옥외광고문화 발전을

한국옥외광고센터가 열어갑니다.

2010년 충남지역 옥외광고담당공무원 워크숍

한국지방재정공제회
한국옥외광고센터
Korea Outdoor Advertising Center

보고순서

Ⅰ 한국옥외광고센터 소개

Ⅱ 비전과 전략

Ⅲ 상생협력의 파트너쉽 구축

1 옥외광고센터의 설립배경

- '07. 12월 옥외광고물등관리법 개정, 센터 설치(제11조의 4)

➢각종 "국제대회 지원" 과 "자치단체 불법광고물 정비" 등을 위한 "기금 조성 목적" 으로

➢한국지방재정공제회에 "옥외광고센터" 를 설립

※기존 국제대회 조직위 주관 옥외광고사업은
"옥외광고센터" 에서 일괄적 관리·시행

2 추진경과

- 옥외광고물등관리법 개정안 발의('07. 2. 21)
- 옥외광고센터설치 준비기획단 구성('07.10.15)
- 옥외광고물등관리법 개정, 공포('07.12.21)
- 옥외광고센터 개소('08.5.30)
- 옥외광고물등관리법시행령 개정, 공포('08. 7. 9)

3 센터의 조직 및 인력 구성

※1센터 4팀 정원 28명, 현원 22명

4 옥외광고센터의 역할

- 기금조성을 위한 옥외광고사업
- 옥외광고물에 대한 경관과 안전관련 영향 평가
- 신매체 신기술의 개발 및 보급
- 옥외광고 분야 전문인력 양성
- 옥외광고산업의 육성과 발전을 위한 정책개발 등

5 옥외광고사업의 추진체계

※ 광고물 설치, 표시허가 관련 자치단체와 사전협의(센터)

1 앞으로 추진방향

비 전 옥외광고 문화를 선도하는 Think-Tank

사업목표 창의와 조화를 통한 옥외광고문화 및 新산업 육성!

단기전략

- ➢법령에서 정한 업무추진 기반 조성
- ➢고객감동 시스템 마련 및 정책개발 지원

중장기전략

- ➢옥외광고산업 발전의 정책지원 강화
- ➢국내·외 교류 활성화, 창조적 광고문화 선도

2 분야별 전략과제 추진계획

센터 출범 초기, 단기전략 과제(2008~2010)

- 분야별 실행 매뉴얼 작성 및 업무추진 체계 구축
- 옥외광고물 설치 장소에 대한 현장 타당성 조사 완료

  디자인 가이드라인 제시, **투명한 경쟁방식의 사업자 선정**
- 학술세미나 등 산·학·연 공동연구프로그램 발굴
- 광고효과 분석 및 광고물 관리 모니터링 시스템 구축 등

3 분야별 전략과제 추진계획

중·장기 전략 전략 과제(2011~2020)

- 신소재, 신매체, 신기술 개발 및 상용화(여건조성)
- 도서발간, 정례적 학술세미나 개최 등 연구지원 강화
- 옥외광고 관련 교육기관 운영 및 전문인력 육성
- 옥외광고사업 성과 분석, 운영실적 평가, 발전방안 모색
- 옥외광고 문화 발전의 전략과제 선점, 국가브랜드 제고 등

1 옥외광고센터 인력 충원(수시)

- 창조적 리더 육성을 위한 사업추진 인력채용

➢옥외광고사업의 효율적 추진을 위해 '우수 전문인력' 보강으로 센터운영 초기 안정적 정착 도모

➢옥외광고문화 발전을 위한 전문가 육성(계속)

※한국지방재정 공제회 홈페이지, 언론매체 등을 통한 인력채용계획 공고(수시), 다수인원의 참여기회 제공

2 옥외광고물 설치 자치단체 사전협의 실시

- 옥외광고물 설치가능 지역에 대한 자치단체 인·허가 협의

➢옥외광고심의위원회(행안부) 의결 , 사업자 선정, 계약물량

➢광고물의 가시거리, 위치별 노출도, 교통량, 장소임대 여부, 장소선정의 타당성, 안전성 등 자체심의 후, 자치단체 협의

※자치단체 협의 관련, 옥외광고센터 관계자의 자치단체 방문시 적극적인 협조 및 관심 요망

※ 옥외광고물 설치 현황('10.4.6현재)

- 옥외광고물 설치 사전협의 및 광고물 설치 승인('10년)

➢광고물 설치를 위한 자치단체 사전협의
  – 경기 용인시 외 20개 자치단체 51기(누계 163기)

➢광고물 설치 승인 : 6개권역 55기(누계 107기) 설치승인 완료

※사업물량 : 6개권역 319기 중 283기(88%) 사업자 선정

3 옥외광고물 수익금 지원

- 조성기금은 국제대회 및 자치단체 불법광고물 정비 지원

➢법령에서 정하는 3개 국제대회에 수익금 지원(70%)

※2011 대구 세계육상경기선수권대회, 2014 인천아시아 경기대회 50%, 2012 여수세계박람회 20%

➢광고물 설치 자치단체와 옥외광고센터 사업경비, 자치단체 불법광고물 정비 지원 등(30%)

※센터에서는 안정적인 기금확보를 위해
광고물의 사후관리 및 신매체, 신소재 개발 연구지원

※ 옥외광고사업 수익금 배분 현황('10.4.6현재)

- 옥외광고사업 수익금 배분('10. 3월까지 3개 국제행사)

➢3개 국제행사 수익금 배분 : 4,025백만원
- 대구(1,208백만원), 인천(805백만원), 여수(805백만원)

➢자치단체는 반기별 배분으로 ' 10. 6월 배분 예정

※2009년 수익금 배분 : 10,026백만원
- 대구(2,506백만원), 인천(2,506백만원), 여수(2,005)
- 자치단체(1,684백만원) 최고 55백만원, 최저6.2백만원

4 옥외광고종사자 대상 사이버교육 운영(예정)

- 현행 집합교육의 고충해결과 다양한 교육기회 부여

➢옥외광고물등관리법 제12조, 동법시행령 제42조 관련 교육

➢’ 10. 8월 이후, 시범운영, ’11년 이후 시행(교육비 20,000원)
– 신규/보수 구분 운영, 스마트폰을 통한 교육 병행 실시

※옥외광고문화 발전을 위한 많은 참여와
자치단체의 적극적인 협조 및 관심 요망

5 옥외광고문화 발전의 상승효과 도모

- 옥외광고센터⇔행안부 및 자치단체 등과 활발한 소통을 통해 서로 Win-Win하도록 상생의 파트너쉽 구현

➢옥외광고 자문위원회 운영 ⇒ 광고 표시물의 적정성 자문

➢아름다운거리선정·시상 ⇒ 옥외광고문화 발전의 동기부여

➢UCC공모전, 간판문화운동 전개 ⇒ 고객감동 서비스 지원

➢다양한 의견수렴 절차 마련 ⇒ 옥외광고문화 발전에 기여

➢투명한 경쟁방식의 옥외광고사업자 선정 ⇒ 객관성 확보 등

- **우리 옥외광고센터에서는**
  - ➢기존의 옥외광고문화에 대한 편협된 사고와 낡은 틀에서 벗어나
- **옥외광고문화 발전과 경쟁력이 강화될 수 있도록**
  - ➢업무추진 방식을 투명하고 공정하게 개선해 나가고
  - ➢능동적인 사고와 새로운 아이디어로

나날이 발전하는 실천조직으로 거듭나겠습니다!

감사합니다