
2020년 혁신추진 계획

|| 목 차 ||

| | |
|--------------------------|----|
| I. 혁신추진 방향 | 1 |
| 1. '19년 혁신 추진성과 및 보완할 점 | |
| 2. 대내외 여건 분석 | |
| 3. '20년 혁신추진방향 설정 | |
| 4. 혁신추진과제 도출 프로세스 | |
| II. 혁신추진과제 | 6 |
| 1. 혁신전략체계 | |
| 2. 과제별 세부 실행계획 | |
| III. 혁신추진체계 및 변화관리 | 28 |
| 1. 혁신 추진조직 | |
| 2. 변화관리 프로그램 | |
| 붙임_실행과제 목록 | 30 |

1. '19년 혁신추진성과 및 보완할 점

- CEO를 중심으로 '핵심사업을 활용한 공공·민간 혁신 선도로 국민 삶의 질 제고'를 목표로 강도 높은 사업 혁신 및 경영혁신 추진

□ 주요 혁신성과

① 방송광고의 공공성 제고

- 방송광고를 통한 중소기업·소상공인 성장 지원으로 지속가능한 동반성장 실현
 - 중소기업 광고비 할인 및 제작비 지원 1,012억원(전년대비 41.3% 상승), 지원 기업 일자리 969개 창출 기여, 소상공인 IPTV광고 지원매체 확대(1개사→3개사) 및 소상공인시장진흥공단 등 협업으로 741사 지원(전년대비 32.1% 상승)
- 국민과 '함께 만들고', '함께 나누는' 공익광고 캠페인으로 사회적 가치 공감대 확산
 - 국민참여 및 민관협업을 통한 '발달장애'편 등 공익광고 10편 제작, VR, AR을 활용한 안전·환경 체험형 공익광고제 실시, 공익광고 현장 교육 58개교 실시(전년대비 16% 상승)
 - * 방송통신위원회 적극행정 경진대회 우수상 수상(19.9), 한국광고주협회 제28회 국민이 선택한 좋은 광고상(특별상) 수상(20.5), 행정안전부 장관 표창장 수상(19.11)

② 공공서비스 제공 확대

- 온라인 광고교육 신규 실시, 목말랐던 사각지대 수요자의 광고교육 기회 확대
 - e-러닝 테크놀로지를 활용, 광고교육원 정규과정 만족도 최우수 강사 중심 스마트 광고 관련 5개 강좌 개설, 총 1,172명 신규 수강, 지역 수강자 540명(수강생의 46%) 신규 유입 등 광고교육 사각지대 해소 기여
- 4차 산업혁명 신기술 활용, 국민 누구나 이용가능한 광고관련 공공서비스 개발
 - 온라인 플랫폼 활용 소비자 행태조사(MCR) DB 구축, 원시데이터 포함 데이터 11,326회 이용, 연례보고서 18,880건 이용(전년대비 136% 상승), 광고계 외 금융, 전자, 패션 등 산업 전반 활용 확대
 - * 국가통계발전 기여 공로로 제25회 '통계의 날' 대통령상 수상('19.8)

- AI기반 광고창작 공공플랫폼 신규 서비스 모델 기획, 과학기술정보통신부 주관 ICT 공공서비스 촉진사업 지원 대상 선정

③ 혁신성장 지원

- 콘텐츠 미디어산업 투자 및 컨설팅으로 미디어산업 건강한 발전 기여
 - 문화콘텐츠 육성을 위한 투자(누적339억원, 전년대비29.4% 증가) 및 동반성장 협력대출기금 조성·운영, 혁신성장 투자 일자리 창출효과 359명 달성
 - 광고마케팅 전문 컨설팅 76개사 지원(전년대비 100% 증가)
- 스마트업 창업지원으로 광고·미디어 창업 생태계 밑거름 역할 수행
 - 스마트광고 창작공간 이용환경 개선 및 홍보 확대, 광고물 115건 제작(전년대비 12.7% 증가)
 - 스타트업과 예비광고인 매칭 광고제작 지원프로그램 및 지식재산 스타트업 광고영상제작 지원 프로그램 운영, 22개 스타트업 26편 제작지원

□ 혁신 실행기반 강화 및 혁신 보상체계 강화로 혁신활동 참여 활성화

- 자율적 혁신추진조직 ‘혁신프로듀서’ 16개 팀 신규 운영
 - 재능기부형식 유관기관 노무컨설팅 제공 등 혁신추진 성과 도출
- 혁신아이디어 공모 확대, 혁신활동 보상 강화로 혁신 활동 참여 증가
 - 수기부문 신설 등 공모분야 확대, 시상 규모 확대로 직원 참여 57%, 외부 참여 182% 증가

□ 주요 반성 및 보완할 점

- (국민 체감 혁신성과 지속 발굴 확대) 중소기업·소상공인 광고 마케팅 지원, 광고관련 공공데이터 제공 확대 등 국민이 체감할 수 있는 혁신 과제 지속 발굴 및 성과 도출, 성과에 대한 적극적인 홍보 강화 중요
- (임직원 혁신인식 내재화 필요) 지속적·자율적·상향식 혁신 추진을 위하여 혁신 활동 참여 보상 확대, 교육 강화를 통한 혁신 인식 내재화 필요

2. 대내외 여건 분석

- **(외부환경) 코로나 19 경제위기 극복 및 국민 삶의 질 제고를 위한 공공기관 노력 강조**
 - **(정부 혁신방향) 국민 삶의 질 향상을 위한 공공기관의 선도적 역할 지속 요구**
 - '20년에는 공공기관의 혁신역량 극대화를 통한 국민이 체감할 수 있는 변화 및 성과 창출 강조('20년 공공기관 혁신 가이드라인, '20.6)
 - * 기존 혁신목표는 유지하되, 사회적 가치의 확실한 성과 창출, 경제활력 제고 마중물 역할 강화, 중소기업 규제 혁신, 직무 중심 보수체계, 임금피크제 대상 인력의 효율적 운영, 과도한 복지 방지 등 신규과제 9개 추가 및 기존 과제 재구성('18년 8개 과제→'19년 17개 과제)
 - **(방송광고 업계 환경) 코로나19발 광고계 위기 타개를 위한 kobaco역할 중요**
 - 코로나19로 인한 경기침체 기조 속 광고산업, 지상파 방송광고시장 침체
 - 광고계 활력 제고를 위한 제도, 공공데이터, 시설 등 다양한 지원 필요
 - **(이해관계자 요구) 안정적 매출 확보 및 상생, 사회적 책임실현과 공적 역할 요구**
 - 광고계 유일의 공기업으로서 중소기업 상생 및 지역방송 활성화 등 공적 역할 지속 추진 필요
 - 미디어 환경 변화, 4차 산업혁명에 대응한 kobaco의 사업 및 업무 프로세스 혁신, 미래 성장동력 개발 필요
- **(내부환경) 노하우와 임직원의 혁신 의지를 바탕으로 약점 극복 방안 마련 중요**
 - **(강점) 기존 사업 수행 노하우, 기관장 및 임직원의 강력한 혁신 의지**
 - 방송 공공성, 여론 다양성 수호 등 다년간의 공적 가치 증진 역할 수행 경험
 - 방송광고 판매 노하우 및 네트워크, 진흥사업 수행 인프라 보유
 - 위기 극복을 위한 기관장 및 임직원의 강력한 혁신 의지
 - **(약점) 사업 수행을 위한 자원 감소 및 사업영역 확장의 한계**
 - 매출 급감으로 인한 적자폭 확대, 사업 수행을 위한 자원 감소
 - 미디어법 판매영역 제한으로 사업영역 확장 한계
 - 업무 효율성 제고를 위한 제도 및 시스템 강화 필요

□ 시사점

- 핵심 사업 혁신을 통한 사회적 가치의 확실한 성과 창출 중요
 - 방송광고 판매 노하우 기반 **유망 중소기업 지원** 및 **지역경제 활성화**
 - 공익광고를 통한 **대국민 관심 환기** 및 **방송광고의 사회적 책임 수행**
- 중소기업 혁신 지원을 통한 경제 활력 제고 필요
 - 신기술 기반 중소기업에 대한 투자 확대 및 광고마케팅 전문 인력 육성을 통한 **미래 콘텐츠 개발** 및 **일자리 창출** 적극 지원
 - 공공데이터, 광고제작 시설 등 **보유 자원을 활용한 중소기업 혁신 지원**
- 프로세스 혁신을 통한 국민 신뢰 제고 중요
 - 적극행정, 프로세스 혁신을 통한 **일하는 방식 개선**
 - 지속적인 인사운영 혁신을 통한 **조직 경쟁력 제고**

3. '20년 혁신방향 설정

- 정부혁신방향을 기반으로 '19년 수립한 kobaco 혁신계획의 목표는 유지하되 혁신방향 및 과제보완과 '20년 중점 방향 설정
 - (혁신방향) 기재부 혁신 가이드라인에 따라 3대 혁신 방향 보완
 - (혁신추진과제) 일부 과제 신설 및 통합 등을 통해 13개 과제 재정립
 - 13개 혁신과제 중 3개 중점과제 선정
 - * 국민체감도, 정부정책 및 경영전략 부합, 성과확산 가능성 등을 종합 고려

| 혁신방향 | 추진과제 |
|---|--|
| I. 사회적 가치 확산 → 사회적 가치의 확실한 성과 창출 | ① 광고계 양질의 일자리 창출 지속(보완) ② kobaco 안전관리체계 강화 및 확산(보완) ③ 투명·윤리경영 및 공정경제 강화(보완) ④ 사회형평적 인사운영(보완) ⑤ 광고를 통한 사회적 가치 확산 및 지역경제 활성화(보완)[중점] |
| II. 혁신적 포용 기반 구축 → 혁신성장 강화 및 경제활력 제고 | ⑥ 4차산업혁명·한국형 뉴딜 선도(보완) ⑦ 경제활력 제고의 마중물 역할 강화(신규) [중점] ⑧ 중소기업 지원강화 및 친기업환경 조성(보완) [중점] ⑨ 중소기업 지원 플랫폼 구축 및 혁신구매 추진(신규) |
| III. 신뢰받는 공공기관 실현 → 신뢰받는 공공기관 실현 | ⑩ 인사운영 혁신 지속 추진(신규) ⑪ 적극행정 확산 및 업무프로세스 혁신(보완) ⑫ 합리적 복지운영 등 방만경영 방지(신규) ⑬ 대국민 정보공개 확대 및 편의성 제고(보완) |

4. 혁신추진과제 도출 프로세스

□ 내·외부 이해관계자와 함께 혁신과제 발굴, 중점과제 선정

① (1단계) Top down과 Bottom up 방식을 병행, 과제 Pool 구성

| 구분 | | 내용 |
|----|-------------|---|
| 내부 | 혁신전담팀 | <ul style="list-style-type: none"> 국정과제 및 중장기 전략과제 등과 연계성 분석('20.2~3) 전년도 정부혁신 우수사례 벤치마킹('20.4) |
| | 전부서 | <ul style="list-style-type: none"> 익명게시판(talk-터)를 통한 과제 관련 의견 수렴('20.4) 각 부서별 아이디어 토론회를 통한 과제 발굴('20.5) |
| | 공모전, 워크숍 등 | <ul style="list-style-type: none"> 혁신아이디어 공모전('19.10), 아이디어 발굴 워크숍('20.5) 등을 통한 혁신 과제 도출 |
| 외부 | 시민참여혁신단 | <ul style="list-style-type: none"> 혁신관련 시민참여혁신단 의견 분석(전년도 회의 결과 등) |
| | 공모전, 설문조사 등 | <ul style="list-style-type: none"> 혁신아이디어 공모전('19.10), 고객 대상 설문조사(PCSI '20.1), 플래너대상 설문조사('20.5), 자체고객만족도 조사('20.6)를 통한 국민 아이디어 수렴 및 니즈 분석 |

② (2단계) 혁신추진단 검토를 통해 혁신과제 및 세부 실행과제 도출(6월 중순)

* 혁신추진단 : (구성) 혁신과제 관련 팀장

(주요활동) 전년도 혁신 성과 및 혁신 가이드라인 분석, 분야별 혁신과제 도출을 위한 회의, 혁신과제 신설·보완 및 중점과제 선정 관련 논의

③ (3단계) 국민의견 수렴과 전략적 중요도에 따른 **중점과제 선정**(8월 초)

- 국민 체감도(국민 설문, 시민참여혁신단 자문 의견), 전략적 중요도(중장기 전략·업무계획 연계성, 사회적 영향, 시급성 등) 고려 중점과제 선정

* 혁신과제 관련 대국민 온라인 설문(7/7~7/14) : 국민생각함 이용, kobaco 혁신과제(안) 중 중점 추진 필요 과제 관련 의견 및 기타 의견 수렴

* 혁신계획 관련 시민참여혁신단 자문(7/13~7/21) : kobaco 혁신추진계획 및 체계 전반에 대한 자문

④ (4단계) 내·외부 의견 수렴 및 보완을 통한 **최종 확정**(8월말)

- (외부) 시민참여혁신단 자문, 공공기관 혁신네트워크를 통한 보완의견 반영

- (내부) 혁신추진단(팀장급) 및 혁신위원회(임원급) 수정·보완 및 공감대 형성
혁신위원회 혁신계획 최종 확정

II

혁신추진과제

1. 혁신전략 체계

□ 혁신체계

| | | | | |
|---------------------|---|--|---|--|
| 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 | <ol style="list-style-type: none"> 1 광고판매 지속 성장 2 방송광고 공공성 확대 | <ol style="list-style-type: none"> 3 방송통신광고 R&D 활성화 4 공용인프라 가치 증진 5 광고를 통한 사회적역할 증대 | <ol style="list-style-type: none"> 6 미래혁신성장 선도 7 중소기업 동반성장 견인 | <ol style="list-style-type: none"> 8 혁신경영시스템 구축 9 성과중심 조직운영 |
| 정부정책 | 사회적 가치의 확실한 성과 창출 | 혁신성장 강화 및 경제활력 제고 | 국민 신뢰 제고 | |
| 혁신목표 | 핵심사업을 활용한 공공·민간 혁신 선도로 국민 삶의 질 제고 | | | |
| 혁신방향 | 사회적 가치의 확실한 성과 창출 [사회적 가치 중심 사업 혁신] | 혁신성장 강화 및 경제활력 제고 [중소기업 혁신 지원] | 신뢰받는 공공기관 실현 [업무 프로세스 혁신] | |
| 13대 혁신과제 | <ol style="list-style-type: none"> 1 광고계 양질의 일자리 창출 지속 2 kobaco 안전관리 체계 강화 및 확산 3 투명·윤리경영 및 공정경제 강화 4 사회형평적 인사 운영 5 광고를 통한 사회적 가치 확산 및 지역경제 활성화<small>(중점추진과제)</small> | <ol style="list-style-type: none"> 6 4차 산업혁명·한국형 뉴딜 선도 7 경제활력 제고의 마중물 역할 강화<small>(중점추진과제)</small> 8 중소기업 지원강화 및 친기업 환경 조성<small>(중점추진과제)</small> 9 중소기업 지원 플랫폼 구축 및 혁신구매 추진 | <ol style="list-style-type: none"> 10 인사 운영 혁신 지속 추진 11 적극행정 확산 및 업무 프로세스 혁신 12 합리적 복지운영 등 방만경영 방지 13 대국민정보공개 확대 및 편의성 제고 | |
| 혁신 지원 체계 구축 | 포럼 강화 <ul style="list-style-type: none"> • 혁신 워크숍 실시 - 전문가 특강 등 포함 • 혁신성장 프로듀서 운영 • 아이디어 발굴 공모전 | 활동 지원 <ul style="list-style-type: none"> • 혁신 우수사례 포상 - 선정팀 포상금 지급 • 혁신마일리지 운영 - 우수성과 부서평가 가점 | 의견 수렴 <ul style="list-style-type: none"> • kobaco 시민참여혁신단 - 시민사회단체, 고객, 전문가 등 • 혁신 네트워크(외부) • kobaco 혁신추진단(내부) | |
| 성과관리 및 환류 체계 | 시민참여혁신단(외부), 혁신추진단/ 혁신성장 프로듀서(내부) | 의견 수렴 | 과제 실행 ↓ 모니터링 | 임직원내재화 |
| | 성과분석 및 개선(안) 마련 | | 조직별 실행 및 점검 | <ul style="list-style-type: none"> • 신년업무보고·전직원 참여를 통한 과제 발굴 • CEO주도, 혁신전담팀 운영 • 과제별 담당팀 연계 • 본부장 주도의 책임 실행·점검 |

□ 중장기 혁신 추진 로드맵

○ 주요 성과목표

| 성과지표 | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | 비고 |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------|
| 고객만족도 | 우수 | 우수 | 우수 | 우수 | 우수 | '19년 목표달성 |
| 산업재해·안전사고 발생건수 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | |
| 공익광고 통합효과지수 | 73.1점 | 73.6점 | 74.1점 | 74.6점 | 75.1점 | |
| 청렴도평가 | 2등급 | 2등급 | 1등급 | 1등급 | 1등급 | '19년 3등급 |
| 부패방지시책평가 | - | 우수 | 우수 | 우수 | 우수 | '19~'20년 비평가 |

○ 혁신추진 로드맵

| | 혁신기반 조성('19~'20년) | 혁신문화 정착('21~'22년) | 혁신고도화('23~'24년) |
|--------------------------|--|--|--|
| 중장기 로드맵 | <ul style="list-style-type: none"> • 혁신추진 체계 정립 • 국민참여형 혁신 계획 수립 • 시민참여혁신단 운영 | <ul style="list-style-type: none"> • 조직 내 자발적 혁신 추진 • 혁신추진 우수 사례 발굴 • 국민소통채널 다양화·정례화 | <ul style="list-style-type: none"> • 대내외 혁신문화 고도화 • 자발적 혁신 활동 활성화 • 혁신 성과창출 및 사례 전파 |
| 사회적 가치의 확실한 성과 창출 | <ul style="list-style-type: none"> • 비정규직 전환 완료 • 안전중심 경영체계 구축·운영 • 윤리경영 인프라 강화 • 균등한 채용 기회 부여 • 지역기업대상 광고마케팅 지원 사업 운영 • 국민참여 공익캠페인 진행 | <ul style="list-style-type: none"> • 광고계 취업·창업 프로그램 확대 • 건물안전성 지속 유지 • 광고업계 청렴문화 확산 • 사회형평적 채용 확대 • 경제단체 및 유관기관 연계를 통한 사업영역 확장 • 중장기 공익광고 캠페인 추진 | <ul style="list-style-type: none"> • 광고업계 HR 허브 구축 • 재난안전관리 고도화 • 글로벌 윤리경영 체계 운영 • 여성인재 육성 로드맵 이행 • 정부기금 확보를 통한 사업 규모 확대 및 내실화 • 민관 사회협력 모델 구축 |
| 혁신성장 강화 및 경제활력 제고 | <ul style="list-style-type: none"> • AI 광고창작 지원시스템 구축 추진 • 코로나19 조기극복 지원 • 지역 소상공인 방송광고 지원 사업 신규 추진 • 통합 광고마케팅 지원(매칭) 플랫폼 개발 연구 | <ul style="list-style-type: none"> • AI광고영상 솔루션 조기 정착 • 투자 기업 간 시너지 창출 추진 • 지역 소상공인 광고마케팅 지원 사업 확대 • 통합 광고 마케팅 지원(비즈니스 매칭)플랫폼 프레임 구축 | <ul style="list-style-type: none"> • AI기반 광고창작시스템 운영 고도화 • 신융합 콘텐츠 등 종합 투자 • 중소기업·소상공인 통합 광고 마케팅지원 플랫폼 구축 • 플랫폼 서비스 및 기능 확대 |
| 신뢰받는 공공기관 실현 | <ul style="list-style-type: none"> • 직무등급 재설계 • 적극행정 제도개선, 교육 • 방만경영 점검 시스템 구축·운영 • 알리오 및 알리오플러스 사용자 편의성 강화 | <ul style="list-style-type: none"> • 직무급 비중 및 차등폭 확대 • 적극행정 면책제도 정착 • 합리적 복리후생 제도 운영 • 경영공시 신규항목 지속 발굴 | <ul style="list-style-type: none"> • 직무중심 임금체계 고도화 • 적극행정 문화 정착 • 정부지침 지속 준수 • 국민참여형 홈페이지 재구축 |

□ 2020년 성과목표 달성을 위한 실행과제

| 추진방향 | 혁신과제 | 세부과제 |
|----------------------------|----------------------------------|---|
| 사회적 가치의 확실한 성과 창출 | ① 광고계 양질의 일자리 창출 지속 | ① 공공부문 일자리 창출 및 질 개선 ② 광고업계 청년일자리 창출 |
| | ② kobaco 안전관리 체계 강화 및 확산 | ① 안전중심경영체계 구축·운영 ② 정보보안 관리체계 고도화 ③ 대국민안전의식 확산 |
| | ③ 투명·윤리경영 및 공정경제 강화 | ① 부패근절, 윤리경영강화 ② 블라인드 채용제도 고도화 ③ 사회적 약자기업 지원 강화 |
| | ④ 사회형평적 인사 운영 | ① 건강하고 차별없는 일터 |
| | ⑤ 광고를 통한 사회적 가치 확산 및 지역경제 활성화 | ① 국민참여 공익광고를 통한 사회적 가치 확산 ② 광고를 통한 지역경제 활성화 |
| 혁신성장 강화 및 경제활력 제고 | ⑥ 4차 산업혁명·한국형 뉴딜 선도 | ① 4차산업혁명 신기술 활용 공공서비스 제공 ② 온라인교육을 통한 광고교육 기회 확대 |
| | ⑦ 경제활력 제고의 마중물 역할 강화 | ① 콘텐츠 미래 신산업 성장 지원 ② 방송광고 시장 지속 확대 지원 ③ 코로나19 조기 극복 및 경제활력 제고 지원 |
| | ⑧ 중소기업 지원강화 및 친기업환경 조성 | ① 방송광고를 통한 중소기업·소상공인 성장 지원 ② 광고·미디어 스타트업 창업지원 ③ 공공기관 협업을 통한 중소·사회적 경제기업 창업·성장 지원 프로그램 운영 |
| | ⑨ 중소기업지원 플랫폼 구축 및 혁신구매 추진 | ① 중소기업 광고마케팅 매칭 플랫폼 구축 ② 혁신구매 추진 및 혁신수요 발굴 |
| 신뢰받는 공공기관 실현 | ⑩ 인사운영 혁신 지속 추진 | ① 직무중심의 보상체계 강화 ② 인력의 효율적 운영 확대 |
| | ⑪ 적극행정 확산 및 업무 프로세스 혁신 | ① 적극행정 확산 ② 업무프로세스 혁신 |
| | ⑫ 합리적 복지운영 등 방안 경영 방지 | ① 합리적 복지운영 등 방안경영 방지 |
| | ⑬ 대국민정보공개 확대 및 편의성 제고 | ① 대국민정보공개 확대 및 편의성 제고 |

2. 과제별 세부 실행계획

과제 1 광고계 양질의 일자리 창출 지속

| | | | | | | | |
|-----------|---|----------|----------|------|------|------|------|
| 세부과제 | 1-① 공공부문 일자리 창출 및 질 개선 ^(계속) | 담당부서 | 정규직전환추진단 | | | | |
| 과제개요 | ○ 공공부문 비정규직 정규직 전환 완료 : 용역근로자 전환인원 139명 ('20년 목표) | | | | | | |
| 추진계획 | <input type="checkbox"/> 자회사 설립을 통한 비정규직 전환 완료 추진 <ul style="list-style-type: none"> ○ 전환방식·전환대상자·정년 등 총괄 합의 완료(4월), 주부부처 협의(방통위, 기재부) ○ 이사회 의결(8월), 자회사 설립 세부절차 진행(전환심사 등) 및 자회사 설립(9월) <input type="checkbox"/> 투명하고 공정한 채용과정을 통한 신규 채용 실시(9~12월) : '20년 목표 10명 내외 | | | | | | |
| 협업체계 | ○ (외부_노·사·전문가 협의회, 주무부처) 비정규직 전환방식 및 대상 관련 협의 ○ (내부_일자리 창출TF) 실행과제 총괄 점검, 성과 창출을 위한 유기적 조율 | | | | | | |
| 중기 이행계획 | ○ ('21년~'22년) 정규직 전환 근로자 역량향상 및 경쟁력 제고 노력 ○ ('23년~'24년) 전환 근로자의 소프트 랜딩 및 고용환경 개선, 비정규직 채용 사전심사제 이행 실적 및 비정규직 채용 규모 Zero 달성 | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 |
| | 정규직 전환 인원(명) | - | 139명 | - | - | - | - |
| | 신규채용 인원(명) | 10명 | 10명 | 10명 | 10명 | 10명 | 10명 |
| 세부과제 | 1-② 광고업계 청년 일자리 창출 ^(계속) | 담당부서 | 광고교육팀 | | | | |
| 과제개요 | ○ 광고교육원 활용, 취업·창업 교육 실시 및 광고회사 협약을 통한 청년 채용 촉진 | | | | | | |
| 추진계획 | <input type="checkbox"/> 청년 취업 활성화를 위한 신규 광고교육과정 운영(신규, 혁신아이디어 반영) <ul style="list-style-type: none"> ○ 취업집중과정 : 대학 4학년 및 졸업(예정자) 180명 대상, 8~10월 실시 <ul style="list-style-type: none"> - 디지털과정, 홍보(PR)과정, 광고캠페인과정 등 취업역량 강화 3개 과정 운영 <input type="checkbox"/> 인턴십 운영 및 다양한 취업지원 행사 시행 <ul style="list-style-type: none"> ○ 취업관련과정 수료자가 공사와 협약체결된 광고회사 인턴지원 시 인턴실습비 지원 ○ 찾아가는 일자리 창출(광고업계 수시 간담회) 및 기업탐방(주요 광고회사) 실시 ○ 잡트래킹 운영 : 취업지원 모니터링을 통한 수료생 사후관리 및 고객만족도 제고 | | | | | | |
| 협업체계 | ○ (외부_고용노동부, 지자체) 동부고용노동지청 MOU 체결 등 취업 멘토링 협업 ○ (외부_광고회사 인사담당자, 인턴) 인턴십 지원 및 교육 커리큘럼 운영 등 협업 ○ (외부_교육수요자) 잡트래킹, 교육과정 및 환경개선, 피드백을 통한 개선점 도출 | | | | | | |
| 중기 이행계획 | ○ ('21년~'22년) 취업 및 창업지원과정 확대(기금유치) 및 채용 관련 정보 DB 구축 ○ ('23년~'24년) 구직자 구인회사 매칭 프로그램 및 광고계 HR허브(상생센터) 구축 | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 |
| | 광고전문인력양성 및 취업지원 | 0.458 | 0.48 | 0.52 | 0.55 | 0.57 | 0.59 |

과제 2

안전관리체계 강화

| 세부과제 | 2-① 안전중심 경영체계 구축·운영 ^(계속) | 담당부서 | 경영지원팀 인프라사업팀 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------|--|------|-----------------|------|------|------|----|----------|------|------|------|------|------|-----------|----|----|----|----|----|----|----------------|----|----|----|----|----|----|
| 과제개요 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 안전관리 규정 등 이행 준수를 통한 산업재해 및 안전사고 ZERO 지속 유지 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 추진계획 | <ul style="list-style-type: none"> □ 안전중심 경영체계 구축·운영 <ul style="list-style-type: none"> ○ 안전기본계획 재수립, 안전관리 총괄관리 및 책임자 등 안전조직 재 구축, 안전관리 규정 개정, 안전공시, 재난안전 내부 제안제도 운영 등 ○ 안전보건경영시스템(ISO45001) 지속 개선(사후심사, 안전리스크 점검 등) ○ 타 기관 벤치마킹을 통한 안전보건 모범사례 도입 □ 재난대비, 시설안전, 근로자 안전을 위한 조치 강화 <ul style="list-style-type: none"> ○ (재난 대비) 매뉴얼 최신화, 감염병 대응대책 수립 이행, 시기별·유형별 안전점검 실시, 응급처치·화재대응 등 훈련 실시 ○ (시설 안전) 건축물 노후시설 교체 및 보수, 유해위험 작업, 작업중지 요청제 등 안전 기준 시행, 산업재해 및 안전사고 선제적 예방 강화(아차사고 사례발굴 등) ○ (근로자 안전) 안전 근로환경 구축을 위한 시설환경 개선, 심리상담 실시 등 □ 공공기관 안전관리에 관한 지침 이행실적 지속 점검 <ul style="list-style-type: none"> ○ (시설 및 근로자 안전) 건축물 시설보수, 위험성 평가 실시 및 감소대책 점검 ○ (안전보건 교육 확대) 안전담당 교육 → 전직원, 수급업체 안전 교육으로 확대 ○ (안전보건 체제) 안전전담 조직 및 안전인력의 전문성 강화 ○ (안전보건활동 확대) 규정 세부지침 마련, 수급업체 안전보건 점검 관리 ○ (공통 안전보건관리) 유해위험 관련 직원 공유, 직원 유소견자 관리 등 □ 안전경영책임보고서 작성 및 공시 <ul style="list-style-type: none"> ○ (주기별 실적 점검) 안전기본계획 이행 실적 점검 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (외부_서울시설공단, 승강기 안전관리원) 시설안전 기관교차 점검 ○ (외부_방송통신위원회) 안전기본계획 이행실적 점검 ○ (내부_안전경영위원회) 재난안전관리 및 위기관리 대응체계 점검/토의 ○ (내부_재난안전점검 실무반) 건물별 유해·위험시설 계기별 교차 안전점검 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ ('21년 ~ '22년) 건물안전성 지속 유지, 노후시설 정비(~'22년 80%) ○ ('23년 ~ '24년) 재난안전관리 고도화, 노후시설 정비(~'24년 100%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>'19년(실적)</th> <th>'20년</th> <th>'21년</th> <th>'22년</th> <th>'23년</th> <th>'24년</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>산업재해 발생건수</td> <td>0건</td> <td>0건</td> <td>0건</td> <td>0건</td> <td>0건</td> <td>0건</td> </tr> <tr> <td>연수시설 안전사고 발생건수</td> <td>0건</td> <td>0건</td> <td>0건</td> <td>0건</td> <td>0건</td> <td>0건</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | 산업재해 발생건수 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 연수시설 안전사고 발생건수 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 |
| 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 산업재해 발생건수 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 연수시설 안전사고 발생건수 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| 세부과제 | 2-② 정보보안 관리체계 고도화 ^(계속) | 담당부서 | IT팀 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|--|-------|-------|-------|-------|-------|----|----------|------|------|------|------|------|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 과제개요 | ○ 개인정보보호 및 사이버 안전을 위한 정보보안 관리체계 고도화 노력 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 추진계획 | <input type="checkbox"/> 정보보안 시스템 고도화 <ul style="list-style-type: none"> ○ 업무시스템 해킹방지를 위한 시큐어 코딩 기준 적용 ○ IT서비스 취약점 조치 및 진단 연1회 → 수시 점검으로 확대 ○ 정보보안 시스템 업그레이드 → 웹 방화벽 강화, 유해사이트 차단 강화 <input type="checkbox"/> 정보보안 인식 확산 추진 <ul style="list-style-type: none"> ○ 방송회관 입주사 대상 하드디스크 파쇄 지원으로 개인정보보호·정보보안 확산 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (외부_국정원) 사이버 공격 대응 훈련 ○ (외부_과기부 사이버안전센터) IT인프라 24/365 보안관제 ○ (내부_정보화심의위원회) 정보화사업에 대한 보안성 검토 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ ('21년 ~ '22년) 개인정보보호·정보보안 체계 고도화 ○ ('23년 ~ '24년) 개인정보보호·정보보안 체계 내재화(개인정보보호 최고등급, 정보보안 우수등급) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>'19년(실적)</th> <th>'20년</th> <th>'21년</th> <th>'22년</th> <th>'23년</th> <th>'24년</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>개인정보·정보보안 침해사고 발생건수</td> <td>0건</td> <td>0건</td> <td>0건</td> <td>0건</td> <td>0건</td> <td>0건</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | 개인정보·정보보안 침해사고 발생건수 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 |
| 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | | | | | | | | | | | | | | |
| 개인정보·정보보안 침해사고 발생건수 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | | | | | | | | | | | | | | |
| 세부과제 | 2-③ 대국민 안전의식 확산 ^(계속) | 담당부서 | 공익광고팀 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 과제개요 | ○ 공사 제작 공익광고를 통한 안전 및 보건 관련 대국민 인식 제고 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 추진계획 | <input type="checkbox"/> 코로나19 대응 국민 건강 안전의식 제고 노력 <ul style="list-style-type: none"> ○ 코로나19 확산방지를 위한 온라인 공익광고(주연모델 :김보성) 제작, 생활 속 거리 두기 및 생활 방역 실천 중요성 인식 제고 ○ '공중보건'편 L자 홀더 파일 제작, 전국 4개 지역 904개 초등학교 신입생 대상 배포, 코로나19 확산방지 의식 제고 <input type="checkbox"/> 공공안전관련 공익광고 민·관협업 제작, 대국민 대상 안전의식 확산 지속 추진 <ul style="list-style-type: none"> ○ 지속적인 안전의식 강화를 위한 지속적인 공익광고 제작 및 매체 확산(하반기) <ul style="list-style-type: none"> - '아동안전, 사회통합 및 갈등해소, 재난대응과 극복, 응원' 편 등 포스트 코로나 시대 위기 극복 및 안전의식 강화를 위한 지속적인 공익광고 제작·확산 추진 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (외부_주제별 유관기관) 제작 방향 및 전달 메시지, 매체노출 관련 협업 ○ (외부_공익광고협의회) 공익광고 주제선정, 제작 관련 의사결정 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ ('21년 ~ '22년) 지속적인 위기 대응을 위한 생활 속에서의 안전 및 실천의식 강화 ○ ('23년 ~ '24년) 포스트 코로나 시대 위기극복 위한 사회통합 및 공동체의식 제고 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>'19년(실적)</th> <th>'20년</th> <th>'21년</th> <th>'22년</th> <th>'23년</th> <th>'24년</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>공익광고 통합효과지수</td> <td>72.4점</td> <td>73.1점</td> <td>73.6점</td> <td>74.1점</td> <td>74.6점</td> <td>75.1점</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | 공익광고 통합효과지수 | 72.4점 | 73.1점 | 73.6점 | 74.1점 | 74.6점 | 75.1점 |
| 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | | | | | | | | | | | | | | |
| 공익광고 통합효과지수 | 72.4점 | 73.1점 | 73.6점 | 74.1점 | 74.6점 | 75.1점 | | | | | | | | | | | | | | |

과제 3

투명·윤리경영 및 공정경제 강화

| 세부과제 | 3-① 부패근절·윤리경영 강화 ^(계속) | 담당부서 | 경영평가팀 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------|---|-------|-------|-------|----------|-------|------|------|------|------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|----|----|----|----|----|----|
| 과제개요 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 지속가능 경영실현을 위한 윤리경영 시스템 정착 ○ 부패예방 및 근절을 위한 다양한 제도 마련 및 운영 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 추진계획 | <ul style="list-style-type: none"> □ 윤리경영 인프라 강화 <ul style="list-style-type: none"> ○ kobaco 고객 청렴서포터즈 구성 및 임직원행동강령 지속 개선 ○ 임직원 청렴의식 공감대 구축(청렴교육 실시, 행동강령 이행, 청렴서약 등) □ 선제적 부패 리스크 관리 <ul style="list-style-type: none"> ○ 청렴·인권서포터즈 및 청렴옴부즈만, K-whistle(온라인 익명신고센터) 제도 운영 ○ 윤리·인권경영 확산주간 운영(교육 및 이벤트를 통한 청렴의식 내재화) ○ 갑질, 직장 내 괴롭힘, 성희롱·성폭력 등 상시 점검 및 모니터링 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (외부_청렴옴부즈만 외부전문가) 공사 청렴 활동 모니터링 및 의견 수렴 ○ (외부_반부패 청렴문화 공동캠페인 파트너 등 외부기관 협업) 청렴문화 확산 ○ (내부_클린경영위원회, CEO 및 임원 주도) 윤리·인권경영 주요 계획, 추진 방향 결정 ○ (내부_청렴·인권서포터즈, 차장급 이하 실무자) 청렴 문화 선도적 실천 및 확산 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ ('21년 ~ '22년) 임직원 청렴문화 생활화, 광고업계 청렴 문화 확산 ○ ('23년 ~ '24년) 반부패 청렴 선도기관 도약, 글로벌 윤리 경영체계 운영 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>'19년(실적)</th> <th>'20년</th> <th>'21년</th> <th>'22년</th> <th>'23년</th> <th>'24년</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>청렴도평가</td> <td>3등급</td> <td>2등급</td> <td>2등급</td> <td>1등급</td> <td>1등급</td> <td>1등급</td> </tr> <tr> <td>부패방지시책평가(권익위)</td> <td>면제</td> <td>면제</td> <td>우수</td> <td>우수</td> <td>우수</td> <td>우수</td> </tr> </tbody> </table> | | | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | 청렴도평가 | 3등급 | 2등급 | 2등급 | 1등급 | 1등급 | 1등급 | 부패방지시책평가(권익위) | 면제 | 면제 | 우수 | 우수 | 우수 | 우수 |
| 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 청렴도평가 | 3등급 | 2등급 | 2등급 | 1등급 | 1등급 | 1등급 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 부패방지시책평가(권익위) | 면제 | 면제 | 우수 | 우수 | 우수 | 우수 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 세부과제 | 3-② Blind 채용제도 고도화 ^(신규) | 담당부서 | 인사팀 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 과제개요 | <ul style="list-style-type: none"> ○ Blind 채용 과정 전반의 공정성·투명성 제고 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 추진계획 | <ul style="list-style-type: none"> □ 공정한 채용을 위한 내·외부 면접관 교육 실시 <ul style="list-style-type: none"> ○ 블라인드 면접 및 구조화 면접 고도화를 위한 면접관 교육 실시 □ 채용 점검절차 및 채용 보안시스템 강화 <ul style="list-style-type: none"> ○ 채용 절차의 투명성·신뢰성 증진을 위한 채용절차점검위원회 구성, 운영 ○ 면접위원 보안유지 감시시스템 운영, 보안사안 유출 시 면접위원 즉각 교체 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (외부_방송사, 광고회사, 학계) 면접위원 보안유지 감시 협업 ○ (내·외부_채용절차점검위원회) 채용절차 적법성 및 공정성 검토 ○ (내부_경력심의위원회) 지원자 제출 경력증빙서류 심의 등 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ ('21년 ~ '22년) 구조화 면접 확대에 공정하고 투명한 면접전형 구현 ○ ('23년 ~ '24년) AI면접 시스템 도입으로 평가자의 편견 원천 배제 목표 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>'19년(실적)</th> <th>'20년</th> <th>'21년</th> <th>'22년</th> <th>'23년</th> <th>'24년</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>응시자 만족도</td> <td>85.8점</td> <td>88.4점</td> <td>91.0점</td> <td>92.0점</td> <td>92.8점</td> <td>93.7점</td> </tr> <tr> <td>채용비리 발생건수</td> <td>0건</td> <td>0건</td> <td>0건</td> <td>0건</td> <td>0건</td> <td>0건</td> </tr> </tbody> </table> | | | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | 응시자 만족도 | 85.8점 | 88.4점 | 91.0점 | 92.0점 | 92.8점 | 93.7점 | 채용비리 발생건수 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 |
| 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 응시자 만족도 | 85.8점 | 88.4점 | 91.0점 | 92.0점 | 92.8점 | 93.7점 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 채용비리 발생건수 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| 세부과제 | 3-③ 사회적 약자기업 지원 강화 ^(계속) | 담당부서 | 경영지원팀 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------|--|-------|-------|-------|------|------|----|----------|------|------|------|------|------|---------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|----------------|-------|-------|------|-------|----|----|
| 과제개요 | ○ 사회적 약자 기업 동반성장을 위한 제도개선 및 판로지원 확대 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 추진계획 | <input type="checkbox"/> 사회적 약자기업(중소기업, 사회적기업) 대상 우선구매 확대 추진 <input type="checkbox"/> 사회적 약자기업 지원을 위한 제도개선 ○ 코로나19로 인한 위기 중소기업 지원을 위한 한시적 선금지급률 상향 ○ 기술개발, 혁신시제품 구매제도 활용 통한 판로 및 성장지원 확대 <input type="checkbox"/> 상생협력 환경 조성을 위한 방송광고계 인사노무복지플러스 활동 강화 ○ 광고회사, 광고주 → 공사 계약업체, 방송광고지원제도 활용 중소기업으로 건강 검진 및 인사노무컨설팅 지원 확대 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 협업체계 | ○ (외부_지역 내 사회적기업협의회) - 중소기업 규제 해소 전담창구 마련 및 제도개선 의견수렴 등 ○ (외부_청렴도 평가/사회적가치 기여도조사) - 입찰 및 계약절차 등 만족도 조사 실시 통한 피드백 반영 ○ (내부_상생협력구매협의회) 정부권장정책 득점정보 공유 및 구매계획 의견수렴 등 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 중기 이행계획 | ○ ('21년~'22년) 사회적 경제 기업과의 상생협력 체계 고도화 ○ ('23년~'24년) 중소기업, 사회적 기업 구매지원 통합시스템 구축 및 안정화 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>'19년(실적)</th> <th>'20년</th> <th>'21년</th> <th>'22년</th> <th>'23년</th> <th>'24년</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우선구매율(중소기업제품)</td> <td>98.6%</td> <td>99%</td> <td>99%</td> <td>99%</td> <td>99%</td> <td>99%</td> </tr> <tr> <td>우선구매율(사회적기업제품)</td> <td>1.45%</td> <td>2.25%</td> <td>2.5%</td> <td>2.75%</td> <td>3%</td> <td>3%</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | 우선구매율(중소기업제품) | 98.6% | 99% | 99% | 99% | 99% | 99% | 우선구매율(사회적기업제품) | 1.45% | 2.25% | 2.5% | 2.75% | 3% | 3% |
| 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 우선구매율(중소기업제품) | 98.6% | 99% | 99% | 99% | 99% | 99% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 우선구매율(사회적기업제품) | 1.45% | 2.25% | 2.5% | 2.75% | 3% | 3% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

과제 4

사회형평적 인사운영

| 세부과제 | 4-① 건강하고 차별없는 일터 ^(개선) | 담당부서 | 인사팀 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------|--|----------|-------|-------|-------|-------|-------|----|--|----------|------|------|------|------|------|-------------|----|-------|------|-------|-------|-------|-------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------|--|------|------|------|------|------|------|----------|--|-------|------|------|------|-------|-------|
| 과제개요 | ○ 다양한 사회계층 채용 및 운용을 통한 사회적 가치 실현 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 추진내용 | <p>□ 균등한 채용기회 부여 및 적합 직무 개발</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 블라인드 채용으로 차별 요소 개입 원천 배제, 면접관 양성평등 교육 강화 ○ 고졸 적합직무 분석·발굴 통한 고졸인력 수요 창출 및 운영계획 수립 ○ 장애유형별 채용 편의제도 운영으로 공정한 경쟁기회 부여 <p>□ 차별없는 인재 육성 및 여성리더십 강화</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ (고졸) 직무역량 강화과정 지원 및 능력에 따른 차별없는 승진 기회 부여 ○ (여성) 여성리더 양성을 위한 직급별 리더십 교육 및 역량강화 교육 실시, 임원추천위원회 내 여성 대표성 점진적 증대로 여성임원 임명 확대 추진 <p>□ 건강한 일터문화를 위한 유연한 근무환경 조성 및 가족친화제도 운영</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 유연근무제 활성화로 일가정 양립지원 및 여성인력 경력단절 예방 ○ 직급별 성희롱 및 직장 내 괴롭힘 예방교육, FGI 통한 건강한 업무문화 조성 ○ 일·생활 양립 지원을 위한 다양한 생애주기별 교육 지원 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (외부_중구 건강가정지원센터) 생애주기별 가족친화교육 지원 ○ (내부_노사합동 인사제도 개선 TF) 계층별 애로사항 파악 및 개선방향 모색 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ ('21년~'22년) 사회형평적 인력채용 목표달성을 위한 노력 지속 ○ ('23년~'24년) 신입사원부터 임원까지 여성인재 육성 로드맵 수립 및 이행 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">구분</th> <th>'19년(실적)</th> <th>'20년</th> <th>'21년</th> <th>'22년</th> <th>'23년</th> <th>'24년</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">여성관리자 임용 비율</td> <td>임원</td> <td>16.7%</td> <td>8.3%</td> <td>16.7%</td> <td>16.7%</td> <td>16.7%</td> <td>25.0%</td> </tr> <tr> <td>관리자</td> <td>16.0%</td> <td>18.0%</td> <td>21.0%</td> <td>24.0%</td> <td>25.0%</td> <td>26.6%</td> </tr> <tr> <td colspan="2">법정 장애인 의무고용률</td> <td>4.2%</td> <td>3.4%</td> <td>3.4%</td> <td>3.4%</td> <td>3.4%</td> <td>3.4%</td> </tr> <tr> <td colspan="2">고졸 채용 목표</td> <td>35.3%</td> <td>9.0%</td> <td>9.3%</td> <td>9.6%</td> <td>10.0%</td> <td>10.0%</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | | 구분 | | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | 여성관리자 임용 비율 | 임원 | 16.7% | 8.3% | 16.7% | 16.7% | 16.7% | 25.0% | 관리자 | 16.0% | 18.0% | 21.0% | 24.0% | 25.0% | 26.6% | 법정 장애인 의무고용률 | | 4.2% | 3.4% | 3.4% | 3.4% | 3.4% | 3.4% | 고졸 채용 목표 | | 35.3% | 9.0% | 9.3% | 9.6% | 10.0% | 10.0% |
| 구분 | | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 여성관리자 임용 비율 | 임원 | 16.7% | 8.3% | 16.7% | 16.7% | 16.7% | 25.0% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 관리자 | 16.0% | 18.0% | 21.0% | 24.0% | 25.0% | 26.6% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 법정 장애인 의무고용률 | | 4.2% | 3.4% | 3.4% | 3.4% | 3.4% | 3.4% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 고졸 채용 목표 | | 35.3% | 9.0% | 9.3% | 9.6% | 10.0% | 10.0% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

과제 5

광고를 통한 사회적 가치 확산 및 지역경제 활성화(중점)

| 세부과제 | 5-① 국민참여 공익광고를 통한 사회적 가치 확산 ^(계속) | 담당부서 | 공익광고팀 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|---|-------|-------|-------|-------|-------|----|----------|------|------|------|------|------|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 과제개요 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 국민의 활발한 참여와 공유를 바탕으로 수용도 높은 공익광고 캠페인 추진, 국민의식 및 행동변화 유도로 사회 문제의 공공적 해결 모색 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 추진내용 | <ul style="list-style-type: none"> □ 국민참여에 기반한 공익캠페인 제작 <ul style="list-style-type: none"> ○ 공익광고 주제선정 시 국민여론조사 적극 반영 ○ 공익광고 주제별 국민 계층, 유관기관, 민간기구 협업 확대를 통한 공익광고 공감대 및 수용도 제고 ○ 국민 소통 채널 다각화를 위한 민·관 기관 보유 무료 매체 적극 유치 □ 다채로운 콘텐츠로 국민이 함께 참여하고 소통하는 공익광고제 추진 <ul style="list-style-type: none"> ○ 포스트 코로나 특별주제를 통해 비대면 시대의 소통 및 국민참여 기회 제공 ○ 릴레이 공익실천 캠페인 등을 통한 국민 관심 유도 및 공익실천 붐업 조성 ○ 코로나19 상황을 고려한 비대면(언택트) 행사 및 온라인 전시 등 신규 추진 □ 공익광고 현장 교육 활성화를 통한 시민의식 함양 및 공공가치 확산 <ul style="list-style-type: none"> ○ 수요자인 학생의 수요를 고려, 장·단기 이원화 교육 실시 ○ 교실 밖 청소년 대상 공익광고 교육 참여 기회 제공 추진 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (외부_공익광고협의회, 주제별 유관기관, 인플루언서) 제작 협업 ○ (외부_공공기관, 민간기관) 공익광고 주제별 광고 노출, 국민소통 확대 ○ (외부_서울시 교육청 교육연수원 및 교원) 교육 프로그램 운영, 티칭 역량 공유 ○ (외부_교육참가자) 교육 방향 설정, 커리큘럼 개발 및 차년도 교육 계획 수립 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ ('21년~'22년) 브랜드 가치 제고를 위한 중장기 캠페인 추진, 공익광고 PAIE 온라인 학습교재 제작 및 전문 강사 양성 프로그램 운영 ○ ('23년~'24년) 국민 참여 및 민관 네트워크에 기반한 사회협력 모델 구축, 공익광고 교육사업 다각화 및 전문기관 위상 정립 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>'19년(실적)</th> <th>'20년</th> <th>'21년</th> <th>'22년</th> <th>'23년</th> <th>'24년</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>공익광고통합효과지수</td> <td>72.4점</td> <td>73.1점</td> <td>73.6점</td> <td>74.1점</td> <td>74.6점</td> <td>75.1점</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | 공익광고통합효과지수 | 72.4점 | 73.1점 | 73.6점 | 74.1점 | 74.6점 | 75.1점 |
| 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | | | | | | | | | | | | | | |
| 공익광고통합효과지수 | 72.4점 | 73.1점 | 73.6점 | 74.1점 | 74.6점 | 75.1점 | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|-----------|--|----------|-------|--------|------|------|------|
| 세부과제 | 5-② 광고를 통한 지역경제 활성화 ^(계속) | 담당부서 | 4개 지사 | | | | |
| 과제개요 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 광고마케팅 전문성을 활용한 업 연계형 지역경제 활성화 추진 ○ 지역사회 유관기관과의 소통·협력을 통한 가치 창출 및 공유 확대 | | | | | | |
| 추진계획 | <p>□ 지역 기업 대상 광고마케팅 지원 사업</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 지역 중소기업 및 소상공인 대상 소상공인 지원상품 운영 및 설명회 개최 ○ '20 지역밀착형 방송광고 활성화 기반구축사업' 시행, 지역 소상공인 지원 ○ 지역 창업기업 역량 제고를 위한 정기 워크숍, 마케팅 교육, 개별상담 실시 ○ 지역 중소기업, 지자체 대상 로컬 매체 할인/보너스, 사회적 기업 대상 무료 홍보 ○ 지자체 협업 혁신형중소기업 대상 추가 지원사업(방송광고비 일부 페이백) 실시 <p>□ 지역별 라디오 공익캠페인 실시(민·관 협업)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 일자리 창출, 지역경제 살리기 및 코로나19 극복 등 지역 현안 관련 주제 선정 ○ 지역별 '업계 방송광고 협의체' 협업을 통한 공감대 형성 및 체계적 사업 수행 ○ 지사 인력 활용 및 협업(카피 공모, 방송사 송출재원 활용) 등 다각적 방안 시행 <p>□ 지역광고 우수인재 양성</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 지역 초·중·고 교육기관 대상 미디어 및 공익광고 활용 교육 실시 ○ 광고관련학과 대상 '찾아가는 광고교육' 실시, 광고 산업 및 취업관련 정보 제공 | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (외부_지역별 방송사) 지역 중소기업 방송광고 지원 프로그램 및 공인 캠페인 송출 협업 ○ (외부_지역방송광고발전협의회) 지역사회 라디오 공익 캠페인 실시 협업 ○ (외부_지역 공공기관) 지역경제 유관기관 및 지자체 협업 중소기업 방송광고 지원책 시행 ○ (외부_지역대학 광고관련학과) 지역 인재 양성 협업 ○ (내부_영업국) 지역 중소기업 지원을 위한 광고송출 관련 협업 ○ (내부_중소기업지원국) 지역 중소기업 지원을 위한 제도운영, 상품개발 협업 ○ (내부_광고교육팀) 지역 인재 양성을 위한 프로그램 개발, 운영 협업 | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ ('21년~'22년) 지역 경제단체 및 유관기관 연계를 통한 사업영역 확장 ○ ('23년~'24년) 정부기금 확보를 통한 사업규모 확대 및 내실화 | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 |
| | 지사 고객만족도 | 미발표 | 95.9 | 96점 이상 | | | |

과제 6

공공기관의 4차 산업혁명 한국형 뉴딜 선도

| | | | | | | | |
|-----------|---|----------|-------------------|-------|-------|-------|-------|
| 세부과제 | 6-① 4차 산업혁명 신기술을 활용한 공공 서비스 제공 ^(계속) | 담당부서 | 데이터사업팀 진흥사업전략팀 | | | | |
| 과제개요 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 마케팅, 콘텐츠 관련 조사 실시 및 온라인 플랫폼을 활용한 공공데이터 개방 ○ 코바코가 보유한 빅데이터 KODEX(광고소재전송시스템)와 영상인식기술을 활용한 신규 서비스 개발, 디지털 뉴딜 선도 | | | | | | |
| 추진계획 | <ul style="list-style-type: none"> □ 마케팅 공공데이터 MCR 조사 실시 및 온라인 플랫폼을 활용한 데이터 개방 <ul style="list-style-type: none"> ○ 코로나19 이후 대면접촉 최소화를 위한 조사방식 변경 실시(오프라인→온라인) □ 빅데이터 웹 크롤링 기술을 활용하여 방송콘텐츠 인터넷반응 조사를 실시하고 웹사이트(racoi.or.kr)를 통해 공공데이터로 제공 <ul style="list-style-type: none"> ○ 기존 드라마 및 예능 장르에 교양프로그램 장르 추가 조사(2020. 4.~) ○ 해외 인터넷반응조사 자동화(2019년까지 수동)를 위한 개발 및 시범조사 실시 □ AI기술을 활용한 개방형 광고창작 지원시스템 구축 추진 <ul style="list-style-type: none"> ○ 공사 보유 18만건 광고영상에 딥러닝 기술을 적용하여 광고에 등장하는 1,000종 객체 검출 ○ 1.8만건 광고영상 대상으로 아카이브 구축 및 대민서비스 개시 □ 공공기관 협업을 통한 공공서비스 활용사례 대국민 홍보 강화 | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (외부_실사용자) 산업계 활용 촉진을 위한 사례 수집 및 의견 수렴 지속, 대국민 DB개방 및 시계열 업데이트 등 자료 접근성 강화 ○ (외부_공공기관 혁신네트워크) 공공서비스 활용사례 대국민 홍보 협업 ○ (내부_대외협력팀) 공공데이터 포털을 통한 데이터 이용 활성화 협업 ○ (내부_IT팀) 개발사 기술 협의, 시스템 개발 관련 이슈 관리 ○ (내부_영업국) 신규 조사대상 이슈 및 업종 발굴 | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ ('21년~'22년) MCR 설문 편의성 제고, AI광고영상 솔루션 조기 정착, 중소기업 광고 마케팅 플랫폼(챗봇 상담, 제작사 매칭 등) 연계, 딥러닝 인식대상 객체 수 확대, 해외인터넷반응 자동수집 본격 실시 ○ ('23년~'24년) 개방데이터 활용 BP 사례 발굴, AI기반 광고창작시스템 운영 고도화, 데이터 활용 확대를 위한 API 개발 및 제공 | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 |
| | 방송콘텐츠가치분석시스템 이용자 만족도 | 72.7 | 66.5 | 70.0 | 73.5 | 77.0 | 81.0 |
| | 방송통신광고 조사자료 활용도(건) | 950 | 998 | 1,048 | 1,100 | 1,155 | 1,213 |

| 세부과제 | 6-② 온라인 교육을 통한 광고교육 기회 확대 ^(계속) | 담당부서 | 광고교육팀 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------|--|--------|--------|--------|--------|--------|----|----------|------|------|------|------|------|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 과제개요 | <ul style="list-style-type: none"> ○ e-러닝 학습테크놀로지를 활용, 광고교육 수요자(광고관심 대학생, 일반인) 및 교육 사각지대(지역, 교육 접근이 힘든 재직자 등) 대상 온라인 전문 광고 교육 제공 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 추진내용 | <ul style="list-style-type: none"> □ 코로나19로 인한 대면 교육 축소, 비대면 위주 온라인 교육과정 확대 <ul style="list-style-type: none"> ○ 온라인 교육과정 4개 과목 추가 개설 <ul style="list-style-type: none"> - 코로나19로 인한 교육 공백 최소화를 위해 조기 순차 개강 - 마케팅커뮤니케이션(5월), 디지털 홍보(6월), PR기초(7월), 소셜마케팅(8월) 등 * 기존 전문광고과정(5개 과목 25시간), kobaco 공공데이터(4개 과목, 1시간반) ○ 2020년 1,500명 이상 신규 수강자 확보로 지역 등 교육소외 계층 대상 포용적 공공서비스 제공 <ul style="list-style-type: none"> - 2019년 5개 과정 총 1,172명 신규 수강(지역수강자 540명으로 46%) □ 이용자 편의성 제고를 위한 광고교육원 온라인아카데미(e러닝 사이트) 개선 <ul style="list-style-type: none"> ○ 광고교육원-온라인아카데미 SSO(Single Sign-On) 방식 도입(별도회원가입 불필요) ○ 수강 신청 후 자동승인 절차 도입을 통한 수강신청 프로세스 간소화 ○ 전문 e-러닝 서비스 플랫폼 운영, 365일 24시간 신속하고 안정적인 운영 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (외부_업계 전문가) 교육과정 개발 및 콘텐츠 제작 관련 의견 수렴 ○ (외부_중소광고회사) 재직자 직무교육 프로그램 관련 협의 ○ (외부_유관기관) SBA, 중소기업유통센터 선정 중소기업 대상 교육과정 홍보 등 ○ (외부_광고교육 수강생 네트워크, 광고유관 학과) 대학생 대상 교육과정 홍보 등 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ ('21년~'22년) 포스트 코로나19 교육 트렌드 대응 기존과정 비대면교육 전환 확대 ○ ('23년~'24년) 지역(지사 협업) 실시간 화상(홀로그램) 강의 시범 도입(기금 유치) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>'19년(실적)</th> <th>'20년</th> <th>'21년</th> <th>'22년</th> <th>'23년</th> <th>'24년</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>온라인 광고교육 수강생수</td> <td>1,172명</td> <td>1,500명</td> <td>2,000명</td> <td>2,500명</td> <td>3,000명</td> <td>3,500명</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | 온라인 광고교육 수강생수 | 1,172명 | 1,500명 | 2,000명 | 2,500명 | 3,000명 | 3,500명 |
| 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | | | | | | | | | | | | | | |
| 온라인 광고교육 수강생수 | 1,172명 | 1,500명 | 2,000명 | 2,500명 | 3,000명 | 3,500명 | | | | | | | | | | | | | | |

과제 7

경제활력 제고의 마중물 역할 강화 (중점)

| 세부과제 | 7-① 콘텐츠 미래신산업 성장지원 ^(계속) | 담당부서 | 신성장전략팀 상생협력사업팀 | | | | |
|-----------|--|----------|-------------------|-------|-------|-------|-------|
| 과제개요 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 기관이 보유한 노하우와 인프라 및 자본을 활용, 광고·마케팅·유통 등 중소미디어/콘텐츠 업체의 상생환경 조성에 필요한 투자 및 역량을 제공하여, ‘미디어의 건강한 발전’에 기여 | | | | | | |
| 추진계획 | <ul style="list-style-type: none"> □ 혁신성장 문화콘텐츠 투자 <ul style="list-style-type: none"> ○ 한류확산용 우수 영상콘텐츠, 4차산업 신기술 중소기업, 미래콘텐츠 일자리 창출 우수 중소기업 등 대상 6개 투자조합 및 콘텐츠 직접투자 ○ 고성장 펀드 출자('20.3월) <ul style="list-style-type: none"> - 공사의 중소기업 마케팅 지원 사업을 결합한 투자조합 신규 출자로, 광고·마케팅 노하우를 활용하여 벤처기업 투자 및 광고·마케팅 지원 □ 동반성장 대출 기금 운영 <ul style="list-style-type: none"> ○ 기업은행과 공동으로 기금 출자 및 운영, 27개 우수 중소기업에 총 117억 지원 □ 광고판매, 마케팅 역량 등 관련 인프라 및 노하우 활용 광고마케팅 컨설팅 수행 <ul style="list-style-type: none"> ○ 상생협력 파트너사 대상 신규 광고상품 기획·개발/광고주 및 광고회사 네트워크 구축 등을 통해 실질적 경영환경 개선 기여 | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (외부_전문가 자문단) 창업투자사 심사역/학계 등 콘텐츠 전문가의 분야별 투자대상 관련 자문을 통해 투자여부 결정 활용 ○ (외부_대체투자 자금운용위원회) 콘텐츠 산업 전문가/재무회계 전문가/미디어학계 전문가 및 공사 위원으로 구성하여 투자현황 점검 및 투자 1차 심의역할 수행 ○ (내부_콘텐츠투자검토단) 사내 직원의 시나리오/기획안 검토를 통해 정량점수 및 정성적 의견 수렴 절차를 거쳐 콘텐츠 투자 결정에 활용, 사업 사내공감대 확산 ○ (내부_집행점검위원회) 사내 유관업무 팀장 및 재무전문가가 참여한 위원회를 신설, 투자콘텐츠 및 기업의 실적을 점검하고 개선의견 제시, 투자 의사결정 반영 | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ ('21년~'22년) 기획/제작 단계 직접 투자 병행, 지원 기업 간 시너지 창출 추진 ○ ('23년~'24년) 신용합 콘텐츠/영화/드라마 등 종합적 투자, 지원 기업 대상 통합 솔루션 제공 | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 |
| | 총 투자 규모 | 339억원 | 350억원 | 360억원 | 370억원 | 380억원 | 400억원 |

| 세부과제 | 7-② 방송광고 시장 지속 확대 지원 ^(신규) | 담당부서 | 영업, 2국, 미디어솔루션팀 방송광고사업지원팀 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------|--|-------|-------------------------------|-------|-------|--------|----|----------|------|------|------|------|------|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 과제개요 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 제도개선·혁신을 통한 방송광고 판매 지속 성장으로 공영방송 안정적 재원 조달 ○ 미디어산업 성장을 위한 신유형 광고 확대 방안 모색 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 추진계획 | <ul style="list-style-type: none"> □ 제도개선·혁신을 통한 방송광고 상품 경쟁력 강화 <ul style="list-style-type: none"> ○ 다매체 시대 지상파 공영방송 경쟁력 확보를 위한 판매제도 개선 및 상품 개발 □ 광고시장 저변 확대를 위한 차별적 고객관리, 현장중심 영업 강화 <ul style="list-style-type: none"> ○ 고객별 특화된 컨설팅 솔루션 제공·고객 세분화에 기반한 맞춤형 영업 □ 신유형 광고 판매, 어드레서블 TV 도입 등 시장 성장 확대 지원 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (외부_방송사) 신규 방송광고 상품 개발 및 제도개선 협업 ○ (외부_고객자문단) 상품 관련 시장 반응 모니터링 및 개선 아이디어 수렴 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ ('21년~'22년) 분석 및 최적화 시스템 활용한 광고주 미디어 컨설팅 실시 ○ ('23년~'24년) 스마트 미디어 플랫폼 결합 상품 개발 및 판매 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>'19년(실적)</th> <th>'20년</th> <th>'21년</th> <th>'22년</th> <th>'23년</th> <th>'24년</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>지상파 방송광고 판매실적</td> <td>6,722</td> <td>7,400</td> <td>8,000</td> <td>9,000</td> <td>9,300</td> <td>10,000</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | 지상파 방송광고 판매실적 | 6,722 | 7,400 | 8,000 | 9,000 | 9,300 | 10,000 |
| 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 | | | | | | | | | | | | | | |
| 지상파 방송광고 판매실적 | 6,722 | 7,400 | 8,000 | 9,000 | 9,300 | 10,000 | | | | | | | | | | | | | | |
| 세부과제 | 7-③ 코로나19 조기극복 및 경제활력 제고 지원 ^(신규) | 담당부서 | 영업, 2국, 미디어솔루션팀 인프라사업경영지원팀 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 과제개요 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 코로나19 위기로 인한 광고계 위축 조기 극복을 위한 제도개선 및 활성화 노력 ○ 코로나19 파급영향 최소화를 위하여 입주사 대상 임대료 할인 및 납부 유예 ○ 공공계약제도 개편 통한 코로나19 비상 경제 상황 대응 및 내수경제 활성화 기여 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 추진계획 | <ul style="list-style-type: none"> □ 코로나19 위기 조기 극복을 위한 광고판매 제도개선 및 활성화 노력 <ul style="list-style-type: none"> ○ 코로나19 피해업종 패키지 등 신규 방송광고 상품 개발 ○ 코로나19 피해로 인한 업프런트 중도 중지 발생 시 패널티 한시 정지 등 □ 코로나19로 인한 경제위기 극복 및 공기업의 사회적 책무 이행 <ul style="list-style-type: none"> ○ 목적 : 코로나19로 고통을 받는 입주사 부담 경감 및 고통분담 추진 ○ 방법 : (1차) 입주 소상공인·중소기업 총 37사 임대료 20% 감면 및 납부유예(4/1~) (2차) 전년대비 1/4분기 매출액 감소 업체 무이자 납부유예(6/1~) (3차) 1차 대상기업 임대료 감면액을 50% 상향 및 연체이자 면제(7/1~) ○ 효과 : 20년 12월까지 임대료 607백만원 감경을 통한 입주사와 상생협력 실천 □ 계약절차 단축 및 선금지급 비율 상향 등 기업 부담 완화 <ul style="list-style-type: none"> ○ 수의계약 사유 및 한도 확대, 입찰 공고기간 및 대금 지급기한 단축 등 ○ 선금지급 한도상향(70→80%), 지체상금 및 입찰보증금 면책 등 제도 개선 ※ '20년 한시 추진, 하반기 코로나19로 인한 경제 상황 변동 따라 추가 과제 시행 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (외부_방송사) 신규 방송광고 상품 개발 및 제도개선 협업 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 코로나 극복 위한 방송광고 상품 판매 실적 (한시적 지표) : '20년 목표 120억원 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

과제 8

중소기업 지원강화 및 친기업환경 조성 (중점)

| | | | | | | | |
|-----------|--|----------|-------|---------|-------|-------|-------|
| 세부과제 | 8-① 방송광고를 통한 중소기업·소상공인 성장 지원 ^(계속) | | 담당부서 | 중소기업지원국 | | | |
| 과제개요 | ○ 중소기업·소상공인 대상 지상파TV, 라디오 등 방송광고비 할인 및 제작비 지원, 지원기업 매출액 증가 및 일자리 확대 기여 | | | | | | |
| 추진내용 | <input type="checkbox"/> 혁신형 중소기업 인지도 제고 및 성장 지원 ^{개선·지속} <ul style="list-style-type: none"> ○ 방송광고 제작비(50%~70%, 총 18.5억원 규모) 및 방송광고비 할인(70%) 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 지원 대상에 ‘예비사회적기업’ 및 ‘농수산식품유통공사(aT)센터 지원기업’ 추가 ○ 각 지원 사업별 전문 컨설턴트 배정, 벤처미디어리포트 신설 등 ‘마케팅컨설팅’ 서비스 강화 | | | | | | |
| | <input type="checkbox"/> 지역 소상공인 성장과 지역 방송광고 시장 활성화 선순환 구조 형성 ^{신규} <ul style="list-style-type: none"> ○ 5개 지방 권역별 소상공인 방송광고 ‘제작 및 송출비’(90%) 지원(총 16.4억원 규모), 지역 방송사 송출로 소상공인의 지역 자생 기반 마련 및 지역방송사 활로 개척 ○ 지원 소상공인 맞춤형 광고마케팅 컨설턴트 100% 매칭·지원 | | | | | | |
| | <input type="checkbox"/> ‘코로나 19’ 극복 동참을 위한 위기 타개 지원책 시행 ^{신규} <ul style="list-style-type: none"> ○ 코로나 대응 마케팅 정보 생산·공유, 조기 회복을 위한 ‘위기극복 마케팅 솔루션’ 제안 및 방송광고 패키지 퀄리티 강화 | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (외부_정부부처) 기금지원 협업 ○ (외부_방송사) 지원 확대 및 홍보 활성화 ○ (외부_중소기업지원 민간단체 및 지자체) 대외홍보 활성화 ○ (외부_권역별 컨설턴트) 소상공인 광고마케팅 지원 협업 ○ (내부_투자관련 부서) 마케팅 투자조합 출자기업 대상 방송광고 컨설팅 ○ (내부_영업국) 영업국 지원제도 개선 방안 협의 | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (‘21년~’22년) 지역 소상공인 광고마케팅 지원 사업 확대, 중소기업·소상공인 통합 광고·마케팅 지원 플랫폼 준비 ○ (‘23년~’24년) 중소기업 통합 광고마케팅 지원 플랫폼 구축, 비즈니스 매칭 추진 | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | 구분 | ’19년(실적) | ’20년 | ’21년 | ’22년 | ’23년 | ’24년 |
| | 혁신형중소기업 종업원 수 증가율 | 6.3% | 6.6% | 6.9% | 7.2% | 7.5% | 7.8% |
| | 혁신형중소기업 매출액 증가율 | 28.6% | 28.9% | 29.2% | 29.5% | 29.8% | 30.1% |
| | 광고 제작비 지원액 방송 광고 시장 파급효과 | 7.7배 | 7.8배 | 7.9배 | 8.0배 | 8.1배 | 8.2배 |
| | 지원 소상공인 매출 향상 비율 | 50% | 55% | 60% | 65% | 70% | 75% |

| | | | | | | | |
|-----------|---|----------|--------------------------------------|------|------|------|------|
| 세부과제 | 8-② 광고·미디어 스타트업 창업지원 ^(계속) | 담당부서 | 진흥사업전략팀 | | | | |
| 과제개요 | ○ 스타트업 제작 지원 및 중소기업·영세 제작사 창업·성장 지원 | | | | | | |
| 추진계획 | <input type="checkbox"/> 지원 기관 간 협업 통한 중소기업/영세제작사 지원 사업 강화 <ul style="list-style-type: none"> ○ 미디어 진흥 기관 협업을 통한 영세 사업자 혜택 확대 <ul style="list-style-type: none"> ① 서울산업진흥원(SBA) 협력 구축을 통한 영세제작사에 SBA에서 운영하는 미디어콘텐츠 센터 50% 할인 이용 지원 등 상호 시설 교차 이용 체계 구축 ② SBA 및 소상공인시장진흥공단 협력을 통해 소상공인 대상 1인 미디어 브랜드 콘텐츠 제작 지원 및 브랜드 콘텐츠 멘토링 프로그램 진행 ③ SBA주관 <대한민국 1인 미디어 대전> 공모전 소상공인 분야 시상 항목 신설 제후 <input type="checkbox"/> 창작공간 AD(스마트 광고 제작시설)를 활용한 광고·미디어 스타트업 창업 지원 <ul style="list-style-type: none"> ○ 스타트업 광고 제작을 위한 무료 광고 제작 시설 지속 제공 ○ 이용자 사용성 강화를 위한 UI 개선 작업 진행 <ul style="list-style-type: none"> - 예약 시스템, 이용 규정 표시 개선, 코로나 등 특별 공지 UI 개선 등 | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (외부_서울산업진흥원) 1인방송 및 시설 공유 등 미디어 관련 포괄적 지원 협약 ○ (외부_소상공인시장진흥공단) 전통시장 청년몰, 신사업창업사관학교 소속 기업 지원 등 협업 체계 구축 ○ (내부_유관팀) 혁신형 중소기업 등 스타트업 섭외 제작 지원 및 미디어·광고 스타트업 지원 관련 협업 | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ ('21년~'22년) 창작시설 고도화 ONE-STOP 제작지원시설, 신규 기금 확보 노력 등을 통하여 미디어 광고 스타트업 제작 비즈니스 스튜디오 조성 추진 ○ ('23년~'24년) All-in-one 스마트광고 제작 메이커 스페이스 구축, 차세대 스마트 광고제작 HUB 구축 | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 |
| | 스마트광고 창작지원시설 활용 제작건수 | 115 | 106 | 107 | 108 | 109 | 110 |
| 세부과제 | 8-③ 공공기관 협업을 통한 중소기업·사회적 경제기업 창업·성장 지원 프로그램 운영 | 담당부서 | 중소기업지원국/경영평가팀 | | | | |
| 과제개요 | ○ 공공기관간 협업을 통한 중소기업·사회적경제기업 창업·성장 지원 프로그램 운영 | | | | | | |
| 추진계획 | <input type="checkbox"/> 공공기관별 전문성을 활용한 기업 성장 단계별 수요에 부합하는 지원 제공 <ul style="list-style-type: none"> ○ (창업 단계) 기술·경영·홍보 등 사업화 교육, 신기술 이해, 인증 취득 지원 등 ○ (성장 단계) 제품 판로 확대 및 광고·마케팅 관련 교육 등 | | | | | | |
| 협업체계 | ○ (외부_혁신네트워크 참여 공공기관) 프로그램 홍보 및 참여 기업 발굴, 지원 프로그램 운영 등 | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | 구분 | '20년 | 비고 | | | | |
| | 프로그램 지원 기업 수 | 15개 | '20년 신규 추진 사업, 1차년도 사업 평가 후 지속 방향 결정 | | | | |

과제 9

중소기업 지원 플랫폼 구축 및 혁신구매 추진

| | | | | | | | |
|-----------|---|----------|----------|------------|-------|-------------|------|
| 세부과제 | 9-① 중소기업 광고마케팅 매칭 플랫폼 구축 ^(신규) | 담당부서 | 중소기업정책팀 | | | | |
| 과제개요 | ○ 중소기업·소상공인 지원 전용 플랫폼 구축 및 고도화를 통한 광고마케팅 분야 비즈니스 매칭 플랫폼 구축 추진 | | | | | | |
| 추진계획 | <input type="checkbox"/> 중소기업·소상공인 지원업무창구 통합 및 효율화를 위한 홈페이지 재구축 ○ 중소기업의 광고마케팅 지원사업 공모, 컨설팅, 심사 시스템 통합 제공 ○ 중소기업 지원 사업 관련 자료 및 필요 정보, 우수사례 제공 <input type="checkbox"/> 통합 광고마케팅 지원(비즈니스 매칭 기능 포함) 플랫폼 준비 ○ 디지털 등 외부 마케팅 제공업 연결 방안 검토 ○ 제작사 대상 공개 견적 신청 등 비즈니스 매칭을 위한 필요 기능 연구 | | | | | | |
| 협업체계 | ○ (외부_중소기업지원사업 수요자) 시스템 이용 관련 의견 수렴 및 개선 ○ (외부_정부 부처) 플랫폼 구축 예산 확보 ○ (내부_마케팅 부서) 플랫폼 내 콘텐츠(시장조사/미디어솔루션/교육·컨설팅) 제공 | | | | | | |
| 중기 이행계획 | ○ ('21년~'22년) 플랫폼 프레임 구축을 위한 예산 확보 ○ ('23년~'24년) 서비스 및 기능 확대로 중소기업 지원 전용 플랫폼 고도화 | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 |
| | 중소기업·소상공인 마케팅 오픈 플랫폼 구축 | - | 홈페이지 리뉴얼 | 플랫폼 프레임 구축 | | 서비스 및 기능 확대 | |
| 세부과제 | 9-② 혁신구매 추진 및 혁신수요 발굴 ^(신규) | 담당부서 | 경영지원팀 | | | | |
| 과제개요 | ○ 혁신성장 산업 초기시장 창출 지원을 위한 혁신제품 구매 추진 | | | | | | |
| 추진계획 | <input type="checkbox"/> 혁신성장 산업 초기시장 창출 지원을 위해 혁신제품구매 확대 ○ 혁신 시제품 시범구매 제도 활용 통한 창업기업의 공공부문 판로확대 지원 ○ 혁신형 중소기업 기술개발제품 및 인증신제품(NEP) 공공구매 확대 추진 <input type="checkbox"/> 혁신제품을 활용한 서비스 개선 착안 사항 발굴 ○ 테스트 시제품 성과공유 통한 창업기업의 혁신성장 및 상용화 지원 | | | | | | |
| 협업체계 | ○ (외부_조달청 및 협력업체) 혁신 시제품 사용 테스트 결과 성과 공유 등 ○ (내부_상생협력구매협의회) 혁신제품 구매 활성화 위한 계획수립 및 정보 공유 등 | | | | | | |
| 중기 이행계획 | ○ ('21년~'24년) 기술개발제품 및 인증신제품 법정구매비율 달성 위한 연간 구매계획 수립 | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 |
| | 혁신구매 목표 | 0% | 1% | 1% | 1.25% | 1.25% | 1.5% |

과제 10

인사운영 혁신 지속 추진

| | | | | | | | |
|-----------|---|----------|------|------|------|------|------|
| 세부과제 | 10-① 직무 중심의 보상체계 강화 (신규) | 담당부서 | 인사팀 | | | | |
| 과제개요 | <ul style="list-style-type: none"> 직무중심 보상체계 강화를 위한 직무등급 재설계 및 직무급 비중 확대 | | | | | | |
| 추진계획 | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 난이도에 따른 직무등급 재설계 및 직무급 체계 고도화 <ul style="list-style-type: none"> 타기관과 협업(노사발전재단)으로 기존 직무가치 재분석 보통 직무를 기본으로 난이도 상승 개념 도입(마름모형^{기준안}→피라미드형^{개선안}) 직무가치에 따른 보상문화 확대를 위한 직무급 비중 지속 상향 <input type="checkbox"/> 직원 수용도 제고를 위한 노사합동 공감대 형성 노력 <ul style="list-style-type: none"> 대상자별 의견수렴 확대 및 설명회 강화를 통한 임금체계 이해도 제고 노사 합동 인사TF운영을 통한 내부구성원 수용도 제고 | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> (외부_노사발전재단) 직무급체계 개편 위한 협업 (내부_노사합동인사TF) 임금체계 개선 및 직무등급 개선 등 현안 논의 | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> (’21년~’22년) 직무급 비중 확대 및 차등폭 확대 (’23년~’24년) 직무급 체계 개편, 업무지원직·전문직 등 단일 임금체계로 개편 및 고도화 | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | 구분 | ’19년(실적) | ’20년 | ’21년 | ’22년 | ’23년 | ’24년 |
| | 직무급 비중 | 7% | 9% | 10% | 12% | 13% | 14% |
| 세부과제 | 10-② 인력의 효율적 운영 확대(신규) | 담당부서 | 인사팀 | | | | |
| 과제개요 | <ul style="list-style-type: none"> 합리적인 임금피크제 제도 운영 및 임금피크제 고도화 공공기관 인사운영 3대 혁신 방안 등을 통한 효율적 인력운영 확대 | | | | | | |
| 추진계획 | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 임금피크제 직군 운영 효율화 및 활용 강화 <ul style="list-style-type: none"> 임금피크제 직원 전문역량 활용 극대화를 위한 적합직무 지속 개발 평가 최고등급 획득 가능하도록 임금피크제 직원 별도평가 도입, 근무의욕 고취 코바코 특성과 연계된 전직 프로그램 운영으로 제2의 인생 설계 지원 <input type="checkbox"/> 공공기관 인사운영 3대 혁신 방안 시행 검토 <ul style="list-style-type: none"> 인사교류제도, 특별승진제도, 개방형 계약직제 도입 방안 검토 | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> (’21년~’22년) 지속적인 별도 직무 발굴 및 전직지원 프로그램 활성화, 공공기관 인사운영 3대 혁신 방안 시행 (’23년~’24년) 지속적 제도 개선을 통한 인력 운영 효율성 강화 | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | 구분 | ’19년(실적) | ’20년 | ’21년 | ’22년 | ’23년 | ’24년 |
| | 임금피크제 직원 전반적 만족도 | 85.0 | 86.7 | 88.4 | 90.2 | 92.0 | 93.8 |

과제 11

적극행정 확산 및 업무 프로세스 혁신

| 세부과제 | 11-① 적극행정 확산 ^(계속) | 담당부서 | 감사팀 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------|---|------|------|------|------|-------|----|----------|------|------|------|------|------|------------|----|----|----|----|----|----|-------------|---|-----|-----|-----|-----|-------|
| 과제개요 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 적극행정 장려 및 소극행정신고 활성화를 위한 교육·홍보 강화 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 추진계획 | <ul style="list-style-type: none"> □ 적극행정 관련 제도 및 규정 개정 <ul style="list-style-type: none"> ○ 적극행정을 방해하고 소극행정을 일으키는 사내 제도 및 규정 정비 ○ 경영지침 특정감사 등 자체감사 시 중점 점검 □ 적극행정 면책제도 활성화를 위한 교육 및 홍보 <ul style="list-style-type: none"> ○ ‘적극행정 면책 사례집’ 청렴토론방 공유, 직원 대상 적극행정 사례 홍보 ○ 전직원 대상 적극행정 및 적극행정면책 관련 교육 실시(10월 예정) ○ 감사 착수 전-착수 시-마감-질문서 발부 등 전 단계에서 적극행정 면책제도 안내 □ 적극행정 면책 사례 발굴 및 우수사례 포상 <ul style="list-style-type: none"> ○ 자체감사 시 적극행정 면책사례 지속 발굴 ○ 우수사례 포상을 통한 적극행정 우수 사례 공유 및 확산 □ 적극행정 장려 및 소극행정신고 강화 <ul style="list-style-type: none"> ○ 적극행정 정책 수행을 위한 지식동아리 활동 실시(감사실 및 현업부서 실무자) ○ 소극행정신고 지원센터 운영, 익명신고센터 신고항목에 소극행정 부문 추가 ○ 카카오톡플러스 실시간 모바일상담소 운영 - 소극행정 사례 신고 및 처리 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (외부_감사원) 적극행정지원 활성화를 위한 사례 공유 및 컨설팅 ○ (외부_한국공항공사, 서민금융진흥원) 감사업무협약 체결 및 적극행정 면책 우수 사례 공유, 적극행정 및 소극행정 업무 관련 멘토링 활동 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ (’21년~’22년) 적극행정 면책제도정착(교육 확대, 우수사례 전파, 사례 발굴 확대) ○ (’23년~’24년) 적극행정 문화 정착(소극행정 신고 시스템 활성화, 우수 직원 포상 확대) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>’19년(실적)</th> <th>’20년</th> <th>’21년</th> <th>’22년</th> <th>’23년</th> <th>’24년</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>적극행정 면책 사례</td> <td>3건</td> <td>4건</td> <td>5건</td> <td>6건</td> <td>7건</td> <td>8건</td> </tr> <tr> <td>적극행정 직원 이해도</td> <td>-</td> <td>60%</td> <td>70%</td> <td>80%</td> <td>90%</td> <td>90%이상</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | 구분 | ’19년(실적) | ’20년 | ’21년 | ’22년 | ’23년 | ’24년 | 적극행정 면책 사례 | 3건 | 4건 | 5건 | 6건 | 7건 | 8건 | 적극행정 직원 이해도 | - | 60% | 70% | 80% | 90% | 90%이상 |
| 구분 | ’19년(실적) | ’20년 | ’21년 | ’22년 | ’23년 | ’24년 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 적극행정 면책 사례 | 3건 | 4건 | 5건 | 6건 | 7건 | 8건 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 적극행정 직원 이해도 | - | 60% | 70% | 80% | 90% | 90%이상 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|-----------|---|----------|--------------|------|------|------|------|
| 세부과제 | 11-② 업무프로세스 혁신 ^(개선) | 담당부서 | 인사팀 영업관리팀 | | | | |
| 과제개요 | ○ 코로나19 확산을 계기로 디지털 기반 업무 방식 획기적 도입 및 변화 추진 | | | | | | |
| 추진계획 | <input type="checkbox"/> 코로나 19대응 비대면 근무방식 신규 도입 및 장려 ○ 원격근무(재택근무, 스마트워크센터 근무 등) 가이드라인 제정 및 시행 <input type="checkbox"/> kobaco 근무혁신 10대 캠페인을 통한 업무효율 제고 및 일·가정 양립 정착 지원 ○ 근로자 맞춤형 제도 안내를 통한 유연근무제 적극 홍보 및 활용 촉진 <input type="checkbox"/> 디지털 기반 비대면 방송광고 영업관리 시스템 도입·운영 ○ 방송광고 영업관리 대행계약확인서 온라인 계약 시스템 전면 전환(8/1) ○ 전자지급보증서 인증 서비스 유도를 통한 위변조 사고예방, 수수료 절감 등 편의 제고 | | | | | | |
| 협업체계 | ○ (외부-중구 건강가정지원센터) 가족생활교육을 통한 일·가정 양립 지원 ○ (외부-방송사/광고회사) 소통강화 및 협업 / 만족도 평가 및 개선의견 수렴 ○ (내부-IT센터) 본·지사 영업관리 체계 구축 / 전사 공유 및 지사 실무교육 실시 | | | | | | |
| 중기 이행계획 | ○ ('21년~'22년) 영업관리 온라인 전환 개선 ○ ('23년~'24년) 영업관리 온라인 시스템 고도화 | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 |
| | 직원 근무만족도 | 81.1 | 82.7 | 84.4 | 86.1 | 87.8 | 89.6 |
| | 영업관리부문 청렴도 조사 | 92.40 | 우수 수준 목표 | | | | |

과제 12 합리적 복지운영 등 방만경영 방지

| | | | | | | | |
|-----------|---|----------|-------------|---------|---------|---------|---------|
| 세부과제 | 12-① 합리적 복지운영 등 방만경영 방지 ^(신규) | 담당부서 | 경영지원팀 경영기획팀 | | | | |
| 과제개요 | ○ 복리후생 등 각종 경비의 합리적 운영 및 점검을 통한 과도한 복지혜택 방지 | | | | | | |
| 추진계획 | <input type="checkbox"/> 3단계 방만경영 점검 시스템 구축·운영 ○ (1단계)자가진단 및 자율점검-(2단계)내부감사-(3단계)외부통제 점검 체계 운영 ○ 복리후생 공시에 대한 분기별 점검 실시, 위반사항 발생 시 즉시 조치 <input type="checkbox"/> 방만경영 신고 활성화를 위한 홈페이지 윤리경영 신고센터 운영 | | | | | | |
| 협업체계 | ○ (외부-노무법인) 자문을 통한 운영 타당성 검증 | | | | | | |
| 중기 이행계획 | ○ ('21년~'22년) 노사 협상을 통한 외부 지적사항 개선, 합리적 복리후생제도 운영 ○ ('23년~'24년) 정부지침 지속 준수, 신규제도 도입 시 방만요소 사전 제거 추진 | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | 구분 | '19년(실적) | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 | '24년 |
| | 1인당 복리후생비 (314만원 미만 유지) | 1,551천원 | 1,600천원 | 2,200천원 | 2,200천원 | 2,200천원 | 2,200천원 |
| | ※ kobaco 1인당 복리후생비 1,551천원으로 20개 공기업 평균 3,057천원의 50.7%수준(최하위) ['18년 ALIO기준] | | | | | | |

과제 13

대국민 정보공개 확대 및 편의성 제고

| 세부과제 | 13-① 대국민 정보공개 확대 및 편의성 제고 ^(개선) | 담당부서 | 기획예산팀, 대외협력팀 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------|--|---------------|-----------------|------|------|------|----|----------|------|------|------|------|------|---------|------|--------|--|--|--|--|----------|-------|----|----|----|----|----|-------------------------|----|---------------|--|--|--|--|
| 과제개요 | <ul style="list-style-type: none"> 알리오 및 홈페이지, 공공데이터 포털 등을 통한 정보공개확대 및 편의성 제고 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 추진계획 | <ul style="list-style-type: none"> 알리오 및 알리오플러스 사용자 편의성 강화 <ul style="list-style-type: none"> 알리오(Alio)를 통해 공사 경영정보를 투명하게 공개하여 국민의 알 권리 보장 담당자간 크로스 체크를 통해 경영공시 정보의 정확성 확보 및 벌점 최소화 알리오플러스 연계 방송회관 대관 시스템 신규 구축, 사용자 편의성 강화 국민이 쉽고 빠르게 접근할 수 있는 정보공개로 국민 알권리 개선 <ul style="list-style-type: none"> 정부표준 외 공개 항목 추가 선제적 발굴 방송회관 대관신청 신규 구축, 중소기업 홈페이지, 연수원 홈페이지 개편으로 고객 편의성 및 정보 접근성 제고 공사보유 공공데이터 적극 개방으로 국민 활용도 확대 <ul style="list-style-type: none"> 통합시스템(광고산업통계시스템, adstat)을 통한 공사생산 공공데이터 통합 제공 MCR, KAI, RACOI, 방송통신광고비조사 등 사용자 친화적 조회환경 제공 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 협업체계 | <ul style="list-style-type: none"> (외부_행정안전부, 통계청) 공사 보유 공공통계데이터 등재, 대국민 이용 확대 (외부_누리미디어, 한국학술정보) 공사 보유 공공데이터 제공, 대국민 활용도 제고 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 중기 이행계획 | <ul style="list-style-type: none"> (’21년~’22년) 경영공시 신규 항목 발굴, 국민 알권리 개선 (’23년~’24년) 국민 참여형 홈페이지 재구축 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 성과지표 및 목표 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>’19년(실적)</th> <th>’20년</th> <th>’21년</th> <th>’22년</th> <th>’23년</th> <th>’24년</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>경영공시 벌점</td> <td>0.5점</td> <td colspan="5">무벌점 목표</td> </tr> <tr> <td>정보공개종합평가</td> <td>87.5점</td> <td>89</td> <td>90</td> <td>91</td> <td>92</td> <td>93</td> </tr> <tr> <td>공공데이터 제공 운영실태 평가등급(행안부)</td> <td>우수</td> <td colspan="5">우수등급(최고등급) 유지</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | 구분 | ’19년(실적) | ’20년 | ’21년 | ’22년 | ’23년 | ’24년 | 경영공시 벌점 | 0.5점 | 무벌점 목표 | | | | | 정보공개종합평가 | 87.5점 | 89 | 90 | 91 | 92 | 93 | 공공데이터 제공 운영실태 평가등급(행안부) | 우수 | 우수등급(최고등급) 유지 | | | | |
| 구분 | ’19년(실적) | ’20년 | ’21년 | ’22년 | ’23년 | ’24년 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 경영공시 벌점 | 0.5점 | 무벌점 목표 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 정보공개종합평가 | 87.5점 | 89 | 90 | 91 | 92 | 93 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 공공데이터 제공 운영실태 평가등급(행안부) | 우수 | 우수등급(최고등급) 유지 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

III

혁신추진체계 및 변화관리

1. 혁신 추진 조직

□ 혁신 전담 조직 운영, 국민참여 및 민·관·학 협업 통한 혁신 실행체계 구축

○ (내부 혁신 조직) 지속적인 혁신 추진 동력 확보 및 혁신역량 집중

| 구분 | | 주요 역할 |
|----|-----------|--|
| 총괄 | 혁신위원회 | • 혁신관련 최고 의사결정 기구, CEO(위원장) 및 상임이사로 구성 |
| | 혁신전담팀 | • 계획수립, 변화관리 등 전사 혁신활동 기획 및 관리(경영평가팀) |
| 실행 | 혁신추진단 | • 혁신과제 발굴·실행, 이행점검을 위한 사내 협의체(단장 전무이사, 팀장급) |
| | 혁신성장 프로듀서 | • 혁신추진 선도를 위한 실무자간 협업·자발적 연구 실시, 사내 혁신 추진문화 선도, 상향식 혁신 아이디어 제안 |
| | 혁신과제수행팀 | • 혁신 과제 추진, 추진 과제별 이해관계자 채널 운영 |

○ (이해관계자 채널) 국민참여 및 의사결정 과정 공유, 과제 추진 협업

| 구분 | 주요 역할 |
|--------------|---|
| 시민참여혁신단 | • (역할) kobaco 혁신 계획 수립, 과제 전반에 대한 국민 의견 수렴 • (구성) 시민사회, 고객, 전문가, 내부위원으로 구성 |
| 과제별 이해관계자 채널 | • (역할) 세부 과제별 이해관계자 의견 수렴 • (구성) 수혜자·전문가·지역사회·국민 등 과제별로 구성 |

○ (혁신 네트워크 구축) 지역사회·유관기관·지역 내 공공기관과 협업하여 문제 해결

- (수혜자 지향형) 사업 관련 개선사항 의견 수렴 및 개선방안 모색
ex) 중소기업지원 협의회, 중소기업 대상 정기 간담회, 교육원 수강생 그룹, 국민정책참여단 등
- (전문가 자문형) 혁신 과제 관련 민·관·학 전문가 그룹 협업, 과제 해결
ex) 공익광고협의회, 공익광고 주제별 민·관 전문가 그룹, 미디어플래너 자문단, 광고교육원 취업 지원 협약기업 등
- (지역사회형) 광고를 통한 지역 문제 해결을 위하여 지역 방송사·지자체·지역대학·지역광고회사·지역 내 공공기관* 등과 협업
ex) 지역방송광고발전협의회, 매체균형협의체, 지역소상공인 지원 컨설턴트, 공공기관 혁신네트워크 등

2. 변화관리 프로그램

□ (성과관리) 과제별 상시 실적 모니터링 및 인센티브 강화

- (모니터링·피드백) 전략경영회의(월간), 혁신추진단·혁신위원회 회의(계기별) 시 이행실적 점검, 우수과제 공유 및 부진과제 진단 및 문제 해결
 - * 연내 집중 실행이 필요한 중점과제는 전사차원의 관리와 지원으로 조기에 가시적 국민체감형 성과 창출
- (혁신수준 진단) 년1회 전직원 설문조사를 통한 혁신수준 평가, 개선점 발굴
- (인센티브 강화) 혁신마일리지 제도 및 포상제도 개선
 - 혁신추진 각 단계(P-D-C-A)별 혁신마일리지 제도 운영 및 누적 마일리지 조직평가 가점 부여로 개인평가·성과급 연동
 - * 혁신마일리지 '20년 개선사항 : 혁신 및 사회적 가치 창출 활동 전반에 대한 마일리지 부여로 확대
 - 혁신성장 프로듀서 활동 팀에 대한 연말 평가 및 우수팀 포상 실시^(신규)

□ (역량강화·공유·확산) 교육 및 혁신네트워크, 아이디어 제안 및 공유

- 혁신추진 역량 강화 프로그램 운영
 - (상시 공유) 혁신공유시스템(KMmall) 을 통한 혁신 제안 및 우수사례 공유
 - (워크숍) 혁신 사례 공유·확산, 아이디어 발굴을 위한 임직원 워크숍 실시
 - (교육) 혁신사례 공유, 전문가 강의 등 혁신 마인드 제고 교육 실시
 - (혁신성장 프로듀서) 자발적 연구 활동, 세미나 등 활동 전반 지원 확대
 - * 혁신성장프로듀서 '20년 개선사항 : 벤치마킹, 워크숍 등 활동시간 보장, 활동 지원비 증액
- 조직 내 혁신문화 활성화 추진
 - (혁신일터 의견조사) 전직원 대상 조직 내 혁신문화 점검 및 개선사항 발굴
 - (대내외 혁신아이디어 공모대회) 혁신 공감대 형성 및 우수사례 발굴
 - (사회적가치·혁신 우수사례 선발) 혁신 및 사회적 가치 BP사례 전직원 투표 선발, 전 임직원과 성과 반성 및 공유
- 혁신성과 대외 공유 및 홍보 확대
 - (대국민 홍보) 공사 홈페이지, SNS, 언론매체 등 활용, 혁신성과 홍보
 - (공공기관 혁신네트워크)^{신규} 지역 내 공공기관간 혁신 활동 공유 및 상호학습, 공동 프로젝트 발굴·실행 (한국방송광고진흥공사, 한국공항공사, 해양환경공단, 한국환경산업기술원, 우체국물류지원단, 한국과학창의재단 등 6개 공공기관 참여)

| 구분 | 추진과제 | 일정 | 주관부서 |
|--------------------------------------|--|-----------|------------------------------|
| I. 사회적 가치의 확실한 성과 창출 | | | |
| ① 광고계 양질의 일자리 창출 지속 | | | |
| | ①-① 공공부문 일자리 창출 및 질 개선 | '20년 | 정규직전환추진단 |
| | ①-② 광고업계 청년 일자리 창출 | '20년~'24년 | 광고교육팀 |
| ② kobaco 안전관리 체계 강화 및 확산 | | | |
| | ②-① 안전중심경영체계 구축·운영 | '20년~'24년 | 경영지원팀, 인프라사업팀 |
| | ②-② 정보보안 관리체계 고도화 | '20년~'24년 | IT팀 |
| | ②-③ 대국민 안전의식 확산 | '20년~'24년 | 공익광고팀 |
| ③ 투명·윤리경영 및 공정경제 강화 | | | |
| | ③-① 부패근절, 윤리경영강화 | '20년~'24년 | 경영평가팀 |
| | ③-② 블라인드 채용제도 고도화 | '20년~'24년 | 인사팀 |
| | ③-③ 사회적 약자기업 지원 강화 | '20년~'24년 | 경영지원팀 |
| ④ 사회형평적 인사 운영 | | | |
| | ④-① 건강하고 차별없는 일터 | '20년~'24년 | 인사팀 |
| ⑤ 광고를 통한 사회적 가치 확산 및 지역경제 활성화 [중점과제] | | | |
| | ⑤-① 국민참여 공익광고를 통한 사회적 가치 확산 | '20년~'24년 | 공익광고팀 |
| | ⑤-② 광고를 통한 지역경제 활성화 | '20년~'24년 | 4대 지사 |
| II. 혁신 성장 강화 및 경제활력 제고 | | | |
| ⑥ 4차 산업혁명·한국형 뉴딜 선도 | | | |
| | ⑥-① 4차산업혁명 신기술 활용 공공서비스 제공 | '20년~'24년 | 데이터사업팀, 진흥사업전략팀 |
| | ⑥-② 온라인교육을 통한 광고교육 기회 확대 | '20년~'24년 | 광고교육팀 |
| ⑦ 경제활력 제고의 마중물 역할 강화 [중점과제] | | | |
| | ⑦-① 콘텐츠 미래 신산업 성장 지원 | '20년~'24년 | 신성장전략팀, 상생협력사업팀 |
| | ⑦-② 방송광고 시장 지속 확대 지원 | '20년~'24년 | 1,2국 미술팀, 디지털전환추진단 |
| | ⑦-③ 코로나19 조기 극복 및 경제활력 제고 지원 | '20년 | 1,2국 미술팀, 인프라사업팀 경영지원팀 |
| ⑧ 중소기업 지원강화 및 친기업환경 조성 [중점과제] | | | |
| | ⑧-① 방송광고를 통한 중소기업·소상공인 성장 지원 | '20년~'24년 | 중소기업지원국 |
| | ⑧-② 광고·미디어 스타트업 창업지원 | '20년~'24년 | 진흥사업전략팀 |
| | ⑧-③ 공공기관 협업을 통한 중소·사회적 경제기업 창업·성장 지원 프로그램 운영 | '20년 | 중소기업지원국, 경영평가팀 |

| 구분 | 추진과제 | 일정 | 주관부서 |
|---------------------------|--------------------------|-----------|--------------|
| ㉑ 중소기업지원 플랫폼 구축 및 혁신구매 추진 | | | |
| | ㉑-① 중소기업 광고마케팅 매칭 플랫폼 구축 | '20년~'24년 | 중소기업정책팀 |
| | ㉑-② 혁신구매 추진 및 혁신수요 발굴 | '20년~'24년 | 경영지원팀 |
| Ⅲ. 신뢰받는 공공기관 실현 | | | |
| ㉒ 인사운영 혁신 지속 추진 | | | |
| | ㉒-① 직무중심의 보상체계 강화 | '20년~'24년 | 인사팀 |
| | ㉒-② 인력의 효율적 운영 확대 | '20년~'24년 | 인사팀 |
| ㉓ 적극행정 확산 및 업무 프로세스 혁신 | | | |
| | ㉓-① 적극행정 확산 | '20년~'24년 | 감사팀 |
| | ㉓-② 업무프로세스 혁신 | '20년~'24년 | 인사팀, 영업관리팀 |
| ㉔ 합리적 복지운영 등 방만경영 방지 | | | |
| | ㉔-① 합리적 복지운영 등 방만경영 방지 | '20년~'24년 | 경영지원팀 |
| ㉕ 대국민 정보공개 확대 및 편의성 제고 | | | |
| | ㉕-① 대국민 정보공개 확대 및 편의성 제고 | '20년~'24년 | 기획예산팀, 대외협력팀 |