데이터 BP사례 12건

과제 3 광고업계 일자리 창출

□ (세부과제 3-①) 공공부문 일자리 창출

추진배경

- 공공기관의 공공성 및 사회적 책무 완수 필요성 증가
- 정부의 일자리 정책 · 고용노동부의 관련 지침 등을 통해 공공부문 비정규직 근로자 정규직 전환 적극 추진

가. 추진 계획

<table>
<tr><th>구분</th><th colspan="2">파견·용역근로자 정규직 전환</th></tr>
<tr><td>목표</td><td colspan="2">• 공공부문 비정규직 정규직 전환 완료
- 파견근로자 : 총 7명 ‘18년 전환완료(목표 달성률 100%)
- 용역근로자 : 전환인원 총 58→101명 이상으로 확대 추진(‘19년)
※ 정부 가이드라인에 의거 고령 친화업종 등 65세 이하 확대 적용</td></tr>
<tr><td rowspan="3">TF 구성</td><td>위원장</td><td>CEO</td></tr>
<tr><td>역할</td><td>■ 파견·용역 근로자의 정규직 전환 추진
- 이해관계자 소통 및 내부갈등 해소를 위한 사내 공감대 형성
- 2019년까지 전환 완료 및 처우개선 등 차별 없는 고용 달성</td></tr>
<tr><td>구성</td><td>■ 유관부서 팀장급 구성으로 업무 추진력 확보
- 인프라사업팀, 기획예산팀, 경영혁신팀, 경영지원팀, 인사팀(간사) 등
■ 상근 TF 구성을 통한 실행력 제고</td></tr>
<tr><td>주요 추진 계획 (‘19)</td><td colspan="2">• 전환관련 기초 자료 조사 및 타당성 검토
- 전환에 따른 경비 산출 및 소요 재원(자회사 설립 등) 예산 검토
- 유관기관 벤치마킹 등 타기관 사례 조사
• 노·사·전문가 협의회 구성 공고 및 구성 완료(8~9월)
- 전환대상근로자대표, 기관근로자대표, 기관대표, 외부전문가 등 14명
• 정규직화 방안 협의(3~4분기) : 전환대상·방식·시기, 임금체계 등 협의
• 내부 공감대 조성을 위한 설명회 실시
- 사내 게시판 활용 및 직원 교육 시 진행상황 공유
• 유관기관 협력 강화
- 원활한 전환 및 정원 확보를 위한 유관부처와의 지속적 교류 강화</td></tr>
<tr><td>점검 체계</td><td colspan="2">• (일자리 창출TF) 실행과제 총괄 점검, 성과 창출을 위한 유기적 조율
• (노·사·전문가 협의회) 가이드라인 이행여부 및 로드맵에 따른 추진사항 점검
• (고용노동부) 공공부문 정규직 전환 프로세스 지속 점검</td></tr>
</table>

나. 협업 체계

구분	용역근로자 정규직 전환
외부	• 노·사·전문가 협의회(총 14인) 구성 시 외부 전문가 2인 참여 - 협의회 구성 시 다양한 이해관계자가 참여 가능토록 함 - 외부전문가는 전문성을 보유한 객관적·중립적인 자로 구성 • 주무부처(방송통신위원회), 고용노동부 등 유관기관 협의 - 정원 및 예산 등 사전 협의를 통한 원활한 진행 유도 - 고용노동부 가이드라인 준수 및 차질 없는 정규직 전환 추진
내부	• 전략경영회의, 임원회의 등을 통한 정규직 전환 이슈 전사 공유 - 주요 사안에 대한 전사적 의견수렴 체계 확립 • 전 직원 설명회, 사내 게시판(talk터) 등을 활용한 의견 청취 - 노-노 갈등 최소화 및 합의점 도출을 위한 공감대 형성 유도

다. 성과지표 및 목표

성과지표	'18년 실적	'19년 목표	목표설정 근거
비정규직 정규직 전환 목표 달성률	• 7명 - 파견근로자 정규직전환 - 목표대비 100% 달성	• 101명 이상 - 용역근로자 정규직 전환 - 기존 목표인원(58명)보다 확대 추진(고령친화업종 등 정부 권장정책 적용)	• 일자리 창출 중기 로드맵 • 2018년 경영평가 보고서(p44)

라. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년
이행 계획	• 업체 이윤 등 절감 재원을 활용 전환 근로자 처우개선	• 정규직 전환 근로자 역량향상 경쟁력 제고노력	• 전환 근로자의 소프트 랜딩 및 고용환경 개선	• 비정규직 Zero 공기업 달성
목표치	• 복지제도 확대 등 기존 근로자와 동일한 혜택제공	• 교육훈련 확대 등 기존 근로자와 동일한 교육제공	• 동일노동- 동일 임금 등 차별 없는 고용 달성	• 비정규직 채용 사전심사제 이행 실적 및 비정규직 채용 규모 * Zero 달성

□ (세부과제 3-②) 광고업계 청년 일자리 창출

추진배경

- 광고계 취업을 희망하는 예비광고인 및 구인난에 시달리는 중소 광고회사의 인력 미스매칭 해소
- 중소 광고회사 신규 인력 공급을 통한 비용절감 및 광고 산업 활성화

가. 추진 계획

구분	청년 취업 활성화·중소 광고회사 인력난 해소
사업 개요	• 공사가 운영하는 광고교육원을 활용, 취업 관련 커리큘럼 개발과 교육 실시 및 광고회사 협약을 통한 청년 채용 촉진
혁신 내용	**[청년취업 아카데미 교육훈련 성과 제고]** • 즉시 취업가능한 수준의 현장 실무 역량 강화 교육 실시 • 취업률 제고를 위한 취업전반 기초지도 과목 및 채용현장 불이익 처우 예방을 위한 노동법 관련 기초지식 과목 운영 • 교육과정 품질유지 및 연수생 만족도 제고를 위한 강사별 강의 시간 적정 관리 • **(중장기)뉴미디어 광고 관련 인력 육성을 위한 디지털광고 강좌 강화** **[인턴쉽 운영으로 취업지원 활성화]** • 공사와 협약체결 기업에 인턴 실습비 지원 • KOBACO-IAA(국제광고인자격 대학생 과정), 청년취업아카데미, 스마트광고 아카데미 과정 등 공사 실시 취업지원 과정 대상 **[다양한 취업지원 행사 시행]** • 찾아가는 일자리 창출 : 광고업계와 취업지원 네트워크 구축을 위한 수시 간담회 실시, 인턴쉽 활성화를 위한 협약처 발굴 및 인턴 실습자 의견 수렴 - 중소기업, 뉴미디어 등 광고 인력 수요 높은 기업 • 취업설명회(광고인 만남의 날) : 취업실무정보 제공, 선배와의 만남, 특강을 통한 직무이해도 및 미스매칭 해소 **[취업지원 기능 강화를 위한 대외협력 확대]** • 고용노동부 청년일자리 지원제도 연계 교육원 취업지원 활성화 추진 • 지자체 협력 취업지원 프로그램 가동
기대 효과	• 청년층 광고계 취업 지원으로 실업 문제 해소 기여 • 우수 광고회사 홍보 및 취업 미스매칭 해소로 중소 광고회사 구인난 해소 • 맞춤식 직무교육 구성으로 광고회사 교육비용 등 사회적 비용 절감

나. 협업 체계

<table>
<tr><th>구분</th><th colspan="2">청년 취업 활성화·중소 광고회사 인력난 해소</th></tr>
<tr><td rowspan="4">외부</td><td>공공기관, 지자체</td><td>• (고용노동부) 청년채움내일공제 등 청년일자리 지원제도 연계 교육원 취업지원 활성화 추진, 중소기업 탐방 프로그램 운영
• (지자체) 송파구 일자리 센터 연계 연수생 직업선호도 검사 결과 해석 및 멘토링 서비스</td></tr>
<tr><td>구인수요자</td><td>• (인사담당자) 광고회사 등 인사담당자와 협의체 운영
• (청년취업아카데미 운영위원회) 인재채용 예정 협약기업이 희망하는 인재상을 반영한 커리큘럼 설계 및 운영</td></tr>
<tr><td>교육수요자</td><td>• (연수생위원회) 수요자 니즈에 부합하는 교육과정 및 교육환경 개선
• (피드백 조사 분석) 교육만족도조사, 해피메일 피드백 분석, 연간 홈페이지 및 페이스북 피드백 분석
• (인턴피드백간담회) 실습 수료자 대상 후기 청취, 개선점 도출</td></tr>
<tr><td>기타</td><td>• (교육자문위원회) 교육결과 평가 및 개선 의견 제시
• (강사 간담회) 교육과정 종료 후 평가 및 커리큘럼 개선 방향 의견 수렴</td></tr>
<tr><td>내부</td><td colspan="2">• (전략경영회의) 월별 CEO 등 임원 중심의 확대간부회의로 본부별 협업
• (조직평가) 취업률 등 KPI 달성 현황 및 모니터링 체계로 업무개선도 등 종합 평가</td></tr>
</table>

다. 성과지표 및 목표

성과지표	’18년 실적	’19년 목표	목표설정 근거
광고전문인력 양성 및 취업지원	0.355	0.357	광고관련업계 취업자 수/ 광고교육원 예비광고인 과정 수료생 수

라. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년
주요 이행 계획	• 지자체 연계 인턴쉽 지원 개시 • 구직자, 광고회사 채용관련 정보 DB 구축	• 지자체 연계 인턴쉽 지원 확대 • 구직자, 광고회사 채용관련 정보 DB 활성화	• 고용노동부 청년 지원제도 연계 예비 광고인 취업지원 프로그램 개발 • 광고계 HR허브 구축	• 고용노동부 청년 지원제도 연계 예비 광고인 취업지원 프로그램 확대 • 광고계 HR허브 고도화
광고전문인력 양성 및 취업지원 (목표치)	0.359	0.361	0.363	0.365

과제 4 혁신성장 지원

□ (세부과제 4-①) 콘텐츠 미래신산업 성장지원

추진배경

[정책적 측면]
- 1인 미디어 및 중소 콘텐츠 제작사의 광고마케팅 지원을 통한 경영자립 유도로 **‘미디어의 건강한 발전’**에 기여
- 신유형 콘텐츠, 신기술보유 우수 중소기업 선도적 투자 등 **미래 신산업 발굴 및 육성,** 일자리 창출 유도

[산업적 측면]
- 치열한 경쟁 상황 속 재정적 한계와 마케팅 역량 부족 등 **신생 스타트업이 겪는 어려움 해소**
- 기관이 보유한 노하우와 인프라를 활용, 광고 · 마케팅 · 유통 등 중소미디어/콘텐츠 업체의 **상생환경 조성에 필요한 역량 제공**

가. 추진 계획

[혁신성장 투자사업 운영 및 광고마케팅 투자조합 신규 출자]

- 혁신성장 투자사업

구분	결성금액 (공사)	투자 내용	공동투자자
KBS-KDB 한류콘텐츠 사모투자합자회사	600억원 (100억원)	한류 확산용 우수영상콘텐츠 등	KBS, KDB산업은행, 한국수출입은행, 미래에셋증권 등
KTBN 방송영상 콘텐츠 전문투자조합	100억원 (50억원)	우수 중소제작사 영상콘텐츠 등	IBK기업은행
화이-코바코 콘텐츠 전문 투자조합	100억원 (50억원)	웹툰/웹소설 등 원천IP 및 신기술 활용 콘텐츠 기업 등	화이브라더스
KTBN 미래콘텐츠 일자리 창출 투자조합	300억원 (60억원)	4차 산업혁명 신기술 분야(AR/VR/AI 등) 중소기업 투자 등	한국벤처투자, KTB네트워크 등
KB문화 디지털콘텐츠 해외진출 투자조합 *19년 3월초 결성	400억원 (30억)	한류확산 첨병 및 신성장 동력 문화, 디지털 콘텐츠 우수 중소기업 투자	한국벤처투자, 코바코 등

• 광고마케팅 투자조합 신규 출자(9월 결성 추진)

- 유럽에서 활성화된 M4E 모델*에 공사 중소기업 마케팅 지원 사업을 결합한 신규 투자조합 신규 출자(정부 모태펀드 협의 중)

  * M4E(Media for Equity) : 미디어와 VC가 공동으로 펀드 조성 후 자금조달이 어려운 중소기업에 광고비를 지원하는 사업모델

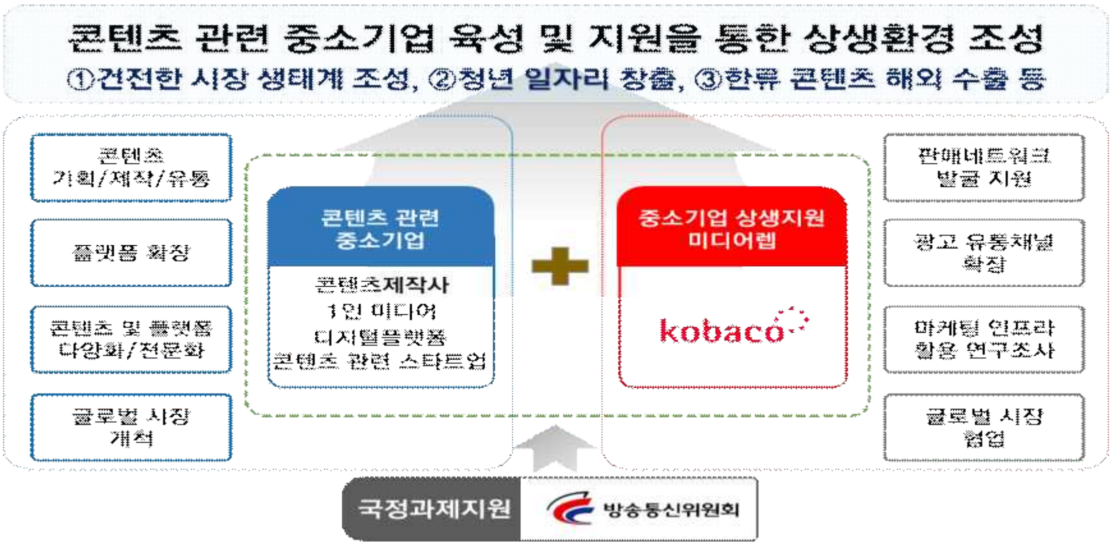
- 코바코의 광고·마케팅 노하우를 활용, 혁신형 벤처기업 발굴부터 광고·마케팅 지원, 자금조달까지 일련의 과정에 걸친 종합적인 솔루션을 제공하여 중소기업의 튼튼한 성장환경 구축

[동반성장 대출기금 운영]

• IBK기업은행과 공동으로 '동반성장 협력대출기금' 조성·운영

구분	내용
예탁 규모	100억원 (공사 50억/IBK 50억의 1:1 매칭기금)
대상 기업	광고/영상콘텐츠/신유형콘텐츠 제작 등 우수/유망 중소 콘텐츠기업 ※ 2019년 6월 현재 24개사 92.1억원 대출

[광고마케팅 전문 컨설팅 제공]



• 광고판매/마케팅 전문 공기업으로서 기관이 보유한 역량·인프라 등을 활용, 광고상품 기획·개발/광고판매제도 자문/광고주 네트워크 구축 등 실질적 경영환경 개선 지원

• 협력대상 중소기업이 경쟁력 있는 콘텐츠 제작 및 유통 등 본연의 업무에만 집중할 수 있도록 지원함으로써 산업 내 경쟁력 제고, 우수 한류콘텐츠 제작 유도

• 중소기업이 개별적으로 수행하기 어려운 효과측정조사 실시 등 산업 내 필요 인프라 구축 지원(MCN 브랜디드콘텐츠의 광고효과 분석 연구)

나. 기대 효과

- 기관이 보유한 마케팅 역량과 인프라를 활용, 건강한 미디어 생태계 조성에 기여함으로써 공기업으로서의 사회적 책무 완수
- 재정 및 광고마케팅 지원을 통해 미디어/콘텐츠 관련 중소기업의 경영 안정과 성장을 돕고, 나아가 우수 한류콘텐츠 발굴·육성에 기여
- 중소 콘텐츠 제작사/플랫폼 및 신기술보유 중소기업의 신규 일자리 창출 동참
  - 2019년(5월) 콘텐츠 누적 투자금액 294억 → 고용유발 402명
    ※ 한국은행 산업연관표 기준 취업 유발계수 10억 당 13.7명 적용
    : (294억 ÷ 10억) × 13.7 ≒ 402명
  - 파트너사 협조를 통한 일자리 창출 관련 실측자료 연계 파악 추진
    ※ 고용보험 피보험자 수 등

다. 협업 체계

구분	영상콘텐츠 육성 및 디지털미디어 중소기업 상생지원
외부	•(전문가 자문단 구성·운영) - IBK/창업투자사 심사역 등 콘텐츠 전문가 총 15명 내외 - 분야별 투자대상 관련 자문 •(협력사 의견 수렴) 미디어/콘텐츠 관련 협력사들과의 계기별 간담회 - 콘텐츠 투자 및 상생협력지원 관련 파트너社 (투자운용사, MCN, 콘텐츠 제작사 등) 업계 의견 및 건의사항 수렴 - 공사 협력사들 간 네트워킹/간담회 행사 마련, 사업 개선사항 도출/아이디어 발굴/협력강화 모색 등 •(대체투자 자금운용위원회) - 외부전문가 3명(내부3명), 대체투자를 통한 공공성､수익성 확보 방안 전문가 자문 및 심의､의결 •(외부회계법인) 대체투자규모 적정성 검토 및 운용 효율성 제고 컨설팅
내부	•(데이터사업팀) 콘텐츠 투자 관련 버즈량 측정/분석 등 투자 타당성 검토 •(상생협력사업팀) 중소 콘텐츠 제작사/플랫폼의 마케팅컨설팅 등 관련 의견 수렴 및 공유 •(기획조정팀) 투자사업 정관 내 부대사업 반영을 위한 개정 추진

라. 성과지표 및 목표

성과지표	’18년 실적	’19년 목표	목표설정 근거
• 총 투자규모	• 262억원	• 298억원	• 기존 콘텐츠 펀드 외 4차산업 혁명 신기술 분야 투자 추진
• 광고마케팅 컨설팅 제공 기업 수	• 12개 社	• 14개 社	• 중소기업 광고주 및 중소 디지털미디어 스타트업 지원

마. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년
주요 이행 계획	• 직접투자 비중 확대 • 지원 기업 확대 및 개발 지속	• 기획/제작 단계 직접 투자 병행 • 지원 기업 간 시너지 창출 추진	• 신융합 콘텐츠/영화/드라마 등 종합적 투자 • 지원 기업 간 실질적 성과 창출	• 혁신성장 종합 지원체계 구축 • 지원 기업 대상 통합솔루션 제공
총투자규모	• 350억 원	• 400억 원	• 450억 원	• 500억 원
광고마케팅 컨설팅 제공 기업 수	• 90개 社	• 100개 社	• 110개 社	• 120개 社

□ (세부과제 4-②) 광고 · 미디어 스타트업 창업지원

추진배경

- 공공이익에 기여하는 광고진흥사업 성과 창출
- 공사의 인프라(정보, 기술, 시설, 인력 등 보유 자원)를 활용한 창업초기기업 및 벤처기업 지원
- 스마트광고 촬영 인프라 확보에 어려움을 겪는 영세 제작사에 대한 제작 지원을 통해 스마트광고 창업생태계 기반 조성

가. 추진 계획

구분	스타트업 제작 지원 및 중소, 영세 제작사 창업·성장 지원
사업 개요	• 스타트업 광고 제작지원 및 예비 광고인 육성을 위한 산학협력 진행 • 창작공간AD(스마트광고 제작시설)등을 활용한 광고 창업지원센터 설립 추진
혁신 내용	• **(슈퍼루키 산학협력 사업)** - 스타트업 17개사 및 수도권 4개교 96명 학생을 매칭하여 기업 · 브랜드 광고영상 제작 지원 • **(PRO 광고영상 제작지원 사업)** - PR예산 부족으로 홍보에 어려움을 겪는 스타트업 및 전문 광고회사를 매칭, 광고제작 비용 일부 지원 • **창작공간 AD활용한 미디어 · 광고 창업지원센터(TF조직)설립** - 공사인프라(창작공간 AD,광고교육원,광고문화회관 등)를 연계한 광고진흥사업 추진 • **창작공간 AD활용한 미디어 · 광고 One-Stop 창업지원센터 구축** - 임시기구(SPACE創(창)), 시범 운영 • **창작공간 AD 홍보 강화**
기대 효과	• 광고영상 제작 지원을 통한 우수 스타트업 성장, 중소·영세 제작사 지원을 통해 민간 부문의 일자리 창출·질 개선 지원 • 미디어 광고 스타트업 창업 성장 지원

나. 협업 체계

구분	스타트업 제작 지원 및 중소, 영세 제작사 창업·성장 지원
외부	• (대학교) 산학연계 프로그램 진행 • (문화체육관광부 등) 신규 기금 확보 노력 등을 통하여 미디어·광고 스타트업 제작 비즈니스 스튜디오 조성 지속 추진
내부	• (내부유관팀) 혁신형 중소기업 등 스타트업 섭외 제작 지원 및 미디어·광고 스타트업 지원 관련 협업

다. 성과지표 및 목표

성과지표	'18년 실적	'19년 목표	목표설정 근거
스마트 광고 창작지원시설 활용 제작건수	102건	104건	최근 3년 창작지원시설 활용 제작건수의 연도별 증가분의 평균값의 50%를 목표치로 설정

라. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

구분		2020년	2021년	2022년	2023년
스타트업 광고 영상 제작 지원	이행계획	o 창작시설 활용 다양화 - 인적플랫폼 구성 - 중소제작사 및 1인 광고콘텐츠 제작 지원	o 창작시설 고도화 - ONE-STOP 제작지원시설 - 신규 기금 확보 노력 등을 통하여 미디어 광고 스타트업 제작 비즈니스 스튜디오 조성 추진	o All-in-one 스마트광고 제작 메이커 스페이스 구축 - 기획, 촬영, 편집, 시사장 제공 - 미디어 광고 스타트업 제작 비즈니스 스튜디오 운영 고도화	o 차세대 스마트 광고제작 HUB 구축 - 미디어 광고 스타트업 제작 비즈니스 스튜디오 활용 미디어 광고 스타트업 허브 역할 수행
	목표치 (제작건수)	106	107	108	109

과제 5	광고계 공정경제 선도

□ (세부과제 5-①) 사회적 약자 기업 지원 강화

추진배경

- 중소기업·사회적 기업 등 사회적 약자 기업과의 상생협력 강화

가. 추진 계획

구분	사회적 약자 기업 지원 강화
사업 개요	• 사회적 약자 동반성장을 위한 제도개선 및 정보공유, 구매 확대 등
혁신 내용	• **사회적 약자기업 대상 우선구매 확대 추진** - 중소기업 제품 구매율 '18년도 실적 유지 노력('18년 실적 96.5% '19년 목표 95% 이상) - 사회적 기업 제품 구매율 향상('18년 실적 2.26% '19년 목표 5%) • **사회적 약자기업 지원을 위한 제도개선** - 중소기업 등 지원을 위한 한시적 선금지급률 상향 검토 - 기술개발, 우수조달제품 등 혁신제품 구매 제도 마련(사규개정 추진) - 중소기업간 경쟁제품 구매 시 사전 검토제도 신설 등 우대제도 신설 추진 • **상생협력 환경 조성을 위한 대내외 정보공유 강화** - 사회적기업협의회 등 주요 사회적 기업 단체와 협약 추진 예정 - 상생협력구매협의회 운영을 통한 공공구매정보 공유 확대
기대 효과	• 사회적경제기업 구매율 향상 • 상생협력 증대를 통한 중소·사회적 기업 경쟁력 강화

나. 협업 체계

구분	사회적 약자 기업 지원 강화
외부	• (지역 내 사회적기업협의회) 업무협약을 통한 의견 수렴 • (공공기관 청렴도 평가/사회적 가치 기여도조사) 지원활동 만족도, 사회적 가치 기여도 의견 수렴
내부	• (상생협력구매협의회) 내부 의견 수렴

다. 성과지표 및 목표

성과지표	'18년 실적	'19년 목표	목표설정 근거
우선구매율 달성 ① 중소기업제품 ② 사회적기업제품	 96.5% 2.26%	 95% 이상 5%	법정구매율 및 전년도 실적, 업체와의 상생협력 확대 반영

라. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년
이행계획	사회적 경제 기업과의 상생 협력 체계 정교화	사회적 경제 기업과의 상생협력 체계 고도화	중소기업, 사회적 기업 구매지원 통합시스템 구축	중소기업, 사회적 기업 구매지원 통합시스템 안정화
목표치(우선구매율) ① 중소기업제품 ② 사회적기업제품	① 95% 이상 ② 5%	① 95% 이상 ② 5% 이상	① 95% 이상 ② 5% 이상	① 95% 이상 ② 5% 이상

□ (세부과제 5-②) 고객중심 영업관리 제도 운영

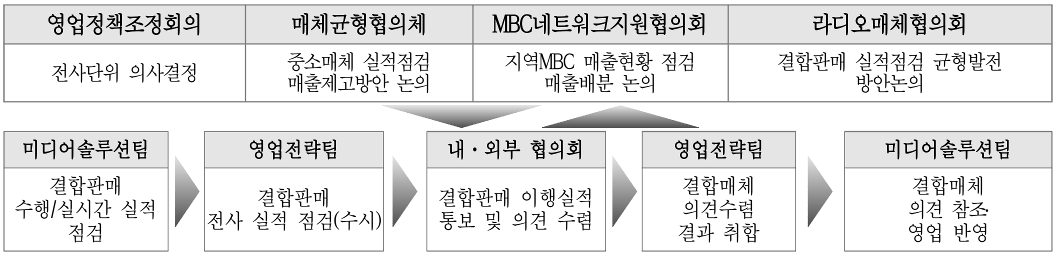
추진배경

- 광고업계 유일 공공기관으로서 고객중심 공정한 영업관리를 통한 협력사(매체사, 광고회사)와의 공동체 이익 실현

가. 추진 계획

<table>
<tr><th>구분</th><th>고객중심 영업관리 제도 운영</th></tr>
<tr><td>사업 개요</td><td>• 지역 및 중소방송사의 안정적 재원 마련으로 언론의 다양성, 공공성 실현
• 방송사, 광고회사의 공정 거래 추진 및 공동체 이익 실현을 위한 제도 운영</td></tr>
<tr><td>혁신 내용</td><td>

• **성공적 결합판매 의무 완수를 위한 전사적 협업체계 지속 운영**



• **중소방송사 참여광고주 저변확대 및 광고매출 증대 추진**
 - 핵심광고주 고객관리 및 신규개발을 위한 마케팅 제안 활동 강화
 - 중소방송사 자력판매 확대 및 중장기 성장매체로의 지원 강화
• **지급보증감면제도 추가 추진** (※ 광고업계 최초 재무상태 신용도 기반 시행)
 - 중소 pp지원 광고회사 자가 어음 지급보증 추가 면제 (~‘20.5.30)
  → 우수 광고회사 추가 지급보증 면제 추진 계획 (‘20. 6월 이후 등급제 시행)
• **은행용 전자지급보증서 인증 서비스 시행**
 - 위변조 사고 예방, 수수료 절감 및 광고회사 편의 제공
• **방송광고 영업관리 시스템 온라인 전환 개선 지속, 고객 편의성 제공**
 - 직거래 광고주 세금계산서 및 거래명세표 온라인 발행 및 전송 시스템 개발 완료(‘19년 1월)
 - 방송광고대행계약확인서 온라인 계약 시스템 구축 추진(예산, 법률 검토 등 병행)
• **중소기업 우대 슬라이딩 스케일 대행수수료 지급 제도 지속 시행**

</td></tr>
<tr><td>기대 효과</td><td>• 결합판매 지원고시 의무 달성, 방송사 안정적 경영기반 마련 및 언론 다양성 실현
• 지급보증 부담 완화에 따른 고객 재무관리 선순환 효과 창출
• 중소광고회사 공정거래를 통한 공동체 이익 실현</td></tr>
</table>

나. 협업 체계

구분	고객중심 영업관리 제도 운영
외부	• (중소방송사) 소통강화 및 협업, 광고주 동향 및 시장 환경 변화 등 정보교류 • (MBC네트워크 지원협의회) 지역MBC 매출현황 점검 및 매출배분 논의 • (라디오매체협의회) 결합판매 실적점검 및 균형발전 방안 논의 • (고객만족도 평가) 공사 업무관련 만족도 평가 및 개선의견 수렴
내부	• (영업정책조정회의) 전사단위 의사결정 • (매체균형협의체) 균형판매현황 점검 및 관리 • (본지사 영업관리 체계 구축) 영업관리 실무매뉴얼 작성, 전사 공유 및 지사 실무교육 실시('19년 6월)

다. 성과지표 및 목표

성과지표	'18년 실적	'19년 목표	목표설정 근거
영업부문 고객만족도 점수	95.2	96점 이상	PCSI 공공기관 고객만족도
중소방송사 결합판매 달성도	100.01%	100%	방송광고 결합판매 지원 고시

라. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

구분		2020년	2021년	2022년	2023년
이행계획		• 지역매체, 중소방송사 경쟁력 홍보 • 우수광고회사 추가지급보증 면제	• 지역매체, 중소방송사 경쟁력 강화 추진 • 온라인대행계약 시스템 구축	• 지역매체, 중소방송사 경쟁력 강화 추진 • 온라인대행계약 시스템 정착	• 지역매체, 중소방송사 경쟁력 강화 추진 • 온라인대행계약 시스템 고도화
목표치	고객만족도	96점 이상	96점 이상	96점 이상	96점 이상
	결합판매 준수도	100%	100%	100%	100%

과제 6 일하는 방식 개선으로 조직운영 혁신

□ (세부과제 6-①) 적극행정 확산

추진배경

- 적극행정 확산을 통해 성실하고 능동적인 업무 환경 조성
- 공익 목적 업무처리에 대한 면책을 통해 국민 신뢰 회복

가. 추진 계획

구분	적극행정 확산
사업 개요	• 일하는 문화 활성화 및 조직의 효율적 운영을 위해 적극행정 장려를 위한 규정 개정 및 교육 실시
혁신 내용	**• 적극행정 면책 확대를 위한 감사규정 개정('19.5.)** - 적극행정 면책기준 명확화 - 적극행정 면책기준 요건 완화(고의, 중과실 인정요건 완화) - 적극행정 면책 처리 업무절차 변경(신청기한 확대 2일→3일, 감사인 면책심사 조사 작성 절차 삭제) **• 적극행정 면책제도 활성화를 위한 교육 및 홍보** - '적극행정 면책 사례집' 청렴토론방 공유 등 내부 확산 노력 - 감사 착수 전-착수 시-마감-질문서 발부 등 전 단계에서 적극행정 면책 제도 안내 - 직원 대상 적극행정 사례 교육 및 홍보 **• 적극행정 면책 사례 발굴** - 자체감사 시 적극행정 면책사례 발굴을 통한 면책활동 확산
기대 효과	• 적극행정 면책제도 공유를 통한 적극적이고 능동적인 업무추진 태도 확산

나. 협업 체계

구분	적극행정 확산
외부	• (감사원) 적극행정지원 활성화를 위한 사례 공유 및 컨설팅 • (지역난방공사) 적극행정 면책 우수사례 공유 및 멘토링 • (서울시설공단) 감사업무협약 체결 및 적극행정 우수사례 공유

다. 성과지표 및 목표

성과지표	'18년 실적	'19년 목표	목표설정 근거
적극행정 면책 사례 교육 및 홍보	0회	2회	상/하반기 직원교육 실시
적극행정 면책사례 발굴	0건	2건	자체감사(5회) 중 40%

라. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

<table>
<tr><th colspan="2">구분</th><th>2020년</th><th>2021년</th><th>2022년</th><th>2023년</th></tr>
<tr><td colspan="2">이행계획</td><td>• 적극행정 면책제도 확산
- 면책 요건완화
- 적극행정 면책 교육 실시
- 면책 사례 발굴</td><td>• 적극행정 면책제도정착
- 면책제도 교육 확대
- 적극행정 면책제도 우수사례 전파
- 면책사례 발굴 확대</td><td>• 적극행정 문화조성
- 소극행정 신고 제도 신설
- 우수 직원 포상
- 우수 사례집 발간</td><td>• 적극행정 문화 정착
- 이해도 90% 이상 달성
- 소극행정 상시 신고 시스템 확대
- 우수 직원 포상 확대</td></tr>
<tr><td rowspan="2">목표치</td><td>적극행정 면책 사례</td><td>2건</td><td>3건</td><td>4건</td><td>5건</td></tr>
<tr><td>적극행정 직원이해도</td><td>60%</td><td>70%</td><td>80%</td><td>90%</td></tr>
</table>

□ (세부과제 6-②) 안전 중심 경영체계 구축·운영

추진배경

• 국민 신뢰 제고를 위해 국민과 근로자의 생명 · 안전 최우선 가치로 기관 운영

가. 추진 계획

<table>
<tr><th>구분</th><th>생명과 안전 일등 공공기관</th></tr>
<tr><td>사업 개요</td><td>• 공공기관 안전관리 관련 지침을 철저히 준수하는 등 안전관리체계 구축
• 대국민 안전의식 확산 등</td></tr>
<tr><td>혁신 내용</td><td>• 안전중심 경영체계 구축 · 운영
- 안전기본계획 재수립, 안전 목표관리제 도입, 안전관리 규정 제정, 안전공시, 재난안전 내부 제안제도 운영 등
※ 안전전담조직 운영
• 재난 대비를 위한 상시대응체계 운영
- 재난대응 매뉴얼 최신화, 시기별•유형별 안전점검 실시, 임직원 안전교육 실시 안전전문인력 외부 위탁 교육 및 응급처치•화재대응 등 훈련 실시
• 시설 안전을 위한 조치 강화
- 건축물 시설보수, 위험성 평가제 실시, 재난안전 장비(CCTV, 공기호흡기 등) 추가 설치
• 근로자 안전을 위한 조치 강화
- 안전 근로환경 구축을 위한 시설환경 개선, 고객 접점부서 감정 노동자 보호를 위한 고객응대 매뉴얼 시행 및 심리상담 실시 등
• 대국민 안전의식 확산
- 공익광고 안전 주제선정 및 매체집행 등
• 개인정보보호•정보보안을체계 구축 및 교육, 관리적/물리적/기술적 보호 조치 강화</td></tr>
<tr><td>기대 효과</td><td>• 다양한 재난으로부터 국민과 근로자의 정신적 · 육체적 안전 도모
• 산업재해 · 안전사고 zero 지속 유지 및 안전 공감대 확산</td></tr>
</table>

나. 협업 체계

구분	생명과 안전 일등 공공기관
외부	• (서울시설공단) 고정자산 운영 리스크 점검을 위한 업무협약 • (방송통신위원회) 이행실적 점검 • (국정원) 사이버 공격 대응 훈련 • (과기부 사이버안전센터) IT인프라 24/365 보안관제
내부	• (안전경영위원회) 고정자산 재난안전관리 및 위기관리 대응체계 점검/토의 • (재난안전점검 실무반) 건물별 위험시설 계기별 교차 안전점검 • 전략경영회의, 임원회의 등을 통한 정기적 안전점검(CEO 연간 2회) • 전직원 제안제도 구축으로 사고원인 제거 • (정보화심의위원회) 정보화사업에 대한 보안성 검토

다. 성과지표 및 목표

성과지표	’18년 실적	’19년 목표	목표설정 근거
산업재해 발생건수	0건	0건	• 무재해 사업장 유지
연수시설 안전사고 발생건수	0건	0건	• 시설안전사고 Zero 지속 유지
개인정보 · 정보보안 침해사고 발생건수	0건	0건	• 침해사고 Zero 지속 유지

라. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

<table>
<tr><th>구분</th><th>2020년</th><th>2021년</th><th>2022년</th><th>2023년</th></tr>
<tr><td>이행계획</td><td colspan="2">• 건물안전성 지속 유지
- 시설관련 근로자 정규직화로 안전사고 예방 대응체계 확립(기술 및 안전 전문직 확보)
- 노후시설 정비(20년 50%, 21년 70%)</td><td colspan="2">• 재난안전관리 고도화
- 취약건물 재난안전 내실화
※ 재난안전 전담조직 전문화
- 노후시설 정비(22년 90%, 23년 100%)</td></tr>
<tr><td>목표치</td><td colspan="4">산업재해•안전사고 zero 달성</td></tr>
<tr><td>이행계획</td><td>개인정보보호·정보보안 체계 고도화</td><td>개인정보보호·정보보안 체계 고도화</td><td>개인정보보호·정보보안 체계 내재화</td><td>개인정보보호·정보보안 체계 내재화</td></tr>
<tr><td>목표치</td><td>개인정보보호 최고등급, 정보보안 양호등급</td><td>개인정보보호 최고등급, 정보보안 양호등급</td><td>개인정보보호 최고등급, 정보보안 우수등급</td><td>개인정보보호 최고등급, 정보보안 우수등급</td></tr>
</table>

□ (세부과제 6-③) 광고주중심 현장영업 프로세스혁신

추진배경

- 미디어 환경 변화(케이블TV, 종편, IPTV 및 인터넷 · 모바일 매체 성장 등)로 광고판매 시장 경쟁 심화
- 광고주의 선택권 강화 등 주 고객층의 변화로 기존 광고회사 중심에서 광고주 중심의 현장 영업조직 운영필요

가. 추진 계획

구분	영업프로세스 개선
사업 개요	**[방송광고 판매사업]** • 방송사의 '제작 · 편성 · 보도' 기능과 '광고판매' 기능을 분리, 공사는 광고 판매만을 전담하는 공영미디어렙으로서 공영방송사(KBS와 MBC) 및 지역 · 중소방송사의 방송광고를 판매, 방송의 공공성과 다양성 확보를 위한 재원 제공 • 영업 혁신 방향 : **[기존]** 대형 광고주 위주 폐쇄형 **영업 프로세스** → **[개편]** 파레토 광고주 관리 및 롱테일 광고주 개발을 위한 **통합제안 영업 프로세스**
혁신 내용	**• 광고주 중심 영업프로세스로의 전환 및 고객 분석 기반 마련** **- 매체별·광고회사 별 분리된 영업조직을 개선, 매체 업무는 통합하고 광고주 중심으로 영업조직을 재구성하여 매체통합 상품 판매 개시** · 매체 전담 조직과 광고주 전담 조직으로 **영업 조직 이원화** · 매체 전담 조직은 통합 매체 판매를 통한 **시너지를 창출**하고 광고주 전담 조직은 고객관리 고도화와 지속적 스킨십을 통한 **지상파 참여 유도** · 코바피디아에 기반한 **광고주 제안영업 활성화** 및 고객 정보 축적과 인프라 개선을 통해 코바피디아는 점진적으로 데이터마켓플레이스로 개선 · 고객정보 분석 기반 상품 개발 및 **광고주 선제안 서비스 고도화** **- 광고주 중심 프로세스 역량 축적을 통한 퍼포먼스 마케팅으로 진화 지향** **• 지상파 방송광고 시장 활성화를 고객 저변 확대 프로세스 정비** - 신규 광고주의 지상파 진입을 위한 제도 개선 및 소액 특판 상품 출시 - 지상파 고객 대상 사후 인지도 조사 등 종합 마케팅서비스 병행 - 신규 광고주 직접 개발을 위한 매체사와 협업 및 공조 강화 - 중소형 광고주 대상 광고소재 제작 서비스 제공
기대 효과	**• 광고주 제안 영업 활성화로 대 광고주 서비스 증진** **• 매출 확대로 대국민 공익적 광고진흥사업 추진을 위한 재원 추가 마련**

나. 협업 체계

구분	영업프로세스 개선
외부	• 방송사 및 광고회사 간담회를 통한 핵심 고객 의견 수렴 • 지상파 이탈 광고주의 지상파 광고시장 재진입을 위한 공사·방송사 공조
내부	• 직원의견조사, 사내 TF 구성 및 워크숍 등을 통한 프로세스 개선안도출 • 지역 광고주 개발을 위한 본·지사 협업 강화

다. 성과지표 및 목표

성과지표	'18년 실적	'19년 목표	목표설정 근거
방송광고 판매실적	8,170억원	9,800억원	중소형 광고주 확대

라. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년
주요 이행 계획	• 영업 관련 기능 강화 - 마케팅 서비스와 360˚상품 확대를 통한 지상파 광고 상품 경쟁력 확보 및 관련 영업사원 역량 강화 - 지상파광고시장 저변확대조치 시범 도입 및 제반사항 정비	• 통합판매영업조직도입 - 영업사원 MBO 고도화 및 영업팀별 실질적 내부 경쟁제 형성, IMC통합영업 조직 시범 도입 - 지상파광고시장 저변 확대 조치 본격 시행	• 통합판매 영업조직 고도화 - 영업팀 및 영업 지원팀의 결합 통한 하이브리드 영업조직 고도화 및 퍼포먼스 마케팅 시범도입 - 지상파광고시장 저변 확대 조치 정착 및 추가 개선 사항 검토	• 고도화된 통합판매 영업조직 정착 - 영업조직의 360˚ 서비스 제공 활성화 및 코바피디아의 고도화를 통한 퍼포먼스 마케팅 활성화 - 파레토 고객과 롱테일 고객의 동시 관리를 통한 지상파 광고시장 고객의 지속적 확대
방송광고 판매실적	12,000억원	13,000억원	14,000억원	14,000억원

과제 7 윤리경영 강화

□ (세부과제 7-①) 부패근절 · 윤리경영 강화

추진배경

- 시스템에 입각한 **윤리경영 강화**로 기관의 국민신뢰 확보
- 임직원 청렴의식 내재화를 통한 **부패 근절**

가. 추진 계획

구분	부패근절 · 윤리경영 강화
사업 개요	• 지속가능 경영실현을 위한 윤리경영 시스템 정착 • 부패예방 및 근절을 위한 다양한 제도 마련 및 운영
혁신 내용	• **윤리경영 인프라 강화** - 클린경영실천위원회 구성 및 임직원 행동강령 사규화 - 임직원 청렴의식 공감대 구축(청렴교육 실시, 행동강령 이행, 청렴서약 등) • **선제적 부패 리스크 관리** - 청렴서포터즈 및 청렴옴부즈만 제도 운영 - 채용비리 직원 및 부정합격자 제재 관련 인사규정 정비 - 클린경영 확산주간 운영
기대 효과	• 청렴·투명경영 활동 실천력 강화를 통한 국민 신뢰 확보

나. 협업 체계

구분	부패근절 · 윤리경영 강화
외부	• 청렴옴부즈만 외부전문가 • Broad Service 협의회 (방송사 국장/팀장급)
내부	• 클린경영위원회 (CEO 및 임원 주도) • 청렴서포터즈 (차장급 이하 실무자) • K-auditors (기획, 예산, 회계부서 실무자)

다. 성과지표 및 목표

성과지표	'18년 실적	'19년 목표	목표설정 근거
내부청렴도(권익위)	2등급	2등급	
부패방지시책평가(권익위)	2등급	-	'18년 종합청렴도 1등급, '19년 부패방지 평가 면제

라. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

구분		2020년	2021년	2022년	2023년
이행계획		ㅇ 부패 취약 분야 개선 ㅇ 클린코바코 지원 센터 확대	ㅇ 임직원 청렴 문화 생활화 ㅇ 광고업계 청렴 문화 확산	ㅇ 반부패 청렴 우수기관 도약 ㅇ 글로벌 윤리 경영체계 구축	ㅇ 반부패 청렴 선도기관 도약 ㅇ 글로벌 윤리 경영체계 운영
목표치	내부 청렴도	2등급	2등급	1등급	1등급
	부패 시책 평가	2등급	2등급	1등급	1등급

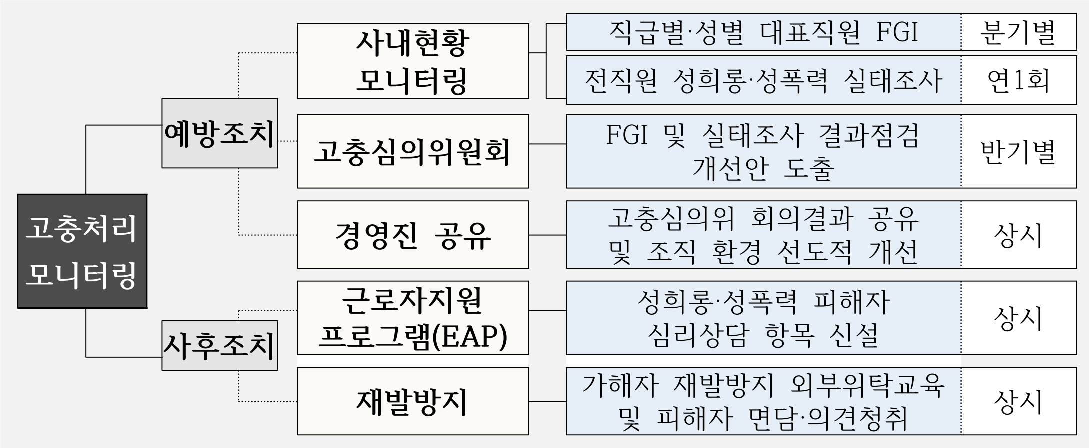
□ (세부과제 7-②) 건강하고 차별 없는 일터

추진배경

- 성희롱·성차별 없는 건전한 조직문화 조성을 통한 사회적 책임 적극이행
- 성 차별 없는 평등한 인사운영을 통한 공정사회 구현 및 국민신뢰 제고

가. 추진 계획

□ 성희롱·성폭력 근절을 위한 예방·대응체계 구축 및 적극적 이행

목표	• 성희롱·성폭력 체계적 방지 및 신속한 대응을 통한 안전한 근로환경 조성
세부내용	• 입체적 모니터링 체계 구축을 통한 제도 실효성 제고  • 다양한 고충상담채널 운영을 통한 접근성 제고 및 전문성 강화 - 고충상담채널 다양화 : 인사팀, 노동조합, 사이버, 외부전문가(노무사) - 고충상담원 전문성 강화 : 상담원 별 전문교육·심화교육 맞춤형 이수 • 내부 인식개선 및 공감대 형성을 위한 교육 실시 - 연2회 대면교육 및 직급별 맞춤형 교육 실시로 교육효과성 증대

□ 성 차별 방지를 위한 유연한 근무환경 조성 및 가족친화 제도 운영

목표	일·가정이 더불어 잘사는 'kobaco 근무혁신'으로 사회적 가치 실현		
추진방향	유연근무제 활성화	출산·육아 적극지원	교육 및 캠페인 개선
세부내용	• 유연근무 활용 편의성 제고 - 신규도입 유연근무제 활용 가이드라인 수립 - 활용 저조부서 대상, 유연근무제 특별실시	• 육아휴직 적극장려 - 노사 소통 기반, 육아휴직 직원 처우 개선방안 마련 • 육아주기(임신-출산-육아)별 활용가능 가족친화제도 적극 홍보(포털 게시 등)	• 가족친화 교육 실시 - 일·가정·생활 균형 인식 공유 및 소통기회 마련 • kobaco 근무혁신 캠페인 지속전개
	• 외부 컨설팅 실시로, 가족친화 제도 고도화 및 조직문화 확산 추진 - 결혼 가정, 육아 가정, 미혼·비혼 가정 등 가족형태 다양성 증가에 대응하여, 정교하고 합리적인 가족친화제도 운영방안 마련 - 설문조사, 인터뷰 등을 통한 일·가정·생활 양립제도 현 수준 진단 및 인식전환 토대 마련		

□ 기대효과

- 예방체계 구축 및 개선에 따른 직장 내 성희롱.성폭력 효과적 근절
- 적극적 가족친화경영을 통한 인식개선 및 차별 없는 조직문화 조성

나. 협업 체계

구분	성희롱·성폭력 없는 건강한 일터 조성
외부	• 외부전문가 참여를 통한 고충상담 프로세스 공신력·전문성 제고 - 상담창구 : 외부전문가(노무사) 상담원 지정을 통한 접수 편의성 제고 - 고충심의위 : 외부전문가 포함 심의위 구성을 통한 전문성·공정성 제고
내부	• 전략경영회의, 임원회의 등을 통한 성희롱·성폭력 관련 이슈 전사 공유 • 직급별 FGI, 대면 교육 등을 활용한 의견 청취

구분	성 차별 없는 유연한 일터 조성
외부	• 외부 전문 컨설턴트 참여 컨설팅 실시를 통한 제도 운영 합리성 제고
내부	• 전략경영회의, 임원회의 등을 통한 일·가정·생활 양립 이슈 전사 공유 • 노사합동 인사제도 개선 TF, 전직원 설명회 등을 활용한 의견 청취

다. 성과지표 및 목표

성과지표	'18년 실적	'19년 목표	목표설정 근거
폭력예방교육 이수율	100%	100%	당해 연도 휴직·파견 등 참석 불가능자 제외 전 직원 이수목표
고충처리절차 인식도	84.4점	87점	전년대비 3% 상승 목표
유연근무제도 활용도	78명	80명	전년 수준 유지 및 지속 상승(2% 수준) 목표
일·가정양립제도 만족도	86.5점	88점	

라. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년
이행계획	고충처리 프로세스 등 제도 및 직원 인식개선		지속적인 환류체계 운영을 통한 건전한 조직문화 정착 및 내실화	
목표치 (절차인식도)	89	90	91	92
이행계획	근무혁신 조직문화 안정화 및 상시점검		지속적인 환류체계 운영을 통한 kobaco 근무혁신 내실화	
목표치 (제도만족도)	89	90	92	93

과제 8	국민 참여 확대 · 지역사회 공헌

□ **(세부과제 8-①) 국민제안 등 국민 참여 확대**

추진배경

- 공사의 국민 소통 기능을 양방향으로 고도화하여 국민 참여 통로 확대
- 온라인 소통 채널 개선을 통한 정보의 공유로 기관 신뢰도 제고
- 시민사회 역량 흡수, 정책 참여 국민 요구 반영, 제도적 기반 구축 필요

가. 추진 계획

구분	국민제안 등 국민 참여 확대
사업 개요	• 국민과의 원활한 소통을 위한 채널 강화 및 관리 • 기관 혁신 전반에 시민사회 역량 흡수, 국민 참여, 확대 가능 제도 구축·운영
혁신 내용	• 공사의 홍보 채널 기능을 강화하고 양방향 소통으로 고도화 • 공사 업무 중 국민 참여 확대와 관련된 사업에 대해 보도자료, 블로그, 홈페이지 등을 활용한 대국민 홍보 강화 • **원활한 대국민 소통 및 국민 제안 활성화를 위한 홈페이지 개선** • kobaco혁신 국민참여·소통을 위한 「kobaco시민참여혁신단」 운영, 활동 공개
기대 효과	• 공사의 국민 참여 확대 관련 사업에 관한 국민 인식도 증진 • 혁신 과정에 국민 참여를 확대하고, 국민의 뜻이 정책으로 실현되는 '국민 참여 혁신' 체계 구축

나. 협업 체계

구분	국민제안 등 국민 참여 확대
외부	• 일반 국민, 시민참여혁신단 외부인사, 언론사 취재담당 기자
내부	• 국민참여 확대와 관련된 각 사업 담당자 및 부서, 혁신과제 주관팀

다. 성과지표 및 목표

성과지표	'18년 실적	'19년 목표	목표설정 근거
국민 직접 제안 건수	94건	99건	전년 대비 5%이상 상향

라. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년
이행 계획	• 국민참여를 위한 채널 확대	• 국민참여 BP사례 발굴 및 홍보	• 국민 참여 사례 홍보 네트워크 강화	• 국민참여 확대 사업 홍보체계 고도화
목표치	104건	109건	114건	120건

□ (세부과제 8-②) 광고를 통한 지역 경제 활성화

추진배경

• 광고계 유일의 공공기관으로서 광고마케팅 전문성을 활용한 지역경제 활성화 기여 필요

가. 추진 계획

구분	광고를 통한 지역 경제 활성화
사업 개요	• 광고마케팅 전문성을 활용한 업 연계형 지역경제 활성화 노력 • 지역사회 유관기관과의 소통·협력을 통한 가치 창출 및 공유 확대
혁신 내용	**• 지역 기업 대상 광고마케팅 지원 사업** - 지역 중소기업 및 소상공인 대상 소상공인 지원상품 등 설명회 개최 - 지역 창업기업 역량 제고를 위한 정기 워크숍, 마케팅 교육, 개별상담 실시 - 지역 중소기업, 지자체 대상 로컬 매체 할인/보너스, 사회적 기업 대상 무료 홍보 **• 지역별 라디오 공익캠페인 실시** - 일자리 창출, 지역경제 살리기 등 지역 현안 주제 선정 - 광고제작(광고회사), 광고송출(방송사), 광고카피(학계) 등 광고업계 재능 기부 및 협업 **• 지역광고 우수인재 양성** - 지역 스마트광고 아카데미 운영, 스마트광고 관련 지역인재 양성 - 광고관련학과 대상 '찾아가는 광고교육' 실시, 광고 산업 및 취업관련 정보 제공
기대 효과	• 지역 상권 활성화 및 지역산업 발전기여 • 지역사회 일자리 창출 및 경제 활성화 공감대 형성

나. 협업 체계

구분	광고를 통한 지역 경제 활성화
외부	• (지역별 창업지원센터) 창업기업 대상 마케팅/교육 컨설팅, 방송광고 지원 등 협업 • (지역방송광고발전협의회) 지역사회 라디오 공익 캠페인 실시 협업 • (지역대학 광고관련학과) 지역 인재 양성 협업
내부	• (영업국) 지역 중소기업 지원을 위한 광고송출 관련 협업 • (중소기업지원국) 지역 중소기업 지원을 위한 제도운영, 상품개발 협업 • (광고교육팀) 지역인재 양성을 위한 프로그램 개발, 운영 협업

다. 성과지표 및 목표

성과지표	'18년 실적	'19년 목표	목표설정 근거
지사 고객만족도	95.7	95.8점	PCSI 고득점 유지

라. 중기 이행 계획 (2020년~2023년)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년
주요 이행 계획	• 무료방송광고 지원 규모 확대 • 지역광고인교육 내실화	• 지역 시민단체와의 연계를 통한 사업 영역 확장	• 지역 시민단체와의 연계를 통한 사업 영역 확장 지속	• 정부기금 확보를 통한 사업규모 확대 및 내실화
목표치	95.9점	96.2점	96.4점	96.6점

Ⅵ	과제 주관팀 및 점검 체계

1. 과제 주관팀

8대 과제	세부 과제	주관팀
1 방송광고의 공공성 제고	① 방송광고를 통한 중소기업·소상공인 성장 지원	중소기업정책팀 미디어지원팀 상생협력사업팀
	② 공익광고를 통한 사회적 가치 확산	공익광고팀
2 공공 서비스 제공 확대	① 온라인 교육을 통한 광고교육기회 확대	광고교육팀
	② 4차 산업혁명 신기술을 활용한 공공서비스 제공	데이터사업팀
3 광고업계 일자리 창출	① 공공부문 일자리 창출	인사팀
	② 광고업계 청년 일자리 창출	광고교육팀
4 혁신성장 지원	① 콘텐츠 미래신산업 성장지원	신성장전략팀
	② 광고·미디어 스타트업 창업지원	진흥사업전략팀
5 광고계 공정경제 선도	① 사회적 약자 기업 지원 강화	경영지원팀
	② 고객중심 영업관리 제도 운영	영업전략팀
6 일하는 방식 개선으로 조직 운영 혁신	① 적극행정 확산	감사팀
	② 안전중심 경영체계 구축·운영	인프라사업팀 IT팀
	③ 광고주중심 현장영업 프로세스혁신	영업1국, 영업2국 광고영업1,2,3팀
7 윤리경영 강화	① 부패근절·윤리경영 강화	감사팀 경영평가팀
	② 건강하고 차별 없는 일터	인사팀
8 국민 참여 확대·지역사회 공헌	① 국민 제안 등 국민 참여 확대	대외협력팀 경영평가팀
	② 광고를 통한 지역 경제 활성화	지사

2. 점검체계

가. 총괄점검체계

	점검체계	점검내용	시행주기
내부	① 전략경영회의	• 혁신추진 상황 공유, 혁신현안 과제 토론 (임원, 실국장, 팀장)	매월
	② 경영성과관리위원회	• 혁신 우수성과 창출을 위한 과제별 실적 관리 및 점검 (전무이사, 실국장)	분기
외부	③시민참여혁신단	• 혁신 성과 점검 및 의견 수렴	분기

나. 과제별 이행 실적 점검 일정

8대 과제	세부 과제	점검 내용	일정	점검부서
1 방송광고의 공공성 제고	① 방송광고를 통한 중소 기업·소상공인 성장지원	• 혁신형 중소기업 일자리 증가율 • 소상공인 유치 건수	6월,12월 매월	중소기업정책팀 미디어지원팀 상생협력사업팀
	② 공익광고를 통한 사회적 가치 확산	• 공익광고 통합효과지수 • 공익광고 현장교육 활용도	분기	공익광고팀
2 공공 서비스 제공 확대	① 온라인 교육을 통한 광고교육기회 확대	• 온라인 광고교육 수강생수	12월	광고교육팀
	② 4차 산업혁명 신기술을 활용한 공공서비스 제공	• 개방데이터 최신화율 • 공개 데이터 활용 BP사례	반기	데이터사업팀
3 광고업계 일자리 창출	① 공공부문 일자리 창출	• 비정규직 정규직전환 목표달성률	6월,12월	인사팀
	② 광고업계 청년 일자리 창출	• 광고전문인력 양성 및 취업지원	7월,12월	광고교육팀
4 혁신성장 지원	① 콘텐츠 미래신산업 성장 지원	• 총 투자규모 • 광고마케팅 컨설팅 제공 기업수	6월,12월 6월,12월	신성장전략팀
	② 광고·미디어 스타트업 창업지원	• 스마트광고 창작지원시설 이용 제작건수	매월	진흥사업전략팀
5 광고계 공정 경제 선도	① 사회적 약자 기업 지원 강화	• 중소기업제품 우선 구매율 • 사회적기업제품 우선 구매율	분기	경영지원팀
	② 고객중심 영업관리 제도 운영	• 영업부문고객만족도 점수 (PCSI) • 중소방송사 결합판매 목표달성도	년(3월) 매월	영업전략팀
6 일하는 방식 개선으로 조직운영 혁신	① 적극행정 확산	• 적극행정 면책 사례 • 적극행정 직원 이해도	분기 년(12월)	감사팀
	② 안전중심 경영체계 구축·운영	• 산업재해발생건수 • 연수시설 안전사고 발생건수 • 개인정보 · 정보보안 침해사고 발생건수	분기별	인프라사업팀 IT팀
	③ 광고주 중심 현장영업 프로세스 혁신	• 방송광고판매실적	매월	영업1국, 2국 광고영업1,2,3팀
7 윤리경영 강화	①부패근절·윤리경영 강화	• 국민권익위 내부청렴도 • 국민권익위 부패방지시책평가	년(12월) 년(12월)	감사팀 경영평가팀
	② 건강하고 차별없는 일터	• 폭력예방교육 이수율 • 고충처리절차 인식도 • 유연근무제도 활용도 • 일가정양립제도 만족도	반기 (6월,12월)	인사팀
8 국민참여 확대·지역 사회 공헌	① 국민제안 등 국민 참여 확대	• 국민 직접 제안 건수	분기	대외협력팀 경영평가팀
	② 광고를 통한 지역 경제 활성화	• 지사 고객만족도 점수	3월	지사

3 향후 계획

일정	7월	8월	9월	10월	11월	12월
혁신 추진계획 보완	■					
과제별 혁신추진	■	■	■	■	■	■
혁신 아이디어 발굴 경진대회				■	■	
혁신 이행점검				■		■