

# 2022년 자체평가 결과보고서

(주요정책 부문)

2023. 1

문화체육관광부

# 1. 평가개요

## (1) 중점 평가방향

### □ 자체평가의 효율적 운영을 통한 정책개선 및 국정성과 창출

- 국정과제와 성과관리시행계획 간 상호 연계를 통한 국정과제의 정책성과 창출 지원

- 「성과관리 전략계획(2022~2026)」(‘22.8월)에서 제시한 6대 전략 목표를 바탕으로, 국정과제, ’22년 주요업무계획, 대통령 지시 사항 등 핵심적인 업무를 반영하여 성과목표 및 관리과제 수립

### □ 자체평가 역량 및 자체평가 결과의 신뢰성 제고 노력 추진

- 자체평가계획 수립 시 충분한 내·외부 의견 수렴을 통해 평가체계 수용성 제고 및 평가결과 공개를 통한 평가 신뢰성 확보

- 분과별 자체평가 현장점검(워크숍) 실시, 정책정보 공유, 평가담당자 교육 등을 통한 자체평가위원 및 업무담당자의 평가역량 강화

- 관리과제에 대한 평가등급(7등급) 강제배분 및 상대평가로 평가 공정성 제고
  - 전체 평가등급 중 ‘매우우수(최고등급) 및 부진(최하등급) 과제’는 분과 간 최종 협의·조정 단계를 거쳐 선정하여 평가 공정성 확보

### □ 평가결과의 체계적인 환류를 통한 성과중심 조직문화 정착

- 평가결과를 정책개선, 인사(성과급) 등에 적극 반영하는 등 성과중심의 조직문화 정착 및 책임행정에 기여



## (2) 평가추진 개요

### □ 평가추진 체계

#### ○ 자체평가위원회 구성·운영

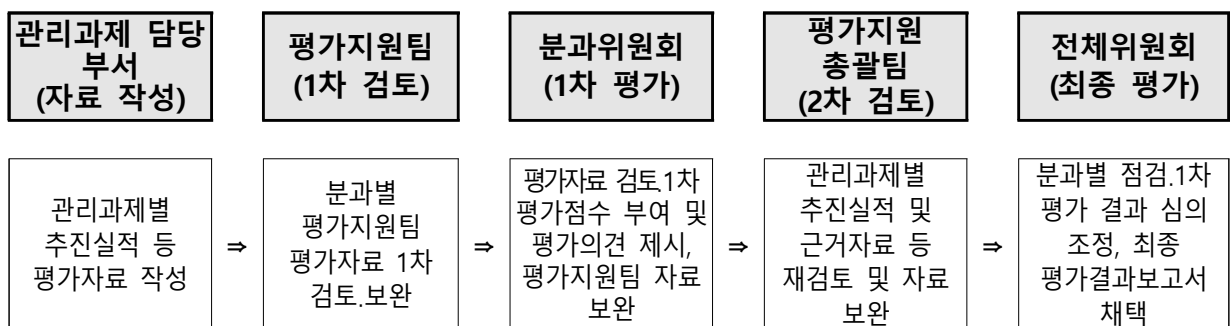
- 평가위원 29명 중 민간전문가를 분야별로 구분하여 문화예술·문화콘텐츠산업·관광산업·체육·홍보 5개 분과위원회(분과위원 24명) 구성
  - \* 행정관리역량(4명)은 별도 분과위원회를 구성
- 자체평가위원 직업군의 편중 지양, 다양한 정책의견 도출 유도
- 성과관리계획 심의·의결 및 상반기 이행상황 점검을 위한 자체평가위원회 운영(2회)
- 분과별 현장 점검 워크숍 실시를 통한 주요정책 현장 이해도 제고 및 자체평가 역량 강화

#### ○ 분과위원회별 평가지원팀 구성·운영

- 각 분과별로 평가 지원을 위해 평가지원팀을 구성하여 상반기 추진 실적 점검자료 작성·검토, 최종 평가자료 작성·검토 및 평가를 위한 각종 자료의 지원, 분과위원회 운영 등 역할 부여
- 정부업무평가 총괄담당관을 중심으로 평가지원총괄팀을 구성하여 평가자료 검토 및 보완 추진 등 평가 지원 총괄

### □ 평가방법

#### ○ 자체평가 추진절차



- 평가 자료 작성 및 1차 검토
  - 담당부서에서 반기별 추진실적 점검보고서 및 최종평가보고서 등 평가 기본 자료 작성 및 평가지원팀의 1차 자료 검토
  - 과제별 추진실적 및 근거자료 제시
- 분과별 평가자료 검토 및 1차 평가
  - 분과위원회와 평가지원팀에서 분과위원의 평가자료 검토 및 평가지원팀의 자료 수정·보완
  - 필요시 현장 점검 병행 실시, 분과위원의 과제 이해도 제고를 위해 수시로 정책자료 등 제공
- 평가지원총괄팀의 2차 검토
  - 분과별 평가자료에 대해 평가지원총괄팀의 2차 검토 및 자료 수정·보완
- 자체평가위원회 전체회의 최종 평가
  - 분과위원회의 1차 평가결과를 심의하여 최종 점수 확정
    - \* 관리과제별 평점점수 순위에 따라 7등급으로 구분
  - 관대화 여부 검토 및 과제별 중요도·난이도 등을 반영
  - 과제별 정성평가를 통해 정량평가로 파악하기 어려운 정책 파급 효과, 문제점 및 원인 분석, 대안 제시 등 질적 평가 추진
  - 상대평가를 통해 관대화 경향을 최소화하고 결과 공개 시 평가 등급 활용
- 최종 평가결과보고서 채택
  - 전체위원회의 조정결과를 반영하여 최종 평가결과보고서 채택
  - 평가개요, 총평, 과제별 평가결과 및 개인별 결과 반영계획 등

## □ 평가대상 및 평가지표

- 평가대상 : 2022년도 성과관리시행계획상 69개 관리과제
- 평가지표

평가항목	평가지표	측정방법(측정기준)																																											
정책집행 (20)	집행이행도 (추진일정의 충실성)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 과제별로 당초 계획한 내용대로 추진하였는지 여부</li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>완수</th> <th>거의완수</th> <th>일부완수</th> <th>미완수</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>배 점</td> <td>20~17</td> <td>16~13</td> <td>12~9</td> <td>8~0</td> </tr> </tbody> </table>	구분	완수	거의완수	일부완수	미완수	배 점	20~17	16~13	12~9	8~0																																	
구분	완수	거의완수	일부완수	미완수																																									
배 점	20~17	16~13	12~9	8~0																																									
정책효과 (60)	성과지표의 목표달성도	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 성과지표의 목표치 달성여부, 적극성을 확인하여 6단계로 구분</li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">목표치 적극성</th> <th colspan="5">달성도</th> </tr> <tr> <th>초과달성</th> <th>달성</th> <th>일부 미달성</th> <th colspan="2">상당 부분 미달성</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>높음</td> <td>매우우수</td> <td>우수</td> <td>보통</td> <td colspan="2">다소부진</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>우수</td> <td>보통</td> <td>다소부진</td> <td colspan="2">부진</td> </tr> <tr> <td>낮음</td> <td>보통</td> <td>다소부진</td> <td>부진</td> <td colspan="2">미흡</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지표별 점수</li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th>S (매우우수)</th> <th>A (우수)</th> <th>B (보통)</th> <th>C (다소부진)</th> <th>D (부진)</th> <th>E (미흡)</th> <th>가(감)점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>30점</td> <td>27점</td> <td>24점</td> <td>21점</td> <td>18점</td> <td>15점</td> <td>성과의 질(±2점 이내) · 사회적 가치 반영(1점이내)</td> </tr> </tbody> </table>	목표치 적극성	달성도					초과달성	달성	일부 미달성	상당 부분 미달성		높음	매우우수	우수	보통	다소부진		보통	우수	보통	다소부진	부진		낮음	보통	다소부진	부진	미흡		S (매우우수)	A (우수)	B (보통)	C (다소부진)	D (부진)	E (미흡)	가(감)점	30점	27점	24점	21점	18점	15점	성과의 질(±2점 이내) · 사회적 가치 반영(1점이내)
	목표치 적극성	달성도																																											
초과달성		달성	일부 미달성	상당 부분 미달성																																									
높음	매우우수	우수	보통	다소부진																																									
보통	우수	보통	다소부진	부진																																									
낮음	보통	다소부진	부진	미흡																																									
S (매우우수)	A (우수)	B (보통)	C (다소부진)	D (부진)	E (미흡)	가(감)점																																							
30점	27점	24점	21점	18점	15점	성과의 질(±2점 이내) · 사회적 가치 반영(1점이내)																																							
	정책 효과성	<ul style="list-style-type: none"> <li>ⓐ 과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점)</li> <li>ⓑ 향후 정책효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점)</li> <li>ⓒ 과제수행을 통해 관련 상위정책 등에 대한 기여여부(5점)</li> </ul>																																											
정책환류 (20)	평가결과 환류노력도	<ul style="list-style-type: none"> <li>ⓐ '20년 자체평가 결과 개선조치 이행 실적</li> <li>ⓑ '21년 자체평가위원회 운영시 제시된 사항 이행 실적</li> <li>ⓒ 자체점검 충실성(중간평가, 부진사항 원인분석 및 대책마련 등)</li> <li>ⓓ 언론보도, 외부기관 지적 등 문제 발견시 대응조치여부</li> </ul>																																											
	현장의견 수렴 및 반영	<ul style="list-style-type: none"> <li>ⓐ 현장 의견 수렴 노력</li> <li>ⓑ 현장의견의 정책 반영 이행 노력 및 효과</li> </ul>																																											

## 2. 평가결과

### (1) 총 평

- '22년도 성과관리시행계획 상의 69개 관리과제에 대한 자체평가 결과,
  - 매우우수 3개(4.3%), 우수 14개(20.3%), 다소우수 10개(14.5%), 보통 21개(30.4%), 다소미흡 11개(15.9%), 미흡 7개(10.1%), 부진 3개(4.3%)로 나타남 ※ 평가등급 사전 강제배분(상대평가)
  - 매우우수 과제 '방송영상콘텐츠 경쟁력 강화', '방한시장 경쟁력 강화', '스포츠산업 활성화 지원'을 포함한 우수 이상 과제는 총 17개 과제이며,
  - 미흡 이하 과제는 '원천콘텐츠로서 출판산업 경쟁력 강화', '지속 가능한 관광개발 추진', '대국민 소통 활성화 캠페인 추진' 등 10개 과제인 것으로 평가됨
  
- 총 69개 관리과제의 142개 성과지표에 대한 목표달성도 분석 결과,
  - 131개 성과지표의 목표치는 충실히 달성(100% 이상) 하였으며, 7개 성과지표는 90% 이상을 달성하였음
    - 다만, 3개의 성과지표의 경우는 목표치 달성도가 90% 미만을 기록하였으며, 관광객 수요자 맞춤형 인프라 개선 과제의 '외래 관광객의 관광편의서비스 만족도' 지표의 경우 코로나19로 조사가 미실시되었음
  - 특히, 국립중앙극장 공연 활성화 과제의 '국립극장 기획공연 객석 점유율(86%)', 원천 콘텐츠로서 출판산업 경쟁력 강화 과제의 '국제 도서전 및 수출상담회 참가 저작권 계약액수(63.1%)', 대국민 소통활성화 캠페인 추진 과제의 '정책광고를 통한 국정 이해 도움도(88.3%)'의 경우 목표치 달성이 미흡한 것으로 나타남
  - 목표달성도가 지나치게 높은(180% 이상) 일부 성과지표의 경우 목표설정이 지나치게 소극적으로 책정된 것으로 보이며, 면밀한 분석을 통해 향후 적절한 목표치를 설정할 수 있도록 관리가 필요

## (2) 주요성과

□ (문화예술 분과) '기초 문화생활 보장 및 인문정책의 사회적 역할 확대', '예술인의 지위향상과 복지증진 체계 강화' 등 7개 과제는 우수한 성과를 보인 것으로 평가

### ○ 기초문화 생활 보장 및 인문 정책의 사회적 역할 확대

- 취약계층의 문화복지 확대를 통해 공정한 문화접근 기회를 보장(국정 과제 56-1)하고 인문정신·문화다양성 가치 확산을 통해 품격있는 문화 시민 역량 강화(국정과제 56-2) 및 사회통합에 기여

· (통합문화이용권) 사업시행 이후 최초 통합문화이용권 수혜율 100% 달성 및 수혜인원 확대('21년 197→'23년 232만명), 사상 최초 연도 중 지원금 상향(10→11만원, 9.1~) 등 취약계층의 문화접근기회 보장

· (인문정신) 문화소외층\* 대상 프로그램 신규 운영('22.7월~ 888회, 9,006명), 도서관·박물관·생활문화시설 활용 인문프로그램 확대 운영('21년 746→ '22년 1,000개, 33만여명 참여) 등을 통해 우울감·사회적 고립감 치유 및 인간 중심의 정신적 가치 확산

\* 코로나19 업계 종사자, 장애인, 인구소멸지역 주민, 위기청소년 등

· (문화다양성) 문화다양성 이해증진을 위한 확산·교육프로그램(총 227개, 연간 103만명, 전년대비 27% 증) 시행 및 참여자 문화다양성 인식 향상(참여 전 73.2 → 후 84.3점) 등 타문화 포용 분위기 제고

### ○ 지역문화 활성화

- 각 지역 고유의 문화매력 발굴 및 격차 완화, 지속가능한 지역 문화 인력성장 체계 활성화, 일상속 생활문화 확산 등을 통해 문화중심 지역균형 발전 기반(국정과제 56-4) 마련

· (문화도시) △1~3차 문화도시(18곳) 국비지원(274억원), 4차 문화도시 지정('22년 6개소), 제5차 예비 문화도시(16개소) 지정 △문화로 지역을 혁신하는 '대한민국 문화도시 추진계획\*' 발표('22.12월)

\* 대한민국을 대표하는 문화도시 7곳 내외를 선도도시로 지정, 문화도시와 인근도시 간 네트워크를 강화해 문화균형발전 유도

· (인력양성) 지역 현장에서 활동할 수 있는 문화기획자·활동가 등 전문인력 양성, 지역 문화기반시설에서 일 경험 지원('22년 373명 모집 / 273명 수료 / 일경험 69명 현장배치)

· (생활문화 확산) 생활문화동호회지원('22년 2,674개), 어르신 문화 프로그램('22년 198개, 4500명 참여), 문화가 있는날 연계 청년·어르신 공연지원\* 및 지역별 문화향유 확대\*\*

\* 청춘마이크(72.5억, 502팀, 1,533명 참여), 실버마이크(14.5억, 103팀, 355명 참여)

\*\* △지역 자율 맞춤형 프로그램(48억, 77개 단체), 유아동 및 직장인 대상 맞춤형 프로그램(15억, 240회) △지역 도서관·박물관·미술관 등 문화시설 활용 프로그램(28.5억, 300여개단체)

## ○ 국어 발전 기반조성 및 진흥

- 이용자 수요에 맞는 언어자원 구축 및 국민이 체감할 수 있는 쉽고 바른 언어생활 환경 조성에 기여

· (언어자원) 언어현실을 반영한 <표준국어대사전> 신규 등재 후보 단어 원고 집필(3,000개), 규범정보 보완(1,500개), 우리말샘 사전 반영(13,250건)

· (바른 언어생활) 대국민 국어생활상담(181,348건), 공공문서 감수(728건), 정책용어 상담(220건), 새말모임 개편으로 신속한 대체어 마련 및 홍보(46건), 기존 다듬은말 검토·보완(116건) 등

· (특수언어) 한국수어-한국어 사전 집필(표제어 500개), 누리소통망 자료 수어통역 영상제작(40개), 국외 점자 자료번역(21종) 등

· (교육강화) 한국어 교원 연수 추진(국내 교원 525명, 국외 연구자·교원 70명), 찾아가는 국어문화학교(13,912명) 등

- 국립중앙도서관 국가지식정보자원 확충 및 도서관 서비스 강화
  - 소장자료 디지털화 및 온라인자료 수집 등을 통한 국가지식정보 자원 확충과 대국민 지식정보서비스의 활용성 강화를 위한 개방·공유 확대 추진
    - (디지털화) △소장자료 및 문화예술기관(도서관 박물관 규장각·장서각 등) 주요장서의 디지털화('22년 156,822책, 누적 1,903,045책) △월평균 디지털콘텐츠 활용 건수 전년대비 124% 증가
    - (도서관협력) △전국 도서관 자료 공동 이용을 위한 국가상호대차 서비스 「책바다」 운영, 개별도서관의 한정된 장서 문제해소(신청건수 49.6천건) △소장원문 디지털화 자료 협약도서관 제공(4,946개관) △도서관 빅데이터 참여도서관 확대('21년 1,330개관 →'22년 1,490개관)
    - (대국민서비스) 온라인으로 대국민 지식·학술정보서비스를 제공하는 '사서에게 물어보세요(CDRS)' 운영, 맞춤형 정보 제공(질의응답 1.4천건)
  
- 국립아시아문화전당 활성화
  - 통합전당 출범('22.1월) 및 사업과 조직의 대폭 확대, 초대 기관장 취임(개관 7년 후) 등 대전환 시기를 거쳐 국내 유일 '아시아문화'를 주제로 하는 **복합문화예술기관으로 점진적 입지 강화**
    - (기관운영) 전년대비 관람객 증가(61만 명→177만 명), 운영 프로그램 확대(177건→281건), 관람객 만족도 향상(81.4점→86.6점), 기관장 대내외 소통 대폭확대(매월 '기관장 편지' 발송, 직원 소통간담회 36회, 콘텐츠 분야별 외부 운영자문위원회 발족, 광주시, 시민연대, 민·관·정 소통협의체 3종 신설)
    - (창·제작) 국내 대표 창·제작 전문극장 및 아시아 신화·설화 활용한 공연개발(11종), 시대성 반영한 기획전시(11종), 국제 레지던시 운영(5종: 국내 21명, 국외 12명) 및 성과전시, 융·복합 콘텐츠 연구사업(3종), 창·제작 기반 전문인력 양성 교육(9종)
    - (대중화 사업) 민주·인권·평화 가치기반 콘텐츠, 축제(어린이가족문화축제, 월드뮤직 페스티벌, 아시아문화주간 등), 관람객 친화 공연 정례화(브런치콘서트, 슈퍼클래식, 빅도어시네마, 수요극장 등), 어린이·청소년·시민대상 아시아 문화 기반 문화예술 교육(61종)

## ○ 예술인의 지위 향상과 복지증진 체계 마련

- 선제적·다각적 예술인 복지지원 및 예술인 권리 보호체계 마련으로 예술인 복지 안전망 강화(국정과제 57-3) 추진
  - (복지 안전망) 코로나19로 창작활동이 멈추지 않도록 선제적·다각적인 예술인 복지지원 확대 및 생활안전망 강화를 통한 예술활동 지속 기반 제공
    - \* △예술인 고용보험 가입 15.5만명 달성('21년 10.6만명 대비 45% 이상 증가), 예술인 산재보험 당연가입 적용 등 확대 방안 검토(고용부 협업) △저소득 예술인의 창작지속 위한 창작준비금 확대('21년 1만 5천명 → '22년 2만 1천명/본예산기준)
  - (권리보장) 「예술인권리보장법」 시행(9.25)에 맞춰 관련 운영체계를 구축하여 공정한 예술 창작환경을 위한 기틀 마련
    - \* (기반마련) 「예술인권리보장법」 하위 법령 시행(9.25.), 전담 조직인 예술인 지원팀 신설(9.1), 권리침해 신고 및 상담 지원 시스템 구축
    - \* (서면계약) 공연예술(4종→5종), 미술(11종→12종) 분야 표준계약서 제·개정, 예술분야 계약교육 및 서면계약 작성을 위한 지원·상담 확대
      - ※ △ 권리보호(계약) 교육 15,020명, △ 서면계약 작성 지원·상담 555건, △ 서면계약 작성 전문 컨설턴트 확대 '21년 20명 → '22년 27명, △전자계약 체결 지원 70사업장

## ○ 시각예술 및 디자인문화 진흥

- 미술 향유의 문턱을 낮추는 다양한 정책 추진 및 예술인들의 안정적 창작활동 지원 등을 통해 품격있는 문화 시민 역량강화 지원(국정과제 56-2) 기반 마련
  - (시각예술 향유 활성화) 미술주간, 공예주간 프로그램을 확대를 통한 장르별 유통·향유기반 활성화
    - \* ▲미술주간(223개 기관 및 51만명 참여, 미술여행 확대 17→20개코스, 청각 장애인 수어해설 프로그램 2개소), ▲공예주간('21년 168만명→'22년 217만명)
  - (일상회복 전환) 코로나19 일상회복 국면을 맞이하여 미술주간, 공예주간, 작가미술장터, 공예트렌드페어, 밀라노 한국공예전 등 대표적인 시각예술행사 대면 행사를 중심으로 추진하되 비대면 온라인 전시 병행 개최



- (일자리 창출) 청년디자이너인턴십(180명), 공예청년인턴십(134명), 예비 전속작가제 지원(104명), 전시해설 인력지원(70명) 등 시각예술분야 일자리 사업을 통해 예술인들의 안정적 창작활동 지원 및 자생력 강화
- (문화창작공간 조성 및 문화 향유기회 확대) 산업유산 리모델링을 통한 당인리 문화공간 조성, 마을미술 프로젝트, 전시공간 활성화 사업(52건) 등 지역민들의 문화 향유 기회 확대

□ (문화콘텐츠산업 분과) '방송영상콘텐츠 경쟁력 강화', '저작권 보호 활동 강화', 세계속 한류확산과 타산업 동반진출 지원' 등 3개 과제는 우수한 성과를 보인 것으로 평가

○ 방송영상콘텐츠 경쟁력 강화

- OTT 영향력 확대 등 미디어 환경 변화에 적극적으로 대응하여 OTT 특성에 맞춘 'OTT 특화콘텐츠 제작지원' 및 'OTT·콘텐츠 특성화 대학원' 등 글로벌 OTT 신시장 선점을 위한 전략적 지원 확대
- 해외 주요 방송영상마켓에 한국공동관 개설 및 K-드라마 쇼케이스 개최 등 대면 해외진출 맞춤형 지원으로 수출 성과 대폭 확대
- \* BCWW '22년 계약 실적 7,300만달러(전년 대비 108.6% 증), MIPCOM '22년 계약 실적 1,664만 달러(전년 대비 105.9% 증)

○ 저작권 보호활동 강화

- 자체 적발 불법복제물은 신속 심의(2주→1주)할 수 있도록 내부 심의 규정 개정, 저작권 침해 신속 대응체계 마련 ('22.9.28.)
- \* 불법복제물 삭제 처리 기간 단축(2주→1주), 불법복제물 97.3% 1주 이내 신속 심의('22. 9~10월)
- 인터폴·미국 국토안보부와 합동수사 실시('22~), 필리핀·태국 수사기관 초청('22.9.11월) 등 저작권 침해 국제공조수사 확대
- 현지 정부·유관기관 협력체계 구축 및 구제조치(상시 모니터링·경고장 발송·불법 URL 삭제요청 등) 등 침해 대응 지원 확대
- \* 불법침해 대응 실적(건) : ('20) 83,733 → ('21) 153,152 → ('22) 183,794

- 코로나 19 이후 2년 만에 저작권 포럼 및 정부 간 회의 등\*을 통해 저작권 보호 당위성에 대한 개도국 인식개선, 선진국과 공동 대응 방안 모색\*\*

\* ▲해외지식재산보호협의체(6개 관계 부처 및 8개 공공기관, 16개 콘텐츠 협·단체 참여), ▲한-중/한-일 정부 간 회의, ▲한-베트남·태국·필리핀 포럼 등

\*\* 미국 특허상표청, 영국 지식재산청, 일본 문화청과 체결한 MOU 활용, 제3국 내 상호 저작권 보호를 위한 공조방안 및 대응전략 논의

#### ○ 세계속 한류확산과 타산업 동반진출 지원

- 범정부 ‘한류협력위원회’(협업체계)와 ‘한류 연계 K-브랜드 협업 과제’(협업사업)을 통해 협력사업의 지속적 발굴 및 한류와 연관 산업의 동반 해외진출 활성화

\* 콘텐츠 수출 1억 달러 증가시 소비재 수출 1.8억 달러 증가 건인. 특히 음악·방송·영화 콘텐츠 수출 1억 달러 증가시, 소비재 수출 중화권 4.56억 달러, 비중화권 5.27억 달러 증가('22년, 수출입은행)

\*\* 농수산식품 수출(억달러): ('16) 64.6 → ('21) 113.9 → ('22.12월) 119.9

- 지속적인 해외 한류 커뮤니티 활동 지원 등으로 한류 소비층 저변 확대 및 충성도 높은 한류팬 확보

\* 해외 한류동호인 수 : '12, 926만명 → '21, 1억5,660만명 ('22.2월, 외교부)

□ (관광산업 분과) ‘방한시장 경쟁력 강화’, ‘고부가가치 융복합 관광산업 육성’ 등 2개 과제는 우수한 성과를 보인 것으로 평가

- (방한관광 생태계 활성화) 국제관광 재개 대비 외국인 관광객 입국 편의 제고, 시장 수요 선점을 위한 K컬처 연계 마케팅, UNWTO 국제공조 등 코로나19로 침체된 인바운드 시장 재건 및 활력 제고

- (국제관광 회복 주도) △관광 재개를 위한 입국절차 복원(격리, PCR 폐지, 관광비자 재개), 핵심시장(일본 대만) 선제적 무시증 시행(8-10월), △‘코리아 위크(7월/스페인)’ 개최, 노선 복원 계기 대규모 환대캠페인 등 공세적 마케팅

\* 한국 방문 외국인관광객 월별 회복률 성장(19 대비) : '22년 3월 6.3% → 12월 36.2%

- (관광 네트워크 회복) △관광분야 국제회의(APEC, G20) 참석 및 주요국

고위급 면담을 통한 관광재개 협력, △트래블마트 개최, 업계 상품 개발 지원 등으로 국내외 인바운드 업무 네트워크 복원 촉진

- (한국관광 브랜드 확산) 한류스타 BTS 출연 해외광고 이슈화, 개인 맞춤형 디지털 마케팅으로 해외 한국관광 관심도 제고, 신규수요 창출

\* 'Feel the Rhythm of Korea' 홍보영상 누적 조회수 6억 2천만회, AI 프로그래밍 광고 노출 횟수 1.2억회 및 방한상품 직접 모객수 1.6만 명

○ (융복합 관광산업 육성) MICE, 웰니스관광, SIT(Special Interest Tourism) 시장 집중육성

- (MICE) 국제회의산업 규제완화 법제화, 디지털 역량강화 지원 및 지역 마이스 기반 조성 등 코로나19 이후 마이스 업계 재도약 지원

\* 국제회의업·국제회의시설 범위 확대, 국제회의 기준 완화, 국제회의 복합지구 지정요건 완화 등 법·시행령 개정(4회)

\* 국제회의복합지구 추가 지정(2개, 대전, 경북 경주), 지역 디지털 인프라 확충 (3개, 경남 창원, 경북 구미, 전북 군산) 등 지역 기반 조성

- (웰니스관광) 웰니스관광 산업 법제화 방안 연구('22.5.~'23.1.), 지역 웰니스관광 특화 자원 발굴을 위한 웰니스 관광 클러스터 운영('22년 4개소)

- (SIT 시장 집중 육성) 한국 테마관광 박람회(B2B)(10.12.), '웰컴 대학로(9.24.~10.30.)', '윈터코리아페스티벌' 개최('22.12.~'23.2월) 등 한국 문화콘텐츠 관광상품화 및 마케팅

□ (체육 분과) '생활체육 참여 제고', '스포츠산업 활성화 지원', '장애인 스포츠 참여 환경 조성' 등 3개 과제는 우수한 성과를 보인 것으로 평가

○ 생애주기별 맞춤형 프로그램 제공 및 비대면 체육활동 독려로 코로나19로 지치고 위축된 몸과 마음 회복에 기여하였으며, 지역 기반의 스포츠클럽 육성 및 소외계층 대상 스포츠강좌이용권 지원 등 경제적, 지역적 여건에 관계없이 지속적으로 스포츠에 참여할 수 있는 여건을 마련하였음

- 스포츠산업 활성화를 위하여 역대 최대규모의 스포츠산업 용자를 지원(449억원 추가 확보, 역대 최다 2,289억원 지원) 하였으며, 성장단계별 스포츠기업 맞춤형 지원 및 스포츠산업 비대면·디지털 전환 지원을 확대하였음
- 장애인 생활체육프로그램 지원, 포스트 코로나 시대에 대비한 비대면 지도활동 병행, 장애인 스포츠강좌이용권 지원 확대, 반다비체육센터 최초 개관 등 장애인 생활체육 제고를 위한 정책의 활발한 수행을 통해 코로나19로 인해 위축되어 있던 장애인 생활체육 참여율이 큰폭으로 상승하는 데 기여하였음

□ (홍보분과) '정책간행물 기획 및 발간, '국민 눈높이에 맞는 쌍방향 온라인 소통강화' 등 2개 과제는 우수한 성과를 보인 것으로 평가

- (정책간행물 기획 및 발간) '정기간행물 독자 만족도' 목표치(90.6점) 초과 달성(90.8점/ 100.2%), 콘텐츠 품질 제고 노력(콘텐츠 수준 89.4%, 열독률 결과 89.4%)으로 정책정보지의 필요성 확인
  - (맞춤형 정책정보 확산) 주요정책 및 국정 현안에 대해 다양하고 유용한 맞춤형 정책간행물 발간\*을 통해 정책이해도 및 공감대 제고
    - \* 정책주간지 '공감(주간)', 젊은 층 대상 '카툰공감(격주간)', 시각장애인 대상 '손끝으로 읽는 국정월간', 생애주기별 맞춤형 정보제공 '내 삶에 힘이 되는 희망사다리' 등 11종 231.36만부 발간
  - (디지털 콘텐츠 확산 강화) 인쇄매체의 부수, 배포 등 한계 극복하고, 매체 환경 변화에 대응하기 위해 정책간행물 디지털 확산 강화
    - \* 공감 누리집, 네이버 블로그, 다음카카오뷰, 페이스북, 유튜브 등 채널 운영 및 △지면 연계형 영상콘텐츠 확대 △누리집 전면개편 △인플루언서 협업 브랜드 홍보 등 추진
- 국민이 직접 참여하는 디지털 프로모션을 통해 국민참여 기회를 확대하고 눈높이에 맞는 쌍방향 온라인 소통 강화
  - (국민참여) 3.1절 광복절, 누리호 발사 등 주요 계기 정책소통에 해시태그, 카메라 필터 등의 디지털 기술을 접목하여 참여자의 적극성 제고 및 자발적 재확산을 유도하는 등 국민참여 디지털 캠페인을 통해

핵심 국정과제에 대한 사회적 관심 환기와 정책 공감대 형성에 기여

- (양방향 소통 활성화) 국민 의견 제안 댓글 이벤트, 정책 관련 국민들의 궁금증을 소관 부처와 협업, 궁금증에 답변하는 “정책 물어보세요” 등 콘텐츠로 정책 이해도 제고 및 양방향 소통 활성화
- (맞춤형 콘텐츠 제작) 모바일 최적화, 콘텐츠 가독성 제고 및 정책고객별 특성에 따른 맞춤형 콘텐츠 제작으로 '22년 제작 콘텐츠 1건당 평균 조회수가 전년 대비 이미지 콘텐츠 70% 증가, 영상 콘텐츠 1,274% 증가, 정부대표 SNS 채널 누적 조회수 1억 뷰를 상회하는 등 정책홍보 전파력 증가

### (3) 개선·보완 사항

- (문화예술 분과) '국립민속박물관 민속문화 보급·선양을 통한 국민 문화향유권 증진', '국립중앙극장 공연 활성화' 등 4개 과제는 미흡한 것으로 평가
  - 국립민속박물관 민속문화 보급, 선양을 통한 국민향유권 증진
    - 코로나 방역지침 완화의 사유는 있으나, 성과지표 중 하나인 관람객수의 실적치가 목표대비 233.6% 달성됨에 따라 향후 보다 적극적인 목표치 설정 노력 필요
    - \* 관람객 수(천명) '22년 목표 47.3천명 → 실적 110.5천명
  - 대한민국역사박물관 열린 역사 문화 공간 구축
    - 유동인구가 많은 광화문에 위치했음에도 불구하고 성과지표인 관람객 수 '22년 목표치를 소극적으로 설정하고 202% 달성함. 향후 목표치를 보다 적극설정하고 전시 접근성 강화 및 홍보 다변화 등을 통해 관람객 유치 노력 강화 필요
  - 국립전통예술중고 전통예술인재 육성
    - 성과지표인 '학교교육활동 수요자 만족도 조사' '22년 실적이 근소하게 미달성(목표대비 97.5% 달성)함에 따라 향후 수요자와

소통 및 홍보 강화 노력 지속 필요

○ 국립중앙극장 공연 활성화

- 성과지표인 '기획공연 객석점유율'이 미달성(목표대비 86% 달성)됨에 따라 향후 극장 공연 및 서비스 전반에 대한 관객 참여 및 의견 수렴 경로 다각화 등 적극적인 개선 노력 필요

□ (문화콘텐츠산업 분과) '디지털 뉴스미디어 경쟁력 강화', '원천 콘텐츠로서의 출판산업 경쟁력 강화' 등 2개 과제는 미흡한 것으로 평가

<디지털 뉴스미디어 경쟁력 강화>

- 민간분야 디지털 뉴스콘텐츠 실구매 유도를 위한 뉴스저작권 인지도\* 제고
  - 유튜브·방송 광고를 통한 대국민 홍보로 민간분야의 디지털 뉴스 콘텐츠 실구매 유도 및 및 복제 위반 모니터링 실시
  - \* 뉴스저작권 인지도(68.8%)는 음악·영화 사진저작권에 대한 평균 인지도(94.5%)에 비해 매우 저조한 편("2022 뉴스저작권 국민인지도 조사 결과보고서" 한국언론진흥재단)
- 약 30여개 공공기관(대학포함) 등에 무상\* 제공되던 뉴스분석API 서비스\*\*의 유료화로 뉴스저작권에 대한 인식제고 및 실적확보
  - \* '22년 기준 무료제공 규모 약 24억원 \*\* 뉴스를 분석하여 데이터화하여 제공하는 서비스
- 다양한 이용자 수요에 맞출 수 있는 주문형 상품과 잠재 고객군인 민간기업·홍보대행사 등을 대상으로 적극적인 판촉활동 예정

<원천 콘텐츠로서 출판산업 경쟁력 강화>

- 출판콘텐츠 국제교류 지표 현실화
  - 국제도서전 및 수출상담회 참가는 매해 동일 권역, 동일 도서건에 참가하는 것이 아닌 ①수출시장으로 성숙된 권역 참가, ②수출시장 가능성을 지닌 권역의 시장 개척 참가, ③문화적 교류를 시작으로 잠재시장 개척을 위한 참가 등 해마다 해외시장 진출 전략에 맞춰 참가 권역과 대상 변경하여 참가

- 동일한 기준 하에 비교치로써 측정되어야 하는 성과지표로서는 적절치 않은 측면이 있으므로 동일 기준치에서 성과가 측정될 수 있는 지표로 변경, 설정

□ (관광산업 분과) '지속가능한 관광개발 추진' 과제가 미흡한 것으로 평가

- 성과지표 중 지역관광개발사업 기획평가 만족도(4.14점)가 목표치(4.24점)에 미달
- 지역관광개발사업 기획평가가 동 관리과제에서 차지하는 비중이 극히 낮아 지표로서 대표성이 없으므로 대체 성과지표 발굴 필요

□ (체육 분과) '스포츠산업 연구 및 기술개발', '국제경기대회 사후 활용도 제고' 등 2개 과제가 미흡한 것으로 평가

- 스포츠산업 연구 및 기술개발 과제는 연구개발 사업 추진일정 상 연도 내에 목표 달성도 측정이 불가능하여 달성도 및 정책 효과성 측정에 어려움이 있는바, 성과 측정이 가능한 성과지표로 개선·변경 검토 필요

\* 2022년 문화체육관광 R&D 성과조사 진행중('22.11~'23.1)으로 '23년 2월 초 성과 데이터 집계 완료 예정

- 국제경기대회 사후 활용도 제고 과제는 보육기관 유소년, 장애인 등 소외계층 대상 동계스포츠 체험 기회를 확대하고 목표치를 초과 달성하는 등 적극적으로 사업을 추진한 점은 인정되나,
  - 정량 평가지표(유산프로그램 참가자수)는 일부 사업 참가자수로만 측정되고 있어 관리과제의 정책 효과성을 대표하지 못하는 문제점이 있으므로 정책의 효과성\*을 가늠할 수 있도록 평가지표 측정범위 개선 필요

□ (홍보 분과) '대국민 소통활성화 캠페인 추진' 과제가 미흡한 것으로 평가

- 주요정책 광고 및 장기 캠페인 광고 추진을 통한 정책 메시지 수용도 제고 노력에도 불구하고, '대국민 소통활성화 캠페인 추진' 과제의 성과목표 달성도 다소 미흡
- '정책광고를 통한 국정 이해 도움도' 지표의 성과 측정 방법(조사 방식, 대상) 및 정책광고 효율성, 미디어 전략 등 미흡 원인 정밀 분석을 통한 사업 전반(기획 → 집행 → 효과조사 → 환류) 개선



#### (4) 평가결과 종합

전략목표명	성과목표명	관리과제명	평가점수	평가등급	
I. 삶의 질을 높이는 문화환경을 조성한다.	1. 국민 문화향유 기회를 확대한다.	① 기초문화 생활 보장 및 인문 정책의 사회적 역할 확대	96	우수	
		② 복합문화공간으로 도서관 기능 강화	83	보통	
		③ 박물관 관람환경 개선을 통한 접근성 및 문화향유 기회 확대	87	다소우수	
	2. 생활 속 문화를 조성한다.	① 지역문화 활성화	92	우수	
		② 전통문화 진흥	83	보통	
		③ 국어 발전 기반 조성 및 진흥	91	우수	
		④ 종교문화활동 및 보존 지원	79	다소미흡	
	3. 국민 체감형 문화시설 지원 운영을 확대한다.	① 국립중앙박물관 국민행복 서비스 활성화	83	보통	
		② 국립민속박물관 민속문화 보급·선양을 통한 국민 문화향유권 증진	74	미흡	
		③ 대한민국역사박물관 열린 역사 문화 공간 구축	74	미흡	
		④ 국립중앙도서관 국가지식정보자원 확충 및 도서관 서비스 강화	91	우수	
		⑤ 국립한글박물관 운영으로 한글의 가치와 문화 확산	83	보통	
		⑥ 국립장애인도서관 운영을 통한 장애인 지식정보평등 환경 구현	79	다소미흡	
	4. 국제교류를 통해 우리 문화를 확산한다.	① 우리 말글의 가치 재정립 및 확산	87	다소우수	
		② 국제문화교류 활성화	83	보통	
	5. 아시아 문화예술 향유의 중심이 되는 문화도시를 조성한다.	① 문화중심도시 조성	83	보통	
		② 국립아시아문화전당 활성화	91	우수	
		③ 옛 전남도청 5.18 당시로 복원	78	다소미흡	
	II. 문화예술의 창조적 역량을 강화한다.	1. 문화예술 창작여건을 선한다.	① 예술인의 지위 향상과 복지증진 체계 강화	98	우수
			② 공연예술분야 창작기반 조성 강화	89	다소우수
③ 시각예술 및 디자인문화 진흥			97	우수	
④ 국립현대미술관 전시 활성화			81	보통	
2. 문화예술 교육을 활성화한다.		① 문화예술교육 지원	88	다소우수	
		② 한국예술종합학교 예술인재 육성	82	보통	
		③ 국립국악중고 국악인재 육성	79	다소미흡	
		④ 국립전통예술중고 전통예술인재 육성	73	미흡	
3. 전통공연 예술을 활성화한다.		① 국립중앙극장 공연 활성화	74	미흡	
		② 국립국악원 국악진흥	84	보통	
III. 콘텐츠산업 재도약으로 4차 산업혁명시대		1. 산업기반 조성으로 문화콘텐츠 창의 발현 생태계	① 경쟁력 있는 콘텐츠 창작·창업 생태계 조성	83	보통

국가 경쟁력을 견인한다.	를 구축한다.	② 콘텐츠 금융 활성화	88	다소우수
		③ 4차 산업혁명시대 융복합 콘텐츠 기반강화	83	보통
		④ 세계속 한류확산과 타산업 동반진출 지원	92	우수
	2. 핵심 콘텐츠의 집중 육성으로 차세대 성장 동력을 강화한다.	① 영화산업 및 애니메이션 산업 육성	87	다소우수
		② 게임산업 육성	84	보통
		③ 음악산업 및 만화산업 육성	82	보통
	3. 건강한 저작권 생태계 조성으로 문화 콘텐츠의 공정 이용을 모한다.	① 저작권 인식제고 및 기관지원	78	다소미흡
		② 저작권 보호활동 강화	93	우수
		③ 저작물 이용 및 유통환경 조성	79	다소미흡
	4. 미디어 산업 및 융복합 미디어 콘텐츠 글로벌 확산을 지원한다.	① 디지털 뉴스미디어 경쟁력 강화	74	미흡
		② 방송영상콘텐츠 경쟁력 강화	95	매우우수
		③ 원천 콘텐츠로서 출판산업 경쟁력 강화	74	부진
IV. 관광의 질적 경쟁력 강화를 통해 국민 행복과 복지를 증진한다.	1. 관광서비스 기반 선진화를 실현한다.	① 누구나 편리하게 누리는 관광여건 조성	90	다소우수
		② 관광객 수요자 맞춤형 인프라 개선	80	다소미흡
	2. 인바운드 관광 질적개선 및 지역관광 콘텐츠를 확충한다.	① 한국형 관광콘텐츠 육성	85	보통
		② 방한시장 경쟁력 강화	100	매우우수
	3. 관광산업 경쟁력을 강화한다.	① 관광산업 발전기반 조성	85	보통
		② 고부가가치 융복합 관광산업 육성	100	우수
③ 지속가능한 관광개발 추진		75	부진	
V. 생활체육 활성화와 스포츠경쟁력 강화로 국민행복을 실현한다.	1. 스포츠 생활화로 100세 시대의 건강한 삶을 구현한다.	① 생활체육 참여 제고	96	우수
		② 공공체육시설 확충 및 운영 활성화	89	보통
		③ 학생 스포츠 참여 제고	85	다소미흡
	2. 국가대표 경기력을 향상하고 체육인 복지를 증진한다.	① 국가대표 지원체계개선 및 경기력 향상	86	다소미흡
		② 체육인 복지 및 권익 강화	94	다소우수
	3. 스포츠 산업 혁신 기반을 마련하여 제성장을 인한다.	① 스포츠산업 활성화 지원	98	매우우수
② 스포츠산업 연구 및 기술개발(R&D)		84	미흡	

	4. 국제스포츠 교류를 통하여 국제스포츠 위상을 강화한다.	① 국제스포츠 교류 활성화	87	보통
		② 국제스포츠 반도핑 확산	92	다소우수
		③ 국제경기대회 사후 활용도 제고	82	미흡
	5. 장애인 체육 활동을 활성화 한다.	① 장애인 스포츠 참여 환경 조성	95	우수
		② 장애인체육 경쟁력 제고	90	보통
VI 대국민 정책 소통을 강화하여 성공적 국정운영 기반을 마련한다.	1. 효과적인 국정홍보를 통해 국정성과의 국민 공감대를 확산한다.	① 정책보도 분석 및 범정부 이슈관리 지원	79	다소 미흡
		② 정책홍보 기획지원으로 정부 소통 역량 강화	81	보통
		③ 범부처 소통 협업체계 구축	79	다소 미흡
		④ 대국민 소통활성화 캠페인 추진	74	부진
		⑤ 한국정책방송원 운영으로 정책소통 활성화	84	보통
		⑥ 체계적 해외홍보를 통한 국가이미지 제고	89	다소 우수
	2. 국민 눈높이에 맞춘 콘텐츠 제작·확산으로 대국민소통을 강화한다.	① 정책간행물 기획 및 발간	100	우수
		② 국민 눈높이에 맞는 쌍방향 온라인 소통강화	100	우수
		③ 정책포털 콘텐츠 경쟁력 강화	84	보통

### 3. 관리과제별 세부 평가결과 및 조치계획

1	기초 문화생활 보장 및 인문 정책의 사회적 역할 확대	우수
---	-------------------------------	----

#### (1) 평가결과

##### □ 총평

- 국민의 기초 문화생활 보장을 위한 문화복지 확대로 취약계층의 삶의 질 향상 및 문화 격차 해소
  - (통합문화이용권) 사업시행 이후 최초 통합문화이용권 수혜율 100% 달성 및 수혜인원 확대('21년 197→232만명), 사상 최초 연도 중 지원금 상향(10→11만원, 9.1~) 등 취약계층의 문화접근기회 보장
- 인문정신 및 문화다양성 가치 확산 통해 공동체 위기극복 및 사회통합에 기여
  - (인문정신) 문화소외층\* 대상 프로그램 신규 운영('22.7월~ 888회, 9,006명), 도서관·박물관·생활문화시설 활용 인문프로그램 확대 운영('21년 746→ '22년 1,000개, 33만여명 참여) 등을 통해 우울감·사회적 고립감 치유 및 인간 중심의 정신적 가치 확산
    - \* 코로나19 업계 종사자, 장애인, 인구소멸지역 주민, 위기청소년 등
  - (문화다양성) 문화다양성 이해증진을 위한 확산·교육프로그램(총 227개, 연간 103만명, 전년대비 27% 증) 시행 및 참여자 문화다양성 인식 향상(참여 전 73.2 → 후 84.3점) 등 타문화 포용 분위기 제고

□ 주요성과

○ 통합문화이용권 지원 확대로 취약계층의 문화 누림 기회 보장

- (정량적 성과) 사업시행 이후 최초 통합문화이용권 수혜율 100% 달성 및 수혜인원 확대('21년 197→232만명), 사상 최초 연도 중 지원금 상향(10→11만원, 9.1~) 등을 통해 저소득층 문화기본권 보장


< 통합문화이용권 지원 현황 >

	2019	2020	2021	2022
지원금	연 8만 원	연 9만 원	연 10만 원	연 11만 원
지원인원 (발급매수)	1,629,036매	1,752,875매	1,975,060매	2,319,973매
예산대비 발급률	101.8%	102.5%	100.3%	88.2%
발급대비 이용률	90.7%	89.6%	89.6%	88.3%
수혜율 (지원인원/ 지원대상)	72.7%	71.8%	81.4%	100%

- (정성적 성과) 문화누리카드 사용은 개인의 행복감 증진, 문화적 욕구 형성, 가족관계 회복 등에 긍정적 사회적 효과 발생

**「 2022년 문화누리카드 수기집 」 중**

- ▶ 문화누리카드와의 만남은 병원을 드니들며 희망 없이 아픈 몸으로 허공만 응시했던 회색빛 삶을 변화시켰고 내 인생의 화수분이 되어주었다. (대상)
- ▶ 여러 저소득층 정책들을 알고 있지만 이토록 실용적이고 실질적인 도움이 되면서 쉽게 다가갈 수 있는 제도는 많지 않았기에, 나도 후에 누군가에게 이렇게 큰 도움을 주며 행복을 나누는 사람이 되고 싶다는 목표도 생겼다. (우수상)
- ▶ 다음번에는 문화누리카드로 아들과 어떤 행복한 꿈을 펼쳐볼까 또 다시 꿈을 꾸고 있습니다. 문화누리카드는 우리 두 모자지간에게 '행복할 권리', '즐거울 권리', '부모와 자녀가 대화할 권리'를 허락해 주었습니다. (장려상)



○ 인문프로그램을 통해 정서적 어려움을 겪은 국민들에게 위로와 공감을 주고 공동체 강화 및 삶의 질 향상 도모

- (접근성 강화) 도서관·박물관·생활문화시설 등 문화기반시설 활용 인문 프로그램 운영 확대

\* ('21년) 746개 → ('22년) 1,000개 프로그램, 전년대비 34% 확대(254개)

- (문화소외층 배려) 코로나19 업계 종사자, 장애인, 인구소멸지역 주민, 위기청소년 등 소외계층 대상 인문·문화 향유 신규\* 프로그램 운영 ('22.7월~ 888회, 9,006명)

\* 찾아가는 인문강좌 '우리가치 인문동행', '여행지 길 위의 인문학' 등

■ 소외계층 대상 프로그램 활동 현장			
			
여행지 길 위의 인문학 (좌-공주 시각장애인, 우-청각장애인)		우리가치 인문동행 (좌-주한외국인 노동자, 우-소외지역 어르신 대상)	
			
방과 후 인문교실 (광주 원당신청소년문화의집)	중소기업 재직자 인문프로그램 (고센코리아)	히히낭랑 인문극장 (강원 정산고등학교) * 소외지역 대상	그리움의 인문학 (인천광역시사회복지회관) * 소외계층 대상

- 문화다양성 이해 증진을 위한 교육·캠페인 등을 통해 상호 존중 및 포용 문화 확산

- (대국민 인식 제고) 문화다양성 이해 증진을 위한 확산·교육 프로그램, 캠페인 등의 참여자 수 27.2% 증가('21년 81만명 → '22년 103만명), 참여자의 문화다양성 인식 15.2% 향상(참여 전 73.2점 → 참여 후 84.3점)
- (국가위상 강화) 문화다양성협약 국가보고서 유네스코 제출(4년 주기, '22.9월)을 통해 한국의 문화다양성 보호증진 성과 종합 분석 ('18~'21년) 및 협약이행 우수사례\* 발굴·확산

\* 개도국 지원을 위한 유네스코 문화다양성 기금 납부('21. 8.5천만원), 「장애인예술인지원법 제정('20.6)」 및 「예술인권리보장법 제정('21.9)」 등

□ 미흡 원인분석 결과: 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항: 해당사항 없음

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20점 (완수)	○ 코로나19 확산 및 고물가시대 상황에 적극대응하였으며, 분기별 추진계획을 충실히 이행하였음
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	30점 (매우 우수)	○ 통합문화이용권 이용자 만족도 및 삶의 질 향상도 - 지원금 인상 추세 및 이용 편의 제고 노력 등을 고려하여 3개년 실적(83.2)보다 0.4점 상향하여 목표치를 83.6으로 설정하였으므로 목표치 설정의 적극성이 인정되며, 목표치 대비 100.2% 달성함. 또한 동 지표는 문화누리카드 사용 이후 저소득층의 정서적·사회적·문화적 변화 정도를 통한 삶의 질 향상이라는 사회적 가치를 반영하고 있으므로 가점 +1점
			○ 인문정신문화 프로그램 참여자수 - 코로나19의 확산으로 프로그램의 운영이 어려운 외부 환경에도 불구하고 코로나19 이전 3년간 평균치보다 높은 수준의 목표치 설정, 목표치 대비 101.8% 초과 달성
			○ '22년 문화누리카드 발급자는 232만 여명으로 전년 대비 35만 명 증가하였으며, 사상 최초로 연도 중 지원금 상향(연10만원 → 11만원, '22년 9월~)을 단행하였음. 이를 통해 코로나19 장기화 및 고물가로 인한 저소득층의 생계 부담 가중에 신속하게 대응하였고, 개인의 자존감 증대와 가족관계 회복 등 긍정적인 사회적 효과를 발생시키며 사회통합에 기여함
			○ 문화누리카드 지원확대, 문화다양성 및 인문가치 확산 등의 노력을 통해 상위 과제인 '국민 문화향유 기회 확대 및 국정과제 <56-1. 공정한 문화접근 기회 보장, 56-2. 품격 있는 문화시민 역량 강화>에 기여
2-2. 정책 효과성(30점)	총점	28점	○ '22년 문화누리카드 발급자는 232만 여명으로 전년 대비 35만 명 증가하였으며, 사상 최초로 연도 중 지원금 상향(연10만원 → 11만원, '22년 9월~)을 단행하였음. 이를 통해 코로나19 장기화 및 고물가로 인한 저소득층의 생계 부담 가중에 신속하게 대응하였고, 개인의 자존감 증대와 가족관계 회복 등 긍정적인 사회적 효과를 발생시키며 사회통합에 기여함 ○ 문화누리카드 지원확대, 문화다양성 및 인문가치 확산 등의 노력을 통해 상위 과제인 '국민 문화향유 기회 확대 및 국정과제 <56-1. 공정한 문화접근 기회 보장, 56-2. 품격 있는 문화시민 역량 강화>에 기여
	①	20점 (매우우수)	
	②	4점 (우수)	
	③	4점 (우수)	
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	9점 (우수)	○ 자체 점검에 따른 적극적 환류 - (자체점검) 미수혜자를 선제적으로 발굴하는 것이 중요하다고 평가 - (이행사항) 복지부 협업으로 누락대상자를 발굴하는 '권리구제서비스'를 확대(연 1회 → 3회) 추진하여 권리구제를 통한 발급자 수 2.9배 증가 ○ 21년 자체평가 결과의 충실한 이행 - (21년 제시의견) 인문가치 확산 사업의 경우, 지역의 인문자산을 세계 시민 유리와 연관된 주제, 예컨대 기후변화 위기 문화다양성 등과 연계하여 프로그램 연구개발을 확대하는 방안 검토 필요 - (이행사항) '길 위의 인문학' 사업 등을 통해 지역의 인문자원 조사·연구·탐방, 기후변화 및 문화다양성 등을 주제로 하는 프로그램을 운영하고 있으며, '22년에는 과학·경제 등과의 융복합 강좌, 지역문제·사회문제 해결형 프로그램 운영(129개)
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	9점 (우수)	○ 국민의 기초 문화생활 보장 및 인문가치 확산을 위해 사업담당자 의견수렴 등 수시 실시하여 정책에 반영 - 통합문화이용권 사업은 이용자의 불편에 대하여 발급 편의(자동재충전 제도 시행, 모바일 앱 개발·운영 등), 이용 편의 제고(온라인 가맹점 확대, 전화결제 가맹점 안내, 장애인 및 고령층 대상별 맞춤형 홍보 등) 추진 - 인문정신문화 확산 사업의 경우 현장 의견을 수렴하여 사회적 약자, 소외계층을 위한 사업 신규 반영 및 예산 확대 - 문화다양성 연차보고서 및 유네스코 국가보고서 제출을 위해 다양한 이해관계자 의견 수렴(문화다양성위원회 2회, 민간위원 자문회의 1회 개최) 하였으며, 사업 주관기관 워크숍 및 현장 모니터링 의견을 반영한 사업 계획 수립 및 정책 추진



## (1) 평가결과

## □ 총평

## ■ 성과목표 달성

- ('22년 목표) 도서관 등록회원수 33,279천명<연간> / 작은도서관 서비스 만족도 85%
- ('22년 실적)
  - ⇒ 도서관 등록회원수 33,936천명<연간> / 작은도서관 서비스 만족도 95.6%
  - ⇒ 대면·비대면 방식을 병행한 중단 없는 서비스 운영 지원으로 도서관 등록회원수 목표치의 102%, 작은도서관 서비스 만족도 목표치의 112.5% 달성

- 개정 도서관법의 본격 시행('22.12.8.)을 위한 하위법령 전부개정 등 공공도서관 육성 및 도서관문화 확산을 위한 제도적 기반 구축
  - 취약계층 보호 강화, 규제완화, 도서관 공공성 및 효율성 강화
- 부처별· 시도별 추진실적 점검 등 도서관정책 평가의 첫 시행으로 도서관발전종합계획 현장 안착 및 국가도서관정책 환류구조 마련
- 지역의 인구사회학적, 경제적 특성 반영한 복합문화기능의 공공도서관 건립 지원 강화 및 생활밀착형 커뮤니티 공간으로 작은도서관 조성 지원
- 도서관의 첨단 지식정보 공간 조성 및 다양한 도서관 문화서비스 사업 지원, 전문인력 지원으로 대국민 문화향유권 확대
- 개도국 도서관(베트남 하노이 시립도서관) 인프라 개선을 통한 국가이미지 제고 및 파트너십 강화

## □ 주요성과

- 도서관법 하위법령 전부개정을 통한 공공도서관 제도 기반 마련
  - 국·공립 공공도서관 설립타당성 사전평가제, 공공도서관 등록제 등 제도 시행을 위한 절차와 방법, 등록 요건 등을 정립



- 규제완화 및 취약계층 보호 강화, 도서관 운영의 공공성 및 효율성 강화, 도서관 문화 확산 등 제도 개선 및 보완

※ 주요 경과

- (전문가TF 운영) '22. 1~6월 / 도서관분야 학계, 현장전문가, 관련 협·단체 참여
- (개정안 설명회) '22. 5~6월 총 4회 (권역별 및 온라인생중계 등)
- (의견수렴) 국토부·지자체 등 관련부처 및 관련 협·단체, 국민참여의견 등(총 205건)

○ 도서관발전종합계획에 따른 부처·시도 대상 **도서관정책 평가 첫 시행**

- (대상) 21개 중앙행정기관 및 17개 광역자치단체, 국회/법원도서관 등 총 40개 기관
- (과제) 제3차 도서관발전종합계획에 따른 2021년 추진과제 총 408개(중앙 73, 시도 335)
- (지표) 종합계획의 적합성, 시행계획의 이행충실도 및 목표달성도 등 총 14개 항목
- (방법) 기관별 자체평가 → 평가위원단\* 점검·평가 → 결과 통보
  - \* 국가도서관위원회가 위촉한 도서관정책 분야별 경험·지식이 풍부한 민간위원(17명)으로 구성
- (일정) 계획통보(1월)→기관별 자체평가(2-3월)→평가위원단 점검·평가(4-6월)→이의신청(7월)→평가결과 종합(8월)→최종심사, 확정·통보(9월)→우수사례 시상 및 공유회(10.12, 창원)

○ 국제 수준의 도서관 환경 구현을 위한 **공공도서관 시설 확충**

- 국민 편의성 확대 및 효율적 공공도서관 건립을 위한 공공도서관 운영 컨설팅(60개관) 지원(한국도서관협회·호서대 산학협력단) 지속 추진
- 지역 주민의 정보 양극화 해소 및 문화향유권 확대를 위한 공공도서관 건립 및 리모델링 지원(보조율 40%, 147개소 1,679억)
- 도서관법 전부개정('22.12.8 시행)에 따른 「공립 공공도서관 설립 타당성 사전평가」 추진계획 수립 및 안내('22.12)

\* 서류 접수(1, 7월) → 서류심사(2, 8월) → 현장심사(3, 9월) → 최종심사 및 통보(4, 10월)

○ 도서관 전문인력 지원 확대를 통한 국민 문화향유 기회 확대

- 작은도서관 운영 내실화를 통한 지역사회 도서관 향유 여건 개선을 위한 작은도서관 순회사서 배치(234명, 617개관)
- 일자리 창출 및 독서 문화향유 기회 확대를 위한 공공도서관 개관시간 연장지원(1,414명, 549개관)

○ 정보취약계층 서비스 지원 및 도서관 복합문화공간화를 통한 차별 없는 도서관 인문·예술체험 문화서비스 확대

- (취약계층서비스) 고령자 등 저시력자의 독서취약 환경 개선을 위한 **큰글자책 보급**(24종, 18,000책), 다문화 이해도 향상 및 문화격차 해소를 위한 **다문화프로그램 제공**(132개관)
- (인문·예술문화 확산) 공공도서관 거점의 **문화예술동아리, 문화프로그램** 및 독서활동 참여로 지역사회 문화누림 기회 확대
  - △ 1관1단(70개관) △ 공공·작은도서관 '문화가 있는 날' 독서문화 프로그램 지원(135개관) △ '작은도서관 책친구' 지원(82개관)



- (첨단기술 체험 기회 제공) 공공도서관에서 아이디어 공유 및 구현, 미디어 창작역량 강화, 첨단기술 융합 콘텐츠 체험 등 미디어 향유 및 정보생산 활동 기회 확대
  - △ 공공도서관 메이커프로그램 운영(10개관) △ 미디어 창작공간 조성(32개관) △ 실감형 체험관 조성(8개관)

○ 정보 IT기술을 활용한 대국민 공공도서관 이용편의성 증대

- 무인 도서대출반납서비스 제공을 위한 **U-도서관 서비스 지원**
  - \* 13개 지역(서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 경기, 강원, 충북, 충남, 전북, 전남, 경북, 경남)
- 공공·작은도서관 연계를 통한 도서관간 **상호대차서비스 지속 추진**
  - \* 4개 시군구(서울 구로구, 경기 의왕시, 전북 고창군, 경북 안동시)

공공시설 내부 설치



공공시설 외부 설치



○ 해외(개발도상국) 공공도서관 조성 지원을 통한 국가이미지 제고(베트남)

- 하노이 시립도서관 조성을 위한 '한-베 RD(협회의사록)' 체결, 하노이 시립도서관 1층 리모델링(한국자료관, 로비, 디지털라운지) 조성 및 기자재 지원 완료

'하노이 시립도서관 조성' 한-베 RD체결



1층 리모델링 완료



□ 미흡 원인분석 결과

- 해당없음

□ 개선보완 필요사항

- 해당없음

## (2) 평가지표별 평가결과 (1페이지)

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	16 (거의 완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 해외공공도서관 조성사업 추진 시 코로나19로 현지 봉쇄, 베트남 ODA 시행령 개정('21.12월)으로 일부 일정 지연되었으나, 사업기간 연장 합의로 정상 추진</li> <li>○ 위원회 정비를 위한 법률 개정 추진으로 제8기 국가도서관위원회 미구성 중이나, 위원회 업무 완수</li> </ul>	
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	27 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (적극성)인터넷 보급, 독서 인구 감소, 코로나 19로 인한 이용자 감소의 대외적어려운 여건에도 불구하고 도서관등록 회원수를 전년 수준 유지</li> <li>○ (달성도) 성과목표 달성               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (작은도서관 서비스 만족도) 목표 85점 대비 실적 95.6점으로 112.5% 목표 달성</li> <li>- (공공도서관 등록 회원수) 목표 33,279천명 대비 33,936천명이 회원 등록하여 102% 달성</li> </ul> </li> </ul>	
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	26	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (정책 효과성)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 도서관 인프라 확충과 맞춤형 서비스 확대 등 국민의 문화향유 여건 개선</li> <li>- 지역별 문화향유 격차 해소와 함께 평생학습의 장으로 도서관의 역할 증대</li> <li>- 미디어 체험공간 조성 등 복합문화공간으로 주민참여형 도서관 서비스 제공 및 기회 확대</li> <li>- 국민의 지적 욕구와 정보수요에 대처, 국가 창조역량 강화 기여</li> <li>- 해외 공공도서관 조성을 통한 국가 이미지 제고</li> </ul> </li> <li>○ (상위정책 기여) 공공도서관건립 지원 및 창작공간 조성 사업 신규 발굴 등 다양한 도서관 문화향유 정책을 통해 상위 성과목표 '국민문화향유기회를 확대한다'에 효과적으로 기여</li> </ul>
		①	18 (우수)	
		②	4 (우수)	
③	4 (우수)			
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도(10점)	7 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 도서관정보정책 체계 활성화 사업의 원활한 수행을 위해서 다양한 전문가 자문 과정 등 현장의견을 반영 사업을 정상적으로 추진함</li> </ul>	
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	7 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 도서관운영컨설팅, 1관1단 등 주요사업 추진 시 화상회의 등 다양한 비대면 교육을 병행하여 전문가 자문, 현장 담당자 의견 수렴, 수요자 만족도 조사 등을 통해 현장의 문제점 개선 반영</li> </ul>	

## (1) 평가결과

### □ 총평

- (스마트 박물관·미술관) 목표 81개관 대비 총 88개\* 기관에 대한 스마트 박물관·미술관 기반구축 지원으로, 4차산업혁명을 대비한 개별 박물관·미술관 경쟁력 강화 및 국민문화 향유 기반 확대

\* △스마트 박물관 56개관, △실감콘텐츠 제작 및 체험존 조성 8개관, △사립관 온라인콘텐츠 제작지원 24개관 지원

- (박물관·미술관 주간) “박물관의 힘”을 주제로 박물관·미술관 주간 개최(5.14.~23.), 전국 277개관에서, 시간과 공간의 제약을 넘어선 다채로운 프로그램 608개를 운영하여, 1,037,524명 참여\*, 공모프로그램 참여자 만족도 목표 4점 대비 4.52점 달성, 양적·질적 개선

\* '21년 206개관 471개 프로그램, 724,890명 참여 → '22년 277개관 608개 프로그램, 1,037,524명 참여

- 관람객 만족도 4.52점('21년 4.37/5점), 재참여의향 4.49점('21년 4.41/5점) 달성하여, 국민의 눈높이를 충족시킬 수 있는 문화향유 기회 제공
- 그 외, 장애인의 박물관·미술관 접근성 강화를 위한 실태조사, (가칭)이전회 기증관 건립 추진, 문화재 및 미술품의 상속세 물납제 시행 등 박물관 접근성 및 문화향유 기회 확대를 위한 다각적 노력

### □ 주요성과

- (스마트 박물관·미술관) 4차산업혁명 대비 박물관·미술관 경쟁력 강화 및 새로운 기술 활용 콘텐츠 등으로 국민문화향유권 확대 도모

- 전시관람 앱, 인공지능 전시안내 로봇 등 4차산업기술을 활용한 스마트 박물관·미술관 56개소(총 120개소\*) 구축, 관람환경 개선 지원

\* '21년 64개소(1개소 포기), '22년 56개소 구축하여, 총 120개소 구축 완료

- 보유 소장품 기반 증강·가상현실 기술을 활용한 실감콘텐츠 및 체험존 조성 지원 8개소(총 51개소) 구축, 관람객에게 새로운 문화체험 기회 제공

\* '20년 22개소, '21년 21개소, '22년 8개소 구축하여, 총 50개소 구축 완료



- 사립 박물관미술관 24개관에, 244편의 온라인콘텐츠 제작을 지원하여 코로나19 이후 변화된 문화소비 방식에 대응
- \* '21년 18개관(325편), '22년 24개관(244편), 총 42개관 지원

<스마트 박물관·미술관 구축사례>		
		
스마트박물관미술관 스마트 안내로봇 (태백고생대자연사박물관)	실감콘텐츠 인터랙티브관 (춘천 애니메이션박물관)	온라인콘텐츠 교동프로젝트:과거로부터 (교동미술관)

- (박물관·미술관 주간) “박물관의 힘”을 주제로 전국 277개관에서 608개의 다채로운 프로그램을 1,037,524명\*이 향유
  - \* (전년대비 개선) '21년 206개관 471개 프로그램, 724,890명 참여 → '22년 277개관 608개 프로그램, 1,037,524명 참여, 양적·질적 개선
  - 신규로 소통·상생·연대 등을 모티브로 한 지역사회·박물관의 협력 전시 기획 “함께 만드는 뮤지엄(신규 프로그램)\*”을 통해 박물관·미술관의 사회적 역할 확장, 지역주민에게는 새로운 방식의 문화향유 기회 제공
    - \* 함께 만드는 뮤지엄: 6개관 참여, 총 348,771명 관람
  - 특히, 환기미술관 ‘모두의 소장품: 들리는 전시 <뮤지엄 보이즈>’는 지역주민이 직접 미술관 소장품을 선택하는 등 전시 기획단계에 참여하여 전시의 문턱을 낮추고, 시각장애인을 위한 특별전시해설 과정 등을 마련하여 장애인 문화접근성 제고에도 기여

<환기미술관, “박물관·미술관 주간”> 함께 만드는 뮤지엄-시각장애인 체험프로그램 운영	
	
<백자 달항아리> 촉각전시품을 감상하는 관람자 (종로장애인복지관 연계 사전체험행사)	전시 2실 금속 촉각전시품을 감상하는 관람자 (종로장애인복지관 연계 사전체험행사)

○ (장애인 관람환경 개선) “국공립 박물관·미술관의 장애인 편의시설 실태 전수조사 및 개선 방향 연구(22.7.~12.)”, 전국 497개관 대상 편의 시설 설치율(70%) 현황파악 및 개선을 위한 정책세미나 개최\*

\* 문화취약계층의 박물관·미술관 접근성 강화 정책세미나 개최('22.12.20. / 국립 한글박물관 대강당 / 196명 참여), ①조사결과, ②모두를 위한 박물관 유니버설 디자인 사례, ③박물관해설문 한국수어번역서비스 사례, ④리움미술관 접근성 개선사례 발표 및 종합토의

- 실태조사 후속조치로 운영주체별 장애인 편의시설 설치율 개선대책 마련 요구 및 개선상황 지속 모니터링, 국가·지방공무원 인식개선을 위한 교육 등 추진 예정('23~)



<참석 및 토론자 기념촬영>

<실태조사 결과 발표>

<패널 토론>

○ (가칭이건희 기증관 건립 추진) 국가에 기증된 이건희 컬렉션의 체계적 관리·전시 등 활용으로 국민문화향유권을 확대할 수 있도록 (가칭)이건희 기증관 건립 추진, 국립박물관미술관 클러스터 구축

\* 故 이건희 회장 소장 국보급 문화재·미술품 23,181점 국가기증('21.4.)

\*\* 예비타당성 조사 진행 중('22.1.~), 서울시와 국·공유지 교환('22.12.29.)을 통한 송현동 부지 확보 완료, 예비타당성 조사 결과('23.4.)이후 총사업비 협의 등을 통해 '28년 개관 예정

《 가칭이건희 기증관 건립 개요 》

<ul style="list-style-type: none"> <li>· 대지면적: 9,787㎡</li> <li>· 총사업비: 1,284억원</li> <li>  * 예타 결과, 기재부와 총사업비 협의</li> <li>· 사업기간: '22 ~ '28</li> <li>· 건축연면적: 25,000㎡</li> <li>· 층 수: 지하2층, 지상3층</li> <li>  * 건폐율 60%, 용적률 150%</li> </ul>	
---	--

○ (물납제) 문화재 및 미술품 물납제 도입으로 국민문화향유권 확대

- 상속세 및 증여세법 개정('21.12.)으로 문화재 및 미술품으로 상속세 물납 가능('23.1.)해져, 양질의 박물관미술관 자료 확보에 용이

- 물납으로 확보한 문화재·미술품 등은 국립박물관 등에 전시\*하여, 양질의 소장품 확충을 통한 박물관·미술관의 가치 제고 및 대국민 문화향유 기회 확대

\* 관계부처 협의를 통해 물납 필요성 및 물납 후 활용방안 의결 예정

□ 미흡 원인분석 결과 : 해당없음

□ 개선보완 필요사항

- (사립관 지원 추진) 기존 스마트 박물관·미술관 기반조성지원 사업중 공립관을 대상(스마트 박물관미술관 구축, 실감콘텐츠 제작 및 체험존 조성사업)으로 하는 사업은 사업목표를 달성·종료하였고, 향후에는 상대적으로 관람 환경이 열악한 사립관에 대한 지원 필요
  - (사립관 지원계획) '23년부터 신규로 사립박물관미술관 디지털 전시 관람환경 개선지원을 신설, 20개 사립관 지원 예정
  - (기존사업 확대) 사립박물관미술관 온라인콘텐츠 제작지원사업의 수요 고려 '23년에 예산 증액(10억→17억) 반영, 사립관들의 온라인콘텐츠 제작역량 강화를 통한 개별관 관람객수 증대 및 콘텐츠 아카이빙 추진
- (박물관미술관 주간 연장) 기간이 상대적으로 짧아 연장을 희망하는 현장 의견을 반영, 박물관미술관 관람수요가 집중되는 어린이날 이전 부터 각종 프로그램 운영 추진('22.5.14.~5.23.→'23. 5.3.~5.28.)
  - 주간기간 연장 및 박물관미술관 현장 방문 수요 확충을 위해 함께 만드는 뮤지엄 공모지원관을 확대, 방문하는 관람객들의 만족도를 4점 이상으로 유지하기 위해 전년대비 공모기간 추가 부여, 필요시 선정관 워크숍 등 사업 만족도 향상을 위해 지속 노력 필요



## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	17점 (거의완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 스마트 박물관·미술관 기반 조성지원 사업 중 스마트 박물관·미술관 구축 사업은 공모에서 1차 미달(55개관 지원에 44개관 선정. '22.2.15.), 2차까지 공모를 진행, 12개관을 선정('22.4.1.)하여 예산편성 55개관 대비 1개관을 추가지원</li> <li>- 단, 지자체 사업은 지방비 매칭 지연 등으로 사업기간 연장에 따라 일부 감점</li> <li>○ 박물관미술관 주간(5월)의 원활한 수행을 위해 신속한 공모(1월~) 추진, 공모사업자 선정 및 예산 교부(~2월)하여 내실있는 사업진행</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	27점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 스마트 박물관 미술관 구축사업 지원 수 성과 지표의 목표치는 공모사업임을 고려할 때 예산을 전액 집행하여 지원관을 늘리겠다는 적극성*이 인정됨</li> <li>* 스마트박물관 구축지원 사업 1차 공모 미달 ('22.2.15.)에 따라 신속한 재공모 및 선정 ('22.4.1.)를 통해 사업목표 완수</li> <li>○ 박물관미술관 주간 공모 프로그램 참여자 만족도는 전시 및 프로그램이라는 주관적인 평가항목의 특성과 공모사업의 특성상 만족도의 등락이 발생할 수 있음</li> <li>- 신규 공모사업인 "함께만드는 뮤지엄"을 추가하였지만, 상대적으로 높은 4점 이상 (80점)을 목표로 선정, 최대한 국민들의 문화적 눈높이에 맞춘 전시 및 프로그램을 운영하고자 적극적으로 성과 설정·달성함</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 공립박물관미술관 스마트화(56개소), 실감 콘텐츠 제작 및 체험존 구축지원(8개소), 사립박물관미술관 온라인콘텐츠 제작지원(24개소)을 통해 코로나 19 상황 및 이후에도 박물관미술관 경쟁력 개선에 기여</li> <li>○ 사립 박물관미술관 온라인콘텐츠 제작을 통한 개별관 역량강화 지원</li> <li>- 성공적 사업추진을 위해 사전설명회 개최 ('22.4.1.), 전년도 참여관 경험공유, 저작권과 홍보에 대한 교육을 통해 개별관 역량강화</li> </ul>
	2-2. 정책 효과성(30점)	<p>총점 26점</p> <p>① 18점 (우수)</p> <p>② 4점 (우수)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 실험적인 박물관미술관 주간 공모 프로그램을 통한 문화콘텐츠 확산</li> <li>- 최초로 실행한 "함께 만드는 뮤지엄 공모" 6개관 지원을 통해 230,675명이 온오프라인으로 관람, 전체 예산 15억 대비 주요 프로그램 관람객(350,445명) 1인당 4,280원 상당의 저렴한 비용으로 양질의 문화콘텐츠 제공</li> <li>- 온라인아카이빙(박미주간 홈페이지)을 통해</li> </ul>	

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
		③	4점 (우수)	<p>지속적 향유 가능</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 박물관미술관 주간 공모사업을 통해 개별 박물관미술관에서 시도하기 힘든 협업(장애인 복지관-미술관, 박물관-미술작가, 지역주민들이 직접 전시기획 등에 참여, 곤충오락실 형태의 전시)을 통해 박물관미술관의 문턱을 낮추고, 국민 가까이에 다가갈 수 있는 환경 마련에 기여</li> </ul>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)		9점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(재정사업 자율평가 결과 반영) '22년 재정사업자율평가 결과에 따라 보조사업 예산 삭감 및 재구조화 완료</li> <li>- 지원 수요를 충분히 달성한 공립관 지원 예산을 감액하여 사립관에 필요한 예산 지원으로 사업 내실화('21년 보조금 259억 → '22년 220억)</li> <li>- 박물관 관람객 수를 늘릴 수 있도록 박물관 미술관주간에 새로운 공모프로그램인 "함께 만드는 뮤지엄" 전시프로그램 신설하여 실질적 관람객수 증대에 기여 <ul style="list-style-type: none"> <li>* '21년 206개관 471개 프로그램, 724,890명 참여 → '22년 277개관 608개 프로그램, 1,037,524명 참여</li> </ul> </li> <li>※ 팬데믹의 종료에 대응하여 선제적 박물관 관람객 수 확대를 위한 대책으로, 23년부터 박물관미술관 주간 프로그램 중 거리로 나온 뮤지엄(2개소)을 폐지하고 개별관에서 진행하는 함께만드는 뮤지엄의 지원숫자를 대폭 확충(6개관→13개관 예정)하여 개별관으로 관람객이 유입될 수 있도록 사업개편</li> <li>- 박물관미술관 주간 만족도로 사업성과 우수성을 전년도와 비교하여 측정할 수 있도록 지표 개선(박물관미술관주간 공모프로그램 만족도)</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)		8점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(스마트박물관미술관 기반조성) 사업운영, 진행, 평가와 관련한 외부전문가 컨설팅 및 현장점검(5~11월)</li> <li>○(사립관 온라인콘텐츠 제작지원) 선정관 대상 워크숍(4월), 사업 추진상황 현장점검 및 컨설팅(5~11월) 등 수시 소통 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사업수행 기관의 의견(지원관 수 확대, 온라인 및 저작권 교육 등 강화, 온라인 아카이빙 필요)을 위해 23년 예산 7억 증액(10억→17억)으로 지원관 확대, 아카이빙용 별도 페이지 제작 추진</li> </ul> </li> <li>○(박물관미술관 주간) 운영위원회 연 3회 개최(사업계획 심의, 선정관 내용 보고 및 자문, 사업결과 보고), 현장 실무의견 청취(평가기간 현장방문), 실무위원회 개최('22.11.)를 통한 의견수렴</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 각 지역 고유의 문화매력 발굴 및 문화로 이끄는 지역균형발전 기반 마련을 위해 ▲지역별 특색있는 문화도시 조성 및 “대한민국 문화도시 추진계획” 발표 ▲문화취약지역 대상 문화공연·공간 조성 등 맞춤형 지원 ▲지역문화 인력양성 ▲생활문화 향유 지원 등 주요 관리과제를 충실히 이행하여, 성과 가시화
  - 적극적인 성과지표 설정에도 목표치를 달성함
  - 다양한 현장 및 전문가 의견수렴과 피드백을 정책에 반영하여 정책대상의 참여도·만족도도 높은 것으로 평가

## □ 주요성과

- **문화를 통한 지역발전 선도모델 창출로 균형발전 기반 조성**
  - (법정 문화도시) 지역별 고유 문화자원을 활용, 특색 있는 문화거점 조성과 지역 경쟁력을 강화하는 ‘문화도시’ 지원
    - \* '22년 제4차 문화도시 지정(6개소) 및 5차 예비문화도시 지정(16개소) / 제1~4차 문화도시 지정 누계 24개소
  - (대한민국 문화도시) 국정과제 ‘문화중심 균형발전’ 선도사업으로 문화로 지역을 혁신하는 ‘대한민국 문화도시 추진계획’ 발표
    - \* (주요내용) 대한민국을 대표하는 문화도시 7곳 내외를 선도도시로 지정, 문화도시와 인근도시 간 네트워크를 강화해 문화균형발전 유도
  - (취약지역 활력촉진) 인구감소, 고령화 등으로 활력이 저하된 지역을 우선 대상으로 문화사업지원\*을 통해 지역격차 완화
    - \* 문화프로그램·인력·인프라 조성 및 지역활력 문화공연 등('22년, 16개 지자체 지원)
- 지역문화 전문인력 양성 및 일 경험 지원

- 지역 현장에서 활동할 수 있는 문화기획자·활동가 등 전문인력 양성, 지역 문화기반시설에서 일 경험 지원
  - \* '22년 인력양성 과정 373명 모집, 273명 수료 / 일 경험 64개 기관 69명 현장 배치
- 생활문화 동호회 지원 등 일상 속 생활문화 확산
  - (생활문화 향유) 일상에서 문화를 체험하는 생활문화 활동 촉진을 위해 생활문화 동호회, 공동체 및 생활문화센터 설립 등 지원 확대
    - \* ▲ 협력형 생활문화 활성화 통합지원(10개소) ▲ 전국 생활문화동호회(2,674개, '22년) ▲ 전국 생활문화센터(172개, '22년) ▲ 전국 생활문화공동체(60개, '22년)
  - (지역문화대상) 문화자치·문화포용·문화혁신 분야별 우수 지자체를 포상하여 문화를 통한 지역혁신 동력 제고
    - \* (지역문화대상 선정) ▲ 서울 서초, 경기 시흥('21년 2개) ▲ 충남 청양, 광주 동구('22년 2개)
  - (어르신 문화활동) 고령층 맞춤형 문화프로그램 운영, 실버문화 페스티벌 개최(10월) 등을 통해 노인 세대의 문화향유 기회 확대
    - \* ▲ 어르신 문화프로그램(198개 운영, 4,500명 참여) ▲ 실버문화페스티벌 비대면 개최 (14개 프로그램, 총 41,000명 참여)
  - (문화가 있는 날) 청년·어르신 공연지원\*, 지역별 문화향유 확대를 위한 기획프로그램 강화\*\* 및 시설일상공간·문화단체간 협력 기획사업\*\*\* 확대
    - \* 청춘마이크(72.5억, 502팀, 1,533명 참여), 실버마이크(14.5억, 103팀, 355명 참여)
    - \*\* 지역 자율 맞춤형 프로그램(48억, 77개 단체), 유아동 및 직장인 대상 맞춤형 프로그램(15억, 240회)
    - \*\*\* 지역 도서관·박물관·미술관 등 문화시설 활용 프로그램(28.5억, 300여개 단체)
  - (지역문화재단 지원) 기존 '지식공유포럼'을 '대한민국문화재단박람회'로 확대\*, 지역 문화재단 종사자 역량교육사업(기초, 중간, 심화) 강화\*\*
    - \* 제1회 대한민국문화재단 박람회 개최('22.10.19(수)~21(금)/청주 문화제조창 일원)
    - \*\* 역량강화교육 사업 강화('22.8월~11월, 직무별 4개 과정, 250여명 수료)
- 지역 자율과 분권을 위한 지역문화 협치 기반 구축
  - (지역문화협력위원회) 지역문화 대표 민관협력기구인 지역문화 협력위원회 제4기 위원 구성(7.7) 및 운영(3회)

- (지역문화통합정보시스템) 전국문화기반시설 총람조사\* 등 각종 지역 문화데이터\*\*를 연계하여 통계 기반 정책 수립 기반 구축
- \* 전국의 문화기반시설(도서관, 미술관, 박물관 등)에 대한 기초 통계 조사(1년 단위)
- \*\* 연계 데이터 : 지역별 국고보조금, 방문객 정보 등 , 민간데이터 : 생활인구 등

□ 미흡 원인분석 결과

- 해당 없음

□ 개선보완 필요사항

- (공모사업 조기 추진) 단년도 사업인 ‘지역문화활력촉진 지원’ 사업은 문체부 공모·선정 단계를 미리 준비하여 지자체의 사업 추진이 원활히 되도록 조정(기존 5월 지자체 사업 시작 → 3월로 조정)

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20점 (완수)	○ 추진계획 대비 원활히 실적 이행
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	27점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지역문화전문인력 양성사업 참여자 만족도               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (목표 달성도) 지역문화전문인력 양성 사업은 <b>만족도</b> 조사 결과는 <b>86.8점(목표 86.7점)</b>으로 <b>100.0% 달성</b></li> <li>- (목표 적극성) <b>▲ (최근 3년 실적 평균치보다 상향 설정)</b> 7점 척도 기준, &lt;대체로 만족 이상&gt; 수준인 86.7*로 설정</li> <li>* 최근 3년간 실적의 평균치(86.5) 대비 0.2점 상향 조정</li> </ul> </li> <li>○ 생활문화동호회 지원사업 참여 동호회 수               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (목표달성도) 생활·예술문화동호회 지원사업 참여 동호회 수는 '22년 2,674개로 목표(1500개)대비 <b>178.3% 달성</b></li> <li>* (참여 동호회 수 증가사유) 사업참여유형 확대(예술분야→사회활동분야)를 통한 활동범위 및 운영방식 개선(공연·발표 외 재능환류 활동 등)</li> <li>- (목표적극성) <b>▲ 생활문화동호회 지원 사업의 예산 규모 전년대비 60% 감소('21년 37억→'22년 15억) ▲ 동호회 지원 목표치는 전년대비 46.4% 감소된</b></li> </ul> </li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
2-2. 정책 효과성(30점)		총점 27점	1,500개로 설정하여 목표의 적극성 반영('21년 2,800개 → '22년 1,500개) ○ 지역문화격차 해소 및 지역중심 문화균형발전을 위해 문화취약지역 지원사업 추진 - (지역문화 활력촉진 지원) 지자체가 지역의 문화수요·공급 등을 고려하여 신청한 문화사업 지원(6개 지자체, 38억) - (지역활력 문화공연) 문화취약지역 지역민의 문화접근성 제고를 위해 국립예술단체(국립오페라단) 등의 지역공연 지원(11개 지자체, 국비4.3억)
	①	18점 (우수)	<b>지역문화활력촉진지원사업 및 문화활력 지수</b> ◇ (지역문화활력촉진 지원) 농산어촌 등 문화접근성이 낮고 인구감소 등으로 지역활력이 저하된 문화취약지역을 지역문화진흥법 제9조에 따라 주민의 문화접근성 제고 및 지역간 문화격차 완화를 위한 사업 ◇ (문화활력 지수) - (개요) 전국 229개 지자체의 문화활력 현황을 지수화 - (산출) 낙후지역에 대한 일반기준인 인구/재정 등 일반지표와 문화적 취약도와 관련된 문화지표(문화정책, 문화자원, 문화활동, 문화향유)를 종합적으로 고려, 개발한 지표 *(활용방법) 문화활력지수 하위 30% 이하 지자체(69개소)가 지역문화활력촉진 지원대상
	②	4점 (우수)	○ 지역문화진흥법에 따른 법정 문화도시 확대 추진으로 문화를 통한 지속가능한 지역발전 및 지역주민의 문화적 삶 확대 기반 마련 - 1,2,3차 문화도시 본 사업 추진(18개 지자체) - 4차 문화도시 지정 발표(6개 지자체/'22.12) - 5차 예비문화도시 조성계획 승인(16개/'22.9) <문화도시 성과('21)> ① 도시문화 브랜드 확립 ▲105개 마을이 가꾸는 노지(露地)문화 서귀포 ▲기록문화 창의도시 청주 ② 문화거점 확대 조성 ▲문화공간수 425개 증가 2020년 260개 → 2021년 685개 ▲ 신규조성 문화공간 이용자 수 95,747명 ③ 주민 만족도 제고 ▲ 문화도시 사업 참여자 수(중복포함) 1,078,060명 ▲ 도시별 대표사업 참여 만족도 86,7%. ④ 문화 거버넌스 구축 ▲원주테이블: 12,160명의 원주시민이 53개의 원주테이블에 참여해 65개 실천과제 추진

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언												
			<p>⑤ 문화의 가치 및 문화적 접근 확산 ▲포항시 구. 수협냉동창고 복합문화공간 조성</p> <p>○ ‘문화가 있는 날’ 추진을 통하여 전국 문화 시설의 자발적 무료·할인 참여와 기획프로그램 운영으로 국민들의 문화 향유에 크게 기여          -(문화의 날 인지도) ‘22년 66.2%(‘21년 64.7% 대비 1.5%p 상승)          -(문화의 날 참여경험율) 인지자 기준 60.5%(‘21년 55.4%대비 5.1%p 상승)          *출처(2022년 문화가 있는 날 인지도 조사)</p> <p>○ 문화시설 확충 및 운영, 생활문화·예술동호회 활성화, 어르신 문화프로그램운영 등을 통해 지역주민의 문화향유 기회 확대          -(문화기반 시설수) ‘21년 3,083개→‘22년 3,141개(1.9% 증)          -(생활문화 예술동호회 지원) ‘21년 2,800개→ ‘22년 2,674개 (‘22년 전년대비 지원예산 60% 감소)          -(실버문화 페스티벌-온라인 개최) ‘21년 35,000명 참여 → ‘22년 41,000명 참여</p> <p>○ 지역문화전문인력 양성 및 배치, 지역문화재단 역량강화, 문화의 달 행사 추진 등을 통한 지역의 문화적 역량 강화          -(전문인력 양성·배치) ‘21년 392명 모집, 277명 양성, 79명 배치→ ‘22년 373명 모집, 273명 수료, 69명 배치          -(지역문화재단 종사자 교육) ‘21년 비대면·온라인교육 700명 → ‘22년 대면·직급별 4개 과정, 250명 수료          -(문화의 달 추진) ‘22년 밀양·진도·정선 합동 개최 (장소: 밀양강 둔치)          *(주제) 천년의 소리 아리랑, 문화로 흐른다          **(관람인원) 1,132,558명(오프라인 98천명, 온라인 1,034,585명)          **(홍보) 정부LED 전광판 광고(38개소), 신문·방송·유튜브 등 온오프라인 매체 활용 홍보</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>게시물(개)</th> <th>조회수(회)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>유튜브</td> <td>8</td> <td>3,585</td> </tr> <tr> <td>틱톡</td> <td>10</td> <td>1,031,000</td> </tr> <tr> <td>네이버 블로그</td> <td>49</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table> <p>&lt;온라인 플랫폼 바이럴 마케팅&gt;</p> <p>○기 구축된 지역문화통합정보시스템(1단계) 현황 파악 및 개선사항 발굴을 통해 2단계 시스템 구축을 위한 데이터 보강, 기능 고도화 및 이용활성화 추진</p>	구분	게시물(개)	조회수(회)	유튜브	8	3,585	틱톡	10	1,031,000	네이버 블로그	49	-
구분	게시물(개)	조회수(회)													
유튜브	8	3,585													
틱톡	10	1,031,000													
네이버 블로그	49	-													

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<p>-(시스템 고도화) 통합검색기능, 디자인 개선, 지역문화 현황판 11종 고도화 등</p> <p>-(데이터 구축 확대) 38개 기관 보유한 49개 시스템이 제공하는 108개 연계 서비스*확대 운영중, 민간데이터 구축 추가 (생활인구 등)</p> <p>* 대표서비스 : 지역문화시설, 지역문화지수, 통계 기능</p> <p>-(교육·홍보) 시스템 및 데이터 분석사용자 교육 (11회), 웹진(10회) 발송 및 리플렛 제작 등</p> <p>&lt;성과의 질 가감점&gt;</p> <p>사업의 적극적인 운영 및 점검을 통해 목표 달성</p>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	9점 (우수)	<p>○ 지속적인 사업 모니터링 등 자체 점검을 통해 계획에 따른 사업 진행 준수 노력</p> <p>- (온라인회의·모니터링·현장점검) 추진사업의 온라인회의·모니터링·현장점검 등을 통해 맞춤형 문화사업 적극 지원</p> <p>*<b>(지역문화 활력추진 지원)</b> 현장방문(3회5월, 8·9월, 12월), 온라인회의(4회 6·7월), 모니터링(7월 이후 매주)</p> <p>*<b>(생활문화센터 운영 활성화)</b> 현장모니터링(10회)</p> <p>*<b>(생활문화동호회 활성화)</b> 현장모니터링(15회)</p> <p>*<b>(지역문화 대상 선정)</b> 모니터링(8회)</p> <p>*<b>(지역문화전문인력 양성)</b> 양성기관 모니터링(9회)</p> <p>* 자체평가위원회 운영 시 별도 지적사항 없음</p>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	9점 (우수)	<p>○ 전문가 자문회의, 포럼, 워크숍, 정책수요자 간담회, 추진위원회 구성·운영 등을 통해 지자체, 관련 기관 및 전문가, 민간의 의견수렴을 위해 노력하고 반영함으로써 사업 효과성 제고</p> <p>-<b>(지역문화협력위)</b> 제3기 회의(1회) 개최 및 제4기 구성('22. 7월) 및 회의 개최(2회)</p> <p>-<b>(새정부 지역문화정책 준비)</b> 전문가 회의(9회) 개최</p> <p>-<b>(전문가·업무유관기관 자문회의)</b> 지역문화통합 정보시스템 데이터발굴 및 도출 등(8회)</p> <p>-<b>(협력형 생활문화 활성화)</b> 현장컨설팅 지원(10회), 온라인공유회(2회), 협력워크숍(3회), 전국생활문화 교류대회(1회)</p> <p>-<b>(생활문화센터 운영 활성화)</b> 공모·사전모임·예비교육(8회), 그룹자문(11회), 성과공유회(생활문화교류대회 1회)</p> <p>-<b>(생활문화동호회 활성화)</b> 온라인컨설팅(2회), 교류워크</p>



평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<p>습(6회), 전국생활문화축제 추진 구성·실무위·결과보고회(11회), 생활문화교류대회(1회)</p> <p>▲(개선사항) 현장의 의견을 적극수렴하여, 생활문화동호회 사업 참여유형 확대(예술분야 →사회활동분야)를 통해 활동범위 및 운영방식 개선(공연 및 발표 외 재능 환류 활동 등)</p> <p>-<b>(생활문화공동체 활성화)</b> 사전모임(1회), 현장자문·그룹자문(73, 성과공유회(1회), 생활문화교류대회(1회)</p> <p>-<b>(지역문화 대상 선정)</b> 전문가 자문회의(1회), 서면·인터뷰·현지실사(1회)</p> <p>-<b>(지역문화전문인력)</b> 통합 아카데미 캠프(1회), 성과공유회(1회), 지역문화전문인력 배치사업 교육운영(3회), 업무협의 회의(3회), 전문가 회의(2회), 컨설팅(8회), 지역문화전문인력 양성기관 온라인 입문과정(1회), 심화과정(1회), 업무협의 회의(6회), 전문가 회의(8회)</p> <p>-<b>(문화도시)</b> 제4기 문화도시심의위원회 구성('22.7월), 문화도시심의위원회 개최(4회)</p> <p>-<b>(문화가 있는 날 업무협의)</b> 매월 정례 업무협의, '문화가 있는 날 참여시설' 협력회의(3회)</p> <p>▲(개선사항) '문화가 있는 날' 성과 평가를 통해 기획프로그램의 문제점·개선방안을 도출하여 차년도 사업계획에 반영·추진</p>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 이야기할머니(실버이야기예술인) 3,080명 활동 지원으로 56만여 명의 유아 수혜, '23년 사업 개편하여 경연대회를 통한 스타발굴, 연극 론칭, 해외 콘텐츠 제작 및 보급을 통해 실버세대를 문화예술의 주역으로 활동 지원 예정
- '전통문화 혁신성장 연구개발'('22년~'27년/480억원) 추진하여 5개 과제(현장문제 해결형 1개 과제, 한지 3개 과제, 한복 1개 과제) 선정, 기술수요조사 등 통해 '23년 신규과제 3개 추진 예정으로 전통 문화산업의 선순환 성장을 위한 기술적 기반 구축
- 전통문화 청년창업 육성지원 확대(47개사→86개사), 기업지원센터 운영, 전통문화 혁신이용권(37개사) 및 작업환경개선(8개사) 지원 등 전통문화산업 경쟁력 강화 기여
- '한류스타' 협업 한복(60종)·한지상품(18종) 개발·마케팅 지원, 해외 박물관·미술관·연구소 등과 협력을 통한 한복·한지·한식 등 전통문화의 해외홍보 확대로, 신한류 지속 기반 마련
- 메타버스 플랫폼 전통문화 콘텐츠 보급, 일상누림 캠페인 운영, '우리놀이터' 공간 조성 등 전통문화의 일상화 및 계승에 기여
- 제128주년 동학농민혁명 기념식 개최, 동학 기념공원 개관, 명예회복 심의위원회 운영 등을 통해 동학농민혁명 참여자 및 유족의 명예회복을 추진하고, 동학농민혁명 정신선양·발전에 기여

□ 주요성과

○ 민간기록문화 보존 및 K-전통스토리 진흥 등 활용 확산

- (이야기할머니) 유아에게 옛이야기를 들려주는 ‘이야기할머니 (실버이야기예술인)’ 참여 확대, ‘22년 3,080명 활동, 8,617개 기관, 56만여 명 유아 수혜

- 제14기 1,200명 신규 선발 및 양성, 나눔 문화소외지역 112개소 2,753회 활동
- ‘이야기할머니의 날’ 개최(12.7., 서울) : 4·9기 활동 종료자(349명) 및 14기 수료자(870명) 중 수상자 참석, 유튜브 생중계(조회수 8.5천 회)
- 이야기할머니 그림엽서 콘테스트 개최(전국 21,309점, 17,103명 유아 참여)

			
<이야기할머니 활동모습>	<그림엽서 콘테스트>	<그림엽서 콘테스트 대상> (충남, 김호윤)	<이야기할머니의 날 행사> (전쟁기념관, 12.7.)

- (국학진흥) ▲(보존) 고서 등 민간소장 국학자료 수집보존 총 606,226점 (‘22년 22,609점), ▲(활용) 제1회 전통 생활문화 학술대회 개최(11.25.~26.), 제7회 전국 어린이 고전암송대회 개최(전국 100명 참여), 제8회 전통 기록 문화 활용 대학생 콘텐츠 공모전 개최(23개 대학 66개팀), ▲(일자리) 전통기록유산 보존 및 국역·디지털화를 통한 국학 분야 청년 일자리 창출(151명), ▲(인력양성) 근대기록문화조사원 양성(650명)을 통한 근대 기록문화자료 22만여 건 수집(‘22.12월 222,201건)

[참고] 한국국학진흥원 국학자료 수집 현황 (2022.12.31.)

구 분	계	고서	고문서	목판	현판	서화	기타
국학자료	606,226	186,598	341,657	66,718	1,370	5,707	4,176

<b>제1회 전통 생활문화 집대성 및 콘텐츠 개발 학술대회</b> (2022.11.25.~26. 한국국학진흥원 (주제) “한국 전통 생활의 미시적 접근” )		
		
<인사말>	<발표>	<종합토론>

		
<주대회장> (한국국학진흥원)	<서울여대 대학로캠퍼스(경연)>	<대전 유성문화원>

<b>제8회 전통 기록문화 활용 대학생 콘텐츠 공모전</b> (2022.11.12., 국제청소년센터 국제회의장)		
		
<최종발표 (팀명 : 기록자들)>	<최종발표 (팀명 : 연지근지)>	<대상(장관상)> (팀명 : 수야모야)

○ 전통문화산업 생태계 활성화를 위한 지원

◇ 전통문화산업의 선순환 생태계 조성을 위해 연구개발, 인력양성 등 인프라 조성 → 전통문화산업 역량강화(산업화) → 수요 창출(일상화) → 해외 홍보(세계화)로 이어지도록 정책기반 구축

- (전통문화 연구개발) 과기부 협업, 전통문화 혁신성장 연구개발(R&D) 추진(22.3월~27.6월/총 480억원)하여 5개 과제 선정 완료, 한복 및 한지 문화상품 대중화·고급화 및 신시장 창출을 위한 기반 마련

- 현장문제해결형 연구개발: 플랫폼/DB 구축 등 (1개 과제/'22년 3억원)
- 전통문화 산업화기술개발: ▲(한지) 등급설정 표준화를 위한 장섬유 분석 기술, 기계한지 기반의 멸균 부직포 개발, 전통 수록 한지 실용화 및 고급화 기술개발, ▲(한복) 한복지 개발 (4개 과제/'22년 9억원)

- (전통문화 실태조사) ▲전통문화산업 분야(한복, 한식, 한옥, 공예) 실태 (분야별 기업체 수, 매출액, 종사자 수 등) 파악 및 정기적 동향분석보고서 발간을 위한 기초연구, ▲한지산업 실태조사(원지생산업체 전수조사 및 유통업체 150표본), ▲전통문화산업 인식조사(사업자 및 소비자 대상 1,000 표본), ▲코로나19 피해현황조사(400표본, 심층인터뷰 8건) 추진
- (전통문화 전문인력양성) 전통문화 전문가 교육 '전통가온' 브랜드 개발, 전문가(경력 10년이상)를 대상으로 재교육 실시 및 비즈니스 네트워크 지원하여 전통문화 전반의 인사이트를 보유한 오피니언 리더 및 차세대 리더 양성
  - \* 주요 성과: 42명 교육(2개 과정, 수료율 90%)/전통가온 인사이트 2회 개최(현장참가자 241명, 실시간 온라인 조회수 571회)/교육 성과공유회 1회 개최 및 리더스클럽 발대
  - \*\* 수료생 모임 '전통가온 리더스클럽' 운영 지원, '22년 리더스클럽 1기 발대



- (전통문화 청년창업 육성지원) ▲창업 3년 이내의 청년창업기업 (만 39세 이하인 자가 대표인 기업)의 사업화 및 창업보육 지원, 지원 기업의 성과평가를 통한 3개년 연속 지원('22년 1년차 46개, 2년차 22개, 3년차 18개, 총 86개 업체), ▲예비창업 아이디어 공모전 우수팀 선발 및 창업보육 지원(46팀 보육, 수상작 40팀)

[주요 성과]

- (초기) 46개사 선정(경쟁률 3.73:1), (예비) 46팀 선정(경쟁률 1.16:1)
- 창업 3년 생존율 98%(평균 44.7%/통계청), 예비창업자 중 실질 창업 11개사(24%)
- 창업기획자 직접투자 7개사, 1·2기 지원기업 62% 전년대비 매출액 2배 이상 증가





- (전통문화기업 역량강화) ▲ 전통문화 분야 최초 이용권(바우처) 사업 추진 37개사 지원, ▲ 작업환경개선 8개사(한지, 공예 공방 등) 지원

[혁신이용권 사업 주요 성과]

- 사업 운영을 위한 매뉴얼 및 플랫폼 구축
- (사업고도화) 전통문화분야 공급기관 확보(75개사, 121개 서비스) 통해 전통문화 기업 35개사 대상 경영컨설팅 등 서비스 지원
- (기술혁신) KIST 협업 2개사 대상 기술이전 지원



- (전통문양 산업 활성화) 전통문양을 디자인 및 산업 분야에 활용하고자 하는 기업 및 개인이 바로 활용할 수 있도록, ▲기 구축된 전통문양의 고도화(2,315건) 및 신규문양 제작(지자체 협업, 223건) 등 전통문양 DB 구축, ▲전통문양 활용 제품 제작(의상, 꽃병 등 8종) 및 공간조성 지원

① 최근 3년 개인 및 중소기업 다운로드 건수

(단위 : 건)

구분	2D 문양	3D 문양	합계
2020년	173,968	5,000	178,968
2021년	185,749	5,779	191,528
<b>2022년</b>	<b>305,317</b>	<b>7,685</b>	<b>313,002</b>

② 지자체 협업을 통한 지역전통문양 223건 신규 발굴·구축

지역	내용 및 문양
제주특별자치도	- 제주의 자연유산과 천연기념물 등을 통해 전통문양 발굴

지역	내용 및 문양
	
경기도 용인시	 <p data-bbox="459 790 1109 824">- 처인성 전투 및 관련 출토유물에 대한 전통문양 발굴</p>
서울 강북구	 <p data-bbox="459 1115 1364 1182">- 삼각산과 우이구곡 등 자연유산 및 천도교 관련 유물에 대한 전통문양 발굴</p>

③ 지자체 협업을 통한 지역전통문양 223건 신규 발굴·구축

		
<제품 제작>	<공간 조성>	<영상홍보물> (사나고, 조회수 60만회)

○ 전통문화 자원 활용 메타버스 콘텐츠 제작·보급

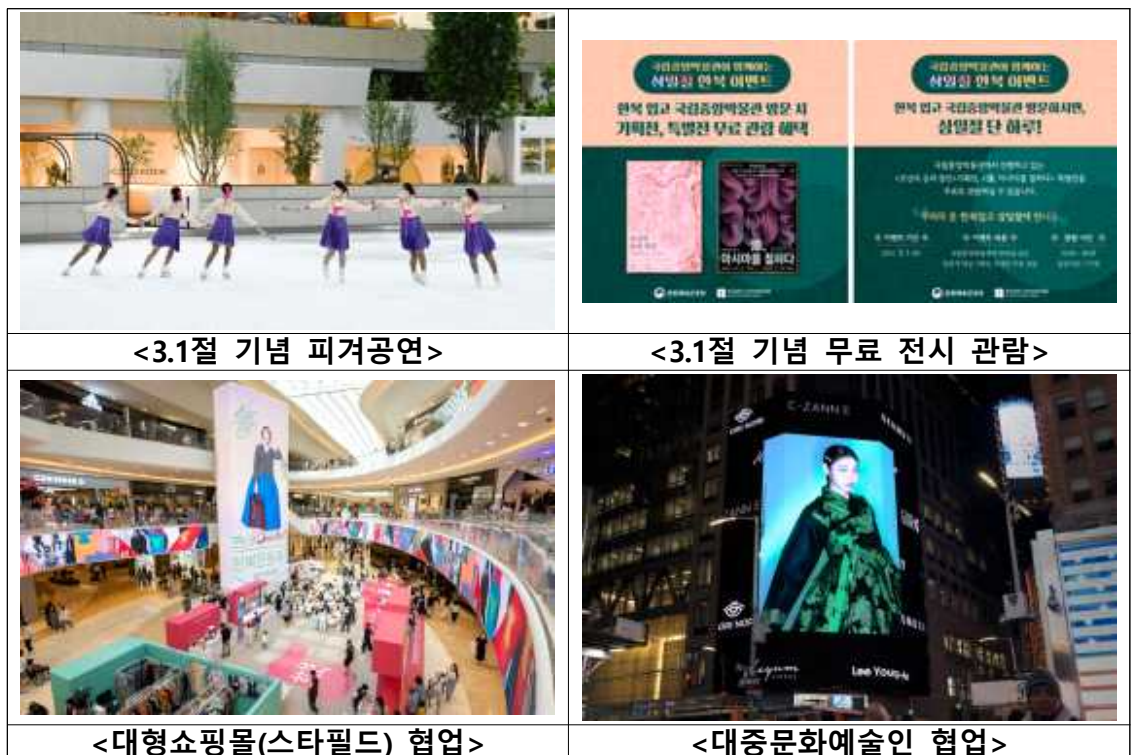
- (전통생활문화 콘텐츠) 미래세대가 쉽고 친숙하게 즐길 수 있도록 확장가상세계공간(네이버 제페토 플랫폼)에 전통생활문화(한옥·한식·한복 등) 체험 월드 구축(22.12월 오픈, 월드 오픈 후 한 달간 2,900여 명 방문)



- **한복문화 일상화를 위한 홍보·교육 및 한복 디자인 개발 지원**  
 - (대중문화, 유통업 등 협업 홍보) 스포츠 스타, 아이스링크, 대형 쇼핑몰(스타필드) 등과의 협업, 국민 접점을 높이는 홍보

[주요 성과]

- **(3.1절 계기 한복문화확산 캠페인)** 국립중앙박물관 기획전, 특별전 한복 착용시 무료관람, 국립중앙박물관, 국립현대미술관, 국립민속박물관에서 한복 착용 SNS 인증 시, 음료쿠폰 제공, 롯데월드 아이스링크에서 3.1절 기념 한복착용 피겨스케이팅 공연(3.1.)
- **(대형쇼핑몰 연계 행사)** 피규어, 반려견, 아동, 성인 한복 전시, 전통놀이, 한복 피규어 색칠하기, 무료 대여 등 한복체험, 찾아가는 한복상점 등의 한복 프로그램 구성(9.1.~12./스타필드 고양)
- **(대중문화예술인 협업)** 전 피겨스케이팅 선수 김연아가 함께한 한복 화보 편집 영상을 뉴욕 타임스퀘어 전광판에 광고(12.2.)





- (지자체 협업 한복문화 확산) 한복 착용 시 '고궁 무료입장' 정책을 '지역 관광지'까지 확대('21년 6개 지자체 → '22년 8개 지자체(남원 상주 등))
  - (한복문화주간 해외개최) 한복문화주간을 국내외 17개 국가\* 동시 개최함으로 지자체·공공기관·학회 등 유관기관과 함께 '한복' 주제 체험, 전시, 패션쇼 등 행사 운영 확대
- \* 한국, 브라질, 아르헨티나, 싱가포르, 우즈베키스탄, 중국, 이탈리아, 폴란드, 헝가리, 남아프리카공화국, 아랍에미리트, 영국, 프랑스, 미국, 캐나다, 튀르키예, 인도



- (지역 한복문화창작소 조성) 지역 한복 문화산업을 활성화하기 위해 지자체 (경상북도 상주시, 전주시)를 '22년 신규 선정하고 창작소\* 조성 및 한복문화 활성화를 위한 프로그램 지원 등 지역거점 한복문화 확산 플랫폼 구축
- \* (창작소) 생산부터 전시, 판매, 체험 기능 갖춘 융합형 공간
- (한복문화 교육) ▲초중고 교육: 2개 지자체\* 선정하여, 관할 초중고교 총 113개소 교육지원(총 321회 수업, 5,426명 교육)으로, 교육 수혜자는 전년 대비 125% 달성, ▲대학교 교육: 대학생 대상 한복 정규 교과목 신설 지원, 총 8개 대학교\*\* 운영(총 교육 수혜자 228명)
- \* 참여 지자체(2개소): 경상북도, 전북 전주시
- \*\* 지원 대학교(8개소): 서울대학교, 고려대학교, 국민대학교, 서울여자대학교, 청주대학교, 안동대학교, 한남대학교, 배화여자대학교

- (한복마름방) 국민참여예산으로 반영된 ‘한복마름방’을 통해 한복산업계 종사자 및 예비종사자들이 필요로 하는 한복 전문 교육 및 보유기자재 사용 교육 기회 제공
  - \* 한국복식사, 전통한복 제작, 디자인실습 등 교육프로그램 운영(총 919명 수료)
- (한복 교복 보급) 교육부와 공동으로 ‘한복교복’ 디자인컨설팅 2개\* 중·고등학교 선정, 기선정된(‘20~’21년) 한복교복 제작지원 22개교 2,000여명의 신입생들에게 한복교복 보급
  - \* 노비따스중고등학교, 온양한울중학교
- (한복 근무복 보급) 한복 근무복 ‘22년 8개 기관\* 도입 확정, 한복 근무복 디자인 추가 개발로 ‘23년도 도입 및 보급기관 확대 예정
  - \* 남원시청, 목포시청, 상주시청, 장성군청, 한국문화재단, 울산관광재단, 구미 성리학역사관, 추계예대 총학생회



<한복 근무복>(한국문화재단, 남원시청)

### ○ 전통한지 종합지원체계 확립

- (한지문화산업센터 운영) 전통 수록한지 판매망 구축(10여종) 및 한지 활용 다양성 확대 및 체험·교육 프로그램 운영(한지 상설프로그램, 한지체험 키트 개발), 한지 기획전시 5회, ‘문화가 있는 날’ 연계 특별 프로그램 7회, 한지 소식지 발간·멤버십 운영·비즈니스 라운지 제공 등」
  - \* 한지문화산업센터: 종로구 북촌 소재, 지하1층, 지상1층 규모(64평)
- (한지사랑도시 선정 및 지원) 지역 한지문화기반 조성을 위해 지역 내 문화재 보수, 지역 관광 및 체험 연계 등 지역 현안에 맞는 전통 한지 수요 활성화 추진
  - \* 2개 지자체 선정(가평군, 괴산군), 지자체별 1억원 지원(지방비 10%이상 매칭)

- (지역한지 수요 활성화 공모 지원) 지역별 특색을 갖춘 전통한지 수요 활성화를 위해 지자체를 통한 한지 업계 및 산업에서 개최 및 운영하는 지역 한지 축제, 체험, 업계 지원
  - \* 4개 지자체 선정(고산군, 전주시, 진안군, 청송군), 지자체별 2천만원 이내 1:1 매칭
- (한지문화 국내외 홍보) ▲(국내) 공예트렌드페어(22.12월)\*, 뉴트로 페스티벌 “오늘전통”\*\*(23.1월) 참가, ▲(국외) 해외 우수 박물관 협업, 한지 전시회, 포럼 등 개최 및 해외 한지 수요처 발굴을 위한 협력 체계 구축
  - \* '22년 공예트렌드페어(12.9.~11.) 한지관 설치 및 지역별 전통한지, 한지달력 판매
  - \*\* 한지 모빌만들기, 한지 엽서 레터프레스 등 관람객 대상 체험형 페스티벌 진행
  - \*\*\* 아부다비 루브르 박물관 '종이의 역사' 전시 한국관 한지 활용 전통의류 제작 지원(22.4월), 이탈리아 바리시 한국주간 한지 전시 및 워크숍 운영(22.5월) 및 한이스라엘 수교 60주년 전시 지원 영국박물관 및 V&A 박물관 복원전문가 초청 한지 수출 지원 및 세미나 진행(22.10월)
- (한지연구 지원) 한지 유네스코 인류무형문화유산 등재 및 지역연계 한지사업 운영 방안 연구 추진(등재 연구, 세부실행 매뉴얼 수립)
- (전통한지 제조업체 근로자 고용 유지 지원) 사회적 거리두기에 따라 경영위기를 겪는 전통 한지 제조업체의 인건비 지원
  - \* 3개 지자체 선정(가평군, 청송군, 함양군), 지자체별 1:1 매칭
- (한지 공공소비물품 개발 보급) 공공물품(한지 태극기) 제작·보급을 통해 한지의 우수성을 알리고 전통 한지 수요 활성화에 기여
  - \* 한지 태극기 제작 및 보급(전통문화 관련 유관기관 등 대상 330개 배포)
- 한식문화 홍보를 위한 국내외 행사 개최 및 차별화된 콘텐츠 개발
  - (한식 도시락 캠페인) 총 2개국(프랑스 파리, 미국 뉴욕)에서 국외 캠페인을 현지 운영하고, 캠페인 연계 홍보 방송 제작 및 송출
  - (콘텐츠 제작) 캠페인 온라인 홍보 콘텐츠를 제작 및 게재하고(총 7편, 전통문화포털), 캠페인 연계 홍보 영상 제작 및 온라인 송출(총 4편)
  - (한식문화상자) 인천공항공사와 협력하여 제1여객터미널에서 한식문화상자 특별전 <맛멋상자> 개최(3,000여명 방문) 및 국외 보급처에서 특별전 개최(2개소, 일본, 카자흐스탄)

○ 전통문화 해외거점 조성

- (해외거점 행사 조성) 전통문화 해외거점 행사(전시·체험) 개최(2개국)
  - \* ▲프랑스 파리(10.1.~29.), ▲멕시코 과나후아토(10.12.~30.)
- (전통문화 콘텐츠 기획) 전통문화 분야(한복, 한식, 한지, 한옥, 세시 풍속 등) 활용 전시·체험 프로그램 기획
  - \* '22년 트레이디셔널 코리아 ▲기획전시 <찬란한 정신>·<빛나는 삶>, ▲ 미디어아트 전시 <신색창연>·<서촌꽃밭>, ▲ 체험 프로그램(10종) 등
- (해외 전통문화 행사) 해외거점을 통해 한국의 문화를 소개하는 전통문화 콘텐츠를 기획하여 일반인을 대상으로 한 전통문화 행사 및 체험 프로그램 운영
- (전통문화 콘텐츠 운영) 뉴트로 페스티벌 “오늘전통”\*(’23.1월) 참가, 해외기관 연계 후속 행사\*\*(~’23.6월) 운영 및 체험 키트 지원(1,300개)을 통한 전통문화 콘텐츠 활용 및 기획전시 지속 운영
  - \* 전통문화 매체예술(미디어아트) 전시 ‘신색창연’ 및 한지공예 전시 ‘서천 꽃밭’ 등 관람객 대상 체험형 페스티벌 진행
  - \*\* 해외거점 기관 중 한국어 교육 기관(프랑스 65개교)을 중심으로 한국어 수업과 결합하여 전통문화 콘텐츠를 활용한 행사 및 체험 운영(60회)

○ 전통생활문화의 일상 속 확산

- (·전통생활문화 공간조성) 전통놀이 체험, 전통문화 교육, 절기별 세시풍속 행사 등 전통생활문화를 배우고 경험할 수 있는 창의적 전통생활문화 공간 ‘우리놀이터’ 신규 조성\*(2개소, 조성 중) 및 기존 공간 운영 지원(3개소, 고양·경주·양주)
  - \* 국립민속박물관 서울관, 파주관 2개소 신규 조성(’23년 2월 중 조성 완료 예정)





- (전통놀이 체험행사 운영) 전통놀이 체험 프로그램 '우리놀이 한마당' 운영(우리놀이터 3개소 활용, 2주간 10회 운영) 및 전통놀이 그림일기 공모전 운영(324명 참여)
- (전통놀이 콘텐츠 개발·보급) 전통놀이 현대화콘텐츠 신규 개발(4종) 및 기개발 콘텐츠 추가 제작(6종), 보급처 공모를 통한 전통놀이 현대화 콘텐츠 문화공간 보급(17개소)을 통한 전통놀이 문화 확산
- (전통생활문화 교육) 한국교육방송공사(EBS)와 협업하여 초등용 전통생활문화 교육 교재 '창의체험 탐구생활' 개발 및 초등교사 대상 보급(20,000부), 전통문화 인성교육 자체개발 캐릭터 '조오랑' 활용 카카오톡 이모티콘 개발 및 무료배포, 한복·전통놀이·세시풍속 등 전통생활문화 교육 프로그램 운영단체 공모 선정 및 지원(4개 단체 지원, 교육 수혜자 수 6,500여 명)
- (세시풍속 맥 잇기) 세시풍속과 24절기 문화를 현대적으로 재해석한 스토리텔링 북(1종) 및 연계 영상 제작(3편), 중앙절(음력 9.9) 계기 세시풍속 전시·체험행사 추진(국립아시아문화전당, 4,200여 명 참여)을 통한 사라져가는 전통풍습 보존 및 확산 기회 마련
- (전통문화 일상누림) 일상 속 전통문화 체험 기회 확대를 통해 전통문화의 국내 확산 활성화 및 문화소외계층에게 균등한 전통문화 체험 기회 제공\*으로 전통생활문화 저변 확대(5회, 수혜자 수 2,500여 명)
- \* 연세대 동아리박람회, 서울대 어린이병원, 대한민국 다향축전, 제기왕 선발대회, 국립전통예술고등학교 등 총 5회 협업
- 동학농민혁명 애국애족 정신 계승·발전
  - (동학농민혁명기념식 개최) 우리부 주최, 동학농민혁명기념재단 주관 「제128주년 동학농민혁명기념식」 개최\*함으로써 동학농민혁명 참여자의 애국애족 정신 계승 및 정신 선양에 기여
  - \* '22.5.11., 동학농민혁명기념공원, 문체부 1차관 외 정관계인사, 유족 등 300여명



- (기념공원 개원) 총사업비로 추진한 동학농민혁명기념공원(총사업비 완료, '14~'224월) 개원(22.5.11.)으로 동학농민혁명 참여자의 애국애족 정신을 기리고 계승·발전, 전국 최대 규모의 동학농민혁명 복합문화공간(역사, 문화, 관광 등) 확보로 동학농민혁명 정신과 사상을 국내외 선양, 낙후된 지역관광산업을 발전시키는 계기 마련
- \* 동학농민혁명기념공원(2022.5.11. 개원, 부지: 301,329.1㎡): 전시관, 추모관, 연수동, 캠핑장, 방문자 센터, 편의시설, 주차장, 야외조경 등



- (추념제) 동학농민혁명 참여자 추모 및 유족 위로 추념식(2022.11.3.~4.) 개최로 동학농민혁명 참여자의 애국애족 정신 계승과 참여자 및 유족의 명예회복에 기여
- \* 동학농민혁명 참여자 유족 등 200여명 참석



- (명예회복심의위원회 개최) 동학농민혁명 참여자 조사위원회·명예회복심의위원회 4회 개최(4월, 7월, 11월, 12월)하여 유족과 참여자 등록(참여자 49명, 유족 401명) 완료

미흡 원인분석 결과: 해당사항 없음

개선보완 필요사항: 해당사항 없음

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	16점 (거의완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 평가 기준일까지 평가대상 과제별로 추진계획의 일정을 모두 적기에 달성함</li> <li>* 단, 국외 한식문화 홍보 캠페인 사업은 외부환경(코로나 19)로 인한 해외 사업을 당초 7-8월에서 9월 추진 완료</li> <li>* 고창 동학농민혁명 성지화 건립사업의 경우에도, 해당 부지에 '사적지 지적(외생요인)으로 인한 사업 지연</li> </ul>	
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	27점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (달성도) 전통문화 대표 분야(한복) 활성화 프로그램 참가자 수는 27,244명으로 목표달성도 101.6%(목표26,817명), 국학자료 DB 열람건수는 2,264,019건으로 목표달성도 100.96%(목표 2,242,418건)</li> <li>- (적극성) 전통문화 대표 분야(한복) 활성화 프로그램 참가자 수는 목표치는 3년 평균(25,539명)을 상회하는 27,244명으로 설정, 국학자료 DB 열람건수의 경우 목표치는 전년도 실적 2,135,636건을 5% 상회하는 2,242,418건 설정하여 적극적으로 설정함</li> <li>* (사회적 가치) 한복활성화 프로그램들은 지역거점의 지자체들과 함께 다양한 축제와 행사 등을 추진함으로써 지역사회 활성화와 공동체 복원에 기여하고, 국학자료 DB화 사업은 국민에게 문화콘텐츠 제공, 직접 일자리 창출 등 삶의 질을 개선하는 사회적 가치에 기여하고 있음</li> </ul>	
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	26점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (전통문화산업 육성) ▲예비창업자 대상 전통문화 청년창업 아이디어 공모전 개최, 46팀 보육하여 실질창업 11개사 달성, ▲ 초기창업기업(창업 3년 이내) 대상 사업화 자금 및 전문창업보육 등 86개사 지원, 투자 유치 및 매출액 증가, ▲도약기업 대상 전통문화 혁신이용권 37개사 및 작업환경개선 8개사 지원</li> <li>○ (한복) ▲한복문화 향유기회를 국내외로 확산시키기 위하여 경북, 부산 등 8개 지역 및 국외 17개 국가와 연계한 한복문화주간을 개최, ▲국내 유일의 한복박람회인 한복상점 개최하여 약 3만명의 참가객이 방문, ▲한류문화예술인(김연아)와 협업하여 한복 상품 개발(60종) 및 홍보런던 패션쇼 등) 등 한복업계와 소비자간 접점 기회를 늘리고 한복 유통 활성화에 기여하는 등 전통문화 산업 진흥의 토대 구축</li> <li>○ (한지) 한지문화산업센터 구축에 따른 본격 운영(20년 5월 개관)을 위해, 한지 기획 전시(5회), 한지 소식지 발간(7회), 센터 활성화 체험 프로그램(한지 체험키트 창작 프로그램 등 8회), 한지 및 한지상품 개발 및 판매망을 구축(수록한지 10종)하는 등 한지 종합지원체계 구축, 한지의 문화산업적 가치 확산</li> </ul>
		①	18점 (우수)	
②		4점 (우수)		
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도(10점)	7점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (제시의견) 향후 가치, 삶의 방식과 생활사 등과 연계된 문화적 관점에서의 보완적 확대 필요</li> <li>○ (이행사항) 한국적 가치 확산 및 인문정신문화 진흥을 위해, 전통기록문화에 대한 체계적 조사·수집, 연구 및 보존·보급 사업을 추진, 전통생활문화 교육을 확대 추진하는 등 가치, 삶의 방식 및 생활사 연계가 이루어지는 문화적 접근을 확대</li> <li>○ (의견수렴) 간담회, 포럼, 관계자 회의, 전문가 자문회의 등 개별 사업별로 현장의견 수렴</li> <li>○ (정책 반영) 제시된 의견 등을 적극 반영하여 이야기할머니(실버이야기예술인) 활동자에 대한 잠복결핵 검진 지원 현장 기술수요조사를 기반으로 한 '23년 전통문화 혁신성장 연구개발 시행계획 수립 한류스타 협업 한복 화보 발행 온오프라인 한복상점 등 마케팅 지원 대학 내 한복 정규 교과목 신설 등 시행</li> <li>○ 또한, 향후 사업계획 수립을 위한 의견수렴을 수회 시행하였고, '23년도 사업계획에 반영 예정</li> </ul>	
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	7점 (보통)		

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 국어정책 수립 기반 기초 조사 및 연구 수행, 국어생활종합상담실 운영 등을 통한 국민의 의사소통 환경 개선
- 세계 한국어 한마당 행사를 통해 연구, 교육, 산업 등 국어 각 분야 성과를 공유하고 한국어 환경의 변화에 대응하기 위한 한국어 정책 발전 방향 모색
- 이용자 수요에 맞는 국어사전별 기능 강화와 언어자원 구축
  - 규범성과 현실성이 조화를 이룬 사전으로 <표준국어대사전> 개편, <우리말샘> 이용자 참여도 제고 및 신뢰도 높은 감수 정보 제공
- 국민이 체감할 수 있는 쉽고 바른 언어생활 환경 조성
  - '새말모임' 운영으로 새롭게 유입되는 외국 용어를 신속히 포착하여 선제적으로 대응
  - 공공기관 대상 공문서 표현 표기 감수로 공공기관의 대국민 소통성 제고 지원
  - 공공기관 공공언어 시범평가, 공공언어 바로 쓰기 지침 발간, 무인 자동화 기기 언어 사용 실태 조사 등으로 공공언어 개선 지원
- 한국어교육 지식 기반 조성 및 한국어교원 역량 강화로 한국어 교육 질적 수준 제고
  - 한국어교육 기초 연구 실시, 현장 요구와 표준교육과정을 기반으로 하는 체계적 교육자료 개발·보급으로 교육 기반 강화 및 내실화 도모
  - 부처 간 협의(한국어교재협의회 운영 등)와 산업계와의 협업, 민관협의체(한국어교육정책 포럼) 운영으로 현장 맞춤형 정책 수립과 환류 체계 구축



- 한국어교원자격심사위원회 운영과 국내외 한국어교원 (재)교육 연수 개최로 교원의 전문성 강화
- 맞춤형 교육과정 발굴 운영 및 국어교육 기초 연구 등을 통해 공공언어 환경 개선 및 국민의 국어능력 향상 기반 강화
- 지속적인 대규모 국어 빅데이터(말뭉치)의 구축 및 공개, 인공지능 언어능력평가 체계 운영
  - 인공지능 언어 기술 개발을 선도하는 국어 빅데이터(말뭉치)를 지속적으로 구축 및 공개하여 인공지능 산업 기반 조성
  - 인공지능 언어능력 평가 체계 시범 운영으로 인공지능 기술 개발 활성화 기반 마련
- 한국수어, 점자 등 특수언어에 기반을 둔 사회적 의사소통 환경 조성을 위한 기반 마련
  - 한국수어-한국어 사전 집필, 누리소통망 자료 수어통역 영상 제작, 국외 점자자료 번역 및 보급 등 특수언어 자료 보급
  - 한국수어교원 자격제도 운영을 통한 한국수어 보급 기반 확대

## □ 주요성과

- 국어정책 수립의 기반이 되는 기초 조사 및 연구 수행
  - 국어 사용 실태 조사(20세 이상 70세 미만 2,000명 대상 음운·어휘·문법·담화 80항목)
  - 세대별 성별 지역어 변이 조사(전국 9개 지점별 3세대 남녀 제보자 대상 각 어휘·표현 500항목 및 주제별 구술발화 2시간 조사, 채록)
  - 국어정책 자료 공개(697건), '숫자로 살펴보는 우리말(2022)' 발간
- 남북언어 통합 기반 마련을 위해 남북 전문용어 대응쌍 구축 (정보통신용어 500항목)

- 2022 세계 한국어 한마당 개최(10.6.~10.10., 국제학술대회, 문화 행사('2022 함께 읽다'), 한글·한국어 산업전(인공지능관) 개최)
- 국민의 국어생활 편의 제공을 위한 국어생활상담 제공(181,348건, '22년 1~12월)
- <표준국어대사전> 개편 및 <우리말샘> 자료 등록 및 감수 확대
  - <표준국어대사전> 정비를 위한 표제어 전수 검토(42만개), 언어현실을 반영한 신규 등재 후보 단어 원고 집필(3,000개), 규범정보 보완(1,500개)
  - <우리말샘> 일반인 사전 등록 참여(85,705건), 전문가 감수 및 사전 반영(13,256건)
- 공공언어 개선 지원
  - 법령문, 정부 표창 문안, 문화재 안내문 등 공공문서 감수(728건)와 정책용어 상담(220건), 공공언어 사용 지침서 발간(2종)
  - 중앙행정기관(47개 기관) '쉽고 바른 공공언어 쓰기' 평가
  - 소속기관, 지자체, 공공기관, 특수법인(557개 기관)의 공문서 시범평가 실시
  - 새말모임 개편 운영으로 신속한 대체어 마련 및 홍보(46건), 기존 다듬은 말 검토·보완(116건)
  - 중앙행정기관 전문용어 표준화 집중 지원으로 전문용어 표준안 마련(82건)
  - 국어심의회 상정 전문용어 검토(163건)
  - 「공공용어의 외국어 번역 및 표기 지침」 교육(4회)
  - 정부·언론 외래어 심의 공동위원회(공동위원회 5회, 실무소위원회 35회) 등을 개최하여 시의성 있는 신규 외래어 표기 배포(베이징 올림픽, 카타르 월드컵 관련 용어 등 1,200건 이상)
  - 공공용어 번역안 자체 구축(293건), 외국어 번역안 감수(3,099건)
- 기초 연구, 교육 콘텐츠 개발·보급, 한국어교원 양성 및 재교육, 부처·산업계·학계 등과 협업으로 한국어교육의 질적 수준 제고에 기여

- (기초 연구 개발 및 보급) ‘한국어 표준 교육과정(문체부 고시, ‘21.11.27.)’과 현지 교육정책 및 교육과정 기반 현장 맞춤형 교재 개발(인도 중고등학교 한국어 교재, 튀르키예 고등학교 한국어 교재 등 2건), 교재 보급(재외동포 대상 국어원 개발 교재 9종, 20개국 73개소 3,600부 보급/ 문화원 소재 세종학당 24개소 1세트, 총 1,056부 보급), 개정 『세종한국어』 기본 (초·중급) 교재 제작·출판 및 출판 기념 세미나 개최(8월), 『세종한국어』 평가 문항 개발 4개 한국어교육 학회와 ‘한국어교육 정책 포럼 발족 및 운영(포럼 4회 개최)
- (한국어교원 양성 및 재교육) 국내 교원 대상 연수회 개최(7~8월, 6회, 525명/온·오프라인 동시 운영), 국외 한국어 연구자 대상 연수회 개최(7~8월, 25명 수료/온·오프라인 동시 운영), 재미한국학교협의회 (NAKS) 집중연수회 개최(7월, 45명 수료/ 온라인 운영), 한국어교원 자격제도 운영(개인 자격 심사 3회, 기관 교육과정 심사 2회)
- 국민의 국어능력 향상을 위한 다양한 교육 과정 운영 및 기초 연구 추진
  - 원내국어문화학교(34회 1,543명)
  - 찾아가는 국어문화학교(169회, 13,912명)
  - 온라인 국어문화학교(20,322명)
  - 대상별(청소년, 어르신, 소외계층 아동 등) 국어문화 교육(5,441명)
  - 온라인국어문화학교 시스템 개선 및 온라인 콘텐츠 개발(3종)
  - 논증적 글쓰기 진단 지표 개발(10개) 및 연도별 추진 계획 수립
  - 2~3등급 기초어휘 목록 선정(8,000개)
  - 국민의 국어능력 실태조사 계획 수립, 듣기·말하기 영역 조사 도구 개발 및 1·2차 예비 조사 시행
- 인공지능 기술 개발 및 연구에 활용할 국가 공공재로서의 국어 빅데이터(말뭉치) 지속 공개(누적, 36종 22억 어절(‘22.12월))
- 인공지능 언어능력 평가 체계 운영(10~11월, 7,468건 접수)
- 한국수어, 점자 등 특수언어 의사소통 환경 개선

- 한국수어-한국어 사전 집필(표제어 500개)
- 누리소통망 자료 수어통역 영상 제작(40개)
- 한국수어교원 자격심의위원회 개최(총 4회/개인자격심사 2회, 145명/기관 심의 2회, 2개소)
- 국외 점자 자료 번역(2종), 번역본 감수(2종, 29회), 발간(1종)

□ 미흡 원인분석 결과: 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항: 해당사항 없음

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20점 (완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 공공언어 감수 지원 사업을 꾸준히 시행하여 높은 만족도를 달성함(21년 95.35점, 22년 96.10점). 공직자의 공문서 작성 능력 향상을 위한 지침서를 발간함.</li> <li>○ 코로나19 상황에 따른 온·오프라인 연수(하이브리드 연수) 방식 채택을 통해 수립한 계획을 차질 없이 수행</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	27점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 공공언어 감수 지원 만족도가 '21년에 95.35점인 점을 고려하여 '22년에는 96점을 목표치로 설정함.</li> <li>○ 한국어교수학습센터 이용자 수 목표치는 신규 온라인 강좌 개설 및 신규 개발 교재 탑재, 교원 연수 연계 등을 통해 목표 달성도를 571.7% 달성함.('22년 목표치 33,107명 대비 189,266명으로 초과 달성)</li> <li>- 한국어교수학습센터 이용자 수 목표치는 최근 3년간 목표치 평균을 고려하였을 때 적극성이 인정됨.</li> <li>- 국내외 한국어교원을 위해 국립국어원 한국어교육 관련 연간 사업 결과물 및 개발 교육자료 등을 제공함으로써 교육자료 보급 확대를 정상 추진하였음</li> <li>- 신규 온라인 강좌 개설 및 신규 개발 교재 탑재, 한국어교원 대상 연수와 연계함으로써 신규 이용자 유입을 도모, 국어원 개발 한국어 교육자료 홍보 및 보급에 기여</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 공공언어 감수 대상 범위를 확대하고 있으며(법률 제개정안 및 정부포상 표창장 문안 감수), 만족도 조사 시행으로 기관 맞춤형 감수를 제공함.</li> <li>○ 공공언어 통합지원 시스템을 통한 공공언어 감수는 공공기관을 대상으로 지원하고 있으며, 매년 감수 이용 기관이 늘어나고 있음.</li> <li>○ 공공언어 감수 만족도 조사로 공공언어의 질을 높이고 기관 맞춤형 감수 지원 가능함.</li> </ul>
	2-2. 정책 효과성(30점)	<p>총점 27점</p> <p>① 18점 (우수)</p> <p>② 4점 (우수)</p>	

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
		③ 5점 (매우 우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 공공언어 감수 내용을 바탕으로 공공언어 지침서(쉬운 공공언어 쓰기 지침)를 개발하거나 공공언어 교육을 하는 등 공공언어 정책 전반에 기여할 수 있음.</li> <li>○ 한국어교수학습센터는 국내외 한국어교육 연구 성과 및 한국어교원을 대상으로 다양한 교육자료 및 한국어교육 관련 정보를 지속적으로 제공하고 있어 이용자가 늘어날 것으로 기대</li> <li>○ 한국어교수학습센터는 비대면 학습 수요가 늘어난 상황에서 온라인 강의와 교육 자료를 제공함으로써 시공간 제약 없이 국내외 한국어 교원의 역량 강화에 기여하였음.</li> </ul>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	7점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 공공언어 감수와 관련하여 개별 기관 감수 지원 시 만족도 설문 조사를 실시하여 감수 요청 기관의 의견 수렴을 위해 적극 노력함.</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10점 (매우우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 공공언어 감수와 관련하여 개별 기관 감수 지원 시 만족도 설문 조사를 실시하여 의견을 수렴하고 국어원 감수 결과에 대한 수용 여부를 검토하여 향후 감수 시 적극 반영함.</li> <li>○ 4개 한국어교육 학회와 업무 협약 체결, 현장 의견 수렴, 정책 평가 및 이를 정책에 환류하기 위한 '한국어교육 정책 포럼' 발족·운영(포럼 4회 개최)</li> <li>○ 관계 부처(기관) 참여 '한국어교재협의회' 운영으로 교육과정·교재 사용 관련 의견을 조사, 이를 반영한 교육 콘텐츠 개발보급 및 연수 실시</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 약 3년에 걸친 코로나19 감염병 위기에도 불구하고, 종교문화사업의 비대면 전환 등 유연한 대처를 통해 사업 성과를 제고하고, 종교문화활동을 통해 사회통합에 기여
- 종교계와 상시 소통체계 구축·운영을 통해 코로나19 위기에 협업하여 대응하고, 종교문화사업 추진 시 긴밀한 협력 기반 마련
- 종교문화유산이 문화관광자원으로 적극 활용되고 있음에 따라 종교문화콘텐츠를 활용한 다양한 문화행사 지원 및 지역별 특성 등을 반영한 종교문화시설을 대폭 확충함

## □ 주요성과

- 사회현안 관련 종교계 의견 청취 및 국민 화합 분위기 조성을 위한 협력 요청 등 종교계와 소통 강화
- 종단별 소외계층 나눔 활동, 청소년 인성교육, 생명존중, 마음돌봄 치유프로그램 시행 등 종교계 국민화합 활동 지원
- 종교문화활동 지원으로 국민의 다양한 문화 향유 기회 확대
- 전통사찰의 보존 지원 및 전통문화유산 전승 보존과 활용 강화
- 전통 종교문화의 계승·보존 및 국민들의 종교문화생활 향유를 위한 다양한 종교문화시설 건립 지원

□ 미흡 원인분석 결과 : 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항 : 해당사항 없음

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	14점 (거의완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 코로나19 감염병으로 현실적으로 정상적 사업추진이 어려웠음에도 불구하고, 방역당국의 지침에 따라 사업계획을 변경하여 최대한 충실히 수행함</li> <li>- 감염병 확산 방지를 위해, 대규모 집합행사 등을 온라인 프로그램, 비대면 행사로 전환하는 등 가능한 범위에서 적극적 사업 추진</li> <li>- 단, 시기상·성격상 사업변경이 어려운 국제행사는 '22년도 미추진하고 '23년으로 순연함(한중일 불교 우호교류대회, 한일불교문화교류대회 등 총 3건)</li> </ul>	
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	27점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '종교문화행사 참여자 만족도' 및 '참여자 수'는 모두 대면·집합 행사 및 프로그램을 전제로 하는 성과 지표로, 22년 목표설정 시 '21년도 달성수준 등을 고려하여, 최근 3년 평균 수준 이상으로 설정후, 목표를 설정함</li> <li>○ 성과지표의 목표치 중 참여자 만족도는 100.1%, 참여자 수는 115.1% 목표를 달성하였음</li> </ul>	
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	24점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 종교를 통한 사회통합 및 사회문제 해결 도모함 : 자살방지, 인성교육, 마음돌봄 치유프로그램(신규) 등 사회통합프로그램을 통해 '코로나 우울' 극복 및 치유를 위한 종교적 해법 모색</li> <li>○ 종교계 주요 문화행사 지원을 통한 국민 종교문화향유 확대 : 코로나19 상황에 따라 종교계 주요 문화행사 비대면 전환 실시 및 축소 개최 등 다각화 추진</li> <li>○ 코로나19로 지친 국민들을 위로하고 치유하기 위해 다양한 종교활동 등을 통해 사회적 우울감 해소, 정신적인 상처를 치유하는 데 기여</li> </ul>
		①	16점 (우수)	
		②	4점 (우수)	
③	4점 (우수)			
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	7점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ('21년 재정자율평가 종합의견) 사업의 성과가 우수함에도 불구하고 집행률이 다소 저조, 예산 집행을 제고 필요</li> <li>○ (조치사항) 집행가능성을 고려한 예산편성, 보조금 교부 특히, 종교문화시설건립사업의 집행전반에 대한 철저한 관리·감독을 통한 실집행을 제고 및 목표공정을 달성</li> <li>- 종교문화활동 및 보존지원(총 5개 세부사업)의 '22년 집행률은 94.2%로 '21년 91.7% 대비 2.5% 상향</li> <li>* 종교문화시설 건립사업 실집행률 '22년 69.1%로 전년 66% 대비 3.1% 상향</li> </ul>	
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	7점 (보통)		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (종교계 소통 활성화) 코로나19 상황 하에서 감염병 예방 및 방역의 효과적인 수행을 위해 종교계 현장과 상시적 소통</li> <li>○ (정부-종교계 소통체계 운영) 코로나19 감염병 확산 방지 및 종교시설 방역 등 현안 협의를 위해 "정부-종교계 소통체계" 구축 및 운영</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

## ■ 성과목표 달성

- ('22년 목표) 관람객 수 451만명 / 고객만족도 점수 87.5점

- ('22년 실적) 관람객 수 894만명 / 고객만족도 점수 88점

⇒ 관람객 수 목표 달성도 198.2% / 고객만족도 점수 100.6% 달성

\* 방역패스 해지('22.1.18.), 사회적 거리두기 해제(4.18.) 등으로 인하여 코로나19 이전('19년, 998만명) 대비 89.6% 수준까지 회복

\* 국립중앙박물관의 경우 341만명으로 '19년(335만명) 대비 1.79% 증가하여 코로나19 이전 수준 회복

- 고 이건희 회장 기증품의 체계적 관리 및 대국민 공개로 국민 문화 향유권 확대에 기여(특별전 개최, 기초자료집 9권 발간)
- 청자실 내 고려청자를 엄선한 몰입형 감상공간 '고려비색' 마련으로 한국문화의 아름다움을 보여주는 대표 공간 조성(11월/3층 조각공예관)
- 디지털 기술을 활용한 이용장벽 없는 스마트전시관 서비스 구축으로 장애인 등 문화취약계층의 전시관람 접근성 제고(4~12월)
  - \* 장애인, 비장애인이 모두 이용할 수 있는 인공지능 기반 양방향 소통기능 탑재 전시 안내 키오스크 및 모바일 시스템 구축
- 지진발생 시 전시실 내 관람객 안전 및 전시품을 보호하기 위한 안전시설 강화 예산 신규 확보('23년 중박 13억, 소속관 79.9억)

## □ 주요성과

## ○ 성과지표 목표치 달성

- 관람객 수: (목표) 451만명 (실적) 894만명
- 고객만족도 점수: (목표) 87.5점 (실적) 88점



- (사람을 다시 봅니다) △새로운 소장품과 연구성과를 만나는 상설 전시  
△공감과 공존의 가치를 높이는 한국 문화 특별전 △장애인과 함께 누리는 열린 박물관

□ 새로운 소장품과 연구 성과를 만나는 상설전시

- 새로움과 다양성을 더하는 전시
  - (교체전시) 전시품을 정기 교체하여 새로운 소장품 공개 확대
  - (상설심화전시) “예산 수덕사 괘불”(4.13.~10.16./불교회화실), “일본 불교조각의 세계”(4월~’23.10월/일본실) 등 다양성을 더하는 소규모 심화전시 개최
- 쾌적하고 품격 있는 공간에 마음의 여유를 더하는 상설전시 개편
  - (청자실) 한국문화의 아름다움을 대표하는 공간으로 연출 (11월/3층 조각공예관)
  - (기증 오리엔테이션 공간) 기증의 개념과 가치를 다양한 매체로 쉽고 감성적으로 전달하는 복합문화 공간 조성 (12월/2층 기증관)
- 전시 설명문·영상 등 콘텐츠 검증 확대 및 성과 공유
  - 전시용어 개선 대상 콘텐츠를 영상물, 연표 등으로 확대하고, 내외부 전문가를 활용하여 3단계 콘텐츠 검증 실현
  - 문화재 지정번호 폐지에 따른 설명문 및 네임카드 순차적 교체 추진

□ 공감과 공존의 가치를 높이는 한국문화 특별전

- 어느 수집가의 초대·고故 이건의 회장 기증 1주년 기념(4.28.~8.28./기획전시실)
  - 고대에서 현대에 이르는 다양한 장르의 고故 이건의 회장 기증품 가운데 엄선한 355점 소개
  - 시대와 분야를 융합하여 문화유산과 미술품을 아울러 전시하고, 함께 나누는 기증의 가치를 되새겨보는 전시
    - \* 국립현대미술관과 공동개최, 이건의 수집품 수증 5개 국립미술관 출품
    - \* 온라인 전시 영상(수어 등)으로 전시 관람객과 온라인 이용자 편의 및 문화 접근성 확대
- 외규장각 의궤, 그 고귀함의 의미(11.1.~’23.2.28./특별전시실)
  - 외규장각 의궤 귀환 후 10년간의 연구 성과를 기반으로 조선시대 기록문화·정신문화 유산으로서 의궤의 가치 조명
  - 의궤 속 다양한 국가의례 및 서책·회화·공예·복식 등 문화 요소를 시각적·입체적으로 구현한 관람객 친화적 전시
    - \* 외규장각 의궤 전량(297책) 공개, 영국국립도서관 소장 『기사진표리진찬의궤』 도설을 활용한 인터랙티브 영상 콘텐츠 등

□ 장애인과 함께 누리는 열린 박물관

- 장애인을 위한 안내 서비스 강화
  - 상설전시관 내 점자 전시해설서 및 안내판 비치, 촉각전시품 확대
  - 시·청각 장애인 등의 전시 관람 지원을 위한 인공지능 안내서비스 구축(12월)
  - 전시안내 로봇 ‘큐아이’ 수어 해설 콘텐츠 확대(12월)
  - 상설전시관 <사유의 방> 브랜드 스토리를 토대로 “국보 반가사유상 점자감각책(멀티미디어형 점자책)” 발간(12월)

○ **장애인 특화 전시·교육 공간 '장애인 스마트 강의실' 조성(23.1월 완료)**

- 장애인 관람객의 문화재 탐구·체험·교육 프로그램 운영을 위한 특화된 교육 공간 조성 (제3강의실, 157.54m<sup>2</sup>)
- 다양한 디지털 기기를 활용한 장애인의 문화분야 디지털 리터러시 지원, 장애인 전용 체험 교구 제작 및 온·오프라인 교육프로그램 운영

○ **장애인 접근성 강화를 위한 종합계획 수립 및 실행**

- 유형별 장애에 대한 이해를 기반한 수요자 중심의 접근 강화로 장애인 문화 서비스 향유권 제고
- 장애인 관련 제도 인증 추진

○ **(세상을 연결합니다) △박물관에서 만나는 다양한 세계문화 △세계로 확산하는 한국문화 △박물관에서 누리는 어린이 잔치**

□ **박물관에서 만나는 다양한 세계문화**

○ **세계문화관 전시 운영(상설전시관 3층)**

- 이집트실('19), 세계도자실('21)에 이어 메소포타미아실('22)을 조성하고 그리스·로마실('23) 신설 준비
- **(메소포타미아실 신설)** 이집트실('22.2월 종료)에 이어 메소포타미아 문명을 주제별로 구성하여 소개하는 전시. 썩기문자 토판문서 등 미국 메트로폴리탄박물관 소장품 66건 전시 (7.22.~'24.1.28.)
- **(그리스·로마실 신설 준비)** 세계도자실(~'22.11월 종료) 후속으로 그리스·로마 문화를 소개하는 전시 준비. 오스트리아 빈미술사박물관 소장 그리스·로마 컬렉션 127건 전시 ('23.6.15.~'27.5.30.)

○ **아스테카, 태양을 움직인 사람들(5.3.~8.28./특별전시실)**

- 국내에서 처음으로 개최하는 아스테카문명 전시로 잉카('09), 마야('12) 특별전에 더해 아메리카 3대 주요 문명 전시 시리즈 완성
- 멕시코와 유럽의 아스테카문명 최신 연구 성과를 바탕으로 최신 발굴문화재를 포함한 주요 전시품 208점 소개
- 한국-멕시코 수교(1962년) 60주년을 기념하여 현대 멕시코의 문화적 원류인 아스테카를 소개하여 멕시코에 대한 이해를 높이고 양국 우호 증진에 기여

○ **합스부르크 600년, 매혹의 걸작들(10.25.~'23.3.1./기획전시실)**

- 신성로마제국의 황실로 유럽을 대표한 합스부르크 왕가의 역할과 영향력을 중심으로 유럽 및 오스트리아의 역사와 문화 조명
- 루벤스 <필레몬과 바우키스>, 벨라스케스 <마르가리타 테레사 공주 초상> 등 16~20세기 합스부르크 왕가가 수집한 르네상스, 바로크 시기 회화, 공예품, 갑옷, 태피스트리 등 96점과 고종 황제가 오스트리아 황제에게 수교 기념으로 선물한 조선의 투구와 갑옷 전시
- 한국-오스트리아 수교(1892년) 130주년 기념 빈미술사박물관 소장품전을 개최하여 양국 우호 증진에 기여

□ 세계로 확산하는 한국문화

- 한국: **풍요로운 과거로의 길**(21.10.16.~22.8.21./네덜란드 프린세스호프 국립도자박물관)
  - 국립중앙박물관, 네덜란드 프린세스호프 국립도자박물관 공동 주최
  - 도토기를 중심으로 과거에서 현대로 이어지는 한국의 역사와 문화를 소개하는 전시. 삼국시대부터 광복 이후 시기까지의 토기, 도자기, 옹기 등 관련유물 55건 92점 대여
    - \* 국립중앙박물관 상설전시관 "세계도자살"의 교환전시
    - \* 한국-콜롬비아 수교 60주년 기념의 해('21년)에 맞추어 개최
- **한국의 치미**(22.5.21.~10.30./미국 국립아시아예술박물관)
  - 국립중앙박물관, 미국 스미소니언 국립아시아예술박물관 공동 주최
  - 미륵사지, 부소산성, 월지 출토 치미와 수막새 20점을 중심으로 삼국~통일신라시대 우리나라 고대 건축 문화와 특징을 조명
    - \* '19~'20년 "한국의 불상 Sacred Dedication, a Korean Buddhist Masterpiece"의 후속 전시
- **국립중앙박물관 도자 특별전: 전통의 울림**(22.9.6.~23.2.20/콜롬비아 황금박물관)
  - 국립중앙박물관과 콜롬비아 중앙은행 공동 주최
  - 한국 도자의 역사적 흐름과 각 시대를 대표하는 도자의 특징과 미적 가치를 조명하는 전시. 도자 문화에 녹아든 한국인의 삶과 문화를 주제별로 소개. 한국도자 125건 226점 전시
    - \* '18년 우리 관 개최 특별전 "황금문명 엘도라도-신비의 보물을 찾아서"의 교환전시로 한국-콜롬비아 수교 60주년('22년) 기념 개최
- **외국 박물관 한국실 지원**
  - 외국 주요 박물관 한국실 운영 지원으로 한국문화 홍보 및 국가 브랜드 강화
    - \* 전 세계 한국실 보유관(23개국 68개관) 대상 신규 지원관 선정(중장기 4개, 단기 3개)
    - \* 북마유럽 지역에 편중된 한국실 외연 확장 위한 태국 방콕 국립박물관 한국실 개관(11.20~23.5.21)

□ 박물관에서 누리는 어린이 잔치

- 제100회 어린이날 기념 특별전 **"모두가 어린이"** 개최('22. 5. 3.~)
  - '놀이', '선물', '대화'를 주제로 세대 공감형 체험전시 구축
- 체험교육 행사 **"놀며 크는 어린이, 함께하는 박물관"** 개최('22. 5.3.~5.8.)
  - 어린이 동반 가족 참여형 행사 개최
    - (대면) 어린이날 100회 기념식, 공연, 체험교육 박람회 등
    - (비대면) 메타버스 체험 전시, 참여형 영상콘텐츠(릴스) 제작 등
      - \* 경주, 광주 등 전국 13개 소속박물관 참여, 체험프로그램 공동 기획·운영
      - \* 참여인원(중앙): 57,691명(비대면 : 12,197명 / 대면 : 45,494명)

- **(내일을 준비합니다)** △ICT-문화유산 융합으로 준비하는 미래의 박물관  
△디지털 기술을 활용한 문화재 보존 △지역의 문화 기반시설로 자리매김 하는 소속박물관

□ ICT-문화유산 융합으로 준비하는 미래의 박물관

○ 지능형 큐레이션 플랫폼 지원 기술 연구 및 플랫폼 구축

- 대표 소장품(중앙 및 소속관) 문화유산 애셋 제작(217점)
- 디지털 아카이브 자료 고품질화 기술 개발 및 데이터 개선(8,353점)
- 문화유산 특화 지능형 분석 및 검색 가시화 기술 개발
- 문화유산 애셋 기반 지능형 큐레이션 지원 플랫폼 설계(11월)

○ 공공형 유형 문화자원 실감콘텐츠 다변화 및 범용 활용성 강화

- 실감콘텐츠체험관(14개관) 운영 및 공공형 유형 실감콘텐츠 신규 제작(16종)
- 실감콘텐츠 대외 활용 지원(국내외 21개소) 확대로 공공형유 기회 확대
- 메타버스 콘텐츠 힐링동산\* 운영 및 온라인 실감콘텐츠 제작으로 콘텐츠 접근성 증대  
\* 힐링동산 이용자수('21.10.8.~'22.10.7.): 14,228,787명 / 박물관과 비온드 메타버스 포럼 개최('22.7.22.)

○ 이용 장벽 없는 스마트 전시관 서비스 구축

- 인공지능 기반 양방향 소통\* 가능 장애유형별 맞춤형 키오스크 개발  
\* AI 기반의 음성 인식·합성, 수어 동작 인식 및 활용(3D 수어 아바타), 점자 입/출력장치 등
- 추천동선, 전시안내, 다양한 검색 기능 갖춘 장애유형별 맞춤형 전시 안내 서비스 제공 (장애인, 비장애인 모두 이용)
- 키오스크에서 얻은 정보를 전시실에서 활용 가능하도록 키오스크-모바일앱 안내 시스템 연동 설계 (모바일 수어챗봇 개발)

□ 디지털 기술을 활용한 문화재 보존

○ 문화유산 과학센터 운영을 위한 '디지털 보존과학 시스템' 구축

- 디지털 보존과학 시스템 구축 정보화전략계획(ISP) 수립('22년 6월~11월)
- 문화유산 검증 시스템 개발  
\* 과학적인 검증과 가치판단을 위한 문화재의 종합 정보 시스템
- 가상 디지털 보존처리 프로그램 개발  
\* 3D 및 CT 정보를 융합기술을 활용한 손상 문화재 원형복원
- 스마트 원격진단 시스템 개발  
\* 국내외 박물관 보존과학 디지털 플랫폼 구축으로 실시간 정보공유 및 보존과학 온라인 협력 지원

□ 지역의 문화 기반시설로 자리매김하는 소속박물관

○ 소속관 및 복합문화관 건립 등 기반시설 확충 지원

- \* △충주 신규건립 설계 중, △진주 신축이전 설계 공모 관리용역 발주 및 계약완료, △광주 도자문화관 실시설계 완료, △나주 복합문화관 감리 및 공사 계약 완료, △부여 백제 국보관 기본설계 중, △대구 복식문화관 건립확정(310억)

○ 전시실 개편 지원 △김해, 나주 상설전시실 개편

○ 지역문화와 연계한 소속박물관 브랜드 특성화 추진

- \* 소속박물관 브랜드 육성, 스마트 박물관 구축, 지역 협력망 강화 등

○ 지역의 문화향유권 확대를 위한 전시 지원(순회전시)

□ 미흡 원인분석 결과

- 해당 없음

□ 개선보완 필요사항

- 해당없음

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	16점 (거의완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 추진계획 대비 대체로 원활히 실적을 이행함</li> <li>○ 일부 사업의 연기/지연/취소 건이 있으나 외부변수에 의해 연기(국제교류), 사업수행의 완성도를 높이기 위해 일정을 연장한 경우임(교육)</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	24점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>㉠ 성과지표의 목표 달성도                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- (관람객 수) 당초 목표 451만 명 대비 894만명 관람으로 98.2% 초과 달성</li> <li>- (고객만족도) 당초 목표 87.5점 대비 88점으로 0.6% 초과달성</li> </ul> </li> <li>㉡ 목표치의 적극성 판단                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ (관람객 수) '22년도 목표치 451만명은 '20년부터 이어진 코로나19 관련 불확실한 상황 속에서도 코로나 19 관련 불확실성을 고려하여 2022년 1~2월 실적과 2021년 일평균 관람객수 기준 2022년 예상 관람객 (3~12월) 합산치보다 10% 상향한 수치로, 적극적인 목표치 설정</li> <li>○ (고객만족도) 고객만족도 조사에서 적용하고 있는 7점 척도의 경우 응답자 모두 '만족에 해당하는 6점을 부여 하더라도 83.3점으로, 목표치 86.6점은 대부분 6점 이상을 주어야 달성 가능한 매우 적극적인 수치임</li> </ul> </li> <li>㉢ 성과의 질 가감점                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ (사회적가치) 문화취약계층의 역사 탐구와 문화 향유를 위한 촉각전시품 등 전시안내 서비스, 체험 교구 개발 및 교육 프로그램 운영, 이용장벽 없는 스마트 전시관 서비스 구축 등</li> </ul> </li> </ul>
			총점 26점
	① 18점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>㉡ 향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도</li> </ul>	
	2-2. 정책 효과성(30점)	② 4점	

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
		(우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 고 이견히 기증품의 관리에서 활용에 이르는 체계적인 프로세스를 진행하여 대국민 만족도를 높이고 기증 가치에 대한 인식 확산</li> <li>○ 장애인 전시 관람 환경 개선을 위한 전시 콘텐츠 제작, 인공지능기반 장애유형별 맞춤형 전시안내 서비스 구축, 스마트 전시·교육공간 조성 등으로 '모두를 위한 박물관' 실현</li> </ul>
		③ 4점 (우수)	<p>㉔ <b>과제수행을 통해 관련 상위정책 등에 대한 기여여부</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 문화유산 보존 및 활용 등을 통해 우리문화 정체성 강화 및 세계문화 향유를 위한 전시개최, 연령별·주제별 교육 및 문화행사 프로그램 운영</li> <li>○ 상위목표인 '국민 체감형 문화시설 지원 및 운영을 활성화한다'와 국정과제 실천과제 &lt;56-2&gt; '품격 있는 문화 시민 역량 강화' 및 &lt;56-3&gt; '전통문화의 독창적 가치 확산과 창조적 발전에 기여' <ul style="list-style-type: none"> <li>- '디지털 보존과학 시스템 구축' 정보화전략계획(ISP) 수립 완료(6~12월) 및 그에 따른 '23~28년 세부 일정 확정</li> <li>- 지능형 큐레이션 플랫폼 포럼 개최(제목: '공존과 지속', '22.9.15.), 문화유산 애셋 기반 지능형 큐레이션 지원 플랫폼 설계(11월), 문화유산 에셋제작 217점</li> </ul> </li> </ul>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	8점 (우수)	<p>㉕ '21년 자체평가 결과 개선조치 이행 실적: 해당없음</p> <p>㉖ '22년 자체평가위원회 운영 시 제시된 사항에 대한 이행 실적: 해당 없음</p> <p>㉗ <b>자체점검의 충실성:</b> 사업 추진과정에서 모니터링, 자문 회의 및 컨설팅 등을 통해 현장 의견을 지속 청취하고 추진과정을 수시로 점검하며 계획 대비 사업이 차질 없이 진행되도록 함</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 주요사업 추진상황 점검을 위해 중앙박물관 부서장 간담회(주1회), 소속박물관장 대면서면 회의(월1회) 개최</li> <li>○ 지방박물관 특성화 육성사업 분기별 추진실적 점검(4회)</li> <li>○ 국립박물관 브랜드 사업 성과분석 및 컨설팅(1~3월)</li> <li>○ 『디지털 전략 2025』수립에 따른 종합계획 이행 관리(1~3월)</li> <li>○ 외부 전문기관을 통한 관람환경 개선을 위한 모니터링으로 관람객 불편사항 개선(중앙박물관 연3회, 13개 소속관 연1회/ 3~11월)</li> <li>○ 현장직원 친절도 모니터링(연2회) 및 현장 대응교육 등(연 4회) 고객 대응 역량 향상</li> </ul> <p>㉘ <b>언론보도·외부기관 지적 등을 통해 문제점이 발견된 경우 조치결과</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ (재정사업 자율평가 결과환류) <ul style="list-style-type: none"> <li>- (집행률 개선) 국립중앙박물관 예산집행률 제고 계획 수립</li> <li>* 집행 우수사업에 인센티브, 부진사업에 자체 패널티 적용하여 지출구조조정 규모에 반영</li> <li>- (성과목표치 재설정 및 달성노력) 향후 코로나19 상황</li> </ul> </li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<p>등을 반영한 성과목표치(관람객 수) 재설정 및 이용자 맞춤 관람환경 조성* 등을 통한 목표치 달성노력</p> <p>* 내·외국인 대상 다양한 해설프로그램 운영, 특별전 개최, 수요자 맞춤형 교육 확대(연령별→장애인 등 문화취약계층 포함), 디지털콘텐츠 개발, 고객센터 체계 실태조사(연 1회) 및 지속 모니터링 실시 등</p> <p>○'19년~'21년 국정감사 지적사항이었던 면진대 도입*을 위한 예산확보('23년 중박 13억, 소속관 79.9억)</p> <p>○국외전시 전시정보 오류 방지 시스템 강화(9월)</p> <p>-「소장품 국외대여 규정」개정, 국외 전시 관련 표준협약서 보완, 현지 공관 및 문화원 협조 강화 등</p>
	<p>3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)</p>	<p>9점 (우수)</p>	<p>㉠ 현장 의견 수렴 노력</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국립중앙박물관 운영자문위원회 운영(2회/2.21, 10.31.)</li> <li>○ 관람객의 관람행태 및 만족도 조사를 통해 고객센터 서비스 품질 제고 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국립중앙박물관 고객만족도 조사 실시(4~11월)</li> <li>- 어린이박물관 관람객 만족도 조사 실시(8월)</li> <li>- 어린이박물관 관람객 행동관찰 연구 (8~12월/중앙·나주·제주)</li> <li>- 상설전시관 '사유의 방' 브랜드 만족도 조사(7~8월)</li> <li>- 특별전 '漆, 아시아를 칠하다' 관람객 만족도 조사(2~3월)</li> </ul> </li> <li>○ 전문가 자문회의, 포럼, 정책 수요자 간담회 등을 통해 관련기관 및 전문가, 민간의 의견 수렴 및 사업에 반영 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국립중앙박물관 어린이박물관 발전방향 모색을 위한 자문회의 개최(10.17.)</li> <li>- 포스트 코로나 시대 어린이 공간의 진단과 전망 - 미래 발전포럼"함께 하는 공간, 함께하는 우리"개최(11.17./참여 1,751명(대면 151명, 비대면 1,600명))</li> <li>- 지능형 큐레이션 플랫폼 포럼 개최(공준과 지속, 9.15.)</li> <li>- 장애인 스마트 전시·교육공간 구성 전문가 자문회의 개최(10.21, 11.9.)</li> <li>- 어린이박물관 중장기 발전방안 자문 간담회 개최(12.23.)</li> <li>- 국립중앙박물관 교육상자 학습자료 개발을 위한 협력교사·자문위원 구성 및 운영(8~10월)</li> <li>- 어린이박물관 단체관람객 확대 자문회의 개최(6.14.)</li> <li>- 어린이박물관 중장기 계획 수립 자문회의(2.22.)</li> </ul> </li> </ul> <p>㉡ 현장의견의 정책 반영 이행 노력 및 효과</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 어린이박물관 접근성 향상을 위한 전시 환경 개선 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 장애인 자문회의(1월) 반영 전시 영상 음성 및 자막 보완 *총7건</li> <li>- 초등 영유아교사 의견 수렴(6월) 사전·사후 학습자료 제작, 성인·어린이 상호작용 촉진을 위한 전시품 정보 강화</li> </ul> </li> <li>○ 어린이박물관 관람객 조사 연구결과를 전시, 교육 및 서비스 강화를 위한 기초자료로 활용</li> <li>○ 기증 오리엔테이션 공간 조성(5~12월) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기증관을 기증의 개념과 가치를 다양한 영상과 매체로</li> </ul> </li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<p>쉽고 감성적으로 전달하는 복합문화공간으로 개편</p> <p>* '18년 고객만족도 조사결과 상설전시실 총면적의 15%를 차지하는 기증관의 관람 만족도가 최하위로 나타남</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 관람환경 개선을 위한 외부 전문기관 모니터링으로 관람객 불편사항 개선(중앙박물관 연3회 59건, 13개 소속관 연1회 132건)</li> <li>○ 관람객 민원 '고객의 소리' 운영 접수 및 처리 273건</li> </ul>



## (1) 평가결과

## □ 총평

- 민속문화의 보급과 선양을 위하여 시대별·지역별 생활문화를 조사·발굴하고 보존·진흥하는 한편, 창의적이고 다채로운 전시·교육·행사를 통해 지역문화 균형발전 추구 및 문화향유권 증진
- 한국 대표 생활문화 박물관으로서 민속 소장품 및 정보에 대한 개방성과 이용 편리성 증진
  - 파주 개방형수장고 및 정보센터를 통해 수장형 전시 등 소장품의 최대한 개방 및 과학적 보존체계 구축, 민속아카이브 운영을 통한 민속자료의 공유·활용 활성화

## □ 주요성과

- 다양한 주제, 신기술(VR, AR 등)을 활용한 생활문화 전시
  - (상설전 개편·운영) 계절별 상설전시관 연출(상설1관) 및 온라인 VR 서비스 제공(상설3관), 제 100회 어린이날 계기 어린이박물관 개편
  - (기획전시) VR, AR 등 실감형 콘텐츠, 주요 기증품, 계기별 주제 등을 기반으로 한 다양한 민속문화 특별전시 기획 운영

전시 명	시기	주요 내용
<b>한 여름밤, 신들의 꿈</b>	'22.8.13. ~'22.10.11.	· 장승, 솟대, 산신, 저승신, 가신, 용, 도깨비 등 민속 신을 주제로 한 실감형 영상 전시
<b>까레이치, 고려사람</b>	'22.9.7. ~11.7.	· 우즈베키스탄·카자흐스탄과의 수교 30주년 기념, 빅토르 안 기증사진을 통해 중앙아시아 고려인의 삶과 문화 재조명
<b>민속이란 삶이다</b>	'22.4.27. ~7.5.	· 민속의 개념, 영역 등 소개를 통한 민속의 의미와 가치 조명
<b>길상 특별전 '그 겨울의 행복'</b>	'22.11.16. ~'23.3.2.	· 길상으로 본 우리 삶 속 행복의 변화와 지속을 주제로, 코로나19로 지친 국민들에게 희망과 긍정적 메시지 전달
<b>새해, 토끼 왔네!</b>	'22.12.14. ~'23.3.6.	· 계묘년 토끼 띠 해를 맞아 토끼의 생태와 민속문화상 조명 및 현대적 전승 내용 소개

- 온라인 민속문화 서비스 확대 등 복합문화공간 역할 강화
  - (교육) 연령별(어린이·청소년·성인), 특성별(전문가·외국인·소외계층) 맞춤형 교육(45,323명), 온라인 교육(91편, 66,631명) 등
  - (공연) 우리민속한마당 등 총 43회, 11,436명, 온라인공연 18편, 735회
  - (행사) 입춘·설·어린이날·추석·동지(대면), 대보름(대면 및 비대면) 등 세시풍속행사 153,646명 참여
- 파주 개방형 수장고 및 정보센터 운영
  - (주요실적) 개방형 수장고 관람객 59,815명, 민속 유물 109,529건 170,046점, 아카이브 자료 764,129건 817,815점 소장(누적)
  - (전시·행사 등) ▲수장형 전시 <소소하게 반반하게>(5.20.~9.12.), <수장고산책:유리정원>(10.1.~23.2.26.) 등 운영 ▲수장고 특화 교육 10종 62회 821명, ▲정월·단오·추석 등 세시행사 4,074명 참여
- 지역·역사·비교 민속 생활문화 조사 및 보고서 발간
  - (지역민속) 권역별 생활문화 조사 및 보고서 발간(충청권 마을신앙(3권), 우리 안의 다문화(3권), 땅설법(1권)) 및 북한 민속문화 학술조사
  - (역사민속) 전통생활문화 조사 및 보고서 발간(영산강의 포구와 장시(1권)), 및 전통생활문화 자료집 11호 발간(상제식(1권)), 근현대 생활문화 조사(일상 속 우리의 차, 정미소) 등
  - (비교민속) '바구니' 보고서 발간(1권), 재외 한인동포(중양아시아) 생활문화 조사 및 보고서 발간(1권), 아시아의 가면과 가면극 조사
- 민속학연구 기반 구축 및 학술 교류
  - (사전편찬) 한국생업기술사전(상공업), 한국식생활사전(영문·중문·서반어), 한국민속상징사전(토끼)
  - (학술대회) 국제학술대회(민족와 이주(11월)), 기획학술대회(6월), 학술강연회(계묘년 토끼띠(12월)), 제11회 어린이박물관 학술대회(6월) 등
  - (학술지) 『국제저널 무형유산』 17호(11월), 『민속학연구』 50·51호(6월·11월), 『어린이와 박물관 연구』 19호(11월)

○ 유물수집·국가귀속, 보존처리, 자료 활용·공개 강화

- (수집) 경매, 공개구입 경로를 통해 민속자료 649건 4,407점 구입, 432건 1,528점 수증 및 86건 93점 수탁
- (등록·보존) 민속유물 560건 647점, 아카이브 26,352건 27801점 등록, 136건 139점 보존처리 및 2,366건 2,961점 상태조사 추진
- (활용·공개) △대여(관내 3,690점, 관외 118점), △관외 열람(441점), 복제(46점), △아카이브 복제(관내 2,632점, 관외 269점) 등

○ 지역 생활문화 기관과의 협력 강화 및 교류 확대

- (지역 박물관 협업) 지역 박물관의 역량과 자생력 증진, 지역민의 문화향유 기회 확대를 위한 공동기획전 개최(3회)
  - \* ('22년) 이화박물관, 목아박물관, 성신여대박물관 등
- (박물관협력망 구축·운영) 지역 박물관 특성에 맞는 교육 프로그램, 교구재 개발·운영 지원 등 ('22년 기준 누적 383개 기관 가입)
  - \* ('22년) 교육개발지원 10개 기관, 교육운영지원 9개 기관
- (기타) 찾아가는 어린이박물관(13개 처), 다문화꾸러미 대여 운영(5개 처)

○ 국외 박물관 등 국제 교류를 통한 세계 속 한류 확산

- (해외 한국실 설치) 베트남 국립민족학박물관 한국실 설치(12.17.)를 통해 현지 박물관을 통한 한국의 민속문화 소개
  - \* (기간/장소) '22.12.17.부터 10년 간 / 베트남민족학박물관 3층(약900㎡ 규모)
- (한국문화상자 보급) 대륙별 거점 한국문화원 중심, 현지 행사와 연계한 한국 민속문화 상자 제작·배포(전시·체험 상자, 학습자료 등)
  - \* 폴란드, 오스트리아, 캐나다, 일본 오사카 등 4개 지역 한국문화원 배포

□ 미흡 원인분석 결과

- 관람객 수 성과지표에 대한 목표치 설정의 적극성 부족(233% 달성)

□ 개선보완 필요사항

- 코로나 이후 일상회복 상황을 고려하여 적극적 목표설정 필요

## (2) 평가지표별 평가결과 (1페이지)

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	14점 (거의완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 민속문화 보급·선양을 통한 국민향유권 증진을 위해 56개 과제 추진계획 수립</li> <li>○ 모든 과제를 정상추진(56건)하여 사업 집행 및 이행을 완수함</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	24점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>목표달성도</b> : 성과지표 모두 100%이상 달성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국립민속박물관 관람객수(목표 달성률 233.7%)                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>* 목표치 47.3만 명, 실적치 110.5만 명</li> </ul> </li> <li>- 국립민속박물관 고객만족도(목표 달성률 103.0%)                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>* 목표치 87.8점, 실적치 90.4점</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>○ <b>목표설정의 적극성</b> : 코로나19 상황과 박물관 홍보, 전시, 교육 프로그램 개선 등 등 관람객 유치 노력 등을 감안하여 적극적으로 목표 설정                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국립민속박물관 관람객 수(10%증가 목표 설정)                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>* '21년 실적 43만명 → '22년 목표 47.3만명</li> </ul> </li> <li>- 관람객 만족도(최근 3개년 평균 대비 2.3% 상향하여 목표 설정)                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>* 만족도 지표 특성상 80점대 후반인 경우 상승이 어려우나, 코로나19 이후 전시, 교육 활성화 등을 고려하여 적극적인 목표 설정('21년 실적 87.7점 → '22년 목표 87.8점)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 과제의 목표한 성과가 발생한 정도                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>(관람객 증가) 전년 대비 약 233.7% 증가</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* (21년) 43만명 → (22년) 110.5만명</li> </ul> </li> <li>** 특히, 내국인 관람객은 코로나 이전보다 관람객 수 증가('19년 85.4만명 → '22년 103만명)</li> <li>- <b>(고객만족도) 전년 대비 약 3.0% 증가</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* (21년) 87.7점 → (22년) 90.4점</li> </ul> </li> <li>- <b>(온라인 콘텐츠 이용 건수) 전년 대비 약 50.4% 증가</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* (21년) 3,375,472건 → (22년) 5,075,644건</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>○ 향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>(민속문화 진흥)</b> 지속적인 연구조사를 통한 민속학 진흥 발전, 수집 보존을 통한 민속문화 전승, 한국 민속에 대한 해외관심 제고 등</li> <li>- <b>(문화 향유권 증진)</b> 지역 박물관 연계, 지역 문화 향유권 확대, 취약계층 대상 교육 운영, 설, 추석 등 세시 행사 개최를 통한 기본적인 문화향유기반 마련 등</li> </ul> </li> <li>○ 과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여여부                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국민 문화향유권 증진, 지역 간 문화격차 해소 등 '일상이 풍요로워지는 보편적 문화복지 실현(국정과제 56)' 기여</li> </ul> </li> </ul>
	총점	24점	
	①	16점 (우수)	
2-2. 정책 효과성(30점)	②	4점 (우수)	
	③	4점 (우수)	

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	6점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자체점검 충실성 및 문제점 대응 등 <ul style="list-style-type: none"> <li>- (관내 회의 개최) 성과지표 관리 및 현안과제 대응을 위한 관내 회의(주간 및 월간 1회) 개최 및 미흡사항의 이행완료 여부 체크</li> <li>- (전시 시설 점검 등) 야외전시장 및 어린이박물관 상설전시장 점검을 통한 개보수 및 개선 추진,</li> <li>- (설문조사 실시) 박물관 관람객 만족도 조사 추진, 교육 시행 후 평가를 위한 설문조사 실시, 파주관 만족도 조사 등</li> <li>- (시설 안전점검 등) 안전·재난 점검을 통한 관람객 안전환경 조성</li> <li>- (수장고 점검) 월별 수장고 정기점검 실시</li> </ul> </li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	6점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 현장 의견 수렴 노력 <ul style="list-style-type: none"> <li>- (이용자 대상) 만족도 조사, 교육 참여자 대상 설문조사, 파주관 만족도 조사 등을 실시하여 현장 의견 수렴 사항 사업에 반영</li> <li>- (내부 회의·TF 운영) 간부급 참석하는 확대 간부 회의를 개최하여 현안 및 주요 업무 추진상황 점검(월간, 주간 1회), 박물관 새 비전 수립을 위한 관내 연구인력 중심 TF 운영(1~8월)</li> <li>- (운영위원회) 학계·문화예술계·언론계 등 다양한 분야의 자문위원 초청 및 회의 개최(1회)</li> </ul> </li> <li>○ 현장의견의 정책 반영 이행 노력 및 효과 <ul style="list-style-type: none"> <li>- (이용자 개선 의견 반영) 사업 추진 시 실시한 설문조사 결과 등을 반영하여 사업의 질 및 박물관 운영 성과 제고</li> <li>- (전문가 대상) 민속조사, 전시 관련 사업, 장애인 이용 심층 조사 등 자문회의 개최</li> </ul> </li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 코로나 거리두기 해제 등 방역완화에 더불어, ▲상설전시(역사관) 개편, ▲주제관·기증관 신규 개관 ▲특별전, 작은전시 등 지속적인 전시 개최, ▲메타버스 박물관 개관 ▲유물·자료관리 체계화, ▲안전한 관람환경 개선, ▲방역완화 기조에 맞춘 대면 교육·학술 대회·문화행사 등을 통한 이용자와 소통하고 체험하는 역사문화 공간으로 운영 지속 노력
- 추진계획 대비 원활한 이행실적을 보였으며, 적극적인 성과지표 설정에도 목표치를 달성하였음

## □ 주요성과

- 개관 10주년 계기 대한민국 대표박물관으로서의 비전수립 및 메타버스 박물관 개관, 현대사 기록영상 아카이브 구축 등으로 디지털 시대에 대응한 미래형 디지털 역사문화 공간 구축
- 새 비전과 미션 담은 「대한민국역사박물관의 미래 전략 비전북」 발간(6월)
  - \* (비전) 근현대사를 함께 만들어 가는 대한민국 대표박물관, (미션) 근현대사를 국민과 세계인이 쉽게 이해하고 새롭게 볼 수 있는 박물관
- 광화문 공간 속 대한민국역사박물관 메타버스 박물관 개관(12월)
- 현대사 기록영상 아카이브 플랫폼 구축
  - \* KBS 수집 기록영상 780여 점에 대한 사용권 확보, 기록영상 메타데이터 작성 및 대국민 서비스 플랫폼·웹콘텐츠 개발



○ 국민과 소통하고 공감할 수 있는 상설·특별전 운영

- 학계와 사회 각계의 의견을 바탕으로, 상설전시 역사관을 대한민국의 역사적 정체성을 객관적 사실 중심으로 시대의 흐름을 보여주도록 개편

\* <6·25전쟁과 그 영향(7월)>, <광복과 대한민국 정부 수립>(12월)

※ 2022년 역사관 개편 전·후 구성 비교표

개편 전			개편 후		
대 주제	중 주제	소 주제	대 주제	중 주제	소 주제
2부 1945~1987  평화, 민주, 번영을 향하여	광복과 분단	광복과 38선 분할	2부 1945~1987  평화, 민주, 번영을 향하여	광복과 대한민국 정부 수립	광복과 미군정
		대한민국 정부 수립			신통치 논쟁과 좌우합작운동
	6·25전쟁과 그 영향	6.25전쟁		6·25전쟁과 그 영향	대한민국 정부 수립
		민간인 피해			배경과 원인 발발과 전개 UN군 정전협정과 전쟁의 결과

- 시의성 있는 근현대사 주제를 세계사적 관점에서 조망하는 특별전(3회)

전 시 명	포스터	기간(관람객)	전시내용
광화문 특별전 <공간으로 보는 한국현대사, 광화문>		2021.12.17. ~ 2022.3.31. (28,698명)	대한민국역사박물관, 국립고궁박물관, 서울역사 박물관이 협력하여 광화문 일대의 역사와 문화를 탐색하고, 광화문 공간이 한국 현대사의 주요한 현장이었음을 재발견 [1부] 다시 찾은 광화문 [2부] 광화문 거리의 개발 [3부] 광화문 거리의 현대적 재구성 [4부] 광화문 공간의 전환 [에필로그]
어린이날 100회 기념 특별전 <우리 모두 어린이>		2022.4.22. ~ 2022.8.16. (68,866명)	어린이날 100회를 기념하여 근현대사 속 어린이의 삶을 고찰하고 모두가 경험하였던 어린이로서의 시간 회상 기회 제공과, 역사 속 주체로 역할을 감당한 어린이의 모습을 통해 존중받아야 할 존재로서의 의미 부각 [프롤로그] 하루 [1부] 끌려간 어린이 [2부] 바꾼 어린이 [3부] 행복한 어린이 [에필로그] 우리 모두 어린이
개관 10주년 기념 팬데믹 특별전 <다시, 연결 : 모두가 안전해질 때까지>		2022.9.8. ~ 2023.1.31. (45,354명 / 12.27.현재)	현대사의 중요 사건인 코로나19 팬데믹을 계기로 인류의 문명과 함께해 온 감염병을 세계사적 시각에서 돌아보고 팬데믹으로 드러난 인류사회의 취약성을 살펴봄으로써 팬데믹을 극복하기 위해 전 지구적 '연대와 협력'이 필요함을 이해하고 미래를 모색하는 계기 마련 [프롤로그] 돌아보기 인류∞감염 [1부] 교류가 가져온 번영과 질병 [2부] 돌아온 감염병의 시대 [3부] 다시, 연결 [에필로그] 전시를 마치며



- 상설기증관 및 주제관 1,2관 신규 개관(1월)
- 1층 로비 유휴공간 활용한 작은 전시 개최 및 광화벽화 활용  
신기술융합콘텐츠 제작
  - \* 작은전시(5회) : <상해판 독립신문>, <조미수교와 태극기>, <중외일보 검열본>, <역사학 학회지 창간호>, <개관10주년 기념전>, 외부협력전시(2회) : <한·베트남 수교 30주년 기념 보도사진전>, <제8회 국가상징 디자인 공모전 수상작 전시회>
  - \* 광화벽화 콘텐츠 제작(2건) : <대한민국 정부 수립, 그 현장에 서다>, <광장에서 만나는 박물관 소장품>
- 연구 활성화를 통해 근현대사 인식 제고 및 학술교류 활성화
  - 제4차 <박물관 자료연구> 연구대상 자료 선정(10건) 및 연구 추진(1건)
  - <박물관 자료연구> 제3차 성과 보고서 발간·배포(총 1종/ 각 500부)
  - 현대사 포럼(5회), 특별전 연계 학술대회(1회), 개관 10주년 기념 학술대회(1회), 공동 학술대회(1회) 등 개최
- 누구나 즐길 수 있는 열린 박물관을 위한 교육·관람서비스 제공
  - 특수교육 청소년 대상 근현대사 도서 제작 및 특수학급 학생 위한 박물관 현장 교육 실시
    - \* 도서제작(3종, 첫걸음 현대사), 특수학급 학생 박물관 현장교육(총 5회 69명)
  - 스마트기기\* 활용 4개국어(한·영·중·일)와 시각장애인, 어린이를 위한 전시안내시스템 운영 및 점자 전시 가이드북(300부) 제작으로 외국인·장애인·어린이도 함께 즐길 수 있는 박물관 서비스 제공
    - \* 스마트기기가 없는 관람객 위한 단말기 대여 병행
  - 온라인 전시해설(4회) 제공 및 전시해설 횟수 증대(1일 2회→3회)
- 워드 코로나 상황에서의 수요자 맞춤형 교육프로그램 운영
  - 대상별 맞춤형 교육 프로그램을 진행하되, 문화소외층을 위한 온라인 교육, 생생하게 근현대사를 체험하는 박물관 현장 교육 병행 실시

대상		교육방향	22년 교육횟수(인원)	비고
합 계			32개 과정 571회(18,968명)	
유아		어린이박물관 전시 연계 교육, 일상 속 친숙한 소재로 접하는 근현대사 학습	5개 과정, 252회(5,929명)	대면교육 및 온라인 교육
어린이		이해하기 쉽고 재미있는 근현대사 학습	11개 과정, 148회(3,391명) *방학과정 포함	
청소년		교육과정과 연계, 유익하고 흥미로운 근현대사 교육 제공	8개 과정, 134회(7,561명) *방학과정 포함	
문화나눔		문화취약계층을 위한 근현대사 교육 기회 제공	1개 과정, 5회(69명) *특수학급 학생 대상	대면교육
시민	교사	전문성 있는 지식 및 정보 전달, 현실감 있는 체험형 교육 제공	2개 과정 4회(87명)	
	대학생		2개 과정 5회(246명)	
	시민		3개 과정 23회(1,685명)	온라인교육

○ 소장자료의 체계적 수집·등록·공개 및 대국민 온라인서비스 확대

- 소장자료 등록을 통해 전시, 교육, 조사연구 분야 활용도 제고

【연도별 등록 수량】 누계 122,865점 / 등록률 76.43% (※ 2022년 12월 말 기준)

연도	~2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	합계
수량(점)	16,538	10,560	25,055	29,902	18,212	17,644	1,949	3,005	122,865

- 소장자료 정보 대국민 공개 확대

【2022년 공개 수량】 1,746점 (누계 76,578점 / 공개율 : 47.63%)

연도	공개 완료							합계
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022*	
공개 자료(점)	13,814	-	38,396	12,320	7,750	2,542	1,756	76,578

※ 박물관 누리집(현대사 아카이브 코너), e뮤지엄(전국박물관소장품검색)

\* 전년도에 비해 등록율은 높지만 개인정보, 저작권 등 문제로 공개율은 낮아졌음

- 소장자료의 보존처리를 통해 안정적인 보존상태 유지

연도	~2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	합계
처리수량(점)	831	70	75	142	67	-	121	1,306

- 소장자료의 안전한 관리와 수장을 제고를 위한 파주수장고로의 이전

- 소장자료의 안전하고 체계적인 관리와 컬렉션의 지속적인 확충을 위하여 자체 수장고 건립을 추진, 그 전까지 민속박물관 파주관으로 소장자료 이전·격납하여 안전한 자료관리 추진

· ‘22년 12월 현재 파주 수장 자료 83,304점 (51.82%)

( ‘21~22년 상반기 여주 수장고 54,575점 + ‘22년 10월 본관 28,729점 이전격납)

- **기증자 구술영상 콘텐츠 제작**

- 기증자 5인이 직접 들려주는 자료에 얽힌 시대 이야기를 영상으로 제작, 상설기증관에 상영하여 기증전시에 생동감 부여

- **현대사 아카이브 자료의 등록과 공개**

**【아카이브 자료 현황】 (2022년 12월 30일, 아카이브시스템 자료공개일 기준)**

연도 수량(점)	~2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	합계
수집	61,759	14,113	33,057	36,523	6,608	5,401	5,559	163,020
등록	21,885	7,828	17,742	22,328	26,389	7,790	7,548	111,510
공개	16,353	7,310	14,831	18,091	19,790	6,914	6,569	89,858

\* '22년도 현대사 주요 현장·행사·이슈 촬영 기록(대통령선거, 이태원사고 등 26건)

- **소장자료 주제별 컬렉션 주제 7종 5,223점 서비스 개시**

- 21년도 개발 주제(라디오·영화·화폐·잡지·계몽과 선전·88서울올림픽·2002FIFA월드컵) 보완·개선 및 대국민 서비스 제공

- **비대면(온라인) 서비스 강화 및 공공데이터(저작물) 개방 확대**

- 이용자 친화성을 높인 대표 누리집 디자인 개편
- 누리집 만족도조사 결과 84.57점('21년 84.54점 대비 0.03점 상승)
- 공공데이터 파일 19개(Open Api 포함), 공공저작물 23,519점 개방

○ **관람객 편의 증진 위한 관람 환경 개선**

- 1층 휴게공간에 박물관 안내용 디스플레이 설치, 전시실 내 관람객 동선 유도 표시 스티커 부착으로 관람객 안내서비스 개선
- 역사관·체험관 노후 영상장비 교체, 역사관 계단 조명 개선 등 관람객 안전 확보
- 어린이박물관 체험교실 AR 체험 개선, 전시 체험물 및 노후시설 교체

○ 박물관 인지도 제고를 위한 홍보마케팅 활동 추진

**【주요 홍보 실적】**

① (온라인) 특별전, 문화행사 등을 전달력 큰 콘텐츠로 제작 온라인 유통

- \* 특별전, 문화행사 등 콘텐츠 강화로 홍보효과 배가('22년 545건 게시), 한걸음기자단 운영(10명, 총 95건 콘텐츠 생산 / 기사 52건, 카드뉴스 25건, 영상 18건), 박물관 공식 SNS 운영(블로그 91건, 페이스북 161건, 트위터 35건, 인스타그램 163건 등 총 450건 게시)
- \* 인스타그램 팔로워 약 8.3% 증가(24천명→26천명), 유튜브 팔로워 약 3% 증가(24천명 → 24.8천명), 블로그 팔로워 약 31% 감소(130천명 → 91천명), 트위터 팔로워 약 6% 증가(6.7천명 → 7.1천명)

② (오프라인) 특별전 지하철 광고, 정기 간행물 발간, 리플릿 등 배포

- \* 박물관 소식지(6회 / 12,000부)·웹진(구독자 1,364명) 발행, 관람 안내 리플릿 개편 제작(국·영·중·일 / 12,000부), 외국어 뉴스레터 발간·배포(영·중·일 / 국내외 유관기관 등 2,840곳 배포)

③ (취재지원) 박물관 주요 사업, 행사 등에 관한 언론 홍보 시행

- \* 보도자료 배포(27건), 박물관장 인터뷰(연합뉴스 등 3건), 방송 취재 및 촬영 지원(51건), 언론 보도현황 1,212건(신문·온라인 1,175건, TV 35건, 라디오 2건)

○ 관람객 친화 문화행사 확대 및 전시 접근성 확대

분야 별	대국민 서비스 제고 노력
문화행사	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 다양한 문화공연 시행으로 국민 문화향유 증진에 기여                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 12월까지 총 12회 공연 시행 총 83,015명 관람(온라인 관람 79,753명 포함)</li> <li>* 특히, 국민 참여형 공연(9월)과 10주년 기념 공연(5월, 10월)에 대중성 있는 인물이 공연, 국민 관심 제고(9월 공연 1,171명, 5월 공연 65,364명, 10월 공연 836명 참여)</li> </ul> </li> </ul>
전시해설	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 전시해설 서비스 등을 확대하여 관람객 편의 증진 도모                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전시 해설 회수를 1일 2회 → 3회 확대, 온라인 전시해설 병행(4건)</li> <li>- 눈높이 해설, 참여형 해설을 위해 성인·어린이 자원봉사 해설 프로그램 운영                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>* 성인 자원봉사자 8명(212회 해설), 청소년 자원봉사자 15명(49회 활동), 어린이 자원봉사자 30명(162회 해설), 외국인 객원해설사 13명(11회 해설)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

○ 국내·외 교류협력 활성화로 박물관 위상제고

분야 별	대국민 서비스 제고 노력
국내 교류협력	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 국내 유관기관과의 교류협력 사업 확대                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 협력망 가입기관 확대(아리랑박물관 등 3개 신규) *총127개 기관</li> <li>- 협력망 지원 사업 실시(부평역사박물관 등 12개 기관, 총 110백만원 지원)</li> <li>- 협력망 워크숍을 통해 사업 결과 공유 및 향후 사업 운영 방향 논의                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>* 워크숍 34개 기관 48명 참여</li> </ul> </li> <li>- 협력망 기관과의 실질적 교류사업으로 상호 홍보 강화                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>* 책과인쇄박물관 전시 홍보 시, 우리 관 주제관 ‘베스트셀러로 읽는 시대의 자화상’ 연계 홍보</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
국외 교류협력	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 국 문화원과 협력 방안 등 활발히 논의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주한헝가리문화원, 주한이탈리아문화원, 주한미국대사관 등 3개 기관</li> </ul> </li> </ul>

□ 미흡 원인분석 결과

- 유동인구가 많은 지리적 이점에도 불구하고 성과지표인 관람객수 목표치 설정의 적극성 부족(202% 달성)

□ 개선보완 필요사항

- 향후 목표치를 보다 적극설정하고 전시 접근성 강화 및 홍보 다변화 등을 통해 관람객 유치 노력 강화 필요

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
정책집행 (20)	1-1.집행이행도(20점)	17점 (완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 자체평가 계획상의 추진 과제를 충실히 이행하여 사업 집행을 완수하였음</li> </ul>	
정책효과 (60)	2-1.성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	24점 (보통)	<p>[관람객 수]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ (목표 달성도) 목표(25만) 대비 50.5만명으로 초과달성</li> <li>■ (목표 적극성) 거리두기 해제에 따른 관람객 수 증가 추이에 적극 대응하여 당초 목표치(10만) 보다 2.5배 상향한 25만명으로 재설정</li> </ul> <p>[만족도 조사]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ (목표 달성도) 목표 87.7점 대비 87.8점으로 초과 달성</li> <li>■ (목표 적극성) 최근 3년간('19년~21년) 만족도 평균치(87.47점)에 비해 상향한 87.7로 적극 설정</li> <li>■ (사회적가치)문화취약계층의 근현대사 교육 기회 제공을 위한 교재 개발 및 교육 프로그램 운영, 시각장애인을 위한 전시안내시스템(디지털가이드) 운영 및 점자 가이드북 제작</li> </ul>	
	2-2.정책 효과성(30점)	총점	22점	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ (목표성과 발생정도) 코로나 19 거리두기 해제와 함께 다양한 전시콘텐츠 강화, 개관 10주년 계기 문화행사·학술대회,온오프라인 홍보를 적극 추진하여 '21년 실적 9.1만명 대비 '22년 50.5만 명으로 목표치(25만명)를 크게 상회하는 관람객 수 달성, 더불어 국민참여형 교육, 전시해설 서비스 확대, 지속적인 관람환경 개선으로 관람객 만족도 목표치를 달성</li> <li>■ (목표효과 기대정도)대한민국 근현대사를 쉽게 이해하고 새롭게 볼 수 있도록 국민과 세계인의 이해도 제고, 온·오프라인에서 누구나 즐기는 역사문화공간 구축하였음                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대한민국 근현대사 전반을 전달하는 역사관 전시외 주제관, 기증관 신규개관</li> <li>- 소장자료 등록(3,005점), 대국민 공개(2,746점), 현대사 아카이브 자료 공개(6,569건), 현대사 기</li> </ul> </li> </ul>
		①	16점 (우수)	
	②	3점 (우수)		

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
		③ 3점 (우수)	<p>록영상 아카이브 구축 통해 근현대사 자료의 대국민 개방 확대</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 메타버스 박물관 구축 및 대상별 실시간 교육 및 실시간 온라인 송출 문화행사 통한 열린 교육 및 문화행사 추진</li> <li>- '지금은 광화문 가수시대' 등 국민참여 박물관 프로그램 운영</li> </ul> <p>■(상위정책 기여여부) 국립 근현대사 박물관으로서 보편적으로 객관적인 시각에서, 공감할 수 있는 근현대사 자료와 연구 내용을 국민들에게 쉽고 다양하게 전달하여 품격있는 문화시민으로서의 역량 강화(국정과제 56-2)</p>
정책환류 (20)	3-1.평가결과 환류노력도(10점)	6점 (보통)	<p>(‘21년 자체 성과평가결과 지적사항 개선조치)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■(지적사항) 코로나19 확산 등의 상황 속에서 언택트 온라인을 통해 상시 즐길 수 있도록 박물관 전시, 교육, 문화공연, 전시해설 프로그램의 지속적인 개발·운영 확대</li> <li>■(조치결과) 코로나19 지속 상황에 대응, 전사교육문화공연·전시해설 프로그램을 온·오프라인 병행하여 개발 및 운영하여 박물관 방문이 어려운 수요층의 문화 향유 기회 제공</li> </ul> <p>(‘22년 언론보도·외부기관 지적사항 개선조치)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■(지적사항) 상설전시 역사관 중 광복에서 6·25전쟁까지의 전시에 대해 전시 규모가 줄고 역사적 의미를 이해하기 쉽지 않다는 지적(‘22.6.24. 문화일보, ‘22.7.19. 중앙일보)</li> <li>■(조치결과) 전문가 의견을 수렴하여 해당 전시 보강 개편 완료</li> </ul> <p>* 전시공간 확대, 전시자료 보강(6.25 41→60점, 광복과 정부수립 36→70점), 패널 설명 수정 및 사진·연표 추가</p>
	3-2.환류이행-현장 의견 수렴 및 반영(10점)	5점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 박물관 전시·교육·문화행사 진행시, 전문가 의견 수렴 및 참여자 대상 설문조사 등 다양한 현장 의견을 수렴하였으며, 제시된 의견을 반영하여 사업을 추진함.</li> <li>■ 상설전시(역사관) 개편 시 전문가 자문 실시 후 의견 수렴하여 전시 개편</li> <li>■ 관람객 전시 및 서비스 만족도 조사 실시(22.9월)</li> <li>■ 각계 전문가로 구성된 박물관 운영지문위원회 개최(‘22.4월), 학술지문위원회(‘22.4월)</li> <li>■ 전시연계 학술대회(‘22.5월), 공동 학술대회(‘22.7월), 개관 10주년 기념 학술대회(‘22.12월) 개최</li> <li>■ 홍보 마케팅 방안 수립 전문가 자문회의 실시(‘22.12월)</li> <li>■ 전시 관련 외부전문가 자문회의 총 38회 개최</li> </ul> <p>*상설개편 12회, 주제관 10회, 특별전 16회</p>

## (1) 평가결과

## □ 총평

## ■ 성과목표 달성

- (22년 목표) 디지털콘텐츠 활용 584천건<월평균> / 전국도서관 협력 기반 지식정보서비스 35천건
- (22년 실적) ※ 온라인 실적치
  - ⇒ 디지털콘텐츠 활용건수 927천건<월평균> / 전국도서관 협력 기반 지식정보서비스 제공건수 51천건
  - ⇒ 코로나19로 온라인 콘텐츠 및 비대면 서비스 수요 증가로 디지털콘텐츠 활용 목표치의 159%, 전국도서관 협력 기반 지식정보서비스 목표치의 145% 달성

- 소장자료 디지털화 및 온라인자료 수집 등을 통한 국가지식정보 자원 확충과 대국민 지식정보서비스의 활용성 강화를 위한 개방·공유 확대 추진으로 국가대표도서관 역할 수행
  - 디지털기술 적용을 통한 공유기반 구축으로 온택트 지식정보서비스 제공 확대 및 지식문화콘텐츠의 보존·전승
  - 국가지식자원 통합 플랫폼 구축 추진을 통한 디지털콘텐츠의 큐레이션서비스 및 강화된 검색서비스 제공 기반 마련
- 전국 도서관 협력을 기반한 온라인 지식정보 제공과 상호대차 서비스를 통해 이용자 중심 정보 활용 및 접근성 강화
  - 온라인으로 대국민 지식·학술정보서비스를 제공하는 「사서에게 물어보세요(CDRS)」를 운영하여 맞춤형 정보 활용 제고(질의응답 1.4천건)
  - 전국 도서관 자료 공동 이용을 위해 국가상호대차서비스 「책바다」를 운영함으로써 도서관 협력망을 구축하고, 개별 도서관의 한정된 장서 문제 해소(신청건수 49.6천건)

## □ 주요성과

- 국가문헌 디지털 정보자원 확충 및 활용 강화
  - 도서관 및 문화예술자료 등 정보자원 DB 구축을 통한 디지털 서비스 확대로 월평균 디지털콘텐츠 활용건수 전년도 대비 124% 증가



- '22년 디지털 콘텐츠 활용건수 목표치 159% 달성(584,000건→927,487건)
- 국가문헌의 보존 및 지식정보 공유기반 마련을 위한 디지털화 사업의 지속적 추진 및 예산확보
- '19년 150억→'20년 150억→'21년 150억→'22년 137억→'23년 137억
- 국립중앙도서관 소장자료 디지털화 및 문화예술기관(도서관·박물관·규장각·장서각 등) 주요장서의 디지털화 지원을 통해, 국가 지식정보의 보존 및 공유·활용 기반 마련
- 디지털화 추진 현황(1995~2022)

연도	~2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	누계
구축책(점)수	496,192	133,482	265,946	178,850	256,403	208,151	207,199	156,822	1,903,045

- \* 156,822책에 문화예술기관 소장장서 디지털화 지원 68,937책(점) 포함
- 「대한민국 신문 아카이브」 콘텐츠 구축 확대('21년 722만건→'22년 767만건) 및 LOD를 활용한 시대·주제별 컬렉션 구축('22년 2개/누적 15개)
- 「도서관보상금」 지원을 통한 국립중앙도서관 디지털 자료 이용 활성화
- '21년 3,175개 → '22년 4,946개관 지원(1,771개관 증가)
- \* 저작권법 제31조에 따른 도서관 자료 이용보상금을 국립중앙도서관이 전액 납부하여 원문자료 이용 활성화 도모

기 간	보상금 지원 기관 (관)		도서관 보상금	
'21. 1. 1.~12. 31.	3,175	1,771 ↑	19,063,820원	242% ↑
'22. 1. 1.~12. 30.	4,946		65,203,453원	

- 원문DB의 OCR 변환(이미지→텍스트)을 통한 정보자원 활용성 강화 ('22년 117,128책(호))
- 빅데이터 분석, 텍스트 마이닝, 전문가 연구 지원 기반 마련
- 코리안메모리 운영계획 수립 및 통합 플랫폼 구축을 통한 디지털 장서의 활용 및 서비스 강화
- 코리안메모리(지식정보자원 디지털아카이빙 프로젝트) 운영계획 수립(8월)
  - \* '21년 43개 → '22년 46개 문화예술기관 협력
- 지식정보자원 통합검색 플랫폼 구축 컨설팅 추진(4~5월)
  - \* 도서관 제공 정보자원의 통합검색을 위한 대상시스템 API 연계 등 구축모델 설계
- 지식정보자원 통합 플랫폼 구축('22.9월~'23.4월)

○ 국가지식정보 개방·공유 활성화

- 국립중앙도서관 소장 디지털 콘텐츠 민간 개방 확대 및 민간 활용 촉진
  - 소장원문 디지털화 자료 협약도서관 제공 : 4,946개관
- 국가전자도서관 콘텐츠 서비스 확대 및 검색기능 강화
  - OA(Open Access) 온라인 학술자료 추가 제공('22.3) 및 서명, 저자, 발행처, 발행년, 자료유형, 원문유무 등 상세검색 기능 개발('22.12)
  - 운영위원회 회의('22.8.10.) 및 디지털집현전 데이터 연계 메타제공('22.11)
  - 콘텐츠 확충('21년 23,605,815건 3.63%증가/'22년 24,463,604건(원문17,881,469건))
- 개방형 연결 데이터(LOD:Linked Open Data)\* 개방 및 활용성 강화
  - \* 누구나 자유롭게 공유 및 활용가능한 데이터를 웹에서 상호 연결하여 하나의 지식베이스처럼 사용할 수 있도록 구조화된 형식으로 발행한 데이터
  - 국가서지 LOD 발행 및 데이터를 활용한 응용서비스 제공(사서추천 도서 참여기관 확대(1개관), 데이터셋 다운로드 및 스케줄러 기능 개선)
  - 타 기관 데이터와 연계한 데이터셋 인터링킹 추진('22년 누적 38개)
- OAK(Open Access Korea)\* 국가지식정보 구축 및 확산
  - \* 국내 온라인 학술정보에 대한 자유로운 접근과 이용을 선도하는 산·학·연 협력체
  - 국가지식저장소(OAK리포지터리) 신규 구축 및 보급('21년 56개관 →'22년 59개관)
  - OAK 포털 데이터 수집 및 서비스('21년 93만건 →'22년 130만건)
  - 오픈액세스(OA) 지식정보 및 학술지저작권정보의 효율적 서비스 제공 : OAK국가리포지터리, 학술지 저작권 안내시스템(KJCI) 운영

○ 도서관 빅데이터 수집 및 분석활용 플랫폼 구축 운영

- 참여기관 및 서지·대출·이용자 정보 등 데이터 수집 확대(연중)
  - 도서관 빅데이터 참여도서관 확대('21년 1,330개관 →'22년 1,490개관)
  - 도서관 데이터 수집(장서, 회원, 대출 데이터 약 22억건)
- 도서관 빅데이터 분석 플랫폼 운영 및 서비스 개발
  - 대국민 독서정보 서비스 '도서관 정보나루' 및 사서의사결정지원 서비스 '솔로몬' 운영 및 기능 개선

- 신규 오픈 API 개발(15개→18개) 및 제공(네이버 포털 등 누적 272백만건 호출 활용)
- 솔로몬 내 검색로그 수집 기능 개발 및 스마트도서관 데이터 분석 기능 개발
- 도서관 빅데이터 우수 활용기관 및 협력기관 선발(9월~11월), 디지털 기반 교육 역량 강화\*(3~11월) 등 생태계 조성 활성화
  - \* 도서관 빅데이터 활용 세미나 개최(1회, 10.12.), 도서관 빅데이터 활용 온라인 교육 운영(4회, 3월~11월) 등
- 테마데이터 분석 및 언론보도 배포(4회), 도서관 빅데이터 활용사례집 제작 및 배포(12월) 등 도서관 데이터 분석·활용 홍보 강화
  - \* 도서관 빅데이터 분석보고서 '도담' 발행(2회)
- 큐레이션을 통한 디지털 정보자원 제공 강화 및 활성화
  - 주제별 컬렉션 78건('21년 2,150건→'22년 2,228건) 및 전시 컬렉션 5건('21년 22건→'22년 27건) 신규 구축, 세계의 도서관 340건 재구축
  - 영상, 음향, 예술작품 등 문화예술 데이터베이스 구축 확대
    - 인문·예술 DB 및 스트리밍서비스 확충('21년 13종→'22년 14종)
- 미디어 활용 및 창작 교육 프로그램 운영
  - 디지털 기본 소양과 미디어 이해 능력 증진을 위한 '디지털정보활용 교육', 개인 미디어 창작자 양성을 위한 '1인 미디어 아카데미' 등 대상별 맞춤형 교육 프로그램 운영(총 36개 과정, 4,702명 참여)
- 신기술융합콘텐츠 체험 공간 「지식의 길」 개관(3.14.) 및 「실감서재」 신규 콘텐츠 확충 및 고도화
  - 문학과 디지털 기술을 접목한 우리 근·현대문학의 향유 기회 확대



- \* 제작 콘텐츠(2종): 작가의 노트(문학 작품의 배경과 소재를 현실 공간에 재현한 인터랙티브 콘텐츠), 스마트라운지(맞춤형 도서 추천)

- 자산어보, 여지도 등 '디지털북', '인터랙티브 지도' 신규 콘텐츠 제공(3월~)
- \* 언론보도(141건), 타기관 사례 전파(국회도서관 등 120개 기관) 등(12.29.기준)

▪ 주요 언론보도
· "진달래 꽃잎 따라다니는 김소월 작가노트...실감나네"(뉴시스 3.14.)
· "디지털 콘텐츠 가득한 미래형 도서관"(전자신문 3.14). "디지털로 만나는 윤동주 '별 헤는 밤'(파이낸셜뉴스3.14.)
· "개인 맞춤형 도서 추천 '스마트라운지'"(연합 3.14). "실감콘텐츠로 보니 더욱 새로운 우리 문학"(뉴스 3.14.)

- \*\* 2022년 서울국제도서전(6.1.~5.), International Data Week(6.20.~24.) 등 국내 개최 대규모 국제행사 전시부스 내 실감서재 콘텐츠 제공
- 국민의 만족도가 높은 신기술융합콘텐츠 「실감서재·지식의 길」 서비스 제공
- \* 방문실적 16,206명(실감서재 10,806명 / 지식의 길 5,400명 / 월평균 1,350명 / 12.28.기준)

▪ 관람객 반응
· "가상공간의 미술관은 굳이 실제로 작품을 보러 가지 않아도 되겠다라는 생각이 들 만큼 섬세하게 표현되어...(중략) 가상공간에서 감동의 울림을 느낄 수 있었던 것 같아요"
· "이번 경험을 통해 책에 관심을 가지게 되었습니다", "디지털문화를 이해할 수 있는 계기",
· "다양한 콘텐츠들 재밌게 보고 미래 도서관에 대한 이해가 잘 되었습니다."

- 국립세종도서관 정책정보서비스 및 인문·문화예술 허브로 특화
  - 국내·외 최신정책동향 콘텐츠 및 新정부 국정과제별 정책자료 구축, POINT 큐레이션 서비스 제공
    - 최신 국내외 정책동향 등 전문콘텐츠 신규 구축 및 활용(15,186건)
    - 국외 정책정보 번역서비스(영어, 일어, 독어, 불어) 제공(10,170건)
    - 주요 정책이슈별 콘텐츠 큐레이션(6건)
    - 국내외 정부간행물 원문 제공 서비스(G-zone) 운영(230,405건)
  - 찾아가는 정책정보서비스, 학술지목차메일링서비스 등 정책정보 특화 서비스 제공
    - 정책기관 대상 ‘찾아가는 정책정보서비스\*’ 제공
      - \* ‘찾아가는 정책아카데미’ 강좌(12개관), 정책기관 순회대출 서비스(20개관/5천책)
    - 정책회원 대상 국내외 학술지 신간 목차정보 메일링 서비스 제공(166,132건)
    - 국외학술전자책 원스톱서비스 제공(3.8천 개 출판사, 200만 콘텐츠 대상)
    - 공직자 대상 ‘세종아카데미 <움>’ 강좌 운영(60회/1,821명)
    - 정부부처 공직자 대상 독서동아리 지원(12개관/660책)
    - 정책 유관기관 대상 국가정책정보협의회 운영(260개관)

- 회원기관 소장자료 공동 활용을 위한 정책정보종합목록 구축(131,349건)
- 정책 및 인문·문화예술 분야 장서 확충, 문화예술기관 API 연계 및 콘텐츠 제공
  - 정책 및 인문·문화예술 분야 장서 확충(65,302책)
  - 정책정보포털 내 문화예술 온라인 콘텐츠 별도 검색 제공(132,965건)
  - 공공간행물 및 정책 관련 전문 도서 대출(31,123명/66,165책)
  - 문사철 및 예술 등 인문예술자료실 운영(도서 대출 38,382명/72,095책)
- 전국 도서관 협력 기반 지식정보서비스 제공
  - (정보접근권 향상) 국내 도서관 협력을 통해 「사서에게 물어보세요 (CDRS)」 대국민 맞춤형 지식·학술정보를 제공하고, 온라인 지식정보 데이터베이스로 구축하여 공유
    - 신규 참여 11개관 확대('21년 661개관→'22년 672개관)
    - 질의응답('21년 1,569건→'22년 1,401건)
      - \* 지식정보 데이터베이스(답변내용 3,446건) 활용 등으로 질의응답 건수 감소
    - 서비스 홍보 및 참여 유도를 위한 리플릿, 배너 제작 배포(5월)
  - (지식정보격차 해소) 전국 어느 시·도 거주자라도 국가상호대차 서비스 「책바다」를 통해 타지역, 타관종(대학, 전문도서관 등) 자료 대출이 가능하여 지역 장벽 없는 도서관 정보 서비스 제공
    - 신규 참여 38개관 확대('21년 1,207개관→'22년 1,245개관)
    - 신청건수 2,895건 증가('21년 46,725건→'22년 49,621건)
    - 상호대차운영위원회 3회 개최(7,8,9월) 및 「상호대차 규약」 등 전면 개정
      - \* 참여도서관 의무 구체적 명시 및 개정 개인정보보호법 등 반영
  - 우수 참여도서관 협력 유공 포상으로 공동 운영 체계 강화
    - 서울도서관, 부산 구포도서관 포상(12월)
- 학술연구 지원 서비스 확대
  - 국가연구과제, 학술지논문, 박사논문 등 연구자의 학술활동지원을 통해 국가장서 활용도 제고
    - 2022년 연구정보서비스 이용회원(총 195명/신규 59명), 연구프로그램 지원(총 215개/신규 84개), 국가장서활용(13,227책)

- 신규회원 및 해외한국학자 유치를 위한 홍보자료 발송(2월, 5월)
  - \* KCI 등재(후보)지 발행 학회, 대학부설연구소, 산학협력단 등
- 국립중앙도서관 데이터 활용 연계를 위한 디지털스킬라집 자문회의 개최(6월)
- 연구자 대상 프로그램 운영 및 워크숍 개최로 연구 지원 강화
  - 해외 한국학연구자 레시던시 프로그램 운영(9월~12월)
  - 국립중앙도서관 장서활용 연구결과 사례발굴(9~10월)
  - 연구정보서비스 연구자 워크숍 개최(12월)
  - 연구자 대상 리서치 리터러시 교육 프로그램 운영(6~12월/3회)
  - 신규 회원 오리엔테이션 실시(1~12월/59회)

○ 온라인 자료 수집 강화

- 온라인자료 수집 : '22년 목표 372,840건 → 402,336건(108% 달성)

구 분		'22년 계획	'22년 실적	비고
납본	전자책	27,000	19,391	도서관법 개정에 따른 온라인자료 납본 시행 (16.8.4)
	음성·음향	500	157	
	전자저널	35,000	59,372	
	공공간행물	27,000	25,682	
	학위논문	35,000	32,617	
기증	전자책	240	148	
	전자저널	20,000	23,165	
자체수집	전자책	22,000	24,716	
	전자저널	45,000	45,862	
	음성음향	23,300	24,562	
	영상	8,500	9,958	
	이미지	1,500	1,427	
	장애인대체자료	7,000	6,422	
	웹사이트	120,000	128,047	
	해외기록물	800	810	
합계		372,840	402,336	

- 온라인자료 납본 수집 : 137,219건

- 국제표준자료번호를 부여받은 온라인자료(전자책, 전자저널, 오디오북) 납본 및 납본 시행 이전 미수집된 주요 출판사 소급자료 납본 수집(78,920건)
- 문체부 소속 공공기관 등 협력을 통한 공공간행물 디지털파일 납본 수집(25,682건)
- 학위논문 디지털파일의 납본(32,617건)
- 출판전문단체 회원 출판사 대상 전자책 납본 집중 홍보
  - \* 파주출판도시입주기업협의회, 파주출판문화재단 등

- 특화 온라인 자료 수집 체계 구축 및 포괄적 수집 확대 : 84,371건
  - 보존 가치가 있는 판매용 자료(동영상, KS), 회색문헌 등 수집(36,822건)
  - 주요 온라인 콘텐츠 수집을 위한 관련 기관 협력·수집(47,549건)
    - \* 한국음반산업협회(음원), 한국만화영상진흥원(웹툰), 한국연구재단(전자저널) 등
- 공개용 온라인 자료(웹자료) 수집 : 51,889건
  - 국가적 행사 및 재난 등 보존가치가 높은 웹자료 수집(4,632건)
  - eISSN 미부여 학회지·대학부설연구소 OA자료 등 보존가치가 높은 학술지 원문 및 서지정보 수집(45,862건)
  - 코로나19 관련 민간 아카이브·생활사·문화예술 콘텐츠 수집(1,395건)
- 글로벌 K-웹자원 포괄적 수집(OASIS) : 128,047건
  - 국가 도메인 웹사이트 및 국가재난, 중요 주제·이슈 웹자원 수집
  - 6·1 지방선거, 울진 산불 등 웹 컬렉션 구축(5개)
  - 글로벌 K-콘텐츠 웹사이트 시범 수집(100건)
  - 코로나19 아카이브 구축방안 연구(5월~9월)
  - 전국도서관대회 오아시스 세미나 개최(10.13.) 및 누리집 개편(7월)
  - 구술자료 메타데이터 작성지침 제작(12월)
- 해외 한국 관련 기록물 원문 디지털화 수집 : 810건
  - 러시아국립도서관 소장 북한자료 등 디지털화 수집
  - 헝가리·튀르키예 소재 한국관련자료 목록조사, 시범수집·해제
  - 해외 소재 한국관련자료 증장기 수집 정책 수립 연구 추진
  - 국립중앙도서관 수집 NARA 자료 분석 및 편람 발간
- 국가서지표준화 및 활용성 제고
  - 국가선거 데이터(소장자료 및 온라인자료 등) 구축을 추진하여 국가지식 정보자원에 대한 통합적 접근과 식별성을 높이고, 국가선거 보급 시스템 개발 및 배포를 통해 구축 데이터의 활용성 제고('22년 166,675건 구축/누적 1,559,055건)('22.11.기준)
  - 국제표준식별체계(ISBN, ISSN, ISNI) 운영 및 고도화 (2022.11.기준)
    - 국제표준도서번호(ISBN)와 국제표준연속간행물번호(ISSN) 제도 운영을 통해 도서정보 데이터를 체계적으로 구축·관리·공유하여

- 출판·유통계 지원 및 협력 강화('22년 ISBN 305,929건/ISSN 872건)
- 국제표준이름식별자(ISNI) 발급, 분야별 서비스 플랫폼 등을 통한 ISNI 신청·공유 연계 및 국내 창작자에 대한 국제식별 표준화 제고에 기여('22년 ISNI 191,948건)
- 국가기록문화 유산의 수집 및 통합 운영
  - 고문헌 구입, 수증, 수탁 및 디지털화 수집
    - 『삼원참찬연수서』 등 고문헌 106책 구입
    - 『설문해자익징』 등 고문헌 6,679책 수증
    - 『국조보감』 등 고문헌 6,910책 수탁
    - 민간소장(한글학회, 전기박물관) 고문헌 조사·정리 연구용역 1,191건
  - 근대고문헌 수집 및 중장기 발전 방안 연구 실시(5월~12월)
    - 근대고문헌 개념, 국내 소장 현황 및 실태, 발전방안 제언
  - 한국고문헌종합목록(KORCIS) 서지데이터 구축 및 품질관리사업
    - 참여기관 서지데이터 재구축 및 표준화를 통한 서비스 고품질화(18만건)
    - 민간 및 공공기관 소장 고문헌 서지데이터 구축을 통한 활용성 강화
      - \* 한국근대문학관 등 5개 기관 2,969건 구축
  - 공공·민간기관 한국 고문헌 조사 및 정리지원 사업
    - 한글학회, 전기박물관 소장 고문헌 조사 및 KORCIS 등록(5,837책)
  - OCR 기반 귀중본 고문헌 원문 텍스트 구축(29책)
  - 국가지정문화재 보물, 국가등록문화재 등록
    - 『경국대전』 2책 보물 지정(6. 23.)
    - 『해관지』 22책 국가등록문화재 등록(7. 14.)

미흡 원인분석 결과

- 해당사항 없음

개선보완 필요사항

- 해당사항 없음



## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
정책집행 (20)	1-1.집행이행도(20점)	20점 (완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 주요 과제별 추진계획에 따라 정상적으로 이행함</li> </ul>	
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	27점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ &lt;디지털콘텐츠 활용건수&gt;는 월평균 927천건으로 목표치 584천건 대비 <b>159% 달성</b></li> <li>- 최근 3년간 이용실적의 평균치는 584천건으로, 전년 대비 14.1% 상향 목표치로 적극성이 인정됨</li> <li>○ &lt;전국도서관 협력 기반 지식정보서비스건수&gt;는 51천건으로 목표치 35천건 대비 <b>145% 달성</b></li> <li>- 전년 대비 15% 상향된 목표치로 적극성이 인정됨</li> </ul>	
	2-2.정책 효과성 (30점)	총점	28점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국내 도서관 간 협력을 통해 온라인으로 대국민 지식·학술정보 서비스 제공 및 자료 접근성 향상 강화</li> <li>○ 책바다 협약기관 38개관 추가(누적 1,245개관), 사서에게 물어보세요 참여기관 11개관 추가(누적 672개관) 참여하여 전국 도서관 협력망 확대</li> <li>○ 전국 어느 시도 거주자라도 책바다 통해 타지역 타관중(대학, 전문도서관 등) 자료 대출 가능, 지역 장벽 없는 도서관 정보 서비스 제공</li> <li>○ 사서에게 물어보세요를 통해 일반인이 궁금해하는 지식 및 학술정보에 대해 참고정보원을 제공함으로써 국민의 알권리와 정보접근권 보장</li> </ul>
		①	18점 (우수)	
		②	5점 (매우우수)	
③	5점 (매우우수)			
정책환류 (20)	3-1.평가결과 환류 노력도(10점)	7점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '22. 3월 재정사업 자율평가 미흡이나 지적 사항 없음</li> <li>○ 책바다 상호대차운영위원회 개최(3회)를 통한 현장 목소리 반영 및 개선 노력</li> </ul>	
	3-2.환류이행-현장 의견수렴 및 반영(10점)	9점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 디지털콘텐츠의 확충과 활용성 제고를 위해 정보 수요자 대상의 편의성 조사, 워크숍·세미나 및 관련 기관과의 협력회의 등을 통한 의견 수렴·반영</li> <li>○ '사서에게 물어보세요' 이용자 만족도 실시간 모니터링 및 운영자 재교육 실시</li> <li>- 이용자 설문조사 참여 제고를 위한 설문 채널(누리집) 추가 개발</li> </ul>	

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 상설전시실 <훈민정음, 천년의 문자 계획> 재개관('22.1.21.~)
  - “훈민정음” 서문에서 발췌한 7개의 문장으로 전시를 구성하였으며, 영상과 다양한 체험물도 마련되어 있어 누구나 즐겁게 관람이 가능하여 관람객들의 만족도가 높음
- 고마워, 한글! 576돌 한글날 기념행사('22.10.8.~10.)
  - 정부 경축식 행사, 문체부 전야제, 우리 박물관 자체행사로 나뉘어 치러지는 야외 기념행사를 우천의 상황 속에서도 차질없이 치러질 수 있도록 하였으며, 특히 정부 경축식 행사를 한글박물관에서 유치함으로써 한글을 대표하는 기관으로서의 위상 제고
- 학술대회 ‘코로나 시대를 이겨내는 힘, <한글과 의학>’ 개최('22.9.30.)
  - 기관 주요 소장자료와 연계한 시의성 있는 주제 선정으로 관내외 기관 홍보에 일조하고, 『소장자료총서(9)』 대상 자료와 학술대회 발표문을 기관 학술지로 발간함으로써 한글 의학서 연구의 ‘도입, 심화, 홍보’를 연내에 모두 성취하여 의미가 큼
- 내방가사 유네스코 세계기록유산 아시아 태평양 지역 목록 등재('22.11.26.)
  - 한국국학진흥원과 함께 2020년부터 3년 여 간 준비한 노력이 쌓여 이루어진 결실이라 더욱 값지게 여겨짐

## □ 주요성과

### ○ (한글문화 향유 기회 확대 및 교류)

- (문화행사) 제625돌 세종대왕 탄신일 기념행사(5.14.~15. / 4,000명 참여), 제576돌 한글날 기념행사\*(10.8.~10. / 44,000여명 참여), '제2회 내가 만난 한글 사진 공모전' 개최(82개국, 3,613명 참여)

\* (부처협업) 문체부 전야제(10.8.), 정부 경축식(10.9.) 지원 및 행사 공간 제공 등

- (전시콘텐츠 국내외 확산) 국내외 순회전 개최(총 5회)

\* **국내(4회):** <파란마음 하얀마음 어린이노래> 증평 김득신문학관, <이내말삼 드러보소 내방가사> 국립대구박물관, <제3회 한글실험프로젝트> 인천국제공항, 안동문화예술의전당, **국외(1회):** <한글실험프로젝트> 주헝가리한국문화원

- (유관기관 네트워크 구축) 김해한글박물관(2월), 경북문화재단(6월), 해군사관학교(12월) 업무협약(MOU) 체결을 통한 협력 기반 마련

### ○ (대중친화적 한글콘텐츠 개발)

- (한글 소재 전시) 이내말삼 드러보소, 내방가사('21.12.23.~'22.4.10. / 내방가사 속 여성들의 문화를 기록문화유산의 가치로 조명), 파란마음 하얀 마음, 어린이 노래('5.10.~9.12. / 한글 동요를 주제로 창작 동요 100년사를 선보임), 제4회 한글실험프로젝트<근대 한글 연구소> ('10.7.~'23.1.29. / 실용 디자인으로서의 한글의 가능성 실험)

- (한글문화 교육 프로그램 운영) 현장·원격 교육 프로그램 운영(24종, 533회 운영, 24,112명 참여), 영상 및 학습자료 배포(16,052명 참여), 온라인 영상 콘텐츠 조회(10,049명 참여), 실감형 어린이 체험관 '한글놀이터' 운영(104,548명 방문)

### ○ (한글의 가치 창출을 위한 기반 강화)

- (중요 한글자료 지정문화재 지정) 내방가사 유네스코 세계기록유산 아시아 태평양 지역 목록 등재, 『청구영언』(1728, 우리나라 최초의 한글 가집), 『정조한글 어찰첩』(18세기), 『초조본 유가사지론』 66권(11세기, 각필석독구결자료) **보물 지정**

\* 국립한글박물관·한국국학진흥원 소장 '내방가사' 공동 등재('22.11.26.)

- (한글문화 조사·연구) 훈민정음 대중서 제작(영어, 일어 등 12종), 소장 자료총서(9) 『간이벽온방언해』 발간, 학술대회 개최(1회) 및 지원(2회), 기관 학술지 『한글과 박물관』 제2호 발간, <한글문화지식사전> 편찬 3차(1,850항목), 2023년 전시 연계 토대 연구(주제: 한양가)
- (중요 한글자료 수집 및 등록) 자료 구입(총393건 2,029점), 기증·기탁을 통한 자료수집(총65건, 1,182점), 소장자료 등록(1,175건 2,935점), 아카이브 자료 수집(2,461건 4,498점)·등록(2,716건 4,883점)

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	17점 (완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 분기별 추진일정을 준수하여 충실하게 추진과제를 수행하여 51개 관리과제 모두 이행</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	24점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 관람객 수               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (달성도) 목표 11.3만명 대비 27.1만명으로 목표 달성</li> <li>- (적극성) 코로나19 상황과 전년도 관람객 상황을 고려하였을 때 목표치 적정</li> </ul> </li> <li>○ 관람객 만족도               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (달성도) 목표 88.5점 대비 93.5점으로 목표 달성</li> <li>- (적극성) 최근 관람객 만족도가 고점인 점을 고려하여 작년과 비슷한 수준으로 설정</li> </ul> </li> </ul>
			총점 26점
	① 18점 (우수)		
	② 4점 (우수)		
2-2. 정책 효과성(30점)	③ 4점 (우수)		
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	8점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 세부 과제계획(51개)의 추진상황을 점검·논의하기 위해 상반기 자체점검을 실시, 부진</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			사업의 경우 원인파악 및 이행을 독려하여 사업이 정상적으로 진행될 수 있도록 유도
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	8점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 전시, 행사 등 결과보고회를 통하여 의견 수렴 및 개선 사항 반영</li> <li>○ 외부전문가로 구성된 운영자문위원회를 통하여 전문성 제고</li> <li>○ 관람객 만족도 조사를 통하여 고객 만족 불만족 요인 분석 및 고객 중심의 박물관 운영 도모</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

## ■ 성과목표 달성

- ('22년 목표) 대체자료 활용건수 25만9천건<연간> △ 대체자료 제작량 10,620건<연간>

- ('22년 실적)

⇒ 대체자료 활용건수 31만4천건<연간> △ 대체자료 제작량 10,953천건<연간>

⇒ 장애인의 비대면 정보활용 욕구를 적극 반영한 결과, 대체자료 이용  
목표치 121.2%, 대체자료 제작량 목표치 103.1% 달성

- 장애인용 대체자료 확충과 정보접근 지원 강화를 통해 장애인의  
공정한 정보활용 기회 보장에 기여함
  - 시각장애인 맞춤형 대체자료 확대(98.1% 증가, '21년 2,485책/8편  
→ '22년 4,922책/14편)
  - 발달장애 아동·청소년의 문해력 향상을 위한 (산궤)읽기쉬운 책  
제작(15건) 및 배포
  - 청각장애인을 위한 한국수어영상도서 제작(연 102책 62편) 및 (산궤)도서  
관 영상자료에 한국수어지원서비스(연 133편) 추진
  - '모두를 위한 전자책'서비스를 위해 (산궤)디지털파일 형태의 전자  
책, 공공간행물, 학술자료에 대한 접근성 지원(연 4,425책)
    - \* 「독서장애인을 위한 전자책 접근성 제1부 저작지침」 한국산업표준(KS) 제정(5월)
  - 국가대체자료공유시스템(앱) 서비스 개선을 통한 사용 편의성 제고
    - \* 대체자료 이용 대폭 증가: ('20년) 21만5천건 → ('21년) 24만9천건 → ('22년) 31만4천건
- 장애유형별 도서관 기반 정보서비스 강화 및 생애주기별 독서  
문화 확대에 기여함
  - 장애 어린이·청소년 등을 위한 독서 지원 강화
    - \* 장애인 독서문화프로그램 운영·지원((60개관 816회)), 장애 아동·청소년 독후감대회 등
  - 책나래 서비스 지속적 운영 확대

- \* '21년 1,059개관, 13,675명, 32,562건 → '22년 1,093개관, 13,583명, 34,230건
- 공공도서관 독서보조기기 국고지원사업 운영(34개관)
  - \* '21년 지원도서관수(누계) 300개관 → '22년 지원도서관수(누계) 334개관
- 장애인 이용자를 위한 특화 서비스 발굴 및 운영
  - \* 전화사전예약(1,602명)을 통해 방문서비스 제공(1,524명) 및 “수어로 묻고답하기” 등 비대면서비스(문자/영상), 청각장애인 독서프로그램 「손책누리」 온라인콘텐츠 제작(20회) 및 게시

## □ 주요성과

- 장애인 맞춤형 대체자료 제작 확대와 서비스 강화
  - 장애인 수요에 기반한 대체자료(전자점자도서/악보, 데이지자료 등) 제작 확대
    - 「대체자료 제작신청 관리지침」, 「대체자료 매체별 제작/검수지침」 개정
    - 데이지자료 미리보기 서비스 확대(66.7% 증가, '21년 15만면 → '22년 25만면)
    - 시각장애인을 위한 점자출력서비스(연 35만면) 및 <sup>(신규)</sup>점자리벨도서 제작(20책)
    - \* 점자리벨도서 20책(총 1만권) 제작 후 공공도서관, 학교도서관, 특수학교 등 495개관 배포
  - 대체자료 제작 효율화를 위해 출판사의 디지털파일 제출 의무 강화
    - \* ('21년) 65.5%, 284개 614건 → ('22년) 74.2%, 290개 801건
  - 장애인에게 필요한 <sup>(신규)</sup> 오디오북 구입(1,280건) 및 서비스 추진
- 전자출판물 접근성 지원 및 대체자료 공유·공동 활용 체계 강화
  - 전자책용 웹뷰어(8월) 및 전자책 접근성 검증 서비스(12월) 출시
  - 국가대체자료종합목록 구축 및 원문서비스 확대(9.8% 증가, '21년 173천건 → '22년 190천건(누계))
  - 국립장애인도서관 정보화전략계획(ISP) 수립(11월),
  - 수어영상자료관 앱 개편 및 Mac OS를 통한 국가대체자료공유 시스템 서비스(12월)
  - 장애인을 위한 핵심 디지털컬렉션(5종\*) 서비스 강화
- 장애 어린이·청소년 등을 위한 독서 지원 강화
  - 장애인 독서문화프로그램 운영·지원(1~12월)

- 시각, 청각 등 장애유형별 독서문화프로그램 운영(60개관 816회)
- 장애 아동·청소년 독후감대회 개최(6~9월)
- 특수학교(학급) 장애 어린이·청소년(지체, 시각, 청각, 발달) 우수독후감 (58명), 우수학교 (4개교) 시상, 수상 작품집 제작 배포(257개처)
- 도서관 장애인서비스 아이디어 및 우수사례 공모·시상(8~11월)
- 도서관 장애인서비스 아이디어 및 우수사례 공모 선정(6편) 및 시상(11월), 사례집 제작 배포(279개처, 12월)

○ 장애유형, 장애정도에 따른 도서관 기반 독서편의 지원 강화

- 책나래 서비스(도서관자료 무료배달 서비스) 운영 확대
  - 책나래 서비스 지속적 운영 확대
    - \* '21년 1,054개관, 13,675명, 32,562건 → '22년 1,093개관, 13,583명, 34,230건
  - 책나래 서비스 우수 운영도서관 선정 및 시상(12개관)
  - 홍보물(리플릿, 전용가방) 제작·배포(357개처), 통합메타검색(34개관) 도입
- 공공도서관 독서보조기기 국고지원사업 운영(34개관)
  - \* '21년 지원도서관수(누계) 300개관 → '22년 지원도서관수(누계) 334개관
- 온라인 상담시스템 운영(64건) 및 실시간 상담 서비스 제공(4,684건)

○ 장애인 이용자를 위한 특화 서비스 발굴 및 운영

- 장애유형별 정보서비스 제공
  - 전화사전예약(1,602명)을 통해 방문서비스 제공(1,418명) 및 “수어로 묻고답하기” 등 비대면서비스(문자/영상) 실시(444건)
- 청각장애인을 위한 독서프로그램 운영
  - 코로나19 확산 방지를 위해 청각장애인 독서프로그램 상·하반기 「손책누리」 온라인콘텐츠 제작(20회) 및 게시(853건, 주차별 접속누계)

□ 미흡 원인분석 결과

- 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항

- 해당사항 없음



## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	17점 (완수)	○ 주요 과제별 추진계획에 따라 정상적으로 이행함
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	24점 (보통)	○ 국가지식자원(대체자료) 활용 목표치인 연간 25만9천건 대비 <b>31만4천건(121.2%) 달성</b> - 성과지표 <대체자료 활용건수> 목표치는 전년 실적 대비 <b>4.0% 상향 설정</b> 한 것으로 적극성이 인정되며, 포스트코로나 시대 장애인들의 디지털 정보자료 활용이 급속히 증가하고 일상화됨에 따라 <b>전년대비 대체자료 활용건수가 21.2% 대폭 상승</b> ※ 활용건수 : ('20년) 215천건 → ('21년) 249천건 → ('22년) 314천건
			○ 대체자료 제작량 목표치인 10,620건 대비 <b>10,987건 (103.5%) 달성</b> - 성과지표 <대체자료 제작량> 목표치는 연간 신간도서 발행량(약 59,000건) 대비 대체자료 제작률('22년 18%, 10,620건)이며, 선진국 수준인 30%대 달성을 위하여 '20년(12%)부터 매년 3%씩 목표상향을 성과 목표로 설정함
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점 26점	○ 장애인의 정보접근성 향상과 지식정보격차 해소를 통한 국민체감형 문화시설 역할 수행 - 대체자료 확충과 서비스 편의 제고를 통해 장애인의 지식정보 이용 기본권을 보장하여 <b>국정과제[56]* 목표 수행에 기여</b> * 일상이 풍요로워지는 보편적 문화복지 실현(장애인도서관 조성)
		① 18점 (우수)	- 장애인과 여성 등 <b>취업취약계층의 일자리 창출에 기여</b> *총 507명('21년 460명 → '22년 507명(10.2% 증가) (여성 355명(70%), 청년 295명(58%), 장애인 146명(29%))
② 4점 (우수)			
③ 4점 (우수)			
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도(10점)	6점 (보통)	○ '21년 자체평가 결과 개선조치 사항이나 '22년 자체평가위원회의 지적사항에 해당 없음
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영 (10점)	6점 (보통)	○ 대체자료 제작확대와 장애인의 시스템 사용 편의성 제고를 위해 정보 수요자(장애인) 대상의 자문회의, 조사 및 워크숍, 관련 단체기관과의 협력회의 등을 통한 의견을 수렴하여 반영 * 발달장애인을 위한 도서관 콘텐츠 개발 관련 자문회의(2회, 1월~2월) * 점자자료 제작지침」 개정을 위한 자문회의(1회, 2월) * 한국농아인협회와 비대면 업무협의(3회), 대면(1회, 7월) * 시각장애이용 디지털자료 제작사업 관련 자문회의(1회, 11월) * 국가대체자료공유시스템 Mac OS 사용성 평가 자문회의(온라인 2회, 시각장애인 참석)

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 한국문화를 동반한 한국어 보급으로 한류를 지속 확산하고 긍정적인 국가 이미지 제고
- 공공언어 개선, 지역의 국어문화원 지원, 범국민 언어문화개선 지속 추진으로 바른 언어사용 확산
- 국민참여형 한글문화예술행사로 한글의 가치 확산 및 한글 산업 아이디어 발굴 및 상품개발 지원, 해외 진출 지원 등을 통한 한글의 산업화 기반 조성
- 한국수어·점자 발전을 위한 법정계획 수립과 제도 정비를 통해 언어 취약 계층을 위한 특수언어 진흥 기반 조성
- 한국수어·점자 관련 제도 정비, 법정계획 수립 등을 통해 농인·시각장애인의 언어사용 환경 개선
- 세계 각국과의 문화교류 확대와 문화 창의성·다양성 증진에 기여하기 위한 국립세계문자박물관 건립 추진

## □ 주요성과

- 코로나19 등 정책환경 변화를 반영한 한국어 확산 및 언어문화산업 육성
  - 세종학당 84개국 244개소 지정·운영(수강생 79,556명('22.10. 기준))
    - \* 세종학당 수강생: ('16년) 49,549명→('17년) 56,202명→('18년) 61,810명→('19년) 72,713명 →('20년) 76,528명→('21년) 81,476명
    - \* 19개국 23개소 신규 지정, 지역적 특성 및 현지 수요 반영 학당별 특성화사업 추진
  - 한국어교원 파견 확대\*, 안전서비스 가입 및 안전물품 지원, 세종학당 교원 역량 제고 및 협력망 강화를 위한 교원 연수\*\* 비대면 혼합 운영
    - \* 교원파견: ('16년) 90명 → ('17년) 119명 → ('18년) 125명 → ('19년) 140명→ ('20년) 180명→ ('21년) 232명 → ('22년) 270명
    - \*\* 세계한국어교육자대회(8월), 세종학당 지역별 워크숍(11.8.~11.10./우즈베키스탄)
  - 현지 전문가 중심 세종문화아카데미 운영(41개소), 세종학당 문화인턴사업

운영(18개국 22개소 28명), 집현전 한국어 교실\* 운영(10.7./10.14./10.21. 총 3회)

\* 문화재와 세종학당사업을 연계해 외국인에게 한국어·한국문화 체험 기회 제공

- 온라인·모바일 학습 콘텐츠 개발·제공\*, 메타버스 플랫폼 내 가상 세종학당 구축·운영('22년 말 완료)으로 비대면 학습 기반 강화

\* 총 75종 7,775개 온라인 콘텐츠 및 5종 10개 모바일 앱 개발·제공

- 세종학당 수강생 만족도 조사\* 등 환류체계 운영, 교원 감동후기 공모전 등 우수사례 확산을 통한 성과 공유

\* 최근 3년간 만족도 : ('19년) 88.4 → ('20년) 89.5 → ('21년) 89.7 → ('22년) 조사 중

○ 공공기관 대상 공공언어 개선 지원, 점검·평가, 부처 협업 등 실효성 있는 정책 추진으로 정책의 효과성 제고

- 국민에게 영향력이 큰 중앙부처, 지자체, 언론사에서 사용하는 어려운 외국어를 점검·개선\*하여 쉬운 우리말 쓰기 문화 확산\*\*

\* 중앙부처(47개)·지자체(17개) 보도자료 및 언론사(30개) 기사 제목의 외국어 사용 현황을 점검하여 개선 권고(매일)

\*\* 외국어 남용지수(보도자료 1,000 어절당 외국어 표기 및 표현 사용 횟수) 개선 현황

	표기(로마자)	표현(외국어)
정부부처	('21) 6.4회 → ('22) 4.7회	('21) 7.3회 → ('22) 5.7회
지자체	('21) 4.5회 → ('22) 3.5회	('21) 9.2회 → ('22) 9.1회

- 새말모임\* 운영으로 신규 유입되는 외국어에 대한 대체어(다듬은 말)를 선제적으로 마련\*\*하여 신속하게 제공

\* 어려운 외국 용어를 일반 국민이 이해하기 쉬운 다듬은 말로 제공하기 위해 국어 유관 분야 전문가로 구성된 위원회(총 2개조, 각 10명씩 구성)

\*\* '22년 외국어 새말 대체어 총 46개 마련(오픈 스페이스 → 열린 씬터, 뉴 스페이스 → 민간 우주 개발, 디지털 트윈 → 가상 모형, 로컬 소싱 → 현지 조달 등)

- 국민 생활과 밀접하게 연관된 공공기관 대상 어려운 용어 개선\* 지원('21년 3개 → '22년 4개 기관으로 확대)

\* 한국지능정보사회진흥원(123개), 제주특별자치도개발공사(119개), 농촌진흥청(50개), 시흥도시공사(98개)

○ 신문·방송·인터넷 대상 쉬운 우리말 쓰기 지원·홍보 등을 통해 쉬운 우리말 쓰기에 대한 인식 제고 및 국민과의 소통 강화

- 공모를 통해 신문(23개), 방송(10개), 유튜브(3개) 선정, 매체 성격에 따른 다양한 방식의 쉬운 우리말 쓰기 홍보 콘텐츠\* 제작

\* 신문 785건 게재, 방송 384건 방영, 유튜브 34건 송출(80만회 조회)

■ 신문·방송·인터넷 대상 쉬운 우리말 쓰기 홍보		
 <p>신문(내일신문) &lt;쉬운 우리말이 필요한 이유&gt;</p>	 <p>방송(MBN) &lt;김주하 시앵커의 쉬운 우리말로&gt;</p>	 <p>유튜브 &lt;골때려 핫걸리는 우리말 쉬운 한글&gt;</p>

○ 범국민 언어문화 개선 운동을 통한 올바른 언어문화 인식 확산

- 한글날 등 계기로 대국민 언어의식 개선 프로그램을 제작·보급하여 쉽고 바른 언어문화 인식 제고

\* 「디지털에 최적화된 문자가 한글이라니」(10.5. 교육방송), 「그 말에 난 반대요」(10.6. 교육방송), 「우리말 창작 가요제」(10.9. 경인방송), 「한글 마침내 만나다」(10.9. 문화방송), 「고마워, 한글」(10.9. 한국방송), 「아름다운 우리 언어, 소통이 필요해」(11.4. SBS)

- 학술용어 정비 사업 지원으로 학술 전문 분야 용어의 대국민 소통성 강화

\* 교육, 사회 일반, 한의, 정치, 연기, 문학, 경영, 군사, 환경, 화학, 음악, 무용 등 12개 분야('20~, 누적 28개 학술 분야 용어 정비)

- 청소년 언어문화 개선을 위한 참여형 언어문화 개선 프로그램 개발·지원

\* '찾아가는 바른 우리말 선생님' 사업(전국 300개 초·중·고등학교 대상 강의 동영상 배포, 5개교 대상 대면 강의·145개교 대상 비대면 실시간 강의 추진), '안녕! 우리말' 공연 지원 사업(전국 12개 초·중·고등학교 대상 찾아가는 공연 추진)

○ 국어문화원 지원을 통해 지역의 언어문화 개선 추진

- 국어문화원을 중심으로 지역 맞춤형 국어 관련 프로그램 운영 및 지역 내 바른 국어사용에 대한 인식 확산

- \* 지역별 맞춤형 국어교육(청소년, 결혼 이주민, 외국인, 어르신 등), 우리말 가꿈이 양성(각 지역 국어문화원 12곳, 총 550명), 언어문화개선 캠페인, 지역 언어 발굴·보존 및 한글날 기념행사 등
- 김치용 배추의 영문 표기로 ‘Kimchi cabbage’ 추가 및 관계기관 협조를 통해 홍보 강화
  - 우리 고유음식인 김치를 널리 알리기 위해 ‘배추’의 번역 용어로 ‘Kimchi cabbage’를 추가하고 ‘공공용어번역 정보’에 해당 용례 제시(22.11.3.)
  - 한-영 한국어 학습 사전에 배추의 번역어로 등록돼있던 ‘Chinese cabbage’는 특정 국가명 노출로 삭제
  - 농식품부, 국립국어원 등 관계기관 누리집, 카드뉴스 등을 통해 ‘Kimchi cabbage’ 영문 표기에 대한 홍보 강화
- 한글주간(10.4~10.) 행사 개최를 통해 국내·외 한글의 가치 제고
  - 한글의 연구, 교육, 보급 등 한글 발전에 기여한 자를 발굴·포상하여 한글의 우수성 기리고 관련 분야 진흥 장려
    - \* 한글발전유공자 및 세종문화상 포상(10.8~9, 훈포장, 대표, 국표 등 13명)
    - \* 유네스코 세종대왕 문해상 시상(9.8. 세계 문해의 날, 문맹 퇴치에 기여한 3개 단체)
  - 한글날 기념 공연, 전시, 학술, 체험행사 등을 통해 한글에 대한 고마움 및 자긍심 확산 계기 마련
    - \* 공연(9종), 전시(3종), 학술대회(4종), 공모경연대회(3종), 체험행사 등 총 55,131명 참여
  - 세계한국어한미당\*을 통해 한글·한국어 관련 연구 및 산업 성과 공유
    - \* 전 세계 한국어학자·산업 관계자가 참여한 국제학술대회(10.6.~7./8개국 133명 발표·토론), 365명이 참여한 소리책 제작 문화 행사 및 한국어 기반 인공지능 기술 전시(10.6.~10.) 개최

《2022 한글주간 주요행사》

한글날 전야제 축하공연	한글발전유공 시상	체험행사(도전, 장원급제)
		



○ 한글 공모전 개최를 통한 한글상품 아이디어 발굴 및 상품화로 한글 산업 육성

- 제8회 한글 창의산업 아이디어 공모전 개최(332개 작품 접수, 13개 수상)
- 공모전 역대 수상작(15~21년 7종) 상품화\* 및 우수 한글문화 상품(8종) 개발 지원
  - \* 전문가 멘토링, 시제품 제작, 특허 출원, 박람회 참가 지원 등
- 한글 소재 산업 홍보 및 관심 제고를 위해 한글 한국어 산업전\* 개최(10~12월 총 5회)
  - \* 공모전 수상작 13종 및 한글 소재 콘텐츠 개발 문화상품 15종 등 전시

■ 한글·한국어 산업전시(10~12월)



국립한글박물관



북촌한옥마을



서울코엑스

○ 유럽 최대 디자인 전시회 참가 등 한글산업 해외진출 지원\*을 통해 한국 기업·상품 홍보 및 해외 마케팅 판로 개척 지원, 한류 콘텐츠 가치 제고

- \* 프랑스 메종오브제 전시 참가(9.12.~9.18./파리/33개사) 및 한글상품 특별전 개최(9.19.~10.18./주프랑스 한국문화원)

■ 프랑스 메종오브제 한국디자인관 전시(9.8.~9.12.)



■ 특별전(9.19.~10.18.)



○ 농인·시각장애인의 언어사용 환경 개선 및 한국수어·점자 발전 기반 구축

- 주요 정부 정책에 대한 농인의 알 권리 보장을 위해 한국수화 언어법 및 같은법 시행령 개정(22.7.19.시행)
  - \* 국가나 지자체에서 대규모 재난, 감염병 예방 등 국민의 생명·안전 관련 정책을 발표하는 경우 수어 통역을 지원하도록 명시적으로 규정(한국수화 언어법 제16조제3항 신설, 한국수화언어법 시행령 제11조의2 신설)
  - \*\* 정부부처 정책 발표 및 코로나 관련 브리핑 시 공공수어통역 지원 440회(22년 12월말)

- 한국수어 및 점자의 발전과 보전을 위하여 법정계획인 '2022년 한국수어발전시행계획('22.6.)', '2022년 점자발전시행계획('22.6.)' 제2차 한국수어발전기본계획(2023~2027) 수립
- 제2회 한국수어의 날(2.3.) 및 한국수어주간(1.31.~2.6.), 제96돌 한글 점자의 날(11.4.) 및 한글점자 주간(10.31.~11.6.) 운영을 통해 수어 및 점자에 대한 국민의 인식 제고, 특수언어 사용 권리 신장
- 한국수어교육원 신규 지정(충남, '22.2월) 및 한국수어 관련 교육 기관 운영 지원(4개소)
- 농인의 비장애인 자녀(CODA)를 위한 한국수어교육과정 개발, 애국가와 국기에 대한 경례 수어 용어 정비 등 한국수어 사용 환경 개선
- 점자 사용 촉진 및 보급을 위한 점자출판시설 지원(6개소)
- 바로쓰기용 점자판, 활동교구 제작 등을 통해 시각장애인의 점자 교육 기반 조성 및 문해력 향상 지원
- 점역 품질 개선을 위한 관계기관(교육부, 국립특수교육원 등) 실무진 협의체 개최(8.2.)
- 세계 문자 등을 종합적으로 전시, 체험, 연구 및 교류할 수 있는 문화기반으로서 **국립세계문자박물관 건립**
  - 건립 관련 중요사항 심의·조정을 위한 건립위원회 운영(11월)
  - \* 건축 공사 추진 현황, 법인설립 추진 사항 등 보고
  - 국립세계문자박물관 건립공사 준공검사 및 준공(9~10월)
  - 전시·체험설계 및 제작 설치 실시설계(2~12월)
  - 건설사업관리용역 준공(10월)
  - 다양한 전시콘텐츠 확보를 위한 소장품 수집 추진(228건 506점)

**미흡 원인분석 결과**

- 해당사항 없음

**개선보완 필요사항**

- 해당사항 없음

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	16점 (거의완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 세종학당 신규지정, 한국어교원 해외 파견, 공공언어 개선 사업, 범국민 언어문화개선 사업, 전국국어문화원 지원, 한글주간 행사 등을 당초 계획에 따라 충실하게 수행하였으며 국립세계문자박물관 건축 공사를 완료하였음</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	27점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 세종학당 학습자 종합만족도(점)는 지속적인 학습 편의성 제고 및 콘텐츠 다양화 등의 노력으로 3년 연속 80점대 후반임. 이는 학습자들의 만족도가 일정 수준 이상의 안정된 궤도에 오른 것으로 볼 수 있음. '22년에는 코로나19의 지속에도 불구하고 84개국 234개소를 운영하였으며, 현재 총 143개소를 대상으로 만족도 조사 결과 90.5점 달성(달성도 100%) 예상됨('23.2월 집계 완료 예정).</li> <li>* 최근 3개년 만족도 조사 결과 : ('19)88.4점 → ('20)89.5점→('22)90.5점</li> <li>· '22년 국어문화원 주관 지역민 국어능력향상 교육 참여자 수는 21,450명으로 목표치(16,030명)를 33.8% 초과 달성함.</li> <li>· 국어문화원 주관 지역민 국어능력 향상 교육 참여자 수의 목표치는 최근 5년('16~20년)간 평균 실적 대비 약 6% 증가한 수준(16,030명)으로 설정하였으며, 코로나19 상황으로 대규모·장기 교육 프로그램 추진이 어려운 상황임을 고려할 때 적극성이 인정됨.</li> <li>* 최근 3개년 참여자 수: ('19) 17092명 → ('20)14,843명 → ('21)23,950명</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>· 세종학당 교육 품질 제고 및 본격적인 온라인 학습 서비스 제공, 문화 콘텐츠 제작·보급, 가상 확장세계(메타버스) 세종학당 개설 등 한국어 확산 방식 다변화로 전 세계 대상의 한국어·한국 문화 확산 기반을 마련하여 세계 속에 한글의 가치 확산 도모 및 국가 이미지 제고에 기여</li> <li>· 공공기관 대상 공공언어 개선 지원 등 실효성 있는 정책을 추진하고, 신문·방송·인터넷을 활용한 쉬운 우리말 쓰기 홍보 등을 통해 국민과의 소통 강화에 기여</li> </ul>
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점 26점	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 제4차 국어발전 기본계획(2022~2026) 수립을 통한 4차 산업혁명 시대의 새로운 정책 환경에 부합하는 국어정책 기반 조성· 대국민 언어문화 개선 프로그램 제작·방영, 지역 맞춤형 국어능력 향상 교육을 통해 국민들이 일상생활에서 체감할 수 있는 언어문화 개선 정책 구현</li> <li>· '2022 한국수어발전시행계획', '2022 점자발전시행계획', '제2차 한국수어발전기본계획' 수립,</li> </ul>
		① 18점 (우수)	
		② 4점 (우수)	
		③ 4점	



평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
		(우수)	<p>한국수어교육원 신규지정('22.2월, 충남), 정부 발표(브리핑) 시 공공수어통역 지원 특수언어 관련 법정기념일(한국수어의 날, 한글 점자의 날) 기념행사 운영 등으로 특수언어 사용 환경 개선 및 농인·시각장애인의 언어권 보장에 기여</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 한글·한국어 산업을 중심으로 한 언어문화산업 박람회 기본계획 연구용역을 통해 한글을 세계적 문화상품으로 육성하기 위한 사업 방향성 구상</li> </ul>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	9점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 세종학당 운영평가 실시 및 수강생 만족도 조사 실시 등을 통해 세종학당 운영 내실화 도모</li> <li>· 국어문화원 현장소통('21~'22)을 통하여 전국 국어문화원 22곳의 인력 및 시설 기준 충족 여부, 회계 관리 현황 등을 점검하고 국고보조금 회계 관리 교육을 실시하여 사업 현장에서 적법하고 원활한 예산 집행이 이루어지도록 노력함.</li> <li>· 국립세계문자박물관 건립사업은 외부요인과 현장 여건에 따른 설계변경 등으로 목표대비 공정율이 지연되었으나, 주기적 공정점검 등으로 정상적으로 완공되었으며(9~10월 준공검사 및 준공), 또한 홍보 전문 업체와의 용역 계약 체결을 통해 완성도 있는 홍보전략을 수립중에 있음</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	9점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 세계한국어교육자대회, 국외 지역별 워크숍, 학습자 만족도 조사 및 강의평가 등에서 수렴한 의견을 학당 운영 및 제도 개선에 반영·추진함</li> <li>· '전국 국어문화원 연찬회'(12.15~16)를 개최하여 각 지역 국어문화원이 공공언어 개선 사업을 통해 달성한 성과를 공유하고 사업 추진 과정에서 애로사항 개선을 위한 의견을 수렴함.</li> <li>· 어려운 외국어 새말 대체어 마련 시, 외국 용어 선정부터 대체어 마련까지 전 과정에서 국민의 의견을 수렴하여 적극 반영</li> <li>· 특수언어 관련 정책 자문위원회 개최, 제2차 한국 수어발전기본계획 수립을 위한 농당사자 의견 수렴·전문가 자문 등을 통해 다양한 현장 의견 수렴 및 기본계획·시행계획·사업계획 등에 반영</li> <li>· 국립세계문자박물관 건립 추진의 내실화를 위하여 문자언어, 박물관, 디자인 등 다양한 분야의 전문가로 구성된 건립위원회에서 박물관의 전시 주제, 무장애 연출, 안내시스템, 콘텐츠 확보 등 다양한 주제로 논의 및 의견 반영</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 국제문화교류 환경변화(코로나19 및 신한류 등)를 반영하여 새로운 국제문화교류의 전략 및 방향성 설정을 위해 국제문화교류진흥 종합계획 수립 연구 추진, 국제문화교류의 최신 흐름에 맞춘 체계적, 단계적 국제문화교류 사업 발굴
- 코로나19 확산에 대응하여 비대면 등 새로운 교류 방식을 적극 발굴·도입해 국제문화교류 추진 방식 다양화
- 문화 분야 공적개발원조(ODA) 추진을 통해 개도국의 문화역량 강화를 통한 지속가능발전 이행에 기여하고, 상호 협력관계 및 우호 증진으로 국제사회 한국의 위상 제고

## □ 주요성과

- 국제문화정책 주요 안건 의제 주도 및 협력 강화
  - ▲G20 문화장관회의(대면/'22.9월), ▲한중일 문화장관회의(비대면/'22.8월), ▲한-EU 문화협력위원회(비대면/'22.12월) 등 다자·양자 국제회의 참가·개최 등을 통해 문화정책 협력 강화
- 수교기념국과 문화교류 행사 개최
  - 수교 30주년 계기 「'22-'23 한-카자흐 상호문화교류의 해」 행사 추진
    - \* 케이팝 공연(6월), 영화산업포럼(9월), 어린이그림책 북콘서트(10월)
  - 수교 30주년 계기 「'21-'22 한중 문화교류의 해」 행사 추진
    - \* ▲한중 수교 30주년 기념공연(대면비대면/8월), ▲한중 청년예술가 연극공연(10월), ▲한국 청년 전통공연단 중국 순회공연(8월~11월), ▲한중 수교 30주년 기념공연(2차/11월), ▲한중 문화콘텐츠 매월 온라인 공개(8월~12월), ▲폐막식(12월), ▲민간공식인증사업(연중)

- 오스트리아, 슬로베니아, 룩셈부르크, 남아공, 베트남, 미국, 아르헨티나 등 9개국 수교 기념 문화행사 추진

\* ▲한-오스트리아 수교 130주년 기념 문화행사(케이팝 공연, 전통음악 및 클래식 공연 /22.6월 9월 10월), 한-슬로베니아 수교 30주년 기념 문화행사(전통음악 공연/22년 9월), ▲한-이란 수교 60주년 기념공연(팝페라, 퓨전국악 등 복합 문화공연/22.10월), ▲한-룩셈부르크 수교 60주년 기념 문화행사(한국문화주간 행사/22.10월), ▲한-남아공 수교 30주년 기념행사(22.12월), ▲한-시에라리온 수교 60주년 기념행사(22.12월), ▲한-베트남 수교 30주년 기념 문화행사(등불전시, 축하공연, 문화체험프로그램 등/22.9월), ▲한-미국 수교 140주년 문화행사(공연 전시, 태권도 행사 등/연중), ▲한-아르헨티나 수교 60주년 기념 문화행사(퓨전국악, 현대무용 공연 등/22.5월 10월)

#### ○ 한류 거점인 아세안 지역과의 문화 협력 강화

- ▲한-아세안 문화혁신포럼 개최('22.10월/대면+비대면), ▲한-아세안 /아세안+3 문화예술 고위급회의 및 장관회의(비대면/'22.10월), ▲2023-2025 한-베 문화협력 양해각서 체결('22.12월) 등

#### ○ 권역별 주요국 대상으로 전략적 문화교류 추진

- 국제적으로 문화적 영향력이 큰 국가에서 우리 문화를 집중적으로 소개하는 '코리아시즌' 추진을 통해 문화강국의 이미지를 해당국 외 주변국으로 확산
- '22년 시즌 대상국으로 북미권 멕시코 선정, 중남미 최대 국제문화 축제인 세르반티노 축제와 연계하여 다양한 문화교류사업\* 추진
- \* ▲제50회 세르반티노 축제 주관국 참석(공연 및 전시 등 12개 프로그램 운영/22.10월), ▲양국 예술가 간 공동창작 워크숍 진행(9월), 성과물 국내외 공연(11월), ▲문체부 유관기관과 연계 운영(국립무형유산원, 한국콘텐츠진흥원 등 3개 기관 3개 프로그램)

#### ○ 한중일 문화교류 활성화

- 「한중일 문화장관회의」를 통해 문화예술 교류협력 지속 추진
- \* ▲한중일 공동선언문 발표, ▲2023년 동아시아문화도시 선포(한국 전주시, 중국 메이저우·청두시, 일본 시즈오카현)
- 2022 동아시아문화도시\* 개·폐막식 및 연중 문화행사 개최(경주)
- \* 한국 경주시, 중국 윈저우·지난시, 일본 오이타현
- 한일문화교류회의 주최 '동행' 공연(12.8.) 및 한중일 서예명가 우호회호회(9.6./한중일 동시 생중계) 지원 등

○ 문화 ODA 활성화로 문화를 통한 개도국 지속가능한 발전 추진

- (문화동반자 초청연수) ▲문화전문가 과정\* 대면+비대면 연수 실시('229월~'2211월, 총 9개국 48명 참여), ▲문화행정가 과정 대면+비대면 연수 실시('2210월~'2211월, 총 5개국 13명 참여), ▲문화전문가 및 문화행정가 초청연수자 대상 '문화동반자의 날(포럼)' 개최 ('2211월 총 10개국 51명 참여), ▲온라인 동창회 개최('23.1월 예정, 총 40명 내외 참여 예정), ▲온라인 웹진 발간(연 1회) 등

\* (중점분야) 공연예술, 대중음악 (일반분야) 도서출판

- (유네스코 신탁기금 지원) ▲아세안 지역 창의성 향상을 위한 정책 지원 (태국·인도네시아, 아세안 문화공무원 역량강화 연수), ▲중양아시아 4개국 영화 산업 역량 강화 지원(우즈베키스탄, 카자흐스탄, 키르기스스탄, 타지키스탄)
- (유네스코 문화다양성 기금 지원) 동티모르, 세이셸, 나이지리아 등 개도국(9개국)의 정부시민단체와 협력, 문화창조산업 발전 및 문화적 표현의 다양성 증진 기여

○ 국제문화교류 관계 기관 간 국제 문화협력 관계 강화 및 역량 강화

- ▲국제문화교류 종합정보시스템 '문화로' 구축 및 운영, ▲'22년 국제문화교류 지원사업 공동설명회 개최('22.3월/대면+비대면), ▲'22년 수교기념 국가 협력사업 발굴 실무협의회('22.11월/비대면), ▲'22 국제문화교류 협의체 합동회의('22.12월/비대면) 개최

- ▲국제문화교류 환경 변화 대응을 위한 제2차 국제문화교류 진흥 종합계획 수립 연구('22.2월~) 추진, ▲지역의 국제문화교류 역량 증진을 위해 지역문화 국제교류 지원(추진지원 6개, 기획지원 3개 사업), ▲지속 가능한 국제문화 교류를 위해 전문인력 양성 및 역량 강화\* 추진

\* ▲국제문화교류 전문인력 해외 파견(총 9명/'22.6월-12월), ▲국내 집중양성 과정 운영(총 3명/'22.6월-11월), ▲기 파견자 후속 프로젝트 지원(2건/'22.7.~12.), ▲국제문화교류 온라인 아카데미 운영(176명 수강/'22.11월)

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	16점 (거의완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○수교기념 문화행사 등 사업 추진 시 현지 유관기관과 긴밀히 협조하여 코로나19 및 현지 상황을 고려한 행사방식 다양화로 집행 이행도를 높임</li> <li>* 마주 (14개), 아주(1개), 구주(7개), 아중동(5개) 등 총 27개 수교 관련 문화행사 대면 개최 완료</li> <li>* 한-중 상호문화교류의 해 관련 음악회 폐막식 등 대면 행사(10건) 및 비대면 행사(7건) 총 17건 추진 완료</li> <li>○코로나19 확산양상 변화에 따른 유연한 사업 추진으로 문화동반자 연수 사업의 집행도를 확보하는 한편, 문화분야 글로벌 인적 네트워크 구축이라는 사업 목적을 효과적으로 달성</li> <li>* △문화전문가 과정 대면·비대면 연수 실시 ('22.9.~'22.11., 총 9개국 48명 참여) △문화행정가 과정 대면·비대면 연수 추진('22.10.~'22.11., 총 5개국 13명 참여) △동반자의 날 개최 ('22.11월, 총 10개국 51명 참여) △온라인 웹진 발간(연 1회)</li> </ul>
	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	27점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○'수교기념 문화행사를 통한 한국문화 호감도'는 한국 문화에 대한 국제적 관심 증가 추세를 반영하여 목표치를 상향설정 해왔으나('18년 78.5점, '19년 82점), '20년부터 계속된 코로나19로 국가간 직접 교류가 제한됨에 따라, 비대면 교류가 추진되는 추세를 반영하여 목표치를 전년과 동일하게 설정 - '22년 목표치인 88점 대비 실적 88.2점(잠정)</li> <li>○'문화동반자 사업 종합평가'는 '20년부터 코로나19 여파로 인한 연수방식의 비대면 전환 및 문화동반자 연수사업의 내실화를 위해 신규 연수과정(문화행정가 과정) 시범 도입 등 환경 변화에 따라 최근 3년 실적 평균으로 목표치를 설정하기 어려운 바, '22년은 초청연수로 전환할 것을 기대하여 '19년 실적치(87.6점)를 기준으로 목표치 상향(88점) 조정 - '22년 목표치인 88점 대비 실적 88.06점(잠정)</li> </ul>
정책효과 (60)	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	26점
		①	18점 (우수)
			<ul style="list-style-type: none"> <li>○다채로운 수교기념 문화행사 추진을 통해 한국 문화 접근성 제고, 양국간 다양한 장르의 우수 공연예술 작품 등을 교류함으로써 '상호 문화교류의 해' 의미를 살리고 다양한 방식의 교류 가능성 확인</li> <li>* (수교기념 행사) 총 9개국 27개 행사 개최, 관객 수 총 121,740명</li> <li>* (한-중 문화교류의 해) 기념공연, 청년예술가 교류, 한중 문화행사 지원공연, 월간한중, 민간 공식인증, 폐막행사 관객 수 총 9,284명 / 영상 조회 수 총 827,697회</li> <li>* (한-카자흐 문화교류의 해) 한국문화축제, 영화</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
				<p>산업포럼 등 사업 추진을 통해 관객 수 2,744명, 영상조회 수 총 144,683회 기록</p> <p>○개도국 문화전문가 및 문화행정가를 대상으로 비대면 연수를 통한 문화분야 글로벌 인적네트워크 구축</p> <p>- △문화전문가 과정 비대면 연수 실시 (22.9.~22.11., 총 9개국 48명 참여) △문화행정가 과정 비대면 및 대면 연수 추진(22.10.~22.11., 총 5개국 13명 참여) 등</p>
		②	4점 (우수)	<p>○수교 및 정상외교 계기를 통한 문화행사 추진으로 해당국 간 문화 네트워크 형성 등 '국제 문화 교류 활성화'를 위한 기반 구축</p> <p>○유네스코 신탁기금 사업 및 유네스코 문화다양성 기금 지원을 통해 개발도상국 문화창의산업 인식 제고 및 역량강화와 더불어, 문화다양성 증진이라는 국제사회 중요 의제 확산에 기여하고 공여국으로서 한국의 역할 확대</p>
		③	4점 (우수)	<p>○제15차 유네스코 문화다양성 협약 정부간위원회 (22.2월), G20 문화장관회의 등 다자·양자 국제회의 참가를 통해 케이-컬처의 확산 기반 마련 등 문화정책협력 강화, 국제 주요 안건·의제 선도</p>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	7점 (보통)		<p>○문화동반자 사업의 연수 진도별(연수 착수, 중간, 종료) 상시 모니터링 추진으로 연수 성과 제고</p> <p>- 연수사업 운영 매뉴얼 배포 및 매뉴얼 교육(1회), 효과적인 연수 운영을 위한 운영기관 온라인 간담회 실시(총 3회), 외부 사업평가 전문기관을 활용한 모니터링 및 운영진 면담(1회) 등</p>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	7점 (보통)		<p>○수교기념 문화행사 프로그램에 대한 해외 문화 예술 기관, 해외 문화예술 전문가, 재외공관 등 현지 수요파악 다각화, 주한외교단 연계확대를 통한 협력사항 발굴협의 등을 통해 교류협력 체계 구축, 행사 개최 후, 해외 문화예술 전문가, 관람객 대상 현장 설문조사 실시 및 결과분석을 통해 '한국문화 호감도, 이해도' 등 현지반응 점검, 현지 언론보도 현황 및 내용 분석 및 차기 문화 행사 기획에 반영</p> <p>○문화동반자 연수 운영기관 오리엔테이션, 실무자 온라인 연수 플랫폼 운영 교육, 중간 환류회, 운영기관별 최종사업계획 발표 및 수료식 등 주요 프로그램별 운영기관 담당자와 소통하여 사업 보완사항 및 애로사항 청취</p> <p>- 또한, 참여 연수생 대상 사전/종료/사후 설문조사, 운영기관 및 협력기관에 대한 사전/종료 평가 등을 통해 현장의견 수렴 및 환류를 체계적으로 추진 중</p>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 아시아문화중심도시조성 종합계획 수정계획 수립을 통해 지속가능한 발전을 위한 기존 사업성과 극대화 및 신규 사업 발굴·추진을 위한 방향을 제시
- 코로나 19로 인해 일부 행사성 사업들이 사업계획을 변경하여 추진되었으나, 대부분의 조성사업들은 일정대로 정상 추진

## □ 주요성과

- 아시아문화중심도시 조성 **종합계획 수정계획('22~'28)** 및 **연차별 실시계획('22.3)** 수립
- 아시아문화중심도시 조성에 관한 특별법('21. 3월 개정)에 따른 후속조치로 **국립아시아문화전당재단 설립('22. 1. 17.)**
- SNS 및 유튜브 운영, 현장취재, 인플루언서 팸투어, 도서지역 청소년 초청행사 등을 통해 아시아문화중심도시 조성사업 **인지도 제고 및 긍정적 여론 확산** 기여
- 문화권역의 핵심사업 발굴·추진으로 5대 문화권 사업의 균형 조성 추진 및 그간 저조했던 시각미디어문화권 및 융합문화과학권 사업 신규 추진
  - \* 문화전당교류권 융합문화과학권 아시아공동체문화권 미래교육문화권 시각미디어문화권
  - (시각미디어문화권) 광주비엔날레전시관 건립('21~'25, 1,181억)
  - (융합문화과학권) 첨단실감콘텐츠 인력양성 통합 플랫폼('22~'24, 100억)
- 문화콘텐츠산업 기반 조성을 위한 창제작, 유통을 위한 기반시설 조성, 수요맞춤형 인력양성 등 지역 내 콘텐츠 생태계 조성
  - (산업기반 구축) 첨단실감콘텐츠 제작 클러스터\*(공정률 100%, '22년 11 개관) 및 유네스코 미디어아트 창의도시 플랫폼\*\* (공정률 100%, '22년 3월 개관) 조성

- \* 기존 CGI 센터를 보완, 지역 콘텐츠 우수기업 입주, 첨단실감 콘텐츠 제작·유통·마케팅 집적화하는 거점기지(지하1, 지상 9층 규모/16.~'22./총사업비 892억)
- \*\* 미디어아트 실험공간 및 스타트업 랩 등 미디어아트와 창의산업 간의 융복합을 위한 복합예술센터(지하2층 지상 3층 규모/17.~'21./총사업비 263억)
- (인력 양성) 지역 콘텐츠 기업들의 인력수요 증가에 따라 콘텐츠 전문인력 지속 확충
  - \* ▲산학연계과정 교육 288명('22년 누계: 교육 1,419명), ▲취업연계과정 교육 125명, 42명 취업('22년 누계: 교육 1,454명, 취업 647명), ▲공예·디자인 인력양성 교육 26명, 취업 집계중('22년 누계: 교육 256명, 창취업 125명)
- (예비창업자 육성) 애니메이션, 웹툰, 캐릭터 분야 시연작품(파일럿) 제작지원
  - \* ('06.~'22.) 181개 제작 지원, 122개사 385명 취·창업
- (창업기업 완성형 콘텐츠 제작 지원) 상업성을 인정받은 창업기업의 시연작품 시장 진출을 위해 CG(컴퓨터그래픽) 및 융복합 콘텐츠 제작
  - \* ('05.~'22.) 56개 제작 지원, 475명 취업(20개 기업 유치)
- (우수기업 마케팅 지원) 우수기업의 안정적인 해외 유통·배급을 위해 전시·상담회 참가 지원 및 중국 현지 수출전략 거점 마련
  - \* ('09.~'22) 공동 제작투자 MOU 4,508억, 라이선싱 계약 1,213억/1,161건
- (국제문화창의산업전 개최) 수출상담 193백만 불, 계약추진 76백만불 달성
  - \* ('22년 참가 규모) 35개국 398개사, 국내외 바이어 173명 참가, 관람 33만명
- (이스포츠 인력양성 및 관련 산업 진흥) 이스포츠 인력 양성 및 이스포츠 관련 산업 활성화를 위한 지원 지속 추진
  - \* 이스포츠교육원 12개과정 512명 교육수료, 이스포츠산업지원센터 6개교, 8개 기관 지원 등
- 민간투자활성화 및 문화관광산업 진흥을 위하여 투자진흥지구 지정, 원스톱 지원을 위한 지원센터 운영, 투자진흥지구에 집중 투자하는 투자조합 결성 등
  - (투자진흥지구 기업 지원) 입주기업 지원시설(전일빌딩, 68개사 408명 입주) 내 공동 이용장비 구축 및 투자기업 원스톱 지원을 위한 종합지원센터 운영
    - \* (성과) 기업유치설명회 2회 총 40개사 참가, 국내 투자유치(IR) 2회 25개사 참가, 해외 투자유치(IR) 1회 9개사 참가, 투자유치 멘토링 215건, IR 연계 투자 상담회 49개사 참가
  - (투자조합 결성) 아시아문화중심도시 광주 문화·관광산업에 집중투자하는 투자조합 결성(규모 200억, 지역 120억원 투자 예정)



□ 미흡 원인분석 결과: 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항

- 지자체 사업의 내역사업이 증가('18 : 12개 → '19 : 15개 → '20 : 19개 → '21 : 29개 → '22 : 41개) 추세이나, 일부 내역사업 집행부진으로 체계적인 사업 관리체계 마련 필요
- (사전 준비 강화) 주요 사업은 지자체가 사전에 기본계획 수립, 절차이행, 추진체계 구축 등 사전 준비를 거친 후, 사업예산을 반영하고 조기에 착수 가능하도록 사업심의 기능 강화 검토
- (관리감독 강화) 광주시에 권역별(또는 역점 과제별) 총괄담당자를 지정, 사업진행상황에 대해 월별 서면 점검 및 분기별 현장점검 실시 등의 관리체계 개선 검토 필요

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	17점 (완수)		○ 아시아문화중심도시 조성에 관한 특별법('21.3월 개정)에 따른 후속조치로 국립아시아문화전당재단 설립('22.1.17.), 아시아문화중심도시 조성 종합계획 수정계획('22~'28) 수립 등 제도적 개편 충실히 추진
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	27점 (우수)		○ 성과지표(콘텐츠 제작인력 고용인수) 목표치는 최근 3개년 실적의 평균치 반영하여 상향조정 설정하였으므로 적극성이 인정됨('21: 105명 → '22: 112명) - 12월 말 기준 목표치 112명 대비 112명 달성(100%) * 사회적 가치 <경제활동을 통한 이익이 지역에 순환되는 지역경제 공헌>, <지역사회 활성화와 공동체 복원>에 해당
		총점	26점	○ 5대 문화권역 중 그간 저조했던 시각미디어문화권 및 융합문화과학권의 신규사업들을 발굴 추진하여 5대 문화권 사업의 균형 조성
	①	18점 (우수)	○ 지역의 문화산업인프라 구축하고 기업들과 연계하여 맞춤형 전문인력을 양성 예비 창업자 육성 창업기업 완성형 콘텐츠 제작 지원 및 우수기업 마케팅 지원 국제문화산업경연대회 개최로 해외 판로 개척 및 네트워크 지원 등 지역 내 문화산업 생태계 조성	
	②	4점 (우수)	○ 투자진흥지구 확대 원스톱 지원서비스 제공을 위한 종합지원센터 개소 및 운영 해외박람회 참가 지원 등 민간투자 활성화에 기여	
2-2. 정책 효과성(30점)	③	4점 (우수)	⇒ 문화적 가치와 경제적 이익이 조화되는 문화경제 구현 및 국가균형발전에 기여	

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			⇒ 국정과제 67-4 <지역 간 문화균형발전 및 문화다양성 확보>에 기여
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	6점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '21년 자체평가 결과 개선조치</li> <li>- 지역전문가로 구성된 연차별 실시계획 심의위원회를 통해 '23년 신규사업 발굴 및 예산 확보(총 9개, 88억)</li> <li>- 문화산업분야에 비해 상대적으로 활성화가 빈약했던 관광분야의 신규사업* 추진으로 예술·관광산업 육성</li> <li>○ 2021 재정사업자율평가 결과 개선조치</li> <li>- 매월 추진상황 점검을 통해 '22년 월별 집행계획에 따라 실집행 적극 실시, 집행단계별 집행지연 요인 제거 등 실집행 제고 독려</li> <li>- 내실 있는 사업추진을 위해 계획수립 및 사업추진 단계에서 대상사업에 대한 내용 보완, 사업계획 검토 조정 등 체계적인 관리체계 방안 마련</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	7점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 아시아문화중심도시조성 종합계획 수정계획 수립 시 종합토론회를 통한 이해관계자 의견 청취(광주시관계자, 전문가, 학계, 시민 등)('22.2.9), 조성사업 고객 만족도 조사 실시 등 이해관계자 유관 기관 최종수혜자 등의 의견을 수렴하기 위한 조치를 하였으며 현장의견 수렴 시에 제안된 의견 등을 반영하여 22년도 사업계획에 반영하였음</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 통합전당 출범(22.1월) 및 사업과 조직의 대폭 확대, 초대 기관장 취임(개관 7년 후) 등 대전환 시기를 거쳐 국내 유일 '아시아문화'를 주제로 하는 복합문화예술기관으로 점진적 입지 강화
  - (기관운영) 전년대비 **관람객 증가**(61만 명→177만 명), **운영 프로그램 확대**(177건→281건), **관람객 만족도 향상**(81.4점→86.6점), **기관장 대내외 소통 대폭확대**(매월 '기관장 편지' 발송, 직원 소통간담회 36회, 콘텐츠 분야별 외부 운영자문위원회 발족, 광주시, 시민연대, 민·관·정 소통협의체 3종 신설)
  - (창·제작) 국내 대표 창·제작 전문극장 및 아시아 신화·설화 활용한 **공연개발**(11종), 시대성 반영한 **기획전시**(11종), 국제 레지던시 운영(5종: 국내 21명, 국외 12명) 및 성과전시, **융·복합 콘텐츠 연구 사업**(3종), 창·제작 기반 **전문인력 양성 교육**(9종)
  - (대중화 사업) **민주·인권·평화 가치기반 콘텐츠, 축제**(어린이가족 문화축제, 월드뮤직 페스티벌, 아시아문화주간 등), **관람객 친화 공연 정례화**(브런치콘서트, 슈퍼클래식, 빅도어시네마, 수요극장 등), **어린이·청소년·시민대상 아시아 문화 기반 문화예술 교육**(61종)

## □ 주요성과

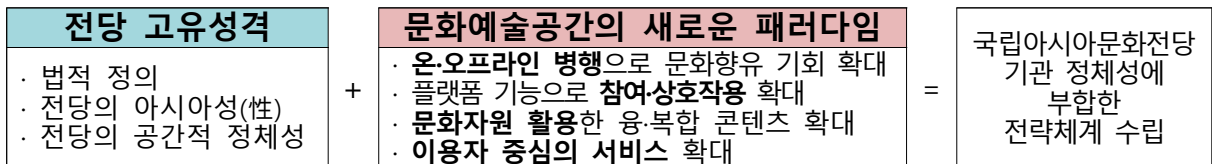
- (동시대 문화예술 창·제작 플랫폼) 문화전당 자체 창·제작 기획 프로그램 71% 규모 차지

\* 개관 7년간 구축한 콘텐츠 1,409건 중 창·제작 프로그램이 1,009건 해당

구분	'15년	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년	'22년 (12월말)	계
전체	109종	108종	122종	164종	261종	187종	177종	281종	1,409종
기획/창·제작	86종	85종	92종	135종	187종	130종	114종	180종	1,009종

- (아시아문화교류 허브) 문화자원 관리, 인력양성 특화 공적개발원조 추진(라오스, 키르기스스탄), 아시아 권역별 예술커뮤니티 운영, 국내·외 교류협력 토대 마련위한 16건의 업무협약 신규체결
- (지역 내 문화사랑방) 개관 7년차 누적 방문객 1,316만 명 돌파
  - 원별 운영시간 확대 및 하늘마당 등 장소 개방 등으로 '22년 방문객 177만 명 달성, 281종의 다채로운 프로그램선보여 연중 내내 볼거리·즐길 거리 상시 제공
- (매년 핵심주제 콘텐츠 집중 운영) '22년 핵심주제로 '자연 그대로'를 선정, 분야별 입체적 조망 및 문화 예술적 대안 제시
  - (전시) 수상 생태계와 인간 삶의 상호관계 탐색한 <아쿠아 천국>
  - (공연) 기후위기 문제를 신화 소재로 풀어낸 작품 <짹하고 해 뜬 날>
  - (교육) 환경주제 인문강좌, <기후 위기를 말하는 예술>
- (통합전당 출범에 따른 중장기 발전계획 수립 및 대외 발표) 설립목적, 대내외 정책 환경 반영 및 기관 비전, 핵심가치, 전략 체계 등을 재검점해 '전당 중장기 발전계획('23~'27년)'을 수립, 대외 발표

**<국립아시아문화전당 기관 정체성 구체화 방안>**



<b>5대 핵심 방향</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 전당 교류 네트워크 지원, 국내·외 교류협력 채널 확대, 이를 활용한 아시아 문화교류 협력 활성화</li> <li>2. 아시아 문화자원의 디지털 전환을 통한 보존, 창의 산업(게임·방송 등) 수요 맞춤형 아카이브 제공</li> <li>3. 충분한 사전 연구로 기획된 프로젝트 랩 체계 확립, 추진 기간(단년도·다년도 세분화) 다변화, 프로젝트 랩의 결과물 축적으로 인큐베이팅 기능 강화</li> <li>4. 고객데이터 기반 프로그램별 고객 타겟 설정, 관객 피드백을 반영한 사업 기획</li> <li>5. 지역사회를 전당 운영의 '협력적 파트너'로 인식, 지역사회와 동반 성장을 위한 거버넌스 활성화</li> </ol>
---------------------	--

미흡 원인분석 결과

- 해당없음

개선보완 필요사항

- 해당없음

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20점 (완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 연중 내내 다양한 프로그램을 기획하여 충실히 추진하였음(연중 281종 프로그램 운영) ⇒ 공연 및 전시: 109건 / 교육, 축제, 행사: 172건</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표달성도 및 적극성(30점)	27점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국립아시아문화전당 고객만족도: <b>초과 달성 (목표달성도)</b> 국립아시아문화전당 2022년 종합 만족도(PCSI)는 86.6점으로 목표(82.0점)대비 4.6점 상승 ⇒ <b>목표대비 달성도 105.6% (목표적극성)</b> 지난 5년간 만족도 평균(80.7점) 대비 1.6%(1.3점) 상향해 '22년 목표치를 82.0점으로 설정 ⇒ <b>목표의 적극성이 인정됨</b></li> <li>* 참여자 응답을 7점 척도 기준으로 하고, 전반적 만족도, 요소 만족도, 사회적 만족도에 각각 5:3:2의 비율로 가중치를 적용하여 산출</li> <li>* ('17년) 80.5점, ('18년) 82.6점, ('19년) 79.9점 ('20년) 80.1점, ('21년) 80.4점</li> <li>○ 국립아시아문화전당 관람객: <b>초과 달성 (목표달성도)</b> 국립아시아문화전당 2022년 관람객은 177만 명으로 목표(67만 명) 대비 110만 명 초과 방문으로 2.64배 초과 달성 ⇒ <b>목표대비 달성도 264.2% (목표적극성)</b> 코로나19('20~'21년) 상황 속 관람객 감소세('20년 63만 명→'21년 61만 명)에도 불구하고 '21년 관람객보다 10%(6만 명) 상향해 '22년 목표치를 67만 명으로 설정 ⇒ <b>목표의 적극성이 인정됨</b></li> <li>○ 오프라인 넘어 온라인 방문객까지 가파른 증대 <ul style="list-style-type: none"> <li>- (홈페이지) 지난 2년간 평균은 87만 명 대비 올해 142만 명 접속(2.64배↑)</li> <li>- (SNS) 6,338만 명 접속</li> </ul> </li> <li>○ 통합전당 출범 후 실내·실외 개방 확대 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상설 융·복합 전시관 구축, 수·토 20시까지 개관연장, 실외 잔디마당 개방, 대형 미디어 큐브 신설 등 지역 내 문화사랑방 역할</li> </ul> </li> <li>○ 복합 문화예술기관 역할 강화 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지난 4년간 운영 프로그램 수 대비 43% 증가</li> </ul> </li> <li>○ 매년 시의성 높은 핵심주제 선정, 콘텐츠 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>- '22년의 경우 &lt;자연 그대로!&gt;를 선정해 환경, 기후위기 확산위한 전시, 공연, 교육 등을 활발히 진행해 사회적 가치 인식에 기여</li> </ul> </li> <li>○ 공간 활용 및 외부 활용지원 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 건물별 대표색상 지정, 바닥 이동 동선의 인지 개선, 촬영 및 관광지 지원 등</li> </ul> </li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
2-2. 정책 효과성(30점)		총점	28점	성과 모두 충족 및 향후 기대가 높은 기관임
		①	18점 (우수)	<p>㉠ 과제의 목표한 성과가 발생한 정도</p> <p>○ (성과발생정도) 전당 운영 활성화 통해 전반적으로 고객만족도 상승 특히 예술극장(79.0점→95.5점)이 대폭 상승, 문화창조원(82.2점→88.6점), 문화정보원(81.6점→84.1점) <b>작년대비 상승 추세로 삶의 질을 높이는 국민 문화환경 조성에 크게 이바지함</b> ⇒ 기관 운영시간 확대, 외부 공간 개방, 고객 데이터 활용한 프로그램 운영 노력 등 <b>다양한 시도로 고객 만족도 상승 기여</b></p>
		②	5점 (매우우수)	<p>㉡ 향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도</p> <p>○ (향후기대) '22년 통합전당의 출범으로 수평적인 기관장 리더십·일원화된 조직운영을 통해 국내 유일의 아시아 주제 특화 복합 문화예술기관이자 창·제작 플랫폼 역할을 수행하고 있음. 특히, '22년 기관 중장기 발전계획을 직원 내부TF와 외부전문 연구기관과의 협력을 통해 수립, 대내·외 발표함으로써 내부 구성원 스스로 기관의 방향성에 대해 정확하게 인지하고 있으며, 구성원의 기관에 대한 높은 이해도를 바탕으로 <b>향후 발전가능성이 큰 기관임.</b></p>
③	5점 (매우우수)	<p>㉢ 과제수행을 통해 관련 상위정책 등에 대한 기여여부</p> <p>○ (상위정책 기여도) 전당은 '아시아문화중심도시 조성사업'의 핵심성과로, 문화에너지를 지역사회 전체로 확산하는데 중심적인 역할을 해 옴 * 광주시민 문화전당 인지도 97.3%, 아시아문화중심도시 랜드마크 역할에 대한 평가로 80점 이상의 점수를 준 전국 국민은 64.5%, 방문 경험자의 재방문의향은 82.6%(‘20년 전당 인지도 조사)</p> <p>○ (국정목표 기여도) 예술·기술 결합 작품 활동 지원위한 공간 조성 및 프로그램 운영, 문화 예술관람 취약계층 문화예술 향유 접근성 제고위한 시설 조성(57. 공정하고 사각지대 없는 예술인 지원체계 확립), 문화유산 디지털DB 구축, 활용기반 확대위한 아카이브(62. 전통문화유산을 미래 문화자산으로 보존 및 가치 제고) 등 차질 없는 수행</p> <p>○ (전당 개관 후 콘텐츠 분야 성과)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 창·제작 콘텐츠 국내외 수상 46건</li> <li>- 국제회의, 행사, 프로그램 지속 추진, 111건의 업무협약 체결</li> <li>- 지속적인 문화예술 공연, 전시, 교육 등 추진(1,409건)</li> <li>- 공연, 전시, 연구 등 다 분야 국제 레지던시 운영</li> </ul>		

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책 환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력 도(10점)	8점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 기관전체 및 콘텐츠(공연, 전시, 융·복합, 연구) 분야별 자문위원회 신규 발족 및 운영(분기별 개최)</li> <li>○ 기관장 주도의 다양한 층위의 소통창구 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 직원 ‘소통 간담회’ 개최(36회, 3~11월)</li> <li>- 전당-광주시 정례협의회 운영(3월/격월)</li> <li>- ‘전당-시민연대 소통협의회’ 신설·운영(4월~/격월)</li> <li>- 민·관·정 협의체* 출범(7월/격월)</li> </ul> </li> <li>* 아시아문화중심도시 조성사업 정착을 위해 광주시, 시민연대, 문화예술 관련 기관과 단체 간 긴밀한 협조체계 구축 및 실질적 협력 강화 도모</li> <li>○ 체계적인 모니터링 정기 실시 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 과장단 회의(매주1회), 이행실적 점검(월1회), 분야별 만족도 조사*(7종), 실무 정기협의(월1회)</li> <li>* 문화전당 자체고객 만족도 조사, 책임운영기관 고객만족도 조사, 문화전당 공식 누리집 만족도 조사, 아시아문화아카이브 누리집 이용자 만족도 조사, 콘텐츠(공연, 전시, 교육 등) 별 만족도 조사, 국민신문고, 참여전당, 고객민원 사항 상시 접수</li> </ul> </li> <li>○ 포토부스 이용한 고객 데이터 취합 및 주요 타깃 감안한 프로그램 기획·운영</li> <li>○ 전당 접근성 개선위한 에스컬레이터 상단부에 매체예술(미디어아트) 전시물 조성, 건물별 대표 색상 지정, 바닥 이동 동선 신설 등으로 인지 개선에 따른 만족도 조사 결과 향상</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의 견 수렴 및 반영 (10점)	8점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ‘전당장에게 바란다’ 익명의 건의함 운영(108건 접수) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전당 전반 운영 개선방안 마련 추진</li> <li>* 개선사례: 외부 잔디마당 재개장, 전당 외부 바닥 사이니지 정비, 안전 강화 조치, 시설물 오염 방지위한 버드스파이크 설치 및 직원 복지 개선 등 반영</li> </ul> </li> <li>○ 전당 내부-시민-외부 연구기관 환류 통한 기관 중장기 발전계획 수립 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역 소통간담회, 전국 공청회, 전문가 의견 수렴 및 내부 TF회의(10개 분야/40회)의견 수렴한 신규전략체계 수립 및 선포</li> <li>- 중장기 계획 토대의 통합전당 지속가능경영 내재화 위한 방안 수립</li> <li>- 기관의 미션·비전 달성에 있어 전당만의 가치 실현을 위한 ‘환경·사회·지배구조 (ESG)’ 관련 실천활동 제안(3개분야, 20개)에 대해 전직원 생활화 독려 및 전문강사 초청 강연 개최(2회, 3·5월)</li> </ul> </li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 추가 공사비 및 신규 전시 사업비 반영을 위한 **총사업비 증액 완료**
  - '옛 전남도청 복원을 위한 범시도민대책위원회(이하 '복원대책위')' 합의에 따른 복원사업 총사업비 증액 추진, **최종 498억원 확정**(기재부, '22.10.27.)
  - \* 총사업비: 기존 255억원 → **변경 498억원(243억원, 95.3% 증)**
- 옛 전남도청 복원협의회\* 등 **사회적 합의를 통한 복원사업 추진**
  - \* 문체부광주광역시복원대책위(46개 광주전남지역 5·18 및 시민사회단체)로 구성운영(17.~)
- 복원 건물 **실시설계 완료** 및 **입찰방법 결정**, **공간별 전시 구현안 마련**을 위해 '80년 당시 사진·영상 등 자료 수집 및 DB 관리'로 준비 작업 추진

## □ 주요성과

- (건물) 복원공사 추진을 위한 **설계 및 사전절차 이행 완료**
  - (총사업비 확정) 복원대책위 합의에 따른 추가 공사비 및 신규 전시사업비 반영을 위해 **총사업비 증액 추진, 최종 498억원으로 증액 확정**('22.10.27.)
  - \* 타당성재조사: 수행(KDI, '20.9.23.~'22.6.30./21개월), 결과(타당성 확보, 총사업비 472억원)
  - (실시설계 완료) 자료수집·조사를 통한 설계기준 수립, 복원대책위와 사회적 합의를 통한 **설계 완료**('19.10.~'22.11., ISP 건축사사무소)
  - (입찰방법 결정) 복원공사의 상징성, 예술성, 공사의 난이도를 고려, 우수한 기술제안과 시공능력 확보를 위해 "**실시설계 기술제안 방식**" 적용
  - \* 국토교통부 중앙건설기술심의위원회 심의 완료('22.10.21.)
- (전시) 복원 공간별 **전시 구현안 마련을 위한 기초작업 수행**
  - (자료 수집·관리) 창작콘텐츠가 아닌, 5·18민주화운동 **당시의 모습과 상황을 그대로** 보여주는 **서사·사진·영상·구술 자료 등 수집·검증**
  - \* 자료 확보·확인 현황('22.11월 기준): 46,131건(서사 9,253건, 사진 25,918장, 영상 20편, 문서 6,516건, 구술 4,416명, 유품 7점, 기타 1점)



- (통합DB관리시스템) 수집 자료의 체계화 및 향후 대국민 서비스를 위해 통합DB시스템 구축 및 자료 등재
  - \* 시스템 등록자료: 사진·영상·구술자료 등 204,830건, 타임라인 9,246건(~'22.11.)
- (자료 고도화) 인공지능복원 전문기관의 인공지능(AI)에 기반한 품질개선 기술 활용, 수집자료 고도화 \* 1차('20.12.21.), 2차('22.5.28.) 완료, 3차('22.12.~'23.6.)
- (대국민 의견조사) 복원 전시콘텐츠 구성에 대한 의견조사 실시('22.12.~'23.4.)
- (탄흔조사) 탄흔확인(13개) 및 5·18 당시 탄두 발굴(9개)
  - (사업내용) '80년 5월 이후, 옛 전남도청 보수공사 과정 등에서 사라진 탄흔을 조사, 보존처리를 통해 역사적 현장으로 장기적 보존 추진
  - (조사방법) 기초조사(문헌+사진) 및 비파괴 과학적 기법 5개 적용
  - ('20. 7. ~ '22. 7.) 기초조사 및 1차 정밀조사를 통해 총 의심흔적 535개 중 265개를 조사하고 탄흔 13개 확인(본관 9, 경찰국 3, 은행나무 1)
  - ('22. 11. 1.~ '23. 10.27.) 2차 정밀조사 용역 추진
    - \* 도청 별관, 경찰국 민원실, 상무관 270개 의심흔적 및 나무 4그루 조사
- (옛 전남도청 탄흔 특별전) 45일간(5.16~6.30.) 개최, 총 관람객 8,177명 \* 불암
- (추진경과 대국민 보고회) 옛 전남도청 복원협의회 주최 및 주관, 옛 전남도청 복원사업 추진경과 및 향후계획 보고 및 탄흔 현장설명('22.11.12.)
  - \* 유관기관단체장 및 언론사 등 130여 명 참석 / 언론보도 총 52건

#### □ 미흡 원인분석 결과

- 해당 사항 없음

#### □ 개선보완 필요사항

- 코로나19 및 타당성 재조사 장기간 소요(21개월) 등으로 인한 사업 지연
- 수집자료 분석·고증을 통한 세부 전시 구현안 조속 마련 필요
  - ⇒ 부족한 시청각 자료에 대한 저작권 확보 및 각 공간별 전시 구체안 마련 속도 제고

○ 옛 전남도청 복원사업에 대한 지역 이해와 협력 제고 필요

⇒ 건물 6개동에 대한 복원공사 및 내부 공간 콘텐츠 구성 등 복원사업에 대한 체계적인 소통으로 5·18관계자 및 시민 이해와 협조 제고

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	15점 (거의완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>계획대로 충실히 추진 또는 초과달성</li> <li>* KDI 타당성재조사 등을 통해 총사업비 증액 및 사업기간 연장 완료</li> </ul>	
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	24점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>(성과지표의 목표 달성도)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (5·18 관련자 증언 채록) 목표치인 100명 대비 실적 106명으로 106% 성과 달성</li> <li>- (복원(실무)협의회) 목표치인 12회 대비 실적 13회로 108% 성과 달성</li> </ul> </li> <li>(사회적 가치 반영) 수시로 복원협의회 및 대책위 등과 협의과정을 거치면서 '시민적 권리로서 민주적 의사결정과 참여의 실현'에 기여함</li> </ul>	
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	26점	<ul style="list-style-type: none"> <li>(공사 본격 추진 동력 확보) 총사업비 증액 후 실시설계 및 사전 행정절차 이행, 임시방문자센터 조성, 공사 발주 및 조달청 입찰요청 등 완료</li> <li>(복원 기초자료 수집) 5·18민주화운동 당시의 모습과 상황을 그대로 보여주는 서사·사진·영상·구술 자료 수집·검증을 통해 역사적 사실의 복원을 위한 기초 마련</li> <li>(민관협력을 통한 사업 추진) 설계 쟁점 사항, 공간별 전시콘텐츠 기획 등 복원사업 전반에 대해 광주시, 복원대책위, 5·18단체 등과 사회적 합의를 통해 주요 현안 합의·결정</li> </ul>
		①	18점 (우수)	
		②	4점 (우수)	
③	4점 (우수)			
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도(10점)	6점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>복원협의회에서 논의된 결과는 복원사업에 반영, 불가역한 복원사업의 근거 마련               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 복원 설계 추가 쟁점 사항, 전시기본계획, 탄흔조사 등 복원사업 의견 제시 및 복원 진행상황 등 수시 공유</li> </ul> </li> <li>'21년 재정사업 자율평가 결과에 따라 집행을 제고 및 사업방향 원칙 확보 등을 위한 방안 마련</li> </ul>	
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	7점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>'옛 전남도청 복원사업 추진경과' 대국민 보고회</li> <li>복원협의회 13회, 각종 보고회 및 간담회 등</li> <li>복원대책위, 복원지킴이어머니, 업무 관련기관(광주시, 5·18단체, 문화전당) 등과 수시 간담회 개최, 현장의견 수렴 및 제시된 의견 등을 반영하여 사업 시행</li> <li>기타 5·18진상조사위, 5·18기록관, 국방부, SK 등 관련 기관과 상호 업무협력관계 구축 및 의견교환</li> </ul>	

## (1) 평가결과

## □ 총평

## ■ 성과목표 달성

- ('22년 목표) 복지사업 수혜자 30,300명 / 사업 참여자 만족도 82.1점
- ('22년 실적) 복지사업 수혜자 31,804명 / 사업 참여자 만족도 83.3점
- ⇒ 코로나19등 예술인의 복지 수요 증가에 맞춘 수혜자 확대 노력으로 목표 달성도 105.0% / 사업 참여자 만족도 101.5% 달성

- (복지 안전망) 코로나19로 창작활동이 멈추지 않도록 선제적·다각적인 예술인 복지지원 확대 및 생활안전망 강화를 통한 예술활동 지속 기반 제공
    - (사회보험) 예술인 고용보험 가입 15.5만명 달성('21년 10.6만명 대비 45% 이상 증가), 예술인 산재보험 당연가입 적용 등 확대 방안 검토(고용부 협업)
    - (창작준비금 확대) 저소득 예술인의 창작지속 위한 창작준비금 확대 ('21년 1만 5천명 → '22년 2만 1천명/본예산기준)
    - (상병수당) 근로자에게 업무 외 질병·부상 발생 시 경제활동이 어려운 경우 소득 보전하는 상병수당에 예술인 포함 시행(7월, 복지부 협업)
    - (임대주택) 예술인 대상 테마형 공공임대주택 공급 확대(국토부 협업), 저소득 예술인 대상 전세보증금 융자사업 추진(상, 하반기)
  - (권리보장) 「예술인권리보장법」 시행(9.25)에 맞춰 관련 운영체계를 구축하여 공정한 예술 창작환경을 위한 기틀 마련
    - (기반마련) 「예술인권리보장법」 하위 법령 시행(9.25), 전담 조직인 예술인 지원팀 신설(9.1), 권리침해 신고 및 상담 지원 시스템 구축
    - (서면계약) 공연예술(4종→5종), 미술(11종→12종) 분야 표준계약서 제·개정, 예술분야 계약교육 및 서면계약 작성을 위한 지원·상담 확대
- \* △ 권리보호(계약) 교육 15,020명, △ 서면계약 작성 지원·상담 555건, △ 서면계약 작성 전문 컨설턴트 확대 '21년 20명 → '22년 27명, △전자계약 체결 지원 70사업장

## □ 주요성과

### ① 코로나 위기 극복과 제도약을 위한 복지지원 강화

- (한시지원금) 저소득 예술인 생계 안정을 위한 긴급 추경 편성을 통해 코로나 한시 활동지원금 신설 및 지급(7만명, 1,012억/추경 2회)
- (창작준비금) 창작준비금 지급 예산을 전년대비 180억 확대하여 창작환경 개선[본예산 '21년 420억, 15,000명 → '22년 600억, 21,000명 (전년대비 43% 확대)] 및 신청요건 완화 등 제도 개선
  - 예술인 창작준비금 2.1만명 지원(전년대비 40% 증가), 창작준비금 '만족도' 86.4%, '예술 활동 지속에 도움' 응답비율 90%로 예술인의 창작활동 유지에 실질적 도움
- (예술인 용자) 제도권 금융 이용이 어려운 예술인 2,500명 대상 코로나19 특별용자 등 저이율로 예술인 생활자금융자 230억원 지원

### ② 부처 협업을 통한 촘촘한 예술인 복지안전망 구축

- (고용보험) 제도 시행 2년만에 예술인 고용보험 가입 15.5만명 달성 ('21년 대비 45% 이상 증가), 산재보험 가입 지원 등 사회보장서비스 확대
- (예술인 주택) 예술인 맞춤형 주거·창작 공간인 임대주택 공급(260호 /국토부 협업)
- (상병수당) 아픈 근로자들의 쉼과 소득 보장을 위한 상병수당 시범사업에 예술인 적용('22.7월/복지부 협업)

### ③ 예술활동증명제도 개편

- 예술인 복지지원대상 선별절차인 예술활동 '증명'제도를 '확인'제도로 전면 개편\*(22.12월)하여, 각종 복지지원사업 제때 신청·지원 가능
  - \* 정책대상자의 '의무'가 아닌 정책공급자의 '역할'로 정책 패러다임 전환/ 불필요한 심의 최소화로 활동증명 신속 처리 기대('23년 재신청 17,520여건 예상)
  - 스트리트댄스 등 특화 분야 전문가를 포함, 예술활동증명 심의위원회 심의위원 25명 증원(135명→160명) 등으로 예술 장르의 다변화에 대응

**④ (예술인 권리보장) '예술인권리보장법' 하위법령 제정 및 예술인 보호관·담당관지정, 전담 조직 신설로 예술인 권리 보호 체계 마련**

\* 예술인권리보장법 시행령(9.20) 및 시행규칙(9.23) 제정, 예술인권리보장법 시행(9.25.)

- 법 시행 대비 예술기관(240여개) 대상 안내책자, 동영상 및 설명회 등 개최

<p>▪ 「예술인권리보장법」 하위법령 주요내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- (시행령) △예술인의 범위(예비예술인으로 확대), △예술인권리영향평가, △불공정행위의 세부 유형 및 기준, △예술인권리보장위원회의 구성·운영, △예술인신문고 운영, △신고사실의 조사, △재정지원 중단·배제의 기준 등 총 21조문</li> <li>- (시행규칙) △예술인조합의 결성신고, △ 실태조사 및 지방자치단체의 책무, △ 성희롱성·폭력 예방 및 피해구제 지원기관의 지정 기준 및 절차 등</li> </ul>
---

**⑤ 다양한 예술인 맞춤형 복지 지원**

- (사회보험 가입 지원) 예술인 산재보험, 국민연금 가입 지원을 통한 재해위험 대비 및 사회안전망 제공

\* 사회보험 가입 및 보험료 지원: '22년 7,381명(산재 5,836명, 국민연금 등 1,545명)

- (예술인 파견지원) 예술인을 기업·기관에 파견하여 직무를 수행토록 함으로써 직업역량 강화 및 예술의 사회적 가치 확산, 지역예술인 참여 확대('22년 201개 기업기관, 파견예술인 1,002명)

- (심리상담 지원\*) 예술인 맞춤형 개인·집단 심리상담 및 고위험군 위기개입 프로그램 강화('22년 9억/1,208명 지원)

\* 전국 39개 예술인 맞춤형 전문상담 연계기관 활용

- (자녀 돌봄 강화) 출산, 육아로 인한 예술활동 경력 단절을 방지하고 안정적인 창작활동 지원을 위한 예술인 자녀돌봄 사업 운영(예술인 전용 2곳, '22년 3,006명)

미흡 원인분석 결과: 해당없음

개선보완 필요사항: 해당없음

## (2) 평가지표별 평가결과 (1페이지)

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	18	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 과제 추진계획에 따라 성실히 수행               <ul style="list-style-type: none"> <li>- '22.1월 '예술인 창작안전망 구축' 사업 계획 수립 이후 분기별 추진 계획에 따라 충실히 수행하였으나, '예술인 권리보장위원회' 구성은 관련 절차수행 등에 영향으로 지연 추진</li> <li>- 4분기 예정이었던 '예술인 권리보장위원회'는 △시행령 제정, △위원 후보 추천위원회 구성, △후보자 공개모집 등을 거쳐 '23.1월 완료 예정</li> </ul> </li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	30	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '22년 성과지표(예술인 복지지원 주요사업 수혜자 수) 측정결과 총 수혜자 수는 31,804명*으로 목표치인 30,300명 대비 105.0% 달성, 예술인 복지지원 사업 참여자 만족도는 83.3로 목표치인 82.1점을 초과 달성하여 목표 달성도는 매우 우수로 평가 가능함</li> <li>* 주요 사업 수혜자 수: 창작준비금 20,999명, 용자 2,422명, 사회보험료 지원 7,381명, 파견지원 1,002명 등</li> <li>- 코로나19로 인하여 예술인의 창작여건이 전보다 열악해진 상황 속에서 추경을 통한 추가적인 예산 확보, 기존 행정을 개선하여 예술인의 편의성을 제고하는 등 적극적인 노력을 기울여 성과지표 목표를 초과 달성함</li> <li>○ ▲ 창작준비금 예산 대폭 확대 ▲ 추경 편성을 통한 한시 활동지원금 신설 ▲ 예술활동증명제도 개편 등을 통해 예술인 복지사업 문턱 낮추기, 코로나19 특별용자 실시 등 환경변화에 맞춰 수요자 맞춤형 정책을 추진하여 매우 우수로 평가 가능함               <ul style="list-style-type: none"> <li>- ▲ 예술계 현장에서 요구되는 산재보상 논의, ▲상병수당의 시범도입 ▲예술인 임대주택 공급 등 예술현장의 특수성을 반영하여 예술인 사회안전망 구축의 기반을 마련함</li> </ul> </li> </ul>
			<p style="text-align: right;">총점 30</p> <p style="text-align: right;">① 20</p>
	2-2. 정책 효과성(30점)	5	<p style="text-align: right;">② 5</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>㉠ 과제의 목표한 성과가 발생한 정도               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 예술인 고용보험 제도 시행('20.12월) 2년여 만에 15.5만명 이상 가입</li> <li>○ '창작준비금이 코로나19 상황에서 '예술 활동 지속에 도움이 된다는 응답이 90% 이상으로 예술인의 창작 활동에 실질적인 도움이 된 것으로 판단</li> </ul> </li> <li>㉡ 향후 정책효과가 발생할 것으로 기대되는 정도               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 예술인 고용보험은 잦은 실업 상태로 인한 경제적 이유로 예술활동 중단 가능성이 높은 예술인에게 지속적 예술활동과 생활안정 기반을 마련할 것으로 기대됨</li> <li>○ 「예술인권리보장법」시행('22.9월)에 맞춰 하위 법령 제정, 운영체계 마련함에 따라 향후 예술인-예비예술인 권리보호의 사각지대 해소, 권리침해</li> </ul> </li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
		③ 5	<p>발생 시 실효적 구제 조치를 통해 예술창작 표현의 자유의 보장과 공정한 창작환경 조성에 이바지 할 것으로 예상됨</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 문화예술계 서면계약 정착을 위하여 위반 사항에 대한 조사권, 시정조치권 신설로 피해 구제 기반 마련, 계약교육 확대를 통한 인식 개선으로 서면계약 체결률은 '24년 62% 수준으로 개선될 것으로 기대됨</li> </ul> <p>㉔ 과제수행을 통해 관련 상위정책 등에 대한 기여여부</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 예술활동증명제도 개선으로 공정한 맞춤형 예술인 복지지원 체계 구축(국정과제 57-1)</li> <li>○ 예술인 고용보험 제도 안착, 예술인 공공임대 주택 제공 등으로 예술인의 복지 안전망 강화에 크게 기여할 것으로 기대됨(국정과제 57-3)</li> </ul>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	10	<p>㉔ 자체점검 충실성</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 현장 예술인들 의견수렴 등을 통해 창작준비금의 신청요건 완화하는 등 불필요한 규제 개선을 위해 노력함</li> <li>○ 예술인 본인이 매번 활동을 증명하는 '예술활동증명' 제도에서 편리하고 간단하게 수시로 활동을 등록·자동확인할 수 있는 '예술활동확인'제도로 전면개편 추진</li> </ul> <p>㉕ 언론보도, 외부기관 지적 등 문제발견시 대응조치여부</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 예술인 고용보험 관련 제도의 현장 중심 안착을 위한 전담안내창구 운영, 설명회 등을 통해 가입 편의성 제고를 위해 노력함</li> <li>○ 국회 등에서 제기된 사항을 해소하기 위해 스트리트댄스 분야 예술인이 쉽게 예술활동증명을 받을 수 있도록 심의위원회 해당 분야 전문가를 포함하여 진입 문턱을 낮추는 노력을 함</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견수렴 및 반영(10점)	10	<p>㉕ 현장 의견 수렴 노력</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 예술인 고용보험(27회), 예술인권리보장법 하위 법령 제정(공청회 등 10회), 예술인 복지위원회(7회), 예술활동증명(18회), 예술인 산재보험(8회) 등 총 90회의 설명회, 간담회 및 설문조사 등을 실시하여 현장 소통을 추진함</li> </ul> <p>㉖ 현장의견의 정책 반영 이행 노력 및 효과</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 예술계 현장 의견을 반영하여 예술활동의 '증명'을 '확인'제도로 개편, 예술인의 '증명' 부담 줄이고 경력관리 시스템 개편 추진</li> <li>○ 예술인 고용보험 제도 정착 및 실질적 수혜확대 위한 제도개편 지속, 산재보험 제도 개선을 위한 논의 확대</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- (공연연습공간 운영 지원) 공연예술 창작기반이 취약한 지역의 민간예술단체 및 예술가를 위한 연습공간 운영사업으로, 지역운영 기관과의 협력 체계 구축을 통한 지속적 가동률 제고 노력으로 '22년 성과목표 대비 105% 달성

· 연도별 공연연습공간 가동률 추이 : ('18년) 49.7% → ('19년) 50.6% → ('20년) 56.9% → ('21년) 57.1% → ('22년) 60.3% / 전년 대비 3.2%, 목표치 대비 3.0% 상승

< 2022년 지역별 공연연습공간 가동률 현황('22.12월 말 기준) >

(단위 : 건, 일, %)

구분	지역	대관건수	가동일	가능횡수	가동률(%)	
					'21년	'22년
1	서울	99	146	166	71.8	59.6
2	춘천	2,720	297	3,658	69.2	74.4
3	대구	2,119	298	3,604	73.0	58.8
4	부산	2,521	293	3,156	75.3	79.9
5	청주	2,174	290	3,480	50.0	62.5
6	부천	1,974	295	2,964	67.3	66.6
7	인천	892	293	1,423	73.0	62.7
8	전주	906	189	1,572	63.4	57.6
9	창원	1,504	294	2,232	79.5	67.4
10	울산	1,701	271	2,230	92.3	76.3
11	광주	1,042	245	1,298	47.7	80.3
12	강진	177	281	1,726	11.4	10.3
13	포항	2,108	299	3,407	59.7	61.9
14	원주	1,503	301	2,342	84.3	64.2
15	금정	1,403	296	2,134	45.8	65.7
16	서천	2,898	297	3,671	50.7	78.9
17	세종	1,689	246	2,471	52.9	68.4
18	담양	683	274	2,309	10.5	29.6
19	영월	568	298	3,731	17.0	15.2
20	화성	938	292	1,547	52.3	60.6
평균					57.1	60.3



- (안전취약 공연장 지원) 소규모 공연장 및 노후 공연장 등 안전 사고 위험이 높은 취약시설을 중심으로 안전점검·시설개선을 지원하고, 지속적인 안전 운영을 위한 안전교육·안전정보제공·기술도서 개발 및 배포
  - ▲ 안전점검 지원, 안전시설 지원 등 총 439회(목표 대비 103%), ▲ 안전교육 및 훈련(41회), 온라인 안전교육 상시 제공(11종 과정 운영 중)
  - ▲ 공연장안전정보시스템 운영, 공연 안전 웹진 발행(2회), 안전매뉴얼 개발 및 개정(2종)

**<2022년 안전취약 공연장 지원 목표 상세>**

(단위: 건, %)

구분	안전점검 지원*	안전시설 지원**	계
목표	225	200	425
실적	246	193	439
달성도	109.3%	96.5%	103.3%

\* 안전점검 지원 : 소공연장 안전진단 지원, 안전취약 공연장 점검 및 컨설팅 기술지원

\*\* 안전시설 지원 : 안전시설 개보수 공사 지원, 피난안내매체 지원, 환기설비 개선지원

□ 주요성과

○ (공연연습공간 운영 지원)

- (안정적 창작기반 구축) 전국 공연예술연습공간 운영(20개소)을 통한 민간예술 단체의 안정적 창작활동 기반 마련

< 전국 공연예술연습공간 조성 및 운영현황('22.12월 현재, 총 20개소)>



조성년도	시·도구분	조성지역
2014년	서울특별시	대학로
	강원도	춘천
	대구광역시	대구
	부산광역시	부산
2015년	충청북도	청주
	경기도	부천
	인천광역시	인천
2016년	전라북도	전주
	광주광역시	광주
2017년	울산광역시	울산
	경상남도	창원
	전라남도	강진
2018년	강원도	원주
	경상북도	포항
	충청남도	서천군
2019년	세종특별자치시	세종
	부산광역시	금정구
	전라남도	담양
	강원도	영월
	경기도	화성

- (총괄 관리 역할 강화) 예술위 직접 운영 지역(서울 대학로) 제외 19개 지역운영기관 월별 추진계획, 전월 사업결과 등 상시 점검
  - \* 평균 가동률 전년 대비 3.2% 상승, 전년 대비 가동률 상승 공간 11개소
- (기획대관 지원사업 신규 시행) 지역특성 기반 예술인-주민-공간 점점 구축을 위한 기획대관 사업 신규 시행으로 위탁운영기관의 공간운영 자율성 증대 및 능동적 사업추진 동력 제고
  - \* 총 3개 기관, 10개 프로그램, 26회차 시범 운영(전주, 서천, 담양)
  - \* 마스터클래스, 창작 워크숍, 예술인 클리닉 등 지역수요 기반 사업 추진
- (개별 평가·컨설팅 체계 구축) 19개 공간 대상 운영체계, 시설 안전, 지역특화 노력 등을 공연기획, 공간운영, 문화정책 전문가 평가단 구성하여 개별 점검·컨설팅 시행
  - \* ESG 관련 신규지표 신설(장애물 없는 공간환경 구축, 사회적 기능과 책임)
  - \* 이동식 슬로프 설치, 점자 안내문 개선, 장애인 화장실 보수 등 시행

- (안전취약 공연장 지원) 소규모 공연장 및 노후 공연장 등 안전 사고 위험이 높은 취약시설을 중심으로 안전점검·시설개선·교육·감염병 대응력 강화 등 종합 지원

① (안전점검·설비 지원) 안전점검 지원, 안전시설 지원 등 총 439회(목표 대비 103%)

\* 2022년 안전취약 공연장 지원 현황 (단위 : 건)

지역	안전시설 지원			안전점검 지원		합계
	안전시설 개보수	피난안내매체 지원	환기설비 개선 지원	안전진단 지원	안전점검 컨설팅	
서울	2	18	14	78	16	128
부산	34	2	5	13	8	62
인천	0	1	0	5	1	7
대구	39	3	7	13	6	68
대전	0	0	9	5	1	15
울산	6	2	1	4	1	14
광주	0	1	4	5	0	10
경기도	0	5	0	16	5	26
강원도	0	1	3	3	5	12
충청북도	0	0	1	3	2	6
충청남도	0	0	0	2	6	8
전라북도	0	0	2	8	4	14
전라남도	0	0	2	2	1	5
경상북도	6	0	1	2	3	12
경상남도	14	7	1	11	7	40
제주도	0	2	0	4	4	10
세종	0	0	0	1	1	2
합 계	101	42	50	175	71	439

② (안전 교육 등) 공연장의 전반적인 안전 및 보건을 확보하기 위한 안전교육·훈련(총 51회, 1,052명), 온라인 안전교육 운영(총 236,891명)

<2022년 공연장 안전교육 및 훈련 실적>

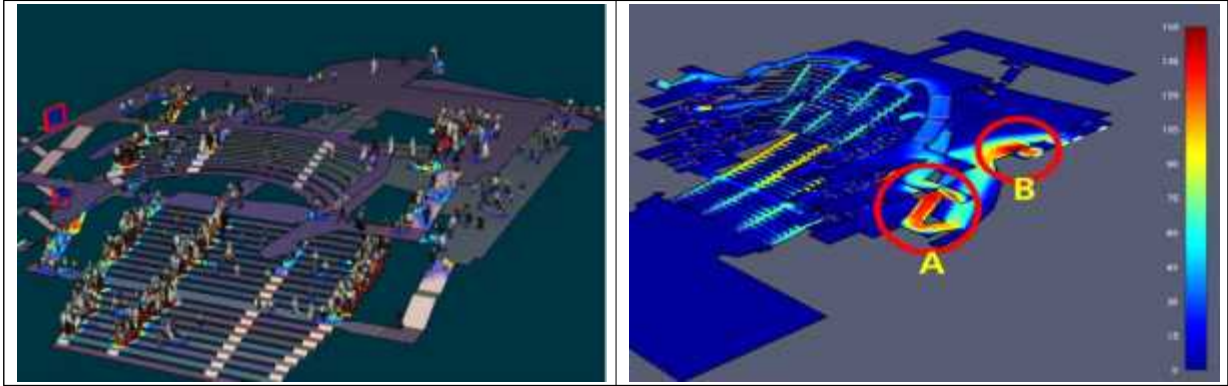
구분	안전교육	안전훈련	합계
실시 횟수	36회	15회	51회
수료인원	971명	81명	1,052명

<2022년 공연장 및 공연 온라인 안전교육 수료 현황>

구분	법정 안전교육			비법정 안전교육*	합계
	공연자 안전교육	안전총괄책임자 안전교육	안전관리담당자 안전교육		
수료인원	229,091	1,783	2,461	3,556	236,891

\*비법정 안전교육 : 공연안전제도 바로알기, 관객관리자 안전교육

<중·대규모 공연장 관객대피 훈련 프로그램 컨설팅 : 5건>

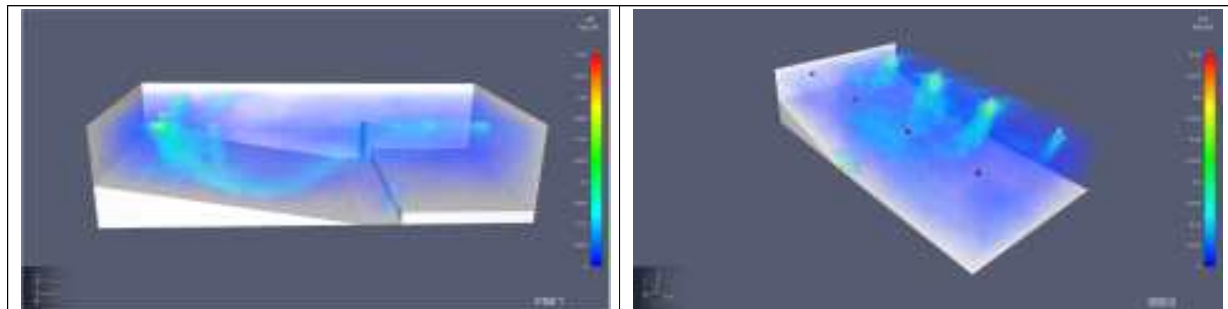


③ (감염병 대응 강화) 코로나 19 대응하여 환기 환경이 취약한 민간 소공연장의 환기설비 개선을 통한 감염병 대응력 강화 지원(50개소)

<소공연장 환기설비 개선지원 : 50건>



민간 소공연장 환기설비 개선을 위한 현장 조사 및 기초 설계 실시



신규 환기설비 적용에 따른 환기 시뮬레이션 결과

④ (기타) 안전매뉴얼 개발 및 보급, 안전 콘텐츠 배포 등을 실시

소공연장 안전매뉴얼 개정	공연장 방화막 시스템 설치 및 성능 가이드 개발	공연 압사사고 관련 콘텐츠 개발 및 배포

□ 미흡 원인분석 결과

- (안전취약 공연장 지원) 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항

- (안전취약 공연장 지원) 공연장 재해대처계획, 관리 및 운영 체계의 안전 적정성 검토를 지원할 수 있도록, 기존의 시설 안전 위주로 추진되어온 안전점검 컨설팅의 개선이 필요함

\* '22년 1월 중대재해처벌법 중대시민재해 관련 규정 시행, '22년 10월 이태원 참사 이후, 군중 안전관리에 관한 관심 증가 등 사회적 환경 변화에 따라, 공연장의 관객 안전관리 강화 등 안전 컨설팅 범위 확대 필요

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	18	(안전취약 공연장 지원) - 문화예술 창작 기반시설이면서 안전과 방역 관리에 취약한 소규모 민간 공연장을 지원하여 공연장 안전 및 방역관리 강화를 통한 국민 문화향유 기반 조성 - 특히, 방역관리가 매우 취약한 소공연장을 대상으로 감염병 대응력 강화를 위해 가장 중요한 환기설비 개선을 지원하여 다중이용시설의 대표적 시설인 공연장의 안전도

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
			강화에 주력	
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	26	(안전취약 공연장 지원) - 안전지원 성과지표 목표치 425건 대비 439건으로 103% 달성함 - 성과지표의 목표치는 환기시설 개선지원 사업이 확대됨에 따라 425건으로 상향하였으며, '21년 380건 대비 45건(11.8%) 증가를 고려할 때 적극성이 인정됨 - 소공연장에 대한 법정 안전진단 수요와, 중장기 지원계획에 따른 목표치가 적절하였으며, 성과지표 외 안전교육 및 훈련, 안전 콘텐츠 개발 및 배포 등 지원 추진	
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	27점	(안전취약 공연장 지원) - 소규모 공연장을 대상으로 안전지원 및 점검 지원을 실시하여, 안전수준과 안전의식을 향상 시키고 공연자와 관람객의 안전과 보건을 확보 하여 문화예술 창작 여건 개선에 기여함 * '22년 공연장 안전사고로 인한 사망자 미발생
		①	17	- 공연법 제12조에 따른 무대시설 안전진단 지적사항 해소를 위한 안전시설 개선 비용에 대한 부담, 코로나19로 인한 공연장 운영의 어려움 등을 해소 하기 위한 지원 프로그램을 통해 재정이 열악한 소규모 민간공연장의 부담 완화에 기여함
		②	5	
③	5			
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	9	(안전취약 공연장 지원) - '22년 안전시설 개·보수 지원 대상이 되는 경상지역 민간 소공연장의 운영 현황을 정확하게 확인하기 위해, 해당 기초자치 단체에 공문 발송으로 운영 정보 확인 - 공연장안전지원센터 주간업무보고를 통해 지속적으로 진도 점검 및 평가결과 환류 추진	
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	9	(안전취약 공연장 지원) - 안전취약 공연장 안전시설 지원 사업 만족도 조사를 통해, 공연장의 의견수렴 및 사업 개선방안을 도출 - '21년 만족도 조사 결과에 따라 안전 지원 사업 추진 체계를 강화하여 지원 수량이 증가하였음에도 불구하고 만족도가 향상 되었음('21년 5개소 88점, '22년 50개소 96.59점)	

## (1) 평가결과

## □ 총평

- (시각예술 향유 활성화) 미술주간, 공예주간 프로그램 확대를 통한 장르별 유통·향유기반 활성화
  - \* ▲미술주간(223개 기관 및 51만명 참여, 미술여행 확대 17→20개코스, 청각 장애인 수어해설 프로그램 2개소), ▲공예주간('21년 168만명→'22년 217만명)
- (일상회복 전환) 코로나19 일상회복 국면을 맞이하여 미술주간, 공예주간, 작가미술장터, 공예트렌드페어, 밀라노 한국공예전 등 대표적인 시각예술행사 대면 행사를 중심으로 추진하되 비대면 온라인 전시 병행 개최
- (일자리 창출) 청년디자이너인턴십(180명), 공예청년인턴십(134명), 예비 전속작가제 지원(104명), 전시해설 인력지원(70명) 등 시각예술분야 일자리 사업을 통해 예술인들의 안정적 창작활동 지원 및 자생력 강화
- (문화창작공간 조성 및 문화 향유기회 확대) 산업유산 리모델링을 통한 당인리 문화공간 조성, 마을미술 프로젝트, 전시공간 활성화 사업(52건) 등 지역민들의 문화 향유 기회 확대

## □ 주요성과

## ○ 미술의 창작환경 조성 및 대중화

## - (창작) 창작권 보장과 창작여건 확대

- 미술 창작자에게 전시 등 활동 대가가 정당하게 지급될 수 있도록 '창작대가' 제도 도입 및 변화된 환경을 반영한 미술 분야 표준계약서('22.2월), 해설서 개정('22.5월)

■ (주요내용) ▲공동창작계약서 추가 ▲온라인 전시계약 부속합의서 마련 ▲고용보험 가입규정 신설, ▲"창작대가"를 비용산정이 가능한 개념으로 통일,

## • 정부미술은행, 미술은행 작품구입을 통한 창작 지원(27억)

- 특히, 장애예술인 작품 구입제 신설 및 작품구입(기관제안 7점, 아트페어 22점)으로 장애예술인 창작활동 지원과 연계



- 중소화랑이 신진작가를 발굴하고 전속관계를 통해 작가를 육성할 수 있도록 창작지원금 지급(14억, 104명), 전략적 작가 프로모션 및 미술시장 활동 기회 확대를 위한 '22년 우수화랑의 전속작가 대상 대규모 기획전을 개최(5억, 17명)
- 전시기관의 전시해설사 인력 고용 지원으로 미술전공자의 자생적 생활기반 마련과 함께 관람객의 미술전시 접근성 제고(12억, 70명)
- 시각예술창작산실 전시(8억, 12건), 전시사전연구 및 비평(2억, 24건), 공간(11.7억원, 33건) 지원
- (향유) 미술 문화 향유의 문턱을 낮추는 정책 확대
  - 전국 223개 미술기관 참여, 미술여행 확대, 청각장애인 수어 해설 프로그램 진행, '예술x기술' 체험 등 다양한 프로그램 활성화
  - \* 223개 기관 및 51만명 참여, 미술여행 7개 권역 20개 코스, 만족도 4.5/5점
  - 전시공간과 전시프로그램 제공자를 연결하는 전시공유 플랫폼 (B2B)\* 구축, 수도권에 집중된 전시프로그램이 문예회관 등 지역 유휴 전시공간에서 순회 전시할 수 있도록 지원함으로써 지역간 문화 향유 격차 축소 유도(17억, 52건)



○ 미술시장 육성 및 교류 활성화

- (시장) 신진작가의 미술시장 진출 및 매개인력 양성 지원
  - 신진·유망작가 중심의 직거래 미술장터 운영(10억, 20개 단체)
  - 신진작가의 미술작품 대여 및 전시 지원을 통한 미술시장 진출 지원(5.8억, 155명, 735점)
  - 미술품 경매 거래 데이터 및 미술시장 분석 콘텐츠를 제공하는 한국미술시장정보시스템\* 운영('21년 23만건→'22년 26만건 데이터 등록)



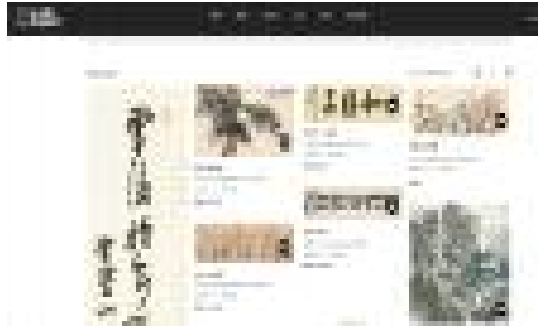
**\* 한국미술시장정보시스템(www.k-artmarket.kr)**

<등록정보> 경매 작품정보 및 거래정보, 시장 분석연구자료 등

\* 작품, 작가명, 규격, 이미지, 낙찰가 등

<등록현황> 국내 10개 경매사의 온·오프라인 경매 데이터 26만건

\* ('17년) 9만7천건 → ('18년) 12만건 → ('19년) 14만건 → ('20년) 16만건 → ('21년) 23만건 → ('22년) 26만건



- 작가·화랑·대여업체를 연결하여 미술품 대여·전시·전속계약 활성화를 위한 미술공유서비스\* 시스템 운영

**\* 미술공유서비스(www.k-artsharing.kr)**

<등록정보>

- 작가: 온라인 포토폴리오(프로필, 경력, 작품 리스트)

- 작품: 이미지, 재료, 크기, 제작연도 등

- 화랑/대여업체: 업체 소개 및 연락처, 대여·전시·전속 현황

<등록현황> 작가 4,159명, 작품 24,521점, 유통단체 373개



- 감정 전문인력 양성 교육 지원(3건, 1.5억) 및 감정·유통 관련 법률 교육과정 운영(0.5억, 122명)
- 미술품 감정·유통 기반 구축을 위한 연구 지원(3억, 5건), 미술품 감정 인식 캠페인 운영(27억 3건), 원로작가 디지털 아카이빙(13억 '22년 누적 데이터 10만건)
- \* ▲미술시장 종사자 직군 연구(0.5억), ▲NFT 미술시장 기초조사 및 제도 연구 용역(0.5억), ▲미술시장 소비자 분석연구(0.5억), ▲시각아카데미 중장기 연구(0.5억)
- (교류) 미술한류를 위한 담론 확대 및 해외 교류활동 지원
  - 국내외 미술계 동향을 파악하는 정기 세미나 개최(상/하반기 결산 세미나 총 2회), 한국 미술 주요 현안 점검 및 담론 형성을 위한 포럼 개최(7회) 등 한국 미술 담론 창출 및 확산의 장 마련(2.3억)
  - 해외 기획 전시지원(17건 31명 41억), 해외 아트페어 참가 지원(15개 32억 213억 판매)
  - 해외 온라인 플랫폼\*을 이용한 홍보, 전시콘텐츠 제작지원(28건, 4.1억, 작품판매액 약 42억)

- \* **아트시(미국)** : 100여개국 4천여개 기관(갤러리, 경매사, 미술관 등) 파트너, 작가 등 10만명이 이용하는 세계 최대 플랫폼
- \* **오클라(영국)** : 동시대의 아시아 미술 중심 비대면 전시(뷰잉룸) 서비스 제공

• **해외 출판 관련 집필·출판·번역 지원(6건, 105명, 2.6억)**

* 해외 출판 지원 관련 언론 보도	
	
<p>김순기 작가 소개 [Encounters with Soun-Gui Kim: Writings, 1975-2021] 국문, 영문, 프랑스어 3개국어 출판물 지원</p>	<p>박대성 작가 소개 영문 출판물 [Park Dae Sung: Ink Reimagined] 지원</p>

○ **공예문화의 산업화 기반 조성 및 해외진출 확대**

- (기반조성) 지역특화 공예문화 발전 기반 거점 마련

- **공예창작지원센터\***(메이커스페이스) 조성, 디지털 공예기술 교육과 예비 공예인 발굴 및 육성('22년 1개소 5억)

\* 창작지원센터 : 공예품 생산·전시·판매·체험 기능을 갖춘 융합형 공동 작업 공간

**\* 공예창작지원센터 조성 현황**

- ('19년) 유리, 도자, 목공, 금속, 기타 공예분야 기술장비 및 디지털 장비를 갖춘 '융합형' 공예창작지원센터 신규 조성 및 운영 지원(여주, '19.12월~)
- ('20년) 섬유 및 목공예 등 해당지역 공예분야에 특화된 기술장비 및 디지털장비를 갖춘 '지역특화형' 공예창작지원센터 조성 및 운영 지원(진주 '20.10월~, 나주 '20.12월~)
- ('21년) 가죽, 한지, 규방공예 분야에 특화된 기술장비 및 디지털장비를 갖춘 '지역특화형' 공예창작지원센터 조성 및 운영 지원(정읍, 아산 '21년 6월~)
- ('22년) 도자, 유리, 목, 금속, 3D 기타 분야 기술장비 및 디지털 장비를 갖춘 '융합형' 공예창작지원센터 신규 조성 및 운영 지원(서울, '22년 5월~)

- (산업화) 공예의 생산·유통 지원을 통해 산업화 기반 구축

- **공예주간 및 공예트렌드페어** 개최를 통한 공예산업 지원

\* **공예주간(5.20.~5.29./전국)**: 공방·갤러리 등 648개소 참여, 217만명 관람

\* **공예트렌드페어(12.8.~11./코엑스)**: 330여개 공방, 갤러리 등 참여, 7.7만명 현장관람, 매출액 21.5억원('21년 16억원 대비 34% 증)

- 전통문화유산활용 **문화상품**(22년 52종 생산) 및 **공예디자인상품 개발** 지원  
(22년 공예작가 24명, 344종), **온·오프라인 공예 판매점\*** 유통지원 등
  - \* 전통문화유산활용 문화상품 : KCDF갤러리 공예정원(온·오프), 국립박물관 문화재단 문화상품점(온·오프), 한국문화재단 문화상품점(온·오프)
  - \* 공예디자인 개발 상품 : KCDF갤러리 공예정원(온·오프) 및 민간 아트숍 (리움 아트숍 외)
- **(인력양성)** 청년공예인들이 공방에서 공예기술과 공방운영실무를 배울 수 있는 공예청년인턴십 사업 지원(총 134명, 68개 공방 참여)  
\* 최대 7개월 지원, '22년 참여자 만족도조사 결과 87.5점 달성('21년 대비 0.5점 증)
  - **(해외진출)** 밀라노 한국공예전 전시 개최('22.6월, 한국장인이탈리아 디자이너 협업 작품 전시 및 뉴욕타임즈 전시보도, 문화예술관계자 방문)를 통한 **한국공예품의 우수성 전시**



○ **공공디자인 시범사업 추진 및 인식확산**

- **(시범사업)** △지자체 공공디자인 관련 프로젝트를 지원하는 **공공디자인으로 행복한 공간 만들기**(자유과제 6개소, 지정과제 5개소), △**국제문화예술행사 개최도시 시각이미지개선**(22년 청주공예비엔날레), △**공공디자인 부처컨설팅**(22년 해경 해양안전 안내체계 개발, 국립과학관 유니버설 안내체계 구축), △경남 하동 등 **마을미술프로젝트**(3개소)

2022 제1회 공공디자인 페스티벌



△공공디자인 페스티벌 어린이 프로그램  
<우리 함께 걸어요>



△성수동 공공디자인 특구 1% Better 마켓

- (인식확산 및 인력양성) △민·관협력을 통한 공공디자인 홍보를 위한 공공디자인 페스티벌(10월, 266,287명 참가), △지자체·학계·업계 소통 및 의견 수렴을 위한 공공디자인 토론회(10월, 온라인 1,672명 참가), △청년디자이너 인턴십 지원(총 180명, 최대 6개월 지원), △공공디자인 교육영상 배포(12편) 및 초중등 대상 공공디자인 교육(12개교 시범 운영, 자율수업 운영 52개교 지원 등) △예술·디자인 종사자(학생, 기관, 연구자 등)을 위한 강연·교육프로그램 타이포잔치 사이사이 2022-2023 행사 (9월 2일~4일, 강연, 워크숍, 공연, 오프라인 337명 참여, 행사영상 4편 제작·배포)

2022년 공공디자인대상, 국민아이디어 공모전 수상작



공공디자인대상(국무총리상) - 한국도로공사  
'공공디자인 선순환 체계'



국민아이디어 공모전 대상 - 지하철 환풍구를  
활용한 도심 속 무더위 쉼터

- (기초강화) △제15회 대한민국 공공디자인대상 공모전(10월, 총 16점 시상), △제3회 공공디자인 국민아이디어 공모전(10월, 총 24점 시상), △공공디자인 종합정보시스템 운영(22년 전문인력 경력증명 377건, 전문회사 84건 처리)

- 건축문화 분야의 제도수립·개선 및 공간문화 조성·운영
  - (제도수립) △건축예술의 발전 및 지원기반 마련을 위한 '건축예술진흥법' 법안 제정 추진
  - (제도개선) 건축물 미술작품 제도의 효과적 운영을 위해 건축물미술작품심의위원 구성, 문화예술진흥기금 출연의 방법, 건축물미술작품관리실태 정기점검 계획 수립 및 점검결과 기록·관리 방법 등 「문화예술진흥법 시행령」 개정 및 표준조례 마련
    - 건축물미술작품 제도 관련 시행령 및 표준조례 마련을 위한 연구용역('22.3.14.~9.9.), 건축물미술작품 제도 관련 법령 개정 추진 설명회(5.19.) 및 법제처 심사완료(7.4.), 국무회의 상정(7.12.), 문화예술진흥법 시행령 개정 시행(7.19.)
  - (인식개선) 문화를 통한 공간 재창조 인식 확산
    - 젊은 건축가 선정(3팀 5명), 건축문화제 개최('22.11월), 대한민국 공간문화대상 시상('22.11월) 등
  - (복합문화공간 조성·운영) △당인리 문화공간 조성 실시설계 및 건축공사 입찰공고 완료('22.12월) △문화역서울 284 복합문화공간 운영('22년 기획 전시 3회 개최, '22년 온·오프라인 298만명 방문)
- 코로나19로 작품 활동 기회를 잃은 지역 미술인들의 창작활동 기회 부여 및 생계 지원을 위하여 제3차 추경 공공미술 프로젝트 추진('20~'21년), 사후관리를 위해 전수조사\* 및 업무매뉴얼 제작
  - \* 조사 결과 지자체 226개 예술인 총 8,481명 참여, 만족도 평균 84.6점

## □ 미흡 원인분석 결과

- 해당사항 없음

## □ 개선보완 필요사항

- 예술투자 및 기술개발 확대, 유통 정보의 고도화, 통계적 기반 마련 등을 통해 미술 한류 확산 본격 추진 필요



## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언			
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	18	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 작가미술장터(1월 사업계획 수립, 4~12월 사업수행), 미술품 감정 및 유통기반 구축(1월 사업계획 수립, 6~12월 사업수행), 미술품 해외시장 개척지원(1월 사업계획 수립, 6~12월 사업수행), 공공디자인으로 행복한 공간 만들기 2차년도 사업지 선정(6월), 문화역서울284 기획프로그램(3~5월, 7~9월, 11~12월), 공예주간(5월), 미술주간(9월), 대한민국 건축문화제(11월), 공공디자인 페스티벌 및 공공디자인토론회(10월), 공공디자인 국민아이디어 공모전(10월), 대한민국 공공디자인 대상(10월), 공예트렌드페어(12월 개최) 등 당초 수립한 대부분의 추진일정에 따라 수행함</li> <li>○ 당인리 문화공간 조성사업의 실시설계 완료 및 공사착공이 지연되었으나, 이는 선행절차인 교통영향평가 지연으로 순연된 것임을 감안</li> </ul>			
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	29	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 성과지표의 목표 달성도                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- '21년 목표치 대비 달성도 100%를 만족하여 목표 달성도는 우수한 것으로 평가 가능함</li> </ul> </li> <li>○ 성과지표 목표치의 적극성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- &lt;공공디자인사업 수혜자 만족도&gt; : '22년 성과지표는 최근 5년간 실적 및 추세를 감안하여 실적 평균값(86.2)보다 소폭 상향된 87.2점으로 설정, 만족도 조사 임계치 등을 고려할 때 적극성 인정됨</li> <li>- &lt;시각예술진흥사업 수혜자 만족도&gt; : '18년 신규지표로 지표설정 이후 3년간('19~'21년) 실적치의 평균인 81점 대비 1점 상승한 수치로 설정한 점을 고려할 때 적극성이 인정됨</li> </ul> </li> </ul> <p>* 지표별 점수에 성과의 질에 따라 2점 이내 가감점 * 성과지표에 사회적 가치 반영 시 1점 이내 가점</p>			
	2-2. 정책 효과성(30점)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30px;">총점</td> <td style="width: 30px;">30점</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">①</td> <td style="text-align: center;">20</td> </tr> </table>	총점	30점	①	20
총점	30점					
①	20					

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
		②	5	<p>광고 표출(고속도로 옥외 9개소 및 삼성역 인근 전광판 4개소), 공식 홍보영상(조회수 60만회), 한국관광공사 뉴스레터(8.7만명 조회), 파워채널 협업('여행에 미치다') 등</p> <p>- (공공디자인 페스티벌) 방송·지면·온라인 보도(183건), 행안부 옥외전광판·국가광고 전광판·지역거점 옥외광고(300곳 이상 노출), 인스타그램 등 SNS 홍보(235,940건 이상 노출)</p> <p>○ 향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도</p> <p>- 단기적 성과 외에도 중장기적으로 시각예술의 창작·향유·유통 선순환 체계 구축에 기여할 것으로 기대하고 있음</p> <p>○ 과제수행을 통해 관련 상위정책 등에 대한 기여여부</p> <p>- 국립디자인박물관 조성(56-2번), 비평 및 작가 육성지원(57-2번), 우수전주작품 지원(57-2번) 등에 기여</p>
		③	5	<p>○ '21년 재정사업평가 등의 별도 지적사항 없음</p>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	10		○ '21년 재정사업평가 등의 별도 지적사항 없음
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10		<p>○ 미술주간 관련 업무협의 및 행사 현장방문(3회), 키아프×프리즈 공동개최 계기 현안사항 논의(2회), 아트페어 평가 사업 운영 자문회의(1회), 공예문화산업진흥위원회(4회), 공공디자인위원회(1회), 공공디자인 민간 전문가제도 도입을 위한 현장의견 수렴(3회), 제2차 공공디자인 진흥계획 수립을 위한 지자체협의회(2회), 공공디자인 토론회(1회), 공공미술 프로젝트 공론화 연속포럼(2회) 및 전수조사결과 반영 업무메뉴얼 제작, 건축예술진흥법 제정을 위한 토론회(1회) 등 주요과제를 추진하기 위한 현장의견 수렴을 위한 조치를 하였으며, 현장의견 수렴 시에 제시된 의견 등을 반영하여 사업을 시행하였음.</p> <p>* 이외 사업추진을 위한 기타 업계 간담회 다수</p>

## (1) 평가결과

## □ 총평

## ○ 국민문화향유 기회 확대 및 문화예술을 통한 위로와 소통 실현

- (이건희컬렉션) 국립현대미술관은 이건희컬렉션(1,488점) 수증으로 국민과 언론의 관심이 높은 가운데, 부족한 전시준비기간에도 불구하고 한국미술 가치를 조망하는 이건희컬렉션 전시로 코로나에 지친 국민들에게 문화예술로 위로를 주었다는 높은 평가를 받음

\* (이건희컬렉션 특별전) 52천여명 관람(전 시간 매진). 온라인 전시(유튜브) 조회 수 25만회

- (전시담론) 《재난과 치유》, 《생태미술. 대지의 시간》 등의 전시는 코로나 등 재난, 생태문제, 언론과 표현의 자유 등 동시대 사회담론을 예술적 관점에서 접근하여 관객과의 소통을 실현함

○ 한국미술사 연구, 소장품 1만점 시대 등 미술관 고유업무에 탁월한 성과

- (연구) 한국미술의 국제적 위상을 높이는데 필요한 공신력 있는 대표 콘텐츠(한국미술 1900-2020)와 플랫폼(한국미술 누리집)을 마련하고, 미국·독일 등 유수의 미술관에서 역대 최대 한국미술 전시를 준비함
- (작품수집) 2021년도 총 2,134점을 수집, 개관 50년간 수집한 전체 작품 수의 20%를 1년만에 수집하여 소장품 1만점 시대를 달성함
- (보존) 3년에 걸친 국내 최대 미디어아트 복원 프로젝트인 백남준 작가의 <다다익선>의 성공적인 재가동 및 보존·복원을 마무리, 기술적·예술적으로 미디어아트 보존의 뛰어난 성공사례를 남김

## ○ 비대면 시대, 공간과 시간을 넘어 국민과 함께하는 서비스 제공

- (온라인·비대면 교육) 장애인과 학교밖 청소년 등 취약계층이 코로나 환경에서 문화에 소외되지 않도록 교육 접근성, 공공성을 강화함

\* 2022 교육 수혜자 총 128만명

- (디지털미술관) 온라인콘텐츠를 확충하고, 국민이 큐레이터가 되어 “마이 갤러리”를 기획, 다른 사용자에게 공유·확산 가능한 참여형 서비스 개발



**< 성과지표 달성현황 >**

성과지표	목표치	실적	달성도(%)
① 관람객수(명)	1,655,105	2,827,752	170.9
② 고객만족도(점)	83.5	91.7	109

※ 고객만족도: 책임운영기관 평가지표로서 행정안전부 주관 통합조사결과 '22.1월초 발표 예정

**□ 주요성과**

- (미술한류) 유럽, 중동, 아시아 등 전방위 해외 기관 교류 확산
  - 독일 카셀 도큐멘타에 미술관 프로젝트 및 국내 작가를 소개하여 국제교류 추진 및 네트워크 강화 <2022 MMCA 아시아 프로젝트 서울과 카셀>('22.7.~9./독일 카셀)
  - 아시아지역 주요 미술기관으로서 미술관 브랜드 확립 및 국제 프로모션 <MMCA 현대차시리즈 2021 일본투어>('22.5.~9./일본 가나자와)
  - 온라인 스트리밍 플랫폼 및 오프라인 전시 <감각의 공간, 위치 앤 칠 2.0>('22.6.~9./국립현대미술관, '22.9.~'12./아랍에미리트 샤르자문화재단, '22.12./스웨덴 아크데스)
  - 세계적 미디어센터인 독일 칼스루헤 예술매체센터(ZKM)와 협력으로 <게으른 구름: 김순기> 개인전 개최 ('22.9.~23.2./독일 칼스루헤)
- (미술담론) 이슈 중심의 사회적 소통을 통해 시대정신 고찰
  - 실천적 프로그램이자 다학제간 행사 <MMCA 다원예술 2022: 미술관-탄소-프로젝트>('22.8.~10.)
  - 사회·문화적 현상을 탐구해온 동시대 영향력 있는 미디어 작가 <히토 슈타이얼: 데이터의 바다>('22.4.~9.)
- (연구·보존·전시 연계) 국민들의 문화 향유권 증대에 일조
  - 국제적인 문화기획자로서 K-아트의 발전을 위하여 노력했던 백남준 작품과 1980년대 말과 1990년대 초 한국 미술사를 새롭게 살펴보는 《백남준 효과》전('22.11.~'23.2.)을 통해 <다다익선> 중장기 연구·보존 연계한 백남준 축제 개최
  - 국립현대미술관 기증미술품에 대한 연구를 기반으로 이중섭 특별전인 《MMCA 이견희 컬렉션 특별전: 이중섭》('22.8.~'23.4.)을 개최, 국민들의 문화 향유권 증대에 일조하고 문화소외계층에 대한 서비스 확대함

① 이견희컬렉션(1,488점) 등 2,134점\* 수집, 소장작품 1만점 시대 달성

\* 미술관 개관 이래 50여년간 수집한 전체 소장품의 20%를 1년 만에 수집

- (수증) 이견희컬렉션(1,488점), 동산방화랑(195점) 등 2,041점
- (구입) 박수근, 안중식, 박생광 등 한국미술 주요 작가 작품 93점

< 작품 수집현황 >

(2021.12월 기준 / 단위: 점)

연도	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
기증	68	38	237	261	28	82	68	40	94	2,041
구입	133	91	90	114	61	133	154	153	135	93

< 이견희컬렉션 특별전 개최 현황 >

※ MMCA 이견희컬렉션 특별전: 한국미술명작

- 기간: 2021. 7. 21. ~ 2022. 3. 13.
- 장소: 국립현대미술관 서울 1 전시실
- 내용: △고(故) 이견희 삼성그룹 회장 소장 기증미술품을 바탕으로 한 상설전, △해방 전부터 근대기까지 한국 회화·조각 작품 중심으로 통사적 구성
- 작가·작품: 김환기, 박수근, 이중섭 등 35인(50여점)
- 성과: 5만 2천여명 관람(모든 시간 예약완료). 온라인 전시관람(유튜브) 조회 수 25만회



② 미술사 연구를 통한 한류 확산 기반 마련

- (미술사 연구) 한국미술의 국제적 위상제고를 위해 한국미술의 흐름과 대표작가와 작품, 주요 미술용어를 소개한 영문 출판물 발간
  - 한국근현대미술사 영문개론서 『KOREAN ART 2900-2020』
  - \* '아미존닷컴, '예스24', '온라인교보문고, 현대미술관 '미술책방온오프라인' 등 유통채널을 통한 유통 다각화
  - 백남준 탄생 90주년 계기, 생애 및 예술 업적을 재조명하는 국제학술 심포지엄 <나의 백남준> 개최 (과천 대강당 '22.11.18.)
- (미술한류 플랫폼) 한국미술을 세계에 알릴 다양한 온라인 플랫폼 구축
  - △국·영문 통합 플랫폼 '한국미술 누리집' 구축 추진, △글로벌 비디오아트 플랫폼\*(21.8~'22.2) 및 △VR 유튜브 'MMCA VR'(21.8~) 개설
  - \* '워치 앤 칠'(Watch and Chill) : 국립현대/홍콩 M+미술관/태국 마이암현대미술관/필리핀 현대미술관의 영상작품(22점)을 전 세계 구독자 대상 공개('22년, 유럽 등 기관 확대)

### ③ 국내 최대 미디어아트 중장기 복원 프로젝트, 백남준의 《다다익선》

- (의의) 전문가 40여명과 협업, 3년에 걸친 보존·복원 추진으로 보존기술 변화 및 장치 노후 등 어려움에 직면한 미디어아트의 보존 사례, 방안 제시
- (경과) ▲전기 안전진단 결과에 따른 가동 중단('18.2.), ▲ 복원 관련 자문(40여명)('18.~'19.), ▲ 보존·복원 계획 수립('20.1.), ▲ 보존 관련 국제학술행사 개최('21.11.)
- (보존처리) CRT 모니터 수리·교체(737대), LCD 교체(266대), 영상 디지털 복원(8건, 22점), 전원부 증설 및 노후화 배선 교체, 냉각 설비 개선 등 완료('20.~'22.)
- (시험운전) 다다익선의 운영방안 마련\*을 위한 시험운전 실시('22.1.~7.)  
\* 가동일수 및 시간제한(주4일, 일2시간)
- (재가동) 다다익선 재가동 기념식 <다시 연결된 신호> 개최('22.9.15)
- (연계사업 추진) 보존·복원을 계기로 세계적 미디어아트 작가 백남준의 가치를 재조명·확산하기 위한 전시·행사 등 준비중
  - ▲아카이브 전시 《다다익선 아카이브》('22.7~), ▲전시 《백남준 효과》('22.10~), ▲학술행사 《나의 백남준》('22.7.)

### ④ 지역 문화향유 증진을 위한 국립미술품수장센터 대전 건립 등 추진

- (수장센터 추가 건립) 수장공간 과밀 해소 및 비수도권 문화 향유 확대를 위한 미술품수장보존센터(대전) 신규 건립 예산 확보(총사업비 454억원 '22~'25)
- (과천관 40주년 준비) 개관 40주년('26)을 앞두고, 공간개편 리모델링을 거쳐 재개관을 목표로('26)로 기본계획 수립
  - \* 과천관 특성화 전략 : △생태가치 중심의 자연 속 미술관, △어린이와 가족을 위한 미술관, △한국미술 연구의 중심지, △백남준 다다익선의 영구전시 장소

### ⑤ 미술계 담론을 주도하는 상징적 전시 프로젝트

- (소통과 시대정신) ▲코로나로 인한 사회의 고통을 위로하는 《재난과 치유》(5.~8.), ▲기후변화, 전염병 등 위기 이후 삶에 대한 고민과 실천 《생태미술: 대지의 시간》(11.~'22.2.), ▲민주주의, 인권 등 사회문제와 미술 《아이 웨이웨이: 인간미래》(12.~ '22.4.)

## ⑥ 모두에게 열려있는 미술관교육

- (교육 개발) 사회적 의제(동시대미술 쟁점, 탄소중립, 어린이 등)를 반영한 교육개발 및 기술변화를 반영한 실감형 융복합 교육콘텐츠 개발
  - \* 어린이날 100주년 기념 <어린이와 함께하는 미술관> (9종, 9,793명/ 과천·서울)
  - \* 어린이 미래시민 워크숍 <미래에서 보내온 편지>(4회, 90명), 초등교사 워크숍 (1회, 38명)
  - \* (서울) 어린이 대상 소장품 활용 실감 콘텐츠(API) <열려라! 예술상자> 시범 운영(374명)
  - \* (과천) 게임형 모바일 콘텐츠<다시,다다익산>(161,144명), 실감형콘텐츠<미술관 풍경>(1,299명)
- (어린이·학생교육) 어린이미술관 위상강화 및 대면교육 정상화
  - \* 어린이미술관 25주년 기년 연구자료 발간 및 전시콘텐츠 생태적 관점 강화한 ‘예술·자연·놀이’를 주제로 한 실감형 콘텐츠 제작
  - \* 미술관 방문이 가능한 전국 유·초·중등 대상 대면 교육 실시 재계, 전시 해설(2,035회, 32,820명), 도슨트 교육(47회, 886명), 전시를 말하다(35회, 64,448명), 청소년 작품 감상 교육 프로그램(90,698명/서울·과천), 노(Know)잼 미술관(11회, 283명)
- (연계교육) 문화취약계층을 위한 교육 접근성 및 공교육 연계 강화
  - \* 시각장애인 음성해설(6종), 점자자료 제작(3,000부), 청각장애인 수어해설 영상 (4종, 5,091회), 인지 장애 시니어가족 대상<일상예찬·다시 만나는 미술관> (4회, 91명)
  - \* 학교 밖 탈북 청소년 교육(160개교, 302명), 다문화 청소년 교육 및 영상제작(2종)(15개교, 1,760명), 장애 특수학급 대상 대면·비대면교육 및 교구재 개발(9개교, 101명)
  - \* 청소년 대상 실시간 온라인 작품감상 교육 및 교육자료 배포(176개교, 37,168명)
  - \* <어린이 예술탐탐> (89회, 2,465명), <미술관소장품강좌> (4회, 4,140명)

## ⑦ 미술관의 공적 역할 수행을 통한 사회적 가치 확산

- (사회공헌) <2022 나눔미술은행> 지원 규모 확대로 사회적 가치구현 사업 실적 전년 대비 145.7% 증가 (기준: 대여작품수)
  - \* △21년 4개소 59점 대여 → ‘22년 10개소 145점 대여, △‘22년 참여기관(서울서진 학교, 부천상록학교, 장락청소년문화의집, 부산구치소, 창원한마음병원, (재)강원랜드 사회공헌재단, (재)거제시예술문화재단, (재)2012예수세계박람회, 익산예술의전당, 오산 시립미술관) 총 10개소
- (지역문화예술기관 협력) <2022 나눔미술은행> 사업 내 지역문화 예술기관 협력사업(전시작품지원형) 신설
  - \* △전시작품지원형 대상기관((재)거제시예술문화재단, (재)2012예수세계박람회, 익산예술의전당, 오산시립미술관) 총 4개소, 94점 대여

□ 미흡 원인분석 결과 : 해당 없음

□ 개선보완 필요사항 : 해당 없음

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	16	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 코로나19 상황에도 불구하고 계획적 사업관리로 <b>과제 정상추진</b></li> <li>- (주요성과) ① 이견희컬렉션(1,488점) 등 2,134점 수집 소장작품 1만점 시대 달성 ② 미술사 연구를 통한 한류 확산 기반 마련 ③ 국내 최대 미디어 아트 중장기 복원 프로젝트, 백남준의《다다익선》 ④ 지역 문화향유 증진을 위한 국립미술품수장센터 대전 건립 등 추진, ⑤ 미술계 담론을 주도하는 상징적 전시 프로젝트, ⑥ 비대면 시대 온라인을 활용한 새로운 미술관 경험 제공, ⑦ 미술관의 공적 역할 수행을 통한 사회적 가치 확산 등</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	23	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (관람객 수) 목표 166만명, 실적 283만명 달성(달성률 170.9%)</li> <li>- (목표 설정) 코로나19 장기화에 따른 관람객 수 하락 변수로 2021년 실적유지로 목표 설정</li> <li>- (실적 283만명, 170.9% 달성) 2022년에는 사회적 거리두기 해제에 따른 전관 개관과 &lt;이견희컬렉션 특별전&gt; 과 같은 화제성이 높은 전시 등을 통해 문화향유의 기회를 지속 제공하여, 최종 관람객 수 2,827,757명 달성</li> <li>○ (고객만족도) 목표 83.9점, 실적 91.7점</li> <li>- (목표 설정) 코로나 연장선에서 이용자의 실질적 만족도 점수 예측이 어려운 상황임을 감안, '20년도 목표치와 같은 83.9점으로 설정</li> <li>- (실적 91.7점, 109% 달성) 스마트줄서기시스템 도입, 인터넷소외층 배려, 안정적 현장 등에 힘입어 고객만족도 향상</li> <li>○ (성과의 질 가점)</li> <li>- 다양한 기획·상설 전시 추진, 국민들의 미술 감상 기회 확대를 위한 미술은행 운영 등으로 각종언론의 관심과 호평</li> <li>- 코로나19 온라인 대응에 대한 국내·외 유수 언론의 지속적 문의 및 긍정정보도</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	25점	
		①	17	
		②	4	
		③	4	
		◎	4	<p>○ <b>(정책 효과성)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미술관 운영을 통한 국민문화향유 기회 확대 및 문화예술을 통한 위로와 소통 실현</li> </ul> <p>*(관람객 수) ('21) 166만명 → ('22) 283만명(+ 170.9%)  *(교육 참여자 수) ('20)121만명→('21)122만명(+0.7%)  *(누리집 이용자)  - 홈페이지 방문 수 ('20)1,873천회→('21)3,054천회(+63%)  - 온라인미술관 조회 수 ('20)471천회→('21)531천회(+12.8%)  - 온라인미술관 체류시간 ('20)611,376분→('21)약688,700분(+9.4%)  *(SNS 이용자)  - 유튜브 조회 수 ('20)380만회→('21)486만회(+27%)  - 인스타그램 도달 수 ('20)1549만회→('21)2010만회(+29%)</p> <p>○ <b>(향후 효과 기대)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>(미술향류 확산)</b> 2021년도 한국미술 해외 특별전과 한국미술 온라인 플랫폼 구축의 효과로 미술향류 확산 기대</li> <li>- <b>(비수도권 문화향유 확대)</b> 비수도권 문화 기반시설 건립(수장센터 대전) 및 이견희 컬렉션 지역순회전 개최(10개관)로 지역민의 문화향유 확대에 기여</li> <li>- <b>(공적 기능·역할 강화)</b> 공·사립 미술관 협력망 사업 활성화와 장애인·학교밖 청소년 등 문화취약계층 대상 교육 운영으로 국립 미술관으로서의 공적 기능 강화</li> </ul> <p>○ <b>(상위정책 기여도)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>(문체부 정책 기여)</b> 비대면환경에서도 관람객 및 온라인미술관 이용자 수 등 대폭 증가 → 2021 문체부 업무계획 중 전략과제 2번인 "문화향유 확대"에 기여</li> <li>- <b>(국정과제 실현)</b> 국정과제 67번(지역과 일상에서 문화를 누리는 생활문화시대) 및 68번(창작 환경 개선 등 예술인 창작권 보장)에 기여</li> </ul>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도(10점)	8	<p>○ 주간 부서장간담회, 월별 예산 집행상황 및 부서별 사업추진 실적 점검 등 실시, 자체적 사업 추진상황을 정기 모니터링. 부진사업 추진독려와 원인분석 및 대책 마련 등 자체점검을 충실하게 이행</p>	
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영 (10점)	9	<p>○ <b>이해관계자, 고객 층위별로 다양한 의견 수렴 노력을 통해 현장의 의견을 청취, 반영</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- (전문가) 국립현대미술관 운영자문위원회, 책임운영기관운영심의회, 국립현대미술관 작품보존위원회, 미술은행운영위원회 등</li> <li>- (공사립미술관) 지역대표관 관장회의, 운영 실무협의회</li> <li>- (미술관 관람객) MMCA 자문단 운영, 전시별 고객 및 현장자문단 의견 보고(총 17건)</li> </ul>	

## (1) 평가결과

## □ 총평

- (국민의 보편적 문화향유 지원) 세대별 요구와 특성 반영 생애주기별 맞춤형 문화예술교육 지원('22년 260만명 참여)
  - 국민 누구나 일상 가까이 더 깊게 누리는 문화예술교육을 비전으로 제2차 문화예술교육 종합계획('23년~'27년) 수립 추진
- (문화예술교육의 사회적 역할 강화) 우울감 경험 국민, 특수취약계층(재소자, 범죄피해자 등) 대상 문화예술교육의 치유와 돌봄 지원
  - (문화예술 치유 확대) 정서적 취약계층 대상 예술-심리상담기법 융합 문화예술 치유 프로그램 지원 확대('21년 3,738명→'22년 6,786명)
  - (꿈의 오케스트라·댄스팀 운영) 꿈의 오케스트라 성공적 운영 모델 정착, 꿈의 댄스팀 신설

## ▶ 꿈의 오케스트라 단원(박은수씨) / 이데일리('22.8.17. 보도)

“꿈의 오케스트라는 제 평범한 일상을 특별하게 만들어줬어요. 무엇보다 많은 친구들과 음악으로 소통하며 하나의 음악을 만드는 과정이 행복했죠. 고등학교 진학 후에도 무엇을 해야할지 고민했는데 그때마다 오케스트라 연주를 좋아했다는 생각이 들었었죠. 음악에 힘이 있어요. 음악으로 느낀 행복 전하는 연주자가 되고 싶습니다.

- (유관 정책과의 문화예술교육 연계협력 확대) 교육부, 보건복지부, 국방부, 법무부 등 범부처 협력 사업 발굴 및 확대 노력

## □ 주요성과

- (생애주기별 맞춤형 문화예술교육 지원) 아동·청소년에서 노인에 이르기까지 전 생애주기별 맞춤형 교육 운영

구분	주요실적
아동 · 청소년	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ (공교육 연계) 초·중·고등학교(8,557개교)에 예술강사(5,040명)을 지원하여 교과과정 연계 문화예술교육 실시, 문화소외지역 소규모 학교 전교생 대상 예술꽃 씨앗학교 운영(6,730명 참여)</li> <li>▶ (주말·직업체험) 꿈다락 토요문화학교 운영(16,246명 참여), 예술교육 관련 직업 체험 프로그램 '기술입은 문화예술교육' 지원(2,534명)</li> <li>▶ (예술활동 지원) 꿈의 오케스트라(1,877명), 꿈의 댄스팀(620명) 운영 지원</li> </ul>



구분	주요실적
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ (학교 밖 청소년) 청소년 지원시설 대상 문화예술교육 지원(402명)</li> <li>▶ (취약계층) 지역아동센터, 복지시설 등 이용자 대상 프로그램 지원(7,463명)</li> </ul>
성인	▶ 직장인 특화 프로그램(200명 참여), 문예회관 연계 성인의 일상 속 문화예술 활동 기회 제공(4,578명 참여)
중장년	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 은퇴기를 앞둔 신중년(50~64세) 대상 생애전환 문화예술교육학교 운영 지원(46개 프로그램, 610명 참여)</li> <li>▶ 기획 사업 '엄마를 위한 문화예술교육' 프로그램 운영(21개 프로그램, 80명 참여) 등</li> </ul>
노인	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 노인 대상 온라인 문화예술교육 '노老是 창작자' 프로그램 개발(5개)</li> <li>▶ 노인 복지시설 문화예술교육 지원(4,805명 참여)</li> <li>▶ 치매안심센터 및 지역 문화기반시설 연계 문화예술치유 지원(353명 참여)</li> </ul>

- (문화예술교육 종합계획 수립 추진) 제2차 문화예술교육 종합계획('23~'27) 수립을 위하여 교육 현장과 국민의 의견을 적극 수렴
  - (전문가·현장 의견 수렴) 문화예술교육 종합계획 추진위원회 구성·운영('22.2~11월), 주제별 현장 라운드테이블 운영(10회), 문화예술교육 관계자 설문조사('22.7월, 1,166명 참여)
  - (국민 의견 수렴) 대국민 설문조사('22.6~8월, 1,742명 참여), 정책토론회 개최(11.9.), 문체부 2030 자문단 의견 수렴('22.12월)
- (문화예술교육의 사회적 역할 강화) 우울감 경험 국민, 경도치매인 등 정서적 취약계층 대상 문화예술교육의 치유와 돌봄 지원
  - (문화예술 치유 확대) 정신건강복지센터·치매안심센터·Wee센터 등과 협력 정서적 취약계층 대상 예술-심리상담기법 융합 문화예술 치유 프로그램 지원 확대('21년 3,738명→'22년 6,786명)

#### ■ 문화예술 치유 프로그램



정신건강복지센터 연계



치매안심센터 연계



Wee 센터(학교폭력피해해자)

- (특수취약계층 대상 지원) 장애인, 군장병, 교정시설 수용자, 소년원 학생, 성·가정폭력 피해자, 탈학교·탈가정 청소년 등 특수취약



계층 대상 우수 문화예술교육 프로그램 지원(8,623명 지원)

- (취약계층 아동 청소년 예술활동 지원 확대) 성공적으로 정착한 꿈의 오케스트라 사업 모델 활용 '꿈의 댄스팀' 신설
  - (꿈의 오케스트라) 전국 51개 거점 운영 지원, 지역거점 별 공연('22.4월, 19회) '꿈의 오케스트라 콘서트'('22.8월, 7회) 개최
  - (꿈의 댄스팀) 발레·스트리트 댄스·전통 무용 등 다양한 장르의 꿈의 댄스팀 거점 운영 지원(전국 18개소), 홍보대사 운영(리을무용단·김주원·안은미·제이블랙)

■ 꿈의 댄스팀 신설('22.5월)



- (학교 문화예술교육 다각화) 빠르게 변화하는 학교 현장의 수요에 부응할 수 있도록 사업방식 개편
  - (학교예술강사) 강사 전수평가 및 환류 체계 구축, 강사 배치과정에서 학교·학생 선택권 강화 등을 통해 사업의 질적 향상 도모
    - \* '22년 평가체계 시범 운영 → '23년부터 예술강사 전수 평가 시행 예정
  - (지역 예술자원-학교 연계 강화) 정형화된 1인 예술강사 파견 방식 탈피, 교사-예술가 협력 프로젝트 '예술로 탐구생활', 지역의 인적·물적 자원과 학교를 연계하는 '예술로 링크' 운영(221개교 참여)
  - (예술꽃 씨앗학교) 문화취약지역 소규모 학교(전교생 400명 이하) 대상 4년간 문화예술교육을 지원을 통해 지역 문화예술교육 거점 육성(59개교, 6,730명 참여), 사업 종료 이후 지속가능한 자립 기반 조성 유도
    - \* 기업(신한은행) 후원 유치 지원('22년 예술꽃 새싹학교 7개교 운영)
- (문화예술교육 협업체계 구축) 효율적 정책 추진을 위하여 관계 부처와 유기적 협업 강화

- (교육부) ▲문화예술교육 종합계획 수립 추진위 위원으로 교육부 과장 참여, ▲문체부-교육부 과장급 협의체 개최('22.9.1.), ▲문체부 문화예술교육 자원지도 웹-교육부 우리동네 예술터 앱 DB 연계, ▲교원 대상 문화예술교육 연수 지원(1,858명 참여) 등 초·중·고 공교육 연계 학교문화예술교육 활성화를 위한 긴밀한 협력체계 구축
- (보건복지부) 보건복지부 산하 정신건강복지센터 협력 예술-심리 상담 융합 대면 프로그램 운영('22년 신규, 26개 센터 참여)
- (국방부·법무부) 군장병·재소자 대상 부처 협업(국방부·법무부) 문화예술교육 지원사업 합동 현장 모니터링('22.11월, 2회)
- (문화예술교육 공간 조성) 국민 일상속 문화예술교육 경험 기회 확대를 위하여 문화예술교육 공간 조성 지원
  - (꿈꾸는 예술터) 폐공장 등 지역 내 버려진 공간 활용 문화예술 교육 전용시설 조성('22년 3개소 선정)
  - (문화파출소) 경찰청과 협업하여 파출소 공간 활용 생활 밀착형 문화예술교육을 통한 문화안전망 구축('22년 5개소, 4,351명 참여)
- (문화예술교육 전문인력 역량 강화) 문화예술교육 전문인력에 대한 체계적 관리 및 보수교육 실시
  - 대면·비대면 혼합형·실시간 쌍방향 원격·소규모 멘토링 연수 등 새로운 연수 모델 구축(7,342명 참여)
  - 청년 문화예술교육사의 직무역량을 제고 할 수 있는 전문적 훈련 기회를 부여하여 경력 형성과 예술시장 진입기회 마련(80명)

미흡 원인분석 결과

- 해당없음

개선보완 필요사항

- 해당없음

## (2) 평가지표별 평가결과 (1페이지)

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	18	○코로나19 확산에 적극대응하여 분기별 추진계획을 충실히 이행하였음
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	26	○(문화예술교육 프로그램 참여자 수) 코로나19 지속, '21년 대비 예산 감액 규모(△5.2%), 보조사업 지방이양(110억원) 등을 고려할 때 '20년 코로나 이후 참여자 평균(2,620천명) 보다 5.2% 이상 참여자 수 감소가 예상되나, 전년 목표치와 동일한 2,560천명으로 설정한 것을 고려할 때 적극성이 인정됨 ○(학교 등 파견 예술강사 수) 21년 대비 예산 감액 규모(△5.2%), 보조사업 지방이양(110억원)에 따라 해당 보조사업을 통해 파견된 예술강사(780명) 수 등을 고려할 때 전년 파견 예술강사 실적치 9,313명보다 763명 적은 8,550명을 목표로 설정한 것은 적극성이 인정됨 ○ 가감점 - 코로나19 등으로 우울감을 겪는 국민 대상 일상 속에서 직접 문화예술 체험을 통해 마음을 돌 볼 수 있는 프로그램 제공
		24점	○ 문화예술교육 프로그램 참여자수, 학교 등 파견 예술강사 수는 각각 2,606천명, 8,636명으로 전년대비 101.8%, 101.0% 달성함 - '21년 대비 예산 감액 규모(△5.2%), 보조사업 지방이양(110억원)을 고려했을 때 안정적 사업운영으로 국민의 보편적 문화향유 및 문화예술교육 분야 안정적 일자리 확보에 기여함
	①	18	
	②	3	
2-2. 정책 효과성(30점)	③	3	
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	10	○ (집행 점검) - 정기적 사업 현장 모니터링 및 컨설팅 실시 - 시도 관계자회의(2회), 지역협력위원회(5회) - 연도별 문화예술교육 시행계획 수립을 통한 연간 추진 현황 점검 - 사업별 중간보고회 및 연말 성과공유회를 통한 자체 점검 실시 ○ (집행률 제고) - 자치단체 보조사업에 대해 지자체 대상 사전 수요조사 실시 및 예산 규모 조정 편성 등을 통해 지자체 예산 미매칭으로 인한 불용이 발생하지 않도록 노력, 공모사업 설명회 개최(2회) 등 적극적 사업 홍보

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (다양한 정책 관계자 참여 위원회 운영) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화예술교육지원위원회(1회) 개최, 시도 관계자회의(2회), 지역협력위원회(5회) 개최</li> </ul> </li> <li>○ (학교문화예술교육 관련 이해관계자 협의체 운영) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 학교예술강사 지원사업 제도개선 협의체 (10회), 문체부·교육부 학교예술교육 활성화 과장급 및 실무진 협의(5회)</li> </ul> </li> <li>○ (문화예술교육 종합계획 의견수렴) <ul style="list-style-type: none"> <li>- (전문가·현장 의견 수렴) 문화예술교육 종합계획 추진위원회 구성운영('22.2~11월), 주제별 현장 라운드테이블 운영(10회), 문화예술교육 관계자 설문조사('22.7월, 1,166명 참여)</li> <li>- (국민 의견 수렴) 대국민 설문조사('22.6~8월, 1,742명 참여), 정책토론회 개최(11.9.), 문체부 2030 자문단 의견 수렴('22.12월)</li> </ul> </li> <li>○ (문화예술교육 실태 및 수요 조사 실시) <ul style="list-style-type: none"> <li>- (실태조사) 국민문화예술교육조사(국가승인 통계), 학교문화예술교육 실태조사('22.9~11.)</li> <li>- (수요조사) 학생·학부모 문화예술교육 수요 조사 실시('22.8.~10.)</li> </ul> </li> <li>○ (사업 성과 환류 위한 만족도 조사 실시) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 학교예술강사 수업 만족도 조사(학생 대상), 문화예술교육 지원사업 통합 만족도 조사 실시</li> </ul> </li> <li>○ (현장의견 반영) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화예술교육지원위원회 운영을 통해 문화예술교육 정책이슈 도출과 중장기방향 설정, 제도 개선에 환류</li> <li>- 학교예술강사 지원사업 제도개선 협의체 운영, 관계자 워크숍 및 전문가 자문회의 개최 등을 통해 현장의 의견을 청취하고 학교예술강사 처우개선 등 제도개선에 환류</li> <li>- 학교문화예술교육 실태조사 및 수요조사를 통하여 학생 수요를 반영한 융복합 교육 실시 등 다각화 방안 도출 및 차년도 학교문화예술교육 지원사업 추진계획 반영</li> </ul> </li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 창의적 예술 인재 육성 및 국민 문화예술 향유권 확대에 기여
  - 2022 QS세계대학평가 공연예술 부문 세계 42위(해당 부문 국내 1위)로서 「출처: QS World University Rankings by Subject('22.4.6.)」 되어 국내 최고의 예술 교육기관으로서의 지위를 다시 한 번 인정받았으며, 수상실적에 대해 여러 매스컴에서 집중 보도하여 학교의 위상이 제고됨
  - 우수한 예술 교육을 통한 전문예술인 양성뿐만 아니라 예술영재 교육, 공연장 환경개선을 포함한 시설관리 및 개보수, 개교30주년 기념 사업 등에 대한 국고 예산을 확보하여 선도적인 예술인재 육성을 위한 기반을 마련하고 학습 환경의 질을 높이는 등 선도적인 예술인재 육성을 위한 기반을 마련함
  - 아동·청소년 및 문화소외계층 대상의 '찾아가는 예술교육 프로그램' 운영과 일반 대중을 위한 '온라인 예술감상교육 프로그램 온에어(ON AIR)' 등 다양한 형태의 예술교육프로그램을 제공하여 문화향유권 확대 및 문화예술교육 활성화에 기여함
- 코로나19 상황 속 행사 취소 등 불가피한 외부요인으로 진행이 어려운 과제들도 있으나, 대체방안 등을 고안하여 대다수 과제들은 정상적으로 추진 혹은 실행 완료함

□ 주요성과

○ 수상실적

- 반 클라이번 국제피아노콩쿠르 최연소 우승, 몽세라카바예 국제성악콩쿠르 1·2위(음악원)
- 안시 국제애니메이션영화제 학생작품부문 대상, 청룡영화상 각본상·촬영조명상·단편영화상(영상원)
- 퀸 엘리자베스 콩쿠르 첼로 우승(영재교육원)
- 에딘버러페스티벌 초청공연(무용원·전통예술원)
- 영국왕립건축가협회(RIBA) 국내 유일 3회 연속 인증(미술원)
- 나우조연상·미술상(연극원) 등

○ 공개채용을 활용한 전임교원 신규 채용으로 학교 경쟁력 강화

- 상반기 5개원 7개 전공분야 채용 완료
- 하반기 4개원 5개 전공분야 채용 진행 중

채용일자	음악원	연극원	영상원	무용원	미술원	전통예술원	계
2022.8.19.	1명	-	2명	2명	2명	-	7명
<b>계</b>	<b>1명</b>	<b>-</b>	<b>2명</b>	<b>2명</b>	<b>2명</b>	<b>-</b>	<b>7명</b>

\* 영상원 1명 특별채용

- '23년 상반기 8개 전공분야 채용 추진 예정

○ 우수교원 임용이 어려운 전공 분야에 대해 특별 채용 실시

- 영상원 영화 분야의 전문성과 역량을 겸비한 현장 전문가 특별채용(1명)
- 하반기 음악원 바이올린 분야의 해외

○ 2023학년도 예술사·예술전문사 과정 신입생 선발

- 정원내 전형(일반·특별전형) 시행
  - (예술사) 27개 학과 558명 모집, 12,723명 지원(경쟁률 22.8 : 1)
  - (예술전문사) 30개 학과 378명 모집, 2,071명 지원(경쟁률 5.5 : 1)
- 정원외 전형 시행
  - (예술사) 재외국민 및 외국인 전형 23명 지원, 1명 선발
  - 특수교육 대상자 전형 25명 지원, 3명 선발
  - 교육 기회균등 전형 107명 지원, 17명 선발

- (예술전문사) 재외국민 및 외국인 전형 8명 지원, 4명 선발
- 취업·채용 관련 진로 교육 및 상담, 정보 제공, 통계 조사
  - 잡플래닛이 안내하는 인턴채용과 예술전공생 관심기업 추천(2회), 아트문 강연(2회), 스타트업 취업준비 에센스 과정(1회)
  - 개인상담 및 선배예술가 1:1상담(11건) 등 실시
  - 기업정보·공모전 등 정보 제공 및 교내·외 취업통계조사 실시
- 장애학생 교육복지 지원 강화 및 교내외 접근시설 개선 지원
  - 신입생 선발 및 지원 강화(신입 장애학생 O.T 및 멘토 프로그램, 온라인 입시설명회 및 입시정보제공 등)
  - 장애학생과의 소통 강화를 위한 간담회 개최(4월, 12월)
  - 총학생회·학생인권기구와 연계 교내 배리어프리 지도·평면도 제작
  - 연극원·미술원의 배리어프리 공연 및 전시 지원
  - 예술정보관의 장애인 서비스 개발 지원(One-stop 서비스, 대출 희망 도서 대리 검색, 도서관 이용교육, 전용시설 마련 등)
  - 학습장 장애인 편의시설 개선 지원(교내 점자 안내판 부착, 계단 강의실 휠체어 이용자석 설치, 예술극장 내 휠체어 무대진입로 설치 등)
- '22년 영재교육원 정규 교육과정 운영 - 서울 본원 및 지역 캠퍼스
  - 교육기간: 2022. 3~12월/총 30주
  - 교육장소: 한예종 캠퍼스 및 영재교육원 지역 캠퍼스(세종·경남통영)
  - 선발분야: 음악, 무용, 전통예술, 융합분야 \* 선발 정원: 총 362명
  - 선발인원: 서울 본원(184명), 지역 캠퍼스(세종 54명, 경남통영 64명)
  - \* 사회적배려대상자(정원 외)전형(서울 본원 4명, 세종 1명, 경남통영 3명) 별도 선발
- 예술영재육성 지역 확대사업 협력기관 확대 - 광주캠퍼스 설치
  - 국립아시아문화전당 소유 유휴공간인 구 광주여고 체육관을 활용, 개보수 후 전라권 예술영재를 위한 전문 교육 제공
  - 시설 조성('21.12월~'23.5월), 교육부 중앙영재교육진흥위원회 심의('22.5월), 시범운영 교육원생 정원 75명 중 총 60명 선발, 교육과정 운영('22.5~12월)

- 차별화된 홍보콘텐츠 제작을 통한 ‘K-Arts’ 브랜드 이미지 제고
  - 국내외 문화예술 매거진 <K-Arts> 제작(계간, 총 4회 발행, 총 8,000부)
  - 인포그래픽 성과홍보물 <K-Arts PRIDE> 제작(온 1·오프 총 2종, 총 2,000부)
  - 신진예술가 창작 소개하는 ‘K-Arts Rising Star’ 영상 제작(연 12회)
- 국제경쟁력 확보를 위한 글로벌 캠퍼스 기반 조성
  - 국가별 맞춤형 유학박람회 참가(콜롬비아, 칠레, 멕시코, 브라질, 싱가포르, 말레이시아, 동티모르, 베트남, 프랑스)
  - 영·중문 온·오프라인 홍보 활성화(월간 뉴스레터, K-Arts PRIDE 성과홍보물, SNS 등)
  - 교환학생 프로그램 활성화
- 국제교류 활성화를 통한 네트워크 강화
  - ALIA(아시아예술교육기관연맹) 이사회 개최, 회장교로 선출(‘22~24)
  - ELIA(유럽예술교육기관연맹) 격년제 컨퍼런스 참가
  - AEC(유럽음악학교협회) 국내대학 최초 가입, 정기총회 참가
- 코로나19 확산 방지를 위한 입시운영
  - 「시험 방역관리 안내(중앙방역대책본부)」에 따라 방역 계획 수립
    - (사전준비) 유관기관 협조체계 구성, 사전방역, 확진/자가격리자 등 이동제한자 사전 조회(중앙방역대책본부)
    - (시험당일) 시험장 출입관리(별열점사 및 손소독, 마스크 착용), 수험생 거리확보 등
    - (시험종료) 퇴실 시 거리유지, 사후 방역실시 등
  - 코로나19 확산 우려가 있는 시험 유형에 대한 시험종목 및 운영방식 변경 시행 유지
    - 시험종목 및 시험시간 축소 운영
      - \* 11월입시 공통시험 1차 과목 축소(영어 미실시), 연극원 연극학과 글쓰기 시간 축소(3시간→2시간)
- 노후 시설물 및 장애인 편의시설 개선
  - 본관동 구내식당 환경개선
  - 본관동, 예술극장, 서초동교사 등 장애인 편의시설 개선(계단강의실 휠체어석 설치, 전용주차구역 설치 2개소, 안전보행로 등), 본관 1층 주출입구 자동문 설치



- 별관교사 노후 시설물 보수(미·전통원 및 학생회관, 미술원 전문사동, 무용연희실습장)
- 별관교사 노후 급수설비 및 천장관 기계설비 교체
- 별관교사 노후 전기설비 개선(별관, 전문사동 전등·전열설비, 노후 차단기 고압반용 5대, 저압반용 8대 교체)
- 분야별 안전점검
  - 시설물 정기안전점검(2회), 기계설비 성능점검(1회), 소방시설 종합정밀점검 및 작동기능점검(각 2회), 자체 특별방화점검(전체교사/ 3회)

□ 미흡 원인분석 결과

- 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항

- 해당사항 없음

(2) 평가지표별 평가결과 (1페이지)

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	17	과제 추진계획에 따라 정상 추진 - 지속되는 코로나19 상황에도 유연하게 대처하여 학사일정, 사업일정 등을 정상적으로 수행함
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	25	'두 성과지표 모두 목표치가 과거 실적치를 고려할 때 어느 정도 적극성이 인정됨  통상적으로 기대되는 수준으로 목표치를 설정하였으며, "재학생 교육만족도" 성과지표의 경우 목표치 91.3점에 대해 100.2%(추정치 91.5점) 달성하였으며, "문화예술 교육 프로그램 수혜자수" 성과지표의 경우 목표치 2,490명에 대해 참여자 2,552명 102% 달성함 - 온라인 예술감상교육 프로그램이 예년대비 수혜자수가 감소하였으나 온라인 프로그램 특성상 불특정 대상 접속 예측에 어려움이 있고 이전 주제였던 클래식 음악보다 22년 주제인 전통탈춤이 장르적 인지도가 낮은 편임. 그럼에도 불구하고 예술분야를 확장하기 위한 시도로 '탈춤판'을 기획·제작하였으며 특히 22년 11월말 한국의 탈춤이 '유네스코 인류무형문화유산'에 등재되는 시점에 맞춰 교육프로그램을 제공하여 문화향유권 확대에 의미를 가짐
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점 25점 ① 18	수준 높은 예술교육을 통해 위상이 높아짐에 따라 교원정원이 확대되고 우수한 교원을 채용하였으며 많은 수

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
		② 4	상실적일 거두는 등 목표한 성과가 뚜렷이 나타남 향후 우수 교원 채용 확대 및 국고 예산 증대를 통해 향후에도 많은 성과를 낼 것으로 보임
		③ 3	우수한 예술가들을 배출하고, 여러 공연·교육사업을 실 시하여 상위목표인 '문화예술의 창조적 역량 강화' 및 '문화예술교육 활성화'에 기여
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	8	집행률 수시 점검(하반기 5회) 등을 통해 집행 독려 및 집행률 상승(89%→96%)에 기여
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	7	자체적 고충접수 시스템 운영, 설문조사 실시를 통한 사업평가 및 자체점검 등을 통해 현장의견을 수렴하기 위한 노력을 실시하였으며 제시된 의견 등을 반영하 여 사업을 시행하였음


## (1) 평가결과

## □ 총평

- 국악분야 선도적 교육과정 개발 및 수요자 중심 교육 운영으로 전통예술 인재를 육성, 문화예술교육 활성화 및 민족문화의 창조적 계승에 기여
- 국악의 정통성 계승과 창작국악의 발전을 위하여 다양한 공연 활동 추진으로 예술적 기량 향상
- 국내외 활발한 공연 교류를 통해 국악의 우수성 홍보 및 전통예술의 지속 발전을 위한 네트워크 구축 및 국악 저변확대
- 교육 회복과 일상적 교육활동을 위한 안전한 학교 운영으로 창의성과 지혜를 갖춘 예술 인재 육성에 기여

## □ 주요성과

- 학생이 주체가 되고 기획하는 다양한 수요자 중심 활동 기획
  - (목명한마당) 수업과 방과후학교 특기·적성 및 동아리 활동에서 익힌 내용을 바탕으로 기획부터 공연까지 학생 주도하에 진행하여 수요자 중심의 교육활동에 대한 학생 및 학부모의 만족도 상승에 기여

■ 高-목명한마당	진행과정
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶공모를 통한 학생 기획안 선정               <ul style="list-style-type: none"> <li>※ 9개팀 제출, 1차 4팀선발</li> </ul> </li> <li>▶2차 면접진행(5월 최종선발)</li> <li>▶프로그램 오디션 공고 및 실시(5월~7월)</li> <li>▶공연개최(11.23/국립국악원 예약당)</li> </ul>

- (학생회) 학생회 공약 실천 사업 및 학생 제안 아이디어를 공모 하여 실제적으로 학교예산 집행과정에 참여하는 기회 부여
- \* 양심우산 사업, 점심시간 라디오 사업, 잔반줄이기 캠페인 등

- (동아리반) 기존 교사가 구성하던 방식에서 학생 수요조사 기반으로 한 동아리반 선정방식으로 변경하여 학생들에게 실질적인 도움이 될 수 있는 수업으로 구성
  - \* '22년 피날레반(악보제작 및 편집), 음향반(공연 관련 음향 장비 체험 및 실습), 무용의상 디자인반, 음악치료연구반, 연극반, 예술토론반, 국악버스킹반, 영상창작반(목멱제 홍보영상, 대입 응원영상 제작 등)
- (방과후학교) 학생·학부모의 수요조사 및 의견 수렴 후 다양한 강좌 방과후학교 프로그램(특기·적성, 전공 실기지도) 운영을 통해 학생들의 전공 실력을 향상하는데 기여
  - \* 코로나19 대응을 위한 1:1 개인지도와 쌍방향 원격수업 병행 등 다양한 방과후학교 수업 운영
  - \* 학생 요구 반영 방과후 프로그램 신설 : 자기소개서 작성법, 구술면접 대비반, 전공별 초견반, 1:1 전공실기 개인지도, 무용실기 개인지도 등
- 국악의 정통성 계승과 창작국악의 발전을 위하여 균형 있는 공연 활동을 통한 예술적 기량 향상
  - (목멱예술제) 전통과 창작 부분에서 악·가·무의 통합을 지향하는 가장 큰 공연이자 축제이며 국악의 정통성 계승을 확인하는 “우리가락, 우리춤” 예술제 개최(6월, 국립국악원)
    - \* 촬영 후 본교 홈페이지 및 유튜브 공식계정에 공연영상 공개
    - \* 전문 영상팀과의 협업을 통한 수준 높은 콘텐츠 개발을 통해 새로운 공연예술교육의 방향성 제시
  - (소리샘예술제) 전통국악을 중심으로 전통의 현대적 해석을 가미한 예술제로 30회를 맞이하여 동문과 재학생이 함께하는 무대 구성(11.24~25, 국립국악원)



- (전공이습회) 전공 독주 및 합주능력을 배양하고 실력 있는 외부 전문가를 초빙, 전 학년 대상의 전공 교과 집중 수업

- (실기경연대회) 학교 수업을 통해 향상된 실력을 선생님과 재학생들 앞에서 보이고, 실기력 향상 및 높은 기량이 인정되는 학생들에게 시상(연 1회, 중 2월, 고 2월))



- (수상자초청공연) 전국규모 경연대회 입상으로 모교를 빛낸 동문의 공연 중 예술적이며 교육적인 내용의 공연을 선정하여 재학생에게 관람 기회 제공(4월)
- \* 전년도 전국규모 경연대회에서 금상(1등) 이상 수상한 본교 동문이 꾸미는 무대
- \* 재학생들의 예술적 안목을 넓히고 자기주도적 학습 동기를 부여받는 등 교육적 효과가 매우 높음



- 지역사회와 협력하고 소통하는 교육공동체로서의 학교 운영
  - (국악예능영재교육원 운영) 국악에 소질이 있는 서울특별시교육청 소재 초·중학생 선발, 전문교과 교사의 18주 교육과정과 공연 발표를 통해 국악 인재 발굴과 국악 문화 확산
    - \* 선발고사(4.9 2학년 38명 선발, 예술계열 중학교 제외)
    - \* 2022학년도 국악예능영재교육원 발표회 개최(11.12, 우륵당), 수료37명
  - (전국 초·중학생 무용경연대회 개최) 재능 있는 한국무용 인재의 조기 발굴·육성과 전통예술의 계승·발전을 위하여 '전국 초·중학생 무용경연대회'를 개최하여 진로 체험의 기회 제공 및 한국무용 인재의 조기 발굴·육성

- \* 예선(6.25) 개인 참가자 256명 중 102명 본선 진출
- \* 본선(6.26) 개인 참가자 102명 중 50명 수상, 단체참가자 4팀 중 3팀 수상

- (찾아가는 전통음악교실) 광주국립아시아문화의전당에서의 ‘우리가락 우리춤 공연으로 시·도간의 문화교류를 통한 국악의 저변확대(12.5~7.)
- (전통음악교실 공연 영상 제작 배포) 전통음악교실 공연을 온라인 영상물로 제작·배포하여 초·중등 학생의 국악 관심도 제고(5.24~7.29)

- \* 초등학교나 중학교 자유학년제 예술 활동 자료로 제공·배포
- \* 학교 홈페이지 및 공식 유튜브 계정에 공개

- (지역사회와 지속적인 소통) 지역사회의 요청에 따른 전통국악 공연을 통해 나눔을 실천하는 예술인으로서의 교육효과 기대

- ▶로봇윤리학술대회(개막식)(7.18) ▶한국음악교육학회 여름학술대회(개막식)(8.11)
- ▶영댄스페스티벌(8.30) ▶민주평화통일자문회의 주최/ 2022 강남평통 평화통일 공감 콘서트(12.14) ▶강남구청 주관 개포골 어울림 국악한마당(10.20) 등

#### ○ 소리누리예술단 해외문화교류를 통한 국악문화 확산

- (캐나다, 미국 공연) 주토론토대한민국총영사관, 토론토한인회, 캐나다한국문화예술협회 협조로 MERIDIAN ARTS CENTER 공연 및 관객과의 교류 활동, 온타리오주의사당에서 ‘한인의 날’ 기념 태극기 게양식 행사 공연 및 교류 활동, 미국 뉴저지에 위치한 팰리세이즈 팍 고등학교(Palisades Park High School) 공연 및 교류 활동 (9.29~10.9)

- (태국 공연) 현지 학생들과의 직접적인 교류를 통해 한국전통문화 예술을 소개하고 문화공감대를 형성

- \* 방콕국제학교, 반딧파타나신 국립전통공연예술학교(12.16~12.22)

#### < 소리누리예술단 >

예술재능 기부와 실기능력 향상을 위해 2007년 창단된 공연예술단으로 1·2학년 학생을 중심으로 구성. 매년 해외 교육기관과의 연계 공연 및 활동을 추진하여 다양하고 가치 있는 전통예술 공연을 통해 국악문화의 세계화에 기여

- \* 소리누리예술단 선발 오디션(3월) 1학년 29명, 2학년 30명 선발

○ 민주적이고 공정한 학교 운영으로 학교 경쟁력 강화

- (교장공모) 교장공모를 통한 학교장선발로 학교 경쟁력 강화

\* 임용절차: 1차 심사[학교/ 공모 교장 심사 위원회, 3배수 추천]⇒ 2차 심사[문체부/ 공모 교장 심사 위원회, 2배수 추천]⇒ 임용 제청[문체부장관]⇒ 공모 교장 임명[대통령] ('22.03.01일자 임용, 임기4년)

\* 1차 공모교장심사위원회 : 교원, 학부모, 지역사회 인사로 구성

- (인사자문위원회) 인사자문위원회 활성화로 인사운영의 투명성 강화('21년 10월 인사자문위원회 규정 제정, 22년 활성화)

· 교사의 인사에 관한 중요사항(교무분장, 학급 담임배정, 보직교사 추천, 연수 상별 등에 관한 사항)에 대한 자문기구로써 공정하고 합리적이며 투명한 인사 운영

- (신입생선발) 2023학년도 국립국악중·고 신입생 선발

· 2023학년도 신입생 선발 시 **블라인드 제도 도입**으로 공정성 강화

\* 중학교 신입생 104명 선발(기악 88명, 성악 6명, 한국무용 10명)

\* 고등학교 신입생 151명 선발(기악 112명, 성악 9명, 한국무용 30명)

□ 미흡 원인분석 결과

○ 해당없음

□ 개선보완 필요사항

○ 제4차 산업혁명 문화기술 시대에 걸맞은 융합형 인재 육성을 위하여 정규교육과정에 악보제작·편집 관련 프로그램 교육 과정 신설 필요



(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	16	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 학기 초 학교운영계획 수립(3월), 고입 및 대입입시전형 등 학사일정 수행 및 목멱한마당, 목멱예술제, 소리샘예술제 등 예술계 학교의 특성을 반영한 학생 공연 활동을 충실하게 추진함</li> <li>○ 개학 초(3월~4월) 코로나19의 급속한 확산에도 적극 대응하여 분기별 추진계획을 충실히 이행하였음</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	23	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(학교만족도)</b> 학교교육활동만족도조사(온라인 설문)의 경우 최근 3년간 학교만족도 실적(80.2점)보다 높은 81점을 적극적으로 목표 설정하였으며, - 학기 초(3~4월) 코로나19 확산에도 적극적으로 대응하고 학생 주도 공연, 학생수요조사를 반영한 방과후학교 운영, 동아리 활동 운영 등 수요자 중심 학교 운영으로 목표치 81점보다 높은 83.99점 달성</li> <li>○ <b>(전국규모대회 입상률)</b> 전국규모대회 입상률의 경우, 코로나19로 인한 대회 참가 어려움, 주최 측의 대회 취소 등의 변수에도 불구하고 작년 실적(35.6%) 및 3년 실적 평균(26.2%)보다 높은 목표를 설정하였으며, - 코로나19 동안의 교사들의 적극적인 지도와 지난 2년간 대면대회에 참가하지 못했던 학생들의 적극적인 외부대회 참여로 목표(36%) 대비 매우 높은 실적(40.6%) 달성 - 코로나19 이전 2018년 실적(20.4%)에 대비하여도 높은 실적 달성 ※학교교육 수요자 만족도: 83.9점(달성률 103.6%) ※전국규모대회 입상률: 40.6%(달성률 113%)</li> </ul>
			총점 23
	2-2. 정책 효과성(30점)	① 17	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 기획부터 공연까지 학생 주도 &lt;목멱한마당&gt; 공연 개최 및 학생 수요조사를 통한 동아리반 구성, 학생·학부모 수요조사를 반영한 방과후학교 운영 등으로 학교만족도 상승에 기여</li> <li>○ 코로나19 기간의 대면 수업이 어려운 상황 속에서도 실시간 쌍방향 수업 실시, 등교 수업이 가능한 기간에 1:1 맞춤형 전공 수업을 통해 부족한 부분을 보충하는 등 수업의 질을 높이고, 학습 결손을 최소화</li> </ul>
		② 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 기획부터 공연까지 학생 주도 &lt;목멱한마당&gt; 공연 개최 및 학생 수요조사를 통한 동아리반 구성, 학생·학부모 수요조사를 반영한 방과후학교 운영 등으로 학교만족도 상승에 기여</li> <li>○ 코로나19 기간의 대면 수업이 어려운 상황 속에서도 실시간 쌍방향 수업 실시, 등교 수업이 가능한 기간에 1:1 맞춤형 전공 수업을 통해 부족한 부분을 보충하는 등 수업의 질을 높이고, 학습 결손을 최소화</li> </ul>



평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
		③	3	<p>전국대회 국악경영대회 입상률이 코로나19 이전('18년도 20.4%)보다 높은 실적(40.6%) 달성</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 실시간 쌍방향 수업 전면 확대, 학생 맞춤형 수업 등을 통해 효과적인 예술교육 환경을 조성하고 실력과 창의력을 갖춘 전통 예술 인재를 육성하여 &lt;문화예술교육 활성화&gt;에 기여</li> <li>○ 국내·외 문화교류를 통한 예술역량강화 및 초등·중학생 대상 국악 인재 발굴 국악저변 확대 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 서울지역 초등·중학생 대상 국악예능영재교육 영 운영(4월~12월, 37명 수료), 전국 초중학생 무용경영대회 개최(6.25~26)로 국악에 소질 있는 초·중학생 인재 발굴</li> <li>- 전통음악교실 영상 제작 배포하여 초등학교나 중학교 자유학년제 예술활동 자료로 제공 (5.24~7.29)</li> <li>- 캐나다, 미국, 태국 등 해외 교육기관과의 연계 공연 및 활동을 추진하여 다양하고 가치 있는 전통예술 공연을 통해 국악문화의 세계화에 기여(10월,12월)</li> </ul> </li> </ul>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	9	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 코로나로 인한 결석생들의 수업결손을 막기 위해 학급별 줌(ZOOM) 계정을 개설('22년 3월)</li> <li>○ 코로나19 대응을 위한 1:1 개인지도와 쌍방향 원격수업 병행 등 다양한 방과후학교 수업 운영('22년 3월) <ul style="list-style-type: none"> <li>*기간별(학기/방학), 수준별(기초반/심화반 등), 내용별(일반교과/전공교과 등)로 특색 있고 다양하게 개발·운영</li> <li>* 전공별, 수준별 강사-학생 매칭으로 체계적인 관리</li> </ul> </li> <li>○ 코로나19 거리두기 완화에 따른 전면등교 적용으로 소독 및 환기를 강화, 방역 인력의 근무를 더욱 세분화하여 안전한 교육환경 조성('22년 3월)</li> <li>○ 학생·학부모 수요조사를 통한 방과후학교 개설, 학생수요조사를 기반한 동아리반 구성 등 학생 맞춤형 수업 등을 통해 효과적인 예술교육 환경 조성('22 상반기)</li> <li>○ 1학기 말 교원을 대상으로 학교교육활동 중간평가를 실시하여 결과를 공유하고 학교운영에 대한 개선방안 모색</li> <li>○ 학기 초 코로나 확진자 급증으로 실시하지</li> </ul>	

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<p>못했던 학부모 수업 공개 시행 (11.7)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 학기별 방과후수업 후 학생.학부모 만족도 조사를 실시, 결과를 반영하여 프로그램의 질적 개선을 도모하고 차기 계획 수립에 반영</li> <li>○ 학생회와 교장 간담회를 정기적으로 실시하여 학생들의 의견을 교육활동에 적극 반영 교내 시설을 확충 <ul style="list-style-type: none"> <li>* 의견반영사항: 전자칠판, 정수기, 급식실에 원하는 메뉴 신청하기 칠판 등</li> </ul> </li> <li>○ 학생수요조사를 통한 동아리반 구성, 방과후학교 개설 시 학생.학부모의 수요조사 및 의견 수렴 후 강좌 개설 <ul style="list-style-type: none"> <li>* '22년 신규 방과 후 프로그램 :자기소개서 작성법, 구술면접 대비반, 전공별 초견반, 1:1 전공실기 개인지도, 무용실기 개인지도 등</li> <li>* '22년 신규 동아리반 :피날레반(악보제작 및 편집), 음향반(공연 관련 음향 장비 체험 및 실습), 무용의상 디자인반, 음악치료연구반, 연극반, 예술토론반, 국악버스킹반, 영상창작반(목격제 홍보영상, 대입 응원영상 제작 등)</li> </ul> </li> <li>○ 노후화된 학교시설에 대한 학생 및 학부모 등의 개선요청 등에 적극적인 점검 및 점진적 개선 추진(강남구청 교육환경 개선사업 선정)</li> <li>○ 연간 평가계획 및 학년별 평가계획, 각 고사별 평가 계획 등을 학생과 학부모에게 사전 공지(가정통신문, 학교 홈페이지, 아이엠스쿨 앱 등)</li> <li>○ 연 8회에 걸친 학교운영위원회를 통해 학부모 등 학교 구성원 간의 협의를 통해 교육활동 추진</li> <li>○ 주요 사업에 대한 의사결정 과정에 학부모를 참가시켜 추진 <ul style="list-style-type: none"> <li>* 해외공연 및 문화탐방 입찰, 교복 입찰 등</li> </ul> </li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	8	

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 민족예술의 전문 교육과정 편성 및 운영으로 전통예술 인재를 육성하고 전통예술의 계승과 발전에 기여
- 지역사회와 함께하는 문화예술 교육의 재능기부, 학교 교육 활동의 다양화·특성화 지원, 국제교류를 통한 전통예술 전문인 육성에 기여
- 노후시설의 지속적인 개선 및 보강으로 전통예술의 전공별 세분화·특성화된 예술전문교육환경 개선

## □ 주요성과

- 전통예술 문화를 선도할 창의적 예술 전문 인재 육성
  - 입학설명회 및 '찾아오는 한국음악교실' 운영(5월, 72개교, 110여 명)
  - 국립전통예술중고 개교 61주년 공연 <지금, 우리는> 개최(6월)
  - 국립전통예술중학교 제22회 전통예술제전 <맑은누리 어울림> 개최(10월)
  - 이탈리아 피렌체 페스티벌 참가(11월)
  - 전국 각종 전통예술 경연대회에 참가하여 총 434개 수상(중 145개, 고 289개)하는 등 우수한 예술 인재의 지속적인 배출



&lt;중학교 찾아오는 한국음악교실&gt;



&lt;중학교 입학설명회&gt;



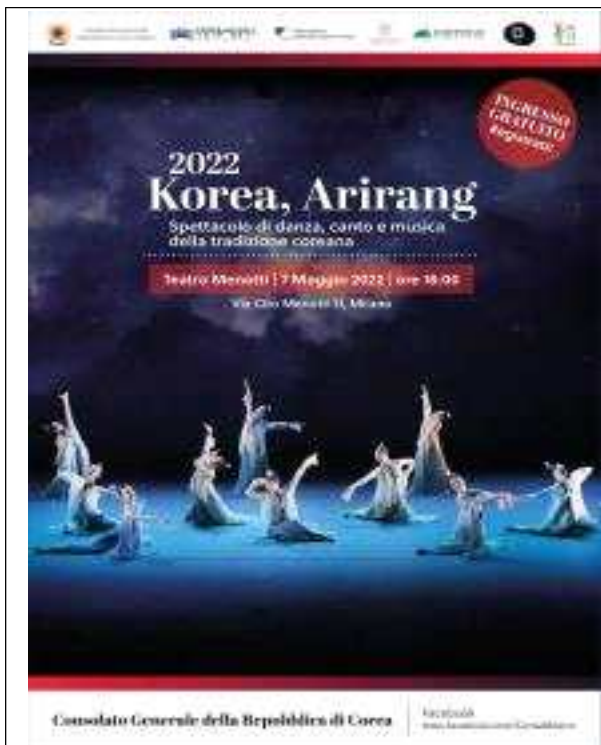
<지금, 우리는> 공연



<맑은누리 어울림> 공연

○ 전통예술의 세계화 및 국제문화교류 활성화 지원

- 중학교(5월) 및 고등학교(11월) 이탈리아 전통예술 국제문화교류



이탈리아 국제문화교류 공연 포스터



이탈리아 국제문화교류



이탈리아 국제문화교류 공연



이탈리아 국제문화교류



- 민족예술대제전 등 전통예술 창작 활동 지원(중 6회, 고 7회)
- 지역사회(금천구 보조사업)와 연계하는 동아리 활동(중 6회, 고 6회)
- 학력 신장 특강 운영(연중) : 전공심화, 명인, 부전공 특강
  - \* 코로나19 관련 거리두기 단계에 맞춰 온라인 강좌 병행
- 온라인 수업 환경 구축(연중)
- 안전하고 쾌적한 교육환경 조성을 위한 학교시설 개선
  - 중·고등학교 건물 균열 보수공사(2월~3월)
  - 중학교 연습실 악기장 제작·설치(4월)
  - 제1예술관 전공실 바닥 개선 공사(7월~8월)
  - 제2인문관 외벽 창호 개선공사(7월~8월)
  - 인문관·예술관 냉난방 개선공사(7월~8월)
  - 제1예술관 지하1층 냉난방 개선공사(12월)



제2인문관 외벽 창호 개선공사



제1예술관 전공실 바닥 개선 공사

## □ 미흡 원인분석 결과

- 성과지표인 '학교교육활동 수요조사 만족도조사' '22년 목표치를 적극 설정했으나, 근소하게 미달성(97.5% 달성)
- 2022년 코로나가 진정국면에 진입하였으나 학생 및 학부모의 불안요소를 지나치게 예견하여 적극적인 교육활동을 전개하지 못한 것이 가장 큰 원인으로 판단됨

□ 개선보완 필요사항

- 향후 수요자와 소통 및 홍보 강화 노력을 지속하여 성과목표 달성 필요
  - 전자칠판 등 교육기자재를 확보하여 온라인 활동 지원 강화 및 수업의 질을 높이고 치밀한 교육계획을 수립하여 학생 및 학부모가 만족할 수 있는 교육 활동을 전개할 예정

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	15	<ul style="list-style-type: none"> <li>계획 수립 시점부터 실행가능성을 보다 면밀하게 검토하고, 계획 추진 시에도 여러 상황을 적극적으로 점검하는 등 당초 계획대로 추진하고자 노력하여, 2022년 역시 코로나19가 종료되지 않은 상황임에도 입학설명회, 찾아오는 한국음악교실, 아리랑예술단 정기연주회 등 계획대로 공연활동을 추진하면서 전년 대비 이행률을 높임</li> <li>특히 정부의 감액 추경 기조에 따라 전체 예산의 약 1%를 절감해야하는 상황에서도 사업의 수를 줄이는 대신, 학생들의 교육을 위해 기존 집행내역의 점검을 통해 사업을 온전히 추진하고자 노력하였고, 기존 고등학교 외 중학교에서도 아리랑예술단의 해외문화교류를 처음으로 실시하고, 매년 실시하고자 추진하는 등 학생들의 공연활동 능력 향상을 위해 꾸준히 노력함</li> </ul>	
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	21	<ul style="list-style-type: none"> <li>성과지표는 지난 3년 간(또는 2년 간)의 평균 목표치를 상회하는 수치로 설정하였다는 점을 고려할 때 적극성이 인정됨</li> <li>- 학교교육활동 수요자 만족도(점) : 목표 84.5점 대비 82.41점으로 97.5% 목표 달성</li> <li>- 전국규모 경연대회 입상률(%) : 목표 42.5% 대비 61.1% 목표 달성</li> </ul>	
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	20점	
		①	14	<ul style="list-style-type: none"> <li>학교교육활동 수요자 만족도(점) 및 전국규모 경연대회 입상률(%) 등을 고려할 때 해당 성과지표는 전문예술 인재육성의 정책내용에 부합함</li> </ul>
		②	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>전통예술 교육의 질적 수준 향상 및 프로그램의 다양화, 특성화에 주력하여 국악의 세계화 및 전통예술의 우수성 홍보에 기여함</li> </ul>
③	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>전통예술 공연 및 창작 지원, 학교 교육 공동체 기반 구축 위한 교육기능 강화 및 쾌적한 교육 환경을 위한 학교시설 개선 등을 통해 '문화예술 교육 활성화'라는 상위 목표 달성에 기여함</li> </ul>		
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	9	<ul style="list-style-type: none"> <li>'21년 자체평가 결과 개선조치 사항</li> <li>- 코로나19의 장기화에도 불구하고, 양질의 예술 교육 추진 및 창작활동 증진을 위해 휴대용 스마트기기 구입(103대)하여 교육에 활용 및 중학교 아리랑예술단의 국외 공연(5월, 이탈리아) 최초 추진</li> <li>관리과제 추진계획 상반기 이행상황 점검</li> <li>- 정부의 코로나19 방역 체계에 맞춰, 학교 자체 방역체제 강화, 학생들의 자가진단 실시 및 별도 고사장 마련 후 평가 실시 등 안전한 환경 내에서 당초 계획의 추진을 위해 노력하였음</li> </ul>	
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>학교운영위원회를 통한 학교 운영 및 교육과정 등을 심의.자문하고 학생.학부모.지역 등 현장의 의견을 적극적으로 수렴하였음(총 76건)</li> </ul>	

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 국가를 대표하는 극장으로서 전통공연예술의 창조적 계승과 진흥을 위해 완성도 높은 공연작품 기획·제작, 교육 및 전시 프로그램 운영 등을 통해 전통을 기반으로 한 문화예술의 창작·유통 여건 개선
- 코로나19 확산 지속으로 기존의 공연·교육·전시 등 사업 진행에 차질이 생겼음에도 대면·비대면 사업의 동시 추진, 디지털·비대면 기반 서비스 개발을 통하여 국민의 문화예술 향유권 증진에 기여하였음
- 무장애 공연, 지방공연 활성화를 통하여 문화 격차 해소 및 국립 공연예술기관으로서 공공성 제고

## □ 주요성과

- 전통에 기반을 둔 수준 높은 동시대 공연예술작품의 지속적인 창·제작을 통해 전통공연 예술의 대중화, 현대화에 기여하고 국민 문화향유 기회를 확대
- 국립극장 전속단체의 신규 창작레퍼토리 개발·제작 및 우수 레퍼토리 작품의 재공연을 통한 수준 높은 전통 창작레퍼토리 확대
  - 신작 : 국립창극단 3편, 국립무용단 4편, 국립국악관현악단 5편
  - 재공연 : 국립창극단 3편, 국립무용단 2편, 국립국악관현악단 5편

구분	전체 공연 편수	레퍼토리 신작 편수	레퍼토리 재공연 편수	신작 비율
국립 창극단	6편	3편	3편	50%
		〈리어〉, 〈절창II〉, 〈세 가지 선물: 연작〉	〈춘향〉, 〈귀토〉, 〈나무, 물고기, 달〉	
국립 무용단	6편	4편	2편	67%
		〈더블빌〉, 〈2022 무용극 호동〉, 〈홀춤III-홀춤과 곁춤〉, 〈세 가지 선물: 수작〉	〈새날〉, 〈회오리〉	
국립 국악관현악단	10편	5편	5편	50%
		〈2022 신년 음악회〉, 관현악시리즈 I 〈Vivid:음악의 채도〉, 〈2022 3분 관현악〉, 관현악시리즈 II 〈역동과 동력〉, 〈세 가지 선물: 명작〉	어린이 음악회 〈엔통이의 동요나라2〉, 소년소녀를 위한 〈소소 음악회〉, 관현악시리즈 IV 〈황홀경〉, 〈2022 오케스트라 이음〉, 〈부산시립국악관현악단〉	
전체	22편	12편	10편	55%



- 코로나 확산 방지 공연장 내 마스크 착용 의무 조치에도 불구하고 레퍼토리 시즌과 비시즌의 특성 및 기획 방향을 살린 다양한 공연프로그램 편성과 전략적 마케팅으로 기획공연 객석 점유율 74.8%\* 달성 \* '22. 12. 31. 기준
- (비대면 프로그램 운영) 코로나19 확산 상황에서도 공연사업 및 예술교육 사업 분야에 다양한 비대면 프로그램을 운영하여 관객들과의 소통 활성화
  - 다양한 공연 영상 콘텐츠 제작 및 상영

구분	상영기간	편수	비고
공연영상화 사업 <가장 가까운 국립극장>(웨이브)	'22.9.7.~10.7.	13편	조회 수 19,253회
공연영상화 사업 <가장 가까운 국립극장>(롯데시네마)	'22.1.13.~7.5. 11.3.~11.24.	9편	관람객 2,495명
공연영상화 사업 <가장 가까운 국립극장>(SBS)	'22.10.5.~10.27.	4편	문화가중계 8회 방영
공연영상화 사업 <가장 가까운 국립극장>(KTV)	'22.9.10.~11.29.	11편	42회 방영
공연영상화 사업 <가장 가까운 국립극장>(국악방송)	'22.5.13.~5.15.	1편	3회 방영
공연영상화 사업 <가장 가까운 국립극장>(재외 한국문화원)	'22.10.22.~ '23.1.26.	5편	5개국 방영
<21-22 한중 문화교류의 해> 폐막 기념 중국 상영	'22.12.28.	2편	하이라이트 영상
무장애 공연 사업 <장벽 없는 국립극장>(문화포털)	'22.1.28.~2.2.	1편	문화포털 '집콕 문화생활' 내 <소리극 옥이> 전막 영상 게시
<여우락 아카데미> 아트필름(국립극장 유튜브)	'22.7.22.~	2편	조회 수 3,610회

- 비대면 예술교육 프로그램 개발·운영

구분	교육명(대상)	교육기간	영상제작	플랫폼	진행방법	수강생/조회 수
혼합형 교육	어린이 예술학교 (대상 : 초등학생)	2월, 8월	-	화상회의 및 메타버스 플랫폼	비대면 교육(zoom 및 게더타운) → 대면 교육	정원 160명
온라인 영상 교육	외국인 국악아카데미-레츠국악 (대상 : 외국인)	5월~12월	레츠국악 6편 (판소리 분야)	국립극장 유튜브	영상교육	누적 조회 수 49,486회

- ('놀러와 국립극장' 랜드 개발·운영) SK텔레콤과의 협업을 통해 메타버스 플랫폼 '이프랜드' 내 국립극장 가상 랜드 개발(4.29. 개관) 및 각종 공연 및 예술교육 영상 콘텐츠 제공

구분	세부 운영사항
플랫폼 전용 콘텐츠	국립무용단 단원과 협업 <아바타 댄스모션>(10종) 개발을 위한 안무 및 모션캡처 실시, 개발된 안무 동작 활용한 <댄스 필름-눈> 제작·상영, 국립창극단원 소리를 녹음·활용한 <아바타 판소리 시연> 2종 외
상설 랜드 콘텐츠	상시 입장 가능한 상설 콘텐츠 운영 : 라이브 이벤트 다시 보기 외 국립극장 예술교육, 아트 필름, 공연 클립 등 다양한 영상 콘텐츠 상시 감상

□ 미흡 원인분석 결과

- 코로나 이후 유효좌석 수 증가상황에 대한 예측없이 목표치를 설정하여 성과지표인 '기획공연 객석 점유율' 미달성(86% 달성)

□ 개선보완 필요사항

- 레퍼토리시즌에 대한 공연 서비스 만족도, 공연 선호도, 신뢰도, 개선안 등과 관련된 재구매 의향을 분석하여 객석 점유율 제고
- 카페테리아, 해오름극장 지층 식당 등 관객 편의시설을 확충하여 고객들의 극장 방문을 제고
- 극장 공연 및 서비스 전반에 대한 관객참여 및 의견수렴 경로 다각화 등 활성화, 향후 사업 개선에 반영

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	18		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 시즌제 운영으로 연간 공연프로그램을 사전 기획 및 홍보하여 추진계획 상의 일정대로 사업 이행하였으나, 코로나19 확산 및 추경 편성에 따른 기관 경상경비 감액으로 일부 공연 및 교육프로그램은 취소하였음.</li> <li>· 코로나19 확산에도 불구하고 공연 영상화 사업, 메타버스 내 국립극장 가상공간 조성 사업 등을 지속 추진한 결과, 국민들의 급증한 비대면 문화예술 향유 수요를 충족시켰음.</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	20		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 극장의 운영실적을 나타낼 수 있는 대표적 지표(기획공연 객석 점유율, 고객만족도) 2개로 구성하였음. 이 지표의 목표치가 일정 이상의 임계치에 도달한 점 및 타 책임운영기관예술기관 실적치 등을 고려할 때 적극적으로 수립했다고 할 수 있음.</li> <li>· 기획공연 객석 점유율 목표치 87% 대비 실적 74.8% (목표 대비 86% 달성)로 성과지표 목표에 미달함.</li> <li>- 이는 '공연장 좌석 한 칸 띄어 앉기' 해제 조치에 따른 운영 객석 수 2배 급증, 코로나19 확산 이후 공연예술계 전반의 침체 등에 따른 현상임.</li> <li>· 고객만족도 목표치 89.5점 대비 실적 91.7점 (목표 대비 102.5% 달성)</li> </ul>
		총점	20점	
	2-2. 정책 효과성(30점)	①	14	<p>④ 과제의 목표한 성과가 발생한 정도</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 완성도 높은 공연작품의 기획·제작 및 전략적 마케팅을 통한 관람객 유입 도모</li> <li>* 레퍼토리시즌과 비시즌의 특성 및 기획 방향을 살린 다양한 공연프로그램 편성과 전략적 마케팅으로 기획공연 객석 점유율 74.8% 달성</li> <li>- 코로나19 확산에도 고품질 공연 실황 영상 콘텐츠 32건 비대면·온라인 상영</li> <li>* OTT(웨이브) 조회 수 19,253회 영화관롯데시네마 관람객 2,495명</li> </ul>
		②	3	
	③	3	⑤ 향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도	

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국립극장 레퍼토리시즌제 체계적 운영을 통한 공연 관람객의 다양화 및 관객개발</li> <li>- 전통공연예술을 기반으로 한 동시대적 작품을 제작하여 관람객이 쉽게 접할 수 있도록 하여, 전통공연예술 관객 확대에 기여</li> <li>◎ 과제수행을 통해 관련 상위정책 등에 대한 기여 여부</li> <li>- 국립극장 레퍼토리시즌제 통한 완성도 높은 공연작품 제작, 예술교육·전시 사업 등을 통해 상위목표인 전통 공연예술의 활성화 및 문화예술의 창조적 역량 강화에 기여</li> <li>- 타 기관과 차별화된 확장된 형태의 무장에 공연을 제작하여 문화예술의 창조적 역량 강화에 기여</li> <li>- 코로나19 확산 지속 상황 속, 일상에서 전통예술을 즐길 수 있도록 공연 영상화, 메타버스 내 극장 가상 랜드 조성 등 비대면·온라인 사업을 지속 추진하여 문화예술의 창조적 역량을 강화하는 데 일조하였음.</li> </ul>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎ '21년 자체평가 결과 개선조치 이행 실적 「공연 영상 제작·유통 중장기 발전방안 마련을 위한 연구용역」 수행</li> <li>* 공연 영상화 사업 성과분석, 전문가 심층 인터뷰(19명), 일반 관객 의견수렴(585명), 중장기 차별화 전략 수립</li> <li>- 주기적인 시설물 안전 점검</li> <li>* 상·하반기 시설물 정기 안전 점검, "2022 대한민국 안전 대전환 집중 안전 점검", 유관기관 합동 소방 훈련 등 실시</li> <li>- 노후 무대시설 보수·보강</li> <li>* 달오름극장 방화막 구매·설치, 달오름극장 자막 시스템 개선, 디지털 무선 핀마이크 시스템 구매, 해오름극장 갤러리 공연용품 이동용 곤돌라 구매·설치 등</li> <li>- 장애인 화장실, 자동문 등 장애인 편의시설 확충</li> <li>- 극장 편의시설 확충</li> <li>* 카페테리아(구내식당, 카페) 관리위탁 계약체결 및 운영, 문화광장 보행자 안전 펜스 및 하늘극장 고객 대기 공간 파라솔 설치, 공연장 내 공공 와이파이 구축</li> <li>◎ 자체점검의 충실성</li> <li>- 코로나19 비상대응TF, 무대예술지원센터 추진단TF, 자체 및 외부 전문가 평가, 관객 만족도 조사 등을 통해 사업 진행 점검 실시</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 고객만족도 제고를 위해 고객서비스평가단을 운영함으로써 순수관람객 관점에서 구체적이고 깊이 있는 극장 운영 전반에 대한 인식을 파악함.</li> <li>- 평가단 모니터링 의견 총 29건(수용 23건, 부분수용 6건, 불수용 0건), 개선조치 이행률(수용+부분수용) 100%</li> <li>· 국립중앙극장 공연 서비스 품질 향상을 위하여 전속단체협의회를 국립창극단 12회, 국립무용단 25회, 국립국악관현악단 11회를 실시하였으며, 공연에 대한 합평회를 국립창극단 5회, 국립무용단 1회, 국립국악관현악단 2회 실시하였음.</li> <li>· 관람객 &lt;2022 3분 관현악&gt; 설문조사를 통하여 '다시 듣고 싶은 곡'으로 선정된 10곡 중 1곡을 연말공연 &lt;세 가지 선물 명작&gt;, 3곡을 상설공연 &lt;정오의 음악회&gt; 연주 프로그램으로 편성</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- (성과목표 달성) 국악의 진흥을 목표로 공연·교육·연구 등 다각적인 사업을 추진한 결과, '22년 성과목표인 ① 국악원 국악공연 유료 객석점유율 목표치 70% 대비 76.74%(109.7%) 달성, ② 공연 관람객 참여자 만족도 목표치 92.9점 대비 92.91점(100%) 달성
  - \* '22년 성과지표 목표는 코로나19 감염 확산으로 인해 공연예술계 전반이 심각한 위협을 받았으나, 관람객의 공연관람 욕구 증가, 신규콘텐츠 개발 등의 영향으로 전체 운영객석 대비 유료객석 점유율 109.7%, 관람객만족도 100% 성과 달성
- (국악의 국민체감 확대 및 국정과제 달성에 기여) ▲국악공연(정기/상설·기획/국내외 교류)으로 전통공연예술의 정통성 강화 및 확산, ▲민간전통예술인 대상 공연 지원 확대, ▲생애주기별 온·오프라인 교육체험 프로그램 추진, ▲국악 저변 확대를 위한 콘텐츠 개발 및 제작으로 '전통공연예술 활성화'에 기여함
  - \* 국정과제 '전통문화의 독창적 가치 확산과 창조적 발전(56-3)', 'K-콘텐츠의 매력 확산(58-3)' 달성에 기여
- (자체 모니터링으로 지속적 환류) ▲소통체계 마련을 위해 공연 평가위원회, 국악학자 등 해당분야의 전문가의 의견을 수렴하고, ▲공연 모니터링단, 각종 설문조사 등을 통한 일반 대중의 현장의 의견을 반영하여 사업 추진, ▲재정자율평가 보완사항 적극 이행\*
  - \* '21년 재정사업자율평가(미흡)의 지적사항인 '예산집행률 저조하고 이월 및 불용액 규모가 큼' 관련, 주기적 집행점검 및 현장점검으로 '22년 집행률 92.2% 달성 (최근 3년간 집행률 : '21년 79.1% / '20년 89.2% / '19년 92.8%)

## □ 주요성과

- (국악공연의 정통성 강화 및 향유기회 증진) 정통성과 대중성을 동시에 갖추고 '시대적 의미'를 부여한 품격 있는 다양한 신규 공연 작품 개발로 국민의 국악공연 향유기회 확대에 기여
  - (대표 레퍼토리 공연) 한국문화의 정체성을 담은 레퍼토리 개발로 대표 공연 '임인진연' 제작 초연 \* '임인진연'(12.16~18., 20~21., 5회, 2,729명)
  - (국악연주단 정기공연) 전통예술의 보존 계승과 역량 강화를 위한 정악단 무용단 민속악단 창작악단 연주단별 정기공연 및 기획공연 22회 추진
    - \* 정악단 정기공연 '여민동락'(4.21~22., 2회, 453명)
    - \* 민속악단 정기공연 '원작을 접고하다-신들린 상채 김용배 오마주'(10.20~21., 2회, 661명)
    - \* 무용단 '신(新), 궁중나례'(6.16~17., 2회, 930명)
    - \* 창작악단 '전통의재발견 II'(5.26~27., 2회, 783명)
  - (기획·상설공연) 국악으로 행복한 국민을 위한 기획공연으로 계기별·절기별·대상별·상설, 기획공연을 118회 개최
- (공연생태계 선순환 구축 및 민간예술인 활동 지원) 민간예술인 지원을 위한 신규 사업 적극 발굴 및 확대
  - 감염병 확산에 따른 현장 공연 축소로 위축된 민간 예술가 대상 활동을 지원하기 위한 사업 'Gugak in(人) 프로젝트'<sup>\*</sup>(30개 민간예술단체 수혜), '국악아티스트랩'(26개 민간예술단체 수혜) 신규 온라인 공연프로그램을 기획하고, Gugak in Live Concert를 기획하여 온라인과 오프라인을 연결 하는 예술가들의 일자리를 창출하고 민관의 상생 기반을 구축
    - \* Gugak in(人) 프로젝트 작품 중 '새로운 의식(단체: 연주 사위, 바이올린과 장구 등)'는 캘리포니아 뮤직비디오 어워즈 베스트 월드 뮤직 부문 대상 수상
- (전통예술을 바탕으로 한 신한류 콘텐츠 확산) 전통문화의 신한류 확산 추진을 위해 고품격 신규 한류콘텐츠 개발·제작 추진
  - ▲ 종묘제례악 독일순회 공연의 성공적인 개최로 신한류 확산을 위한 한국전통문화 콘텐츠의 성장 가능성 확인(9.12.~26. / 베를린필하모니, 함부르크 엘프필하모니, 뮌헨 프린츠레겐트극장, 쾰른 필하모니 등, 4회, 5,500명 관람),  
▲ 장르 간 경계를 넘어 한국문화예술을 아우르는 융복합 공연콘텐츠 K-마에스트로(인도네시아 국립박물관, 9.23.) 등 해외공연 13회 추진

○ (다양한 계층 대상 국악교육 지원 및 향유 기회 확대) 유아·청소년·일반인·외국인·교사·학교 등 생애주기 및 수요 계층을 고려한 온·오프라인 교육·체험 프로그램을 지속 추진하여 국악 저변 확대

- 특히 지역소외계층 학생들의 국악향유 기회 제공을 위한 현장 방문형 수업 '찾아가는 교실음악회 국악배달통\*'의 사업을 확대하여 ('21년 91개교 24,800명 → '22년 113개교 26,783명) 사회적 약자에 대한 배려와 향유 기회 제공

\* 찾아가는 교실음악회 국악배달통 사업만족도: 96%

		
국악배달통	e-국악아카데미 <국악의 이해>	e-국악아카데미 <어린이를 위한 창작국악동화 애니메이션>

○ (국악콘텐츠의 대국민 활용 기회 확대) 체계적인 국악 연구와 콘텐츠 수집·관리로 모든 국민이 다양한 국악콘텐츠를 시간과 장소의 제한 없이 쉽게 공공재로 이용할 수 있는 활용 기회 확대

- 국악사전 1차년 '궁중·풍류편' 공개(총 419개 표제어)

- 국악박물관 '몰입형 영상체험관 <진연 120년의 시간을 잇다> 운영 및 주요 전시품 주제 신규 실감콘텐츠 제작, 국악박물관 기획전시 <명인 명창의 부채바람에 바람을 싣다>\*(6/28 개막 88점 공개 18,646명 관람), 코로나-19 팬데믹 대응 <구글 Art and Culture>, <공간이음> 내 디지털 키오스크 운영을 통한 다방면 온라인 전시 기획 <박연부부초상>, <홀가> 등

\* 국악아카이브 DB자료 서비스 확대('21년 41,644점 → '22년 46,396점 신규서비스 4,752점 증가)

		
기획전시	온라인 상설전시	몰입형 영상체험 콘텐츠

- (해외에서의 국악 영역 확장) 외국인 대상, 국악강좌 개설 및 국악기 지원, 해외 교류전시 등 대면 및 비대면 신규사업 개발 추진
- (해외전시) 국립국악원 개원70주년 및 한국-네덜란드 수교60주년 기념 교류전시 <KOREA\_임인진연도병 등 8점, 27,626명 관람>
  - \* 2021.10.16.(토)~2022.9.4.(일), 네덜란드 프린세스호프 왕립도자박물관
- 한류확산을 위한 국외교류전시<HALLYU\_대취타 악기 등 8점> 개최
  - \* 2022.9.24.(토)~2023.6.23.(금), 영국 빅토리아앤알버트 박물관
- (해외공연) 한-독 문화협정 50주년 계기 '국립국악원 종묘제례악 순회공연(9.12~9.26., 4회, 5,500명 / 베를린필하모니, 함부르크엘프필하모니, 뮌헨 프린츠레겐트극장, 쾰른 필하모니), 한-스페인 상호방문의 해 (7.9.~11. 3회 650명), 캐나다-토론토 한국문화축제(8.26.~28., 3회, 40,000명), 한-키르기스공화국, 타지키스탄 수교 30주년 기념공연(4.20.~26., 2회, 3,300명), K-마에스트로(인도네시아)(9.23., 1회, 50명)
- (국악강좌) 주벨기에, 프랑스, 튀르키예, 헝가리, 아르헨티나 등 10개국 한국문화원 국악강좌 개설 지원(10개기관 11회, 257명 참가)
- (악기지원) 해외국악문화학교 국악기 지원(9개국 9개기관 250점)

□ 미흡 원인분석 결과

- 해당없음

□ 개선보완 필요사항

- 취약계층 등 문화누림 기회 확대\*를 위해 계층별 맞춤형 공연, 교육 등을 신규 추진하여 문화향유격차 해소 및 국민 삶의 질 제고
  - 장애인, 다문화 등 사회적 취약계층을 대상으로 한 사업 적극 추진
    - \* 국정과제 56 일상이 풍요로워지는 보편적 문화복지 실현(공정한 문화접근 기회보장)
- 지역문화 균형발전\*을 위한 공연 및 교육 등의 사업 확대 필요
  - 수도권외 문화집중화 및 지역 문화 격차 해소에 기여하고, 지역 문화 균형 발전을 제고할 수 있는 신규 사업 적극 발굴
    - \* 국정과제 56 일상이 풍요로워지는 보편적 문화복지 실현(지역중심 문화 균형발전)



## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도 (20점)	18	<p>㉠ (관리과제별 추진계획의 준수 여부) 총 183개 추진계획 중 178개 (97.2%) 정상추진하였음</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 당초 추진계획 중 5건(2.8%)은 코로나19 확산 방지 공연예술인 감염 보호, 용역사업 지연 등의 외부 환경 영향이 감안됨</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	24	<p>㉠ (성과지표의 목표 달성도) ‘국악원 국악공연 유료 객석점유율(%)’ 목표치 70% 대비 76.74%(109.7%) 달성, ‘국악원 공연관람객 참여자 만족도(점)’ 목표치 92.9점 대비 92.91점(100%) 달성하였음</p> <p>* '22년 성과지표 목표는 코로나19 상황이 연중 지속되었음에도 불구하고 객석점유율 109.7%, 관람객만족도 100% 성과목표치 대비 실적을 모두 달성</p> <p>㉢ (목표치의 적극성 판단) '22년 ‘국악원 국악공연 객석점유율’ 목표치는 성과지표를 적극적으로 변경하여 최근 3개년('19~'21)* 공연 유료객석점유율 실적치 평균 69.07%을 상향 달성하는 것을 목표로 70%를 '22년 목표치로 적극 설정하였음</p> <p>* 최근 3년간 실적치: 74.15%(‘19년), 56.79%(‘20년), 76.27%(‘21년)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ‘22년 ‘국악원 공연관람객 참여자 만족도’ 목표치는 최근 3년간('19년~'21년) 참여자 만족도 실적치 평균 92.86점을 상향 달성하는 것을 목표로 92.9점을 '22년 목표치로 설정</li> <li>○ 국악원 국악공연 유료객석점유율(%)와 ‘국악원 공연 관람객 참여자 만족도(점)’의 목표치는 코로나19 감염병 확산에 따른 사회적 거리두기 등으로 공연·행사분야 사업추진이 어려운 환경(상황)을 감안 할 때 적극성이 인정됨</li> </ul> <p>㉣ (성과의 질 가감점) 정통의 정통, 전통의 창작 두 갈래의 방향을 지향하는 정돈된 모습을 보여줬다는 전문평가위원의 평(정악단 정기공연), 국립국악원이 아니면 선보일수 없는 웅장한 무대와 격조있는 음악 등에 대한 호평(임인진연 언론보도 92건)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 기획공연 보도 등 710건의 언론보도와 국악원 유튜브 채널 구독자 8,000여명 증가 등의 성과를 확인</li> </ul> <p>㉤ (사회적 가치 가점) 코로나로 어려움을 겪고 있는 민간예술가 활동을 지원을 위한 온라인 공연사업</p>

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
				<p>확대, 현장 방문형 수업 ‘찾아가는 교실음악회 국악 배달통’의 사업 확대 추진을 통해 사회적 약자에 대한 배려와 국악향유 기회 확대 등 전통예술을 매개로하여 대표 전통예술을 담당하는 국립기관으로써 대국민 대상 나눔과 사회통합, 환원의 역할을 수행함</p>
	2-2. 정책 효과성 (30점)	총점	26점	<p>㉔ (과제의 목표한 성과가 발생한 정도)</p> <p>○ (성과목표 달성) 국악진흥을 목표로 공연·교육·연구 등 다각적으로 ‘22년 정책과제를 추진하여 성과목표 성공적 달성(유료객석점유율 76.74%, 공연 관람객 만족도 92.91점)</p> <p>* ’22년 성과지표 목표는 코로나19 상황이 연중 지속되었음에도 불구하고 객석점유율 109.7%, 관람객만족도 100% 성과목표치 대비 실적을 모두 달성</p>
		①	18	<p>○(국민체감 확대) 공연·교육·연구 분야에서 다양한 국민평가를 반영하여 국악진흥의 국민 체감도 확대</p> <p>- 공연평가 모니터링단, 온라인 의견수렴, 교원연수 수요 조사, 국악배달통 만족도 조사, 박물관 만족도 조사 등</p> <p>○(전통공연예술의 정통성 강화 및 확산) 대표공연 및 정기공연(27회), 상설·기획공연(118회), 국내외 교류공연(36회)</p>
		②	4	<p>○(민간전통예술인 대상 공연 지원 확대) 현장 예술 활동 지원 및 콘텐츠 발굴(27회), 온라인 콘텐츠 제작(56회)</p> <p>○(국악교육 지원 및 향유기회 확대) 유아·청소년·일반인·외국인·교사·학교 등 생애주기 및 수요 계층을 고려한 온오프라인 교육체험 프로그램을 지속 추진하여 문화향유 기회 확대</p> <p>- 국악배달통 사업 : 지역소외계층 학생들의 국악 향유 기회 제공(‘21년 91개교 24,800명→ ‘22년 113개교 26,783명)</p> <p>○(국악 저변 확대를 위한 콘텐츠 개발 및 제작)</p> <p>- 국악자료 접근성 증대: 국악사전 ‘궁중·풍류편’ 공개, 기획전시 개최, 국악산업통계조사 실시, 국악연감 발간</p> <p>- 온라인 콘텐츠 강화: ‘e-국악아카데미’ 시스템의 UI·UX 개편, 새로운 국악 콘텐츠 개발 및 맞춤형 국악교육 확대</p> <p>- 국악의 생활화: 생활 국악 음악 제작, 눈높이 국악 홍보로 국악 정보제공</p> <p>○(소속국악원 정체성 확립 및 운영 활성화)</p> <p>- 각 원별로(민속국악원, 남도국악원, 부산국악원)</p>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<p>맞춤형 공연 및 교육·프로그램, 연구 시행</p> <p><b>㉞ (향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 전통예술의 원형 보존 및 전승을 위한 한국문화의 정체성을 담은 대표공연을 개발하여 국립예술기관 역할 수행 강화하고 국악원의 정체성에 맞는 국악 연주단 정기 및 기획공연 제작을 통한 국민의 문화향유 증대에 기여</li> <li>○ 장애인, 소외계층과 문화 사각지대 해소를 위한 문화 향유 기회 확대로 국민의 문화기본권 보장 및 삶의 질 향상, 지역 간 문화 격차 해소에 기여</li> <li>○ 단계적 일상 회복(위드 코로나)에 따라 민간 예술가와 상생할 수 있는 공연환경 조성 및 다양한 지원으로 건강한 공연생태계 조성</li> <li>○ 신한류 확산을 위한 융복합 국악 콘텐츠 개발 및 한국문화 가치 제고 및 메타버스, 실감콘텐츠 등 국악을 소재로 한 콘텐츠 제작을 통해 대국민 국악 서비스 확대 및 교육 활용 강화</li> <li>○ 본원 및 3개의 소속 국악원을 활용한 지역 간 문화 격차 해소 및 권역별 균형 발전 도모</li> </ul> <p><b>㉟ (과제수행을 통해 관련 상위정책 등에 대한 기여 여부)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ (국정과제) ‘전통문화의 독창적 가치 확산과 창조적 발전(56-3)’와 ‘K-콘텐츠의 매력 확산(58-3)’의 정책목표에 기여하고 있음</li> <li>○ (상위정책) ‘전통공연예술 활성화’에 기여</li> </ul>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	8	<p><b>㉠ ('21년 자체평가 결과 개선조치 이행 실적) 해당없음</b></p> <p><b>㉡ ('22년 자체평가위원회 운영 시 제시된 사항에 대한 이행 실적) 해당없음</b></p> <p><b>㉢ (자체점검의 충실성)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ '22년 자체점검 시 지적사항은 해당사항이 없으나, 소통체계 마련을 위해 공연평가위원회, 국악학자 등 해당분야의 전문가의 의견을 수렴하고 공연 모니터링단, 각종 설문조사 등을 통한 일반 대중의 현장의 의견을 수렴하여 사업에 반영</li> </ul> <p><b>㉣ (언론보도·외부기관 지적 조치결과)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ '21년 재정사업자율평가 결과(미흡)의 지적사항인 '예산집행을 저조하고 이월 및 불용액 규모가 큼' 관련하여 주기적 집행점검(상·하반기 예산점검, 월별(9~12월) 가결산), 공사사업 현장점검(총 3회</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<p>/민속, 부산) 실시로 환류 노력도가 우수함  ⇒ (조치완료) '22년 집행률 92.2% 달성  * '21년 집행률 79.1%</p> <p>㉠ (현장 의견 수렴 노력) 공연 작품평가회(8중, 8회), 공연 모니터링단 운영(14건, 100회), 공연 만족도 조사(20명~300명 대상, 수시)와 교원연수 수요 조사 실시(8회), 국악배달통 만족도 조사(11월), 박물관 관람객 만족도 조사(연중), 국악교육활성화 의견수렴 세미나(5월) 등 공연, 교육체험, 연구 관련 현장의 의견을 수시로 수렴하고 국악 진흥 효과를 높일 수 있는 우수한 의견을 선별하여 수렴</p> <p>㉢ (현장의견의 정책 반영 이행 노력 및 효과)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ (작품공연평가회의) 국악원 설립목표와 정체성을 강조하고 전통예술의 다양한 콘텐츠 개발  ⇒ '임인진연' 공연 및 '중요제례악' 독일 순회공연 실시</li> <li>○ (공연평가 모니터링단) 레플렛에 공연 관련 절차, 음악 등 설명이 포함되면 공연이해에 도움이 됨  ⇒ 공연 절차, 음악 등 자세한 설명과 국·영문 자막서비스 제공</li> <li>○ (온라인 의견수렴) 극장 내 좌석번호를 알기 쉽게 재배치 필요 등  ⇒ 좌석 번호 재배치 및 디자인 변경 개선(9월)</li> <li>○ (교원연수 등) 교사가 직접 활용할 수 있는 국악 교육 프로그램 다양화 요구  ⇒ 유치원 및 어린이집 대상 '유아 국악꾸러미' 개발 및 지원(71개 기관, 3,419명)</li> <li>○ (국악배달통 만족도 조사) 사업 재참여 의사 및 만족도가 높아 현장에서의 사업 확대 요구  ⇒ '23년 예산 증액(5억→10억)으로 사업 확대</li> <li>○ (박물관 만족도 조사) 국악박물관 상설 체험프로그램 도입 요청  ⇒ 국악박물관 매주 토요일 전시해설프로그램 운영 (국악기 체험 프로그램 포함) 실시</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	8	

(1) 평가결과

□ 총평

- (기업육성) 창의적인 아이디어를 콘텐츠로, 창업하기 좋은 환경 조성
  - 콘텐츠 창작자와 스타트업에 대한 맞춤형 지원체계 구축(신 사업모델 발굴, 선도기업과의 협력 확대 등)을 통한 경쟁력 강화 및 고용 창출

<'22년 기업육성사업 실적 : 일자리, 매출·수출액, 투자유치액 >

구 분		목표	성과	달성률(%)
스타트업 일자리(명)	신규	786	752	96%
	평균	5.5	5.26	
매출액(백만원)		61,288	78,944	129%
수출액(천\$)		3,904	5,956	153%
투자유치액(백만원)		43,688	143,103	328%

\* 직접·간접지원사업 합계 / 자료출처 : 한국콘텐츠진흥원('22.11월말 기준)

- 지속가능한 성장과 기업의 사회적 책임을 강조하는 ESG경영 추세에 대응한 콘텐츠 소셜벤처 육성
  - 사회통합, 복지, 안전, 지역경제 등 사회적 가치 실현을 목적으로 하는 콘텐츠 소셜벤처 지원 추진(8개 프로젝트, 평균 12% 매출 성장)



다문화가정 문화콘텐츠 보급 및 생활정보 불균형 완화 서비스 <My Asia TV> 취약계층 대상 무료 구독권 배포 MOU



장애인 여행 인플루언서 육성 플랫폼 <에이캣> 장애인 트래블에이터 육성, 콘텐츠 제작

- 콘텐츠 창작을 위한 인프라 지원(기업입주공간·제작지원시설 등) 및 비대면·디지털 시대에 맞는 VR면접, AI역량검사 및 메타버스 콘텐츠 잡콘서트 개최 등을 통한 취업역량 강화 및 취업성공률 제고

- CKL기업지원센터 입주기업(36개사) 매출액 133억원, 신규 채용 160명
- '22년 5개 프로그램 참여자 1,840명, 취업자 280명(전년대비 8.9% 증가)



대한민국 일자리 어워드 산업부 장관상 수상 (3년 연속)



대한민국 지방자치경영혁신 엑스포(11.10~12) / 일자리 우수사례 공유/홍보

- (인재양성) 콘텐츠와 기술(AR·VR 등) 융합 등 콘텐츠산업 환경 변화에 대응 가능한 전문인력 및 콘텐츠 현장 맞춤형 인재 육성
  - 현장 수요 반영, 산학 연계 프로젝트 기반 교육 실시
  - 문화·기술융합 등 콘텐츠 창·제작 및 창작자의 수요를 반영한 창의성 기반의 전문인력 양성 지원
  - 콘텐츠 교육기관 지역 확산을 통해 지역인재양성 및 지역콘텐츠 산업 생태계 활성화에 기여
  - 비대면 온라인 교육 강화로 교육 접근성 확대

## □ 주요성과

### < 콘텐츠 기업육성 >

#### ○ 콘텐츠 창작 및 초기 창업 육성

- (창제작·예비창업 지원) 콘텐츠 창작자의 아이디어 발굴·융합을 통한 시제품 개발 및 사업화 지원(11억/53팀)
  - \* 창작 완수율 100%, 창업성공률 19%, 지재권·특허출원 19건 등
- (초기창업 육성) 우수 아이디어와 기술을 보유한 콘텐츠 스타트업 (창업 3년 이하)의 성장 및 자생력 강화 지원(33억/32개사)
  - \* 전년대비 평균 매출액 성장률 32.5%, 투융자액 147억원 달성, 고용창출 170명
  - \* 사회적 문제를 '콘텐츠'로 해결하는 소셜벤처 8개사 발굴·지원

#### 추진실적 및 주요성과

- ① (창제작·예비창업 지원) 창작 완수율 100%, 지재권·특허출원 19건, 10개팀 창업
- ② (초기창업 육성) 전년대비 매출액 성장률 32.5%, 투융자액 147억원 달성, 고용창출 170명
- ③ 우수사례

#### ■ 창작 아이디어 사업화 성과사례





클라우드펀딩 19건, 공모전 수상 5건, 지재권/특허 19건

#### ■ 초기창업 육성 성과사례(소셜벤처 포함)

	<p>○ AI기반 K콘텐츠 활용 한국어 교육 플랫폼 &lt;헤이스타즈&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 5억 규모 투자유치, 전년 대비 매출액 167% 성장</li> <li>- 앱 다운로드 5만건 및 특허/출원 5건 등록</li> <li>- 인도네시아 자카르타 오프라인 거점 개소 및 현지 WARMADWEA 대학 과 한국어 강의 관련 업무협약 체결</li> </ul>
--	---



 <p><b>(주)망그로브</b></p>	<p>○ <b>수중 VR 가상현실 체험 콘텐츠 사업화</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매출액 3억 달성, 전년 대비 79% 성장</li> <li>- LG유플러스, SK브로드밴드 콘텐츠 판매 및 제작 계약</li> <li>- 사우디아라비아 IRTIQA 파트너십 계약, 공동제작 및 판매 추진</li> </ul>
 <p><b>(주)에스엘씨넷</b></p>	<p>○ <b>국내 거주 아시아인 대상 모국방송 및 한국생활정보 제공 OTT &lt;My Asia TV&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매출액 2억8천만원 달성, 약 3억원 투자유치 확보 완료</li> <li>- 현재 가입자 약 37,213명, 협약이전대비 약 10배 증가</li> <li>- 다문화복지센터, 아시아교류협회 등 관련 다수 사단법인과 업무제휴 체결, 취약계층 대상 구독권 무료 배포</li> </ul> <p>→ <b>사회적 가치(사회통합)를 실현하는 소셜벤처 기업 육성</b></p>

### ○ 콘텐츠기업 성장 지원

- (창업도약) ▲중기 스타트업(창업 3년 초과~7년 이내)의 **新사업모델 발굴** 및 맞춤형 성장 프로그램 지원을 통한 경쟁력 강화(29.5억/20개사)
  - \* 매출액 242억원(14.6%↑), 수출 122만\$(신규), 투자유치액 106억원, 고용창출 198명 등
- (창업 재도전) 콘텐츠 분야 재도전 기업(재창업 3년 이내)에 대한 맞춤형 지원을 통한 재기 발판 제공 및 재창업 생태계 조성(9억/10개사)
  - \* 재창업 프로젝트 성공률 100%, 매출액 1,191백만원, 고용창출 45명 달성
- (동반성장 지원) 콘텐츠 민간 액셀러레이터·선도기업과 스타트업 간 협업을 통한 네트워크 확대 및 민간 주도 투자환경 조성(19억/45개사)
  - \* ▲대기업 연계-유효 사업협력(PoC) 33건 ▲액셀러레이터-매출 성장률 8%, 투자유치액 성장률 130%, 신규고용 142명 달성

### 추진실적 및 주요성과



- ① (창업도약) 애니메이션, 음악, 게임, 웹툰, AI, 수어 등 다양한 장르와 신성장 동력 등 스타트업 성장 지원사업 20개 진행 완수율 100%
  - ② 대기업 연계 스타트업 지원사업(콘텐츠 오픈이노베이션)
    - 사업협력 파트너사(대기업) 확대(21년 4개→22년 6개)를 통한 콘텐츠 스타트업 참여분야 확장 및 신사업 모델 발굴 확대
      - 기업육성 분야 미래전략 도출 간담회(22.2월 “신기술/DX 트렌드에 대한 적극적인 대응 필요”, 기존의 파트너십을 유지하면서 신규로 신기술/DX(디지털 트랜스포메이션) 분야 수요가 있는 파트너사들을 추가로 발굴하여 섭외(22.4월)
    - \* (전년 계속) 롯데컬처웍스(영화관 대안, 구독제), 메가박스(영화관 인프라), 롯데월드(놀이공원 공간활용, 캐릭터IP) (22년 신규) SK텔레콤(메타버스), 한화생명(버추얼휴먼), 국보디자인(DX)
- ☞ (22.11월 기준) 차년도 파트너사 재참여의사 100%, 차년도 파트너사-스타트업 계속 협업의사 67%(12개 스타트업 중 8개), 스타트업 만족도 4.67점(93.4점)
- 우수사례(대기업-중소기업 간의 상생과 협력)



기업명	주요내용
플레이더월드 (2021~2022 참여)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(롯데월드 협업) 공간을 활용한 신규 비즈니스 모델(테마파크 등) 주제에 대한 '아웃도어 체험형 미션게임 제작' 과제 수행 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매직아일랜드 할로윈 시즌 2.5만명 참여(22.9.2~11.4.), 롯데월드 민속박물관 1만명 참여(22.10.12.~11월 말 기준)</li> <li>* 할로윈 행사의 경우 이태원 참사로 조기종료</li> <li>- 협력사례를 바탕으로 동종업계(에버랜드), 지자체 등 계약성과 다수</li> </ul> </li> </ul>
플립션코리아* (2022 참여) *극초기(1년차 이하), 청년기업	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(한화생명 협업) 버추얼 휴먼 기술 활용 과제 수행 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 법인설립(22.3월) 이후 지원사업 참여(22.6월)</li> <li>- 1년차 매출 발생(26백만원), 해외 투자유치(프라이머사제 파트너스, 500,000USD), 신규고용 8명 등</li> <li>- 와이어스파크 창업경진대회 대상, 글로벌 KT상 우수상</li> </ul> </li> </ul>

### ③ 콘텐츠 액셀러레이팅 지원

- 민간 액셀러레이터 3개사 협력을 통한 33개 스타트업 발굴 및 육성
- 육성 스타트업의 전년대비 국내외 매출 증가율 6%, 투자유치 증가율 19% 달성
- 우수사례

기업명	주요내용
 디스플레이드	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 전세계 발달장애 예술가를 위한 글로벌 플랫폼 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2022년도 국내외 매출 약 10억원 달성, 총 2억원 투자유치</li> <li>- 대통령실 청사 로비 아트큐레이션 작품 전시</li> <li>- 신한은행 오픈이노베이션 ESG 부분 우승</li> </ul> </li> </ul>
 단하	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 전통을 기반으로 한 지속가능한 패션 콘텐츠 제작 및 서비스 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2022년도 국내외 매출 약 12억 달성</li> <li>- 파리 패션위크 데뷔 (한복 패션쇼 진행), LG유플러스 등 주요 대기업과 협업 진행</li> <li>- 문화체육관광부 우수문화상품 지정</li> </ul> </li> </ul>

### ○ 글로벌 진출지원

- (론치패드) 경쟁력 있는 스타트업 대상 해외 액셀러레이팅 프로그램 및 해외마켓 참가 지원을 통한 투자유치 및 해외진출 확대(14억원, 29개사)
- (스타트업콘) 콘텐츠 스타트업 특화 콘퍼런스 운영을 통한 인사이트 제공 및 스타트업 글로벌 교류, 진출 활성화(6억원)

### 추진실적 및 주요성과

#### ① (론치패드) 4개 권역 글로벌 액셀러레이팅 프로그램 및 해외마켓 참가 지원

구분	아시아	북미	중동	유럽
국가	싱가포르	미국	UAE	영국
액셀러레이터	어썸벤처스 (Awesome Ventures)	마인드더브릿지 (Mind the Bridge)	아스트로랩스 (AstroLabs)	더 베이커리 (The Bakery)
기간	'22.6~10	'22.8~10	'22.8~10	'22.12~23.3
마켓	테크인아시아('22.9)	CES('23.1)	GITEX('22.10)	MWC('23.2)
참가사	6개사	11개사	5개사	7개사

- 주요실적 : 국내외 139억원 투자유치, 비즈매칭 725건 지원을 통한 MOU 체결 11건, 법인설립 8건 등 추진

#### ② 콘텐츠 스타트업 콘퍼런스 스타트업콘 개최

- 일정 및 장소 : 22.10.25(화) ~ 10.26(수) / 코엑스
- 주요 내용 : 국내외 연사 초청 콘퍼런스, 워크숍, 전시, 배틀필드 및 네트워킹
- 주요 실적 : 총 36명 국내외 연사·패널·심사역 참가, 현장 참가자 총 912명(온라인 생중계 총 61,386회 노출, 총 5,896회 조회)

콘퍼런스/워크숍	배틀필드 (스타트업 피칭 경연)	네트워킹
 <ul style="list-style-type: none"> <li>· IP, 테크, 플랫폼, 금융 4개 주제 강연</li> <li>· 플뢰르 펠르랭 대표(코렐리아캐피탈), 무네아키 마스다(CCC 회장) 등 36명 연사의 27개 세션 운영</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 총상금 1억원</li> <li>· 스타트업 바이럴 경쟁피칭</li> <li>· 최종 3팀 및 특별상 1팀 수상(日 CCC연계 진행)</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 스타트업 유튜브 채널</li> <li>· EO 협업 네트워킹 파티</li> </ul>

- 콘텐츠 창업 지원 인프라 운영(서울 중구 소재/8.5개층·3,145평)
  - (CKL기업지원센터 운영) 다양한 콘텐츠 창제작을 위한 기업입주 공간(36호실) 및 제작지원시설(녹음·영상편집실, 스튜디오 등) 운영
  - \* CKL기업지원센터 입주기업 성과 : 매출액 13,319백만원, 신규채용 160명('22.11월 기준)
  - (비즈센터 운영) 비대면·디지털 전환 수요에 대응하기 위한 콘텐츠 스타트업 맞춤형 교육 및 컨설팅 프로그램(홍보·마케팅·법률·회계 등) 운영을 통한 입주기업 비즈니스 성장 지원
  - \* 역량 교육 15회(176명 참가), 진단 컨설팅 36회, 맞춤형 컨설팅 85회, 테마 및 투자 컨설팅 총 97개사 지원, IR 및 피칭 컨설팅 13개사 지원, 기획기사 65건, 보도자료 배포 71건 지원
  - (일자리센터 운영) 콘텐츠 분야 구직자의 취업역량 강화와 잡매칭 지원을 통한 일자리 지원(VR면접, AI역량검사, 메타버스 잡콘서트 개최 등 포스트 코로나 대비 맞춤형 취업 프로그램 강화)

### 추진실적 및 주요성과

#### ① (비즈센터 운영)

- CKL비즈센터 주요 운영 실적

내용	성과	내용	성과
사업화지원(입주기업)	36개사 지원	컨설팅(입주, 졸업, 지역 기업)	231개회 지원
전담 멘토링(입주기업)	7개사	데모데이(입주, 졸업, 지역)	8개사 참여
네트워킹(입주, 졸업, 지역 기업)	11회 개최	홍보지원(입주, 졸업)	138건(기획기사, 보도자료)
교육(입주, 졸업, 지역, 스타트업)	15회 개최	※ 입주, 졸업 및 지역기업지원센터 업체 등 지원 대상 확대	

- CKL비즈센터 신규 파트너사 확대

- 유망 콘텐츠 기업 육성을 위해 민간 콘텐츠 투자사 10개사와 업무협약 체결

\* 파트너사: 대교인베스트먼트, 대성창업투자, 로간벤처스, 롯데벤처스, 센트럴투자파트너스, 유니온 투자파트너스, 캡스톤파트너스, 킹슬리벤처스, 타임와이즈인베스트먼트, 플래티넘기술투자

- CKL 입주지원 기업 우수사례

#### \* 지니뮤직, 음악 AI 스타트업 주스 최대주주 된다 ('22.9.21)

- (주)주스: 음원 분석에서 음악 창작까지 고도화된 음악 AI 기술 보유 업체
- 입주기간: 2021.1.1. ~ 2022.10.11.
- 투자처: 지니뮤직, 주스의 구주 인수 및 유상증자(제3자배정) 참여, 지분 41.16% 인수
- 프로그램 지원 사례: 담임 멘토링 프로그램 참여를 통한 BM 설정 및 투자 유치 지원

② (일자리센터 운영) 취업역량 강화 프로그램 1,840명 참가, 280명 취업

프로그램	잡콘서트	취업스터디	잡담 멘토링	1:1 취업 컨설팅	일자리 페스티벌	참가자	취업자
개최 회수	8회	6회	25회	상시	6회	1,840명	280명
참가자	485명	85명	231명	485명	554명		



\* 대한민국 지방자치 경영혁신 엑스포 참가(3년 연속 대한민국 일자리 어워드 장관상 수상)

< 콘텐츠 인재 양성 >

- 콘텐츠 분야 융합형 전문인재 양성을 통해 K-콘텐츠 지속 성장이 가능한 콘텐츠 산업 토대 조성
- (창의인재동반) 드라마·영화·공연·음악·웹툰 등 콘텐츠분야 진출을 희망하는 예비창작자에게 현장 체험 기회와 전문가 멘토링 제공  
→ 우수 창작자 육성 및 프로젝트 사업화 지원 강화
- \* 현장(전문가, 수료생, 멘토 등) 의견수렴을 통한 사업발전 방안 논의



콘텐츠 창의인재양성 현장 간담회 개최(2022.7.8.)

- \* 선배 창작자 특강을 통한 교육생 역량 강화 및 네트워킹 프로그램 운영(3일간, 97명)



2022 콘텐츠 창의인재동반사업 창작자 특강 및 네트워킹 개최(2022.8.30.~9.1)

- \* 사업홍보, 성과공유를 위한 청년정책박람회 부스 운영(2일간, 300명)



2022년 청년의날 기념 청년정책박람회 참가(2022.9.17.~9.18)

- \* 콘텐츠 인재양성사업 성과 전시 및 통합발표(2일간, 850명)





2022 콘텐츠 인재양성사업 통합 성과발표회 개최(202211.17~11.18)

- (원캠퍼스) 산학연관 협력 프로젝트 교육, 융복합 콘텐츠 과정운영, 프로젝트 후속 지원을 통한 **교육생 경험 확대 및 대외 홍보**

\* 광주 ACE Fair 콘텐츠원캠퍼스 공동관 참가(9개 프로젝트), 체험 관람객 4,700명 이상



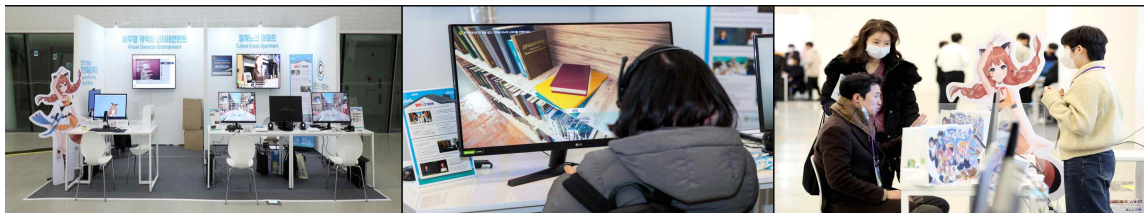
2022 광주 ACE Fair 콘텐츠원캠퍼스 공동관 참가(9.22~25)  
광주대학교, 중앙대학교 우수 프로젝트 선정(원장상 수여)

\* 공모전 등 홍보 지원 통한 해외 영화제 참가 지원(티저영상·포스터 제작)



RAINDANCE IMMERSIVE AWARDS 'BEST IMMERSIVE EXPERIENCE' 선정  
한국예술종합학교 영국 <레인댄스 영화제> 참가

\* GLS(Game Level-up Showcase) 참가 통한 게임업계 소통 강화



계원예술대 <버추얼캐릭터 엔터테인먼트>, 차의과학대 <컬처노크 아파트> 프로젝트  
게임업계 관계자 등 421명 참가

○ 콘텐츠 장르별 문화기술 전문인력 양성(콘텐츠임팩트) 교육과정 외부 기관 및 전문가와의 협업

- 자이언트스텝, RBW 등 국내 주요기업, 대학 등 전문가 35명 참여

○ 비대면 온라인 교육 강화로 교육 접근성 확대

- (현업인 재교육) 온/오프라인 교육 병행, 전년 대비 교육 수혜자수 7% 증가('21년 5,838명 → '22년 6,276명)
- (에듀코카 운영) 770편 운영(정규 287과정, 열린과정 483편), 전년 대비 정규과정 수료 36% 증가 ('21년 35,503명 → '22년 48,243명)

### 인재양성 주요실적

#### □ 창의인재 동반사업

- 창작 분야의 전문가(멘토)를 통한 도제식 멘토링 지원
  - 2022년 지원현황(17개 기관, 445명 수료)

No.	주관기관	과 제 명	멘토 (명)	멘티 (명)
1	<a href="#">토리컴즈 주식회사</a>	웹툰기획창작자(웹툰PD) 전문인력양성	13	26
2	<a href="#">순천향대학교 산학협력단</a>	LEVEL UP Together Next-게임산업 전문 멘토들과 함께 성장하는 게임 전문 멘토링 프로그램	13	26
3	<a href="#">사단법인 한국독립애니메이션협회</a>	크로스오버 애니메이션 창작인력 육성 프로젝트	13	26
4	<a href="#">사단법인 한국영화 프로듀서조합</a>	영화영상 콘텐츠 뉴노멀 트렌드 대비 창작자 양성 사업	13	26
5	<a href="#">사단법인 한국뮤지컬협회</a>	New 뮤지컬 크리에이터 양성 프로젝트	13	26
6	<a href="#">재단법인 춘천인형극제</a>	인형극 창작예술가 양성과 극단 창단을 위한 인형극학교	12	26
7	<a href="#">주식회사 알비더블유</a>	K-pop 콘텐츠 크리에이터 인큐베이팅 프로젝트	13	26
8	<a href="#">락킨코리아 주식회사</a>	글로벌 진출 웹툰 IP 창작인력 양성 프로젝트	13	26
9	<a href="#">주식회사 켄블로</a>	K-보드게임 국내외 시장 진출 프로젝트	13	26
10	<a href="#">주식회사 만화가족</a>	도제식 멘토링 교육을 통한 웹툰 제작 및 프로작가 연재데뷔	13	27
11	<a href="#">한양대학교 산학협력단</a>	Into the Creation!_2022	13	26
12	<a href="#">주식회사 하우엔터테인먼트</a>	인디 게임 개발자 양성 멘토링	14	28
13	<a href="#">(주)스토리숲</a>	노블코믹스 원천IP발굴을 위한 웹소설 작가 양성 도제식 프로그램	13	26
14	<a href="#">사회복지법인 하트-하트재단</a>	융합예술콘텐츠 인터랙티브아트창작자양성사업	13	26
15	<a href="#">사단법인 한국시나리오작가협회</a>	KSWA 확장가능형 원천 IP 개발 프로그램	13	26
16	<a href="#">에이치제이컬처 주식회사</a>	"Make a Creative" 우수 공업콘텐츠 크리에이터 양성 프로젝트	13	26
17	<a href="#">주식회사 윤소그룹</a>	코미디 크리에이터 양성 플랫폼 구축	13	26
합계			221	445

#### <주요성과 사례>

		
창의인재 이윤정(22년 수료)	창의인재 박진주(22년 수료)	창의인재 최은수(22년 수료)

드라마 OST <어게인 마이 라이프> 작곡 SBS 방영, <b>최고 시청률 12.0%</b>	<b>&lt;히트싱어&gt; 선미편 우승,</b> 싱글앨범 <이별 중인 너에게> 발매	뮤지컬 <리피티드> 작사/작곡 <b>2022년 일본군 '위안부' 피해자 관련          청년 작품공모전 국무총리상 수상</b>
		
창의인재 문지원(13년 수료) 드라마 <이상한 변호사 우영우> 극본 ENA 방영, <b>최고 시청률 17.5%</b> <b>넷플릭스 세계 20개국 1위</b>	창의인재 홍준표(16년 수료) 애니메이션 <태일이> 감독 <b>제46회 프랑스 안시국제애니메이션          영화제 콩트르상 심사위원특별상 수상</b>	창의인재 김민석(16년 수료) 웹드라마 <소년심판> 극본 넷플릭스 방영, <b>2022년 백상예술대상          TV부문 극본상 수상</b>




## □ 콘텐츠원캠퍼스 구축운영

○ 산학연관 협력 프로젝트 교육 및 융복합 콘텐츠 교육 커리큘럼 운영(22.12월 기준)

번호	과제명	주관기관	장구과정 (명)	프로젝트 (개)
1	한국적 스토리텔링을 활용한 실감형 융합콘텐츠 교육 프로젝트	경희대학교 산학협력단	90	4
2	XR 버추얼 공연제작과 AI 콘텐츠 교육 융합 프로젝트	계원예술대학교 산학협력단	70	2
3	화인(華人) 식문화 VR 실감콘텐츠와 가상박물관	광주대학교 산학협력단	34	1
4	사회 약자 인식 개선(Barrier-Free) 실감 콘텐츠 구축 및 전문 인력 양성 프로그램	남서울대학교 산학협력단	130	1
5	블류메트릭 캡처를 활용한 케이팝 버추얼 뮤직비디오 제작	동아방송예술대학교 산학협력단	43	1
6	3D 디지털트윈 기반 목포근대역사문화공간 실감형콘텐츠 제작 융복합 인재양성	목포대학교 산학협력단	31	2
7	백제금동대향로 웹툰 스토리텔링 기반 메타버스 구현 및 콘텐츠 창작 융합교육 프로그램	<a href="#">상명대학교</a> <a href="#">천안산학협력단</a>	102	3
8	문학체험을 위한 실감오디오북 in 메타버스	서울예술대학교 산학협력단	49	2
9	장애인 핸드볼팀 스페셜올림픽 도전 실화 기반 융복합콘텐츠 개발	서원대학교 산학협력단	64	3
10	음성-모션 기반 인공지능 환자 반응형 수혈 간호술 가상현실 콘텐츠 개발	순천향대학교 산학협력단	124	1
11	시민과학 기반 생태연구 융복합 콘텐츠 구축	이화여자대학교 산학협력단	22	2
12	메타버스 실감공연 프로젝트 - “제주민요 콘서트 瀛州十景歌”	제주한라대학교 산학협력단	48	1
13	버추얼프로덕션기반, 디지털휴먼과 실제 공연자가 함께 어우러지는 실감형 전통공연 콘텐츠 및 교육프로그램 개발	중앙대학교	150	1
14	XR기반 기능성 캠페인 콘텐츠 제작 및 스마트 헬스케어 융합인재 양성	차의과학대학교 산학협력단	80	3
15	실감형 융합콘텐츠 교육프로젝트 [실버세대 감성 놀이터_판타지박스]	청운대학교 산학협력단	77	1
16	트렌스미디어 콘텐츠 세계관 '빌리버스' 개발을 기반으로 웹툰&웹소설 디지털트윈 캠퍼스 구축	한국영상대학교 산학협력단	67	2
17	버추얼 프로덕션 기반 콘텐츠 창제작을 통한 융복합 예술 교육	한국예술종합학교 산학협력단	70	1
18	발달장애인 사회성 향상을 위한 인공지능 대화형 VR교육플랫폼	한라대학교 산학협력단	55	3
19	IC-PBL M유형을 활용한 산학협력 선순환 시스템 기반 문화콘텐츠 융복합 인재 양성 사업	한양대학교 에리카 산학협력단	68	4
계			1,374	38



<주요성과 사례(18년 ~ 22년)>

		
<p>&lt;레인 프루츠(Rain Fruits, '19한예중)&gt; 2020 칸국제영화제 XR부문 공식 초청</p>	<p>&lt;허수아비, '19한예중&gt; 2020 선댄스영화제 프런티어 액시비션 초청</p>	<p>&lt;Healing Space, '20차의과학대&gt; 2020 XR그랜드 챌린지 2위(NIPA)</p>
		
<p>&lt;펜필키친, '20한예중&gt; 제24회 부천국제판타스틱영화제 BFAUnity Short Film Challenge 최고상</p>	<p>&lt;힐링 플래닛, '21차의과학대&gt; 2021 함께하는 기업 어워드&amp;CSR 필름페스티벌 보건복지부 장관상</p>	<p>&lt;넷플릭스 오리지널 한국드라마 스토리텔링 전략, '21한양대 어리카&gt; 프로젝트 결과를 e-Book 출간</p>
		
<p>&lt;DelVR, '22남서울대&gt; 메타버스 개발자 경진대회 장려상</p>	<p>&lt;컬처노크 아파트, '22차의과학대&gt; 코아메타버스 유망 과장통부 장관상 XR대이스콘츠 아이디어경진대회장상점</p>	<p>&lt;버추얼캐릭터 랫시, '22계원예대&gt; 아이디어융합팩토리 데모워크 우수상</p>

□ 콘텐츠 문화기술 전문인력 양성

○ 창의적, 혁신적 인재양성을 위한 협업 프로젝트 기반 융복합 교육과정 운영(203명)

번호	교육주제	과정명	프로젝트수	교육인원
1	과학기술×미디어아트	다빈치 프로젝트	9	47
2	감성인식기술×인터랙티브 콘텐츠	콘텐츠, 공감하다	2	9
3	인공지능×하이브리드 콘텐츠	AI Meets Hybrud	3	10
4	공연기술×라이브퍼포먼스	Future on the Stage	9	44
5	우수프로젝트 후속지원		8	42
6	산업연계형 프로젝트 개발		13	51
합 계			44	203

			
<p>데모데이 &lt;22콘텐츠쇼케이스&gt; 개최('22.11)</p>	<p>(우수프로젝트 후속지원) 음악 창작 온라인 서비스 'MUSAIN' 론칭</p>	<p>(VR콘텐츠) '실감형 콘텐츠 The Bus' 멕시코영화제 &lt;Minutos De Terror 2022, Sustefest&gt; 올해 최고 국제 단편영화 선정</p>	<p>(공연기술) '로로와 함께 떠나는 사파리 어드벤처' 음감아트(법인전황) '선대인경제연구소' 투자유치(1억 원)</p>

□ 미흡 원인분석 결과 : 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항

○ (콘텐츠 기업육성) 스타트업 패스트트랙 지원체계 도입



- 성장단계별 지원체계(창작-초기창업-도약·성장-해외진출)를 구축하고 있으나, 단년도 비연속적 지원에 따른 제도적 한계 진단
- 단계별 지원사업 평가 결과, 유망 스타트업은 다음 단계 연속 지원으로 성공 가능성 제고 및 초격차 스타트업 발굴 확대

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	19점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(기업육성) 콘텐츠 창작 및 초기창업 육성, 기업성장 지원, 해외진출 지원, 창업지원 인프라 운영 등 <b>당초 계획대로 이행</b></li> <li>○(인재양성) 콘텐츠 인재양성 교육운영기관 선정 및 교육생 선발, 교육이행 및 중간점검, 성과발표회 등 <b>당초 계획대로 이행</b></li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	26점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(기업육성) 창업지원 프로그램 참여기업 <b>평균 매출 증가율은 신규 지표로</b>, '20년 콘텐츠산업 전체 매출 증가율이 1.2%임에도 코로나 이후 일상회복과 K-콘텐츠의 경쟁력을 고려, 적극적 목표(5%) 설정               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수요자 맞춤형 기업지원을 통해 <b>평균매출 증가율 18.7% 달성(목표대비 13.7%p↑)</b></li> </ul> </li> <li>○(인재양성) ① 콘텐츠 인력양성 인원은 목표 1,740명 대비 2,022명 교육 수료 116% 달성                ② 콘텐츠 인력양성 만족도 점수는 목표 88.2점 대비 90.9점으로 전년대비 만족도 점수 2.6점 상승('21년 88.3점→'22년 90.9점)</li> </ul>
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점 23점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(기업육성) 성장단계별(창작-창업-도약-발전-해외진출) 기업육성 및 인프라 지원을 통한 콘텐츠 산업 성장 및 일자리 창출 견인               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (매출) 창업지원 프로그램 평균 매출 증가율 18.7% 달성 / (일자리) 취업지원 프로그램 참여자 1,840명, 취업자 280명*</li> <li>* '21년 프로그램 참여자 1,534명, 취업자 257명</li> <li>- (사회적 가치 실현) 사회통합, 복지, 안전, 지역경제 및 상생과 협력 등 사회적 가치를 실현하는 지속가능한 콘텐츠 산업 생태계 조성 도모(→ 콘텐츠 소셜벤처 육성, 대기업과 스타트업 간 오픈이노베이션 지원)</li> </ul> </li> <li>○(인재양성) ▲ 지역콘텐츠 교육기관을 확대 하여 융복합 콘텐츠 교육격차 해소 및 지역 인재 양성에 기여 ▲ 체계적 멘토링교육 운영 및 성과발굴 사업추진으로 전년대비 2.25% 상승한 318건의 성과 창출 ▲ 현장 수요를 반영한 문화기술 전문인력 양성사업 추진으로 22년 55건의 성과 창출</li> </ul> <p>⇒ 콘텐츠 분야 인재와 기업 육성을 통해 지속 가능한 콘텐츠산업 발전기반을 조성함으로써, 'K-콘텐츠의 매력을 전 세계로 확산(국정과제 58)'하기 위한 마중물 역할 수행</p>
	①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점)	① 16점	
	②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점)	② 4점	
③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)	③ 3점		

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	8점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(기업육성) 콘텐츠 기업 성장단계별 지원 및 인프라 제공에 따른 매출 증대, 투자유치, 일자리 창출 등 경제성장 기여와 더불어 사회적 가치실현을 통한 K-콘텐츠 성장 기반 조성</li> <li>○(인재양성) 코로나19 확산에 대비하여 자체 점검을 통해 콘텐츠문화광장 대관 운영방식 다변화(비대면 행사지원, 지원사업 연계 대관, 대관공고 조기시행 등)</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	7점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(기업육성) ▲ 기업육성 분야 미래전략 도출 간담회(22.2월)를 통해 도출된 수요(신기술/DX 분야 대응)를 오픈이노베이션 지원사업 파트너사 발굴시 반영 ▲ 현장수요를 반영한 차년도 사업계획 수립예정(패스트트랙 도입, 통합 데모데이 운영 등)</li> <li>○(인재양성) ▲ 콘텐츠 인력양성 사업 추진을 위한 운영위원회 구성·운영(2개 과정 3회) ▲ 교육과정 전문가 의견수렴(3개 과정 19회), 교육과정 수요조사(3개 과정 6회, 현장방문 24회, 실무자 간담회 4회) ⇒ 현장중심 맞춤형 교육과정 운영 및 상시 지원플랫폼(네이버웍스, MS팀스) 운영, 현장방문 의견수렴 등 현장 적극 의견 반영</li> </ul>

## (1) 평가결과

## 〈연도별 사업 예산〉

(단위:억원)

구 분	2020년	2021년	2022년	소 계
모태펀드 문화계정	1,130	1,148	1388	3,666
완성보증	200	250	300	750
이차보전 지원	16	16	20	52
소 계	1,346	1,414	1,708	4,468

## □ 총평

- (정책금융 지속 확대) 최근 5년간 연평균 4,421억원을 콘텐츠 산업에 지속 공급으로 콘텐츠산업의 매출, 수출 및 고용 지속 확대에 기여

## ■ 최근 5년간 정책금융 공급액('18~'22)

(단위 : 억원)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	5년 평균증가율
모태펀드 결성액	2,416	1,968	2,438	2,548	2,488	0.7%
완성보증 공급액	1,079	1,295	1,434	1,847	2,000	16.7%
이차보전 대출액	136	489	544	644	780	54.8%
합 계	3,631	3,752	4,416	5,039	5,268	9.8%

- (모험투자) 「콘텐츠 산업 3대 혁신전략(19.9.17)」에 따른 모험투자펀드\* (20~22년간 4,500억원 목표) 조성 완료 (20년 874억원 '21년 1,857억원 '22년 2,088억원 조성)

\* 제작초기 및 소외장르 등 위험도가 높은 투자기피 영역에 과감히 투자하는 정책성 펀드로, 민간자본 추가유치 등을 통해 총 4,819억원을 조성하여 계획 대비 7.1% 초과 달성

- (IP확보 지원) 콘텐츠 기업의 IP확보 지원을 위한 펀드 신설 및 보증 우대 프로그램 등으로 콘텐츠기업의 지속 성장기반 지원
- (드라마 펀드) 제작사가 단독 IP를 소유하거나 OTT사업자와 IP를 공동으로 보유하는 프로젝트 투자하는 '드라마펀드(22.8월 400억원)' 조성

- (콘텐츠 IP 보증 우대) 우수 콘텐츠 IP 확보 지원을 위해 콘텐츠 IP를 활용한 프로젝트 제작사업에 대해 보증우대 프로그램\* 운영('22.9, 기보)

\* 최고 보증한도(30억원) 적용, 심사조건 완화(기술사업평가 A등급 이상 → BBB 이상)

- (자금조달 애로 해소) 완성보증 및 이차보전 공급 확대를 통해 콘텐츠 기업의 자금조달 애로를 해소하고 콘텐츠 창·제작 활성화 지원

- (완성보증 확대) 콘텐츠기업 대상 완성보증\* 신규공급 규모 지속 확대

\* (공급규모) '19년 1,295억원, '20년 1,433억원, '21년 1,847억원, '22.11월 2,000억원

- (이차보전) 고금리시대 영세 콘텐츠 기업의 이자 부담 완화를 지원하기 위한 이차보전 지원규모 지속 확대

\* (기준금리) '21.10월 0.75% → '22.4월 1.5% → '22.8월 2.5% → '22.11월 3.25%

구 분 (억원)	'19년	'20년	'21년	'22년
이차보전 지원 대상 대출액 규모	488.8	544.4	644	780

- (가치평가 고도화) 가치평가모형 개선 등 평가의 신뢰도 제고를 통해 담보 능력이 부족한 창업초기 기업의 아이디어가 사업화될 수 있도록 지원

\* (평가분야) 게임, 영화, 방송, 애니, 뮤지컬, 웹툰, 콘서트, 음악, 이러닝

- (가치평가 인력양성) 가치평가 전문자격제도 도입 검토 등 가치평가 전문인력양성 방안 연구 실시('22.11월)

- (복합금융 신설) 콘진원-신보 협약으로 대형화되는 제작비 조달 지원을 위해 가치평가와 연계한 투자+융자 복합금융 상품 출시

\* 한국콘텐츠진흥원-신용보증기금 콘텐츠 투자지원 활성화를 MOU 체결('22.11.)

- (현장 소통 노력) '23년 모태펀드 확대 방안\*에 대한 의견 및 애로 사항 청취 등 투자사 간담회 개최로 소통강화('22.6.27., 1차관 주제)

\* 세계적인 콘텐츠 IP 보유기업 육성 및 K-콘텐츠의 글로벌 시장지배력 확대 추진을 위한 6종 펀드 조성 (①IP펀드 ②유니콘 펀드 ③소외장르 펀드 ④벨류 펀드 ⑤M&A펀드 ⑥문화일반펀드)

- (투자협력 체계 구축) 모태펀드 문화계정 투자 운용사 26개사와 가치평가 프로젝트의 투자검토 활성화를 위한 투자 협의체\* 결성('22.4)

\* 가치평가 완료 프로젝트 대상 문화계정 투자 협의체(26개사) 추천을 통한 투자 유치

□ 주요성과

- (산업성장 견인) 모태펀드, 완성보증 등 '22년 5,268억원의 자금을 시장에 공급  
→ 콘텐츠산업 5년간 연평균 매출 48%, 수출 11.4%의 높은 성장세를 견인  
\* 최근 5년간 2조 2,106억원(연평균 4,421억원)의 정책금융 공급

■ 국내콘텐츠산업 현황		* 출처: 콘텐츠산업조사(문체부), 반기별 콘텐츠산업 동향분석(콘진원)				
구분	2017	2018	2019	2020	2021 <sup>e</sup>	'17~'21 연평균 증가율
매출(단위: 조원)	113.2	119.6	126.7	128.3	136.4	4.8%
수출(단위: 억달러)	88.1	96.2	102.5	119.2	135.8	11.4%
고용(단위: 만명)	64.5	66.7	68.3	64.2	65.0	0.2%




- (산업 활력) 자금조달이 어려운 창업초기 기업 및 제작초기 프로젝트에 투자, 성공사례 지속 창출 → 시장실패 적극 해소로 산업에 활력  
\* 코로나19 이후 첫 천만 관객을 돌파한 <범죄도시2>는 코로나19 인해 투자 유치에 어려움을 겪었으나 콘텐츠 가치평가를 통해 문화계정 펀드 20억원 투자로 흥행 성공
- (창업기업 지원) 모태펀드 창업 3년 이내 기업 투자금 비율 47.6%\*, 완성보증 창업 7년 이내 기업 지원건수 비율 60.6%\*\*  
\* 모태펀드 문화계정 투자금액 비율('06~'29 누적) : 창업 1년이하 25.0%, 창업 1~3년이하 22.6%  
\*\* 완성보증 창업 7년 이내 기업 지원건수비율: ('20) 55% → ('21) 61.2% → ('22) 65.0%, 3년 평균 60.6%
- (연관 산업 성장 견인) 정책금융 지속 확충은 혁신적 아이디어의 사업화 지원을 통한 콘텐츠 기업 및 산업의 성장은 물론 연관 산업 성장에도 기여  
- (파급효과) 콘텐츠 산업은 소비재 수출 촉진, 관광 활성화 등 연관산업 성장 견인\*하는 대표적인 대한민국 미래 먹거리 산업으로,  
\* 콘텐츠 수출 1억 달러 증가 시 소비재 수출 1.8억 달러 증가 ('22년, 한국수출입은행)  
- (선순환적 생태계 조성) 정책금융 확대는 ①국·내외 투자 확대 유도 → ②양질의 콘텐츠를 지속 생산하는 선순환 산업 생태계 조성에 기여할 것으로 기대

□ 미흡 원인분석 결과 : 해당없음




□ 개선보완 필요사항 : 해당없음

■ 정책금융 공급 성공사례

◎ (완성보증) K-콘텐츠 대표 장르 집중 육성

	<p>(콘텐츠명) 오징어게임 시즌2                  (장르) 방송(OTT)                  (제작사) ㈜퍼스트맨스튜디오                  (금액/시기) 14.3억원/22.10월                  (지원성과) 시즌1의 전세계적인 흥행에 힘입어 시즌2 제작 지원</p>
	<p>(콘텐츠명) 닥터로이어                  (장르) 방송(드라마)                  (제작사) ㈜몽작소                  (금액/시기) 14.3억원/22.5월                  (지원성과) 방영기간내 MBC 드라마 중 유일하게 드라마 부문 TV 화제성 TOP10에 랭크(평균/최고시청률: 6.1%, 7.3%)</p>
	<p>(콘텐츠명) TXT 월드투어 ACT:LOVESICK                  (장르) 공연(콘서트)                  (제작사) ㈜애플우드크리에이티브(설립: '17.1월)                  (금액/시기) 16.2억원/22.8월                  (지원성과) 월드투어(13개 도시, 19회 공연 중) 중 아시아 3개국 (태국, 인도네시아, 대만) 4회 공연 성공적 마무리</p>

◎ (모태펀드) 제작초기, 스타트업 기업 투자 성공사례

	<p>[ 콘텐츠 제작기업 '케나즈' ]                  ○(투자내역) 문화계정 7개 조합에서 '18년부터 54억원 투자                  ○(투자성과)                  - 아마존재팬, 북라이브 등 신규 플랫폼과 계약을 통해 일본 웹툰 시장으로 확장을 진행 중이며, '21년에 총 15편의 신규 웹툰을 런칭하고 총 28건의 웹툰을 해외시장에 수출함                  - 문화계정 6개 자조합에서 총 83억원 회수완료 (현재까지 수익배수 1.53배)</p>
	<p>[ OTT플랫폼 '왓차' ]                  ○(투자내역) 문화계정 5개 조합에서 '18년부터 55억원 투자                  ○(투자성과)                  - '21년 660억원 매출을 달성했으며, 음원/음반제작을 통한 사업 다각화를 위해 왓차의 자회사와 MBC 자회사 간 합병 완료                  - '22년 왓차웹툰 서비스를 통해 루드비코, 서나래, 김양수 등 인기 작가들의 신작과 인기작까지 다채로운 라인업 공개</p>
	<p>[ 비에이엔터테인먼트 '범죄도시2' 영화 프로젝트 ]                  ○(투자내역) 문화계정 4개 조합에서 '20년부터 20억원 투자(제작 초기 콘텐츠가치평가를 통해 가치평가연계펀드에서 5억원 투자)                  ○(투자성과)                  - Covid19로 인해 관객이 부진한 가운데에서도 '22년 개봉 후 국내 1,269만명 관람                  - 모태펀드에서 총 20억원 투자하여, 총 64억원 회수완료(수익배수 3.20배)</p>



## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	19점	<ul style="list-style-type: none"> <li>· '22년 성과관리시행계획에 의거 모태펀드 문화계정의 자펀드 조성, 이차보전사업 및 완성보증 공급 등 일정대로 충실히 추진</li> <li>- 또한, 신용보증기금과 협약을 통해 '복합금융' 신설('22.11 가치평가와 연계한 투자+융자 복합금융상품 출시) 및 콘텐츠 특화보증 제도 운용('22년 공급 목표액 100억원)</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	24점	<ul style="list-style-type: none"> <li>· '22년 모태펀드 문화계정의 자펀드 결성액은 2,488억원으로 달성 목표액 2,271억원 대비 <b>109.5% 달성</b></li> <li>- 최근 3년간 결성금액의 평균값을 반영하여 목표치를 설정함으로써 대내외적 정책변화로 인한 일시적인 가변성 최소화</li> <li>* '19~'21년 모태펀드 결성금액 평균 2,271억원 (문체부 단독출자 기준으로 당해연도 결성금액)</li> <li>· '22년 이차보전금 수혜업체수는 237개소로 목표 업체수 220개소 대비 <b>107.7% 달성</b></li> <li>- '22년 예산계획규모(20억) 대비 지원가능 규모 및 콘텐츠기업 수혜 확대 필요성을 반영하여, 이차보전지원 업체 수 산정('22년 이차보전 대상 대출액 규모 780억원)</li> <li>· '22년 완성보증 공급액은 공급목표 2,000억원 대비 <b>105% 달성예정</b></li> <li>- '22년 목표액은 전년 대비(1,800억원) 11% 확대한 수치로, 11월말 현재 100% 규모를 달성하여 연말까지 약 105% 달성 예상</li> </ul>
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점 29점	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 콘텐츠산업은 완성 및 흥행 불확실성(고위험)으로 민간재원 유입이 저조한 분야이나, 모태펀드·완성보증 확대 및 개선, 운용을 통한 적극적인 정책금융지원으로 지속적·안정적인 기업의 필요자금 공급</li> <li>- '22년 5,268억원 등 최근 5년간 2조 2,106억원(연평균 4,421억원)의 자금을 콘텐츠 산업에 지속적 공급</li> <li>- 콘텐츠기업 대상 완성보증 신규공급 규모 지속 확대</li> <li>* '19년 1,295억원, '20년 1,433억원, '21년 1,847억원, '22.11 2,000억원</li> <li>- 이차보전사업을 통해 콘텐츠 기업의 이차부담 경감</li> <li>* '19년 250개소, '20년 232개소, '21년 331개소, '22년 237개소</li> <li>· 창업초기 기업에 모태펀드의 적극적인 투자 집행 및 완성보증 공급으로 성장잠재력을 가진 콘텐츠 기업의 성장 견인</li> </ul>
	①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점)	① 19점	
②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점)	② 5점		
③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)			

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
		③ 5점	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화계정 창업 3년 이내 기업 투자비율 47.6%, 창업 7년 이내 기업에 완성보증 공급건수의 60.6% 지원('20~22년 평균)</li> <li>· 정책금융은 국정과제 58번(K-콘텐츠의 매력을 전 세계로 확산) &lt;실천과제 1&gt;의 핵심 과제</li> <li>- 모태펀드 문화계정, 완성보증 공급, 이차보전 지원은 정책금융 주요 수단으로, 펀드 결성액 및 이차보전 지원 업체수 등 설정한 목표를 달성하여 국정과제 완수에 기여</li> <li>- 콘텐츠 정책금융 공급은 「2022년 경제정책방향(기재부)」 과제로 선정되어 콘텐츠 산업을 통한 경제성장의 핵심역할 수행</li> </ul>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	8점	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 별도로 자체평가 결과 개선조치사항 및 지적사항은 없었으나, 자체적으로 모태펀드 투자 및 결성현황, 완성보증 공급액, 이차보전 수혜업체수 등에 대해 매월 실적 점검을 통하여 코로나19로 인해 어려움을 겪는 콘텐츠 기업을 적극 지원</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	8점	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 모태펀드 운용 관련 업계 간담회 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현장 애로사항 청취 등 의견수렴 (2.17, 2.11, 5.13, 6.10, 6.27, 7.20, 10.5)</li> <li>- 1차관 주재 '23년 모태펀드 확대 방안*에 대한 의견 및 애로사항 청취 등 투자사 간담회 개최로 소통강화 ('22.6.27.)</li> </ul> </li> <li>· 완성보증, 이차보전 사업운동을 위한 업무관계자(금융기관, 보증기관, 콘진원 등) 의견수렴 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현장 애로사항 청취, 집행현황 점검 등(수시, 유선)</li> </ul> </li> <li>· 정책협의네트워크(금융분과) 총 6회 진행 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 산업소분과 (2월, 9월) : 콘텐츠 장르별 총 17개사</li> <li>- 투자소분과 (5월, 11월) : 한국벤처투자, 가치평가연계펀드</li> <li>- 융자소분과 (2월, 11월) : 신보, 기보, 기업은행</li> </ul> </li> <li>· 현장요구에 따른 문화계정 투자 협의체 구성 및 운영, 대형화되는 제작비 증가 추세에 따른 복합금융 신설, 코로나 19로 인해 제작에 어려움을 겪는 기업들에 대한 보증 만기연장 등 실시</li> </ul>

## &lt;최근 3년간 문화체육관광부 문화기술 관련 예산편성 현황&gt;

(단위: 백만원)

분야	사업명	2021년	2022년	2023년
문화기술 R & D	CT기반조성	8,020	5,105	5,600
	문화기술연구개발	56,779	57,085	58,113
	문화콘텐츠 R&D전문인력양성	6,201	8,275	5,500
	지역연계 첨단 CT실증사업	8,760	11,100	4,400
	글로벌 가상공연 핵심기술개발	-	2,595	3,700
	메타버스 콘텐츠 IP 핵심 기술개발	-	-	3,300
	문화체육관광 R&D 기획평가관리사업	-	5,111	5,133
	<b>합계</b>	<b>79,760</b>	<b>89,271</b>	<b>85,746</b>
실감콘텐츠 (신기술융합콘텐츠) 산업 육성	실감형 콘텐츠 제작지원	17,764	23,885	20,000
	실감형 콘텐츠 기업지원 인프라 운영	4,465	4,465	4,465
	실감형 콘텐츠 향유 인프라 조성	8,400	4,400	7,400
	실감형 콘텐츠 사업화 지원	3,052	2,094	2,123
	실감형 콘텐츠 창작자 양성	7,000	7,000	-
	실감형 광화문 프로젝트	14,000	6,400	6,400
	인공지능 연계 콘텐츠 확산 기반 조성	4,300	-	-
	5G 위치 기반 실감서비스 개발지원	3,600	-	-
	IP 연계 실감형 콘텐츠 제작 및 체험 지원	-	6,000	-
	융복합 특수영상 콘텐츠 클러스터 구축사업	-	3,000	-
	정읍사공원 실감형 콘텐츠 제작 지원	-	500	-
	한류메타버스전당 조성	-	-	200
	<b>합계</b>	<b>138,741</b>	<b>57,752</b>	<b>40,588</b>

## (1) 평가결과

### □ 총평

- (투자 대비 높은 성과) '22년 문화콘텐츠산업 분야 R&D 예산(893억원)은 국가 전체 R&D 예산(29.8조원)의 0.29% 비중이나, 특허·사업화 성과 비교 시 국가 R&D 평균 대비 2~3배 높은 성과 달성

※ 참고 : 국가 R&D vs 문화콘텐츠 R&D 사업성과 비교




구분		기술적 성과			경제적 성과
		특허출원	특허등록	합계	사업화(건)
문화기술 연구개발	3년간('19~'21) 발생 성과	610	368	978	716
	3년간('19~'21) 10억원당 성과 (총 1,902억원)	3.21	1.93	5.14	3.76
국가 R&D	'20년 발생 성과	36,404	23,942	60,346	28,800
	'20년 10억원당 성과 (총 23조 8,8803억원)	1.52	1.00	2.52	1.38

- (신기술융합콘텐츠 육성) 기술 발전에 따른 콘텐츠 신시장으로 급부상하고 있는 신산업을 육성하기 위한 기업 종합 지원 및 수요 확산 사업 추진을 통해 국내 콘텐츠시장 성장 견인
  - 기업 인프라 제공(뉴콘텐츠기업지원센터 이전개관 및 융복합콘텐츠 클러스터 구축 지원), 제작(14개 과제) 및 사업화 지원, 해외 체험관 및 진출 지원 등 단계별 맞춤형 지원

### □ 주요성과

- (콘텐츠산업 성장 지원) 시장수요가 높은 신기술 분야(메타버스, 확장현실(XR), 인공지능(AI) 등) 집중 투자를 통해 콘텐츠산업 기술적 기반 마련
  - \* '22년 893억원의 예산을 지원하여 ▲경제적 파급효과 2.41배, ▲고용유발효과 1억원당 0.81명, ▲투자대비 비용편익 1.72배를 달성하는 등 질적·양적 모두 지속적으로 성장 중

- (기업맞춤형 기술개발) 콘텐츠 기업이 현장에서 실제로 필요로 하는 기술 R&D 지원('22년 17건, 49억원), 우수 성공사례 창출

기업주도형 과제(자유공모) 대표사례	
	<p>○ <b>이모티브</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 모바일 게임 기반 주의력결핍 과잉행동장애(ADHD) 아동을 위한 자가 진단 및 인지강화 솔루션 개발</li> <li>- 디지털 치료제 '스타러커스(Star Ruckus)'로 CES 2023 혁신상 및 KES 2022 혁신상 수상</li> </ul>
	<p>○ <b>마케톤</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화기반시설의 디지털 방역을 위한 언택트 홀로그램 키오스크 기술개발</li> <li>- 은행, 상업시설, 아파트 등 다양한 분야에 '홀로그램 세이프터치(HTS)' 상용화(매출 65백만원)</li> <li>- AR/VR 이노베이션 콘테스트 선정</li> </ul>
	<p>○ <b>일루니</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- AI 동화교육 서비스의 메타버스화를 위한 포토리얼리스틱 얼굴 캐릭터 생성 기술 및 콘텐츠 제작/관리를 위한 기술 개발</li> <li>- 융합현실 실감동화 서비스 '스토리셀프' KT 제휴로 지니TV 공급(매출 76백만원)</li> </ul>

- (신기술융합콘텐츠 기업 종합지원) 신생기업 인프라 지원, 콘텐츠 제작 및 사업화, 해외 진출 및 홍보 지원까지 단계별 맞춤형 지원 추진

- (인프라) ▲기업지원센터 확대 개소(9.21, 강남 역삼) 및 지자체 협업을 통한 입주공간·장비 사용·컨설팅 등 기업 지원\* 확대 ▲지역(대전)의 융복합 콘텐츠 클러스터 구축 지원(30억원)

\* 지원센터(15개사) 및 서울시 강남취창업센터(19개사) 등 지원

- (제작 및 사업화) 신기술융합콘텐츠 제작(14개) 지원, 인천공항 미디어전시관 개관(12.2) 및 해외 진출 지원 등 기업의 비즈니스 기회 확대 및 성과 창출

- (해외 홍보) 미주·중동 지역에 한류 및 문화자원 활용 전시체험관 운영(3개국, 5개소)을 통한 한국의 우수한 기술 및 콘텐츠 역량 홍보

\* ▲(미국) 5.2~6.9/7,410명, ▲(멕시코) 10.12(수)~10.30(일)/8,445명 ▲(UAE) 11.16(수)~12.4(일)/10,212명

■ 주요 성과



신기술 융합 콘텐츠 제작 지원  
(아르떼메타, 스테이지엑스)



인천 미디어 전시관  
'VIVID SPACE'



해외 전시체험 행사  
(전시 콘텐츠 및 현장 사진)

○ (신기술융합콘텐츠 기반 확대) 산업 기반 강화 및 수요 확대

- (기반 조성) 법적 지원 근거 마련을 위한 법령 제·개정 추진

\* 신기술·메타버스콘텐츠 진흥 및 정책 지원을 위한 「메타버스 콘텐츠 진흥에 관한 법률」 제정 및 「문산법」 「콘산법」 개정 추진

- (수요 확산) 광화시대 콘텐츠 공개('21.12~'22.2월, 8종), 국립문화시설 콘텐츠 제작 확대('21. 94억원→'22. 155억원) 등 관람객 문화체험 기회 확대

□ 미흡 원인분석 결과

○ (문화기술 R&D) 현장수요 대비 정부예산 확대 미흡

- 코로나19로 인한 비대면 수요, 신기술 기반 분야별 디지털 전환 수요 등 현장의 지속적인 투자 요구와 R&D 공모사업 참여율은 지속 증가 추세이나, 타 부처 대비 예산의 절대적 부족('22년 기준, 전체 국가 R&D 대비 0.29%)으로 대형성과 창출에 어려움 존재

□ 개선보완 필요사항

○ (문화기술 R&D) 대형과제 기획을 통한 예산확보 및 문화기술 주관 연구기관 설립을 통한 체계적인 문화기술 분야 연구 필요

- 원천기술과 문화기술의 융합을 통한 대형과제 발굴, 문화기술 전담 국책연구기관 설립으로 문화기술 R&D 추진 강화

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	17점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(문화기술 R&amp;D)</b> 지난해까지 코로나19로 인해 비대면으로 진행한 각종 평가 및 현장 사업 설명회를 대면으로 정상 진행하여 사업을 충실히 추진하였음.</li> <li>○ <b>(신기술융합콘텐츠)</b> 실감형 콘텐츠 기업 종합 지원 및 기반 강화를 위한 제작지원 기업지원 인프라 운영 창작자 양성, 향유 인프라 조성 등 사업을 추진 계획 대비 충실히 수행</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	26점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(문화기술 R&amp;D)</b> 코로나로 인해 연구환경이 어려워짐에도 불구하고, 최근 3년 실적의 평균치 대비 3% 상향된 목표를 적극적으로 제시하고(문화기술 사업화건수, 매출기여도) 100% 실적을 달성함.</li> <li>○ <b>(신기술융합콘텐츠)</b> 성과지표 '실감형 콘텐츠 제작지원 업체 수'는 목표(59개사) 대비 103.4% 실적 달성(59개사 지원)</li> </ul>
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점 25점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(문화기술 R&amp;D)</b> 문화기술 R&amp;D 지원에 따른 ▲경제적 파급효과 ▲고용유발효과 ▲비용편익분석 결과 경제성이 매우 우수한 것으로 나타남.</li> <li>- 경제적 파급효과 : 지원금 대비 2.41배</li> <li>- 고용유발효과 : 1억원 당 0.81명</li> <li>- 비용편익분석 : 1.72배</li> <li>○ <b>(신기술융합콘텐츠)</b> 실감형 콘텐츠 인프라 구축 및 제작지원, 인력양성 등을 통한 기업 성장 기반을 강화하고, 향유 콘텐츠 확대(광화시대 국립문화시설 활용 콘텐츠 제작) 및 사업 효과성 제고를 위한 국제행사 연계 해외 체험관 운영 등을 통해 시장 확대 도모</li> </ul>
	①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점)	① 17점	
	②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점)	② 4점	
③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)	③ 4점		
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	8점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(문화기술 R&amp;D)</b> '20년 자체평가 결과 지적되었던 해외시장 진출 및 사업화에 대한 방안 마련을 위해, '21년 기술사업화를 위한 비대면 중심의 전문컨설팅으로 대체 실시(역량강화컨설팅, 사업화 특화컨설팅 등) 하였으며, '22년에는 문화기술 R&amp;D 성과전시회, 시그라프 연계 기술상담회 등을 통해 사업화 실적을 국내외 홍보하고 및 비즈매칭 지원을 강화하였음.</li> </ul>



평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	7점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (문화기술 R&amp;D) 내외부 기술수요조사를 통해 '23년 신규 기획과제 43개를 확정하였으며, 코로나19로 어려운 연구기관 지원을 위해 '20년에 이어 ▲과제 수행기간 연장 ▲'22년 기술료 면제 ▲연구기관 민간부담금 비율 완화 ▲현금 부담기준 경감 조치 지속 시행('20~'22.)</li> <li>○ (신기술융합콘텐츠) 공모사업 현장 설명회('21.12월), 지원기업 교류회('22.9.29) 등을 통해 전반적인 사업 추진에 대한 업계의 의견을 수렴하였으며, 사업별 관련 분야 전문가, 이해관계자 등의 현장의 의견을 사업추진에 반영 <ul style="list-style-type: none"> <li>-국립문화시설(국립중앙박물관) 제작지원 사업 추진 현황 점검 및 의견수렴(3.18, 국장)</li> <li>-IP 연계 신기술융합콘텐츠 제작 및 체험 지원 사업 추진을 위한 업계 간담회(3.15, 장관)</li> <li>-광화시대 콘텐츠 운영 전략 수립을 위한 업계 자문회의 개최(9.22)</li> <li>-인천 미디어전시관 개관 및 운영을 통한 중소 기업 홍보기회 제공*</li> </ul> </li> </ul> <p>*공공주도의 홍보기회 제공 확대 필요(20.4월 협단체 간담회)</p>

## (1) 평가결과

## □ 총평 : 한류 확산과 연관산업 동반진출로 한국의 소프트파워 성장 견인

- 오징어게임의 에미상 수상 등 K-콘텐츠에 대한 국제적 인정과 함께 지속적인 쌍방향 문화교류 지원을 통한 한류 소비층 저변 확대와 대한민국 소프트파워 성장

\* 해외 한류동호인 수 : '12, 926만명 → '21, 1억5,660만명(지구촌 한류현황, 외교부)

\*\* (英 모노클, '20년) 한국 소프트파워 세계 2위, (한국인 의식조사, '22년) 국민 66% "한국은 이미 문화선진국", (국가이미지조사, '22년) 외국인의 81%가 한국 이미지 긍정 평가

- K-콘텐츠 수출은 '20년 119억 달러, '21년 124억 달러(추정)로 지속 성장하면서 수출 주력 품목으로 자리매김

- 국제수지 항목 중 '한류수지'로 불리는 개인·문화·여가서비스 수지\*는 '14년부터 흑자로 전환, '21년 역대 최대치 기록, '22년 상승세 지속

\* ('08) 1.73억 달러 적자 → ('21) 7.8억 달러 흑자 → ('22.10월) 9.3억 달러 흑자

- 범부처 '한류협력위원회'(협업체계)와 '한류 연계 K-브랜드 협업 과제'(협업사업)을 통해 협력사업의 지속적 발굴 및 한류와 연관 산업의 동반 해외진출 활성화

\* 콘텐츠 수출 1억 달러 증가시 소비재 수출 1.8억 달러 증가 견인('22년, 수출입은행)

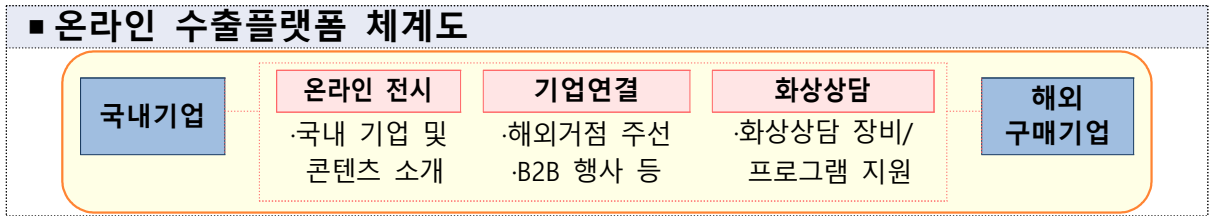
\*\* 농수산식품 수출: ('16) 64.6 → ('21) 113.7 → ('22.11월) 110.0억 달러

## □ 주요성과

## &lt;콘텐츠 해외진출 지원 확대&gt;

- (인프라 운영) 콘텐츠 수출지원을 위한 해외거점 및 수출플랫폼 (Welcon), 해외진출지원센터 등 지원 인프라 운영
- (수출플랫폼) 한류 콘텐츠 마켓플레이스\*(온라인 전시관) 운영, 콘텐츠 웨비나 개최\*\* 및 비즈매칭 지원

- \* 콘텐츠 스토어(기업 미니 홈페이지), 콘텐츠 전시관, 행사 홍보관, 온라인 구매, 온라인 회의 등 지원, 국내 876개 기업 입점
- \*\* 마켓플레이스 내 해외 바이어 및 투자자 입점 확대를 위해 국내 주재 외국대사관 상무관·투자청과의 협업 추진(7.19, 11.24, 외국 투자청·상무관 초청 간담회 개최)



- (해외진출지원센터) 분야별 자문위원(164명) 활용, 콘텐츠 기업 대상 분야별 수출 상담\* 및 심화컨설팅(20개사) 제공
  - \* 해외진출 비즈니스 상담 6개 분야(법률·지재권·창업·마케팅·금융·조세) 490건
- (거점 활용) 해외거점\*별 특화사업\*\*, 컨설팅, 비즈매칭 등 지원
  - \* 비즈니스센터 8개소(중국 북경·심천, 일본 동경, 미국 LA, 프랑스 파리, 인니 자카르타, 베트남 하노이, UAE 아부다비) 및 마케터 2개소(태국 방콕, 러시아 모스크바) 운영
  - \*\* K-포맷 스크리닝(미국/5.9~20), 한·인니 K-콘텐츠 비즈위크(3.28~30), K-코믹스 in Japan(일본/5.31) 등
  - \*\*\* 비즈매칭 3,843건, 컨설팅 533건, 언론홍보 985건, SNS 마케팅 4,490건 등

**■ 콘텐츠 해외거점 주요 역할**

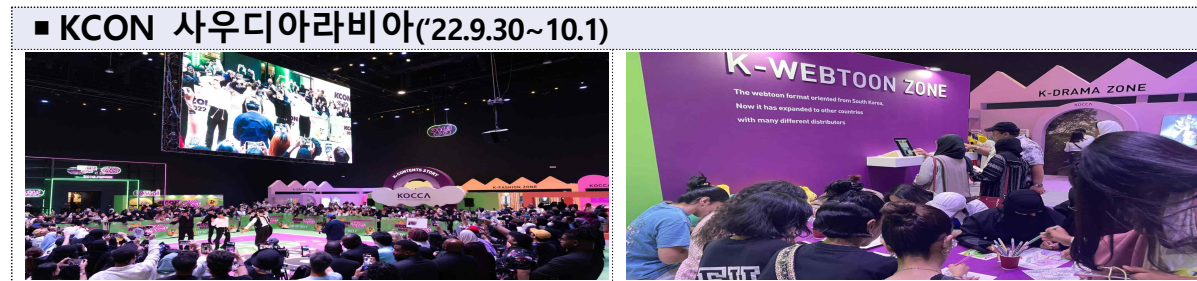
<b>①비즈매칭/컨설팅 지원</b>	<b>②현지 마케팅 지원</b>
· 현지 바이어 비즈매칭 · 현지 컨설팅(법률/제도/비즈니스 등)	· 국내기업 현지진출 마케팅 지원 · 콘텐츠 프로모션(쇼케이스, 피칭) · 문화원 등 유관기관 협력
<b>③시장정보 제공/네트워크 확보</b>	<b>④현지 인프라 운영/지원</b>
· 현지 콘텐츠산업 정보발간 · 업계 종사자, 정부 관계자 네트워크 구축	· 현지 스마트 오피스 운영 · K-콘텐츠 상설전시관·홍보관 운영

- (수출지원) 콘텐츠 기업의 해외 판로개척을 위한 온·오프라인 수출지원
  - (온라인) 무역협회와 공동으로 국내 콘텐츠 기업과 해외 바이어 기업 간 'K-콘텐츠 화상 수출상담회' 개최('22.7.6~7/코엑스)
    - \* 국내 52개사, 해외 바이어 21개국 112개사 참가, 비즈매칭 274건, 39백만달러 수출상담액
    - \*\* IP 비즈니스 강연 및 실무 워크샵, 콘텐츠 금융상담 등 연계행사 개최
  - (현지행사) 코로나19 이후 2년 만에 해외 현지에서 K-콘텐츠 엑스포 개최, 동남아(7.26.~29/싱가포르)\*·유럽(10.4.~7/스페인)\*\* 지역으로 콘텐츠 수출시장 다변화 촉진

- \* 국내 33개사, 해외 바이어 101개사 참여, 비즈매칭 447건, 수출상담액 8,670만 달러, 계약액 44만 달러 달성, 총 6건 MOU 체결
- \*\* 국내 31개사 및 해외 바이어 50개사 참여, 비즈매칭 364건, 수출상담액 5,650만 달러 달성
- **(현지화)** 글로벌 온라인 플랫폼\* 연계, 콘텐츠 및 연관상품\*\*의 현지화(홍보영상, 번역·더빙) 및 프로모션 지원(29개 과제, 25개 기업)
  - \* 북미 및 유럽(유튜브, 트위치), 동남아시아(뷰, 비디오) 등

○ **(중동지역 홍보)** 중동 지역의 한류 확산을 위한 민관협력 ‘KCON 사우디아라비아’ 개최 지원(9.30~10.1)

- \* K-POP 콘서트(2회) 및 드라마·영화·음악·VR 등 7개 장르 전시·체험 컨벤션 운영
- \*\* K-POP 공연 2만여 명 현장 관람 및 온라인 213개국 820만명 시청, 콘텐츠 컨벤션 7천여 명 이상 방문



○ **(제도)** 콘텐츠 수출 확대를 위한 인력양성, 권리 보호 등 제반 정책 지원

- **(권리보호)** 해외에서의 지식재산권 보호를 위해 해외 현지 지식재산권 출원 및 등록 지원(21개사, 173건)
  - \* 상표 150건, 특허/실용신안 8건, 디자인권 5건, 저작권 등록 10건
- **(번역인력 양성)** 번역이 ‘제2의 창작’으로 꼽히는 콘텐츠 분야 해외진출을 위해 전문 번역교육 및 실무과정 지원(‘22년 30명, 영화·웹툰 분야 영어·중국어·스페인어·베트남어·일어·프랑스어 6개 언어)
  - \* 들꽃영화상·부산영상위원회 등 업무협약기관 대상 수료생 번역활동 지원(영화 12건, 웹툰 1건, 기타 콘텐츠 5건 등 총 18인 번역 연계)
  - \*\* 네이버 웹툰, CJ ENM, 보이스루 등 수료생 인턴십 총 10인 지원(영화웹툰 번역 및 감수 수행)
- **(수출인력 양성)** 행정 실무능력·산업 이해력·시장 전문성 등 고루 갖춘 콘텐츠 수출 분야 전문인력 양성(‘22년 신규, 96명)
  - \* ▲기본(무역 및 마케팅 일반, 콘텐츠 수출 마케팅 등), ▲심화(사례 연구, 콘텐츠 비즈니스 모델 분석, 콘텐츠 기획 등), ▲외국어(영어), ▲인턴십, ▲국외 연수( 선진 콘텐츠기업 방문)

- (국가간 협력) 한일중 문화콘텐츠산업포럼 개최(국장급, 10.27~28, 제주도)

\* 한일중 3국 실감콘텐츠 산업 현황 및 교류협력 방안 등

■ 한일중 문화콘텐츠산업포럼(22.10.27~28)



- (콘텐츠 ODA) K-콘텐츠에 대한 우호적 인식 조성과 콘텐츠산업 국제협력을 위한 콘텐츠산업 최초 ODA 예산 7.3억원 신규 편성(23년)\*

\* 사전타당성 조사(21.8월~22.2월) → 인도네시아 수총기관 공문 접수(22.2.8) → 무상원조관계기관협의회(외교부) · 국제개발협력위원회(국조실) 심의 '적격' 평가(22. 6월)

<한류 및 연관산업 동반 해외 진출>

○ (한류협력위원회) 8개 부처 및 13개 공공기관 참여, '한류 아웃바운드 확산계획\*' 및 '한국문화축제' 협력방안 등 논의(3.4)

\* ①한류 인·아웃바운드 플랫폼 구축, ②한류의 파급효과를 연관산업으로 확장, ③한국문화 전반으로 한류 다변화 등

○ (K-브랜드 협업과제) 한류 및 연관산업(문화, 식품, 뷰티, 브랜드K) 동반성장 견인을 위한 유관부처 협업사업 본격 추진(22년 신규)

- (K-박람회) 범정부 한류 연관산업 공동 홍보마케팅 행사를 통해 문화, 식품, 브랜드K, 소비재·서비스를 해외 현지 집중 홍보(10월, 베트남)

\* 한류 연관산업(콘텐츠, 식품, 소비재 등) 국내기업 245개사, 해외 바이어기업 851개사 참가, 2,934건 수출상담, 수출상담액 1억6,760만 달러 달성, 콘서트 및 체험행사 현장방문 33,000명

■ 범부처 'K-박람회' 개최 성과

▶ (주최) 문화체육관광부(총괄), 산업통상자원부, 중소벤처기업부, 농림축산식품부, 해양수산부

▶ (주관) 한국콘텐츠진흥원, 대한무역투자진흥공사, 중소기업유통센터, 한국농수산물유통공사, 한국무역협회 등

▶ (주요내용) (B2C)K-pop&베트남 현지 아티스트 합동 공연, 분야별 전시체험관 운영, (B2B)분야별 수출상담회, 국내외 기업 관계자 네트워킹 리셉션, 현지 법무법인 법률 컨설팅

▶ **(주요성과)** 국내기업 245개사 및 해외기업 851개사 참여 회상수출상담 2,934건 진행

분 야	국내기업	해외바이어	상담건수	상담액(USD)	MOU
콘텐츠	39	130	641	46,507,757	9
농식품	30	45	431	28,000,000	4
수산식품	20	44	266	20,966,666	7
브랜드K	20	99	287	26,130,000	2
소비재·서비스	136	458	1,309	46,000,000	20
<b>합 계</b>	<b>245</b>	<b>851</b>	<b>2,934</b>	<b>167,604,423</b>	<b>42</b>

- (한류마케팅) 고가의 비용과 섭외의 어려움 때문에 한류 마케팅 의향은 있으나 실행이 어려웠던 중소기업의 한류 콘텐츠 활용 홍보 지원(40개사)

\* 문체부(총괄), 농식품부, 해수부, 중기부/콘텐츠진흥원, 농수산식품유통공사, 중소기업 유통센터 협업, 문화콘텐츠·농식품·수산식품·브랜드K제품 간접광고 및 해외판촉 지원

\*\* 우수공예상품(선의 흐름) - 드라마 '링크' 간접광고 방영(7.26)부터 40개 과제 중 30개 방영(22.12월)

■ **한류마케팅 콘텐츠 방영**



(예시)드라마 '법대로 사랑하라' 참여기업 자막광고 및 홍삼스틱 간접광고 방영(10.4)

■ **한류마케팅 참여기업 의견**

▶ (체어플러스社) '22.10월 말 말레이시아 현지 상담회에서 한류마케팅 지원자료를 적극 활용하여 해외기업 2개사로부터 적극적인 관심을 받고 첫 주문 계약을 완료함

\* 드라마 '월수금화목토' 간접광고 및 라이선싱, 국내 tvN 및 해외 Amazon PRIME Video, U NEXT, ELTA TV, Viki 등 방영

- (해외홍보관) 인도네시아 자카르타 주요 쇼핑몰 내 한국의 다양한 문화와 제품을 한자리에서 체험할 수 있는 **상설 종합 홍보관 (Korea 360)\*** 구축, **시범 운영(11월)\*\*** 및 **개관행사(12.3~12.5)\*\*\*** 개최

\* 문체부(총괄), 산업부, 복지부, 해수부/한국콘텐츠진흥원, 디자인진흥원, 대한화장품 산업연구원, 한국농수산식품유통공사, 코트라, 한국무역협회, 한국관광공사 참여

\*\* ▲ 신기술융합콘텐츠 키네틱랩社 등 총 230개 브랜드, 2,173개 한국제품 입점, (문화) '한국문화의 달' 및 K-Pop 경연대회, (콘텐츠) K-Pop 온라인(AR) 공연, (디자인) 아시아 디자인 나눔협의회, (관광) 한국관광 사진전, (소비재) 자카르타 국제프리미엄 소비재전(무역협회), (식품) 프리미엄 과일 및 수산식품 활용 요리교실(B2C) 및 바이어 초청행사(B2B)

\*\*\* ①극장판 애니메이션 상영행사, ②드라마방송 쇼케이스 및 수출상담회, ③K-뷰티 메이크업 쇼, ④한국관광 사진전 및 하이브리드 토크쇼, ⑤K-팝 콘서트 및 팬사인회 등 개최



■ 해외홍보관 시범운영(11.1~30)



자카르타 국제프리미엄 소비재전  
(무역협회 협력)



한국 수산식품 소비자 행사  
(농수산식품유통공사 협력)



아시아 디자인나눔협의회  
(한국디자인진흥원 협력)

■ 공식 공식 개관행사(12.3~5)



한국 애니메이션 상영행사



뷰티플레이, K-메이크업쇼



방송 쇼케이스 · 수출상담회

- (협업상품 개발) 콘텐츠IP를 활용한 패션, 뷰티, 생활소비재 등 중소기업 상품 기획·개발, 전문컨설팅, 홍보·유통 지원 (51개사)
  - (상품 개발) 한류IP-중소기업 매칭, 70개 상품 신규 개발(16개사)
  - (유통 지원) 기존 개발상품에 대한 B2B·B2C 마케팅·유통 지원(35개사)
- \* ▲ B2B 수출상담회·비즈매칭 상담액 약 123억원('22.12월), ▲ 런던한류타운(7.9~10), 서울패션위크(10.11~15), 자카르타 KOREA360(11.25~27) 등 박람회 참가, ▲ 네이버 스마트스토어·인도네시아 I-Style 등 온라인 플랫폼 홍보

■ '22년 신규 상품 개발



한류IP 아트워크 반영 의류



체험형 교육완구



케이팝 그룹 연계 웹툰

■ 마케팅 · 유통 지원



런던 한류타운(7.9~10)



서울패션위크(10.11~15.)



자카르타 KOREA360(11.25~27)




- (K-생활문화) K-pop 가수와 함께하는 콘서트와 드라마·웹툰, 한복, 한식, 한국제품 전시·체험을 통해 한류 팬의 관심을 한국 생활문화로 확대하는 '모꼬지 코리아' 현지 개최(2개국)

\* 우즈베키스탄(9.24~9.25), 총 26,103명 관람, 국내외 언론보도 113건(국내 64건, 해외 49건) / 말레이시아(11.12~11.13), 총 27,332명 관람, 국내외 언론보도 154건(국내 54건, 해외 100건)

■ 모꼬지 대한민국 주요 내용		
		
드라마 연계 한복 체험	한국생활문화 소개 토크	한식 시식·시음

<쌍방향 문화교류, 조사연구, 인력양성 등 한류 지속기반 조성>

- (한류행사) 대규모 한류 브랜드행사를 통한 한국문화 점점 확대
- (한국문화축제) K-Pop과 K-드라마 IP를 적극 활용, K-컬처의 다양한 매력을 종합적으로 소개하는 대규모 축제 개최(9.30~10.8)
- \* 미 빌보드(PMC社)와 '더케이-빌보드 어워즈' 개최, 세계 시장 속 케이팝의 성과 조명

■ 한국문화축제 개최성과		
▶ (기간/장소) 22.9.30.(금)~10.8.(토) / 광화문, 잠실 일대 및 온라인		
* 경복궁, 광화문광장, 잠실종합운동장 종합운동장·보조경기장, SNS, 방송 등		
▶ (주최/주관) 문체부/한국국제문화교류진흥원		
* 세종학당재단, 한식진흥원, 한국관광공사, 대한축구협회 등 10개 공공기관, 서울시, 종로구 협업		
▶ (주요내용) ▲ 전야제(전통예술·클래식 공연 등), ▲ 개막제(드라마 갈라쇼, 토크&OST 콘서트), ▲ 더케이 콘서트(국내 및 해외 최정상급 아티스트 공연), ▲ 본 행사(퍼레이드, 팬 페어, 인디·힙합·DJ 공연, 한류 연관산업 전시·체험) 등		
▶ (주요성과) 온·오프라인 95개국 843만명 참여, 언론보도 2,443건(국내 800건, 해외 1,643건)		
		
한국문화축제 전야제	더케이 콘서트	더케이 퍼레이드

- (아시아송 페스티벌) 아시아권 아티스트(국내 3개팀, 해외 6개국 7개팀) 참여, 콘서트·버스킹 등 아시아 대표 음악축제 개최(10.14/여의도 한강공원)

\* 현장 관람객 4,254명, 온라인 2.2만명 관람(아리랑TV 누적 조회 수/10.15.기준)

\*\* 카자흐스탄 하바르 국영방송, 베트남 VTV, 태국 Thairat TV 등 현지언론 보도 및 YTN, MBC 등 국내언론 보도(447건)

○ (기반조성) 쌍방향 문화교류, 동반성장 등 한류 지속기반 조성

- (메타버스) 메타버스 플랫폼(제페토)에 전 세계 한류 팬 대상 한류 콘텐츠(K-pop, K-Drama) 체험·창작 공간 'K-원더랜드' 신규 공개(10.14)

\* 총 누적방문자 16만명 기록, 전체 방문자 중 해외 약 83.5% 기록(12.26.기준)

**■ K-원더랜드 주요 내용**

		
<p>▲K-원더랜드</p>	<p>▲K-팝 스테이지</p>	<p>▲K-드라마 스튜디오</p>

- (신한류 문화다리) 베트남·카자흐스탄의 생활문화와 대표공연을 국내에 소개\*, 상호 문화 교류와 이해의 계기를 마련 (10.14.~16./여의도 한강공원)

\* ▲공연(대표 예술단 공연), ▲전시 및 체험(랜드마크, 거리연출 및 문화체험) ▲고유음식 및 부대행사(푸드존, 포토존 등) ▲영상(여행문화 홍보영상 및 영화 상영)

\*\* 베트남 문화부, 주한베트남관광청, 주한카자흐관광공사, 주한카자흐대사관 등 12개 기관 참여, 하바르국영TV, 베트남 VTV 등 현지 방송·보도 95건 이상

\*\*\* 베트남 문화부 장관 방한(10.16.), 주한베트남·카자흐스탄 대사 행사 관람(10.14.)

**■ 신한류 문화다리 주요 내용(10.14~16)**

		
<p>베트남 문화부장관 접견</p>	<p>카자흐 전통가옥 유르트 체험</p>	<p>한·베·카 3국 합동 패션쇼</p>



- (동반성장 디딤돌) 태국 신진 아티스트(1팀) 및 산업관계자(3인) 초청, K-pop 연수, 음원 제작 및 아시아송 페스티벌 공연, 현지활동 지원
- \* 신곡 및 뮤직비디오 제작, Thailand Digital Awards 2022 '올해의 신인상' 수상 쾌거

■ 동반성장 디딤돌 주요 내용



음원 녹음 현장



아시아송페스티벌 공연

- (민관협력 해외 사회공헌) 신한카드, 포스코 건설 등 민간기업(3개) 협력, 해외 소외계층 대상 문화시설 구축 및 교육·물품 지원(4개국)
- \* 베트남(신한카드 협력, 7~12월), 인도네시아(신한카드, 대웅제약 협력, 7~12월), 카자흐스탄(신한카드 협력, 7~12월), 말레이시아(포스코건설 협력, 11월)
- \*\* 수혜자 대상 만족도 조사결과, 한국에 대한 호감 향상(4.61/5점)

■ 해외 사회공헌사업 주요내용



신한카드 협력사업 - 베트남 기증식(7.18.)



신한카드 협력사업 -인도네시아 기증식(8.18.)

- (한류 동호회 지원) 해외 현지 한류커뮤니티(18개국 38개) 및 주한 외국인 유학생(15개국 80명) 대상으로 한국 문화행사 개최, 한류콘텐츠·물품 지원

■ 해외 한류커뮤니티 활동지원 주요내용



태국 '국악 정기연주회 공연



헝가리 한복 체험 행사



스위스 케이팝 경연대회

- (한류 동향조사 연구) 해외통신원 리포트(42개국 46개 지역, 리포트 총 1,135건), 격월 한류동향 보고서(6권), 해외한류실태조사\*, 한류 파급효과 연구\*\*, 한류 백서 등 발간

\* 해외한류실태조사(글로벌 한류 트렌드 포함): 학술논문 인용(KCI 기준) 113건, 언론 인용(구글 기준) 약 545건, 누리집 조회수 약 29만 회

\*\* 한류 파급효과 연구: 학술논문 인용(KCI 기준) 50건, 언론인용(구글 기준) 약 220건, 누리집 조회수 약 7만 회

- (빅데이터 활용 한류 시장조사) 주요 온라인 플랫폼 내 빅데이터 활용, 한류 확산 경로와 소비패턴 등을 시각적으로 구현하는 대시보드 구축

□ 미흡 원인분석 결과

- 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항

- 해당사항 없음

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20점		K-콘텐츠의 전세계적 인기와 코로나19 사태 완화에 대응하여 현지 수출행사를 재개하고, 관계부처 합동으로 K-콘텐츠와 식품·소비재 등 연관산업 해외진출 지원 본격화, 콘텐츠 해외진출을 위한 인프라 운영 및 지원사업, 쌍방향 문화교류사업을 정상 추진
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	30점		성과지표 '신흥시장 진출지원 국내 콘텐츠 작품수'는 코로나19 장기화 및 전 세계적 사회적 거리두기 완화 상황에서 온오프라인 진출 지원 행사를 병행함으로써 총 155건을 지원하여 목표치 109건 대비 142.2% 초과 달성
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	28점	콘텐츠 해외진출 지원 등으로 콘텐츠 수출액 증가 예상 - 콘텐츠 수출액: ('20) 119.2 → ('21) 124억 달러 → ('22.上) 54.9억달러, 전년대비 0.5% 증가 예상 ('22.12월 한국콘텐츠진흥원) - 개인·문화·여가서비스 수지(국제수지): ('08) 1.73억 달러 적자 → ('21) 7.8억 달러 흑자 → ('22.3분기) 6.99억 달러 흑자, 역대 최대치 기록 ('22. 한국은행 경제통계)
		①	19점	
②	4점			

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
		③	5점 한류 연관산업 동반진출 지원으로 소비재·식품 등 연관산업 수출액 증가 예상 - 농림수산물 수출액 : ('16) 64.6억 달러 → ('21) 113.7억 달러 → ('22.11월) 110.0억 달러(누계), 전년 동기 대비 7.0% 증가 ('22.12월 농식품 수출정보) 쌍방향 문화교류 및 해외 사회공헌활동으로 해외 한류 소비층 저변 확대 - 해외 한류동호인 수(백만명): ('12) 926만명 → ('21) 1억 5,660만명 ('22.2월, 한국국제교류재단) ■ 해외바이어 대상 설문조사('22.2월, 한국무역협회) - 응답자 66.7%, 한국의 국가브랜드가 과거 대비 강화 - 주요 요인으로 K-콘텐츠 확산(31.8%), 한국 기업의 발전(25.6%), 한국의 경제력 성장(20.8%) 등 - 한국 국가브랜드가 한국제품에 대한 관심도를 높이고(82.2%), 한국제품의 구매에 긍정적인 영향을 준다(72.9%)고 응답
정책한류 (20)	3-1. 평가결과 한류노력도 (10점)	7점	'22년 상반기 실적 자체점검결과(7월), 추진계획 대비 추진실적 정상적 이행
	3-2. 한류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	7점	한류 확산 및 콘텐츠·연관산업 해외진출 지원을 위한 현장 의견 수렴 진행 - 제4차 한류협력위원회를 통한 한국문화축제 유관기관 협력방안 논의(3.4) - K-브랜드 한류마케팅 관련 드라마 제작사 자문(1.3), 총괄마케팅사·종합광고대행사·방송영상제작사 등 자문회의(10회, 3.10~3.16, 3.25), 드라마제작사 대상 사업설명회(4.20) - K-브랜드 한류마케팅 관계부처·공공기관 TF회의(2.16, 3.30, 5.24, 11.24 / 문체부·농식품부·해수부·중기부 및 산하 공공기관 등), 방송영상광고과·시각예술디자인과·출판산업진흥과 등 업무협의(3회) - 관계부처 합동 한류박람회 참여부처·공공기관 회의(3.30, 문체부·산업부·농식품부·해수부·중기부 5개 부처 및 산하 공공기관 등) - 관계부처 합동 K-브랜드 해외홍보관 관련 국내 부처·기관TF회의(1.5, 2.16, 5.10 / 문체부·복지부·산업부·해수부 4개 부처 및 산하 공공기관 등), 현지 공공기관 협의체(1.18, 4.27, 6.21, 7.20 등 / 주인니한국문화원, 콘진원, 관광공사, aT, 코트라, 무역협회) - 콘텐츠 수출지원사업 의견수렴(2.18, 2.15, 11.18) - 해외진출지원센터 개선 자문회의(3.4) - 콘텐츠 수출전문인력 양성 자문회의(3.18) - 주한외국대사관 상무관·투자청 초청 간담회(7.19, 11.24) - 콘텐츠산업 ODA 신규 추진을 위한 인도네시아 교육문화부 및 전문가 의견수렴(1.21, 8.30, 8.31) - 한류연계 협업콘텐츠 기획개발 지원사업, B2B 유통전문가 품평회(9.7)

## (1) 평가결과

## □ 총평

- (영화산업 회복 집중 지원) 영화산업 회복력 강화를 위한 집중 지원\*으로 '22년 한국영화산업 매출액이 전년대비 58% 상승, 11개 콘텐츠 산업 군 중 최대 성장률 달성\*\*

\* 코로나19 피해 및 산업 정상화 지원을 위해 총 576억원 규모의 사업 편성·추진  
- '영화관 특별기획전 지원' 사업 대상작 <범죄도시2>는 1,200만명 관객을 돌파하며 영화산업 회복 및 정상화를 위한 마중물 역할 수행

\*\* '22년 콘텐츠산업 총매출액 전년대비 7.4% 증가. 영화 58%, 음악 31.7%, 만화 23.2% 게임 4% (출처: 한국콘텐츠진흥원 2022 K콘텐츠 결산)

- (신환경에 대응한 제도 개선) 영상콘텐츠 신속 유통을 위한 OTT 자체등급분류제 도입, 영상콘텐츠 제작비 세액공제 OTT 콘텐츠로 범위 확대 및 영화관람료 소득공제 도입 추진

\* (OTT 자체등급분류제) '22.9월 영화비디오법 개정, '23.3월 시행  
(OTT 영상콘텐츠 제작비 세액공제) '22.12월 조세특례제한법 개정안 국회 의결, '23.1월 시행  
(영화관람료 소득공제 도입) '22.12월 조세특례제한법 개정안 국회 의결, '23.7월 시행

- (산업 지속성장을 위한 기반 강화) 한국 영화산업 육성 지원을 위한 영화발전기금의 안정적 운용을 위한 일반회계 전입금 확보(800억원), 영화 펀드 확대 결성\*을 영화콘텐츠 집중 육성 기반 마련

\* '22년 총 746억원 신규 결성(전년대비 32.9% 증가)

- (애니메이션 해외 진출 지원) 애니메이션 유통지원 사업을 통한 국제 영화제 출품 지원으로 수상 성과 창출 및 해외 진출 기여

\* <각질> 칸국제영화제 단편 경쟁부문 초청 및 제46회 안시국제애니메이션영화제 학생경쟁 부문 대상, <태일이> 캐나다 판타지아영화제 동상 수상 등

□ 주요성과

**영화산업 회복력 강화**

- (산업회복을 위한 개봉촉진 유도) 영화산업 선순환 회복을 위한 신작 개봉촉진 지원을 통한 <범죄도시2>, <헤어질 결심> 등 대작개봉 유도, 전년 대비 영화산업 매출액 58% 상승에 기여

\* '영화관 특별기획전 지원' 총 164억원 편성, 8개 작품 개봉 촉진 지원  
 - 개봉촉진 지원작 <범죄도시2>는 1,200만명 이상의 관객을 동원하며 영화관 정상화에 마중물 역할

- (인력운영 긴급 지원) 그간 코로나19로 피해가 큰 상영 및 제작 등 영화업계 조기 회복 촉진을 위해 인력 신규고용 및 고용유지 지원\*을 위한 정책자금 적기 공급

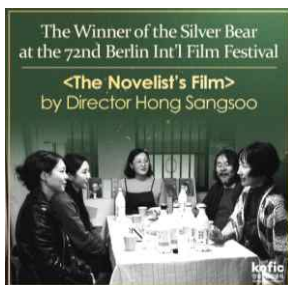
\* 영화관 인력운영 지원(302억원, 7,900여명), 영화제작 인력 지원(110억원, 1,300여명)

- (해외수출 활동 지원) K-무비 종합홍보관 운영 및 K-무비 나잇 행사 추진 등 온·오프라인 해외수출활동 지원을 통해 전년대비 K-무비 해외수출금액 19% 상승\*

\* 해외수출 상담건수 3,000건, 계약금액(USD) \$49,241,504(한화 약 689억원, 1,054건)  
 - 전년대비 상담실적 21% ↑, 수출금액 19% ↑

**■ K-무비 해외진출 주요 성과**

- 총 11개처 영화제 대상 한국영화 507편 출품('21년 361편 대비 40% 증가)
- 한국 역대 최초 칸국제영화제 본상 2개 부분 동시 수상
- 해외진출 지원작 총 17개 작품 68개 영화제에서 초청 및 수상



<소설가의 영화>  
 (홍상수 감독)  
 베를린영화제 은곰상



<헤어질 결심>  
 (박찬욱 감독)  
 칸영화제 감독상



<브로커>  
 (송강호 배우)  
 칸영화제 남우주연상



## 신환경에 대응한 제도 개선

- (OTT 자체등급분류제도 도입) 현행 영상물등급위원회의 사전 등급분류에서 지정된 OTT 사업자가 자체 등급분류를 할 수 있는 '자체등급분류제' 도입('22.9월 영화비디오법 개정, '23.3월 시행 예정)
  - \* (기존) 영상물등급위원회의 사전등급분류(14일 소요) → (개선) 자체등급 분류사업자가 즉시 등급분류

### ■ 언론보도

▶ 국내 OTT 숙원, '콘텐츠 자체 자율등급분류' 허용<시사뉴스 등, '22.9.7.>

- (영상콘텐츠 제작 세액공제 OTT로 확대) 영상콘텐츠 제작 활성화 및 국제 경쟁력 제고를 위해 현행 영화 및 방송프로그램에 적용 중인 영상콘텐츠 제작비 세액공제를 OTT 콘텐츠로 확대

\* 조세특례제한법 개정안 국회 통과('22.12.23), '23.1월 시행

### ■ 언론보도

▶ OTT에도 최대 10% 세액공제... 'K콘텐츠 침병' 키운다<매일경제, '22.11.19.>  
· TV·영화서 OTT제작사로 확대, 내년부터 3~10% 공제율 적용  
· "콘텐츠가 수출동력", 제작비 부담 커지는데 '희소식', 국내 콘텐츠 경쟁력 제고 기대감

- (영화관람료 소득공제 도입) 코로나19로 위축된 국민 문화향유 확대 및 영화관 활성화를 위한 영화관람료 소득공제 도입 추진

\* 조세특례제한법 개정안 국회 통과('22.12.23), '23.7월 시행

## 산업 지속성장을 위한 기반 강화

- (영화발전기금 재원 확충) 코로나19로 수지가 악화된 영화발전기금의 안정적 운용을 위한 일반회계 전입금 확보(800억원)

### ■ 언론보도

▶ 일반회계 전입금 편성에 대해, "영화계 요청에 부응"했으며, "정부의 기금 출연은 '07년 기금 조성 이후 15년 만에 처음"인 점 등 긍정적 평가  
<(파이낸셜 뉴스·연합뉴스 등, '22.8.30.)>

- (영화 투자환경 조성) 영화펀드 확대 결성\*을 통해 코로나19 장기화로 인한 미개봉 영화 누적으로 영화투자가 저조한 상황에서 영화산업의 자금 부족 해소

\* 펀드 결성 규모 : ('20) 464억원 → ('21) 561억원 → ('22) 746억원(전년대비 32.9% ↑)

■ **영화 펀드 운영결과**

- ('22.1~10월 집계 기준) 총570억원 투자(13개 조합, 52편, 93건)  
→ 전년대비 투자작품수 6편 ↑, 투자건수 16건 ↑, 총 투자규모 179억원 ↑
- <올빼미> <압꾸정> '22년 극장 개봉, <원더랜드> 등 '23년 극장개봉 확정  
- 참신한 스토리의 중저예산영화 제작 등 한국영화 다양성 제고에 기여



- (신작 기획개발·영화화 지원) 코로나19로 인한 영화 제작·투자 축소로 신작 기획개발에 어려움을 겪는 제작사의 기획개발지원\*, 기획개발 비즈매칭 등 산업 선순환 조성을 위한 신작 지속공급 지원

\* 기획개발지원편수 : ('20) 73편 → ('21) 101편 → ('22년) 105편

\*\* 기획개발 작품 중 '22년 <인생은 아름다워>, <이상한 나라의 수학자> 등 10편 개봉



- (영화문화 다양성 증진) 독립예술영화 제작(86편)·개봉(34편) 지원으로 영화문화 다양성 증진, 한국 독립예술영화의 국제 경쟁력\* 제고

\* (주요 성과) ▲<다음 소화> 칸영화제 비평가 부문 폐막작 초청, ▲<불도저에 탄 소녀> 대중상 신인감독상, 신인여우주연상 수상, ▲<괴인> 서울독립영화제 대상 수상 등

- 중소규모 영화의 자체 유통채널 마련을 위한 비즈니스 모델\* 개발 실시, 정식 개봉이 어려운 단편영화에 대해 OTT 플랫폼을 통한 상영\*\* 추진 등 독립예술영화 유통·향유 강화 지원

\* '퍼스트 링크', '배급아카데미 클래스UP', '인디플렉스 데이', '온라인 라이브러리' 등  
 \*\* ▲OTT <웨이브> 협력 '인디플렉스 위크' 운영을 통해 단편 59편 상영, ▲KBS 독립영화관 단편 컬렉션 상영 추진

- (K-무비 미래인재 집중 양성) 우수 창의인재 양성을 위한 한국영화 아카데미 교육생 작품의 우수 영화제 초청·수상 성과\* 지속, 직무능력 고도화 지원을 위한 현장영화인 교육 운영 개선\*\*을 통한 참여 확대\*\*\*

\* <같은 속옷을 입는 두여자> 베를린국제영화제 파노라마 부문 초청, <혼자사는 사람들> 오사카 아시안영화제 대상 수상 등 국내외 주요영화제 초청 92건, 18회 수상

■ 한국영화 아카데미 졸업작품 주요 성과			
2022 부산국제영화제 3관왕 <비닐하우스>	2022 부산국제영화제 촬영상 <지옥만세>	2022 오사카아시아영화제 대상 <혼자 사는 사람들>	
장편교육 과정 제작작품 개봉 현황			
	<윤시내가 사라졌다> (22.6.8)	<선더버드> (22.9.21)	<같은 속옷을 입는 두여자> (22.11.10)
	<그 겨울 나는> (22.11.30)		

\*\* 운영방식 변경(직접→전문업체 위탁)으로 전문성 및 효율성 강화  
 - VFX 등 최신 영화산업 트렌드 교육을 위해 전문가 초청 강연 활성화, 주중 야간 및 주말 교육 확대 실시('21년에는 주중, 주간교육만 진행)

\*\*\* 현장영화인 교육생수 : ('21) 455명 → ('22) 678명(전년대비 49% ↑)

- (공정산업환경 조성) 적정 보수기준 제시를 위한 영화근로자 표준 보수지침 연구 최초 발표(22.5월), 정책자료 활용을 위한 영화스태프 근로실태 분석, 민원창구 단일화\* 에 따른 민원처리 건수 증가(전년대비 37% ↑)

## ■ 표준보수지침 관련 언론보도

▶ 영화근로자 표준보수지침 기본 틀 마련됐다.

- 영진위, 영화계 노사 합의 유도... 7년 만에 연구 결과 공개

<아시아경제, '22.5.20.>

\* (기존) 불공정행위 신고/제보, 법률지원 서비스, 노무지원 서비스 창구 별도 운영  
→ (개선) 공정센터 외부민원창구 단일화

- (장애인 영화 향유권 강화) 농아인협회·시각장애인협회 민간단체 협력을 통한 가치봄 영화(배리어프리영화) 제작편수 증가 및 장애인 관객을 위한 '영화관 피난안내 영상물' 제작(36건) 신규 추진

추진  
실적



• 가치봄 영화 제작편수 : '21년 100편→ '22년 110편  
• 온라인 VOD 제작 편수(누적) : '21년 306편→ '22년 400편

- 특히 올해는 <한산>, <외계인>, <비상선언> 최신 대작을 대상으로 비장애인 관객을 포함한 '장애인·비장애인 동시관람 수용도 조사'를 위한 시범상영 최초 실시(8~9월, 6일간 / 평가단 860여명 규모)

## 애니메이션산업 육성 지원

- (제작지원 강화) 제작단계별·유형별 맞춤형 지원과 OTT등 시장 상황을 고려한 IP활용 애니메이션 제작지원 신규추진을 통해 국내 애니메이션 제작 활성화에 기여

\* 국산 애니메이션(37편), IP활용 애니메이션(7편), 차세대 애니메이션(21편), 독립 애니메이션(단편 12편, 장편 3편) 등 총 80편 제작지원

- (유통배급 지원 확대) 각종 애니메이션영화제 개최 지원\*으로 한국 애니메이션의 해외 진출 기여, 우수작품 지속 발굴, 독립 애니메이션의 해외 영화제 출품 지원으로 수상 성과\*\* 창출

\* ▲제24회 부천국제애니메이션페스티벌(10.21~25), ▲인디애니페스트(9.22~27) 등

\*\* 캐나다 판타지아영화제 특별전 개최 지원으로 <아멘 어 맨>(금상), <사리지는 것들>(은상), <유 캔 플라이>(심사위원 특별언급상), <태일이>(동상) 수상



■ 캐나다 판타지아영화제 주요 성과

			
<아멘 어 맨>(금상) 김경배 감독	<사라지는 것들>(은상) 김창수 감독	<태일이>(동상) (주)명필름	<유 캔 플라이> (심사위원 특별언급상) 박성배 감독

- (해외진출 확대) 애니메이션 관련 권역별 주요 온·오프라인 마켓 개최 시 참가 지원 및 한국 공동관 운영으로 협력체계 구축, 해외 진출 교두보 확보

행사명	권역	상담건수	상담액(USD)	계약건수	계약액(USD)
키즈스크린 서밋(2월)	미국(북미)	150	87,053,369	10	8,044,369
MIFA(6월)	유럽(프랑스)	116	20,038,700	6	14,903,030
밍컴밍주니어(10월)	유럽(프랑스)	402	155,112,173	66	7,416,490
계		668	262,204,242	82	30,363,889

- (애니메이션 기초역량 강화) 인력양성(11억원) 사업추진으로 현장 중심 전문인력 일자리 창출(45명) 및 애니메이션 장르에 특화된 아카이브 구축(10억원) 등 산업 성장을 위한 여건 조성

미흡 원인분석 결과 : 해당없음

개선보완 필요사항 : 해당없음

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	18점		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (영화) 코로나19 피해회복 지원, 환경변화에 따른 제도개선, 독립예술영화 제작·유통지원, 영화 기획개발지원, 영화 항유권 강화, 공정한경조성 등 추진계획에 따라 정상추진</li> <li>○ (애니메이션) 제작지원, 유통 활성화 및 해외 진출 지원 등 추진계획에 따라 정상추진</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	27점		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (달성도) 전체 성과지표 목표치 대비 초과 달성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 독립예술영화 개봉편수(편): 목표치 126편 대비 128편 1.6% 초과 달성</li> <li>- 한국영화 기획개발지원 실적 및 매칭/계약 (건): 목표치 245건 대비 266건 8.5% 초과 달성</li> <li>- 국산 애니메이션 제작지원편수 : 목표치 64편 대비 80편 25% 초과 달성</li> </ul> </li> <li>○ (적극성) 성과지표의 목표치는 코로나19로 인한 영향과 산업 정상화로 회복 중임을 감안한 목표 설정, 최근 실적치 대비 상향하여 목표를 설정한 점 등을 고려 적극성이 인정됨                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 독립예술영화 개봉편수(편)</li> <li>- 사회적 거리두기 완화에 따른 상업영화 개봉 확대로 독립예술영화 개봉 위축이 예상되는 상황임에도 불구하고, 역대 최대 개봉 실적을 기록한 '21년 실적을 포함하여 목표치 적극 설정</li> <li>- 한국영화 기획개발실적(편) 및 매칭/계약(건)</li> <li>- 코로나19에 따른 영화 투자와 대면 비즈니스 감소에도 불구하고, 최근 3개년('19년~'21년)의 평균치 대비 5% 상승치로 적극 설정</li> </ul> </li> </ul>
		총점	26점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 영화산업 회복 집중 지원을 통해 '22년 한국 영화산업 매출액이 전년대비 58% 상승, 11개 콘텐츠 산업 군 중 최대 성장률 달성 등 효과 발생</li> <li>- 영화산업 매출액 증가 예상('21. 2.7조→'22. 4.3조), '21년 대비 4~7월 관객수 대폭 증가 등 영화산업 실적 개선</li> <li>- 신작 개봉촉진을 위한 '영화관 특별기획전 지원' 사업을 통한 &lt;범죄도시2&gt; 등 대작 개봉이 영화관람객·매출액 증가 등 산업실적 개선에 결정적 요인으로 작용한 것으로 평가</li> <li>○ 변화하는 산업환경에 대응한 적극적 제도 개선 조치(OTT 자체등급분류제, 영화관람료 소득공제 등)를 통해 온라인 영상콘텐츠 신속 유통 및 영화관 이용 활성화 효과 기대</li> </ul>
	①	18점		
	②	4점		
2-2. 정책 효과성(30점)	①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점)	②	4점	
	②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점)	③	4점	
	③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)			

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 애니메이션 클러스터 연구('22.11월)로 향후 지역 클러스터 구축 등 애니메이션 산업 발전을 위한 추진과제 발굴</li> <li>○ 과제수행을 통해 영화발전기금 안정적 운용 방안 마련, 한국영화아카데미 졸업작 시장 진출 지원 등 국정과제 추진에 기여 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 안정적 기금 운용을 위해 일반회계 전입금 확보(800억원, '07년 기금 조성이후 최초)</li> <li>- 한국영화 아카데미 교육과정 운영 및 졸업작 국내외 영화제 진출 지원을 통해 국내외 우수 영화제에 총 44편 초청, 19회 수상 성과 창출</li> </ul> </li> </ul>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	8점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자체평가 결과 반영 개선 조치 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 성과지표를 투입-과정-산출(결과)를 함께 측정할 수 있는 지표로 수정('22년 성과지표에 반영)</li> <li>- 코로나19 여파 지속에 따른 산업환경 변화에 대응을 위한 '뉴미디어TF' 구성·운영(8~11월), 산업구조 변화 및 거버넌스 체계 개편 등을 위한 &lt;영화비디오법 개정 방안 연구&gt; 추진('22.9월~)</li> <li>- OTT 활성화 등 산업 환경변화 고려, OTT 자체등급분류제 및 OTT 영상콘텐츠 제작비 세액공제를 위한 제도 도입 추진, 새로운 플랫폼에 적합한 애니메이션 발굴을 위한 신규사업 예산 편성</li> </ul> </li> <li>○ 국정감사 지적사항 우선 개선 추진 <ul style="list-style-type: none"> <li>- '영화발전기금 재정 안정화 방안 강구' 지적에 따라 기금 자원 다각화 방안 연구 추진(2회), 재정당국 및 국회 대상 적극적 설명·설득을 통해 일반회계 전입금 편성(800억원)</li> <li>- 'OTT 자체등급분류 제도 도입을 위한 영화비디오법 개정 조속 추진'에 대한 지적에 따라 부처 규제혁신 5대 핵심과제로 포함(6.13), 제도 개선에 대한 추진 동력 부여, 관계부처 협의 및 국회 설명 등 적극 노력을 통해 법률 개정안 국회 통과('22.9월)</li> </ul> </li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	8점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 칸 영화제 수상 축하 만찬 계기(6.12) 영화 산업 육성 및 지원방안에 대한 업계 의견 청취, 현장의견 수렴시 제시된 의견 등을 반영 제도개선 등 추진 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 산업 진흥·지원의 재정적 기반 역할을 하는 영화발전기금의 안정적 운영을 위한 자원 확보 추진(일반회계 전입금 800억원 확보)</li> </ul> </li> </ul>



평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- 세제 지원 강화를 위한 영화관람료 소득공제 도입(조세특례제한법 개정안 본회의 의결, 12.23)</li> <li>○ 코로나19 여파 지속에 따른 특별지원사업 추진시 사전 업계 의견 수렴 실시, 제시된 제안에 대한 적극적 검토를 통해 현장에 도움이 되도록 사업 추진</li> <li>- 영화관 및 제작인력 지원 사업 추진시, 인력고용 기간 유연성 부여, 기존 인력 고용유지 지원, 상영관별 적정 지원규모 설정 등 업계 의견 수렴·반영을 통한 사업 추진</li> <li>- 신작개봉 촉진을 위한 영화관 특별기획전 추진 관련, 개봉 이월현황 및 대작 미개봉 상황 파악을 위한 배급사 대책 회의(3·5월) 개최, 상·하반기 신작 배급 일정 논의 및 대작 개봉 합의 도출</li> <li>○ OTT 자체등급분류 제도 도입에 따른 하위 법령 개정안 마련을 위한 업계 및 청소년·학부모 단체 의견 수렴 추진</li> <li>- <small>업계총</small> 4회(8.31, 9.29, 10.25~26, 12.7.) <small>청소년·학부모단체</small> 1회(10.20), <small>TF회의</small> 5차(9.8, 9.16, 9.23, 10.31, 11.7)</li> <li>○ 코로나 팬데믹 3년차 한국영화 위기 극복을 위한 분야별 의견수렴 및 당면과제 공론화를 위한 토론회 개최(4회, 4월·7월·9월·11월)</li> <li>○ 애니메이션 제작지원 사업 개선방안 마련을 위한 업계 간담회 실시(15회), 다년도 제작지원 시범 도입 등 논의결과 반영</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- (K-게임 세계화 지원) 글로벌 시장 개척과 미래 성장동력 확보를 위한 산업 생태계 육성으로 세계 4위 게임강국 위상 확립
  - \* (국내 매출) 게임산업 수출액 역대 최초 20조원 돌파(21.9조원, '21)  
(해외 수출) 게임 수출액은 86.7억달러로 콘텐츠 수출의 70% 차지('21)
  - 중소기업사의 '창업-게임 제작-해외 수출'을 위한 단계별 원스톱 지원
  - 수출을 선도하는 PC·모바일 게임, 세계시장 및 기술 트렌드를 개척하는 신성장 게임, 사회공헌 목적의 기능성게임 등 발굴·육성
  - 게임기업 맞춤형 수출 지원을 위한 번역·마케팅·현지화 등 바우처 지원 및 비즈매칭, 해외 게임쇼 참가 지원 등 체계 구축
- (인식 개선 및 인프라 조성) 인식 개선 교육, 전문인력 양성을 통한 건전한 게임문화 조성 및 산업의 지속적 성장기반 마련
  - 게임이해하기(리터러시) 교육, 게임과몰입 예방, 상담 및 치유, 이스포츠 활성화 지원 등을 통한 올바른 게임문화 조성 유도
  - 게임 전문인력 양성의 산실인 '게임인재원' 2기 졸업생 배출 및 게임인재원 교육생 확대 모집, 교육환경(시설, 인력) 개선·확충
- (규제·제도 개선) 규제 샌드박스 활용, 법령 개정을 통한 제도 합리화
  - 점수보상형 아케이드게임, 이동형 VR 체험 서비스(VR트럭) 등 시범사업 및 연구용역 추진(규제 샌드박스 활용)
  - PC방 영업주의 행정처분 면제조항\* 신설, 게임산업법 상 '청소년'의 정의규정 합리화 등 현장 애로사항 해소를 위한 법령 개정 추진
  - \* 미성년자가 심야 출입제한시간에 PC방을 이용하거나 청소년이용불가 게임을 이용했을 때, 미성년자의 신분증 도용 등으로 연령을 확인하지 못한 사정이 인정되는 영업주에 대한 행정처분 면제

## □ 주요성과

### ○ 산업기반 조성 및 '창업-게임제작지원-해외시장 진출' 지원

- (초기기업 육성) 초기 게임기업(3년 미만)·예비 창업자(인디 게임 개발자)의 중견기업 도약·창업 성공을 위한 지원 강화('22년 28억원 투입(초기 게임기업 14개, 인디게임 20개) → '22년 매출액 약 60억원 달성)
  - \* 시제품 사업화 지원, 맞춤형 컨설팅 제공, 직접진출 서비스(게임기업자율 선택지원) 연계 지원 등
- (게임제작 지원) 수출 선도(일반형)·글로벌 시장 진출(신성장)·사회적 기여(기능성) 등 목적별·플랫폼별 맞춤형 지원 확대 ('22년 223억원 투입(72개 과제) → '22년 매출액 약 350억원 달성)
  - \* 일반형(PC·모바일·첨단), 신성장(신기술(클라우드·인공지능 등)/신시장(콘솔·아케이드 등), 기능성(교육·의료·안전·장애인 등) 게임
- (해외진출 지원) 기업별 맞춤형 해외진출 지원 서비스(컨설팅, 인프라, 마케팅, 게임서비스 등 총 20개 분야) 이용권 제공(게임기업 자율 선택 지원사업) 및 해외마켓 참가 지원(수출 상담 온라인 플랫폼(ITS GAME))으로 상시 비즈니스 매칭 환경 구축
  - \* (게임기업 자율선택) 37개사, 매출액 약 359억원, 11백만 다운로드('22.11월)
  - \*\* (해외마켓) 게임스کم 15개사, 도쿄게임쇼 15개사, 태국게임쇼 5개사 총 35개사, 상담건수 418건, 해외 게임쇼 참가 지원(상담액 1억 858만달러)

#### ■ 게임기업 자율선택 지원사업 지원체계



- (아케이드게임 지원) '점수보상형 아케이드 게임 서비스' 시범사업을 통해 4개 시범사업장 개장('22.5월~) 및 국내외 점수보상형 아케이드 게임 현황 조사 연구 추진(국내외 사례 검토 → 규제개선 노력 시행)
  - \* (해외진출지원) IAAPA 한국공동관(아케이드 및 VR 수출 지원) 운영(상담 548건, 상담액 1,823만달러)

- (인프라 조성) 글로벌게임허브센터 기업 입주공간(중소기업 50개, 창업준비팀 30개) 및 게임개발 공간 제공, 게임테스트베드·소프트웨어·맞춤형 컨설팅 등 지원(46.5억원)

\* ('22년 주요성과) 매출액 394억원, 지원규모 54개사, 신규고용인력 427명

### ○ 게임 전문 인력 양성 및 게임인재원 운영 확대

- (전문인력 양성) ▲게임인재원 2기생 졸업\*(22.8., 53명) 및 4기 교육생 선발·운영(22.9., 60명), ▲게임마이스터고 신입생 선발·운영(82명)

\* △게임인재원 졸업생 53명 중 42명 우수 게임기업 취·창업률 77% 달성 (1기 75%, 2기 79%), △중소게임사 인력난 해소 기여(졸업생 중 18%가 대기업, 17%가 중견기업, 65%가 중소기업 취업) △GIGDC(글로벌인디게임제작 경진대회)' 금상 등 각종 경진대회 수상

#### ■ 게임인재원 사업 개요

- ▶(목적) 게임기업이 요구하는 직무숙련도를 갖춘 선도형, 현장형 실무 전문인력 양성
- ▶(과목 및 과정) 기획·그래픽·프로그래밍 3개 분야, 2년 8학기제 / (1년차) 학과·전공별 심화교육 및 게임제작 단기프로젝트, (2년차) 장기프로젝트 및 인턴십 수행

#### ■ 게임마이스터고 사업 개요

- ▶(목적) 게임산업 맞춤형 전문인력(게임분야 영 마이스터) 육성
- ▶(과목 및 과정) 1개 학년 4학년

- (게임인재원 확대) 게임산업의 인력수요 증가에 맞춘 정원 증원 및 교육기반 확충으로 교육환경 개선

· ▲'23년 신입생(5기) 모집정원 약 2배 증원(65명→120명, 모집 공고(22.11.7~23.1.13.)), ▲교육공간 추가 확보(2캠퍼스 준공(11.14., 경기 판교) 908㎡→2,252㎡, 전임교수 3명→6명)

#### 한국콘텐츠진흥원 게임인재원 5기 교육생 모집

한국콘텐츠진흥원은 게임분야 우수인재를 양성하기 위해 「게임인재원 5기 교육생」을 다음과 같이 모집합니다. 미래 대한민국 게임산업을 이끌어갈 많은 분들의 관심과 참여 바랍니다.



<모집 공고문>

<제2캠퍼스(1층 도면)>



<졸업식 최우수상 시상(문체부장관상)>



<제2기 졸업생 단체 사진>



<마이스터고 수업사진>



<마이스터고 프로젝트 동아리 활동>

○ 청소년 게임 이용시간 제한 제도 일원화 및 건전한 게임 여가문화 등 이용환경 조성

- (게임시간 선택제) 게임 '셧다운제' 폐지('22.1.1.~)에 따른 청소년 게임 이용시간 제한 제도가 가정 내 자율적인 게임시간 선택제로 일원화되어, 제도 내실화 추진

\* 게임시간 선택제 운영 발전방안 연구('22.8.), 게임시간 선택제 일괄신청 대행 시스템 구축 중('22.6.~'23.1.)

- (게임과몰입 예방·치유) 청소년·보호자·교사 등 대상으로 게임 리터러시 교육 실시(4만8천여명), 게임문화 가족캠프 운영(총 1,125명)

교육 대상(인원) / 총 47,828명		교육 운영	
유아 교육 (5,614명)	- 유아(만3세~5세) 5,102명		
	- 유아교사 411명 - 리더(원장·원감) 101명		
청소년 교육 (24,996명)	- 초등학생 14,137명		
	- 중학생 9,502명 - 학교밖 청소년 541명 - 특수(장애) 기타 816명		
보호자교육 (11,030명)	- 학부모/성인 6,784명		
	- 고령층 48명 - 대학생 2,556명 - 관련업계 종사자 1,642명		



<b>교사 연수 (6,188명)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인 연수 5,679명</li> <li>- 혼합연수 409명</li> <li>- 연구교사·지역협의체 100명</li> </ul>	
<b>게임문화가족캠프 (1,125명)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 경기, 강원, 충청, 전라권 5회 개최(284가족총1,125명)</li> </ul>	

\* 게임과몰입 문화예술치유 프로그램(미술) 효과성 검증 및 보급교육 확대(음악, 체육)

- (WHO 질병코드) 게임이용장애 질병코드 도입 대응 민관협의체 운영을 통한 공동연구(문체부·복지부, 3개 과제\*) 발표('22.6.) 및 후속연구\*\* 추진

\* ▲게임이용장애 등재 과학적 근거 분석, ▲실태조사 기획, △파급효과 분석

\*\* 공동연구 과제 중 '실태조사 기획 연구'의 진단도구 보완 연구(공고 진행 중, ~'23.1.)

### ○ 모든 세대가 소통할 수 있는 다양한 게임문화 행사 개최

- (게임문화축제) 테마파크+게이미피케이션을 통한 모든 세대가 소통하는 축제 개최(방문자 3만명, 게이미피케이션 참여자 1.6만명)하여 게임의 다양한 문화적 가치를 확산하고 올바른 게임문화 조성

· 대형게임사(3개)와 인디게임개발사(7개), 지역중소게임사(3개), 대학 게임학과(2개), 게임산업협회 등 민관협 협업 프로젝트



· 문화소외계층 가족 초청(450명)하여 게임문화 향유 기회 제공

- (게임문화캠페인) 장기적으로 게임문화의 다양성, 우수성을 효과적으로 대국민 홍보할 수 있는 방안 마련에 중점

\* (주요내용) ▲게임문화 인식개선 중장기 전략수립 ▲게임문화 경연대회, 대국민이벤트

### ○ 이스포츠 지역 저변 확대 및 활성화 지원

- (상설경기장 운영) 이스포츠 상설경기장('19년 선정 부산·광주·대전 3개소, '21년 선정 경남 구축 중) 운영 활성화\*를 통한 이스포츠 지역 저변 확대

\* 지역 이스포츠 상설경기장 민관협의체(문체부, 지자체, 콘진원, 지역진흥원 등) 2회 개최('22.6.9./12.20.), 지역별 운영실적 공유 및 권역 간 연계방안 등 협의

[22 지역 이스포츠 상설경기장 주요 운영 실적]

구분	부산('20.11.18. 개관)		광주('20.12.20. 개관)		대전('21.9.15. 개관)	
규모	주경기장 330석, 보조 144석		주경기장 1,005석, 보조 160석		주경기장 580석, 보조 110석	
연도	2021	2022	2021	2022	2021	2022
개최 대회 수	19건	24건	11건	20건	10회	27회
시청자 (온라인)	308,048회	3,240,640회	8,000회	1,090,361회	16,436회	1,621,000회
방문객 (오프라인)	2,729명	8,630명	무관중 운영	16,425명	1,283명	9,570명
주요 행사 사진						
	리그오브레전드 MSI 2022		전국 e스포츠 대학리그		이터널 리턴 마스터즈	

\* 국내·국제 대회 개최 외 진로체험, 토크쇼, 팬미팅, 뷰잉파티 등 다양한 행사 운영으로 지역이스포츠 문화 향유 확대(오프라인 방문객 34,625명으로, 전년 대비 863% 증가)

- (국산 종목 활성화) 국산 이스포츠 종목 활성화를 위해 이스포츠 대회에 국산게임을 종목으로 선정\*

\* 2022년 종목선정기관(한국e스포츠협회) 선정 이스포츠 종목 14개 중 7개 국산 종목(배틀그라운드, 배틀그라운드 모바일, 던전앤파이터, 서든어택, 카트라이더, 오디션, A3: 스틸얼라이브)

대회명	포함 종목
대통령배 아마추어 이스포츠 대회	배틀그라운드 모바일(정식), 카트라이더(정식·시범), 이터널리턴(시범)
세계 이스포츠 대회	배틀그라운드 모바일(정식)
국제 이스포츠 페스티벌	이터널리턴(시범)
장애학생e페스티벌	마구마구, 모두의 마블(이하 정식), 포트리스M(시범)



- (장애인 이스포츠 지원 강화) 장애인 이스포츠 관련 포럼을 2회 진행하여 정책 과제 발굴, 장애학생 e페스티벌 개최를 통해 장애 학생에게 이스포츠 문화 경험 제공

**[관련행사 1] 2022 제1차 게임문화포럼**

- (일시) 2022. 7. 6.(수) 14:00~16:10
- (장소) CKL 기업지원센터 11층 컨퍼런스룸B
- (주제) 모두의 게임문화, 장벽은 없다
- (내용) 장애인 이스포츠, 장애인 게임접근성 관련 전문강연 및 패널 토론 진행

**[관련행사 2] 제2차 장애인 게임접근성 진흥 토론회(2022 제3차 게임문화포럼)**

- (일시) 2022. 11. 17.(목) 14:00~16:30
- (장소) 부산 벡스코 제1전시장 세미나실 316호
- (주제) 장애인 이스포츠 발전 가능성과 정책 개선방안
- (내용) 장애인용 게임 보조기기 활용하여 뇌병변 장애인 가족의 이스포츠 대결 및 장애인 이스포츠 관련 전문강연과 패널 토론 진행

	
<p><b>장애인 가족 이스포츠 대결</b></p>	
	
<p><b>전문강연</b></p>	<p><b>패널 토론</b></p>

**[관련행사 3] 전국 장애학생 e페스티벌**

- (일시) 2022. 10. 17.(월) ~ 10. 18.(화) (2일간)
- (운영방식) 전 종목 온라인
- (대상) 전국 특수학교(급) 학생, 지도 및 인솔교사
- (종목 및 인원) 9개 종목(정식 8개, 시범 1개) 290명(학생 188명, 지도교사 102명)

○ **기능성게임 관련 성과**

- (사회적 가치 실현) 기능성 게임콘텐츠를 통한 사회적 가치 실현을 위해 기능성 게임콘텐츠 제작지원 사업에 UN-SDGs를 지정공모에 부여

**[2022 기능성 게임콘텐츠 제작지원 선정 과제 목록]**

분야	주관기관명	과제명
지정 (사회공헌 UN-SDGs)	주식회사 라이프페스타	액티블리:MZ세대를위한 소셜웰니스(wellness)게임
	주식회사 카프	e-깨비 신재생월드
	(주)스튜디오코인	이브스의"위기의생명 상담소"
자유	코드리치	메타버스기반재활기능성 콘텐츠"헬스리메디"
	(주)셉스게임즈	비대면 농업교육을 위한 온오프라인 연동 작물 재배 게임, 팜데스크
	(주)이모티브	모바일 게임 기반 아동ADHD 디지털 치료제 개발
지정 (게임 접근권)	주식회사 링고애니	언어발달장애아동을위한 한글놀이
	주식회사 투핸즈 인터랙티브	발달장애 아동을 위한 증강현실 놀이터"디딤히어로즈"

**[2022 기능성 게임콘텐츠 제작지원 UN-SDGs 지정공모 작품 실적]**

구분	목표치	실적치
매출액	1,116백만원	1,060백만원
신규채용(일자리)	23명	20명

○ **규제샌드박스 제도를 적극 활용한 규제 개선**

- (점수보상형 아케이드게임 서비스) 침체된 아케이드 게임시장 **활성화**를 위해 **시범사업\*** 개시('22.5.~, 4개 업체)
  - \* '06년 이후 경품교환게임 금지, 규제샌드박스 제도를 활용해 2년간 시범추진
- 미국 아케이드협회(AAMA)와의 업무협약\* 체결을 통한 점수 보상형 아케이드게임의 포괄적 협력기반 마련
  - \* ▲아케이드 게임 주요 현안에 대한 공동 조사 연구, ▲아케이드 게임 전문가 양성 교육 협력, ▲기타 양 당사자가 필요하다고 합의하는 사항
- 시범사업의 타당성 분석을 위한 국·내외 사례 및 현황조사 연구 용역 실시('22.9.~'22.12.)
- (이동형 가상현실(AR·VR) 체험서비스) 제도 개선 마련을 위한 연구용역 추진('22.4.~'22.12.)

## ○ 정책 수요자의 편의성 제고를 위한 법률 개정 추진

- PC방 영업주의 등급구분 위반 게임물 이용 제공 금지조항 신설 및 행정처분 면제조항\* 신설('22.12.20. 문체위 법안소위 통과)

\* **(면책요건)** 청소년의 신분증 위조·변조 또는 도용으로 청소년의 연령을 알지 못하였거나 폭행 또는 협박으로 연령을 확인하지 못한 사정이 인정되는 때에는 문화체육관광부령으로 정하는 바에 따라 해당 행정처분 면제(식품위생법, 담배사업법과 동일)

- 현장 혼란 해소를 위한 게임산업법 상 '청소년'의 정의 개정(청소년 보호법 상 '청소년'의 정의와 일치)('22.12.20. 문체위 법안소위 통과)

\* **(현행)** 18세 미만의 자(「초·중등교육법」제2조의 규정에 의한 고등학교에 재학 중인 학생 포함)  
⇒ **(개정)** 청소년 보호법 제2조제1호에 따른 청소년(만19세 미만의 자. 다만, 만 19세가 되는 해의 1월 1일을 맞이한 사람 제외)

- 게임제공업 등의 허가·등록 시 민원인 및 지자체의 불편사항 개선 요구를 반영해 서식 개정\* 추진

**[게임산업진흥에 관한 법률 시행규칙(제17조 제1항, 별지 5호의2 등 서식 개정 내용)]**

1. **(등록증 사본제출 규정 삭제)** 청소년게임제공업자(PC방 포함)가 업종을 추가하여 복합유통게임제공업으로 신고하는 경우 등록증 사본제출 의무규정 삭제
2. **(교육환경보호구역 확인 안내문 추가)** 게임제공업 등의 허가·등록 신청서 서식 유의사항에 영업장소가 '교육환경보호구역'에 해당하는지 여부를 확인하도록 안내 문구 추가
3. **(지위승계신고서 처리기간 연장)** 현행 처리기간 '즉시'를 '15일'로 변경하여 연장

## ○ 확률형 아이템 정보공개 및 장애인 등 사회적 약자의 게임접근성 개선을 통한 이용자 권익 보호

- '확률형 아이템 정보공개' 관련 게임산업법 개정 추진

\* 문체위 법안심사소위원회 안건(1번~5번) 심의('22.12.20./보류) 후 재심의 예정('23.1월 중)

- '장애인 게임 접근성 제고방안 연구'를 통해 장애인 등 문화소의 계층의 게임 접근성 제고를 위한 제도 개선안 도출
- (연구결과) ▲장애인의 게임 이용에 따른 보조기기의 필요성 ▲ 게임을 통한 교육적 가치(정보통신 기기 접근의 용이성) 및 문화적 가치(스포츠게임을 통한 학습효과) ▲지역사회에서 장애인의 접근성 향상을 위한 장애 인식 개선의 필요성 확인 ▲장애인의 게임접근을 막는 게임 인터페이스의 한계 파악

미흡 원인분석 결과

○ 해당사항 없음

개선보완 필요사항

○ 해당사항 없음

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언												
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	17점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 게임 제작 지원, 인력 양성 등 추진계획 일정에 따라 차질 없이 추진</li> <li>○ 사업추진의 효율성 제고와 사업추진 변수(자연재해, 물가인상 등)로 일부 사업 추진 지연               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 게임국가기술자격검정 중장기 운영계획, 장애학생 e페스티벌, 경남 이스포츠 상성경기장 구축 등</li> </ul> </li> </ul>												
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	27점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 성과지표 초과 달성               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중소기업업체 지원수 : 110.9% 달성 (목표 284개, 실적 315개)</li> </ul> </li> <li>※ 과거 실적 및 예산 등을 감안하여 목표치를 적극적으로 재설정</li> <li>- 직전 3개년 실적 평균치(283개)와 '22년 예산 수준('21년 646억원 대비 35억원 감액)을 고려하여 '21년 목표치(284개)와 동일하게 설정</li> </ul>												
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점 25점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 성과지표가 정책내용을 대표하고 구체적이며 정책내용과 성과지표의 연관성 있음</li> <li>○ 게임 국내시장 성장 및 해외수출액 증가 등으로 '게임산업 육성' 및 '차세대 콘텐츠 육성'이라는 정책효과 발생</li> <li>○ 게임산업의 다양·창의성 확대를 위해 중소기업사의 맞춤형 해외진출 종합지원체계 및 수출 상담 플랫폼 구축 등을 통한 해외진출 활로 모색의 결과 게임산업 수출액이 전년대비 5.8% 증가               <ul style="list-style-type: none"> <li>※ '21년 게임 산업 수출액(86.7억 달러) : 상위 목표 성과지표인 전체 콘텐츠산업의 수출액(124.5억 달러)의 69.6% 차지</li> </ul> </li> </ul>												
	① 과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점)	① 17점													
	② 향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점)	② 4점													
③ 과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)	③ 4점														
			<table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>2020년</th> <th>2021년</th> <th>증감률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>게임 매출액</td> <td>18조 8,855억 원</td> <td>20조 9,913억 원</td> <td>11.2%</td> </tr> <tr> <td>게임 수출액</td> <td>81억9천3백만 달러</td> <td>86억7천2백만 달러</td> <td>5.8%</td> </tr> </tbody> </table> <p>(출처: 2022년 대한민국 게임백서)</p>	구분	2020년	2021년	증감률	게임 매출액	18조 8,855억 원	20조 9,913억 원	11.2%	게임 수출액	81억9천3백만 달러	86억7천2백만 달러	5.8%
구분	2020년	2021년	증감률												
게임 매출액	18조 8,855억 원	20조 9,913억 원	11.2%												
게임 수출액	81억9천3백만 달러	86억7천2백만 달러	5.8%												
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	8점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국회 및 언론 등의 게임물관리위원회에 대한 전문성, 투명성, 게임이용자와의 소통부족 등이 지적됨에 따라, '게임이용자 소통강화 방안'을 발표하였고, 이에 대한 지속적인 이행점검 등을 통해 게임물관리위원회 조직 혁신 지원</li> </ul>												
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	7점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 게임산업법 전부개정 관련 유관기관 업무협의를 통한 개정안 취지 공유 및 의견수렴('22.2, 4, 7월 등 총 3회)</li> <li>○ 게임산업계의 애로사항 및 건의사항 청취를 위하여 현장간담회 등 총 11건</li> <li>○ 게임이용장애 질병코드 등재 관련 민관협의체로 업계의견 수렴, P2E TF운영, 게임제공업 등의 허가·등록 시 시행규칙 서식 개정 추진 등</li> </ul>												

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 최근 5년간 매출규모 기준 대중음악산업 61.5%, 만화 웹툰산업 97.4% 성장\* 하며 K-콘텐츠 흥행 패러다임 주도(동 기간 콘텐츠산업 매출 +21.4%)

\* (음악산업) '17년 5조 8,040억원 → '21년 9조 3,720억원 (2021 콘텐츠산업조사)  
(만화산업) '17년 1조 800억원 → '21년 2조 1,320억원 (2021 콘텐츠산업조사)



## &lt;대중음악&gt;

- '22년 대중음악 음반 판매량 7.419만장, 전년 대비 30% 증가('22.11월)  
※ '16년 판매량(1,080만 장)의 약 7배, '19년(2,509만 장)의 3배 수준
- 방탄소년단 콘서트 생산유발효과 6,200억 ~ 1조 2,200억원 (문광연)  
※ 1회 공연 시 3일 개최, 관객 65,000명, 외래 관광객 20-50% 기준으로 산정  
- '21년 아시아 가수 최초 아메리칸 뮤직 어워즈(AMA) '올해의 아티스트' 수상



## &lt;웹툰&gt;

- '21년 웹툰시장 매출 1조 5,660억원으로 전년(1조 500억원) 대비 48.6% 성장
- 네이버·카카오·리디북스 등 국내 플랫폼 해외 100개국 이상 진출
- <재벌집 막내아들>, <지금 우리 학교는>, <금수저>, <외모지상주의> 등 웹툰 기반 2차 저작물 연달아 흥행

- 공정한 산업 생태계 조성 및 지속 발전기반 조성을 위해 업계 소통 노력 지속, 웹툰 상생협약 체결 등 성과 有

## 웹툰상생협의체 개요

- (목적) 웹툰 창작자와 업계(플랫폼·제작사) 간 소통창구 마련, 상호 갈등 해결 및 상생 방안 도출
- (위원) 총 12명 (창작자 4, 제작사 2, 플랫폼 2, 변호사 1, 학계 1, 정부 2)

회 차	의 제
1차(3.25.)	▲ 위원 상호 소개, 협의체 취지 안내, 협의체 운영방식 결정
2차(4.22.), 3차(5.20.)	▲ 매출정보 공개 및 웹툰 식별체계 도입 등 논의
4차(6.17.), 5차(7.15.)	▲ 수익배분, 저작권, 웹툰 불법유통 관련 논의
6차(8.19), 7차(9.23.)	▲ 창작자 복지, 장르 다양성 진흥 등 논의
8차(10.21.)	▲ 논의내용 정리, 상생협약문 초안 마련
협약 체결식(12월 중)	▲ 논의결과 공유 및 상생협약 체결



□ 주요성과

< 창작 지원 >

- (음악) 우수·신진 음악가 발굴 및 다양한 음악콘텐츠 제작, 홍보 지원으로 다양성과 창의성이 넘치는 대중음악 생태계 조성

【플랫폼 기반 뮤지션 육성지원 성과(뮤즈온)】

- 총 437팀 접수 → 서면/실연평가를 통해 최종 10팀 선정
- 주요 지원내용

구분	세부내용
앨범/음원 발매 및 유통지원	○ 앨범/음원 제작 및 프로모션 지원 - 뮤즈온 뮤지션 10팀 총 15개 앨범 발매
정기 공연 개최	○ <뮤즈온데이> 정기공연 개최지원 - 정기공연 참가 및 공연비 지급 - 공연·백스테이지·인터뷰 영상 제작 및 유통 지원 - 총 5회 개최, 오프라인 관람객 1,108명 및 온라인 시청자 14,100명
웹예능 출연지원	○ MBC 디지털 웹예능 콘텐츠 '대부님2' 출연 지원(총 6부작)
라이브클립 및 인터뷰 영상 등 제작	○ 라이브클립 및 인터뷰 영상 등 제작 및 KOCCA MUSIC 유튜브 유통 지원 - 뮤즈온 관련 유튜브 콘텐츠 107개 제작 및 총 조회수 382만 달성
음악 페스티벌 참가 또는 음악 방송 출연	○ 국내 음악 페스티벌 참가 또는 MBC 음악방송 출연 지원 - 음악 페스티벌 또는 음악방송 둘 중 하나 선택 가능(팀당 1회)
프로필 촬영	○ 팀별 프로필 촬영 지원
라디오 출연	○ MBC FM 라디오 출연 지원
우수 성과자	○ MBC 유튜브 채널 <It's Live 출연> 지원 ○ 드라마 OST 참여 지원

- 주요 성과 : 신인 뮤지션 인지도 제고 및 창작기반 강화를 위한 지원 확대
- 뮤즈온 관련 유튜브 콘텐츠 107개 제작 및 총 조회수 382만 달성
- MBC와 뮤즈온 웹예능 <대부님 시즌 2> 6회 제작, 평균 조회수 48.2만회 달성



<뮤즈온데이 정기공연>



<뮤즈온 라이브클립>



<MBC 웹예능 대부님>



- (만화) 우수 아이디어에 대한 창작 초기 기획·개발비용 지원, 비활성 장르 등 다양성 만화 제작 지원으로 참신한 IP 지속 발굴, 만화 원작 전시·행사·온라인 콘텐츠 제작 등 IP 활용 확산 지원

\* △(다양성만화 제작) 65편, △(만화콘텐츠 다각화 지원) 7개 과제, △(만화 기획·개발 지원) 100편 ('19년 32편 → '20년 60편 → '21년 90편 등 지원 규모 지속 확대)

**【창작지원 주요 성과】**

			
- '22 만화기획개발- <범상찮은 밤> 윤혜원작 2022 네이버 지상최대 공모전 2기 우수상 수상	- '22 만화기획개발 - <도전연애 만렙> 박태원작 2022 고양 웹툰 공모전 대상 수상	- '22 만화독립출판지원 <취향소개소> 이다몽작 네이버웹툰 연재 중	- '22 다양성만화제작- <학교개담> 서후, 땀뽕작 만화경 연재 중

**【만화 IP 활용 확산 지원 성과】**

		
<b>문화행사</b> <만화페이지 콘서트 '당신의 자리, 우리의 자리'>	<b>만화전시</b> <만화로 보는 시니어 전성시대>	<b>만화전시</b> <목판만화경>

< 인재양성·인프라 조성 >

- (음악) 지역 기반의 실험적 음악 창작활동을 돕고 지역주민 문화 향유 기회 확대를 위해 '음악창작소' 조성 및 운영
- 녹음실·연습실·리허설스튜디오·공연장으로 구성하여, 음악 창작·녹음부터 공연까지 가능한 완성형 공간조성

【음악창작소 조성 현황】 \* '22년 17개소 조성완료 및 운영중

지역별 (개관일)	시설개요	
	위치	주요시설
서울음악창작소 (14.12.22)	마포구	녹음실, 연습실, 작업실, 다목적홀, 공연장 등
부산음악창작소 (15.11.4)	금정구	녹음실, 리허설 스튜디오, 마스터링 룸, 교육실 등
광주음악창작소 (15.8.29)	남구	녹음실, 스튜디오, 개인 작업실, 레지던스실, 공연장 등
대구음악창작소 (16.9.6)	남구	녹음실, 스튜디오, 다목적 공간, 공연장 등
충북음악창작소 (17.9.1)	충주시	녹음실, 연습실, 세미나실, 게스트룸, 공연장 등
전남음악창작소 (17.11.1)	강진군	녹음실, 연습실, 작업실, 합주실, 공연장 등
충남음악창작소 (17.10.19)	천안시 동남구	녹음실, 편집실, 합주실, 청음실, 공연장, 오픈홀 등
전북음악창작소 (18.3.30)	전주시 덕진구	녹음실, 연습실, 교육실, 커뮤니티 라운지, 야외무대 등
경남음악창작소 (19.10.8)	김해시	스튜디오(컨트롤룸, 보컬룸, 피아노룸, 드럼룸), 교육실 등
강원음악창작소 (19.11.23)	춘천시	녹음실, 연습실, 합주실, 컨트롤룸, 교육실, 공연장 등
울산음악창작소 (19.12.27)	중구	녹음실, 연습실, 컨트롤룸, 스튜디오, 오디오편집실 등
제주음악창작소 (21.1.)	서귀포시	녹음실, 연습실, 스튜디오, 창작실, 다목적실, 사무실 등
세종음악창작소 (20.12.11)	세종시	녹음실, 연습실, 스튜디오, 공연장 등
경북음악창작소 (21.11.30)	경주시	녹음실, 창작실, 세미나실, 라이브룸, 교육실 등
경기음악창작소 (22.9.14)	구리시	녹음실, 마스터링룸, 편집실, 퍼포먼스실 등
인천음악창작소 (22.10.21)	인천	녹음실, 콘트롤룸, 편집실, 공연장, 연습실 등
대전음악창작소 (22.12.17)	대전	녹음실, 연습실, 오픈홀, 합주실, 공연장, 분장실 등

- (만화) 예비 작가, 지역 거주 작가, 시니어·청년 장애인 등 대상별 맞춤형 웹툰 창작 교육 및 멘토링 실시
  - 예비·현직 작가 및 웹툰 PD·웹툰 강사 등 전문인력 대상 만화연출, 기술, 비즈니스 등 교육과정 운영(온라인 40개 강좌/2,753명 교육)
  - 지역 웹툰작가 양성을 위한 교육 시설 웹툰캠퍼스 10개소('22년 1개 신설) 및 교육·향유시설 웹툰창작체험관 34개('22년 3개 신설) 운영
  - 취업 취약계층 일자리 창출을 위해 '청년장애인 웹툰 아카데미\*' (13개소), '경력단절 작가 교육 및 멘토링' (28명) 운영
- \* (교육생 확대) '21년 435명 → '22년 583명

**【웹툰캠퍼스 및 창작체험관 조성 현황】**

○ (웹툰캠퍼스) 전국 10개소 운영 중 \* ' 22년 1개소(울산) 신설

연번	지역	운영기관	연번	지역	운영기관
1	전남	(사)전남영상위원회	6	제주	제주영상문화산업진흥원
2	대전	대전정보문화산업진흥원	7	전북	전라북도문화콘텐츠산업진흥원
3	대구	대구디지털산업진흥원	8	경북	경상북도콘텐츠진흥원
4	부산	부산정보산업진흥원	9	세종	(재)세종테크노파크
5	경남	경남문화예술진흥원	10	울산	울산정보산업진흥원

○ (웹툰창작체험관) 전국 34개소 운영 중 \* ' 22년 3개소(인천 미추홀, 서울 동작, 대구 동구) 신설

연번	지역	운영기관	연번	지역	운영기관
1	충북 청주	충북과학기술혁신원	18	강원 동해	발한도서관
2	세종	한국영상대학교 산학협력단	19	울산 울주	선바위도서관
3	충남 천안	충남정보문화산업진흥원	20	경북 의성	의성군립도서관
4	경기 고양	고양산업진흥원	21	대구 북구	행복북구문화재단(대현도서관)
5	경기 평택	평택시립안중도서관	22	강원 원주	원주교육문화관
6	경북 포항	포항시립도서관	23	충북 진천	진천군립도서관
7	서울 광진	광진정보도서관	24	충남 당진	당진시립도서관
8	인천 계양	효성도서관	25	경남 김해	김해안동문화의집
9	전북 완주	완주군립중앙도서관	26	강원 속초	속초교육문화관
10	경북 경산	경산생활문화센터	27	경기 수원	한봄고등학교
11	경북 문경	문경시청소년문화의집	28	경기 고양	중부대학교 산학협력단
12	서울 은평	구립은평뉴타운도서관	29	부산 연제	부산연제도서관
13	울산 동구	울산동구청소년진로지원센터	30	서울 양천	서울 양천도서관
14	충남 보령	보령시평생학습관	31	서울 성동	(사)한국만화가협회
15	경기 안양	안양시립관양도서관	32	인천 미추홀	인천수봉도서관
16	서울 도봉	도봉문화재단(돌리뮤지엄)	33	서울 동작	서울시립보라매청소년센터
17	강원 춘천	춘천교육문화관	34	대구 동구	대구예술대학교 평생교육원

## < 기업 지원 >

- (만화) ▲ 웹툰·스토리 등 콘텐츠 IP 보유 기업 대상 2차 사업화 및 투자 활성화 등 지원을 위한 콘텐츠 IP 박람회(2022 콘텐츠 IP 산업전) 개최 및 ▲ 핵심기업 대상 해외 비즈매칭 집중 지원 신규 추진

### 【2022콘텐츠 IP 산업전】

#### ▶ 2022콘텐츠 IP 산업전 신규 개최

- (행사명) 2022 콘텐츠 IP 산업전(Content IP Biz-Fair 2022)
- (주최/주관) 문화체육관광부/한국콘텐츠진흥원
- (일정/장소) 2022.11.10.(목)~12(토), 코엑스(컨퍼런스룸E, 스튜디오159, 스타트업 브런치 등)
- (추진방향) 웹툰 뿐만 아니라 게임, 방송, 애니메이션, 음악, 패션 등 다장르 IP가 총 집결된 콘텐츠 종합 융복합 마켓'으로 확장 개최
- (행사구성) 다양한 콘텐츠 산업분야가 참가하는 IP 전시/상담, 비즈매칭, 컨퍼런스, 쇼케이스, 피칭, 쇼케이스 등의 다양한 B2B 프로그램 운영
- (연계행사 통합개최) 라이선싱 콘, IP 라이선싱 빌드업, IP사업화 상담회, 애니메이션 부트캠프, 글로벌 비즈니스 라운드 테이블, 이야기IP 포럼 등 연계 개최(KOCCA 6개 부서 협업)
- (주요성과)
  - 참가기업 281개, IP 386개, 국내외 바이어 392명, 비즈니스 상담 884건, 매출액 129억 달성



<개막시-환영사>



<쇼케이스>



<비즈매칭>

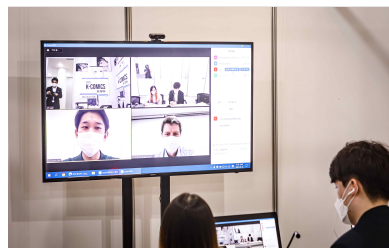
### 【2022 핵심기업 집중지원】

#### ▶ 기본 개요

- 핵심기업 5개 내외 대상 해외 행사 참가기업 사전홍보물 제작, 피칭 및 집중 비즈매칭 지원  
(1회차) K-Comics in Japan / 5월 31일 한-일 온라인 행사진행  
(2회차) K-Story & Comics in America / 10월 3일 ~ 4일, 인터컨티넨탈 LA 오프라인 행사 진행

#### ▶ 주요 성과

- 총 상담건수 213건 (일본 124건 / 미국 89건)
- (일본) 콘텐츠 IP 산업전 행사 연계하여, 온라인 미팅에 참여했던 바이어 중 일부 초청하여 국내에서 추가 2차 미팅 진행
  - 총 3개 회사 초청(출판전문업체 SB크리에이티브, 만화·웹툰IP기반 굿즈 제작 업체 산리오, 국내 IP기반 드라마 제작업체 어크로스) 하여 참가기업 4개사와 추가 미팅 진행.
- (미국) 코로나 팬데믹 이후 가중되고 있는 홈리스(Homeless) 문제로 불안정해진 치안에도 불구하고 안전한 오프라인 행사 개최 성료



[일본 온라인 비즈니스 미팅]



[미국 오프라인 피칭쇼케이스]



[미국 오프라인 비즈니스미팅]



## < 디지털 전환 지원 >

- (음악) 대중음악 생태계의 디지털 전환 및 한류 확산 기반 마련을 위해 온라인 실감형 공연장 운영, 온라인 공연 콘텐츠의 산업화 유도 및 새로운 형식의 차세대 공연콘텐츠 제작 지원

### 【온라인 실감형 공연장 운영】



- 명칭 : KOCCA뮤직스튜디오
- 위치 : 서울 송파구 올림픽공원 K-아트홀
- 면적 : 전체 1,809.68㎡(약 547평), 2층 구조
- 공간구성 : 메인스튜디오, 크로마키 스튜디오, 출연자 대기실, 스태프 대기실, 믹싱룸, 분장실 6개 등
- 공간특성 : 영상, 음향 제작 및 송출 등 최신 장비 시설과 운영인력을 보유한 대중음악 전문 스튜디오

### 【온라인 공연 개최 지원】

#### ▶ 사업 개요

- 지원대상 : 대중음악 분야의 유료 온라인 공연을 기획한 기업(공연기획·제작사, 공연장 등)
- 지원부문 및 지원조건
  - 온라인공연 : 1회 이상 개최하는 유료 온라인 공연(최대 5천만원 지원)
  - 영상콘텐츠 제작 : 음악 영상콘텐츠 5편 이내, 편당 3분이상(최대 5천만원 지원)
  - 온라인 실감공연 : 실감기술을 적용하여 개최하는 새로운 형식의 유료 온라인 공연(최대 5억원 지원)
- 지원내용 : 온라인 공연 및 영상콘텐츠 제작을 위한 공간 및 장비지원, 제작비(장소/장비 임차, 촬영/송출비, 편집비, 홍보비 등) 지원

#### ▶ 지원 결과

- 총 37개 과제 지원 완료(온라인공연 18개, 영상콘텐츠 제작 14개, 온라인 실감공연 5개)

총 매출액	총 공연 횟수	총 티켓 판매량	총 온라인 조회수	신규채용
812백만원	30회	18,307매	4,093,756회	7명

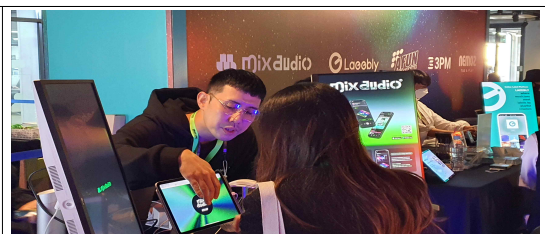
- (음악) ICT기술과 음악의 융합 프로젝트 지원을 통해 새로운 음악 서비스·콘텐츠 발굴 및 신시장 창출

### 【ICT-음악(뮤직테크) 제작지원】

- 66개 과제 접수→ 10개 과제 선발 (경쟁률 약 6.6:1)
- 주요 성과
  - 기업 평균 매출액 359백만원 달성. 신규 일자리 창출 56명 달성. 상용화율 60% 달성
  - 지원 업체 (주)뉴튼 CES 2023 혁신상 수상 등 뮤직테크 콘텐츠의 글로벌 영향력 강화
  - 5개사의 비즈니스 확장을 위한 글로벌 파트너십 형성 지원
    - (글로벌) 뮤콘 비즈매칭장 내 시연부스 운영, 비즈니스 매칭 참여(' 22.10월)
    - (북미) ICT-음악 전문 컨퍼런스(뮤직 테크토닉스) 참가 연계, 북미 뮤직테크 기업과 웨비나 개최, 피칭 콘테스트 참가 및 네트워킹(' 22.10월)



네모앨범(네모즈랩) 앨범 제작



블록뮤직(뉴튼) 뮤콘비즈니스 참여

## < 해외진출 지원 >

- (음악) 국제 음악 비즈니스 마켓(서울국제뮤직페어, MU:CON) 개최(10월), 리퍼반 페스티벌 참가(4팀), 일본 쇼케이스 개최(4팀), 뮤콘 초이스 지원(6개팀), 우수 뮤지션 영상 콘텐츠 제작 및 글로벌 프로모션 지원(뮤콘 10팀, 뮤즈온 5팀, 리퍼반/일본 쇼케이스 5팀)

### 【2022 서울국제뮤직페어 주요성과】

#### ▶기본 개요

- (일시/장소) 2022.10.19.(수) ~ 10.21(금), 3일간 ※비즈니스 현장/온라인 병행 개최
- (주최/주관) 문화체육관광부 / 한국콘텐츠진흥원
- (주요내용) 쇼케이스, 비즈매칭, 세션 및 워크숍, 네트워킹

#### ▶주요 성과

- 쇼케이스 참가 뮤지션 40팀, 게스트 뮤지션 11팀 등 총 51팀 쇼케이스 공연, 관람객 총 3,003명
- 비즈니스 참석자 311명, 비즈매칭 331건 달성(전년 대비 14% 상승)
- 3년 만의 현장 비즈니스 재개에 따른 사전 비즈매칭 플랫폼 고도화, 후속 비즈니스 지원 개선 등 **비즈니스 지원 체계 강화**
- 산업의 흐름이나 트렌드를 중심으로 다루던 기존 컨퍼런스에서 탈피, **뮤지션의 해외 진출에 직접적인 도움이 되는 실무 경험 중심의 세션 및 워크숍 구성**, 온라인 클럽 조회 3,556회 기록 (2022년 12월 기준, 2021년 컨퍼런스 클럽 동 시점 최고 조회수 1,828회로 약 2배 차이)



[쇼케이스]



[비즈매칭 및 네트워킹]



[세션 및 워크숍]

### 【우수 대중음악 해외 유통지원 주요성과】

#### ▶ Korea Spotlight(리퍼반 페스티벌)

- (일시/장소) 2022.9.20.(화)~24.(토) / 독일 함부르크
- (참가뮤지션) 총 4팀 (너드커넥션, 다정, CHE, 250)
- (주요프로그램) 네트워킹, 쇼케이스, 매치메이킹 등
- (주요결과) 총 관람객 800명, 비즈니스 상담 69건, 국내외 언론보도 58건, 네트워킹 참여 122명



<쇼케이스 공연(너드커넥션)>



<현장 비즈니스>



<매치 메이킹>


#### ▶ Korea Spotlight(쇼케이스)


- (일시/장소) 2022.11.7.(월)~10.(목) / 일본 도쿄
- (참가뮤지션) 총 4팀 (PIXY, BEATYBOX, LIM KIM, W24)
- (주요프로그램)
  - 컨퍼런스: 언론 홍보, 음악관계자 네트워크 구축을 위한 미디어 컨퍼런스 및 리셉션 진행
  - 쇼케이스: 스탠딩 1,300석 규모의 공간 활용하여 쇼케이스 및 비즈니스 라운지 운영
- (주요결과) 뮤지션 4팀, 관람객 총 1,068명, 비즈니스 프로그램 101명 참여, 상담 59건

- (만화) 중소 플랫폼 해외 구축·운영 지원('21년 7개사→'22년 10개사), 수출 작품 번역 지원('21년 46편/5개 언어→'22년 49편/8개 언어), 해외 온·오프라인 사업화 상담회 및 전시(미국, 멕시코) 개최 지원

**【해외진출 지원 주요 성과】**

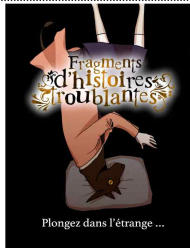

○(중소 웹툰 플랫폼 해외진출 지원) 총 10개 과제 지원(신규 5개, 기존 5개)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 플랫폼명 : ToryComics Arab(토리코믹스 아랍)</li> <li>■ 회사명 : 주식회사 토리웍스 (대표 배수호, 최종환)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 임직원 6명, 매출액 15백만원 (2021년 기준)</li> </ul> </li> <li>■ 과제 성과 (2022.11월 기준) *기존운영(사우디, UAE, 쿠웨이트, 이집트)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 투자유치 : 11억원</li> <li>- 매출 약 1억원 / 회원수 약 21만명 증가</li> <li>- 사우디 현지 파트너사와 JV(joint venture) 설립 예정</li> </ul> </li> </ul>
---	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 플랫폼명 : Мой комикс(모이코믹스)</li> <li>■ 회사명 : ㈜엠스토리링크 (대표 이기수)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 법인설립 2022.01.04.</li> </ul> </li> <li>■ 과제 성과 (2022.11월 기준) *신규구축(러시아, 러시아어 사용 권역)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 러시아 및 CIS 국가 최초 공식 K-웹툰 플랫폼 런칭</li> <li>- 러시아 불법번역사이트 3곳(Remanga 등) 모이코믹스 계약 작품 삭제 대응</li> <li>- 어플 다운로드 수 5,848건(런칭 후 13일 간)</li> </ul> </li> </ul>
--	---

○(해외마켓 참가 및 피칭 지원)

- 총 6개 해외행사 개최, 전체 상담 건수 803건, 수출액 \$15,933,518 달성

		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ (유럽) 출판을 선호하는 특성에 맞춰 총 13건의 웹툰 단행본 계약 성사             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 더복서(울트라미디어 출판), 독일 Alteraverse / 프랑스 KOYOHAN와 출판계약</li> <li>- 이야기의 조각, 사막과 초원의 물방울 (에이엘엠미디어 출판) 프랑스 단행본 출간(K복스) 및 웹툰 플랫폼연재(베리툰)</li> </ul> </li> </ul>
---	---	---

○(번역지원) 지원과제 49개 중 22개 해외 플랫폼 연재 또는 출판계약 체결('22.11)

		
<p>〈월요일이 사라졌다〉 북미 플랫폼 타파스 연재 중</p>	<p>〈얼음램프〉 중국 플랫폼 빌리빌리 연재 중</p>	<p>〈폐월화〉 일본 인모에시아, 태극 등 연재 중</p>

○(전시·교류) 한국문화원 등 연계 한국만화 전시 개최(△미국('22.10.31~12.16./뉴욕한국문화원, △멕시코('22.12.5~'23.2.5/멕시코국립영화원))



## < 공정생태계 조성 >

- (음악) 민관 협력으로 공정한 음악시장 조성을 위한 개선 노력
  - 공정한 음원 유통환경 조성 사업 지속 실시
    - \* 음원사재기 모니터링, 업계 자율개선 유도(음원차트 실시간 → 24시간 누적 등), 건전 음원 캠페인 진행
  - 공정한 음악 유통환경 조성을 위한 **공정음원유통협의체** 운영
    - \* 6개 온라인 음악 서비스 사업자, 법학계, 유관 협단체 등
- (만화) 웹툰 분야 공정한 창작환경 조성을 위한 **창작자·업계·정부** 간 **상생협의체** 구성 및 **회의 운영**(’22.2~’22.10월/총 18회 개최) 및 **상생협약\*** 체결(12.16.)
  - \* 14개 만화·웹툰 분야 단체 및 대형 플랫폼(네이버웹툰, 카카오엔터테인먼트), 제작사 등 참여
  - 만화인 **헬프데스크**(온·오프라인 상담 창구) 운영을 통한 계약·법률 등 자문 제공(116건) 및 찾아가는 교육·상담 4회 운영(대전,경남,순천,제주)
  - 불법유통 웹툰 이용자 인식개선을 위해 ‘웹툰불법유통대응 협의체(8개 플랫폼사)’ 협업 공동 캠페인 실시(~’22.12월)

### 【2022년 만화웹툰 불법유통사이트 이용근절 캠페인】

 <p>&lt;메인영상&gt;</p>		
 <p>&lt;국가 광고전광판 표출&gt;</p>	<p>&lt;릴레이웹툰 이미지&gt;</p>	<p>&lt;릴레이웹툰 플랫폼사 광고 (네이버 웹툰 엔딩컷 광고)&gt;</p>

## < 일자리 지원 >

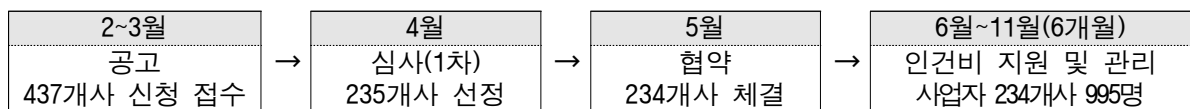
- (음악) 코로나19 장기화로 인한 대중음악 공연업계 피해 지속으로 생계 위협에 놓인 업계 및 종사자의 대중음악 공연활동 보장을 위한 긴급 일자리 지원(2,000명) 추진

### 【2022 대중음악 공연 분야 인력 지원사업 주요 성과】

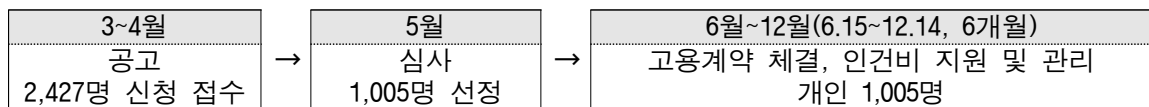
#### ▶기본 개요

- (지원대상) 개인 및 사업자 2개 부문
  - (개인) 2022년 대중음악 공연 예술 활동을 계획하고 있는 개인
  - (사업자) 2022년 대중음악 공연 예술 활동을 계획하고, 이러한 활동을 위해 신규 인력 지원이 필요한 사업자
  - \* 개인의 경우 지원조건을 '중위소득 120% 이하인 자' 로 한정, 코로나19로 인해 생계에 어려움을 겪고 있는 공연 인력에 대해 지원
- (공고 및 심사) 공고 및 심사 통한 인건비 지원 및 관리

#### <사업자>



#### <개인>



#### ▶주요 성과

- 일자리 지원을 통해 지속적인 대중음악 및 공연 활동 유지 지원, 코로나19 로부터의 조속한 정상화 지원
- 코로나19 상황 장기화에 따른 대중음악 및 공연업계의 타격 완화 및 인력 누수로 인한 침체 방지

## □ 미흡 원인분석 결과

- 해당사항 없음

## □ 개선보완 필요사항

- 해당사항 없음

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	18점	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪대부분의 사업을 온라인·오프라인 병행 등의 방식으로 차질없이 수행하였으며, 해외 페스티벌 등 코로나19로 행사가 불가피하게 취소되는 경우, 마케팅 지원 등으로 대체 지원함</li> <li>▪코로나19 피해지원을 위한 1·2차 추경사업 역시 원활히 집행됨</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	27점	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 성과지표의 목표 적극성 <ul style="list-style-type: none"> <li>- (음악) 코로나19 상황 지속 전망에 따라 비대면 콘텐츠 집중 육성을 목표로 하여 온라인 공연 및 음악 콘텐츠 제작 지원 확대, 전년 대비 6% 상향한 85건으로 설정('21년도 31.1% 상향)</li> <li>- (만화) 다양성만화 제작지원은 최근 3년간 실적치 및 '22년 예산규모를 고려하여 전년 목표치 대비 약 5% 상향한 60편을 목표치로 설정, 기획개발 지원 또한 전년 대비 7% 상향한 95편으로 적극적 목표 설정</li> </ul> </li> <li>▪ 성과지표의 목표 달성도 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 음악콘텐츠 제작건수 : 목표치 85건 대비 154건 지원하여 181% 달성</li> <li>- 유지선 해외진출 지원건수 : 목표치 32건 대비 54건을 지원하여 168% 달성</li> <li>- 다양성만화 제작지원 작품수 : 목표치 60 대비 65건을 지원하여 108% 달성</li> <li>- 만화기획개발 지원 작품수 : 목표치 95건 대비 100건을 지원하여 105% 달성</li> </ul> </li> </ul>
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점 24점	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 코로나19로 대면 행사가 어려운 상황에서 음악·만화 분야 온라인 공연·비대면 사업화 상담회 등을 통해 목표한 정책 효과를 달성하기 위해 노력 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 서울국제뮤직페어의 경우, 온라인 조회수 209만 회로 전년 대비 164% 상승했으며, 온라인 비즈매칭 290건으로 목표대비 132% 달성</li> <li>- 만화 해외진출 상담회의 경우, 중국·미국·유럽·일본 등 피칭 행사 개최 및 온라인 상담 545건, 상담액 9,140만불 달성</li> </ul> </li> <li>▪ 다양한 창작생태계 조성을 위해 국내 독립 유지선, 독립 만화 등 우수 콘텐츠 IP를 발굴하고 다양한 방식으로 창작·제작 지원, 온오프라인을 통한 홍보 등으로 콘텐츠 확산에 기여</li> <li>▪ 수혜자 만족도 조사 및 참여 전문가 사후 간담회 등을 통해 지원사업의 효과성 지속 제고 노력</li> </ul>
	①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점)	① 17점	
②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점)	② 4점		
③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)	③ 3점		

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	6점	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 이행 점검을 위해 사업 현장점검, 실집행 점검 등을 통해 과제 정상 추진을 위해 노력</li> <li>▪ 전년도 국정감사, 언론 등에서 문제가 제기된 웹툰 분야 불공정 계약 문제 해결을 위해 상생협의체 운영('22.2~10월/총 18회) 및 상생협약 체결, 불법 유통 근절을 위한 캠페인 등 추진</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	7점	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 장차관 주재 대중음악업계 애로사항 청취 (8.5./9.14.), 안건별 수시 간담회 개최, 웹툰상생협의체 운영을 통해 현장 의견 적극 수렴</li> <li>- 수렴된 의견을 대중음악·공연업계 정상화 및 중소기업 지원 확대, 웹툰상생협약문 및 만화 분야 제도개선 등에 반영함</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- (저작권 인식도 향상) 저작권 교육과 다양한 홍보활동으로 저작권 교육참가자의 저작권 인식도는 825점으로 목표 대비 0.1점 초과 달성
  - 청소년 대상 지속적인 눈높이 교육과 수요자 맞춤형 교육 등 제공으로 저작권 인식도는 13년('10~'22년) 동안 우상향 추세 지속
    - \* 상승 임계치(80점) 도달('16년 80점대 진입 후 6년간 지속 유지)에도 불구하고 지속적인 청소년 대상 저작권 교육 확대 노력으로 목표 대비 실적 초과 달성
  - 맞춤형 콘텐츠 제작·송출\* 및 소통채널을 통한 홍보활동 전개로 대국민 저작권 브랜드 확산 및 긍정적 인식제고 도모
    - \* 지하철역, KTX 열차, 정부서울청사 전광판, 유튜브, MCN 채널, 메타버스 플랫폼, 보이는 라디오 등
  - 전문가·정책수요자 의견을 수렴한 전시체험시설 환경구축 전개
- (맞춤형 저작권 교육 운영) 현장 여건에 맞춘 저작권 교육 운영
  - '22년 저작권 교육 횟수는 102.9백회('22.11월 기준)로 성과지표 목표 횟수 101.9백회 달성
  - 교육 사각지대 해소를 위한 도서벽지·인구감소지역 우선 운영 및 유관기관과 협약 체결을 통한 교육 활성화 기반 마련
  - 차세대 온라인 교육 시스템 구축에 따른 이용 환경 개선
- (중소기업 저작권 서비스 이용 지역 확대) 서울, 제주 지역서비스센터 신규 개소를 통한 지역 저작권 사각지대 해소 및 서비스 이용 지역 확대
  - \* '21년 13개 지역저작권서비스센터 → '22년 15개 지역저작권서비스센터 (서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 경기, 강원, 충북, 전북, 전남, 경북, 경남, 제주)
  - \* 중소기업 저작권 서비스 이용 수혜자수는 8,844명('22.12월 기준)으로 목표치(7,041명)를 125.6% 달성

□ 주요성과

< 저작권 인식도 제고 >

- (저작권 인식도 개선) 전년 대비 0.1점 상승하여, 지속 개선
  - 전년 대비 0.1점('21년 82.4점→'22년 82.5점), 최초 조사연도 대비 11.4점('10년 71.1점→'22년 82.5점) 향상되어 성과목표 대비 0.1점 초과 달성

< 연도별 저작권 인식도 조사 결과 >

연도	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
인식도	71.1	73.8 (27↑)	75.1 (1.3↑)	74.1 (1.0↓)	76.4 (2.3↑)	78.6 (2.2↑)	80.1 (1.5↑)	81.0 (0.9↑)	81.6 (0.6↑)	81.9 (0.3↑)	82.2 (0.3↑)	82.4 (0.2↑)	82.5 (0.1↑)

\* 저작권교육을 경험한 학생과 교육을 경험하지 못한 학생 간 인식도 지수가 11.8점의 격차(경험 86.3점, 미경험 74.5점)를 나타내 저작권교육의 효과성 입증

- 다양한 홍보 콘텐츠를 활용한 대상별 맞춤형 인식제고 홍보
  - 매체별 홍보 콘텐츠 제작(14편) 및 매체 송출('22.6~12월), 청소년 및 국내·외 콘텐츠 제작업계 등 대상별 온·오프라인 캠페인 추진(2회)



○ 중장기 저작권 홍보 전략 마련

- 체계적·단계적인 인식제고 홍보전략 및 체험관 개관에 따른 중장기 홍보전략 및 실행방안 도출

< 인식제고 홍보 단계별 목표 및 전략(안) >

구분	단기('23~'24년)	중기('25~'26년)	장기('27~'28년)
단계별 목표	(관심) 저작권 관심도 제고	(지지) 지지문화 형성	(참여) 참여형 캠페인
추진 전략 (메시지)	구체화(일상화) 모든 것이 저작권!	현재화(개인화) 창작자가 존중받는 사회	브랜드화 대한민국은 문화매력국가



○ 매체 다각화를 통한 기관 홍보 효과 제고

- MZ세대가 선호하는 숏폼·메타버스 플랫폼 및 대중 홍보 매체인 보이는 라디오를 활용하는 등 다양한 방면에서의 홍보 확산 방안 마련

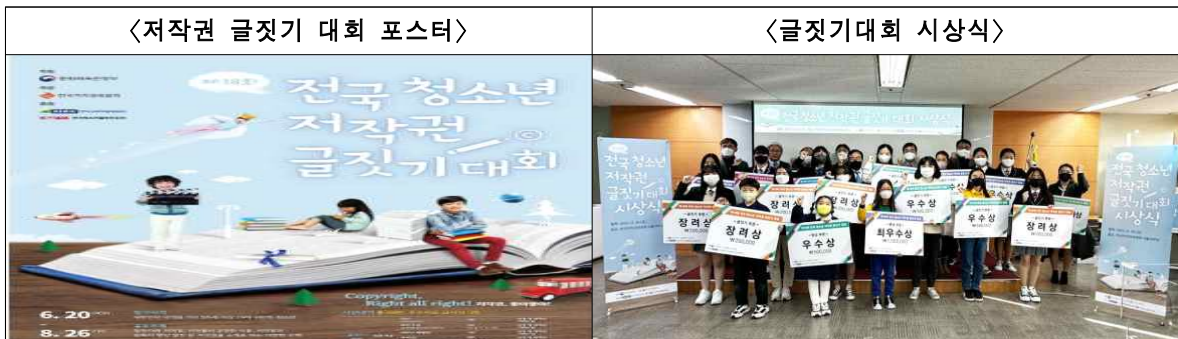
- \* 유튜브 쇼츠 채널 개설 및 숏폼 콘텐츠 제작·게재(10편, 총 조회수 78,338회 / 11월 말 기준)
- \* 메타버스 및 라디오를 활용한 저작권 토크콘서트 개최(2회, 최대 동시 시청자 수 1,845명)



○ 저작권 주제의 글짓기 대회 운영을 통한 청소년의 의식·인식 제고

- 영상부문 시범운영 등 청소년들에게 보다 많은 참여기회를 제공하고 다양한 홍보활동 전개로 대회 접수 편수 증가 및 확대

- \* 글짓기 대회 접수 편수 증가: '21년 1,356편 → '22년 1,521편(전년대비 12% ↑)



○ 월간 저작권 전문 정보·문화지로서의 역할 제고

- 연간 스토리보드 운영 및 급변하는 저작권 현장 취재로 기획력 강화

- \* 연 12회(총 간행물 27,600부·e뉴스레터 153,968건 제작 및 배포)



- 저작권 교육체험관 건립 건축공사 토공사 및 골조공사 완료('22.9월)
  - '21.3월 착공하여 '22.1월 지반 토공사를 완료하고, '22.9월 지하 1층, 지상 6층 건축 골조공사를 완료 및 2차수 공사 착공
  - \* '21년 총 공정률: 14.51%, '22년 총 공정률: 73.29%(58.78% ↑)
  - \* '22.6월 총사업비 협의조정 사업기간 1년 연장(준공 '22년→'23년)
- 저작권의 주요 가치 체득과 긍정적 인식 제고를 위한 전시체험시설 구축 추진('22.5~'23.7월)
  - 현대적 놀이식의 생활 연계 전시체험으로 이용객이 저작권 관련 핵심 내용을 유기적 맥락에서 인식하도록 구성('23.8월 개관 예정)
  - \* 기본설계('22.5~11월)→실시설계('22.11~'23.2월)→제작·설치('23.2~7월)→시운전('23.7월)

〈상설 전시체험 프로그램 구성(안)〉

도입(프롤로그) 저작권의 의미	전개1(인식하기) 저작권의 이해	전개2(행동하기) 저작물의 이용	마무리(에필로그) 저작권과 미래
- 일상생활에서 저작권 - 마법의 권리 저작권	- 저작권의 역사 - 저작권의 개념	- 저작물의 이용방법 - 저작물의 인정범위, 특성 - 창작을 통한 저작자 체험	- 아름다운 동행 - 미래는 문화중심사회 - 우리가 그리는 세상
			
<미디어 그래픽 연출>	<미션해결식 복합연출>	<저작물 이용/창작 체험>	<미래사회 실감형 연출>

< 저작권 교육 강화 >

- (찾아가는 저작권 교육) '21년 대비 예산 13% 삭감에도 불구하고 목표 횟수(7,480회) 대비 5.9% 초과 달성 예상

< 찾아가는 저작권 교육 운영 현황 >

구분	2019	2020	2021	2022.11월
교육 횟수(회)	9,818	7,604	8,581	7,670
교육 인원(명)	347,604	368,290	310,727	227,086

- 도서벽지 및 인구감소지역 강의 우선 배치를 통한 교육 사각 지대 해소(도서벽지 14곳/40회, 인구감소 118곳, 420회)

- 학교 교육 현장(전국 초·중·고교 및 체험교실 운영교사, 저작권 청년 강사 등)에 교육 효과 제고를 위한 가치상자 등 교보재 제작·활용
- 저작권 강사 현장점검 및 강사 워크숍을 통한 교육단 역량강화
  - \* 현장점검(14회), 보수교육(4회) 운영

		
교육용 교보재(가치상자) 배포	초중고 찾교 현장점검(10회) 성인 찾교 현장점검(4회)	저작권 강사 대상 보수교육(4회)

- 지역사회 연계 협력 교육과정 신규 개설 및 시범 운영
  - \* 청소년방과후아카데미 연계 청소년 지원기관 시범 운영(19개 기관, 50회)
- 지역 거점 저작권 교육역량 강화를 위한 신규 강사 양성·위촉
  - \* 내·외부 강사 양성과정 연계 운영(1회), 청소년 저작권 교육 강사(15명) 및 내부강사(6명) 위촉
- 문화예술, 공공, 대학 일반기업 등 대상 맞춤형 교육 지원
  - \* 문화예술 53회, 공공 51회, 대학 32회, 기업단체 48회, 교직원·학부모 41회
- 저작권 이슈에 대한 실시간 화상교육 확대(공공→민간 확대)
  - \* 202개 기관, 플립러닝 방식 시범 도입(先 원격교육, 後 실시간)
- 저작권 교육 사각지대에 있는 군 장병 및 문화예술분야 교육 확대
  - \* 군장병 및 군무원 저작권 인식 제고 공로로 항공우주전투발전단 감시장 수상('22.11월)

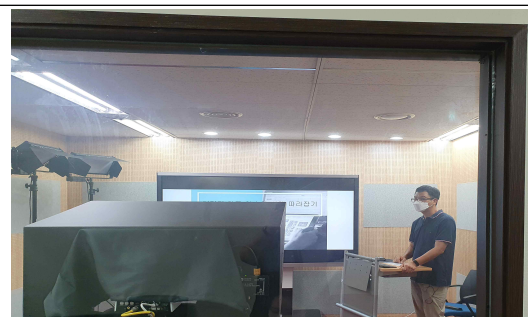
		
홍보·공보 담당자를 위한 저작권 이슈 특강(4회)	공군 군장병 및 군무원 대상 순회 교육(3회)	문화예술인 대상 분야별 저작권 교육(10.18)



- (저작권 체험교실) 외암초등학교 등 301개교 체험교실 선정·운영
  - 우수 교육 사례 소개 등 운영 교사 역량 강화를 위한 연수 추진(4회)



체험교실 운영교사 사전 연수  
(비대면, 3.26.~4.9., 196명)



체험교실 운영교사 역량강화 연수  
(비대면, 8.5., 52명)

- 체험교실 교육 프로그램 품질 제고 및 교육 확대를 위한 의견청취(2회)
- 원활한 교육 운영을 위한 교육자료 지원 및 '우수 운영교사' 선정



교육확대 자문회의(10.26.)



체험교실 우수교사 시상식(12.14.)

- (단계별 교육훈련체계 구축) 표준화된 교육훈련체계 마련으로 실질적 교육성과를 측정하고, 교육환경 변화에 유연하게 대응
  - 교육만족도 평가 개선계획('22.1월), '22년 저작권 교육훈련 기본 계획('22.2월), 내부 강사 선발 및 양성계획('22.4월) 마련 등을 통한 체계적이고 표준화된 저작권 교육체계 구축
- (교과내용 연구 및 교재 개발) 교과내용 연구 및 교재 개발을 통한 양질의 저작권 교재 개발·보급으로 대국민 저작권 의식 함양 및 역량 강화
  - 전시·체험시설 환경 구축과 연계, 저작권 내용 체계에 따른 학습 내용과 실생활 속 사례 중심의 초등용 저작권 표준교재 개발 (초등용, 학습용 교재(교보재 등 학습보조자료 포함)·지도서, 각 1종

- 개정 저작권법, 최신 사례·판례 등을 수록한 실무자용 교재 및 입문용 저작권 안내서 발간

\* 실무자를 위한 저작권법, 쉽게 읽는 저작권 이야기 등

○ **(대학연계 저작권 전문인력 양성)** 저작권 전문인력 양성 참여대학 6개교 운영

- 2기('21~'26년) 2차년도 사업운영 주관대학 협약체결(경상국립대 등 6개교)
- 보조금 교부 및 사업 지원, 성과 점검 및 교류 협력 강화(수시)

\* 성과 점검·협력 확대 : 대학생 저작권 분쟁 모의조정 대회(1회), 업무협의(7회), 현장점검(6회), 성희롱·성폭력 예방교육 조치 점검(6회)

< 2기 운영현황 및 실적('22.1학기말 기준) >

구분	경상국립대	세종대	전남대	조선대	한예중	홍익대	합계
개설강좌(개)	5	1	3	3	1	1	14
수강학생(명)	340	24	164	55	48	12	643

○ **(산업종사자 전문교육)** 저작권 현장 직무능력 향상 과정을 통한 산업종사자 전문교육 강화

- 참여기업 업무 협약 확대('21년 418개→'22년 448개, 7.1%↑)
- 분야별 맞춤형 교육 제공을 위한 17개 협단체 협약 체결(8.12.)
- 문화·콘텐츠 등 관련 기업 대상 수요조사 및 요구분석 등을 통해 현장에 적합한 실무능력 향상과정 기획·운영(26회, 436명)

\* 훈련실적 확대('21년 25회, 359명→'22년 26회 436명, 21.4%↑)

\* 기업특화 맞춤형 교육과정 확대('21년 2개 과정→'22년 5개 과정, 150%↑)

○ **(학습자 수요 맞춤형 저작권 교육콘텐츠 개발)**

- 저작권 역량 향상을 위한 원격교육 콘텐츠 신규개발(5종) 및 갱신(4종)
  - \* (교원용, 3종) 학교와 저작권 기초, 저작권 연계 수업방법, 교육환경 변화와 저작권
  - \* (아카데미용, 2종) 저작권의 기초 및 직무 연계 과정 마이크로러닝 콘텐츠 개발
  - \* (갱신 4종) 법 개정, 판례 변화, 최신 사례, 학습 편리성 향상 등 최신화

○ **(온라인 교육 강화)** 교육 과정 홍보 확대를 통한 교육 인원 전년 대비 40.9% 증가

\* 온라인 교육인원 : '21년 254,483명 → '22년 11월 358,566명

- 온라인 저작권 교육 과정 안내문 발송 확대를 통한 과정별 교육 이수 인원 증가
- 온라인 교육 서비스 모니터링 및 평가 등 서비스 안정적 운영 도모
  - \* SLA(service level agreement) : 사이트 장애 발생 건수에 따른 개선 건수 및 조치율 등 서비스 수준을 평가(매달)
  - \* '22년 원격교육연수원, 원격평생교육원 웹 접근성 품질인증 획득

**< 전년 대비 온라인 교육과정 비교 >**

구분		교육 횟수(회)		교육 인원(명)	
		'21년	'22.11월	'21년	'22.11월
온라인 교육	교원연수	238	153	8,387	4,576
	아카데미 과정	458	620	44,745	62,440
	평생교육 과정	120	104	57	26
	외부협력 과정	2,423	1,395	201,294	291,524
합 계		<b>3,239</b>	<b>2,272</b>	<b>254,483</b>	<b>358,566</b>

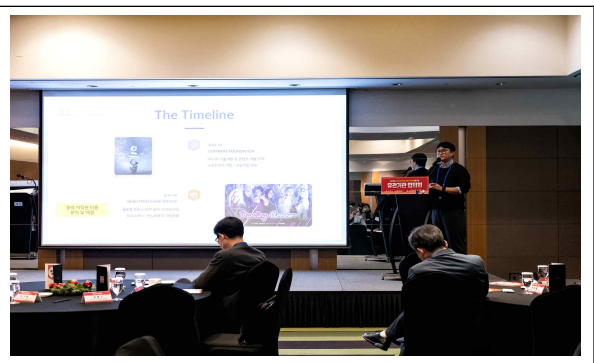
- (저작권 교육 증진) 국가평생교육진흥원과 업무 협약 체결을 통해 평생학습 계좌와 연계한 다양한 저작권 교육 콘텐츠 제공
  - 원활한 학습계좌 관리·운영을 위한 학습 과정 평가인증 면제 및 검정고시 시험 면제 과목 적용 등 협력 강화 토대 마련
- (차세대 저작권 원격교육시스템 구축) 현 시스템의 노후화 및 효율적 운영·관리를 위한 원격교육시스템 통합, 클라우드 서버 및 표준플레이어 등 최신 기술 적용으로 이용자 편의성 제고
  - 교육자와 교육생의 상호 교감을 통한 실시간 양방향 학습기반 마련 및 장애인 소외계층 저작권 교육 기회 제공을 위한 예산 22.9억원 확보

< 중소기업 대상 저작권 서비스 지원 >

- (중소기업 저작권 서비스 이용 지역 확대) 서울, 제주 지역서비스센터 신규 개소를 통한 지역 저작권 사각지대 해소 및 서비스 이용 지역 확대
  - \* '21년 13개 지역저작권서비스센터 → '22년 15개 지역저작권서비스센터 (서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 경기, 강원, 충북, 전북, 전남, 경북, 경남, 제주)
  - \* 중소기업 저작권 서비스 이용 수혜자수는 8,844명('22.12월 기준)으로 목표치(7,041명)를 125.6% 달성
- 저작권 육성지원 사업 선정기업 등 우수사례 발굴 및 홍보



저작권 문화  
저작권 생생현장 '스펠크리에이티브'(2월)



중소기업 저작권 서비스 활성화를 위한  
유관기관 협의회 우수사례 공유(12월)

- 중소기업 지원 유관기관 연계 협력 구축 및 센터간 소통 강화
  - \* 지역저작권서비스센터 업무점검 및 전체 워크숍(총 22회)

□ 미흡 원인분석 결과

- 해당 사항 없음

□ 개선보완 필요사항

- 해당 사항 없음



## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언																
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	17점	<ul style="list-style-type: none"> <li>연초 수립한 사업계획에 따라 저작권 인식 제고를 위한 교육·홍보 및 저작권 현장 지원을 강화하는 중소기업 저작권 서비스 지원 사업을 각 분기별로 정상 추진</li> <li>다양한 서비스 대상자 발굴, 사업 확대 및 저작권 인식제고 노력으로 성과목표를 무난히 달성</li> <li>저작권 현장 지원 강화를 위한 학교 및 기업체·기관 대상 지원, 저작권 취약계층 교육, 중소기업 저작권 서비스 지원사업 등을 적극 실시하여 당초 계획 이상으로 이행</li> <li>다만, 외부환경으로 인해 저작권 교육체험관 건립 공정이 늦어짐에 따라 체험관 내 전시 체험환경 구축이 지연</li> </ul>																
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도(30점)	25점	<ul style="list-style-type: none"> <li>저작권 인식도, 저작권 교육 횟수, 중소기업 서비스 수혜자 수 등 3개 성과지표는 코로나19 지속 여건에도 초과 달성하여 적극성이 인정됨</li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th>성과지표</th> <th>목표치</th> <th>실적</th> <th>달성도(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>저작권 인식도(점)</td> <td>82.4</td> <td>82.5</td> <td>100.1</td> </tr> <tr> <td>저작권 교육 횟수(회)</td> <td>101.9</td> <td>102.9</td> <td>100.1</td> </tr> <tr> <td>중소기업 서비스 수혜자 수(명)</td> <td>7,041</td> <td>8,844</td> <td>125.6</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>저작권 인식도 지속적 향상 <ul style="list-style-type: none"> <li>전년 대비 0.1점(82.4점→82.5점), 최초 조사연도 대비 11.4점 향상('10년 71.1점→'22년 82.5점)</li> </ul> </li> <li>저작권 교육 횟수 목표치 대비 100.1% 달성 <ul style="list-style-type: none"> <li>저작권 교육 횟수는 목표 10,185회 대비 10,291회로 목표 횟수 달성</li> </ul> </li> <li>교육 대상 신규 발굴 및 취약계층 교육 확대 <ul style="list-style-type: none"> <li>도서벽지, 인구감소지역 강의 우선 배치로 교육 사각지대 해소</li> <li>지역사회 연계 협력 교육 신규 개설 및 시범 운영</li> <li>저작권 이슈에 대한 실시간 화상교육 확대 (공공→민간 확대)</li> </ul> </li> <li>저작권 교육의 효과적 운영을 위한 교보재 제공 및 강사 보수교육, 현장점검 등을 통한 교육 품질 관리 <ul style="list-style-type: none"> <li>학교 저작권 교육 지도·보조 자료 제공</li> <li>저작권 교육단 체험교실 운영 교사 대상 보수교육 실시</li> </ul> </li> </ul>	성과지표	목표치	실적	달성도(%)	저작권 인식도(점)	82.4	82.5	100.1	저작권 교육 횟수(회)	101.9	102.9	100.1	중소기업 서비스 수혜자 수(명)	7,041	8,844	125.6
성과지표	목표치	실적	달성도(%)																
저작권 인식도(점)	82.4	82.5	100.1																
저작권 교육 횟수(회)	101.9	102.9	100.1																
중소기업 서비스 수혜자 수(명)	7,041	8,844	125.6																

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
				<ul style="list-style-type: none"> <li>- 찾아가는 저작권 교육 현장 점검(14회)</li> <li>• 최신 기술이 반영된 차세대 원격교육시스템 구축 (저작권 e 배움터)을 통한 <b>이용자 편의성 개선</b></li> <li>- 3개 사이트별로 운영되던 저작권 원격교육 시스템 통합</li> <li>- 모바일 기기에서 교육이 가능한 표준플레이어 및 UI 환경 개발</li> <li>- 클라우드 서비스 및 국가평생교육원 학습계좌제와 연계 서비스 제공</li> <li>* 2022년 평생학습계좌제 교육부 유공 기관 표창 수상(12월)</li> <li>• 중소기업 저작권 서비스 수혜자 수 목표 대비 125.6% 달성</li> <li>- 서울, 제주 지역서비스센터 신규 개소를 통한 지역 저작권 사각지대 해소 및 서비스 이용 지역 확대</li> </ul>
	<p>2-2. 정책 효과성(30점)</p> <p>①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점)</p> <p>②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점)</p> <p>③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)</p>	총점	25점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 저작권 인식도 지속 향상</li> <li>- 상승 임계치(최근 3년 평균 0.2점 상승) 도래, 비대면 교육환경 지속에도 불구하고 전년 대비 0.1점 향상</li> <li>- 교육경험자와 미경험자 간 저작권 인식도 지수가 11.8점의 격차(경험 86.3점, 미경험 74.5점)를 나타내 저작권교육의 효과성 입증</li> <li>• 저작권 원격교육 운영 효율성 제고 및 저작권 교육 수혜대상 확대</li> <li>- 원격교육연수원 운영에 대한 <b>교육부의 평가 결과, '우수' 획득</b></li> <li>* 교육부 지정 원격교육연수원은 2년마다 운영 전반(조직, 실적, 정보관리 등 9개 영역, 19개 항목)에 대한 평가를 받고 있음</li> <li>- 평생학습계좌제 발전에 기여한 공을 인정, <b>교육부장관 유공자 표창 수상</b></li> <li>* 평생학습계좌제는 학습자의 학습설계·관리하여 학력·자격 등을 사회적으로 활용하는 제도로, 국가평생교육진흥원과 업무 협약을 체결하여 기관평가 면제기관으로 인정받아 별도 승인 없이 조건에 부합되는 과정 운영 가능</li> <li>- 공군 군장병 및 군무원에 대한 <b>저작권 인식제고 공로를 인정, 감사장 수령</b></li> </ul>
		①	18점	
		②	3점	
		③	4점	

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<ul style="list-style-type: none"> <li>* 군장병간부 대상 저작권 순회 교육 추진(5~11월 3회)</li> <li>• 저작권 교육 품질 제고 및 경험자 확대, 저작권 홍보 및 국민 접근성 확대로 점진적 저작권 인식 향상 및 올바른 저작물 창작이용 문화 기반 조성 기대</li> <li>• 생애주기별 눈높이 맞춤형 저작권 교육홍보를 통해 상위 성과목표인 '공정한 저작권 생태계 조성'에 기여하였고, 나아가 국정과제인 '<b>K-콘텐츠의 매력</b>을 전 세계로 확산(국정과제 58)'과 직접 연관됨</li> <li>- 도서벽지 인구감소지역 우선 교육 배치 및 운영하여 저작권 교육 사각지대를 해소하고, 맞춤형 교육 기반 강화로 공정한 저작물 이용 문화 확산에 기여</li> <li>• 15개 시·도·광역시 지역저작권서비스센터를 운영하여 1인 및 중소기업 저작권 사각지대 해소</li> </ul>
정책한류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	6점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 저작권 의식조사 조사 편의성 개선을 위한 온오프라인 병행조사, 기존 조사원(청소년 저작권 교육 강사) 업무경감을 위한 조사대상 사업 변경</li> <li>• 교육예측 수요 및 인력보유 수준에 따라 수도권 이외 지역별 청소년 저작권 교육 강사 양성 계획 수립</li> <li>• 저작권 표준교재 및 교육콘텐츠 개발 개선사항 의견수렴을 위한 전문가 자문회의(1월), 개발진도 점검을 위한 과제점검 회의(7월, 9월)</li> <li>• 유관기관과 협약체결을 통해 저작권 교육 활성화를 위한 협력체계 구축</li> <li>- 지역연계 교육 활성화를 위한 한국청소년활동진흥원과 협약 체결(4.26)</li> <li>- 저작권산업 현장 맞춤형 교육을 위한 17개 협.단체와 협약 체결(8.12)</li> <li>- 평생학습계좌제 운영 효율성 제고를 위한 국가평생교육진흥원과 협약 체결(9.7)</li> <li>• 강사 보수교육, 현장점검 등 저작권 교육 현장 품질 관리 및 제고</li> <li>- 저작권 교육단, 체험교실 운영 교사 대상 보수교육 실시</li> <li>* 저작권 교육단 보수교육(4회), 체험교실 운영교사 사전 역량강화 연수(4회)</li> <li>- 찾아가는 저작권 교육 현장 점검(14회)</li> <li>- 대학연계 주관대학 업무협약(7회), 현장점검(6회),</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<p>성희룡.성폭력 예방교육 조치 점검(6회)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 산업종사자 전문교육 참여자 대상 교육 수요에 맞춘 교육과정 설계</li> <li>- 442개 협약기업 HRD 담당자 대상 교육과정 수요조사 실시(10월)</li> <li>- 교육 효과성 측정을 위한 역량평가 제도 도입 (4회, 사전.사후 평가)</li> <li>- 훈련기관 요구조사 및 자문회의 개최(10회)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 「저작권 문화」 기획 및 대외 소통역량 강화를 위한 구독자 설문조사(9월), 좌담회(FGI, 10월), 외부 전문가 콘텐츠 자문회의(12월) 개최</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 저작권.전시체험.자료수집 전문가 및 정책수요자 의견수렴을 위한 전시체험시설 전문위원회 개최(6~11월, 7회), 전문가 자문(1~9월, 5회), 타 기관 사례조사(4~12월, 25회)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역저작권서비스센터 운영 및 사업수행 안정화를 위한 센터 운영사업 업무 수행 점검(20회), 통합관리시스템을 통한 주.월간 상시 점검 등</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역저작권서비스센터 예산사용 점검, 전담 인력 양성 및 보수교육 등 전문성 확보 및 내실화 점검 등</li> </ul>
	<p>3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)</p>	<p>6점</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 청소년 저작권교육의 효과성을 측정하기 위해 조사설계를 변경하고, 표집결과에 대한 적극적인 모니터링을 통해 청소년 저작권 인식도 제고(0.1점 상승, 82.5점)</li> <li>• 지방 저작권 교육수요 대응을 위한 수도권 외 지역 기반의 신규 청소년 저작권 교육 강사 선발 및 양성</li> <li>• 쉽고 빠르게 필요한 학습 내용을 습득할 수 있는 마이크로러닝 콘텐츠 개발 등 학습자 수요 맞춤 저작권 교육콘텐츠 개발(교원 3종, 아카데미 2종) 및 갱신(교원 4종)</li> <li>• 학교 현장의 여건과 요청을 반영하여 실 생활과 연계된 초등용 저작권 표준교재(학생용 학습서 및 교사용 지침서 각 1종, 교보재 등 학습보조자료 포함)를 개발하고, 개정 저작권법, 최신 사례·판례 등을 수록한 실무 자용 교재 및 입문용 저작권 안내서 발간(2종)</li> <li>• 저작권 교육 품질 관리 및 확대 방안 모색을</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<p>위한 의견청취</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- (청소년 교육) 장학사 및 체험교실 운영 교사 등을 대상으로 한 의견 청취 회의 개최(2회)</li> <li>* 교육 프로그램 개발 자문회의(5.18), 교육 확대 방안 마련 자문회의(10.26)</li> <li>- (성인 교육) 저작권 교육 참여자 대상 만족도 조사 실시(상시)</li> <li>- (시스템 구축) 원격교육 튜터 대상 자문회의 개최(1회), 교원, 아카데미, 평생교육 사이트 내 Q&amp;A 게시판 등 운영(상시)</li> <li>• (청소년 교육 확대) 현장에서 활용 가능한 교보재 지원 강화 및 교육 안내 확대 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 흥미 유발할 수 있는 게임형 교보재(저작권 보드게임) 개발 및 교육용 교보재(가치상자) 추가 보급</li> <li>- 저작권 교육 신청 안내문 확대 발송(1회→2회)</li> </ul> </li> <li>• (맞춤형 교육) 학습자 중심의 교육 실시 및 교육 참여 범위 확대 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 플립러닝 방식(先원격교육, 後실시간)의 학습자 질의 내용을 중심으로 한 저작권 이슈 특강 실시하여 교육 만족도 제고</li> <li>- 교육 참여 범위를 공공에서 민간까지 확대 운영(202개 기관 참여)</li> </ul> </li> <li>• (차세대 시스템 구축) 최신 기술 반영된 누리집 구축 및 서비스 개선을 통한 이용자 맞춤형 온라인 교육 실현 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 3개 사이트(교원직무, 아카데미, 평생교육) 별도 운영함에 따라 과정별 학습 이력을 각각 관리→시스템 통합에 따라 수강자 학습 이력을 일괄적으로 관리</li> <li>- 누리집 UI 개선 및 모바일 재생 가능 환경 구축 등 온라인 저작권 교육 이용자 편의성 제고</li> </ul> </li> <li>• (맞춤형 전문연수) 전문연수 참여 대상의 수요 및 요구 등을 분석하여 현장 실무능력 향상을 위한 과정 기획 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기업특화 맞춤형 교육과정 확대('21년 2개 과정 →'22년 5개 과정)</li> </ul> </li> <li>* 종교방송과 저작권, 저작권 법률 상담 입문, 교과서와 저작권, 만화분야 저작권 계약실무, 만화</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			분야 저작권 사례연습 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 「저작권 문화」의 구독자 FGI 의견을 반영하여 저작권에 대한 사전지식이 없는 사람도 콘텐츠에 쉽게 접근할 수 있는 코너 신설(만평과 용어 설명)</li> <li>• 분야별 전문가·정책수요자를 대상으로 안전대책·공간배치·운영방향·체험구성 등 관련 의견을 수렴하고 해당 자문의견을 반영하여 전시체험 환경 구축 사업 시행</li> <li>• 지역저작권서비스센터 업무협약(13회)를 통한 지역저작권서비스센터 의견 수렴 및 센터간 소통 강화</li> </ul>



## (1) 평가 결과

## □ 총평

## ○ 온라인 저작권 침해 신속 대응을 위한 침해대응 체계 마련

- (신속처리절차 도입) 자체 모니터링으로 적발한 불법복제물은 신속 심의(2주→1주)할 수 있도록 저작권보호심의위원회 규정 개정('22.9.28.)

\* 불법복제물 삭제 처리 기간 단축(2주→1주), 불법복제물 97.3% 1주 이내 신속 심의('22. 9~10월)

- (자동모니터링 개선) 자동 모니터링 시스템에 **첨단 자동화 추적 기술**을 도입하고 **심의·분석 시스템과 연계**('22년 구축 완료, '23년 시행)

## ○ 침해 대응을 위한 국제공조 기반 구축

- (국제공조수사) 미국 국토안보부(HSI, 한국지부), **인터폴 불법복제대응 전담팀** ('22.3. 업무개시)과 공동으로 저작권 침해 사이트 **합동수사** 실시('22~)

\* 인터폴 불법복제 대응 전담반과 월 2회 정기회의('22.9~) 및 중간점검회의 개최('22.12.)

- (네트워크 구축) 각국 수사기관 등 초청 세미나 개최(필리핀 9.6./태국 11.1.) 및 **사이버범죄 분야 주요 국제행사\*** 참석을 통해 각국 법집행기관과 **네트워크 구축** 및 **국제사회 저작권 보호 의제 확산**

\* 국제사이버범죄 대응 심포지엄(9.2.), 인터폴 국제지식재산범죄 컨퍼런스(9.19~21)

## ○ 해외 저작권 보호 및 국제협력 강화

- (현지 침해 대응) 현지 정부·유관기관 **협력체계 구축** 및 구제 조치(상시 모니터링·경고장 발송·불법 URL 삭제요청 등) 등 **침해 대응 184천 건 지원**으로 목표 133천건 대비 138.3% 달성

\* 불법침해 대응 실적(건) : ('20) 83,733 → ('21) 153,152 → ('22) 183,794

#### 저작권 해외사무소 침해대응 사례

- (사례1) 드라마 「이상한 변호사 우영우」, 중국 내 22개 사이트에서 불법유통  
→ **불법 URL 1,859건 삭제 지원**('22년 7~9월, 저작권 중국사무소)
- (사례2) 태국 진출 한국 게임사(G사)의 불법 사설서버 피해구제 신청 접수  
→ 용의자 검거 및 **불법 사설서버 2개 폐쇄**('22년 6월, 저작권 태국사무소)

- (국제협력 강화) 코로나 19 이후 2년 만에 저작권 포럼 및 정부 간 회의 등\* 대면 행사 재개를 통해 저작권 보호를 위한 네트워크 구축, 선진국과 공동 대응방안 모색\*\*

\* ▲해외지식재산보호협의체(6개 관계 부처 및 8개 공공기관, 16개 콘텐츠 협·단체 참여), ▲한-중/한-일 정부 간 회의, ▲한-베트남·태국·필리핀 포럼 등

\*\* 미국 특허상표청, 영국 지식재산청, 일본 문화청과 체결한 MOU 활용, 제3국 내 상호 저작권 보호를 위한 공조방안 및 대응전략 논의

## □ 주요성과

### ○ 신속한 침해 대응을 위한 시스템을 마련하여 권리자 보호 강화

- (신속처리절차 도입) 자체 모니터링으로 적발한 불법복제물은 신속 심의(2주→1주)할 수 있도록 저작권보호심의위원회 규정 개정('22.9.28.)

\* 불법복제물 삭제 처리 기간 단축(2주→1주), 불법복제물 97.3% 1주 이내 신속 심의('22. 9~10월)\*

#### ■ 불법복제 신속 처리 기간 단축 전후 기간 비교

현행 2주		⇒	개선 1주		주체
①심의검토보고서 작성 3일			2일	4일 단축 (사전 검토 기간 단축 등)	
②심의위원 심의안건 사전 검토 3일		1일	1일 단축 (심의 즉시 통보)	저작권보호 심의위원회	
③심의위 개최 1일		2~3일(법상 5일 이내 조치 통보)		한국저작권보호원	
④결과 통보 및 시정권고 요청 1일				온라인서비스제공자	
⑤삭제 및 전송중단 2~3일					

- (신고사이트 개편) 신속한 온라인 불법복제물 신고처리 기반 마련을 위해 불법복제물 신고 사이트(Copy112) 기능 개선\*

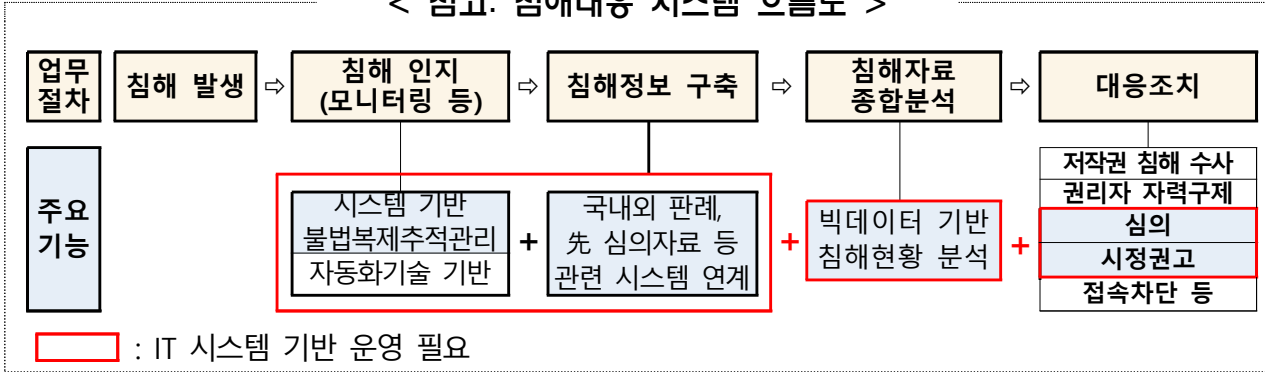
\* 신고접수 및 심의 자동연계, 신고절차 간소화, 국내 및 해외 구분 접수 등

- (침해 종합대응시스템 1단계 구축) 자동 모니터링 시스템에 첨단 자동화 추적 기술을 도입하고 심의·분석 시스템과 연계('22. 12.)

#### <침해 종합대응시스템 1단계 주요 내용>

- ▲ 모니터링 대상 확대(기존: 토렌트, 웹하드 → 추가: 웹툰, 웹소설, 공개SNS)
- ▲ 중점보호저작물 불법 이용정보 자동 수집
- ▲ 모니터링 결과에 따른 심의안건 유형 자동 분류,
- ▲ 심의 문서 생성 자동화 등 신속심의 지원

< 참고: 침해대응 시스템 흐름도 >



○ 신기술 발전에 따른 새로운 유형의 저작권 침해를 선제적으로 예방

- (민관협업) 저작권 보호 이해관계자 협업을 통한 신기술에 기반한 저작권 침해 환경 개선 추진(저작권 보호 실무협의체 회의 34회 개최)
- (NFT 안내서) 시장 혼란을 방지하기 위해 정부 최초로 'NFT 거래시 유의해야 할 저작권 안내서' 발간·배포('22년 6월 국문본, 10월 영문본)
- (영상 공모전) 대국민 저작권 보호 인식 제고 및 저작권 보호 참여 독려를 위한 '제1회 저작권 보호 짤막 영상 공모전' 개최
- \* 저작권 보호 관련 정보 제공 및 대국민 홍보를 통한 참여 독려, 총 172개 작품 접수, 총 3차에 걸친 엄정 심사 후 25개 작품 시상

○ 인터폴과의 협력 강화 및 각국 수사기관과의 교류 확대를 통해 온라인 저작권 침해 대응을 위한 국제공조 기반 구축

- (국제공조수사) 미국 국토안보부(HSI, 한국지부), 인터폴 불법복제대응 전담팀('22.3. 업무개시)과 공동으로 저작권 침해 사이트 합동 수사 실시('22~)
- \* 불법 웹툰사이트 '스카이망가' 운영자(모로코인) 검거, 사이트 폐쇄('22.3.)
- \*\* 인터폴 불법복제 대응 전담반과 월 2회 정기회의('22.9~) 및 중간점검회의 개최('22.12.)
- (네트워크 구축) 각국 수사기관 등 초청 세미나 개최(필리핀 9.6./태국 11.1.) 및 사이버범죄 분야 주요 국제행사\* 참석을 통해 각국 법집행기관과 네트워크 구축 및 국제사회 저작권 보호 의제 확산
- \* 국제사이버범죄 대응 심포지엄(9.2.), 인터폴 국제지식재산범죄 컨퍼런스(9.19~21)

○ 해외에서의 한류콘텐츠 저작권 보호활동 강화

- (침해대응) 해외사무소 소재국 내 불법사이트 모니터링 및 경고장 발송 지원 등을 통해 현지 침해 대응력 제고

- \* 불법 URL 183,794건을 삭제하여 목표 133,000건 대비 138.3% 초과 달성
- (협업강화) 저작권 포럼 및 정부 간 회의 등\*을 통해 저작권 보호 당위성에 대한 개도국 인식개선, 선진국과 공동 대응방안 모색\*\*

\* ▲해외지식재산보호협의체(6개 관계 부처 및 8개 공공기관, 16개 콘텐츠 협·단체 참여), ▲한-중/한-일 정부 간 회의, ▲한-베트남·태국·필리핀 포럼 등

\*\* 미국 특허상표청, 영국 지식재산청, 일본 문화청과 체결한 MOU 활용, 제3국 내 상호 저작권 보호를 위한 공조방안 및 대응전략 논의

- (해외저작권 보호 이용권) 해외 진출 국내 콘텐츠 기업 및 개인의 저작권 분쟁, 침해 감정 등의 서비스를 바우처로 지원

\* 바우처 지원 현황 : ('21년) 3건(기업) → ('22년) 20건(기업 14개·개인 6명)

### ○ 권리자의 피해구제를 지원하여 저작권 침해 대응 능력 강화

- (침해 대응 매뉴얼) 권리자의 저작물이 불법 유통되고 있을 때 국내·외 조치 방안\*을 단계별로 종합 안내하는 매뉴얼 발간('22.12.)

\*△불법복제물 유통 방지, △침해피해 구제(민·형사), △해외 침해 대응, △침해 예방 등

- (보호 기술 지원) 음악, 교육영상, 영화 등 분야별 4개 업체 선정 및 보호 기술 비용 지원(업체별 최대 7천만원), 사업 만족도 조사 결과\* 94점 달성(당초 목표 84점)

\* (조사항목) △정보제공 원형성 △지원규모 적절성 △도입 유용성 △도입효과 △전반적 만족도

- (공익목적 피해구제 지원단) 저작권 관리·보호가 필요한 권리자에 저작권 전문 상담사(변호사, 저작권 전문가)가 저작권 보호 법률 상담 및 저작권 보호 교육 서비스 제공('22년 55건)

### ○ 온라인 불법복제물 유통에 대한 침해대응 조치 다각화

구분	광고차단	검색차단	민관협력
내용	해외 불법사이트 대상 광고 차단	포털사와 연계하여 해외 불법 사이트 검색결과 노출 제한	보호원·권리자·OSP 간 협력 체계를 구축, 권리자가 보호를 요청한 저작물에 한하여 OSP에 불법 복제물 통지 및 게시물 삭제
실적	689건('22.11.30. 기준)	21,089건('22.12.20. 기준)	20,534건('22.12.20. 기준)
비고	*117개 불법사이트 대상 *22년 목표 245건 대비 281% 초과 달성	*국외(구글) 17,844, 국내(네이버) 3,245 *22년 목표(국외8,000건, 국내852건) 대비 국외 223%, 국내 381% 초과	-

- **관계기관 협업으로 불법저작물 유통에 효과적으로 대응**
  - **(접속차단 협업)** 문체부-방심위 협업을 통한 대체사이트 476개 차단
    - \* 기 접속차단된 불법사이트 중 URL만 변경하여 재서비스 되는 대체사이트의 신속한 차단을 지원
  - **(합동수사 협업)** 문체부·경찰청·인터폴이 공조하여 저작물을 불법 유통한 해외 서버 사이트 60개('22년) 합동 수사 진행 중
    - \* '22년 12월 현재 문체부 11개, 경찰청 34개, 인터폴 15개 사이트 수사 진행 중
    - \*\* '22년 해외 유명 사이트(스카이망가) 운영자 1명(모로코인), 3개 웹소설 사이트 운영자 4명 및 공범 8명, 영화, 드라마 등 토렌트 불법공유 시더 6명, 웹소설, 애니메이션, 영화 등 웹하드 헤비업로더 15명 등 총 34명 검거
  
- **국내외 저작권 침해 실태조사를 추진하여 종합적인 저작권 침해 현황 분석 및 저작권 보호 정책 수립을 위한 기초자료로 활용**
  - **(국내조사)** 콘텐츠 장르별(음악, 영화, 방송, 출판, 게임 등 5개 장르) 불법복제물 이용실태 및 저작권 보호 인식을 조사\*한 '저작권 연차보고서' 발간('22.5월), 조사 장르를 확대(웹툰 추가)하여 '22년도 기준 조사\* 추진('22.12월)
    - \* 장르별 각 4천명 대상, 5개 장르 총 2만명 대상 설문조사
  - **(해외조사)** 해외 침해 사이트(웹툰·영상/1,000개)에 게시되는 불법복제물을 심층 분석하여 K-콘텐츠 불법유통 규모 및 동향 파악(~'23.3)
    - \* (기존) 이용자 설문조사(비용 및 범위에 한계) 및 단순 모니터링(침해사이트 존재만 파악) → (개선) 사이트 기반조사를 토대로 데이터 분석 및 통계산출
  
- **SW 저작권 보호를 위한 점검 및 예방교육 강화**
  - 공공기관 SW 관리담당자 교육 및 공공(기관)·민간(기업) 부문 임직원을 대상으로 SW 저작권보호 예방교육(온라인) 추진
    - \* 공공기관 SW관리담당자: 9,153명 수료, 공공·민간 부문 임직원 교육: 99,997명 수료
  
- **저작권 특화 디지털포렌식 전문인력 양성을 통해 온라인 저작권 침해에 대응 가능한 산업계 맞춤형 전문인력 육성**
  - 전문 교육기관(고려대학교)을 통한 '저작권·디지털포렌식' 석사과정 운영 및 전문인력 양성·배출 \* '22년 재학생 36명 및 졸업생 7명 배출

□ 미흡 원인분석 결과

- 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항

- 해당사항 없음

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	19점	<ul style="list-style-type: none"> <li>연초에 수립한 관리과제별 추진계획을 일정에 따라 충실히 이행하여 저작권 보호 활동 활성화 사업 정상 추진하고, 디지털 환경 변화에 따라 지능화·국제화된 저작권 침해에 대해 적극 대응</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	30점	<ul style="list-style-type: none"> <li>‘불법복제물 시정권고’, ‘SW 불법복제 예방 활동’, ‘한류콘텐츠 불법URL 삭제’ 성과목표 모두 달성               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 불법복제물 시정권고 실적 목표 초과 달성                   <ul style="list-style-type: none"> <li>* ('22년 실적) 660천건('22.12.20기준)으로 목표 608천건 대비 108.6% 초과 달성</li> </ul> </li> <li>- SW 불법복제 예방활동 실적 목표 초과 달성                   <ul style="list-style-type: none"> <li>* ('22년 실적) 2,242건('22.12.23기준)으로 목표 2,133건 대비 105.1% 초과 달성</li> </ul> </li> <li>- 한류콘텐츠 불법URL 삭제 실적 목표 초과달성                   <ul style="list-style-type: none"> <li>* ('22년 실적) 184천건('22.12.15 기준)으로 목표 133천건 대비 138% 초과 달성</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>‘저작권 보호활동 강화’ 과제 내 3개 성과 지표의 목표를 아래와 같이 적극적으로 설정함               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 불법복제물 이용량이 지속 감소(전년대비 1.5% 감소)하고 서버를 해외에 둔 불법 플랫폼이 증가하는 환경에서 국내 플랫폼만을 대상으로 하는 시정권고 건수를 지속적으로 늘리기 어려움에도 불구하고 '22년 목표치를 전년대비 약 12천건 상향된 608천건으로 설정</li> <li>- SW 불법복제 예방활동은 저작권 특사경 정원감소(30명→28명, 2명 감소) 및 침해환경 변화에도 불구하고, 코로나 19의 개선상황을 고려하여 '22년 목표치를 전년대비 약 10% 증가한 2,133건으로 적극 설정</li> <li>- 해외저작권센터의 한류콘텐츠 불법 유통 모니터링 강화 추세 등을 종합적으로 고려하여, 한류콘텐츠 불법 URL 삭제 건수의</li> </ul> </li> </ul>



평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<p>'22년 목표치를 이전 3개년 평균 실적 대비(한중 핫라인 제외) 10% 증가한 133천건으로 설정</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 한류콘텐츠 불법URL 삭제 실적 목표 초과달성 <ul style="list-style-type: none"> <li>* ('22년 실적) 184천건으로 목표 133천건 대비 138.3% 초과 달성</li> </ul> </li> <li>• '불법저작물 시정권고' 및 'SW 불법복제 예방활동', '한류콘텐츠 불법URL 삭제'는 저작권 보호를 강화하는 조치로 해당 관리 과제에 대한 대표성과 적정성을 지닌 지표임 <ul style="list-style-type: none"> <li>- '불법저작물 시정권고'는 국내 포털·웹하드 등에 게시된 불법복제물에 대한 삭제·전송 중단·계정정지 등 행정조치를 실시하는 것으로, 불법저작물의 유통상황 개선에 기여</li> <li>- 'SW 불법복제 예방 활동'은 사후 모니터링 및 단속활동의 한계를 극복하는 조치로, 소프트웨어 저작권자의 요구에 따라 통상 관련 마찰이 발생하지 않도록 선제 대응함</li> </ul> </li> <li>*미국 무역대표부(USTR)에서 발표하는 '지식 재산권 감시대상국'에 '09년 이후 제외, '2022년도 스페셜 301조 보고서' 발표에서 다시금 감시대상국에서 제외됨으로써 14년 연속 제외</li> <li>- 저작권해외사무소의 한류콘텐츠 불법 유통 모니터링 강화 추세 등을 종합적으로 고려하여, 한류콘텐츠 불법 URL 삭제 건수의 '22년 목표치를 이전 3개년 평균 실적 대비 10% 증가한 133천건으로 설정</li> </ul>
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점 26점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 저작권 침해 대응체계 강화를 통해 불법복제물 유통을 근절하고 건강한 저작권 생태계 조성 및 콘텐츠산업 활성화에 기여</li> <li>- ①모니터링 등 침해 인지, ②행정조치 및 수사·단속 등 침해대응, ③침해예방 및 계도 활동을 추진하여 단계별 전략적이고 유연한 대응체계 구축하고 불법복제물 이용률 감소* 및 권리자 보호에 기여</li> <li>*'20년 20.5%→'21년 19.8%(22년 저작권 보호 연차보고서)</li> <li>• 한류콘텐츠 산업의 비약적 성장('22년, 매출액 기준 146.9조원) 및 콘텐츠 유통환경 변화로 한류콘텐츠에 대한 침해 위험이 증가 <ul style="list-style-type: none"> <li>→종합대응시스템 구축, 국제공조수사 추진, NFT 안내서 발간* 등 선제적인 대응을 통해 공정한 저작권 생태계 조성에 기여할 것으로 기대</li> </ul> </li> <li>*정부 최초로 'NFT 거래시 유의해야 할 저작권 안내서' 발간·배포('22년 6월 국문본, 10월 영문본)</li> </ul>
	①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점)	① 18점	
	②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점)	② 4점	
	③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)	③ 4점	

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2030년까지 콘텐츠 불법복제물 이용률 12%, 소프트웨어 불법복제율 20%을 목표로 하고 있으며(저작권비전 2030), 해당 관리 과제 성과지표 및 관련 사업을 통해 달성 가능할 것으로 기대</li> <li>- 지속적인 SW 불법복제 예방활동을 통해 저작권 침해에 사전 대응하여, 향후 SW 불법복제율이 감소할 것으로 전망하고 있으며, 지식재산권 분야의 모범적인 선진국에 반열에 올라설 것으로 기대(서유럽 평균 26%, '18.6.7 BSA발표)</li> <li>- '한류콘텐츠 불법 URL삭제'는 해외에서의 한류콘텐츠(방송, 영화, 음악 등) 불법유통에 대응하여 저작권 보호에 기여</li> <li>• 저작권 침해 대응체계 강화 등에 따른 성과에 대한 국제적 인정 → 미국 무역대표부(USTR) 발표 지식재산권 감시대상국 14년 연속 제외</li> <li>• K-콘텐츠 저작권 보호를 통한 문화주권 강화를 통해 K-콘텐츠 기반 조성 → K-컬처의 초격차 산업화(국정과제 58)에 기여</li> <li>- 침해 대응 단계별 시스템 통합·고도화, 인터폴·각국 수사기관과 국제공조수사 및 수사정보공유·인력교류 확대, 불법복제물 신속처리절차 도입 등을 통해 K-콘텐츠 보호 토대 마련</li> </ul>
정책한류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	9점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 심의에 쟁점이 없는 단순·반복 불법복제물은 시정조치 권고 심의자료 작성 및 검토 소요 시간을 단축하여 신속 대응</li> <li>• 장애인, 다문화, 차상위 등 사회취약 계층을 단년도로 운영함에 따라 교육 및 성과관리의 어려움(실적미비)이 발생하고, 개별 모니터링 실적의 효율적 관리를 위한 시스템 등 기반 환경 미흡 하여 온라인 재택 모니터링이 비효율적으로 운영된다는 지적</li> <li>→성과관리 체계개편, 모니터링 요원 성과 관리 시스템 도입, 사전교육 강화 및 저성과자 정기교육 실시 등 개선 노력</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	9점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 저작권 보호 실무협의체를 구성·운영하여 업계·전문가 등 의견을 수렴(총 34회)을 위한 조치를 하였으며, 현장의견 수렴 시에 제시된 의견 등을 반영하여 사업을 시행하였음.</li> <li>• 웹툰, 게임 등 각 분야 저작권 보호 이해관계자 협업을 통해 새로운 유형의 저작권 침해 환경 개선 도모</li> <li>• 웹툰, 웹소설 등 저작권 보호 취약 콘텐츠의 작가, 플랫폼 등이 당면한 저작권 침해 문제를</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			반영하기 위해 적극적인 의견 수렴회(3회) 진행 → 의견을 반영하여 저작권 침해 대응 매뉴얼* 등 제작 및 배포 * 저작권 침해 시 권리자가 고려할 수 있는 단계별(행정·민사·형사) 국내외 대응 방안을 구체적으로 안내하고, 권리자가 활용할 수 있는 실질적인 제도를 소개하는 종합 안내서

## (1) 평가결과

## □ 총평

- (편리한 저작물 유통환경 조성) 저작권 비즈니스 지원센터 운영을 통해 권리관리정보 수집·제공 및 이용허락 계약을 지원, 간편한 저작권 유통 거래가 이뤄질 수 있도록 저작물 유통환경 기반 조성
  - 분산된 권리자찾기 정보시스템, 이용허락 계약 서비스 등을 통합하여 저작권 비즈니스 지원센터 시스템 오픈('22.1월), 통합 서비스 제공
  - 이용허락 계약시 사용하는 전자문서 인증 서비스 확대(1개→ 3개)
  - 저작권 권리관리정보 8,126천건 구축('22.12월 기준, 목표 대비 103%)
  - 온라인 이용허락계약 지원('22년 12월 중순 기준, 8,465건)
- (자유이용 저작물 이용 활성화) 저작물 이용·창작 환경 변화(메타버스 등장, 1인 미디어 전문화 등)에 따라 저작권 걱정 없이 누구나 자유롭게 이용 가능한 저작물 수요 및 활용 증가, 이에 대한 적극적 대응
  - 수요가 많은 공유저작물을 재구성해 맞춤형 콘텐츠 모음 제공
  - 공유저작물 이용건수 1,5310천건(목표대비 14.5%)
  - 공공기관, 민간 기업과 협력하여 고품질의 공공·공유저작물을 확충 및 개방하는 등 저작물의 편리하고 공정한 이용 활성화 집중 추진

	
<p>&lt;공공저작물 저작권확보지원 업무협약(16개 기관)&gt;</p>	<p>&lt;공공저작물 디지털전환구축 업무협약(3개기관)&gt;</p>
	
<p>&lt;공공저작물 전시 홍보(7월, 12월)&gt;</p>	<p>&lt;공공누리 사이트 개편&gt;</p>

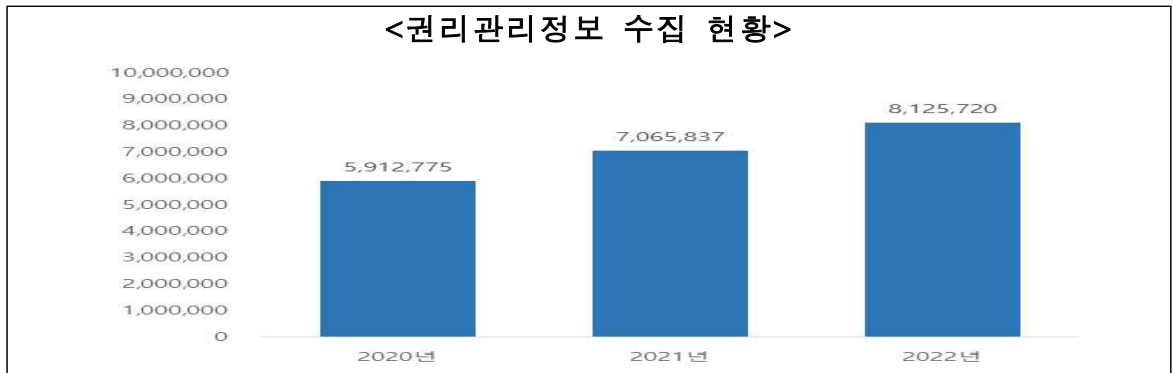
- (저작권 기술개발 확대 및 공정한 유통 지원) 차세대 콘텐츠 개발 지원 및 국가콘텐츠식별체계(UCI) 활성화 기반 서비스 확대
  - XR 콘텐츠 유통·소비 환경에서 발생가능한 저작권 문제의 선제적 해결이 가능한 차세대 실감콘텐츠 저작권 핵심 선도기술 개발 지원(22년 신규)
  - 국가콘텐츠식별체계(UCI) 확대 발급('21년 410백만건 → '22년 428만건)

□ 주요성과

○ 공정하고 편리한 저작물 유통 환경 조성

- (저작권 거래 편의 제고) 저작권 권리관리정보 수집·제공('22년 8,126천건 / 목표 대비 103% 달성), 온라인 저작권 이용허락 계약 지원\*, 이용허락 계약시 이용하는 전자문서 인증 서비스 추가 (1개 → 3개 / 기존 - 패스, 추가 - 네이버, 카카오)

\* 온라인 이용허락계약 지원 ('22년 12월 중순 기준, 8,465건)



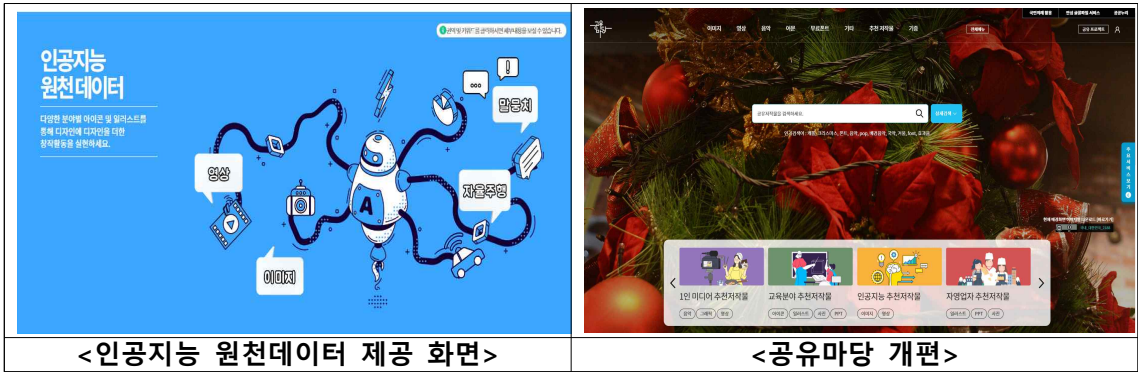
- (저작권료 정산·분배 투명화) ▲ 멜론, 지니뮤직 등 온라인 음악 서비스사업자, ▲매장음악서비스사업자, ▲온라인 노래반주기 사업자의 음악 이용정보 수집·운영 및 방송사용음악 이용정보 수집 확대로 저작권료 정산·분배에 활용가능한 데이터 수집 및 활용

**< 음악 저작권 이용정보 수집 현황 >**

구 분	2020년	2021년	2022년(11월기준)
온라인(전송 7개)	936억 건	928억 건	778억 건
매장(디지털음악송신·공연 12개)	45억 건	92억 건	102억 건
노래방(공연 2개)	9.1억 건	8.4억 건	1.2억 건
방송(36개사, 175개 채널) * 신규	-	-	0.3억 건
소계	990.1억 건	1,028.4억 건	881.5억 건

○ 자유이용 저작물 이용 활성화

- (공유저작물 이용 기반 조성) '인공지능 씨앗 프로젝트'를 통해 인공지능에서 활용가능한 원천데이터 677만건 구축, 공유저작물 제공 플랫폼(공유마당)의 전면 개편으로 이용자 편의성 제고, 누리소통망 등 홍보 채널 추가(2개→4개 채널), 공유저작물 활용 모음집 확대 제공(26개→31개) 및 주제별 추천 서비스 다양화(22개→28개 테마)



- (공유저작물 활용 확대) 창작 플랫폼(팜피, 망고보드) 등 영세기업 및 콘텐츠 중소기업, 인공지능 산업계 등에 제공함으로써 활용성 제고(18곳→21곳), 공유마당을 통한 공유저작물 이용건수 15,310천건 (목표치(13,365천건) 대비 114.6%) 달성



- (공공저작물 이용 기반 마련) 국내외 다양한 저작도구(미리캔버스, 어도비)와 협업을 통해 이용경로를 확장하고, 고품질 공공저작물 확보를 위해 저작권 권리처리 지원 및 음원·영상, 복원사진 확충 등 창작자를 위한 활용 기반 마련

\* (저작권 권리 확보 저작물) 권리확인(102만건) 및 권리처리(7만건), 원문 확보(4.6만건), 공공저작물 확충(2,377건)을 통한 공공저작물 개방 확대



- \* (고품질 저작물) 625전쟁, 왕릉 실측도면 등 저작물의 재촬영 및 복원을 통해 4.8만건 개방
- \* (공공누리 사이트 연계 저작물) 연계기관 29개 확대
  - '21년 1,973만건 → '22년 2,143만건, 전년대비 108.6%, 170만건 증가)
- \* 다양한 고품질 공공저작물 확충 및 사이트 개편으로 이용자 만족도 제고

									
<p>&lt; 공공저작물 개방지원 포럼 &gt;</p>	<p>&lt; 공공저작물 이용활성화 포럼 &gt;</p>								
 <table border="1"> <thead> <tr> <th>연도</th> <th>이용률 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2020</td> <td>32.83</td> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>42.46</td> </tr> <tr> <td>2022</td> <td>49.2</td> </tr> </tbody> </table>	연도	이용률 (%)	2020	32.83	2021	42.46	2022	49.2	
연도	이용률 (%)								
2020	32.83								
2021	42.46								
2022	49.2								
<p>&lt; 고품질 공공저작물 다운로드 이용률 증가 &gt;</p>	<p>&lt; 미리캔버스 안심글폴, 이미지 탑재 &gt;</p>								

○ 저작권 기술개발 확대 및 투명한 저작권 정보 제공

- (저작권기술 개발 확대) 메타버스 기술환경을 반영, 신기술융합 콘텐츠의 저작권 관리·유통 및 보호 기술 개발(22년 신규, 4개과제), SW 관련 저작권 분쟁 방지 및 경쟁력 강화를 위한 SW 저작권 핵심기술 개발(22년 신규, 1개 과제) 지원
  - \* 차세대 실감콘텐츠 저작권 핵심기술 개발(50억, 4개 과제), 소프트웨어 저작권 연구개발(10억, 1개 과제)
- (국가콘텐츠식별체계 활성화 기반 및 서비스 확대) 국가콘텐츠 식별체계(이하 'UCI') 확대 발급('21년 410백만 → '22년 428백만건) 및 한국전자출판협회 연재형 웹툰 및 웹소설 UCI 추가 발급, 음악 라이브러리(주제·배경·시그널) UCI 본격 발급('21년 10만→'22년 150만)

□ 미흡 원인분석 결과

- 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항

- 해당사항 없음

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	17점	<ul style="list-style-type: none"> <li>당초 계획한 각 관리과제별 추진일정에 따라 충실히 정상 추진함</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	26점	<ul style="list-style-type: none"> <li>성과지표 3건 모두 목표치 대비 100% 이상의 실적을 달성하였으며, 공정한 저작권 생태계 조성 및 문화 콘텐츠의 공정이용 도모라는 목표 달성에도 기여함</li> </ul>
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점 22점	<ul style="list-style-type: none"> <li>저작권 권리정보 구축 및 계약 환경 조성, 저작권 갈등 없이 활용할 수 있는 자유이용저작물의 확충 등으로 균형과 상생의 저작권 생태계 조성에 기여함</li> <li>- 분산된 권리자찾기 정보시스템, 이용허락 계약 등을 통합한 저작권비즈니스지원센터 시스템을 구축, 오픈하여 저작물의 편리한 거래와 유통 지원</li> <li>- 1인 미디어 전문화, 창작플랫폼 확대, 인공지능 산업 발전 등에 따라 공유저작물의 활용 분야 확대를 반영한 이용자별 추천저작물 제공, 공유저작물에 대한 접근성 제고를 위한 공유마당 전면 개편으로 공유저작물 이용 활성화에 기여할 것으로 기대</li> <li>• 자유이용저작물의 저작권 권리처리를 통해 디지털 플랫폼 정부의 역할 및 기능 지원</li> <li>- 디지털 집현전 등 공공데이터의 대국민 서비스를 위한 콘텐츠 인프라 기반 구축</li> </ul>
	①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점)	① 16점	
	②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점)	② 3점	
③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)	③ 3점		
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	7점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• UCI 활용·확대를 위한 신규 영역(웹툰, 웹소설 등 연재형 콘텐츠, 메타버스 등) 확보</li> <li>- '22년 UCI 지원사업 통해 등록관리기관인 한국전자출판협회 연재형 웹콘텐츠(웹툰, 웹소설) 분야 확대 및 UCI 발급 시스템 개발</li> <li>* '22.11월 오픈하여 연재형 웹콘텐츠 101건 발급</li> <li>- 국립중앙도서관에서 연재형 웹콘텐츠에 발급하던 ISBN을 2024년까지 UCI로 일원화 협의</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	7점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신탁관리단체, 대리중개업체 등과 주기적인 협의체를 운영하여 현장의견을 수렴하고, 반영하고자 노력하였으며, 저작권 정보 수집 확대를 통해 건전한 저작권 유통질서를 확립을 위해 지원</li> <li>• 현장에서 필요로 하는 공유저작물을 수집할 수 있도록 분과별(창작·수집·활용·인공지능) 커뮤니티 운영을 통해 유관기관 대상 요구 및 수요조사를 강화하고 이용자 대상 만족도조사 등을 통해 수집 주제 선정(배경음악, 3D 콘텐츠) 및 공유마당 개편(이용자별 추천저작물, 인공지능 산업분야 추가 등)</li> <li>• 저작권 기술의 산업계 확산을 위한 비즈니스 교류 지원, 전문가 활용 및 현장 방문 설명 등을 통해 기술 과제기획 추진</li> <li>• 이용자 편의성 및 만족도 향상을 위해 관련시스템 중복기능 제거 및 개편 등을 추진하여 성과지표 달성을 위한 기반 마련</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 디지털전환 등 뉴스미디어산업의 미래 성장동력 확보
  - (언론사 디지털 전환 유도) 뉴스콘텐츠 공용인프라(CMS, 기사작성·편집·배포 일원화 시스템) 제공 확대('21년 18개사→'22년 26개사)를 통해 디지털 뉴스콘텐츠 81만건 제작지원('17~'22년 누적 424만 건)
  - (뉴스빅데이터 활용 활성화) 뉴스빅데이터분석시스템(빅카인즈)의 DB('21년 7,400만건→'22년 7,794만건) 활용 활성화로 전년 대비 회원수 12.5% 증가('21년, 56,740명→'22년, 63,821명), 뉴스 분석 활용한 언론 보도 건수 30.7%('21년, 215건→'22년, 281건) 증가
  - (뉴스 수익 창출 확대) 웹페이지 뉴스모니터링 외 SNS상 뉴스저작권 침해 대응을 위해 유튜브 등 소셜미디어 모니터링 최초 실시(9,345건 점검), 뉴스판매 플랫폼(Newstore) 기능 개선으로 전년대비 매출액 225% 상승('21년, 0.8억원→'22년, 2.6억원)
  - (지역언론 발전기반 마련) 지역언론의 디지털 혁신기반구축(기자자료 디지털화, 디지털장비 임대지원 등), 언론진흥기금으로부터의 전입금 편성('23년 60억원)을 통한 지역신문발전기금 지원 등 지역언론 지원 강화
- 언론의 역량 강화 및 국민의 뉴스 분별역량 함양
  - (언론인 연수과정 정비) 전문기관 협업('21년 64개 과정/1,375명 → '22년 90개 과정/2,050명), 언론인 연수의 질적 향상을 위한 교육 과정\* 정비
    - \* ▲콘텐츠 산업과 인공지능 ▲사건·사고 취재 시 트라우마 예방과 관리 ▲환경기자가 알아야 할 기후·환경기사 쓰는 법 ▲데이터와 젠더 A to Z 등
  - (뉴스콘텐츠 품질 제고) 신기술(VR·AR 등) 활용한 실감형 뉴스콘텐츠 제작, 디지털 스토리텔링 기획보도 지원으로 디지털 저널리즘 활성화('22년 41건)

- (미디어교육 확대) 미디어교육 자격제도(미디어교육사, '22.1120. 제1회 시험 시행) 운영, 전국 초·중·고 미디어교육 운영지원('21년, 632개교 →'22년, 662개교) 등
- 언론 자율규제 지원, 정부광고제도 개선 등을 통한 국민 신뢰 확보
  - (언론의 자율규제 지원) 저널리즘 가치 회복을 위한 자율심의기구 참여('22년 1,212개사), 신문윤리자율심의\* 모니터링 및 심의 지원 ('22년 24천여건(최근 3개년 평균 25천건), 기사형광고 10,736건\*\*) 등을 통한 언론 자유 보장 및 자율규제 활동 지원
    - \* 민간기구(3개) : 한국신문윤리위원회, 인터넷신문위원회, 광고자율심의기구
    - \*\* 기사형광고의 집계방식 변경('22년)으로 인해 별도 산출
  - (정부광고제도 운영개선) 법 위반 모니터링 강화('22년~, 신문, 방송, 온라인), 정부광고 집행내역 대국민 공개(6.30~) 등 정부광고의 합리적 운영 및 집행 투명성 강화

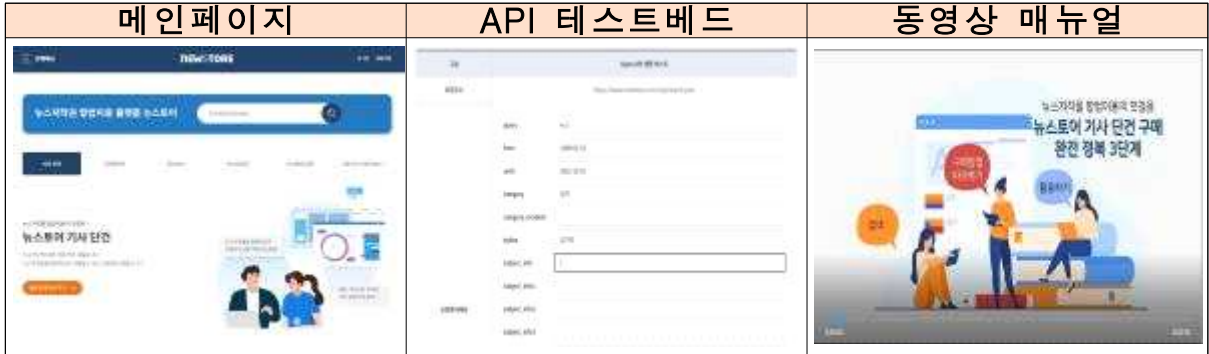
## □ 주요성과

### <뉴스미디어 산업의 미래 성장동력 마련>

- 미디어산업의 지속발전을 위한 기반 구축
  - (디지털전환 지원) 통합CMS(Content Management System)를 활용한 지면·온라인·모바일 뉴스 일괄제작 지원\*, 공용인프라 활용 뉴스 제작 건수 81만건('17~'22년 누적 424만 건) 등 언론산업의 디지털 전환 촉진
    - \* ('16~'21년) 누적 18개사 → ('22년) 8개사 선정, 누적 26개사
  - (뉴스분석시스템 지원) 뉴스빅데이터분석시스템(빅카인즈)의 DB확충\*, 뉴스분석 시각화, 모바일 최적화, DB표준화 등으로 주요 이슈 뉴스 빅데이터 심층 분석결과 제공
    - \* 빅카인즈 수집뉴스 누적건수: '21년 7,400만건 → '22년 7,794만건
  - (뉴스구매 플랫폼 개발 완료) 뉴스판매플랫폼 '뉴스토어' 기능 개선(동영상 매뉴얼 제작, 간편 결제 도입 등)을 통해 뉴스토어를 통한 뉴스저작권

판매액 전년 대비 225% 상승('21년, 0.8억원 → '22년, 2.6억원), 가입자 수 전년 대비 117% 증가('21년, 841명 → '22년, 1,828명)

<Newstore 서비스 화면>



- (지역 언론 안정적 지원 강화) 지역신문발전지원특별법 상시법화 (국회통과 '21.12.9., 시행 '22.4.12~), 언론진흥기금으로부터의 전입금 편성 ('23년 60억원)을 통한 지역신문발전기금 지원 등 지역 언론에 대한 지속적, 안정적 지원

\* 당초 '22.12.31.까지로 되어 있는 특별법의 유효기간을 삭제해 한시법을 상시법화

○ 뉴스미디어산업 활성화 지원

- (신생 미디어기업 육성) 미디어 스타트업 육성 지원(맞춤형 멘토링을 통한 고도화 지원)으로 총 16건\*의 서비스·시스템 발굴

\* '21년 14개사 지원, 투자유치 44.7억원 → '22년 16개사 지원, 투자유치 44.7억원

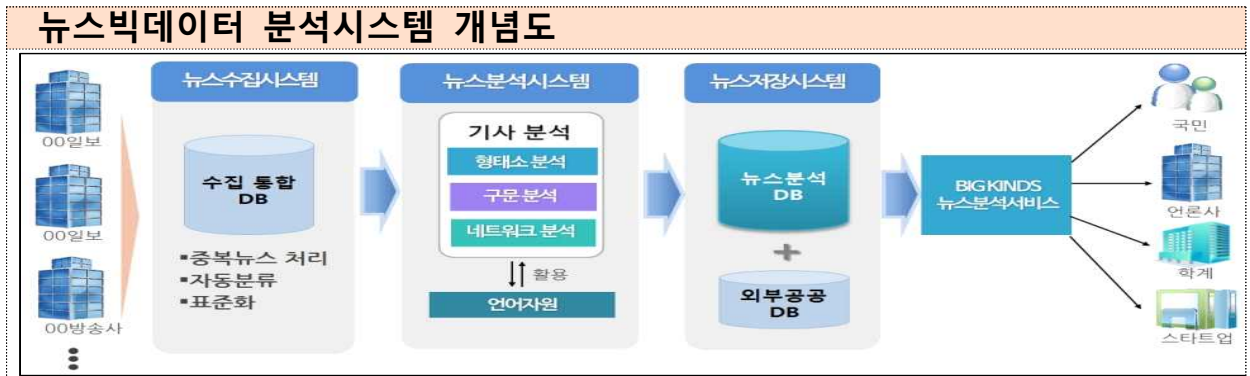
<2022년 미디어스타트업 지원 사업 선정결과>

번호	사업명(아이디어명)	번호	사업명(아이디어명)
1	뉴드림(금융교육 플랫폼)	9	해외 비즈니스 뉴스 전문 뉴스레터
2	어린이 전용 뉴스 서비스	10	GRM 데이터 플랫폼 서비스
3	XR뉴스영상 제작 서비스	11	<b>TTV(Text to Video)</b>
4	문단별 슛폼 인터페이스	12	다문화 가정 자녀를 위한 K-뉴스
5	자기계발 실천을 도와주는, 노트액션	13	어린이를 위한 웹놀이터, "빅키즈"
6	비즈/경제 뉴스 콘텐츠 BYTE+	14	마이크로 콘텐츠 플리마켓 플랫폼
7	SNS 기반 주식투자플랫폼	15	헤이버니, 이메일 뉴스레터 앱
8	퀼티드(Quilted)	16	외국인 학습자 대상 한국어 교육

<뉴스빅데이터 스타트업 주요 서비스>

Text to Video 서비스	어린이 뉴스빅데이터 서비스	숏폼 인터페이스 뉴스 플랫폼

- (디지털미디어 서비스 개발) 언론사의 디지털기술 활용 신규서비스 개발\*을 지원('21년 신규, 10개사·7건 지원 → '22년 14개사·9건)하여 디지털 시대의 언론산업 자생력 제고
  - \* 픽앤쇼(peaknshow) - 3D 및 VR 콘텐츠 전용 페이지 구축(신동아, 주간동아 등), 통합 CMS에 영상회의 및 MMS 기능 개발(강원일보, 경남신문, 매일신문, 부산일보) 등
- (뉴스빅데이터 활용 지원) 뉴스빅데이터분석시스템(빅카인즈)의 DB(2021년 7,400만건→2022년 7,794만건) 활용 활성화로 전년대비 회원수 12.5%('21, 56,740명→'22, 63,821명), 뉴스분석 활용한 언론 보도 건수 30.7%('21, 215건→'22, 281건) 증가



- (뉴스 활용 서비스개발 지원) 주요 공공기관에 뉴스빅데이터 제공 및 기술지원으로 국민 관점의 다양한 서비스 개발
  - \* 한국수자원공사(지역별 환경이슈 제공) 국민권익위(뉴스-민원 빅데이터 연계/민원정보 분석), 예술경영지원센터(공연관련 뉴스정보 분석 제공) 등 37개 기관 지원






<2022년 뉴스빅데이터 신규 활용 기관 >

	기관명	서비스·시스템
1	경기도 의회	뉴스 분석 결과를 의회의 입법·의정·정책에 반영
2	국가기술표준원	제품 관련 실시간 사건사고 보도를 활용한 안전 정책 수립
3	한국에너지기술연구원	에너지기술기업 뉴스를 분석, 기업 지원 및 연구 활용
4	한국원자력안전기술원	원전 및 원자력 안전 뉴스를 활용한 안전 규제 및 정책 수립
5	예술경영지원센터	공연 관련 뉴스 정보 분석을 통한 업계 동향 정보 제공
6	환경부	환경 관련 이슈 및 환경 정책 활동에 관한 여론 분석
7	서울특별시	디지털 시장실 구축(서울시 관련 뉴스를 분석, 정책 수립에 반영, 대시민 정보제공 등)

○ 뉴스미디어산업의 시장질서 확립 지원

- (뉴스저작권 인식확산) 뉴스블범 이용 모니터링 및 뉴스저작권 홍보 활동으로 국민인지도 68.8% 달성('21년, 67.5% → '22년, 68.8%)

<뉴스저작권 홍보 사업 현황>

• 방송, 유튜브, 옥외 등 광고실시(20개 매체)	• 방송, 유튜브, 옥외 등 광고실시(20개 매체)	• 방송, 유튜브, 옥외 등 광고실시(20개 매체)
		

<뉴스콘텐츠 품질 개선 >

○ 언론인 역량 강화를 통한 뉴스 품질 제고

- (디지털환경을 고려한 언론역량 강화) 디지털 저널리즘 아카데미 ('21년 21개 강좌 → '22년 34개 강좌), 디지털 뉴스콘텐츠 제작지원 등 뉴미디어 환경변화에 대응한 언론 지원

- (언론인 연수과정 정비) 디지털 저널리즘, 언론윤리·공공이슈 주제 등 언론인 연수의 질적 향상을 위한 교육 과정 정비

\* (대표과정명) 콘텐츠 산업과 인공지능, 사건사고 취재시 트라우마 예방과 관리, 환경기자가 알아야 할 기후·환경기사 쓰는법, 데이터와 젠더 A to Z, 디지털 저널리즘 우수사례 등

○ 뉴스콘텐츠의 다양성, 시의성 제고

- (디지털기술 활용 취재지원) 신기술(VR·AR 등)을 활용한 실감형 뉴스콘텐츠 제작지원, 디지털 스토리텔링 기획보도 지원으로 디지털 저널리즘 활성화('22년 41건)
- (로컬저널리즘 강화) 지역 언론사 디지털취재 장비 임대('22년 78개사 1,424개), 기획취재 지원(64개사 132건), 지역민 참여 보도지원(74개사), 지역언론 전문인력 양성('22년 165회, 2,521명) 등을 통해 지역사회 공론의 장 형성 촉진

< 전 국민의 미디어리터러시 강화 >

○ 미디어 교육제도 체계화

- (미디어 교육 전문인력 양성) 미디어교육의 전문성 강화를 위한 '미디어 교육사'\* 시험실시(11.20. 제1회 시험실시, 337명 접수·271명 응시)
  - \* 한국언론진흥재단이 관리하는 민간자격제도로 미디어 전 분야(전통 미디어부터 인터넷, SNS, 최신 미디어커뮤니케이션 기술까지)에 걸친 이론과 기술을 바탕으로 시민들이 미디어 및 콘텐츠에 대한 접근, 이해, 활용, 제작, 참여 등 역량을 기르도록 지도
- (미디어리터러시 인프라 구축) 온라인교육플랫폼 통합운영, 온라인 교사 연수('21년 1,609명→'22년 2,157명), 체계적인 미디어교육을 위한 미디어교육 교재·지도서 등 7종 개발

**미디어교육 교육자료 개발 현황('22)**

□ 2022년 개발 자료

연번	교재·지도서명	구성	교육대상
1	세상을 바라보는 눈, 미디어 리터러시	교양서	일반인
2	유아, 미디어 첫걸음	교재·지도서, 수업용 PPT	유아
3	광고 리터러시 수업지도안	지도안, 활동지	초, 중, 고
4	뉴스알고 수업지도안	지도안, 활동지	고
5	e-NIE 활용 수업지도안	지도안, 활동지	초, 중, 고
6	빅카인즈 활용 수업지도안	지도안, 활동지	중, 고, 학부모
7	미디어 리터러시 표준강의안(5종)	지도안, 활동지	중학생

## 미디어교육 교육자료 개발 현황('22)

			
세상을 바라보는 눈, 미디어 리터러시	유아, 미디어 첫걸음 (교재)	광고 리터러시 수업지도안	뉴스알고 수업지도안
			
e-NIE 활용 수업지도안	빅인즈 활용 수업지도안	미디어 리터러시 표준강의안	

### ○ 미디어교육 확대를 통한 사회 전반의 매체 이해력 제고

- (미디어 교육사업 확대) 미디어 교육 운영학교, 자유학기제 등 학교 미디어 교육 지원, 도서관·평생교육 교실 등 사회 미디어교육 지원

\* 학교 미디어 교육지원: '21년 632개 교→'22년 662개 교

\* 사회 미디어 교육지원: '21년 118개 처→'22년 146개 처

- (참여형 미디어교육) 인터넷정보를 직접 검증하여 뉴스를 제작하는 '청(소)년 체커톤'('21년 66개교, 392명→'22년 89개교 448명), '뉴스읽기, 뉴스일기\*'('21년 505건, '22년 603건 접수) 등 참여형 캠페인 전개

\* 일정기간(약 10개월) 뉴스를 접한 뒤 든 생각이나 감정을 자유로운 형식으로 작성 후 제출, 우수사례 선발, 발표

### ■ 뉴스리터러시 제고 프로그램



뉴스읽기 뉴스일기



청(소)년 체커톤



미디어교육 지원사업

## < 언론 자율규제 지원 등을 통한 국민 신뢰 확보 >

### ○ 언론의 자유 보장 및 자율규제를 통한 국민 신뢰 확보 지원

- (언론의 자율심의 모니터링) 독자피해방지 및 저널리즘 가치 회복을 위한 자율심의기구 참여('22년 1,212개사), 신문윤리자율심의\* 모니터링 및 심의 지원('22년 24천여건(최근 3개년 평균 25천건), 기사형광고 10,736건\*\*)

\* 민간기구(3개) : 한국신문윤리위원회, 인터넷신문위원회, 광고자율심의기구

\*\* 기사형광고의 집계방식 변경('22년)으로 인해 별도 산출

### ○ 정부광고제도 운영의 합리성 및 투명성 제고

- (정부광고제도 운영개선) 법 위반 모니터링 강화('22년~, 신문, 방송, 온라인), 정부광고 집행내역 대국민 공개(6.30~) 등 정부광고의 합리적 운영 및 집행 투명성 강화

## □ 미흡 원인분석 결과

- 디지털 뉴스콘텐츠 판매액 미달성은 주력 매출상품(PDF뉴스스크랩) 시장 포화상태 및 뉴스저작권 인지도\*(68.8%) 저조 등이 주요 원인인 것으로 분석됨

\* 음악·영화·사진저작권 인지도 94.5%, 뉴스저작권 인지도 68.8% (출처: '22뉴스 저작권 국민인지도 조사결과보고서'(한국언론진흥재단))

## □ 개선보완 필요사항

- 민간분야 디지털 뉴스콘텐츠 실구매 유도를 위한 뉴스저작권 인지도\* 제고
  - 유튜브·방송 광고를 통한 대국민 홍보로 민간분야의 디지털 뉴스 콘텐츠 실구매 유도 및 및 복제 위반 모니터링 실시

\* 뉴스저작권 인지도(68.8%)는 음악·영화·사진저작권에 대한 평균 인지도(94.5%)에 비해 매우 저조한 편('2022 뉴스저작권 국민인지도 조사 결과보고서' 한국언론진흥재단)

- 약 30여개 공공기관(대학포함) 등에 무상\* 제공되던 뉴스분석API 서비스\*\*의 유료화로 뉴스저작권에 대한 인식제고 및 실적확보

\* '22년 기준 무료제공 규모 약 24억원 \*\* 뉴스를 분석하여 데이터화하여 제공하는 서비스

- 다양한 이용자 수요에 맞출 수 있는 주문형 상품과 잠재 고객군인 민간기업·홍보대행사 등을 대상으로 적극적인 판촉활동 예정

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	17점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 통합CMS 고도화(9~12월), 미디어 스타트업 지원 사업 공모(3월), 미디어교육사 시험실시(11월) 등 당초 계획대로 차질 없이 정상 추진함</li> <li>- (미디어산업 기반 구축) 통합CMS 지원 언론사 공모(2~3월), 통합CMS 고도화 사업(9~12월), 뉴스빅데이터 분석시스템(빅카인즈) 고도화 사업(6~9월), 뉴스판매플랫폼 ‘뉴스토어 고도화 사업(5월) 추진</li> <li>- (뉴스미디어산업 활성화 지원) 미디어 스타트업 지원 사업 공모(3월, 76개사 신청, 4월, 16개사 선정), 뉴스 빅데이터 활용 해커톤 개최(8~10월), 뉴스 활용 강좌 지원사업(1학기, 16개 강좌, 2학기, 14개 강좌) 디지털 뉴스콘텐츠 제작 공모(총 3차 공모, 총 91개사 선정) 등</li> <li>- (언론의 경쟁력 강화 지원) 디지털 저널리즘 역량 강화 교육 등 뉴미디어 환경변화에 대응한 언론 지원 및 언론윤리 교육 추진, 저널리즘 주간 행사(10월), 지역신문 컨퍼런스(11월), 데이터저널리즘코리아 컨퍼런스(12월) 등 개최</li> <li>- (미디어 교육제도 운영) 미디어교육사 시험 실시('22.11. 제1회 시험), 미디어교육 운영학교 공모(1차(1~2월, 473개교 선정), 2차(6월, 72개교 선정), 참여형 프로그램 ‘청소년 체커톤’, ‘뉴스읽기·뉴스일기’ 공모전(읽기문화진흥 캠페인) 사업(4~6월) 등 차질 없이 추진</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	25점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 디지털 뉴스콘텐츠 판매액 238억원(목표대비 3.6% 미달)</li> <li>- ▲국내최초 뉴스판매플랫폼 ‘뉴스토어’ 고도화로 뉴스저작권 시장기반 구축 ▲뉴스저작권 인식 제고 홍보(9월) 등을 추진하였으나 지면 이용률 감소에 따른 주력 상품 ‘PDF 스크랩’ 매출액 성장 정체 추세, 코로나19 극복 추경사업('20~'21년) 종료로 인한 e-NIE 판매액 감소(약 20억원) 등으로 성장지표 목표치 미달</li> <li>- 저작권 시장의 성장세가 성숙기에 접어들었음에도, 적극적인 상품 개발 및 판매 확대를 통한 매출액 증대를 목표로 하는 적극적인 성과지표 설정</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- 종이신문 이용률은 전년 대비 12.7% 감소하는 상황임에도 불구하고 판매액 목표는 오히려 전년대비 2.5% 증가해야만 달성할 수 있는 높은 수준의 도전성을 지닌 목표임</li> <li>* 과거 3개년도 실적 : 222억('19), 239억('20), 241억('21)</li> <li>○ 뉴스빅데이터분석시스템 이용건수 9,646천건 (목표대비 106.9% 달성)</li> <li>- ▲뉴스빅데이터 분석시스템 기초데이터 품질 개선 및 과거 기사 데이터 확보(7,745만 건) ▲분석시스템 기능 개선(데이터 품질 개선, 사용자 편의성 제고 등), ▲공공기관 협력을 통한 뉴스빅데이터 활용 분야 확장('21년 국민권익위 차세대 민원정보시스템 외 31건→'22년 서울시 등 37건), ▲뉴스빅데이터 활용 스타트업 지원 확대('21년 14개사 → '22년 16개사) 등의 활동을 통한 성과지표 목표치 초과 달성</li> <li>- 전문가(대학원생, 교수, 기자)의 이용 비율이 높고 일반인의 이용 건수 증대에 한계가 있음에도 불구하고, 이용 편의성 개선, 홍보 등을 통한 사용자 확대를 목표로 전년 실적 대비 약 3.5% 향상된 수치로 설정</li> <li>* 과거 3개년도 실적 : 565만건('19), 581만건('20), 872만건('21)</li> <li>○ 미디어교육 프로그램 참여인원 22.7만명(목표 대비 101.3% 달성)</li> <li>- ▲유관기관(교육부, 방통위 등) 협력을 통한 미디어교육 프로그램 운영(학교 662개, 시설·단체 146개) ▲'청(소)년 체커톤'('21년 66개교, 392명→'22년 109개교 448명), '뉴스읽기·뉴스일기'('21년 505건, '22년 603건 접수) 등 국민참여 캠페인 등을 통한 성과지표 목표치 달성</li> <li>- 미디어교육 관련 예산확보와 인력 총원 한계에도 불구하고 교육 인원 증가를 목표로 하는 도전성을 지닌 지표임</li> <li>- 지난 실적 기준 목표부여(편차)방식을 도입하여, 3개년 평균 참여인원보다 약 5.2% 상향된 수치를 목표치로 설정하여 달성 난이도 높은 지표임</li> <li>* 과거 3개년도 실적 : 18.2만명('19), 20.2만명('20), 21.6만명('21)</li> </ul>



평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
		총점	21점	
2-2. 정책 효과성(30점) ①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점) ②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점) ③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)	①	15점	3점	<p>&lt;성과발생 및 향후 기대효과&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 뉴스미디어산업 활성화 및 미래 성장동력 확보 <ul style="list-style-type: none"> <li>- (신생 미디어기업 육성) 미디어 스타트업 육성지원을 통한 미디어산업 활성화 주도</li> <li>- (디지털미디어산업 활성화) CMS를 활용한 뉴스콘텐츠 제작 81만건('21년 68만건 → '22년 81만건), 디지털기술 활용 신규서비스 개발 지원('21년 신규, 10개사·7건 → '22년 14개사·9건) 등으로 언론산업 자생력 제고</li> <li>- (뉴스유통시장 활성화) 뉴스불법 이용 모니터링('21년 187개 기관 → '22년 199개 기관) 및 뉴스저작권 홍보로 저작권 인식확산 및 뉴스판매 플랫폼을 통한 뉴스콘텐츠 판매액 225% 상승('21년, 0.8억원 → '22년, 2.6억원)</li> </ul> </li> <li>○ 뉴스콘텐츠의 품질 제고 및 다양성 증가로 언론산업 전반의 경쟁력 강화 <ul style="list-style-type: none"> <li>- (뉴스빅데이터 활용 활성화) 뉴스빅데이터분석시스템(빅카인즈)의 DB('21년 7,400만건→'22년 7,794만건) 구축 및 이용 활성화로 뉴스빅데이터 분석시스템 이용 건수 965만건 달성, 뉴스분석 활용한 언론 보도 건수 30.7%('21년, 215건→'22년, 281건) 증가</li> <li>- (지역언론의 경쟁력 강화) 지역 언론사 디지털취재 장비 임대('22년 78개사 1,424개), 기획취재 지원(64개사 132건), 지역민 참여 보도지원(74개사) 등을 통해 지역사회 공론의 장 형성 촉진</li> </ul> </li> <li>○ 전 국민의 뉴스 분별역량 함양 <ul style="list-style-type: none"> <li>- (미디어교육 확대) 미디어교육 자격제도(미디어교육사, '22.1120. 제1회 시험 시행) 운영, 학교 및 사회 미디어교육 운영지원, 참여형 미디어리터러시 캠페인 등을 통해 국민의 미디어리터러시 강화에 기여</li> <li>* ('19년)18.2만명, ('20년)20.2만명, ('21년)21.6만명, ('22년)22.7만명</li> </ul> </li> </ul>
		3점		
	③	3점	3점	<p>&lt;상위정책 등에 대한 기여&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 상기 과제수행을 통해 국정과제(58번 K-콘텐츠 기반조성) 수행 및 공약사항 이행에 기여함</li> <li>- 언론산업의 디지털화, 국민의 미디어리터러시 역량강화, 언론 자유 보호를 위한 언론 자율규제 지원 등</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언					
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	5점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지역언론 지원방안 마련 필요(2022년 국정감사) <ul style="list-style-type: none"> <li>- (지역언론발전기금의 안정성 강화) 언론진흥기금으로부터의 전입금 60억원 신규 편성('23년 예산 반영) 및 여유자금 운용규모 확대(6.9억→10.2억원)으로 지역신문에 대한 지속적이고 안정적인 지원 강화 추진</li> </ul> </li> <li>○ 지역신문발전지원사업 성과관리 개선 필요('21년 재정사업자율평가) <ul style="list-style-type: none"> <li>- (신규지표 개발) 적극성 및 사업 연관성 강화를 위한 신규 성과지표 2종 개발 및 도전적 목표치 설정('23년~ 적용)</li> </ul> </li> </ul>					
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	6점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 장관 주재 언론미디어 분야 공공기관 간담회('22.6.7.) <ul style="list-style-type: none"> <li>- (내용) 뉴스콘텐츠 제작지원 시 주제 확대 필요(한국언론진흥재단), 아리랑TV의 존재감을 부각시킬 수 있는 콘텐츠개발 필요(국제방송교류재단) 등</li> </ul> </li> <li>○ 장관 주재 지역언론 간담회('22.9.21.) <ul style="list-style-type: none"> <li>- (내용) 지역신문 발전지원계획 관련 의견 청취, 정책 관련 제안사항 등</li> </ul> </li> <li>○ 언론노조와의 간담회('22.9.27.) <ul style="list-style-type: none"> <li>- (내용) 노조와의 소통 활성화, 지역신문 지원 강화 등</li> </ul> </li> <li>○ 열독률 조사 관련 의견수렴('22.1.26.~2.23.)</li> </ul> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">주요 내용</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>○ 영업장 미조사에 따른 석간신문, 경제신문 불이익 발생 우려 → 신문잡지 읽은 경로를 묻는 문항에 영업장 포함되어 있어 영업장 열독도 집계되고 있음</td> </tr> <tr> <td>○ 미발행 신문 및 잡지가 열독률에 집계되는 오류 문제 → 정성발행여부 자표에서 자검증 가능하며 '22년 조사 시 실제 발행확인 마체 리스트로 개선(조사 전후 검증)</td> </tr> <tr> <td>○ 지역지 특성 고려한 조사방식 보완 필요, 경기지역 표본 과소표집에 따른 경기지역 매체사 열독률 저조 문제 → 전국 22개 시군구(울릉 옹진 특수 도서 지역 2개 제외)에서 모두 집계구 추출되도록 설계 → 경기지역 1,500가구, 3,000명 표본 추가하여 경기지역 과소 표집 문제 보완</td> </tr> <tr> <td>○ 일간지 중심 조사 설계, 주간지 등 특성 반영 필요 → 잡지 열독률 조사 문항에 '지난 1달간 이용 여부' 추가</td> </tr> <tr> <td>○ PDF 형태의 신문 이용률 포함 필요성 → 종이신문 및 잡지를 인쇄 형태 그대로 파일 형태로 만든 PDF판 이용 포함, eBook, 전자잡지플랫폼 등 인쇄 형태 그대로 이용하는 경우 포함</td> </tr> </tbody> </table>	주요 내용	○ 영업장 미조사에 따른 석간신문, 경제신문 불이익 발생 우려 → 신문잡지 읽은 경로를 묻는 문항에 영업장 포함되어 있어 영업장 열독도 집계되고 있음	○ 미발행 신문 및 잡지가 열독률에 집계되는 오류 문제 → 정성발행여부 자표에서 자검증 가능하며 '22년 조사 시 실제 발행확인 마체 리스트로 개선(조사 전후 검증)	○ 지역지 특성 고려한 조사방식 보완 필요, 경기지역 표본 과소표집에 따른 경기지역 매체사 열독률 저조 문제 → 전국 22개 시군구(울릉 옹진 특수 도서 지역 2개 제외)에서 모두 집계구 추출되도록 설계 → 경기지역 1,500가구, 3,000명 표본 추가하여 경기지역 과소 표집 문제 보완	○ 일간지 중심 조사 설계, 주간지 등 특성 반영 필요 → 잡지 열독률 조사 문항에 '지난 1달간 이용 여부' 추가
주요 내용								
○ 영업장 미조사에 따른 석간신문, 경제신문 불이익 발생 우려 → 신문잡지 읽은 경로를 묻는 문항에 영업장 포함되어 있어 영업장 열독도 집계되고 있음								
○ 미발행 신문 및 잡지가 열독률에 집계되는 오류 문제 → 정성발행여부 자표에서 자검증 가능하며 '22년 조사 시 실제 발행확인 마체 리스트로 개선(조사 전후 검증)								
○ 지역지 특성 고려한 조사방식 보완 필요, 경기지역 표본 과소표집에 따른 경기지역 매체사 열독률 저조 문제 → 전국 22개 시군구(울릉 옹진 특수 도서 지역 2개 제외)에서 모두 집계구 추출되도록 설계 → 경기지역 1,500가구, 3,000명 표본 추가하여 경기지역 과소 표집 문제 보완								
○ 일간지 중심 조사 설계, 주간지 등 특성 반영 필요 → 잡지 열독률 조사 문항에 '지난 1달간 이용 여부' 추가								
○ PDF 형태의 신문 이용률 포함 필요성 → 종이신문 및 잡지를 인쇄 형태 그대로 파일 형태로 만든 PDF판 이용 포함, eBook, 전자잡지플랫폼 등 인쇄 형태 그대로 이용하는 경우 포함								

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언								
			<p>○ 언론 유관 기관 단체 대상 '22년 언론수용자조사 사전 의견수렴 실시('22.6.22.~6.30./공문 수발신)</p> <table border="1" data-bbox="874 338 1482 748"> <tr> <td data-bbox="874 338 1482 376">주요 내용</td> </tr> <tr> <td data-bbox="874 376 1482 539"> <p>○ 가구 구독자 감소를 고려하여 기관기업의 구독 및 열독이 집계되도록 해야 함 → 설문지에 영업장 열독 문항이 이미 있으며 추가로 영업장에 대한 각주를 달아 응답자의 이해를 도움</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="874 539 1482 622"> <p>○ 응답률 제고 위해 SNS 활용 등 방법 모색 필요 → 가구원 부재 시 설문지 유지, 모바일링크 등 활용</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="874 622 1482 748"> <p>○ 실사 수행 시 지역별 보카드 먼저 제시 필요 → 지역 조사 시 해당지역 신문을 먼저 보여주도록 조치</p> </td> </tr> </table> <p>○ 권역별 지역 언론 세미나(22년, 총 6회)</p> <table border="1" data-bbox="874 808 1482 1193"> <tr> <td data-bbox="874 808 1482 846">주요 내용</td> </tr> <tr> <td data-bbox="874 846 1482 981"> <p>○ 장비지원 종류 개선 및 연속적 임대 지원 요구 → 장비지원사업 임대사업자 장기계약 추진으로 장비 다양화 및 임대기간 확대</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="874 981 1482 1104"> <p>○ 디지털화 지원사 선정 규모 및 기간 확대 요구 → 디지털화 예산 언론진흥기금 통합 편성 및 예산 증액</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="874 1104 1482 1193"> <p>○ 증빙서류 복잡 및 보조사업 정산 절차 어려움 → 사업 편의성 개선을 위한 간소화 방안 검토</p> </td> </tr> </table>	주요 내용	<p>○ 가구 구독자 감소를 고려하여 기관기업의 구독 및 열독이 집계되도록 해야 함 → 설문지에 영업장 열독 문항이 이미 있으며 추가로 영업장에 대한 각주를 달아 응답자의 이해를 도움</p>	<p>○ 응답률 제고 위해 SNS 활용 등 방법 모색 필요 → 가구원 부재 시 설문지 유지, 모바일링크 등 활용</p>	<p>○ 실사 수행 시 지역별 보카드 먼저 제시 필요 → 지역 조사 시 해당지역 신문을 먼저 보여주도록 조치</p>	주요 내용	<p>○ 장비지원 종류 개선 및 연속적 임대 지원 요구 → 장비지원사업 임대사업자 장기계약 추진으로 장비 다양화 및 임대기간 확대</p>	<p>○ 디지털화 지원사 선정 규모 및 기간 확대 요구 → 디지털화 예산 언론진흥기금 통합 편성 및 예산 증액</p>	<p>○ 증빙서류 복잡 및 보조사업 정산 절차 어려움 → 사업 편의성 개선을 위한 간소화 방안 검토</p>
주요 내용											
<p>○ 가구 구독자 감소를 고려하여 기관기업의 구독 및 열독이 집계되도록 해야 함 → 설문지에 영업장 열독 문항이 이미 있으며 추가로 영업장에 대한 각주를 달아 응답자의 이해를 도움</p>											
<p>○ 응답률 제고 위해 SNS 활용 등 방법 모색 필요 → 가구원 부재 시 설문지 유지, 모바일링크 등 활용</p>											
<p>○ 실사 수행 시 지역별 보카드 먼저 제시 필요 → 지역 조사 시 해당지역 신문을 먼저 보여주도록 조치</p>											
주요 내용											
<p>○ 장비지원 종류 개선 및 연속적 임대 지원 요구 → 장비지원사업 임대사업자 장기계약 추진으로 장비 다양화 및 임대기간 확대</p>											
<p>○ 디지털화 지원사 선정 규모 및 기간 확대 요구 → 디지털화 예산 언론진흥기금 통합 편성 및 예산 증액</p>											
<p>○ 증빙서류 복잡 및 보조사업 정산 절차 어려움 → 사업 편의성 개선을 위한 간소화 방안 검토</p>											

## (1) 평가결과

## □ 총평

- (개요) OTT 시장 성장 및 개인별 맞춤형 콘텐츠 소비, 숏폼·미드폼 등 방송영상콘텐츠 다변화 등 환경변화에 대응하여 방송영상·광고 분야 제작 전주기 체계적 지원 및 지속 성장을 위한 기반 조성
  - 방송영상콘텐츠는 세계적인 인기를 누릴 뿐 아니라 '오징어 게임' 에미상 6관왕 수상 및 제작지원 작품 '연모'의 한국 드라마 최초 국제에미상 수상 등 작품성을 인정받으며 K-방송영상콘텐츠의 위상은 높아짐
  - 이는 OTT 시장 성장 등 미디어 환경 변화 및 방송영상콘텐츠 소비 형태 다변화 등 환경변화에 대응하여 방송콘텐츠 제작지원 확대, OTT 특화 제작 지원 및 신흥시장 발굴 등에 노력한 결과임
  - '22년 케이컬처 확산의 핵심 콘텐츠는 한국드라마였으며, 한국드라마의 전세계적인 인기는 전 세계에 한국문화를 알리고, 국가브랜드를 제고함
- (금융지원) 케이컬처 확산의 핵심 자산인 K-드라마의 제작 확대 및 국내 제작사의 IP 확보를 지원하기 위한 '드라마 펀드' 신규 조성('22년 400억원)
- (기획·제작·유통) 우수 콘텐츠의 기획·제작·유통으로 이어지는 선순환 체계 구축
  - (기획개발) 독창적 기획안 발굴을 위해 국내 최대 기획개발 공모전 개최(총 60편, 9.4억 원) 및 선정작 후속 지원(총 29편)
  - (제작지원) OTT 시장 성장에 적극 대응하여 OTT 특화콘텐츠 제작 지원 대폭 확대('21년 6편 → '22년 14편), 뉴미디어(숏폼 콘텐츠) 및 신기술(VR·AR 등) 콘텐츠 제작지원, 수출 경쟁력 있는 K-방송포맷 제작지원 등(총 160편)
  - (유통지원) 코로나19 완화 기조에 발맞춰 중동·인도 등 신흥시장 적극 공략, 글로벌 OTT 국내 진출, 투자 확대 등에 대응하여 OTT 플랫폼과 중소제작사 유통상담회 개최 등
- (인프라) 국내 최대 제작시설인 스튜디오큐브(대전) 내 수상촬영이 가능한

다목적 스튜디오 구축 지원, DMS 방송제작센터 노후장비(Camera Pedestal, Jimmy Jib, Tripod, 미디어서버) 교체를 통한 제작시설 고도화 등

- 방송제작시설 스튜디오 큐브(대전) 구축 관리를 통해 우수 방송영상콘텐츠 제작을 지원하여 '환혼', '스물다섯 스물하나' 등 흥행작 배출
- (인력양성) 'K-글로벌 방송영상콘텐츠 교육 과정'을 통한 현장형 전문 인재 ('22년 780명) 및 OTT·콘텐츠 특성화 대학원(2개교)를 통한 융합형 전문인재 양성, 글로벌 광고인재 육성 과정 운영\* 등 현장 수요 맞춤형 인재 배출
  - \* 앤디어워즈, 클리오 어워즈 등 주요 국제광고제에 53개 작품 출품 및 클리오어워즈 수상(1건)
- (공정·안전환경) 방송업계 불공정 관행 개선을 위한 제도개선 및 관리 체계화, 안전한 제작환경 조성을 위한 응급의료 지원
  - 방송 분야 서면계약·표준계약서 사용 경험률 증가\*
    - \* (서면계약) '19년 54.7% → '21년 67.7% / (표준계약서) '19년 38.6% → '21년 50%
  - 독립제작사 신고 의무화 및 시스템 운영으로 공정환경 기반 조성
  - 안전한 제작 환경 조성을 위한 응급구조차량 출동, 구급가방 등 지원
    - \* 구급가방 400세트, 소독방역 96회, 응급구조차량 파견 174회, 방역마스크 96,000매 및 진단키트 20,800개 배포
- (코로나19 긴급지원) 코로나19로 인한 방송제작 축소·폐지 위기에 대응하여 방송영상 일자리 및 제작현장 방역 지원

#### 코로나19 긴급지원 사업

- ① 방송영상콘텐츠 제작인력 지원(추경, 110억 원)
  - 코로나19로 재정적 여건이 열악한 중소제작사 채용 인력에 대해 1인당 월 180만원 인건비 지원
  - \* 목표 1,000명, 실적 1,079명(목표 대비 107.9% 초과달성)
- ② 방송제작현장 응급의료 및 방역 지원(3.6억 원)
  - 방송제작현장 코로나19 확산 방지를 위해 방역물품 제공, 소독 방역 및 응급의료 지원
  - \* 구급가방 400세트, 소독방역 96회, 응급구조차량 파견 174회, 방역마스크 96,000매 및 진단키트 20,800개 배포

## □ 주요성과

### 방송영상산업 현황 및 성과 (2022 독립제작사 실태조사)

- ▶ (매출액) ('15) 1조 1,435억원 → ('18) 2조 4,565억원 → ('21) 4조 5,691억원
- ▶ (수출액) ('15) 1,844만달러 → ('18) 15,165만달러 → ('21) 28,476만달러
- ▶ (사업체) ('15) 532개 → ('18) 728개 → ('21) 732개
- ▶ (종사자) ('15) 7,282명 → ('18) 12,998명 → ('21) 13,568명

### <방송영상콘텐츠 기획개발 지원>

#### ○ (방송영상콘텐츠 기획안 발굴 및 사업화 지원)

- (기획안 공모 및 완성화 지원) 중소제작사 대상 방송영상콘텐츠 기획안 공모전 개최를 통한 드라마(장편, 중편), 예능·교양, 다큐멘터리 우수기획안 선정(총 60편) 및 포상(9.4억 원), 후속 지원으로
  - ① 완성화 프로그램(29편), ② 우수 수료작(10편) 대상 사업화 위한 비즈매칭(29건), ③ 차년도 제작연계(평가가점) 제공

\* 공모전 공고/접수('22.1~2월) → 1, 2차 심사('2~3월) → 우수 기획안 선정/포상(6월) → 완성화 프로그램 운영(6~10월) → 우수 수료작 피칭 및 비즈매칭(10월)

\*\* 지원작 현황표 (총 60편, 22.12월 기준)

진행단계	편수	비고
기획 개발 진행 중	46편	대본 개발 등 추가 기획개발 진행
패키징 및 편성논의 진행 중	10편	2023~24 방영 조건으로 KBS, JTBC, ENA SK브로드밴드 등과 편성논의, 감독/주연 섭외 중
제작 중	4편	촬영 시작

### ■ 방송영상콘텐츠 기획안 공모 주요 성과



#### 위기의 X 아내니까 아프다

- '21 방송영상콘텐츠 기획안 공모(드라마-중단편) 선정작
- '22 Wavve 오리지널 방영(' 22.9.2.)
- Wavve 신규가입자 유치 콘텐츠 1위 기록(' 22년 9월 기준)



#### 신통방통 로맨스 (방영명: 지금부터 쇼타임!)

- '21 방송영상콘텐츠 기획안 공모(드라마-장편) 선정작
- '22 MBC 금토드라마 <지금부터 쇼타임!> 방영(' 22.4.23)
- 국내 : MBC, Wavve 방영
- 해외 : VIU, Rakuten Viki(OTT) 방영



#### 제인 더 버진 (방영명: 우리는 오늘부터)

- '19 방송영상콘텐츠 기획안 공모(드라마-연속물) 선정작
- '22 SBS <우리는 오늘부터> 방영(22.5.9~6.21)
- 2049 시청률 월화극 1위, 최고 시청률 6.1% 달성



- (OTT 연계 공모 개최) OTT 연계 기획안 공모전을 신설하여 OTT(웨이브, 티빙, 카카오TV, 왓챠) 편성담당자 등으로 심사단 구성하여 드라마(중편), 예능·교양 우수기획안 선정(총 10편) 및 포상(2.5억 원)

\* 공모전 공고/접수('22.4~5월) → 1, 2차 심사(5~6월) → 우수 기획안 선정/포상(6월)

\*\* 지원작 현황표 (총 10편, 22.12월 기준)

진행단계	편수	비고
기획 개발 진행 중	7편	대본 개발 등 추가 기획개발 진행 2023~24 방영 조건으로 JTBC, TVING 등과 편성논의, 감독/주연 섭외 중
패키징 및 편성논의 진행 중	3편	

- (신진 창작자 다큐멘터리 기획안 발굴) 국내 최대 다큐멘터리 영화제 2개\*와 협력 통한 신인 다큐멘터리 기획안 공모전 개최, 다큐멘터리 우수기획안 선정(총 15편) 및 포상(1.5억 원)

\* EBS 국제 다큐멘터리 영화제, DMZ 국제 다큐멘터리 영화제

\*\* 공모전 공고/접수('22.5~6월) → 1차 심사(7월) → 1차 심사 통과작 완성화 지원(8~9월) → 최종 피칭 심사 및 우수 기획안 선정/포상(9월)

- (기획개발 랩 운영지원) 창작자 IP 확보 및 글로벌향 포맷 개발을 위한 방송포맷 랩(4개 기관) 및 신기술 기반 랩(4개 기관) 운영 지원, 창작자 총 115명(포맷 랩 65명, 신기술 기반 랩 50명) 육성 지원(21.2억)

### <방송영상콘텐츠 제작지원>

- (우수 방송영상콘텐츠 제작지원) 드라마 장편 제작지원 강화('21년 편당 4억→'22년 편당 5억), ESG·공공 부문 신설(2편, 편당 2억) 등 우수 방송영상콘텐츠 제작 지속 지원(총 23편)

#### ■ 방송영상콘텐츠 제작지원(드라마) 주요 성과



슈룹

- tvN 방영(2022. 10.~ 12)
- 시청률 16.9%, 동시간대 1위
- 넷플릭스 글로벌 탑10 3주 연속 3위
- 티빙 인기 순위 5주 연속 1위
- 2022년 11월 한국인이 좋아하는 TV프로그램 1위
- TV 화제성 4주 연속 1위



재벌집 막내아들

- JTBC 방영(2022.11.~ 12.)
- 제작사 IP 50% 보유
- 시청률 24.9%, 2022년 드라마 최고 시청률 달성
- 넷플릭스 글로벌 탑10 4위
- TV 화제성 4주 연속 1위
- 인도네시아, 말레이시아, 홍콩 등 아시아 전역과 미주 포함 50여 개국에서 공개 직후 1위 지속(Viu, 라쿠텐비키)

■ 방송영상콘텐츠 제작지원(ESG·다큐멘터리) 주요 성과

		
<p><b>ECO 아일랜드 천사도</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· SBS 방영(2022. 10.)</li> <li>· 매출 3.99억 원 성과</li> </ul>	<p><b>7학년 주식회사</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· kbc광주방송 방영(2022.12.~ 2023.2)</li> <li>· 매출 2억 원 성과</li> </ul>	<p><b>덕적이고 야구부</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· KBS1 방영(2022. 10.)</li> <li>· 시청률 3.1%</li> </ul>

○ (뉴미디어 방송영상콘텐츠 제작지원)

- (웹드라마 등 뉴미디어 콘텐츠 분야 제작 활성화) 숏폼 드라마, 예능·교양 제작지원(총 16편), 방송영상 뉴미디어 분야 우수 콘텐츠 발굴(6편) 및 포상을 통한 제작 활성화 도모
  - \* 방송영상 뉴미디어 관련 제작자, 유통자(개인 및 사업자 포함) 총 56개 후보자(작) 중 6개 선정하여 뉴미디어 콘텐츠상 시상식 개최(총 32백만원, '22.9.2)
- (실감형 방송영상콘텐츠 제작지원 활성화) 멀티뷰, UHD, 가상·증강 현실(VR·AR 등) 등 신기술을 접목한 방송영상콘텐츠 제작지원(총 10편)

■ 숏폼(드라마, 예능·교양) 및 신기술 기반 제작지원 주요 성과

		
<p><b>배드 걸프렌드</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 유튜브 채널 콕TV, 네이버TV, 페이스북, 브이라이브 공개(22.7)</li> <li>· 조회수 총합 608만 회 이상 기록</li> <li>· 해외 OTT 플랫폼 아베마(ABEMA)와 라쿠텐 비키 서비스</li> </ul>	<p><b>강변가요제 뉴챌린지(공연)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· MBC 방영(2022.10 3.)</li> <li>· 원주시 야외공연 성료(4,600석 &lt;티켓링크 오픈 2시간만에 전석 매진('22.8.9 오전 10시)&gt;</li> <li>· 일반인에게도 신기술 무대활용 (방송 신기술 대중화)</li> </ul>	<p><b>컬러로 보는 우리의 얼굴(다큐멘터리)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· KBS 방영(2022.8월, 4.11.15) 총3회</li> <li>· 최고 시청률 4.9%</li> <li>· 첨단기술(최신 ICT기술)을 활용하여 역사적 영상을 복원</li> </ul>

- (OTT 특화콘텐츠 제작지원) 국산 OTT 플랫폼 경쟁력 강화, 중소제작사의 IP 권리 확보를 통한 동반성장을 위해 국산 OTT로 서비스되는 방송영상콘텐츠 제작지원 추진(14편, 총 116억 원)

■ OTT 특화콘텐츠 제작지원 주요 성과

		
<p><b>(드라마) 위기의 X</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Wavve 서비스(2022.9.~ )</li> <li>· 신규 유료가입자 견인콘텐츠 1위</li> </ul>	<p><b>(드라마) 춘정지란</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 왓차 서비스(2022.6. ~ )</li> <li>· 왓차 일본 시청률 1위 등</li> </ul>	<p><b>(예능) 사내연애</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 신규 예능 포맷</li> <li>· 쿠팡플레이 서비스(2022.11)</li> </ul>

- (방송포맷 제작지원) 경쟁력 있는 방송포맷 신규 발굴 및 제작 지원을 통해 K-포맷산업 육성 적극 지원(총 7편, 17.7억 원)

■ 방송포맷 제작지원 주요 성과

<b>주식회사 디텐</b>	<b>스튜디오델타</b>	<b>재믹스스튜디오</b>
· KBS 2TV 방영(2022.9.11~12)	· MBC M 방영(2022.9.6)	· 디스커버리 채널코리아 방영(2022.10)

<방송영상콘텐츠 인프라 구축 지원>

- 산업 전망 및 수요에 비해 접근이 어려운 UHD 제작시설을 개방, 개인 및 영세한 중소제작사에게 공동창작공간으로 제공함으로써 지속적 창·제작 활동 지원
  - \* DMS 방송제작센터(서울 상암) 후반제작시설 무료 개방
- 노후화된 제작지원 인프라 개선 및 안전한 방송 제작 환경 조성을 위한 DMS 방송제작센터 방송장비(Camera Pedestal, Jimmy Jib, Tripod, 미디어서버) 구매, 설치 추진
- DMS 방송제작센터(상암), 스튜디오큐브(대전) 등 첨단 방송영상 제작 인프라 지원을 통해 <올빼미>, <환혼>, <스물다섯 스물하나> 등 K-콘텐츠 제작지원 및 신한류 확산 견인
  - 특수효과 촬영이 가능한 기존 중·대형 스튜디오 외에 수상해양에 특화된 다목적 촬영장 구축(현재 공정율 64%)을 통해 방송영상콘텐츠 산업의 다양한 수요를 반영하고 우수 K-콘텐츠 제작기반 확충

■ 방송 제작지원 시설 주요 촬영 작품

<b>올빼미(㈜씨제스엔터테인먼트)</b>	<b>환혼(하이퀄리티)</b>	<b>스물다섯 스물하나(화앤담픽처스)</b>
- 2022. 11. 23. 개봉 - 297만 관객(12.21 기준)	- tvN 방영('22.6.18~8.28) * 최고 시청률 9.3% * 넷플릭스 최고 순위 5위 (비영어 순위 3위)	- tvN 방영('22.2.12~4.3) * 최고 시청률 11.5% * 넷플릭스 최고 순위 5위 (비영어 순위 2위)



## <방송영상콘텐츠 해외진출 지원>

○ (국내·외 주요 방송마켓 참가 지원) 수출 236.2백만불 달성

- (해외) 주요 국제방송영상마켓 온·오프라인 참가 및 비즈매칭 지원을 통한 국내 방송영상콘텐츠 수출 활성화(161.3백만불)

\* 홍콩 FILMART(3월, 27개사), 프랑스 칸 MIPTV(4월, 14개사), 프랑스 칸 MIPOCM(10월, 17개사), 일본 도쿄 TIFFCOM(10월, 22개사), UAE 두바이 DICM(11월, 5개사), 싱가포르 ATF(12월, 22개사) 참가 지원

- (해외 신규) 코로나19 위기 타개와 신시장 창출을 위한 중동 오프라인 마켓(DICM) 참가를 통해 한국 방송콘텐츠의 수출 권역 다변화 지원

\* 중동 마켓 참가 비즈매칭 5개사 참가지원 수출계약 47만불, 신흥시장 바이어와 네트워크 형성

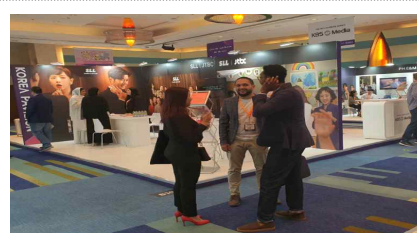
### ■ 주요 국제방송영상마켓 참가 지원



프랑스마켓(MIPCOM) 한국공동관



싱가폴마켓(ATF) 한국공동관



두바이마켓(DICM) 한국공동관



프랑스마켓(MIPCOM) 연계  
<이상한 변호사 우영우> 시사회



싱가폴마켓(ATF) 연계  
한국 포맷 쇼케이스



프랑스마켓(MIPCOM)연계  
한국공동관 바이어네트워킹 행사

- (국내) 국제방송영상마켓(BCM/8.8~10, BCWW/8.31~9.2) 대면행사 재개를 통해 국내 우수 방송콘텐츠 수출 거래 촉진, 국제컨퍼런스 개최 등 방송콘텐츠 사업자 간 정보 교류 지원

\* BCWW 35개국 187개사 참가 수출계약 73.8백만불 / BCM 28개국 137개사 참가 수출계약 1.1백만불

- (지원 다변화) 글로벌 OTT의 국내 방송콘텐츠에 대한 투자 확대 등 산업 환경 변화에 대응, 기획개발작 IP 원작 포맷에 대한 수출 지원 강화

\* 국제방송포맷 해외 쇼케이스 3회 68만불

\* BCWW연계 웹툰, 소설 등 영상화 목적 IP 피칭 및 상담회 개최, 드라마화 판권 계약 2건 체결

- (해외홍보) 코로나19 완화 시기 대면 수출로의 전환에 대응하여 해외 유력미디어를 통한 K-방송콘텐츠 홍보, 해외바이어에 대한 정보제공 강화

- \* 미주 등 7개 권역 8개 매체에 온라인 기획기사, 배너광고 등 마켓 참가작품 홍보
- \* 한국방송영상콘텐츠 트렌드레포트 발간(총 2호) 및 해외바이어에 배포

■ 방송영상콘텐츠 수출 확대를 위한 국내 지원 주요 내용



국제방송영상마켓(BCWW) 개최



부산콘텐츠마켓(BCM) 개최



서울드라마어워즈(SDA) 개최



한국방송콘텐츠 수출협의회 운영



한국 IP 국제 피칭행사 진행



콘텐츠 유통상담회(비공개 매칭) 운영

○ (국제드라마시상식) '서울드라마어워즈' 시상식을 통해 세계와 소통하는 문화콘텐츠 교류의 장 조성 및 국제적 방송산업 네트워크 구축 지원

- \* 서울드라마어워즈 개최('22.9.17~22 / 총 39개국 225작품 출품 / 전 세계 720만 명 한류팬 아시아스타상 등 직접 투표)

○ (중소제작사 유통지원) 글로벌 OTT 국내 진출 및 한국콘텐츠에 대한 세계적 관심 증대에 대응, 글로벌 OTT-중소제작사 간 유통상담회 개최

- \* 국내외 플랫폼 11개사(티빙, 왓챠, 웨이브 등), 중소제작사 15개사 참여
- \* 방송콘텐츠 IP 유통 상담회를 통한 비즈매칭 총 89건 달성

○ (재제작 지원) 우수 방송영상콘텐츠의 수출기회 확대 및 수출지역 현지 방영을 위해 현지어 번역·더빙 및 현지 방송규격 재제작 지원

- \* 드라마, 다큐멘터리, 예능, 애니메이션 등 총 50개 작품 재제작 지원
- \* 방송영상콘텐츠 수출용 재제작 지원작 1.1백만불 수출(잠정)

○ (해외배급 지원) 수출시장 저변 확대를 위해 잠재시장(CIS, 아프리카, 중동, 중남미 등) 현지 방송사 배급수요를 바탕으로 해외배급지원

- \* 신규 5개 작품 5건 재제작, 중동, 아프리카, 중남미 등 13개국 15개 방송사 배급 협력체결



- (국제공동제작) 제작사·방송사 간 방송프로그램 국제공동제작 및 해외방송인과의 정보공유 등 국제방송문화교류 추진
  - \* 국제공동제작 5개 작품 지원(다큐멘터리 3개, 비다큐멘터리 2개)
  - \* 해외방송인 한국 초청을 통한 교류 추진('22년 11월 태국 방송인 초청)

**<방송영상콘텐츠 인력양성 지원>**

- (K-글로벌 방송영상콘텐츠 교육과정) 현장 실무형 방송인력 양성 시스템 구축으로 업계 수요 충족 및 우수 예비 인력의 산업 분야 유입 환경 조성
  - 현장 전문가 특강 및 제작·유통사 현장 실습
    - \* <가우스전자>, <낭만닥터 김사부3>, <별들에게 물어봐>, <킹더랜드>, <꽃선비열애사>, <오늘도 사랑스럽개> 등 25개 제작사, 56명 현장실습 진행
    - \* 기획·제작, 마케팅, OTT특화 정규과정 67명 수료
  - OTT·콘텐츠 특화과정('22년 신설)을 통해 이론 교육 및 도제식 집중 멘토링, 기획자 간 협업 지원, 우수 프로젝트 기획 및 제작 지원\*
    - \* OTT 특화 드라마 1편(15분×4부작) 제작
  - 방송현업인 역량 강화를 위한 전문가 특강 진행(총 18회)

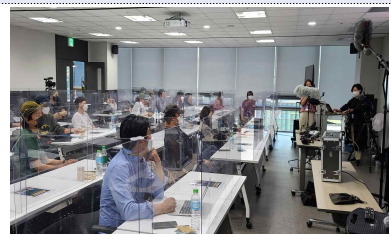
**■ K-글로벌 방송영상콘텐츠 교육과정 주요 내용**



전문가 이론 강의(100강좌)



제작 현장실습(9.1.~11.30.)



제작자 역량 강화 특강

- (OTT·콘텐츠 특성화 대학원) 글로벌 OTT 환경을 선도하여 콘텐츠 기획, 창·제작, 유통 등 전 과정을 아우르는 융합형 심화 전문 인재 양성
  - OTT 쇼러너 양성을 위한 IP 비즈니스 기획 및 제작 실습, 산학 공동 듀얼 교수제 및 프로젝트 기반형 교육 수행
  - 영화/영상, 실감미디어, 애니메이션 등 다양한 전공의 산업친화형 커리큘럼을 통한 현장 대응형 인재 양성

**■ OTT·콘텐츠 특성화 대학원 주요 내용**



OTT 해외 석학 콜로키움  
온라인 개최  
(10.28./12.6.)



OTT 산업 전문가 특강  
(킹덤, 수리남 제작사, 넷플릭스, 티빙 콘텐츠 담당자 등)



우수 인재 발굴·양성  
(OTT 오리지널 '약한영웅' 공동연출 박단희 학생)

## <방송영상콘텐츠 공정거래·안전 환경 조성>

- (표준계약) 방송 분야 서면계약·표준계약서 사용 경험률 증가\*, 제작 지원 사업 표준계약서 점검 및 컨설팅 실시\*\*(75개 작품), 공공재원 지원 13개 방송사 계약서 점검(76건)

\* (서면계약) '19년 54.7% → '21년 67.7% / (표준계약서) '19년 38.6% → '21년 50%

\*\* 사전 표준계약서 작성 방법 등 안내, 사용 점검 시 미흡한 점 보완 권고 등

·방송 제작지원 사업 표준계약서 점검('22년 75개 작품)

### ·표준계약서 점검 및 컨설팅

- 공공재원 투입 방송사 13개\* 표준계약서 점검 및 컨설팅

\* KTV, 국악방송, 아리랑TV, 국방TV, 국회방송, 소상공인방송, 방송대학TV, TBN교통방송, 공영홈쇼핑, YTN사이언스 채널, 광주영어방송, 부산영어방송 등 13개사

- (실태조사) 방송제작 현장의 공정한 거래환경 조성을 위하여 「방송 영상독립제작사 실태조사」, 「외주제작 거래 실태조사」 실시

### <방송영상독립제작사 실태조사>

- (조사대상) 최근 3년간 방송영상 또는 OTT콘텐츠를 제작·납품 실적이 있는 제작사 732개  
- (조사내용) 독립제작사 사업체 기초 정보, 매출액·수출액 현황, 종사자 현황, 시설·장비 현황, 제작 현황 등

### <외주제작 거래 실태조사>

- (조사대상) 방송영상독립제작사 모집단 중 '21년 방송프로그램을 제작·납품한 실적이 있는 제작사  
- (조사내용) 방송프로그램 외주제작 계약유형 및 계약사항, 표준계약서 활용여부 등

- (교육 및 홍보) 방송 분야 찾아가는 노무 상담·교육 및 성평등 교육\* 실시, 주 52시간제 리플렛 및 노무 카드뉴스 배포 등으로 방송영상 제작 현장 관계자 인식 개선

\* 방송 관련 기업 대상 노무컨설팅 60회, 성평등 교육 2,149명 실시

- (안전환경 조성) 안전한 제작환경 조성을 위해 응급구조차량 출동 및 구급가방, 소독방역 및 방역물품(마스크, 자가진단키트 등) 등 지원

\* 구급가방 400세트, 소독방역 96회, 응급구조차량 파견 174회, 방역마스크 96,000매 및 진단키트 20,800개 배포

## <방송분야 코로나19 긴급지원>

- (일자리 창출 및 산업 활성화 지원) 코로나19 장기화로 방송 영상콘텐츠 분야 종사자의 고용위기 방지를 위해 총 1,079명 긴급 일자리 지원(목표 인원 1,000명 대비 107.9% 초과 달성)

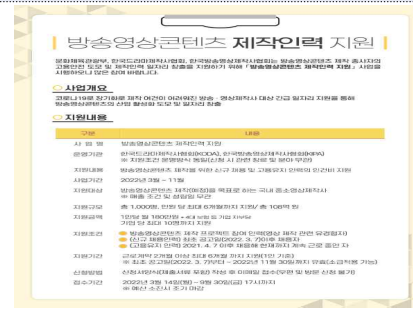
\* 1명당 월 180만원, 최대 6개월 지원



## ■ 방송분야 코로나19 긴급지원 홍보 내용



카드뉴스



누리집 배너

### <광고산업 활성화>

- (인력양성) 광고산업 우수 인재 발굴 및 양성을 위한 교육·공모전 실시
  - (1인 광고창작자) 온라인 광고시장 확대 추세에 대응하여 1인 창의인재 양성을 통한 창업 활성화 기반 마련
    - 인력양성 과정 운영과 함께 부산·대전 등 지역인재반 및 장르를 특화한 중급반 신설·운영('22년)
    - 1인 광고콘텐츠 창작자와 중소광고주(안드레의바다, 엘토브, 밀알복지재단) 간 비즈매칭 추진 및 수수료생 대상 광고제작 공모전 개최

## ■ 1인 광고창작자 육성 주요 내용



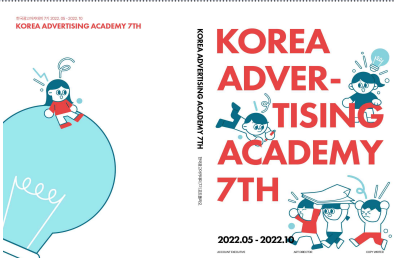
중급반 스튜디오 촬영 강의 현장



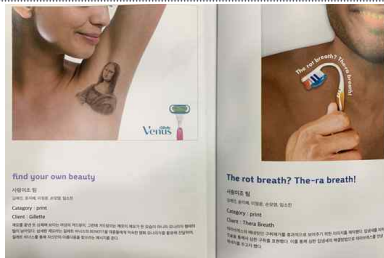
광고주 비즈매칭 결과 활용(밀알복지재단 유튜브)

- (글로벌 광고인재) 광고 현업 기반 전문교육, 국제광고제 출품 실습 등을 통해 실무능력과 국제적 감각을 갖춘 우수 광고인재 육성
  - ※ 클리오어워즈(27개), 앤디어워즈(26개작) 등 국제광고제 출품, 교육생과 광고회사 취업연계(18명)
  - '22년 중 클리오어워즈(1건), 경기도 광고홍보제(3건), 제39회 DCA(대흥기획)(1건) 공모전 수상

## ■ 글로벌 광고인재 육성 주요 내용



포트폴리오북(표지, 교육생 디자인 참여)



포트폴리오북(국제광고제출품작품 수록)

- (광고창작경연) 대학 광고·홍보 관련 학과 수업과 경연대회를 연계하고, 전문가 특강 등 산학연계를 통해 실무형 우수 광고인재 발굴
  - 수업 연계 : 74개 대학, 4,162명의 학생 참여
  - 전문가 특강 : 10개 대학, 484명의 학생 참여
  - 출품 규모 : 133개 대학, 총 831편 접수, 3,242명 학생 참여

### ■ 광고창작경연 주요 내용



2022 광고창작경연 주제



수업연계 현장



경연대회

- (부산국제광고제) 광고제를 온·오프라인 동시 개최(8.25.~8.27.)하여 국제광고계 경향을 공유하고, 광고경진대회·아카데미, 비즈마켓 운영 등을 통해 광고콘텐츠 창작 활성화와 광고산업 발전에 기여
  - 출품규모 : 73개국 19,125편, 총 704편 수상작 선정
  - 참관객 : 오프라인 19개국 2,012명 / 온라인 181개국 1,996,683명(22.9월)

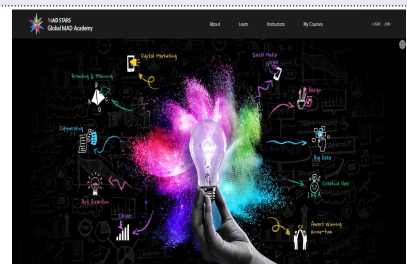
### ■ 부산국제광고제 주요 내용



2022 부산국제광고제



2022 부산국제광고제 개막식



글로벌 아카데미

- (광고거래 활성화) 광고산업 현황에 대한 통계 및 실태조사를 실시하여 광고 관련 정책 수립을 위한 기초자료 마련
  - (광고산업조사) 광고산업 시장 규모, 고용 규모 등 산업 현황 파악
  - (광고산업실태조사) 광고산업 내에서의 거래현황 및 불공정행위, 광고업계 종사자들의 노동시간·보수 등 노동환경 실태조사

□ 미흡 원인분석 결과

- 성과지표는 모두 초과 달성하였으나, 급격한 미디어환경 변화에 대응하는 방송영상콘텐츠산업 육성 지원 정책 및 제도 필요

□ 개선보완 필요사항

- 미디어환경 변화에 부합하는 신유형 플랫폼(OTT 등) 방송콘텐츠 제작지원 및 맞춤형 인력양성 확대
- 국내 제작사 IP 확보 지원 등 국내 제작사의 장기적인 성장기반 마련을 위한 제도적 개선안 마련

## (2) 평가지표별 평가결과 (1페이지)

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및	
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 코로나19 완화에 발맞추어 방송 수출 및 국제교류를 적극적으로 추진, 특히 중동 등 신흥시장 진출 지원, OTT플랫폼과 중소 제작사 유통상담회 개최 등 새로운 수출 모델 및 지역 발굴에 노력</li> <li>○ 방송영상콘텐츠 제작지원 사업, 광고산업 활성화 사업은 당초 계획에 따라 적기에 사업 추진</li> </ul>	
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	28점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 코로나19의 일상회복과 '오징어 게임', '이상한 변호사 우영우' 등 한국 방송콘텐츠의 세계적인 인기에 힘입어 다양하고 적극적인 수출 지원사업을 진행한 결과, '22년도 목표치 248%(수출 237.3백만불)의 초과 성과 달성</li> <li>○ '22년 방송영상콘텐츠 제작지원 사업은 다큐멘터리, 드라마, 예능 등 장르별·플랫폼별 (OTT/웹 등) 우수 방송영상콘텐츠 160건에 대한 제작지원을 실시하여 '22년 목표치 116건 대비 137.9% 달성</li> <li>○ 1인 광고콘텐츠 창작자 양성과정 수수료율은 83.3%로 목표치인 83% 대비 초과 달성</li> </ul>	
	2-2. 정책 효과성(30점) ①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점) ②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점) ③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)	총점	28점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 글로벌 OTT의 국내진출 및 방송콘텐츠 제작 투자확대 등에 대응하여 신규 추진한 OTT플랫폼-제작사 간 IP 유통상담회는 제작사와 플랫폼사에 투자 기회 발굴 네트워크 구축 등을 지원하며 정책수혜자로부터 차년도 확대 요청을 받는 등 업계에 투자유치 및 거래처 확대 기회 제공</li> <li>○ K-드라마 등 한국 방송콘텐츠의 전세계적 관심 증대 등에 대응하여, 수출 권역 다변화, 신규시장 발굴을 위해 신규 추진한 중동 마켓 개최 사업은 업계의 거래처 확대 등의 효과를 내며 K-콘텐츠 수출확대에 기여</li> <li>○ 다양한 주제 발굴 및 기획개발 연계 확대로 K-방송영상콘텐츠 제작 및 상용화 지원을 통해 방송 신한류 열풍 견인 <ul style="list-style-type: none"> <li>* 연속물·단막극·예능 등 장르별 우수 방송프로그램 제작 지원, 뉴미디어/실감형 콘텐츠 제작지원 강화, 취약장르인 다큐멘터리 부문 지원 강화(시리즈물 신규 지원) 등</li> </ul> </li> <li>○ K-콘텐츠 수요 증대에 부응하여 기획개발 지원 신설을 통해 우수 기획안 발굴 및 산업의 창작역량 강화 <ul style="list-style-type: none"> <li>* 기획개발 공모전 시범 실시(65편)</li> </ul> </li> <li>○ OTT 영향력 확대에 적극 대응해 OTT 특화</li> </ul>
		①	18점	
②	5점			
		③	5점	

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및
			<p>제작지원 대폭 확대 등 지속가능한 방송 한류 기반 확충</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* OTT 특화콘텐츠 제작지원 '21년 15억원→'22년 116억원으로 확대 등</li> <li>○ 1인 광고창작자 양성 교육과정 운영을 통해 온라인 광고시장 확대 추세에 대응하여 1인 창의인재 양성을 통한 창업 활성화 기반 마련</li> </ul> <p>&lt;성과지표 외&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 코로나19 장기화에 적극 대응하여, 방송 영상분야 종사자의 일자리 창출 및 지속적인 방송영상콘텐츠 창·제작 활동 지원</li> <li>○ 코로나19 위기 상황에서 방송 제작현장의 방역 관리 강화 및 안전한 근로환경 조성</li> <li>○ 방송영상제작시설 확충 및 고도화, 활용성 증대를 통해 지속적인 우수 방송영상콘텐츠 제작 활성화 지원</li> </ul>
정책한류 (20)	3-1. 평가결과 한류 노력도(10점)	9점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 관련 업계·학계 의견수렴을 위해 방송영상 분야 각종 포럼 및 세미나를 개최, 정책 수립에 반영</li> <li>* 방송영상 리더스포럼 개최(8회), 콘텐츠산업포럼 연계 방송포럼 개최(1회), 방송영상콘텐츠 현안세미나 개최(2회), 한국방송학회 정기학술대회 연계 세미나 개최(1회)</li> <li>○ 특히, 국내 OTT 해외진출, 중동 및 인도 신흥 시장 진출 지원, OTT플랫폼과 중소제작사 유통 상담회 개최 등 새로운 수출 모델 및 지역 발굴에 적극 노력</li> </ul>
	3-2. 한류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 분기별 방송콘텐츠 수출협의회를 개최(4회) 하여 방송사, 제작사, 유통배급사 등 수출동향을 파악하고, 수출지원사업 등에 대한 업계 의견 수렴</li> <li>- 이를 통해 온라인 미디어 홍보, 신시장 마켓 개최, OTT-제작사 유통상담회 등 신규사업을 발굴하고, 재제작 지원 범위 확대 등 기존사업 개선 등을 추진</li> <li>○ 중대재해처벌법 시행에 따라 방송제작현장 맞춤 안전교육 실시(5월)</li> <li>○ 지역광고인재 참여 확대를 위해 1인 광고 콘텐츠 창작자 양성 과정의 지역인재반 신설(7월-10월), 광고창작경연 심사에서 지역예선(11월) 신설</li> <li>○ OTT 특화콘텐츠 제작지원 등 방송영상콘텐츠 제작지원 사업의 효과적 추진 및 신규 사업 발굴 등을 위한 다양한 업계 의견수렴</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 세계시장에서 K-콘텐츠의 약진, OTT 플랫폼의 지속 성장세, 메타버스 대두 등 급변하는 문화콘텐츠산업 환경\*에서 국가 지식문화의 근간이자 원천 콘텐츠인 출판산업은 성장세를 보임

\* 콘텐츠산업 주요분야별 매출 추이(출처: 문체부, '20년 기준 콘텐츠산업조사, 2022)

구분	2018년	2019년	2020년	전년대비 증감률
출판	20조 9,537억원	21조 3,411억원	21조 6,488억원	1.4%
게임	14조 2,902억원	15조 5,750억원	18조 8,854억원	21.3%
음악	6조 979억원	6조 8,118억원	6조 647억원	△11.0%
영화	5조 8,898억원	6조 4,323억원	2조 9,870억원	△53.6%
만화	1조 1,786억원	1조 3,372억원	1조 5,344억원	14.7%

- 코로나19 완화, 경쟁콘텐츠의 급성장 등 변화하는 환경에 대응하여 출판콘텐츠의 경쟁력을 향상하기 위한 다방면의 노력 추진
  - 팬데믹 완화 및 정상 회복에 따라 해외도서전에 참여, 현지 대면 행사를 개최하여 해외시장 개척 및 수출 확대에 기여하였으며 국제도서전 등 사업 온·오프라인\* 양방향 탄력 운영

\* 찾아가는 도서전 4회 개최 : 온라인 1회(인도네시아), 오프라인 3회(도쿄, 베트남, 북미), 킬러콘텐츠 전시관 2회(예테보리, 상하이 국제아동도서전) 운영

- 미래 성장 동력으로 주목받는 전자책\*·듣는 책 등 다양한 유형의 출판콘텐츠 제작을 지원하고, 산업 현장에서 요구하는 전자책 플랫폼 솔루션 및 코어기술 개발, AI, VR·AR 등 신기술을 출판 콘텐츠에 접목하는 콘텐츠 제작 사업화 지원

\* 전자책 시장 매출액 추이(출처: 문체부, '20년 기준 콘텐츠산업조사, 2022)

구분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
전자책 시장**	3,444억원	3,820억원	4,370억원	5,077억원	5,792억원	6,427억원	7,367억원	8,909억원
증감율(%)	9.7%	10.9%	14.4%	16.2%	14.1%	10.9%	14.6%	20.9%
출판산업 내 매출 점유율	1.7%	1.9%	2.1%	2.4%	2.8%	3.0%	3.5%	4.1%

\*\* 인터넷/모바일 전자출판제작업 및 서비스업 포함

- 출판유통통합전산망을 정식 개통 이후('21.9.29) 사용자 만족도 조사



및 개선의견 수집으로 고도화 개발 용역('22.7.~'22.12.)을 추진, 사용자 편의성 증대와 데이터 생성의 기반을 마련하여 사용자 참여 증대에 기여하며 지속가능한 출판산업 생태계 조성 노력

## □ 주요성과

### < 다양한 분야의 우수 출판콘텐츠 확충 >

#### ○ 신산업 분야 선도적 지원

- (전자책·듣는 책 제작 및 소비 활성화) 양질의 디지털 출판 콘텐츠(전자책·듣는 책) 제작 지원을 통해 출판시장 활성화 기여 및 소외계층(독서장애인)을 위한 콘텐츠 제작 지원

\* 전자책 총 2,840종 제작 지원 : 텍스트형 2,799종, 멀티미디어형 17종, 장애인 접근성 강화형 24종

\*\* 듣는 책 총 447종 제작 지원(전년대비 31종 증) : 일반 440종, 우수 7종

- (디지털 출판콘텐츠 지원) 디지털북센터 운영 및 체험공간 조성으로 디지털 출판콘텐츠 관련 인프라를 제공하고 책 체험 확대

\* 디지털북센터 시설(녹음편집실 5개, 일반강의실 2개, 온라인강의실 1개, 회의실) 운영 / '22년 이용자 1,932명(녹음편집실 537명, 교육수료생 735명, 온라인 강의실 36명, 회의실 624명)

\* 디지털북센터 20개소(서울3, 경기2, 인천1, 강원1, 충북2, 대전1, 대구2, 경북1, 경남3, 부산2, 전남1, 제주1) 운영

- (출판산업 특화 기술 개발 지원) 출판산업 현장에서 요구하는 ERP 및 코어기술·콘텐츠 제작 플랫폼 등 우수 기술 개발 지원

\* 출판용 콘텐츠 스토리 어시스턴트 웹서비스 스토리피아 개발, 클론 오디오 북 솔루션 개발, 출판사 특화 ERP 개발 등 13개 과제 지원

- (출판 IP 다중활용 지원) 출판 원천콘텐츠 지식재산권(IP)을 활용하여 웹드라마, 게임 등 다양한 매체로 확장하는 사업화 지원

\* 출판 IP 활용 웹드라마<더 납작 었드릴게요>, 전시<어린이날 100회 기념 전통 어린이 복식화 기획 전시>, 게임<양이와 구름왕국 with GAME>

○ 우수 출판콘텐츠의 제작-유통-소비 선순환 지원

- (우수출판콘텐츠 제작 지원) 양질의 미발간 출판콘텐츠를 발굴·제작 지원\*하고, 1인·지역·청년 대상자에 대한 별도 쿼터\*\* 반영하여 다양성 및 공정성 확보

\* 공모 결과 2,244개 콘텐츠 접수, 99편 선정(22.7:1), 편당 편당 9백만원 지원

\*\* 1인 또는 지역출판사, 청년(저자 및 기업대표) 대상자 응모작 선정 : 총 31편

- (세종도서 선정·보급) 10개 분야별 양서(교양 550종, 학술 400종)를 선정하고 전국 공공도서관·작은도서관 및 복지시설 등에 보급(3,100곳, 431,184부)하여 양서 개발 의욕 촉진 및 국민 독서문화 확대·향상 도모

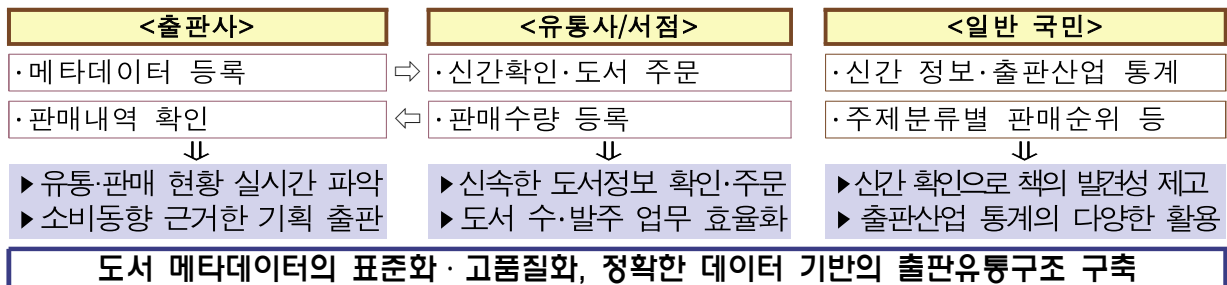
- (청소년 도서교환권(북토크) 지원) 교육복지우선지원사업 대상 청소년(초~중) 독서활동 지원, 전년대비 수혜자 수 확대

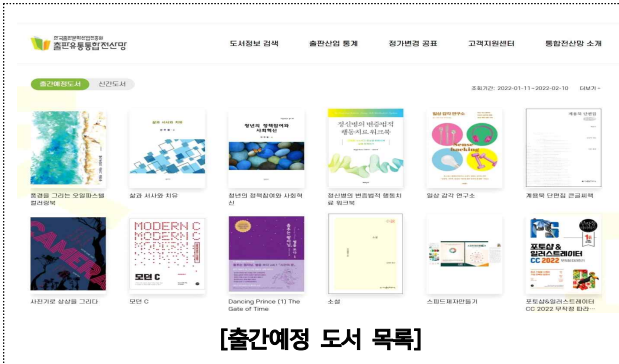
\* ('21년) 10만명 → ('22년) 25.9만명

< 출판 유통구조 개선 및 지역서점 경쟁력 강화 >

○ 출판유통 투명성 및 효율성 증대를 위한 전산망 운영

- (전산망 운영) 출판유통 선진화를 조성하기 위해 간행물의 생산·유통·판매정보를 종합적으로 수집·관리할 수 있는 정보화 시스템인 출판유통통합전산망을 정식 개통('21.9.29.)하여 운영





[출간예정 도서 목록]



[메타데이터 등록]



[출판산업 통계]

<전산망 누리집>



[메타데이터 상세보기]

<관리자 메뉴(출판사)>

- \* (가입·연계 현황) 2,893개 출판사 / 359개 서점 / 16개 도서관 / 21개 출판유통관련업체(12.25.기준)
- \* (등록 메타데이터) 238,735종(12.25.기준)

출 판 사	서 점	도 서 관	출 판 유통 관 련 업 체
2,893개	359개*	16개	21개

\*지역서점 및 대형서점(교보문고, 예스이십사, 알라딘커뮤니케이션, 영풍문고) 오프라인 지점 포함

- (민관협력체계 마련) 출판유통통합전산망 관련 의사 결정 및 의견수렴을 위한 운영위원회\* 운영('21.12월~)

\* 운영위원회 제2차~제13차 정기회의 총 12회 개최('22.1.26., 2.22., 3.23., 4.29., 5.25., 6.24., 7.20., 8.24., 9.30., 10.26., 11.30., 12.28.)

○ 지역 독서문화 거점으로서 지역서점 경쟁력 강화

- (지역서점 정보화) 판매정보관리시스템(POS) 보급 및 통합 플랫폼(서점ON)\* 운영을 통해 지역서점의 정보화 기반 마련

\* 지역서점 판매·재고데이터 연계(200곳) / 서점ON 예약드림 서비스 개시(22.9월)

- (문화활동 거점기능 강화) 지역서점별 특색있는 문화활동을 지원 ('22년 75개소, 문화행사 총 900회 개최, 17,718여명 참여)하고, 심야책방(상·

하반기 각 70개소) 등 문화행사를 통해 지역의 거점 문화공간으로서의 역할 강화

## < 세계로 뻗어가는 출판 한류 확산 >

### ○ 국내외 출판콘텐츠 교류 지원 및 해외시장 확대

- (해외시장 진출 지원) 팬데믹 종식 및 정상 회복에 따라 온라인 수출 상담과 현지 오프라인 행사 개최를 병행, 글로벌 출판 교류 회복 및 케이북 해외 진출 확대 도모

\* 예테보리국제도서전 킬러콘텐츠 전시(9.19~9.27, 85종 전시), 상하이국제아동도서전 킬러콘텐츠 전시(12.2~12.4, 90종 전시) K-북 저작권 마켓(11.29.~11.30./서울), 찾아가는 도서전(인도네시아, 일본, 베트남, 북미 등 4회) 추진

### '22년 출판 수출상담 실적

#### ■ 2022 찾아가는 도서전

구분	참가사		위탁도서	상담건수	상담액(US\$)	계약가능액(US\$)
	국내	해외				
인도네시아(온라인)	20	19	97	94	1,729,900	1,001,900
일본 도쿄	20	37	276	204	8,477,500	4,851,400
베트남 하노이	19	24	106	170	1,165,100	640,400
북미	6	14	140	28	1,608,500	988,500
<b>합계</b>	<b>65</b>	<b>94</b>	<b>619</b>	<b>496</b>	<b>12,981,000</b>	<b>7,482,200</b>

#### ■ 2022 K-북 저작권 마켓

일시	참가사		상담건수	상담액(US\$)	계약가능액(US\$)
	국내	해외			
11.29.~30.	41	53*	483	10,154,450	7,126,500

\* 해외 13개국 53개 사(온라인 13 / 오프라인 40) : 중국(13, 온라인), 일본(11), 대만(9), 말레이시아(3), 태국(3), 인도네시아(3), 베트남(2), 싱가포르(2), 캐나다(2), 프랑스(2), 노르웨이(1), 이탈리아(1), 필리핀(1)

#### ■ 2022 해외도서전 킬러콘텐츠 전시

구분	해외 바이어		상담건수	계약가능액(US\$)
	국가 수	바이어 수		
예테보리국제도서전	7	15	15	13,800
상하이국제아동도서전	3	31	88	231,400
<b>합계</b>	<b>10</b>	<b>46</b>	<b>103</b>	<b>245,200</b>

#### ■ 2022 보고타국제도서전 주빈국: 상담 65건(해외바이어24개사), 계약가능액 US\$58,000

- (보고타국제도서전 주빈국 참가) 그림책·문학·비문학 도서 전시 및 작가(은희경 등 16명) 행사 개최, 세미나, 북토크 외 다양한 한국문화 체험행사 병행 개최(4.19.~5.2./주제: 공존)

\* 한국-콜롬비아 수교 60주년 계기, 주빈국 참가를 통한 출판교류 및 협력 증진

- (서울국제도서전 개최) 서울국제도서전 오프라인 마켓 및 강연·세미나, 저작권센터 운영(6.1.~6.5.)/주제: 반걸음(One Small Step)
  - \* 참가사(195개), 프로그램(306회), 강연 및 세미나 라이브 스트리밍(16회) 등
- (K-북 현지독자 맞춤 행사) 재외문화원을 K-북 확산의 아웃바운드 거점으로 활용, 현지독자 대상의 맞춤형 홍보행사 개최로 출판한류 기반 마련(9개국)
  - \* 작가와의 만남 및 강연 등 행사, 한국 그림책 낭송축제 및 번역대회, K-북 특별전, 현지서점 K-북 전시 등 9개국에서 현지 맞춤형 독자행사 개최 전시 등
  - \* 호주, 이집트, 인도네시아, 베트남, 영국, 폴란드, 프랑스, 멕시코, 아르헨티나
- (해외신규시장 개척) 수교기념, '상호교류의 해' 계기 및 해외시장별 주력·도약·신흥시장으로 구분하여 신규시장 개척과 수출 활성화 도모

주력시장	도약시장	신흥시장
중국, 동남아 등	일본	북미, 중남미, 유럽
활발한 저작권 거래 시장	유망 시장으로, 새로운 수출 국면 진입 희망	신규 시장으로, 성장 잠재력 보유



<K-북 저작권 마켓>



<찾아가는 도서전>



<보고타국제도서전 주빈국>



<킬러콘텐츠 전시(에테보리도서전)>

○ 종합적 수출 지원체계 구축

- (수출 플랫폼 고도화) 출판수출 통합플랫폼('K-Book') 기능 개선\* 및



영문 웹진(K-Book Trends) 발간(12회) 등을 통한 플랫폼 기능 강화

\* 국내 도서정보 제공(서지정보, 국내 출판시장 정보 등), 출판콘텐츠의 해외 마케팅 및 출판관계자 간 소통 지원

- (수출 전문인력 양성) 해외 출판시장 조사를 위한 수출 코디네이터 확대 운영\* 수출 전문인력 양성\*\* 등으로 종합적인 해외수출 지원체계 구축

\* 미국, 중국, 일본, 베트남, 인도네시아, 태국, 대만, 러시아, 독일, 프랑스, 스웨덴, 스페인, 멕시코(총 13개국) 현지 네트워크 구축 및 K-Book 인지도 확대

\*\* 맞춤형 출판 수출전문인력 양성 과정(예비자과정 연 1회, 기본·심화과정 연 2회씩 총 5회 운영 / 98명 수료) 운영 및 출판 수출관련 일자리·고용 창출(25명 지원)

## < 책 읽는 사회 환경 조성 >

### ○ 일상 속 독서문화 활성화

- (청년 책의 해 추진) <2030 청년 책의 해>\* 추진 및 책방송 제작 지원('책, 꿈이 되다', '내가 책을 읽는 이유' KBS 다큐온 2부작)

\* <작가와 함께하는 행복학교>(8개 서점, 소설/시 창작), <도서관 청년 독서살롱>(10개 공공도서관), <청년이 만들어가는 독서 문화프로젝트>(조현병, 뇌전증 환우 모임 등 10단체 지원), <청년 책에서 길을 묻다>(30여개 서점 선정해 청년 독서 모임 운영 지원) 등



상징(엠블럼)



홍보 포스터



홍보 부스 운영



발대식



결과 공유회



청년이 만들어가는 독서문화 프로젝트

- (생애주기별 독서활동 지원) 영유아부터 성인에 이르는 생애 주기별\* 독서프로그램을 지원하고, 군·교정시설\*\* 등 독서문화



## 취약시기 독서활동 장려

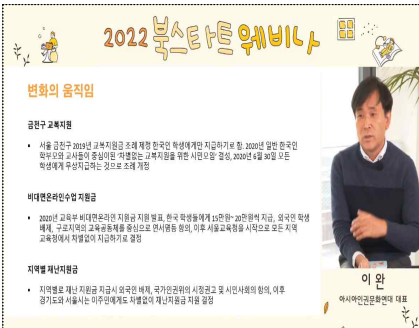
- \* 북스타트 영유아·초등 책꾸러미 약 13만 개 배포, 청소년 독서문화캠프 31회, 청소년 독서토론 한마당 160개교, 독서아카데미 100개곳, 독서경영 우수직장 인증 154곳, 독서동아리 활동 400개 지원
- \*\* 병영독서 독서코칭 420개 부대(2,520회), 교정시설 독서활동지원 27개곳



<독서경영 우수직장 인증>시상식 단체사진



<독서경영 우수직장 인증> 수상기업 영상 전경



북스타트 학부모 웨비나



청소년 독서토론 한마당 운영학교



'독서아카데미' 홍보 포스터

## ○ 지역 생활권별 독서활동 지원

- (독서문화 행사 개최) 기초 지자체 단위로 국내 최대 독서문화 축제 대한민국 독서대전(9.23.~9.25./강원 원주)을 개최하고, 서로 책을 선물하는 세계 책의 날(4.23.) 행사를 통해 책 읽는 분위기 조성



책의도시 선포식



본행사 개막식



강연 행사

- (책문화센터 구축) 지역 출판·독서문화 거점 역할의 책문화센터 구축(매년 1개소, '23.5. 부천 개소 예정)

## < 인쇄문화산업 활성화 >

### ○ 인쇄문화산업 국제경쟁력 강화

- (해외 진출 지원) 해외 주요 도서전과 및 인쇄 전시회 참가 지원하고 한국 인쇄관을 조성·운영하여 국제경쟁력 강화
  - \* '22년 6개 국제전시회 참가(27개사, 상담 307건, 330만 달러) 및 국제 인쇄산업전시회(K-Print) 개최, 인쇄문화홍보관 운영
- (인쇄문화 홍보) 직지 영인본, 금속활자 복원판 등을 전시하는 고인쇄문화홍보관을 조성하여 직지 세계화 및 고인쇄문화 홍보 지원
  - \* 에듀플러스워크(8.11~13), 한옥문화박람회(11.3~6) 등

### ○ 인쇄문화산업 발전을 위한 체계적 지원

- (친환경·첨단 경쟁력 제고) 친환경 인쇄용지 관련 최신 기술 연구 추진, 친환경인쇄 콘퍼런스 개최(11.3) 등

## □ 미흡 원인분석 결과

- '국제도서전 및 수출상담회 참가 저작권 계약액수' 미달성은 '21년 코로나로 인해 온라인 상시·집중상담 형식으로 개최하던 방식에서 '22년 코로나 완화로 대면상담 방식으로 변화하면서 기간이 6일에서 2일로 단축된 것이 주요 원인인 것으로 분석됨
  - \* '국제도서전 및 수출상담회'(21년 중화권(2일)/유럽권(2일)/미주권(2일), 8~12월 중 총 6일 → '22년 11.29~11.30. 대면개최(서울) 2일)
  - \* 저작권 계약액수는 계약상담액수로서 '21년 비대면 상담 대비 '22년 실적이 감소한 것으로 보이나 실질적으로 대면상담의 경우 계약체결로 이어질 가능성이 높음

## □ 개선보완 필요사항

- 출판콘텐츠 국제교류 지표 현실화
  - 국제도서전 및 수출상담회 참가는 매해 동일 권역, 동일 도서전에 참가하는 것이 아닌 ①수출시장으로 성숙된 권역 참가, ②수출시장 가능성을 지닌 권역의 시장 개척 참가, ③문화적 교류를 시작으로 잠재시장 개척을 위한 참가 등 해마다 해외시장 진출 전략에 맞춰 참가 권역과 대상 변경하여 참가
  - 동일한 기준 하에 비교치로써 측정되어야 하는 성과지표로서는 적절치 않은 측면이 있으므로 동일 기준치에서 성과가 측정될 수 있는 지표로 변경, 설정

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	16점	<ul style="list-style-type: none"> <li>출판유통통합전산망 정식 개통(9.29.) 등 출판 인쇄독서 진흥을 위한 사업 전반의 계획을 적기에 충실히 이행하였음</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	23점	<ul style="list-style-type: none"> <li>(국제도서전 참가 저작권 계약액수) 코로나 19에 따른 오프라인 상담 저조로 여전히 대면 수출 상담이 어려운 상황 반영, '22년도 목표치는 최근 3년간 평균실적(25.3백만불)보다 2.8% 상향한 목표치 설정(26.0백만불)</li> <li>(디지털북센터 이용자 수) '22년도 오디오북 녹음편집실 이용자 수는 328회 537명, 일반강의실 교육 참여자 수는 42회 735명, 온라인 강의실 이용자 수는 19회 36명, 회의실은 76회 624명, 총 465회 1,932명이 이용하여 '21년도 이용자 수 1,631명 대비 18.4% 증가함에 따라 '23년도 목표치는 '22년도 실적을 유지하는 수준으로 설정하는 것이 타당한 것으로 판단</li> <li>(독서아카데미 사업 만족도) '22년도 목표치는 '21년도 목표치 88.52보다 0.44점 상향된 88.96로 설정하여 목표치 적극성은 높은 것으로 판단,(최근 3년간 만족도 평균 실적(88.21점)보다 0.85% 상향된 88.96점으로 설정)</li> </ul>
			총점 23점
	2-2. 정책 효과성(30점)	① 16점	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점)</li> <li>② 향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점)</li> <li>③ 과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)</li> </ul>
		② 3점	

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
		③	4점 <p>통해 전국교육복지우선지원사업 초·중학생 약 25.9만 명 대상으로 북토크(도서교환권)를 제작배포하여 취약계층 청소년의 독서기회를 확대하였음</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>출판 유통구조 개선 및 산업경쟁력 강화를 위해 출판유통통합전산망(출판물의 생산·유통·판매 정보 통합관리시스템) 정식 운영 이후('21.9.29.), 고도화 개발 용역을 추진하여 사용자 편의성 증대와 데이터 생성의 기반을 마련하여 사용자 참여도를 증대하였으며 지역서점 통합플랫폼 '서점ON' 운영 및 '월간책방 운영' 등 지역서점 문화활동 지원을 통한 지역서점 경쟁력 강화 노력</li> <li>세계로 뻗어나가는 출판 한류의 확산을 위해 찾아가는 도서전(인도네시아, 일본, 베트남, 북미), K-북 저작권 마켓 개최를 통해 신규 시장 개척에 주력하였으며, 예테보리국제도서전과 상하이국제아동도서전 한국 킬러콘텐츠 전시관 운영을 통해 K-Book 홍보를 강화하는 한편, 영문 플랫폼 &lt;K-Book&gt; 및 웹진 &lt;K-Book Trends&gt; 발간을 통한 저작권 수출 인프라 구축 및 K-Book 콘텐츠 해외 홍보로 사업 효과성 제고</li> </ul>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	6점	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나19 상황에서 기존에 대면방식으로 진행되던 해외 진출 사업, 독서활동 지원 사업 등을 온라인 혹은 온·오프라인 병행 개최로 전환함으로써 사업 성과 지속 창출</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	6점	<ul style="list-style-type: none"> <li>출판유통통합전산망 구축 점검 및 운영 정책 결정을 위한 민관협의체 구성 운영(출판유통통합전산망 운영위원회)</li> <li>주요 사업 분야별(세종도서, 해외진출, 책의 해, 병영독서, 인쇄문화산업 등) 의견수렴을 바탕으로 정책을 추진함</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 국내관광 캠페인(여행가는 달), 근로자 휴가지원, 생애주기별 여행 지원 등을 통해 **전국민 여행문화 확산** 및 근로자·저소득층·고령자 등 대상 **맞춤형 여행기회 확대**
- 장애인 등 관광취약계층의 이동 불편과 제약을 줄이는 **‘무장애 관광 환경’** 조성을 통해 관광취약계층의 여행향유권 제고
- 스마트관광도시 조성 및 관광빅데이터플랫폼 고도화 등을 통해 관광객에게 **편리한 여행환경** 및 매력적인 관광콘텐츠 제공

## □ 주요성과

- **전국민 여행문화 확산 및 세대별·계층별 여행기회 확대**
  - (여행가는 달) 코로나19 이후 국내여행 조기 활성화를 위한 대국민 여행캠페인 실시 및 혜택제공(6.2.~30.)

<b>■ 2022 여행가는 달 주요 실적</b>
----------------------------

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ (여행혜택) 교통(철도·렌터카·항공·시티투어 등), 숙박, 레저(캠핑장 등) 674천명 수혜</li> <li>▶ (여행콘텐츠) 16개 지자체 33개 지역특화 여행 프로그램 운영, 6,958명 참여</li> <li>▶ (참여기관) 총 107개 기관(업계, 유관기관, 지자체), 85개 프로그램 운영</li> <li>▶ (홍보실적) 온·오프라인 기사 총 559건 게재(참여기관 배포 보도자료 포함)</li> </ul> |
|--|

\* 캠페인 기간(6월) 중 관광 이동량 및 소비지출이 코로나19 이전('19년) 동기 대비 각 38만명(0.2%), 7,049억원(6.6%) 증가(총 11.4조원)

- (근로자 휴가지원) 기업 내 휴가문화 개선, 국내관광 활성화를 위한 근로자 휴가지원 사업\* 추진('22년 11,520개社, 109,277명 참여)

\* 근로자(20만원), 기업(10만원), 정부(10만원)의 공동여행경비 적립으로 국내여행 장려

- (생애주기별 관광) ▲소외계층 청소년 대상 체험여행 지원(4,638명), ▲청년층 취향 반영 관광콘텐츠 개발 공모전 개최 및 체험기회 제공(180명), ▲고령층 대상 여행교육 프로그램 운영(19개소, 570명)
- 이동 취약계층 집중 지원으로 편안한 관광 접근기회 보장
  - (열린관광지 조성) 장애인·고령자·영유아 동반가족 등의 이동편의 개선을 위한 ‘열린관광지’ 신규 20개소(누적 112개소)\* 조성
    - \* PATA(아시아태평양지역 최대 관광협력기구) Awards 2022 TA(Tourism for All) 부문 수상(‘22.10.7.)
  - (무장애관광도시 신규 추진) 관광지 간 이동·교통·숙박·편의시설의 연계성을 강화한 무장애 관광도시 신규 선정(강릉시) 및 조성중
    - \* 1차년도 무장애 교통수단(버스, 미니밴) 도입 및 무장애 탑승공간 조성 등
  - (무장애 관광정보 플랫폼\* 구축) 관광취약계층의 관광목적지 탐색에 도움을 주는 관광지 및 연계시설의 장애인 접근성 정보제공(‘22.2월~)
    - \* ‘모두의 여행’ (<https://access.visitkorea.ok.kr>)
  - (투어케어 인력확대) 관광약자 여행동행 및 무장애 여행상품 기획 전문인력 본격양성(‘21년 시범 96명→’22년 180명)
    - \* 무장애 여행코스 기획, 응급상황 대처, 맞춤형 여행해설 및 활동 보조 등
- 스마트 기술(ICT, 빅데이터)을 활용하여 편리하게 누리는 관광환경 조성
  - (스마트관광도시) 첨단정보통신기술을 활용해 편리한 관광서비스 및 매력적인 관광콘텐츠를 제공하는 ‘스마트관광도시’ 조성 확대(‘21년 3개소→’22년 6개소)
    - \* 수원(‘22.7.), 여수(‘22.11.) 출범 / ‘22년 총 7개소 조성 중(대구, 청주, 양양, 경주, 울산, 남원, 하동)
  - (관광빅데이터) ‘한국관광데이터랩’ 고도화\*로 빅데이터(이동통신, 네비게이션, 신용카드 등) 활용 사용자 맞춤형 분석서비스 강화
    - \* 데이터 규제이전, 지역관광 자동분석 리포트 제공 / 조회수 190만회, 지자체 가입률 88.5%

□ 미흡 원인분석 결과: 해당없음

□ 개선보완 필요사항: ‘여행 가는 달’의 대국민 홍보 및 혜택 강화, 프로그램의 다양화, 지역 인지도 향상 등 지속적으로 보완 필요



## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언					
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	18점 (완수)	· 근로자휴가지원, 여행가는 달, 열린관광지 조성, 스마트 관광환경 조성 등의 사업을 당초 계획된 일정대로 충실히 이행함					
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	30점 (매우우수)	· (열린관광지 선정) - '22년 20개소 조성완료 및 신규 20개소 사업대상지 선정하여 100% 목표 달성, 가용예산 범위 내 성과의 내실화를 위한 적정 목표치 설정					
			· (근로자 휴가지원사업 적립금 집행률) - 코로나19 상황에도 불구하고, 코로나19 기간 실적 평균 대비 14.6% 상향한 75%를 목표치로 설정, 다양한 집행을 제고방안을 통해 목표 대비 128% 달성 * (성과의 질 가점 2점) 열린관광지 조성사업, PATA(아시아태평양지역 최대 관광협력기구) 주관 관광업계 최대 시상식 사회적 책임 분야 '모두를 위한 여행 부문' 수상('22.10.7.) * (사회적 가치 가점 1점) 사회적 약자 기회 제공, 대기업·중소기업 상생협력, 지역경제 공헌 등 사회적가치 실현에 기여					
	2-2. 정책 효과성(30점)	<table border="1"> <tr> <td>총점</td> <td>26점</td> <td rowspan="3">· (여행가는 달 캠페인) 사업 실태조사 결과 캠페인 기간(6.2.~6.30.)중 이동량과 관광 소비지출이 코로나19 이전 수준을 상회하는 등 국내여행 활성화 및 코로나19로 인한 관광업계 피해회복 지원에 기여 · (근로자 휴가지원) 전년 대비 참여자 수 27% 증가, 참여자들의 인식·행태 변화를 통해 국내여행 신규수요 창출 및 국내관광 활성화에 기여 · (열린관광지 조성) 장애인, 고령자 등 관광 취약계층의 관광 향유 기회 확대에 기여 - 열린관광지 신규 20개소 조성(누적 112개소) - 무장애 관광플랫폼 신규 구축, 인식개선 교육 추진, 투어케어 인력양성 등 무장애 관광환경 조성 기여 · (스마트관광) 스마트관광도시 조성 확대(3→6개소) 및 빅데이터 활용 수요자 맞춤형 정보제공으로 편리한 관광환경 조성</td> </tr> <tr> <td>①</td> <td>18점 (우수)</td> </tr> <tr> <td>②</td> <td>4점 (매우우수)</td> </tr> </table>	총점	26점	· (여행가는 달 캠페인) 사업 실태조사 결과 캠페인 기간(6.2.~6.30.)중 이동량과 관광 소비지출이 코로나19 이전 수준을 상회하는 등 국내여행 활성화 및 코로나19로 인한 관광업계 피해회복 지원에 기여 · (근로자 휴가지원) 전년 대비 참여자 수 27% 증가, 참여자들의 인식·행태 변화를 통해 국내여행 신규수요 창출 및 국내관광 활성화에 기여 · (열린관광지 조성) 장애인, 고령자 등 관광 취약계층의 관광 향유 기회 확대에 기여 - 열린관광지 신규 20개소 조성(누적 112개소) - 무장애 관광플랫폼 신규 구축, 인식개선 교육 추진, 투어케어 인력양성 등 무장애 관광환경 조성 기여 · (스마트관광) 스마트관광도시 조성 확대(3→6개소) 및 빅데이터 활용 수요자 맞춤형 정보제공으로 편리한 관광환경 조성	①	18점 (우수)	②
총점	26점	· (여행가는 달 캠페인) 사업 실태조사 결과 캠페인 기간(6.2.~6.30.)중 이동량과 관광 소비지출이 코로나19 이전 수준을 상회하는 등 국내여행 활성화 및 코로나19로 인한 관광업계 피해회복 지원에 기여 · (근로자 휴가지원) 전년 대비 참여자 수 27% 증가, 참여자들의 인식·행태 변화를 통해 국내여행 신규수요 창출 및 국내관광 활성화에 기여 · (열린관광지 조성) 장애인, 고령자 등 관광 취약계층의 관광 향유 기회 확대에 기여 - 열린관광지 신규 20개소 조성(누적 112개소) - 무장애 관광플랫폼 신규 구축, 인식개선 교육 추진, 투어케어 인력양성 등 무장애 관광환경 조성 기여 · (스마트관광) 스마트관광도시 조성 확대(3→6개소) 및 빅데이터 활용 수요자 맞춤형 정보제공으로 편리한 관광환경 조성						
①	18점 (우수)							
②	4점 (매우우수)							
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도(10점)	8점 (우수)	· '22년 자체평가위원회 및 자체점검 결과, 외부 지적사항에 대해 적극개선 * (근로자 휴가지원) 휴가지원금 사용 촉진, 근로자 대상 홍보 강화 등 * (열린관광지) 기존 선정지자체의 지속적 관리, 사업지연 방지 위한 월별 공정회의 개최 * (스마트관광도시) 공모 평가기준 등 개선 등					
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	8점 (우수)	· 지자체, 관련업계, 수요자 대상 지속적인 의견수렴 결과를 정책에 반영 * 여행가는 달 추진 지자체 의견수렴 반영, 스마트관광 고객 수요조사, 전문가 및 지자체 협의체 구성 등					

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 한국관광 품질인증제 운영을 통해 관광서비스 인프라 품질향상 기여 및 품질 인증 영역확장 등 인프라 확충, 온오프라인 광고·이벤트를 통해 인지도 제고
- 수요자 맞춤형 관광안내서비스 개선 및 환경조성과 테마별 관광통역안내교육으로, 코로나19 이후 증가할 개별관광객을 위한 관광편의서비스 제고에 기여
- 코리아그랜드세일 여름행사 조기개최를 통해, 포스트코로나 관광 재개 대비 방한관광 관심 유도 및 관광수요 견인
- 영세사업자 위주의 관광기념품업의 산업화를 위하여, 중소·대기업 매칭 협업 지원을 통한 관광기념품 품질 향상 및 산업화 마중물 제시

## □ 주요성과

- 체계적인 한국관광 품질인증제 운영을 통한 관광서비스 품질 제고
  - '22년 품질인증 숙박·쇼핑 부문 신규 및 갱신 인증심사 추진('22.6~12월)
  - 한국관광 품질인증제 572개소 운영(숙박 555개, 쇼핑 17개, '22.12월 기준)
  - '22년 품질인증 음식점 시범 평가 진행('22.6~12월), 잠정 인증 8개소
  - 위생컨설팅 및 방역서비스 지원을 통한 인증업소 운영역량 강화, 홍보마케팅 추진\*\*
- \* 업종별·단계별 지원(위생컨설팅 : 진단 점수에 의거 1~2차 지원 / 방역서비스 : 한옥체험업 포충등 지원)
- \*\* 홈페이지(한,영,일,중,번,중간) 운영 및 SNS 홍보·이벤트 추진(오프라인 4회, 온라인 14회), 국내외 OTA 연계 할인 프로모션, 여행가는지하철 등 교통접점 광고 등
- 수요자 맞춤형 관광안내 및 불편해소 서비스 제공
  - (관광안내서비스) 관광통역안내전화1330 문자·채팅서비스 지역 관광정보 제공 체계 강화\*, 스마트 관광안내시스템(Kiosk)\*\* 60개소 확대 설치 및 운영
  - \* (문자채팅) 지역의 세부적인 관광정보 문의 시 지자체 관광안내소 안내원과 연계하여 정보제공(한국어)
  - \*\* 4개어(한영중일, 지도, 음성인식 및 맞춤형 안내 1330연계 관광정보관광지 숙박 음식 쇼핑 등 등제공)
  - (관광통역안내사 양성) 코로나19 이후 개별관광객 중심의 안내서비스 제공을 위해, 교육전략 커리큘럼 개발('22.3~8월), 테마교육(궁궐, 한류관광 등) 및 역사 문화재, 지역관광 안내 교육 등을 통해 관광통역안내사 전문역량 강화('22.3~12월)

- (관광안내표지) 전국 관광안내표지 질적 개선을 위해, 고도화된 관광 안내표지 종합안내서 요약본을 지자체에 제작·배포, 종합안내서 및 통합관리시스템 활용도 제고를 위해 설명회 및 교육 등 추진('22.下)
- (읽기 쉬운 관광안내체계) 개별관광객이 관광안내표지를 통해 관광지로 쉽게 찾아갈 수 있는 심미성 높고 표준화된 관광안내체계 도입을 위해, 공모 선정된 시범지역(인천, 전북 남원)에 안내표지 체계 구축사업 추진(연중)
  - \* 기본계획(표지판 설치 위치 조사, 표준 디자인 개발 등) 수립, 실시설계·표지 설치 추진

### ○ 개별관광객 맞춤형 관광교통 편의 개선

- 방한 개별관광객의 교통편의 제고를 위한 코리아투어카드 구매 편의 개선 (온라인 판매처 및 공항 수령처 운영), 대중교통 이용 지역관광 활성화를 위한 관광택시 브랜딩 구축(7개 지역) 및 활성화 지원 등 지역관광교통 체계 구축\*
  - \* ▲연계교통망 구축, ▲관광교통 관련 다국어 안내 및 연계정보 제공, ▲이용 편의 서비스(스마트 기기 충전대, 짐보관, 교통수단 내 캐리어 거치대 등) 개선

### ○ 쇼핑관광 기반 조성

- 관광기념품 공모전과 박람회 개최를 통한 우수기념품 발굴 및 인지도 제고
  - \* 공모전 수상작 14점 선정 / 대한민국 관광기념품 박람회 102개 기업 참여
- 인바운드 관광활성화를 위한 쇼핑관광 축제(코리아그랜드세일 '22.1.13.~2.28, 8.10~8.31.) 개최 및 관광객 맞춤형 편리한 쇼핑관광 환경 조성('20년 1개 광역→'22년 3개 광역)
  - \* 위치기반 쇼핑 정보제공, 짐 없는 쇼핑, 즉시 현금 사후면세점 확충 지원, AR·VR활용 쇼핑 체험, 지역 모바일 간편결제(위챗페이 등) 시스템 확충 지원 등

### ○ 문화관광해설사 육성 지원을 통한 지역관광 활성화

- 해설역량 강화를 위해 성인지 및 안전교육 추가, 상설 온라인 교육프로그램 도입('22.上)
- 해설사 통합관리시스템 이용자 환경 개선 및 지역별 교육 실시, 설명회 개최('22.下)

### □ 미흡 원인분석 결과

- 성과관리 시행계획서의 추진계획을 충실히 이행하였고, 정책의 원활한 추진을 위해 현장 의견 적극 수렴 및 반영하였으나,
  - 코로나19로 일부 성과지표(외래관광객 관광편의서비스 만족도) 항목에 대한 조사가 미실시되어 성과지표 측정 불가, 성과지표의 목표 달성도 등 평가지표에 대한 보완 필요

□ 개선보완 필요사항

- '외래관광객 관광편의서비스 만족도' 평가지표는 코로나19 이전까지 효과적으로 활용하였으나, 코로나19 이후 세부 해당 항목에 대한 조사 일시 중단
- '23년 코로나19 회복으로 동 항목에 대한 조사 실시가 예상되나, 미실시할 경우 관리과제를 포괄하는 별도의 성과지표 보완 추진

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20점 (완수)	○ 성과관리 시행계획서상 추진계획을 충실히 이행하였음	
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	21점 (다소부진)	○ 외래관광객의 관광편의서비스 만족도는 코로나19로 인하여 조사가 이루어지지 않아 실적 산정 불가 ○ 프리미엄 관광안내사 교육참여자 만족도 조사 결과 94.6점으로 목표치 달성	
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	25점	○ 계획별 예상한 정책효과가 구체적으로 발생했으며, 품질인증 추진, 관광안내체계 및 교통편의 개선, 쇼핑관광 환경 조성, 관광기념품 육성·지원, 코리아그랜드세일의 성공적 개최, 관광통역안내사, 문화관광해설사 육성·관리를 통해 외래객 편의 제고에 기여할 것으로 기대됨
		①	17점 (우수)	
		②	4점 (우수)	
③	4점 (우수)			
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도(10점)	7점 (보통)	○ 21년 자체평가위원회 운영 시 지적사항 없음 ○ 22년 자체평가위원회 평가위원 개선의견에 따라, 품질인증제 사업 추진현황 점검 및 관광통역안내사 특수언어권 교육 강화 추진	
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	7점 (보통)	○ 한국관광 품질인증업소 대상 만족도 조사 실시, 이를 바탕으로 역량 강화 및 홍보 지원 - 업소(478개소) 대상 의견수렴 후 친환경 일회용 어메니티 제공 및 온오프라인 홍보, 할인행사 추진 등 홍보 지원 ○ 지역 관광교통 개선 및 쇼핑관광 활성화 사업 추진을 위한 지자체 사업설명회 및 의견수렴을 통한 사업 개선('22.1~2월) ○ 관광기념품 공모전 온오프라인 사업설명회('22.5.31.) 개최 통한 개선사항 발굴 및 관광기념품 박람회 개최를 위한 지자체, 민간기업 대상 사업설명회('22.8.17.) 개최	

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '2022 서울페스타' 협업을 통한 코리아그랜드 세일 여름행사('22.8.) 개최</li> <li>○ 코리아그랜드세일 참여기업과 프로모션 기획, 협업방안 모색 등 사업 진행방향 논의 및 지자체 협업 지원 요청('22.10.)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 참여기업 설명회('22.11.18.) 및 글로벌 마케팅 교육('22.12.13.) 실시</li> </ul> </li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 한국적 특색을 지닌 매력 있는 관광자원을 개발·육성 및 상품화하여 국내외 관광객의 소비를 촉진하고, 관광경쟁력을 제고함으로써 관광객 유치 확대에 기여
- 비무장지대를 걸으며 인근 관광지를 둘러보는 테마형 관광상품 ‘DMZ 평화의 길 테마노선 프로그램’ 전면 개방·운영과 비무장지대를 한 곳에서 모두 체험할 수 있는 실감형 미디어 체험관 ‘DMZ생생누리’ 개관·운영, 평화테마 주제로 첨단기술을 활용한 쇼판타지 창작 뮤지컬 ‘평화공연페스타’ 개최 등을 통해 접경지역의 대표 관광자원을 발굴·육성하고, 접경 지역 관광 및 경제 활성화에 동력 부여
- 코리아둘레길 3번째 노선인 약 1,800Km 국내 최장 ‘서해랑길 개통’과 개통행사, 관련 특별 걷기여행 캠페인 추진으로 코로나19 이후 지친 국민들의 심신 위로 및 지역 관광 및 경제 활성화 활력 부여
- 문화관광축제가 자생력을 갖추고, 지속가능한 축제로 발전할 수 있도록 성장 단계별 지원체계 구축 및 급격한 기술적 환경변화 대응을 위한 축제 역량 강화 지원
- 해외 사찰음식 행사 및 주한 외국인 대상 할인 혜택 제공 등을 통해 방한 수요 대비 템플스테이 홍보마케팅 지원, 한국 전통문화의 고품격 관광콘텐츠화 도모 및 방한 관광 만족도 제고



□ 주요성과

○ 오직 한국에서만 만나는 관광콘텐츠 개발

- (DMZ 생태평화관광 활성화) 'DMZ 평화의 길' 10개 테마노선\* 프로그램 전면 개방·운영(9.13.~12.18.), DMZ생생누리\*\* 실감미디어체험관 조성·운영(6.3.~), DMZ 평화테마 공연페스타\*\*\* 개최(9월, 9회) 등 DMZ 접경 지역 관광자원 활용한 한국 고유의 관광콘텐츠로 발굴·육성

\* 운영기간(9.13.~12.18.) 544회차 운영, 11,322명 신청, 7,246명 선정, 6,574명 방문

\*\* 시범운영(6.3.~8.31.) 16,014명 방문, 유료화 이후(9.1.~12.21.현재) 13,917명 방문

\*\*\* 피주공연(9.8.~11. / 야외 4회) 5,423명 관람, 인제공연(9.16.~18. / 실내 5회) 1,924명 관람



평화의길 예약 시스템

생생누리 미디어쇼 DMZ 4계

평화테마공연 포스터

- (전통문화 기반 관광 육성) △(템플스테이 지원) 해외 사찰음식 행사\* 및 주한 외국인 대상 할인 혜택 제공\*\* 등 방한 수요 대비 홍보마케팅, △(전통문화 활용 활성화\*\*\*) 외래관광객 대상 체험프로그램 운영 지원 등 통해 한국 전통문화의 고품격 관광콘텐츠화 도모 및 방한 관광 만족도 제고

\* △프랑스 파리, 영국 런던, 미국 샌프란시스코·뉴욕 등 재외문화원 연계 사찰음식 홍보 행사(강의, 박람회 참가, 주요인사 만찬 등) △세계 3대 요리학교 '르꼬르동블루' 사찰음식 정규과목 채택('22.5월)

\*\* 지역명소 연계 및 템플스테이 참가비 할인 지원 총 1,107명 참여('22년 4~10월)

\*\*\* 전통문화 디지털 체험존, 국악 상설공연, 수문장 교대식, 전통무예시범, 전통문화 전시, 세시절 행사 등 체험객 및 관람객 총 157,115명('22.1.~12월 누계)

■ 사찰음식 해외 홍보 행사



르꼬르동블루 파리본교, '사찰음식' 정규과목 채택



프랑스 파리, 현지인 체험행사



미국 샌프란시스코, 사찰음식 만찬

- (문화관광축제 지원) △친환경·디지털 콘텐츠 개발지원\*으로 기술적 환경 변화에 대응, 축제 매력도 제고, △국내 관광박람회\*(내나라여행박람회 /22.6월) 부스 참가 및 HiKR(관광공사 서울센터) 내 축제 체험관 제작 등으로 공세적 홍보 지원, △축제 담당 인력 대상 전문적 교육 지원 (기획·운영, 자원조성, 홍보마케팅, 안전 등)

\* (친환경 지원성과) 인천펜타포트(8.5~7.), 원주다이내믹 댄싱카니발(10.1~3.) 총 32만개 다회용기 사용으로 '19년 대비 △쓰레기 배출량 30% 저감, △탄소배출량 16톤 저감효과

\*\* (내나라 여행박람회 성과) 문화관광축제 홍보부스 운영, 3개 축제(진주남강유등, 음성품바, 원주다이내믹 댄싱카니발) 메타버스 게임체험 제공, 4일간 총 1,700명 참여

\*\*\* (하이커 방문객) 7월 개관 이후, 누적 방문객 수 17만 명, 일 평균 2,140명 방문

■ 친환경 축제장 조성



천연재료(쑥, 천일염) 활용 불꽃 춘천마임축제 콘텐츠 제작 지원

■ [HiKR(하이커) 축제체험관] 공세적 홍보 지원



축제 X 미술관 5개 축제 대상 미술 전시 추진



축제 X 인터랙티브 콘텐츠 진주남강유등축제의 체험형 콘텐츠화

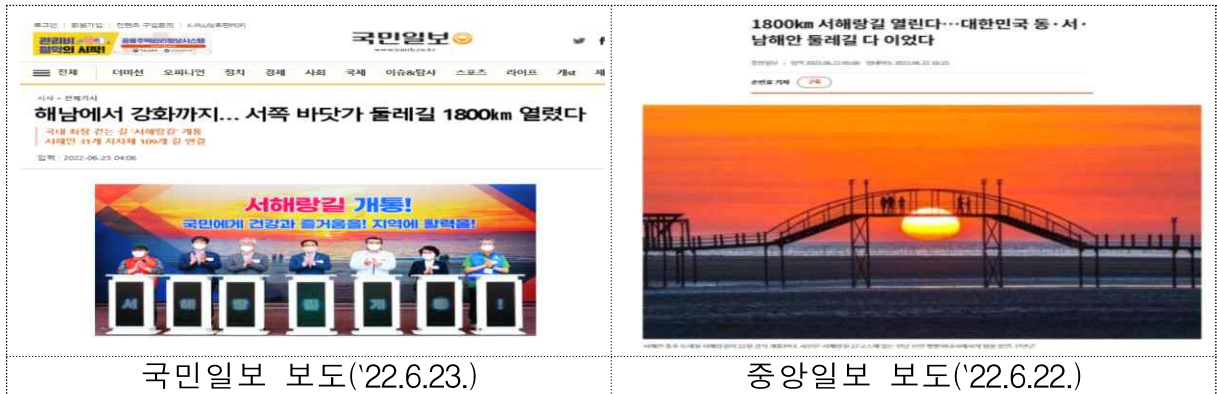
○ 지역 특화자원을 활용한 체험형 관광프로그램 육성

- (걷기여행길 활성화) 코리아둘레길 3번째 노선 서해랑길 개통 및 개통행사\* 개최, 코리아둘레길 주요 거점 중심 쉼터(안내센터) 운영 및 테마·체험형 콘텐츠\*\* 발굴·육성('23년 신규)을 통한 코리아둘레길 여행객 증가\*\*\*와 지역관광 활력 회복에 기여

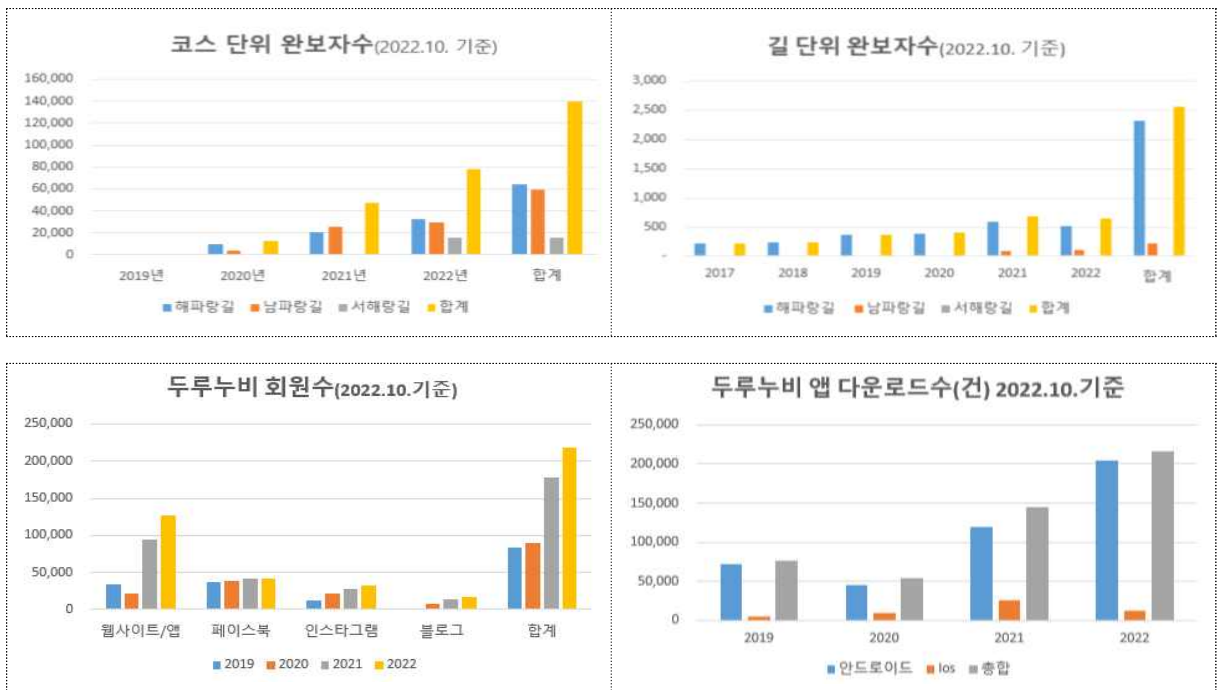
\* 6.22. 충남 보령시 서해랑길 61코스 천북굴단지 공원에서 2차관 주재 개최

- \*\* '22년 코리아둘레길 경유 84개 지자체 대상 공모결과 15곳 선정·지원
- \*\*\* △'22년 249개 지역코스 완보자 77,944명(최근4년 평균 比 124% 증가)  
△'22년 플랫폼(두루누비/앱·웹) 누적 회원 수 217,561명(전년 比 23% 증가)

<서해랑길 개통 관련 주요 보도 현황>



<코리아둘레길 연도별 주요 성과 통계>



- (생활관광) 지역만의 독특한 생활양식과 이야기를 활용, 현지인처럼 살아보는 '생활관광 콘텐츠' 개발('21년 6개소 → '22년 15개소\*)

\* 年 19,509명 방문('22.3월~11월 누계), 동기 대비 8,025명 증가로 지역관광 체류객 확대 효과

\*\* 기존 운영 지자체(6개소) : 부산(동구), 대구(북구), 서천, 강릉, 강진, 하동  
'22년 신규 선정(9개소) : 속초, 충주, 청주, 통영, 사천, 포항, 전주, 함양, 해남

■ '22년 생활관광 우수사례



■ (충북 충주/oh 개!) 반려가구 313만 수요에 대응하여 반려동물×생활관광 콘텐츠 개발  
 ⇒ 체험 인원 6,738명, 반려동물 213마리와 동반 인원 870명('22.7월~11월, 누계)

■ (강원 속초/옛 방앗간 웰컴센터) ▲ 유희시설 방앗간을 관광객과 지역민이 누리는 독특한 문화공간으로 재생, ▲ 교통편의 제고를 위한 '이음 택시' 도입

■ (경남 함양/개평 한옥마을) 여행 트렌드\* 반영, 개평 한옥 마을 등 고택을 숙소로 활용  
 ⇒ 숙박 인원 1,408명('22.7월~11월, 누계) / \* 여행테마로 '파인 스테이' 선호('22년, 한국관광공사)

※ '현지 살아보기 관광 활성화' 세미나 개최('22.9.21.), 71개 지자체와 우수사례 논의



충북 충주



강원 속초



경남 함양

- (산업관광) 기업체, 산업단지 및 지역특화산업 등을 활용, 지역 산업과 문화를 배우는 체험형 산업관광 콘텐츠 개발(2개소)



<구미 산업단지>

구미 산업단지 내 여러 사업체(농심, 삼성전자, 코오롱 등)를 연계하여 산업단지의 역사와 스토리를 활용한 관광 콘텐츠 개발



<강진 청자산업>

강진의 대표 전통산업인 청자산업을 콘텐츠로 활용하여 청자 만들기 체험과 인근 관광자원을 연계한 관광프로그램 구성  
 청자를 소재로 외국인과 MZ 세대를 겨냥한 다양한 굿즈를 제작하여 지역 브랜드화

- (생태관광) 지역 고유의 생태자원과 역사·문화·인문학적 이야기를 결합한 생태체험 프로그램 활성화(17개소)

\* 생태테마 관광지원화 12개 지자체 총 1,375백만원 지원, 노후관광시설 재생 5개 지자체 총 700백만원 지원



<해남 땅끝황토나라테마촌>

바다를 바라보며 숲길을 산책할 수 있는 생태 여건의 최적지로, 생태탐방로 및 치유의 숲 등 생태자원의 유래와 이야기를 가미한 프로그램 운영 등으로 해남군의 땅끝생태관광 브랜드로 육성



<고양 행주산성>

행주산성의 최고 정상인 총의정 공간을 체험 운영 공간으로 리뉴얼 및 행주산성의 역사와 생태가 융합된 스토리텔링 프로그램 운영을 통해 관광 기능 재생

- (레저스포츠관광) 지역의 특화된 레저스포츠 종목과 주변 관광 자원을 연계한 프로그램 개발(5개소\*)

\* 강원 강릉(해중공원), 충남 부여(백마강 일원), 강원 원주(황둔 지역), 전남 신안(신안섬 일원), 대구 달성(낙동강 레포츠밸리)

- (지역명사) 지역의 '사람(15명)'을 주제로 한 스토리텔링 및 체험 프로그램 상설화를 통한 지역관광 활성화

○ 국내 대표 관광명소 선정 및 홍보마케팅 추진

- (관광명소 선정) '2022 한국관광의 별'(12.22. 시상식 개최), '2023-2024 한국관광 100선' 선정 및 홍보로 국내 대표 관광지 매력 제고

- (추천 가볼만한 곳) 테마별 추천 여행지 선정(5~6곳/매월) 및 홍보 추진, 국내 관광지 신규 콘텐츠 확보 및 국내관광 활성화

- (내나라 여행박람회/22.6.16.~19.) 국내여행 활성화 분위기 조성 ('21년 1.3만명→'22년 7.5만명 방문, 전년 대비 5.6배 증가)

- 현장 목소리 반영하여 관광상품 판매의 장 "트래블마켓관" 신규 도입, 관광업계 수익 창출 계기 마련, 행사 기간 중 매출 약 1억 발생

■ 2022년 내나라 여행박람회 개선방향

구분	기존	개선
개념	홍보(관광 정보제공)	홍보(정보제공)+트래블 마켓(상품 현장 판매)
구성	정책 및 지역 홍보, 이벤트	여행상품 숙박할인 콘텐츠 이용 할인권 등 <b>현장 판매</b>
참가	관광공사, 지자체 중심	관광업계, 지자체 및 상품 운영 기관 중심

■ 2022 내나라 여행박람회 개최 실적(6.16.~6.19.)

- (참가 기관 수) 총 209개 여행업계 등 관련기관, (관람객 수) 4일간 총 74,534명
- (판매 실적) 총 9천 630만원 (일부 민간 참여 부스 실적 미포함)
- (홍보효과) △언론보도 게재 총 428건, △SNS 구독자 수 총 1,302명, 조회 수 22,097회

- (관광한국 실감형콘텐츠 제작) 국내 관광명소를 실감형 콘텐츠(8k, 360° VR 등)로 제작·확산하여 한국 관광의 매력도 제고
  - (지역연계 관광 활성화)\* 지역의 자립적 관광생태계 구축을 위한 권역을 연계·협력한 대표 여행상품 운영지원 및 권역 통합형 홍보마케팅 지원(지역연계 관광상품 1,600여 건 판매)
- \* '테마여행 10선(2017~2021년) 후속사업(지리적 인접성, 문화·관광자원 유사성을 가진 3~4개 지자체를 1개 테마를 중심으로 묶어 권역별 관광환경 개선, 지역 연계망 구축, 인력양성, 관광콘텐츠 확충, 홍보마케팅 및 사업관리를 통해 지역관광 균형발전 지원)

권역 명칭	참여 지자체	권역 명칭	참여 지자체
드라마틱강원여행	평창, 강릉, 속초, 정선	시간여행101	전주, 군산, 부안, 고창
선비이야기여행	대구, 안동, 영주, 문경	남도맛기행	광주, 목포, 담양, 나주
남쪽빛감성여행	부산, 거제, 통영, 남해	위대한금강역사여행	대전, 공주, 부여, 익산
해돋이역사기행	울산, 포항, 경주	중부내륙힐링여행	단양, 제천, 충주, 영월
남도바닷길	여수, 순천, 보성, 광양	참여권역	9개 권역, 35개 지자체

□ 미흡 원인분석 결과 : 해당 없음

□ 개선보완 필요사항

- 지역축제 활성화를 위한 문화관광축제 평가제도 개선 검토 및 축제 진흥정책 마련 필요
- 코리아둘레길 전구간 개통 이후 인근의 다양한 콘텐츠를 활성화할 기반 확대 및 적극적 홍보 추진 필요



## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	18점 (완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· (DMZ 평화의길) '22년 연중 지속된 北 미사일 도발, 코로나19 및 아프리카돼지열병 등의 환경요인 악화상황에도 불구하고, 관계부처 및 지자체와 지속적인 협의를 통해 DMZ 평화의길 테마노선 전면(10 노선, 11 코스) 개방 추진 완료</li> <li>· 사회적 거리두기 완화 및 일상회복 기조에 맞춰 내나라 여행박람회 정상추진하였으며, 코로나 이후 관광업계 회복 지원을 위해 트래블마켓 운영(74,534명 관람, 약 1억원 매출 달성)</li> <li>· (문화관광축제) 코로나19 이후 가속화된 비대면 시대 대응 및 기후위기에 대한 관심도 반영을 위해 컨설팅, 과제지원(친환경, 디지털) 등 간접지원 사업을 추진하였으며, 안전하고 지속적인 축제 개최를 위해 비대면 형태의 축제 개최를 유도</li> </ul>	
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	26점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· (DMZ 평화의길) '22.9월 개방이후에도 지속된 北 미사일 도발 등 프로그램 다수 중단에도 불구하고 목표 달성 (목표치 대비 137% 달성)</li> <li>· (문화관광축제) 방문객 만족도는 코로나19로 시범평가만 실시되어, 시범평가 대상 22개 및 그 외 개최된 36개, 총 58개 축제에 대한 만족도 조사로 진행하여 목표 대비 104.4% 달성</li> <li>· 문화관광축제의 콘텐츠 개선 및 만족도 제고를 위한 지자체 담당자들의 노력 등에 따라 만족도가 매년 상승추세에 있음을 감안하여, 전년도 목표치 70.3점 대비 목표치를 3% 상향 설정함</li> </ul>	
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	25점	<ul style="list-style-type: none"> <li>·(DMZ생태평화관광활성화) 오직 한국에서만 볼 수 있는 콘텐츠 발굴·육성으로 접경지역 관광 및 경제 활성화 동력 부여 <ul style="list-style-type: none"> <li>- △DMZ평화의길 테마노선 프로그램 6,574명 참여(목표치 대비 137%, 전년 대비 334%) △DMZ생생누리 9월 유료화 이후 약 1만4천여명 방문 △DMZ평화공연페스타 총 7,347명(전년 比 370% 증가) 관람</li> </ul> </li> <li>·(걷기여행길활성화) '22.6월 코리아둘레길 3번째 노선 서해랑길 개통 및 개통행사 계기 걷기여행객 증가 및 지역 관광활력 부여 <ul style="list-style-type: none"> <li>- △'22년 249개 지역코스 완보자 77,944명(최근4년 평균 比 124% 증가) △'22년 플랫폼(두루누리/앱.웹) 회원 수 217,561명(전년 比 23% 증가)</li> </ul> </li> </ul>
		①	17점 (우수)	
		②	4점 (우수)	

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
		③ 4점 (우수)	<p>·평화관광 활성화, 생활관광 활성화, 문화관광축제 지원, 걷기여행길 조성, 다양한 테마의 체험관광 콘텐츠 확충은 지역 관광객 수 및 체류시간 증대 등에 기여하였으며, 향후 체류형·분산형 선진 관광지 육성 및 지역경제 활성화에 기여할 것으로 기대</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>* 생활관광 활성화로 체류형 관광객 증가('22년 19,509명 / '21년 11,484명 대비 69.9%증) * 2021년 DMZ 평화의길 테마노선 개방 실적 -방문객 수 총 1,154명(신청 경쟁률 1.2:1) 방문객 만족도 '만족' 이상 응답비율 84.1%(조사 응답자 총 759명)</p> </div> <p>·한국형 관광콘텐츠 육성 관리과제는 관광객의 지방 분산 및 지역경제 활성화에 기여함으로써 관광분야 국정과제(73. 관광복지 확대와 관광산업활성화)의 정책목표 및 지역균형발전을 지향하는 포용국가의 정책 방향 등에 부합</p>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	8점 (우수)	<p>·'22년 자체평가위원의 개선 및 보완 사항을 이행함</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- (지역간 연계) 방문객 대상 인근 지역 관광자원 리플렛 제공 등 지역 간 관광자원 연계 방안 검토</li> <li>- (지역인력 양성) 주민이 참여한 '생활관광 운영위원회'를 구성하여 사업 추진 중이며, 참가업체(숙박, 체험)와 정기 간담회 및 교육 지원(4회)</li> <li>- (홍보 다각화) 홈페이지 내 온라인 예약기능 보완, SNS, 유튜브 등 유력 온라인 채널을 활용한 홍보방안 보완('23년 계획 반영)</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	8점 (우수)	<p>·각 사업 추진 시 모니터링단 운영 및 현장의견 수렴 결과를 정책 및 사업추진 시 적극 반영함</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 생활관광 활성화 세미나(9.21.)를 통해 지역 의견을 청취하고, 사업 중간평가(11.17.)를 실시해 사업 개선사항을 발굴하고 반영함</li> <li>- 지역연계관광 PM단 회의(4회)개최를 통하여 사업현장의 애로사항과 개선사항을 청취 후 사업추진에 반영</li> <li>- DMZ평화의길 테마노선 개방 전 지자체 점검회의(2회) 및 정부합동 현장점검(1회), 관계부처 회의(2회) 등을 통해 방역·안전 등 운영준비상황 점검</li> <li>- DMZ 평화관광 활성화를 위한 실무협의회 및 정책토론회(2회), 전문가 자문회의(1회), 지자체 관계기관 회의(2회) 등의 개최를 통한 평화관광 추진주체 의견수렴 및 사업개선 실시</li> <li>- 코리아둘레길 신규 콘텐츠 사업추진을 위한</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			운영기관 설명회 및 워크숍(2회), 연말 사업추진 중간 평가(1회) 추진 - 문화관광축제 토론회 및 설명회, 워크숍 등을 통해 현장과의 소통 강화 - 생태관광 사업지별 현장평가(10월)를 통한 피드백 제공, 우수사례 발굴·공유 등

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 코로나19 이후 인바운드 관광생태계 재건을 위해 관계부처 간 적극 협의로 입국 편의 개선, 주요 방한시장인 일본·대만 대상 선제적 무사증 입국 시행으로 회복 가속화 및 코로나 이전 수준 무사증제도 전면 복원
- 국제관광 재개 대비 고위급 국제협력, 해외시장별 현지 밀착 한국 관광 홍보 이벤트의 공세적 추진 및 전세계 대상 화제성 해외 광고로 포스트 코로나 국제관광 수요 선점 적극 도모

## ■ 한국방문 관광객 수 현황



## □ 주요성과

- 코로나 이후 국제관광 재개 대비 외국인 관광객의 입국 편의 제고를 위한 제도개선 등 부처 간 협력 추진
  - 관계부처(법무·외교부, 질병청 등)와 적극 협의로 입국 편의 개선(격리, PCR 폐지), 방한주요시장인 일본·대만 대상 선제적 무사증 입국 시행(8~10월)으로 회복 가속화 및 코로나 이전 수준 무사증제도 전면 복원(11월, 112개국)
- 국제 관광시장 잠재고객 선점을 위해 해외시장별 K컬처 매력 활용 한국관광홍보 이벤트 등 한류행사 연계 방한관광 집중 마케팅 추진으로 방한 관광시장 생태계의 조속한 회복 및 시장 활성화 노력 전개

- 코로나 이후 방한관광 정상화를 위한 **해외시장별 맞춤형 마케팅 집중 추진**으로 전년 동기 대비 방한외래객 수 회복률\* 증가 추세
  - \* 월별 회복률 `22.3월 6.3%→12월 36.2%
  - \*\* 3대 전략시장(일본, 非중국 중화권, 아시아중동) 한국방문객 수 175만 명(목표 대비 169.2%↑)
- 인바운드 트래블마트, 주요 거점 한국관광 로드쇼, 업계·미디어 팸투어(시찰투어) 및 주요계기 해외 현지 특별 마케팅 등 **방한관광시장 재건 추진**
- **한류 활용 해외광고 및 데이터 기반 디지털 마케팅을 통한 글로벌 한국관광 수요층 대상 비대면 한국관광 홍보의 효율적 전개**
  - (한국관광 해외광고) 코로나 이후 해외 관광수요 선점을 위한 **한국관광 화제성 광고(3편) 및 BTS 활용 글로벌 광고(5편) 등 'Feel the Rhythm of Korea' 홍보영상 제작, 누적 조회수 6억 2천만회 달성(12월 기준)**
  - (데이터 기반 디지털 마케팅) 국제관광 재개 대비 현지 시장조사 강화, 검색 데이터 활용 **초개인화된 맞춤형 한국광고** 신규 추진으로 해외시장 내 한국관광 관심도 제고 및 방문수요 창출 확대
    - \* ▲ 현지 일반외국인의 코로나19 이후 여행의향, 신소비층으로 부상한 MZ세대 여행 특성 분석 등 시장정보 업계 공유, ▲여행취향의 다양화·개별화 트렌드 대응, 개인별 맞춤형 한국관광 홍보콘텐츠 노출로 광고를 통한 외래객 유치 효과 극대화 추진
    - \*\* AI 프로그래밍, 마이크로사이트 구축(5.1~6.15), 매체별 광고 집행(6.13~9.30), 계량화 성과[광고 노출 횟수(임프레션) 1.2억회, 방한상품 직접 모객수 1.6만명]
  - (**메타버스 활용 홍보**) MZ세대 맞춤형 스토리텔링으로 신규 한국방문 관심층을 창출하기 위한 메타버스 내 한국관광 체험 가상세계 구축
    - \* 제페토 '한강공원'(20.11.~, 3,380만명), 메타버스 콘서트('21.12.8.~, 유튜브 등 6,800만회 시청)
    - \* 네이버 '제페토' 내 한국여행 테마월드 「트래블 헌터-K」 조성(11.4.), 중국 대표 메타버스 플랫폼 '시랑' 내 한국여행 체험공간 「한유세계」 조성(~12월), '로블록스' 내 BTS 뮤직 비디오 촬영지, '오징어게임' 등 K-컬처 연계 한국관광 홍보 콘텐츠 서비스(8월~)
- (**국제협력**) 코로나 이후 방한 관광시장 기반 회복 및 한국 관광 매력 홍보를 위한 국제 공조 강화
  - **국제회의 참석 및 고위급 면담을 통한 국가 간 관광교류 협력 및 코로나 이후 변화된 환경 대응과 개선 협의를 위한 국제사회 협력 강화**

□ 미흡 원인분석 결과 : 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항 : 해당사항 없음

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20점 (완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 포스트 코로나 국제관광 재개 대비, 방한시장 기반 복원을 위해 대내외 적극적인 교류 협력소통으로 관련 제도개선 추진 해외시장별 관광수요 선점을 위한 공세적 마케팅, 화제성 해외광고 전개 등 적극적인 정책집행을 통해 안심안전 방한관광 홍보 및 국가이미지 제고에 기여</li> <li>· 코로나 이후 방한 관광시장 기반 회복 및 한국 관광매력 홍보를 위한 국제 공조 강화</li> </ul>	
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	30점 (매우우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· '3대 전략시장* 외래객 수(만명)' 성과지표 관련 '22년 목표치 대비 실적치 175만 명(169.2%↑) 달성('22.12월, 잠정)</li> <li>* 일본, 非중국 중화권, 아시아중동</li> <li>** 코로나 이후 시장별 관광 재개 동향 및 입국객 수 지속 모니터링에 의한 목표치 설정</li> </ul>	
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	30점	<ul style="list-style-type: none"> <li>· <b>(관계부처 협력 방한관광 기반 정상화)</b> 관계 부처(법무·외교·복지·국토부, 질병청 등)와 코로나19 유입상황 정기 모니터링 및 방역 협조, 코로나19 상황 호전에 따른 관광객 입국기반 정상화 추진 협력               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광비자 발급 재개(6.1), 입국전·후 PCR검사 의무 폐지(10.1), 일본·대만 선제적 무사증 시행 (8.3~10.31), 무사증입국 전면 재개(11.1) 등 주도</li> </ul> </li> <li>· <b>(해외시장별 공세적 마케팅)</b> 국제 관광시장 수요 선점을 위한 권역별 한국관광 집중 마케팅 추진 등 방한 관광시장 생태계 회복 및 시장 활성화 노력 전개               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인바운드 트래블마트, 주요거점 한국관광 로드쇼, 업계미디어 팸투어 및 주요계기 해외 현지 특별 마케팅 이벤트, 항공노선 재개 계기 현대캠페인 등</li> </ul> </li> <li>· <b>(화제성 해외광고)</b> 한류 활용 해외광고 및 데이터 기반 디지털 마케팅을 통한 글로벌 한국관광 수요층 대상 초개인화 맞춤형 광고로 한국방문 수요 창출 확대               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 화제성 광고(3편), BTS 출연 글로벌 광고(5편), AI 활용 홍보캠페인(임프레션 1.2억회) 등</li> </ul> </li> </ul>
		①	20점 (매우우수)	
②		5점 (매우우수)		
	③	5점 (매우우수)		
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	10점 (매우우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 코로나 이후 방한시장 경쟁력 강화 및 중화권, 일본, 동남아 국가 등 해외시장별 한국방문 유인 제고를 위해 ▲관계부처 간 긴밀한 협업을 통한 입국 제도개선, ▲데이터 마케팅 기법 활용 타깃별 집중 홍보 마케팅, ▲한류 활용 해외광고 추진으로 외래객 한국방문을 위한 안심안전관광 마스터플랜 제시</li> </ul>	



평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10점 (매우우수)	· 국제관광 재개 대비 관광업계의 준비현황 점검, 동향공유 및 소통을 위한 '민관협의회(3.25, 5.12)' 및 '방한관광 재도약 토론회(10.27)' 개최를 통한 애로사항 청취, 여행사의 전자여행허가제(K-ETA) 등 이용 의견수렴 및 시스템 개선 건의(법무부) 추진 등

## (1) 평가결과

## □ 총평



- 혁신 관광벤처 기업 발굴·육성, 미래인재 양성 등 급변하는 관광산업환경 변화에 대응한 선도기반 구축
- 코로나19 이후 조속한 위기 극복을 위해 관광업계 부담완화, 규제개선 및 제도정비 추진, 관광산업 회복 및 활력 제고 지원

## □ 주요성과

## ① 새로운 관광산업 육성 및 일자리 창출

- 혁신적 '관광벤처기업'을 발굴하여 성장단계별 지원 실시
  - (관광벤처기업 발굴·지원) 관광벤처사업 공모전 등을 통해 관광벤처기업을 발굴\* (200개), 단계별(예비-초기-성장) 사업화 자금 및 국내외 홍보·판로개척, 컨설팅, 기업 네트워킹 등 지원('22년 118억 원)
  - \* 제13회 관광벤처사업 공모전 140개 기업 선발 및 상생협력기업 60개 발굴

## ※ '22년 주요 벤처기업 사례

기업명	기업실적
 (주)트래블메이커스	<ul style="list-style-type: none"> <li>· (사업내용) '호텔에서 한달살기' 상품 등 프리미엄호텔 장기투숙 서비스(호텔에샵) 제공</li> <li>· (주요실적) 국내최초 호텔 롱스테이 전용 예약 솔루션 개발, 창업 3년차 흑자 전환 실현('21년 2.2억원), '22년도 신용보증기금 '퍼스트펍권 선정, 2022 우수 관광벤처기업 기업성장 부문 최우수</li> </ul>
 주식회사 비르투컴퍼니	<ul style="list-style-type: none"> <li>· (사업내용) 자전거 운송보관숙박 등 자전거여행 활성화 서비스 제공</li> <li>· (주요실적) 신규 케이스 2종 개발 완료 및 MOU 체결, 판로확대 6건(노랑풍선과 여행상품 개발 및 공동사업에 대한 협약), 2022 우수 관광벤처기업 초기벤처 부문 최우수</li> </ul>

- (관광기업 이음주간 개최) 산발적으로 이루어지던 네트워킹 행사(설명회, 밋업, 포럼 등)를 통합, 관광산업 생태계 주체 간 협업을 위한 주간행사(9.19.~23.)로 개최(관광벤처, 투자사 등 172개사 참석)

\* 주제발표, 비즈니스 상담, 관광벤처기업 상품 전시, IR 피칭, 데모데이 등 개최

- (다자간 협업 프로그램\* 개시) 관광 스타트업과 전통업계, 글로벌 대기업 등과 협업방식을 다각화하고 관광 현안 해결 모색

\* 커넥트(CONNECT) : CONNECT with 알리버바(3.30), CONNECT with 경상(4.12), CONNECT with 아놀자(8.4), CONNECT with 아부다비투자청(11.30) 등 연중 10여회 실시



CONNECT with 경상  
(비즈니스 미팅)



CONNECT with 아놀자  
(대표 Q&A)

CONNECT with  
아부다비투자청

- (투자 유치 활성화 지원) 관광중소기업 대상 크라우드펀딩 지원 및 후속 투자 지원 등을 통해 자금 조달의 어려움 해소

\* 총 28개 기업 크라우드펀딩 등록 지원을 통한 5.28억원 투자유치('22.12월말 기준)

\*\* 크라우드펀딩 성공상품 전시홍보관(PICKR) 운영을 통한 펀딩성공상품 판촉 지원으로 46개사 128개 상품 전시홍보 및 판매, 방문자 7,928명, 1,262만원 매출 달성

< 2022 관광중소기업 크라우드펀딩 지원 대표 사례 >	
<p><b>주식회사 올마이투어</b> (최저가 기반 스테이케이션 플랫폼)</p>  <p>[대표: 석영규]</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 숙박 예약 프로세스 혁신 기반 최저가 스테이케이션 플랫폼 운영 (숙박 이용권 최저가 사전구매→투숙일 지정→예약확정의 방식)</li> <li>· 2022년 관광기업 크라우드펀딩 모집금액 1위 달성, 펀딩을 통한 기업 가치평가 149억원(pre-money value)</li> <li>· 서비스 런칭 10개월 만에 매출 46억 달성 '22.3분기 회원수 13만명 달성</li> <li>· 크라우드 플랫폼을 통하여 128백만원 펀딩 성공, 투자자 65명 모집</li> </ul>
<p><b>주식회사 필드웨어</b> (국립춘천숲체원 힐링 축제)</p>  <p>[대표: 김희준]</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 국내 최초 Forest 힐링 페스티벌 &lt;우주인 힐링 놀이공원&gt; 추진</li> <li>· 자연친화적인 축제를 통해 참가자들의 '녹색 갈증' 해결, 국립춘천숲체원 협력 지역 경제 활성화 기여</li> <li>· 크라우드 플랫폼을 통해 약 997만원 펀딩 성공, 펀딩 성공률 997% 달성, 90명 펀딩 참여</li> </ul>

- (관광사업 도약 및 성장지원) 관광 강소기업 육성을 위한 분야별, 맞춤형 성장지원 사업 운영('22년 167억 원)


분야	① 투자유치 (엑셀러레이터 연계)	② 혁신성장 (관광기업 혁신바우처 지원)	③ 기술융합 (관광플러스 TIPS)	④ 해외진출 (관광선도기업 글로벌 육성)
대상	3년 미만 관광벤처기업	관광 관련 중소기업 대상	중기부TIPS* 프로그램 선정 기업 * 중기부 민간주도 기술창업 프로그램	해외 진출 희망 관광 관련 중소기업 (매출 10억 이상 또는 고용인원 10명 이상 등 기준)
지원 내용	-엑셀러레이터(창업·투자) 연계 육성 지원	-상품개발, 컨설팅, 스마트 기술 도입 등을 지원하는 바우처 제공	-관광산업과 연계 가능한 기술 기업 발굴 지원 -기술 및 상품 개발 홍보 지원 판로 개척 지원	-해외 판로개척 해외 진출 컨설팅 투자유치 등 지원

①(투자유치) 중기부 등록 엑셀러레이터\* 중 관광산업 이해도가 높은 3개 기관 선정, 관광기업 육성 지원\*\*('22년 총 30개 기업 지원, 30억 원)

\* 「중소기업창업지원법」 제19조의2에 따른 등록 엑셀러레이터


\*\* 엑셀러레이터(3개)는 각각 10개의 기업을 선정하여 최소 2억원 이상 직접 투자 실시, 맞춤형 역량강화 교육, 멘토링 등을 지원하고, 후속 투자 유치를 지원

②(혁신성장) 관광 관련 145개의 중소기업을 선정, 혁신바우처 지원

< 2022 관광 혁신바우처 대표 사례 - 온라인플랫폼 구축 및 UX 고도화 >	
<b>푸른바이크쉐어링</b> (빅데이터 기술 도입)  	<ul style="list-style-type: none"> <li>· (바우처 지원 전) 오프라인 기반 자전거여행 상품 운영 ⇒ (지원 후) 온라인 어플리케이션 구축을 통한 디지털 기반 체험 상품 운영</li> <li>→ 빅데이터를 활용한 날씨 예보 반영 최적의 자전거 여행 코스추천</li> <li>→ 어린이 자전거 교육프로그램 운영에 위치전송/생중계 영상 송출 기술을 개발한 어플 도입(보호자가 안심하고 보낼 수 있어 가족 단위 여행객으로부터 호평, 자전거 교육 건수 10% 증가)</li> </ul>


③(기술융합) 중기부 TIPS\* 선정 기업 중 관광분야로 확장 가능한 기술 기업 7개 발굴('22년 16.5억 원)

\* 팁스(TIPS, Tech Incubator Program for Startup) : 중기부에서 운영하는 민간 투자주도형 기술기반 창업지원 프로그램/ R&D, 사업화 등 최대 7억원 지원

< 2022 관광플러스팁스 대표 사례 >	
'테이블매니저' 융복합 관광 디지털 예약 관리 솔루션  	<b>외식산업에 적용하던 디지털 예약 인프라의 관광지/레저 부문 확대</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 고객 대상 실시간 예약 정보를 쉽게 관리하도록 하는 사업모델을 관광사업체에 적용하여 웹 기반 디지털 예약 인프라를 갖추지 않은 관광사업체의 디지털 전환 유도(안성팜랜드, 제주신화월드 등 17개사)</li> <li>- (기업성과) ▲(매출) '21년 30.7억 → '22년 40.6억 (32%↑) ▲(투자유치) 22억</li> </ul>

④(해외진출) 관광 분야 글로벌 선도기업 61개 기업 선정('21년 35개), 단계별(전략수립-해외진출-후속지원) 해외진출 지원('22년 61.5억원)

\* 해외 현지화 밀착지원을 위한 제1호 싱가포르 관광기업지원센터 개소(8.31)

< 2022 관광 글로벌 선도기업 대표 사례 >	
<p>'글로벌리어' AI기반 여행추천 B2B 솔루션</p> 	<p><b>AI기반 여행추천 B2B 솔루션의 주요 타깃국가(싱가포르, 태국 등) 비즈니스 확장</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- AI 기반 개별 맞춤 여행일정 추천 및 최적화 엔진을 개발하여 고객사(항공사, 여행사 등) 웹사이트 가입자의 맞춤형 여행 일정을 추천하는 앱 서비스 개발 대행 → 국내외 대형 항공사·공항 및 여행사 대상 계약 체결 (싱가포르항공, 타이항공, 모로코항공, 대한항공, 등)</li> <li>- (기업성과) ▲(해외투자유치) '22년 32억 ▲(법인설립) 싱가포르('22.7.)</li> </ul>

- (관광기업 지원체계 구축) 관광기업의 안정적 창업 및 협업환경 조성 등을 위한 관광기업지원센터 운영('22년 28억원)

- (입주공간 지원) '관광기업지원센터(관광공사 서울센터)'를 통한 사무공간, 회의·교육 및 네트워킹 공간 등 제공(총51개사 입주공간 지원)
- (관광기업 네트워킹) 입주기업 및 외부기업 연계 네트워킹(10회) 및 성과발표회(12월) 실시
- (입주기업 교육) 홍보·마케팅, 법률, 특허 등 관광기업 수요 맞춤형 교육으로 입주기업 역량 강화(총 11회, 66개 기업 170명 참가)
- (원스톱 지원서비스) 관광기업 대상 상시적·단계적 컨설팅 서비스 (온라인·내방·유선 491건, 전문가 심화 상담 86건) 제공 및 상담사례집 배포

○ 관광분야 일자리 창출을 위한 취업 지원 및 맞춤형 인재양성

- (취업지원 강화) 관광전문인력포털 '관광인' 및 '관광일자리센터'\* 운영, 관광산업 일자리박람회\*\* 개최 등을 통한 종합 취업지원서비스 제공

\* 관광분야 종합 취업 정보 제공, 취업컨설팅 및 현직자 멘토링, 취업특강 등 실시

\* 온라인(10.17.~11.11.) 115,135명 참여 / 오프라인(11.8.~9.) 3,754명 참가



- (전문인력 양성) 관광 분야 전문인재 양성 및 역량 강화 추진

• (미래형 관광인재 육성) 관광 분야 신기술, 트렌드 활용, 현장 중심 인재 양성체계 고도화(891명 수료) 및 인력교육 전문공간 조성(관광미래인재교육센터, '22. 12월 완공)('22년 14.6억 원)

• (신중년 및 경단녀) 취업 취약계층 대상 걷기여행 및 무장애 여행 실무자, 로컬여행 호스트 양성과정 등 운영, 취업 지원(202명 수료)

- (온라인 교육 기반) 관광산업 통합 온라인 교육 플랫폼(관광e배움터, touredu.visitkorea.or.k) 구축('22.7.) 및 운영을 통한 관광트렌드, 업종별 교육 지원 강화
  - \* 현재 288개 과정 운영중으로 회원가입 4,680명, 교육신청 32,395건, 수료 25,260건
- (우수호텔 아카데미 육성) 서비스 경쟁력 강화를 위해 호텔 실무인력, 예비 전문인력 양성 및 취업 지원 등
  - \* '22년 4개 교육기관 75명 수료, 55명 취업(취업률 73.3%)
- (지역 역량 강화) 지역 관광기업지원센터 구축 및 산학연관 협력 프로젝트 지원 등을 통한 지역 관광산업 경쟁력 강화
  - (지역 관광기업지원 거점 확대) 지역 기반 관광기업 발굴·육성을 위해 신규 4개소 구축 완료('22년 126억 원, 누적 8개소\*)
    - \* ('22년 개소) 광주(서구), 울산(울주군), 전북(전주시), 경북(경주시)
    - \* ('19~'20년 개소) 부산(영도구), 인천(연수구), 대전·세종(중구), 경남(창원시)
  - (산학연관 협력 이을 프로젝트) 기업, 대학, 연구소, 지자체 등의 지역 관광 협력 프로젝트를 지원(8개)하여 협력 성공모델 창출('22년 9억 원)

< 주요 사례 >

사업명(대상지역)	사업내용	사업단(주체별 역할분담)
야간레저&문화관광 융복합 혁신 프로젝트 『바다 위 영화극장』 (부산 수영구)	- 국내 유일 해양 야간무동력 허가를 획득한 광안리를 배경으로 각종 이벤트 및 문화상품 결합(바다 위 영화관 개장, 일몰 시간 패들 보드 위에서 영화 관람) 	▲ 산+학+관의 협력 모델 - (주관) (주)블루윙(실행 및 운영) - (참여1) 영산대(인력제공, 기업 채용 연계) - (참여2) 부산광역시 수영구(인허가 행정 및 방역지원 등)
'언제나 새로운 즐거움이 넘실대는 곳, 메타블루오션 영덕' 프로젝트 (경북 영덕군)	- 누구나 방문하여 즐길 수 있는 '메타버스 세계의 영덕'을 창조, 기존의 콘텐츠와 연계 진행 (농촌체험 프로그램, 온·오프라인 농수산물 매장운영) 	▲ 산+관+산의 협력 모델 - (주관) (주)스마트크리에이터(프로그램 기획 및 사업 실행) - (참여1) 경상북도 영덕군(프로젝트 공간 제공, 행정지원) - (참여2) 고래산권역 영농조합법인(프로그램 현장 진행)

- 지역 주민 주도형 관광사업체 '관광두레' 발굴 지원('22년 125.8억 원)
  - (지역민 주도 관광생태계 조성) 지역 고유의 문화 관광 콘텐츠를 활용한 지역주민 주도 일자리 창출 및 지역 소득 증대 건인
    - 지역 관광활동가(관광두레 PD 19명, '22.1. 선발)와 함께 신규 주민 사업체 '관광두레'(3인 이상) 발굴 및 창업지원



■ 관광두레 주민사업체 대표 운영사례



(순천맥주) 지역 농가와 계약과 직접 재배를 통해 지역 특산물 판로개척과 지역 수제 맥주 브랜딩 및 판매 청년두레



(정선나전역카페) 관광두레 사업을 통해 국내 1호 간이역 카페로 리브랜딩 연간 방문객수 3만명 이상 확보



(영월동강리버버깅) 귀촌 후 지역 청년과 함께 영월에서 두레사업에 참여하여 KBS 한국행등대수공장과 매체 출연

\* 청년두레 : 주민사업체 구성원 중 2/3이상이 청년(만 39세 이하)인 관광두레

■ '22년 관광두레 스토리 공모전 주민사업체 미담 사례

지자체	프로그램 주요내용
대전 유성구	(꽃나래허브) 교사, 간호사, 영양사 출신 평균 나이 61.3세 경력단절여성 3인이 함께 뭉쳐 꽃차 개발뿐만아니라 업사이클링 환경보전까지 영역을 확장하고 있음
부산 영도구	(봉산캠퍼스) 봉산마을, 복합문화공간 '봉산캠퍼스'를 열어 마을 어르신들을 위한 수제 꽃차&약선차 커뮤니티로 자리잡은 사례
경남 진주	(폴링인진주) 아버지의 가업을 이어 진주에서 여행업을 이어온 대표, 장애인과 비장애인이 함께하는 여행을 운영하며 로컬의 새로운 가치를 찾다



대전 유성구 꽃나래허브



부산 영도구 봉산캠퍼스



경남 진주 폴링인진주

■ '22년 관광벤처 협업을 통한 관광두레 주민사업체 여행상품 판매



(프립X순천관광두레) 순천 2주살기 웨이크업 전 회차 모객 달성(8.1~9.26/ 총 4회)



(하나투어X부여관광두레) 외국인 유학생 대상 부여 필드trip 상품 개발 및 진행(11.6)

- (지역협력 강화) ▲ 관광두레 미선정 지역 대상 예비 관광두레 PD 교육, ▲ 지원 종료지역 대상 주민사업체 사후관리 등 광역단위\*의 지역특화 관광두레 사업추진

\* '22년 기준 6개 광역지자체(부산, 인천, 광주, 경북, 경남, 전남) 지역협력사업 추진

## ② 관광산업 안전관리 강화 추진 및 지원기반 마련

### ○ 안전민박 활성화

- (캠페인 및 교육 강화) 민박사업자 대상 교육 실시, 불법의심업소 온라인 모니터링, 민박업통합관리시스템 운영, 공급자(사업자) 및 수요자(이용자) 대상 불법숙박 근절 홍보영상 온라인매체(유튜브 등) 송출
  - \* (안전·위생교육 실시) 수도권 및 4개 권역 대상 5회, 332명 교육 실시
  - \*\* (온라인모니터링) 총 1,500개 숙박업소 대상 모니터링 실시(편법운영 추정업소 446개소, 미등록 추정업소 1,162개소 발굴)
  - \*\*\* (민박업통합관리시스템 운영) 도시민박업, 한옥체험업, 호텔업, 관광펜션업 등 업소 DB 운영 및 관리(1,010건 최신화)
- (제도개선 연구) 지자체 대상 민박업 등록체계 실태조사('22.9~11월), 불법숙박영업 신고포상제 적용방안 연구('22.2월) 실시

### ○ 야영장 안전관리 및 캠핑 활성화 지원

- (안전 점검) 여름 성수기 대비 및 겨울철 화재 안전사고 예방을 위한 안전관리 실태 점검(여름: 763개소 / 겨울(진행중): 155개소)
  - (야영장 지원) 공공·민간 야영장 대상 안전·위생시설 개·보수, 화재안전성 확보, 활성화 프로그램 및 캠핑카 인프라\* 구축 지원
    - ▲안전시설: 115개소, 10.7억 원 ▲화재안전: 104개소, 4.8억 원 ▲활성화: 18개 프로그램, 4.5억 원 ▲캠핑카 인프라\*: 9개소, 3.5억 원
- \* 덤프스테이션(dump station) : 캠핑카에 상수도, 전기공급, 오·폐수 처리 지원 시설



- (안전캠페인 및 교육 강화) 사업자 온라인 안전교육(총 2,321명) 및 지자체 담당공무원 교육(온라인 129명/집합교육 80명, 11.17~18.) 실시, 안전캠핑 안내자료 제작·배포(총 3,300개소, 65만 부)
- (관계부처 협업) 국조실 주관 관계부처 합동 '캠핑 인프라 확충 및 관리체계 개선방안 마련 및 정부업무평가위원회 안건 상정('22.11.18.)

- 유원시설 안전관리 개선을 통한 관광산업 안전 환경 구현
  - (안전관리) 상·하반기 안전관리 실태점검(지자체·검사기관 합동) 및 법·제도 정비\*를 통한 사업체 운영 안전성 강화, 유원시설 안전성 검사기관 지정을 통한 안정적 검사 및 확인검사 추진
    - \* 미니기차 안전벨트 의무화(유기시설 또는 유기기구 안전성검사 등의 기준 및 절차 개정 및 시행, '23.1.1.)
  - (안전교육) 안전관리자 안전교육(6회, 287명), 종합·일반유원시설 사업주 교육(4회, 108명), 물놀이형 안전요원 양성교육(2회, 97명), 기타유원 시설업 사업자 대상 온라인 교육(연중 상시) 등 실시
  - (중소 영세사업체 기술 지원) 자체 안전관리 시스템이 취약한 중소 영세사업체에 대한 점진 지원을 통해 상시안전관리 역량 제고
    - \* 지원대상 업체 선별('22. 161개소) 및 업계 전문가 등으로 구성된 안전 관리점검단 구성(28명)을 통한 방문 기술 지원

### ③ 현장과 함께하는 관광산업 규제개선 및 제도정비

- (규제개선) 관광산업 규제혁신을 통해 관광기업 부담완화 및 원활한 시장 진입 촉진('22.6~12월/시행령 1건, 시행규칙 3건)

<b>규제개선을 통한 업계불편 및 부담 완화</b>	▶ <b>관광펜션업 층고 기준 완화</b> (관광진흥법 시행규칙 별표2) * 시행령 개정 및 시행(22.10.17.) <b>(개선내용)</b> 관광펜션업 층고 요건을 '3층 이하' 에서 '4층 이하'로 완화
	▶ <b>휴양업 기준 간소화</b> (관광진흥법 시행령 별표1) <b>(개선내용)</b> 식물원, 수족관, 온천장, 농어촌 휴양시설의 개별시설 등록 기준 완화 *22.12.입법예고 및 법제처 심사 중
	▶ <b>허가신청 서류 등 간소화</b> (관광진흥법 시행규칙 제16조제2항 및 제7조) <b>(개선내용)</b> ▲경매·압류재산 매각 등 사유로 관광사업 지위 승계 시 양도인 서명 생략 *22.12. 법제처 심사 중, ▲유원시설업 허가신청 시 주민 등록 기재서류 추가제출 생략 *22.12. 입법예고

- (안전제도 정비) ▲쾌적한 야영환경을 위해 야영장 침구류에 대한 위생기준 강화, ▲유기기구의 신설·이전으로 인한 등록 시에도 안전 관리계획서를 제출하도록 의무화('22.10.17.), ▲유아들이 탑승하는 미니기차의 안전벨트 설치 의무화('23.1.1. 시행)

- (규제샌드박스 추진) 관광산업 규제특례 지정 과제 관리 및 규제정비를 위한 관계부처·관련 업계 등 협의 진행

과제명	승인과제 규제특례 내용	규제정비 노력
서울 지하철역 중심 공유숙박 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(현행) 도시지역 거주 주택에서 외국인관광객에 한하여 숙박 제공 허용</li> <li>○(특례) 도시지역 거주 주택에서 연 180일 이내에서 내국인+외국인 관광객에게 숙박 제공 허용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○도시민박 민관협의체* 운영 논의('22.11.10.)</li> <li>* 관계부처, 숙박업계, 중개업계 등 관계자 10명 내외 구성</li> <li>○논의결과 등 반영하여 관광진흥법 개정안 마련(~'23.12월)</li> </ul>
이동형 가상현실 체험 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(현행) 일정 공간의 영업장 내 유기기구를 설치·운영</li> <li>○(특례) 이동형 버스트럭 내에 가상현실 체험 유기기구를 설치·운영 허용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○'22년 기준 7개 업체 특례 지정 및 사업 운영 중</li> <li>○제도개선 마련 연구용역 실시('22.12~'23.6)</li> </ul>
글램핑용 조립식 돔텐트	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(현행) 야영시설(글램핑)은 주재료가 천막인 경우에 한하여 설치·운영 가능</li> <li>○(특례) ①합성수지(HDPE) 재질 및 ②유리섬유강화 플라스틱(FRP) 재질로 제작된 돔텐트를 야영장에 설치할 수 있도록 특례 승인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○유리섬유강화 플라스틱 재질 돔텐트에 대한 실증특례 신규 승인('22.6월~'24.6월)</li> <li>○제도개선 마련 연구용역 실시(~'22.12.) 및 관계부처(국토부) 협의 진행(10.18)</li> </ul>

#### 4] 관광사업체 코로나19 피해 회복 및 관광산업 활성화 지원

- (방역 지원) 관광숙박업소 방역비 지원('22년 24억 원/'21년 이월), 유원시설업 방역물품 지원('22년 74억 원/'21년 이월)으로 관광업계 피해 회복 지원 및 국민이 안심하고 이용할 수 있는 관광산업 환경 마련
- (회복 지원) 숙박할인권 배포(1,103,873건 발급/315억 원 규모)를 통한 관광 내수 진작\*, 호텔등급평가 유예(~'22.12월) 및 외국인관광객 숙박요금 부가세 환급 연장(~'25년) 등 업계 부담 완화

\* 숙박지출액 1,549억원 및 여행지출액 4,894억 원 등 할인권지원금의 11배 지출 발생('22년 숙박할인권 성과분석, 한국관광공사)



## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	17점 (완수)	○ 관광벤처기업, 관광두레 등 발굴·육성 지원, 전문 인력양성 교육 등 관광산업 회복 및 활성화 지원 위해 추진 계획상의 주요과제 적시 완료
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	24점 (보통)	○ ① 예비관광벤처 발굴 지원 수(개)는 △최근 3년 평균 실적 (163개, '19~'21년) 대비 23% 상향, △전년 실적('21년 180개) 대비 11% 상향으로 적극적 목표치 설정
			○ ② 관광두레 신규 주민사업체 발굴 수(개)는 △최근 3년 평균 실적(152개, '19~'21년) 대비 58% 상향, △전년 실적 ('21년 216개) 대비 11% 상향으로 적극적 목표치 설정
			○ 가깝게 혁신 관광벤처 발굴 및 육성 지원을 통해 일자리 창출 등 지역 경제 활성화에 기여
			○ 가깝게 지역주민 주도 관광사업체 발굴을 통해 지역의 양질의 일자리 창출 등 경제적 이윤과 사회적가치를 함께 추구, 청년·다문화구성원 등 사회적 약자 등에 기회 제공 및 공동체 의식 제고를 통한 사회통합에 기여
2-2. 정책 효과성(30점)	총점	26점	○ 창의적·혁신적 관광벤처기업 발굴 및 지원을 통해 관광산업 외연확장 및 4차산업혁명 등 미래 환경에 대응한 디지털전환 지원, ICT융합·현장중심 교육 추진으로 관광산업 선도기반 구축
	①	18점 (우수)	
	②	4점 (우수)	
	③	4점 (우수)	
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	9점 (우수)	○ '21년 자체평가 결과 개선조치 이행 -(제시) 관광기업 투자시 ESG 구성요소 고려 필요 -(실적) ①관광두레 주민사업체 스토리공모전 개최 시 ESG 분야 우수사례 발굴 및 홍보 지원('22.9~), ②'관광기업 이음주간(9.19.~23.)' ESG 테마존 구성·전시·체험을 통해 ESG 실천 관광벤처기업 우수사례 확산 ○ '22년 자체평가위원회 운영 시 제시사항 이행 -(제시) 대학생 창업기회 제공 등 대학 연계 강화, 관광 일자리센터 기능 확대 및 지역주도 관광인력 양성 홍보 등 -(실적) ①160여개 대학 창업보육센터 대상 관광벤처 공모전 홍보(2월) 및 일자리박람회 계기 대학생 창업 성과 공유(11월) ②관광전문인력포털 기능 강화(취업서비스 상시지원 컨설팅 세분화 등) ③지역대학 연계 '청년 예비주민사업체(3개 대학 6개 사업체 발굴) 및 청년관광두레 서포터즈(5개팀) 운영 ○ 언론보도·외부기관 지적사항 조치결과 -(제시) 키즈카페 미니기차 안전사고 발생, 카라반캠핑장 위생 불량 지적(한국소비자원) -(실적) ①미니기차 안전벨트 의무화 시행(고시개정, '23.1.1.~) ②야영용카라반 및 글램핑 시설의 침구류 위생 기준 강화(시행규칙개정, '22.10.17)
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영 (10점)	9점 (우수)	○ 업종별·분야별 장·차관 주재 간담회 개최 등 의견 수렴 및 애로사항 등 청취 -△'23~'27 관광진흥기본계획 및 국정과제 수립 시 정책반영, △업계 부담 완화를 위한 규제정비(시행령 1건, 시행규칙2건), △新관광사업 개척을 위한 관계기관 등 협의 추진

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 코로나19 이후 관광수요 회복에 대응, 관광산업 경쟁력 강화를 위한 규제완화 법제화 등 제도 개선과 융복합 협력 사업 등을 추진하여 고부가 관광산업 성장 기반 마련
  - (마이스) 국제회의산업법 및 시행령 개정을 통한 규제 완화, 업계의 디지털 활용 역량 강화를 위한 인력양성 사업 및 기술 지원
  - (웰니스) 웰니스관광 산업 법제화 방안 연구 웰니스관광 협의체 운영
- 의료·웰니스 포함하는 한국테마관광박람회 통합 개최, 해외의료 박람회 참가, 한국마이스박람회 등을 계기로 방한 외래관광객 유치 기반 마련 및 융복합 관광지로서의 인지도 제고

## □ 주요성과

- **(MICE산업육성지원)** 국제회의 지원 대상 확대, 디지털 역량 강화 지원 및 지역 국제회의산업 육성 지원 등을 통해 코로나19 이후 마이스업계 재도약 지원 및 관광산업 활성화 기반 마련
  - **(국제회의산업 규제 완화 및 법제화)** 국제회의업·국제회의시설 범위 확대, 국제회의 기준 완화, 국제회의복합지구 지정요건 완화 등 규제 완화를 통한 국제회의 지원 대상 확대 및 국제회의산업 활성화 추진

- **국제회의업 및 국제회의시설 범위 확대**(관광진흥법 및 국제회의산업법 일부개정/22.9.27.)
  - ▲관광사업 중 국제회의업에 기업회의를 포함하는 등 산업 육성을 위한 지원 근거 마련, ▲국제회의 정의에 기업회의를 포함하고 국제회의시설 정의에 지원시설 추가
- **국제회의 기준 완화**(국제회의산업법 시행령 일부개정/22.12.27.)
  - 국제회의 소규모화 경향 및 해외기준을 고려하여 포스트코로나 시대에 적합한 수준으로 국제회의 기준(회의 참가국, 참가인원, 참가일) 완화
- **국제회의복합지구 지정요건 완화**(국제회의산업법 시행령 개정/22.8.2 및 관련 고시 재개정/22.9.20.)
  - 코로나19 장기화로 인한 외국인 국제회의 참가 감소 등 반영하여 복합지구 지정을 위한 외국인 수 요건 완화 및 집적시설 대상 범위 확대



- (디지털 기술 지원) 마이스기업 대상 디지털 전환·기술 개발 지원 및 지역 국제회의행사 대상 맞춤형 첨단 회의 기술 지원
  - \* MICE기업 대상 온라인 전시 플랫폼, 참가자 안심케어 플랫폼, 메타버스 기반 솔루션 등 디지털 기술 개발 지원을 통한 디지털 전환 추진(86개사, 45억원)
  - \*\* 지역 국제회의행사 대상 행사별 특성에 따라 모바일 앱, 메타버스, 가상공간 플랫폼 등 첨단 회의 기술 적용 지원(4개 지역, 8.4억원)
- (디지털 전문인력 지원) 마이스산업 디지털 전문인력 일자리 지원 및 마이스 재직자 대상 디지털 역량 강화 교육 지원
  - \* 컨벤션학과 등 관련 전공생, 국제회의업계·디지털 기술 분야 재직자 대상 온라인 국제회의 기획·홍보, 회의기술 개발·활용분야 고용 지원(400명 대상, 45억원)
  - \*\* 마이스업계 재직자·채용예정자 대상 디지털 마이스 기획, 데이터 등 온·오프라인 교육 프로그램 제공을 통한 교육 지원(1,000명 대상, 8억원)
- (국제회의복합지구 지정 확대) 국제회의복합지구 지정요건 완화를 통해 국제회의복합지구를 추가 지정(2개, 대전, 경북 경주)하여 지역 국제회의 유치 경쟁력 제고('22년, 5개 →'23년 7개 지원 예정)
  - \* 국제회의복합지구 기지정 현황(총 5개 지구) : 인천, 경기 고양, 광주, 부산, 대구



- (지역 마이스 기반 조성) 지역 회의시설 내 디지털 공간 조성, 국제회의복합지구 내 온라인 회의시스템 등 디지털 인프라 확충
  - \* 디지털 마이스 공간 조성(경남 창원, 경북 구미, 전북 군산), 국제회의복합지구 국제회의공간 조성 지원(대구 XR스튜디오, 고양 킨텍스 K-스튜디오 구축 등)
- (한국마이스박람회) MICE 기업 및 관련 협·학회, 국내·외 바이어, 지역컨벤션뷰로, 지자체 등 이해관계자 참여, 마이스 기업 상담 및 업계 교류의 장 마련(224개 기관, 2,157명 참여 → 전시 및 비즈니스 상담 3,162건)

- (의료관광) 의료관광 거점국\* 중심 홍보 마케팅 및 방한 의료관광객 맞춤형 서비스 제공\*\*, 한국의료 기술과 결합한 의료관광상품 개발·판촉\*\*\*, 지역 의료 관광 경쟁력 확대를 위한 클러스터 운영('22년 4개소)
  - 정기적인 협의체 및 공동 사업을 통해 의료관광 육성(문체부), 한국의료기술 진출(복지부) 협력 사업·방안 논의

\* (러) 모스크바·블라디보스톡, (몽골) 울란바토르, (인니) 자카르타, (카자흐) 알마티 등

\*\* 의료관광 박람회 개최('22.10월), 의료관광 안내센터 운영('22년 3개소/서울, 인천, 부산)

\*\*\* 의료관광 상품 개발 공모전(19개 업체), 전세기형 방한 의료 관광단 유치('22년 총 4회 622명)

- (웰니스관광) 웰니스관광 산업 법제화\* 방안 연구('22.5.~'23.1.), 지역 웰니스관광 특화 자원 발굴을 위한 웰니스 관광 클러스터 운영('22년 4개소) 및 추천웰니스관광지 확대('21년 51개 →'22년 58개), 웰니스관광 상품 개발(공모, 8개 업체)

\* (주요내용) ▲정의 ▲관계부처 정책 위원회 ▲산업 육성 기본 계획 수립 및 지원  
▲치유관광산업지구 지정 ▲이용기반 조성 ▲실태조사 ▲연구개발 등

- (크루즈관광) 크루즈 운항 정상화에 대비, 크루즈관광 콘텐츠 개발 및 업계 네트워킹 지원
  - (기항지 관광 콘텐츠 개발) 기항지(포항) 체험형 관광 프로그램 개발
  - (업계 교류 지원) 코로나19 이후 크루즈 운항 정상화에 공동 대응하기 위한 제13회 크루즈발전협의회 개최(6.17, 서울), 크루즈관광 재개시 업계 판로 개척을 위한 2022 한국크루즈박람회 개최(10.19.~20, 여수)

#### ■ 2022 코리아 크루즈트래블마트



기업간 상담



기항지 유치설명회

- 한국 문화콘텐츠의 관광상품화 및 해외홍보·마케팅 지원
  - (고급관광) 한국 테마관광 박람회(B2B) 개최(10.12.)로 코로나19 이후 방한 시장 회복 기반 조성 및 관광업계판로 개척\*, 글로벌 고급관광 네트워크 활동(Signature, Traveller Made)

\* (성과) 17개국, 88개 해외 구매사 참가, 약 1천 건 구매 상담 진행

- (공연관광) 대표 공연관광축제 '웰컴 대학로(9.24~10.30.)' 추진\*으로 한국의 브로드웨이 조성 및 세계적인 공연관광 콘텐츠 발굴·홍보

\* 개막식 총 32개팀 참석 K-Stage(온라인 공연) 약 55만명 대학로 상권 연계 5천원 할인권(15천장) 배포 등

\*\* 필리핀, 싱가포르, 터키, 일본, 타이페이, 영국(에든버러 축제 연계) 내 한국공연관광 (웰컴대학로) 홍보 및 행사 진행(예 - (일본) 한국 인기 배우 기자인터뷰 및 팬미팅)

■ 공연관광 축제 웰컴대학로 관련 보도(약 5백 건)

▶ (홍보대사) <오징어게임> 배우 오영수, <스우파> 안무가 모니카, 한국 공연 관광 세계에 알린다(7.25.)

\* 한국공연관광 홍보대사 오영수, 2022 웰컴대학로 홍보대사 모니카 씨 위촉

▶ (방일홍보) '한(韓)의 브로드웨이' 배우 김영민 일본인 1,200명 앞에서 대학로 매력 발산

▶ (개막식) 한국 대학로, 세계적 공연 관광지로 뜬다.(9.21.) / 2022 웰컴대학로, 지 대학로는 지금 공연축제 열기로 가득(9.25.)

\* 차없는 대학로에서 개막식, 32개팀 거리공연으로 공연관광객 매료

- (스포츠관광) 동계 관광 목적지로서 인지도 제고 및 방한 관광객 유치를 위한 '윈터코리아페스티벌'\* 개최('22.12~'23.2월), 생활스포츠 연계 외국 관광객 방문\*\* 유도

\* ▲특화상품 개발 및 판촉지원(1,100명 목표) ▲2024 강원 동계청소년올림픽 연계 홍보 등

\*\* 해외 사이클링 동호회(3월, 11월), 트레킹 동호회(6월), 태권도 단체(10월) 방문

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20점 (완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○코로나19 상황에 따라 마이스, 의료 및 웰니스관광 육성, 크루즈관광 활성화 사업을 탄력적으로 추진하여 계획 완수</li> <li>○의료·웰니스 관광 박람회(한국 테마관광 박람회와 연계) 및 웰니스관광 페스타 개최(10월)</li> </ul>	
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	30점 (매우우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○성과지표의 적극성 : 우수/ 목표달성도 : 우수</li> <li>- (마이스) 코로나19 장기화 상황에도 불구하고, 전년도 실적치(66천명) 대비 5% 증가한 69천명으로 설정하여 적극성 인정/ 마이스행사 지원실적은 코로나19의 확산으로 2020년 11월 이후 적용한 완화된 국제회의 지원기준을 22년말까지 연장하여 적극적으로 업계 피해회복을 지원한 결과 목표 달성 예상('23.2월 최종 집계 완료 예정)</li> <li>- (의료웰니스) 코로나19 상황에도 직전년도 목표치(10만명)에서 10% 증가한 11만명으로 설정하여 적극성 인정</li> </ul>	
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	30점	<p><b>&lt;성과발생정도&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○국제회의산업 관련 규제 완화, 국제회의복합지구 추가 지정 및 디지털 마이스 공간 조성 확대, MICE기업 디지털 전환·전문인력 역량 강화 지원 등을 통해 산업 경쟁력 제고</li> <li>○해외 관광박람회 등 온·오프라인 행사를 통한 해외 홍보 및 관광수요 다각화를 위한 웰니스관광 페스타 개최, 의료관광 업계 팸투어를 통한 의료·웰니스관광 인지도 제고 및 수요 발굴</li> </ul> <p><b>&lt;향후 정책효과 기대정도&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○국제회의 지원 대상 확대, 국제회의복합지구 지정 및 디지털 마이스 공간 조성 확대, 디지털 활용 역량 강화를 통해 코로나19 이후 마이스산업 재도약 및 방한 관광 확대에 기여 예상</li> <li>○해외관광객 관심 유지, 수용여건 개선, 업계 역량 강화 및 네트워킹 지원을 통해 코로나19 이후 방한 의료웰니스관광 조기 회복 기여 예상</li> </ul> <p><b>&lt;과제수행의 상위정책 기여 여부&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○국제회의산업 관련 규제 완화, 지역 국제회의산업 기반 조성 및 마이스분야 디지털 역량 강화 등을 통해 업계 경쟁력 강화·관광산업 활성화 기반 마련</li> <li>○의료관광 홍보콘텐츠 제작·송출 및 국내외 관광박람회 등을 통한 잠재수요 확보, 웰니스관광 페스타 개최를 통한 웰니스관광지 체험 기회 제공 및 이용객 증대로 고부가관광 육성에 기여</li> </ul>
		①	20점 (매우우수)	
		②	5점 (매우우수)	
③	5점 (매우우수)			
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도(10점)	10점 (매우우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○국정과제 이행상황 점검 등을 통해 계획 대비 추진 상황을 정기적으로 확인하였으며, 자체평가 결과에 대한 환류 및 지속 개선 추진</li> </ul>	
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10점 (매우우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○마이스산업발전협의회 운영(3회), 업계 및 지자체 간담회(수시), 유관기관 참여 크루즈발전협의회(2회)를 통해 현장 의견 수렴 및 정책 반영하여 사업 적극 시행</li> <li>○의료·웰니스 관광 협의체 참석(2.24, 3.3), 실무협의회(4.20), 웰니스 전문가 간담회(5.4), 의료관광 간담회(12.1, 12.15) 등 의견 수렴 실시</li> </ul>	

(1) 평가결과

□ 총평

- 지역에 하루 더 머무는 여행목적지 발굴을 위한 '남부권 관광개발 계획' 수립(잠정 3조 규모), 글로벌 컨설팅을 통한 '포스트코로나 관광개발 방안' 연구 등 지속가능 관광개발 전략 마련
- 광역권 관광개발, 관광거점도시 육성, 계획공모형 지역관광개발 등 지역의 우수한 관광자원과 문화콘텐츠를 연계한 경쟁력 갖춘 관광 자원의 체계적·지속적 개발 및 지역경제 활성화
- 지역 주도 관광개발사업에 대한 맞춤형 컨설팅 및 빅데이터 기반 관광개발사업 성과분석 체계를 구축, 지역관광발전지수 분석 등을 통해 관광자원개발 사업의 경쟁력 제고 및 정책 방향성 제시

□ 주요성과

① 지역 맞춤형 지역관광 발전전략 추진


- (남부권 광역관광개발) 남부권의 해안과 내륙, 다도해 섬 자원 활용, 체류형·체험형 여행명소 조성 및 '휴양·감성치유·일상여행' 관광기반 확대를 위한 'K-관광 휴양벨트' 구축 추진(계획수립, '22.3-'23.3)

\* (대상지역) 부산·광주·울산·전남·경남 등 5개 시도, 40개 시군/ 잠정 3조규모

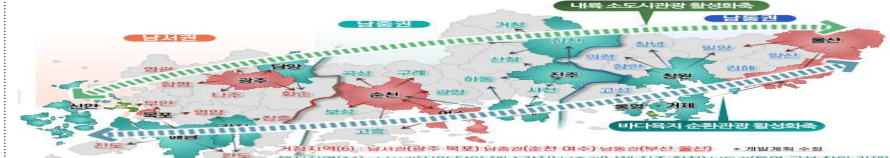
**<남부권 광역관광개발 권역별 전략(안)>**

▲(남서권) 남도문화 예술지대 구축 ▲(남중권) 한국형 웰니스 관광지대 형성  
 ▲(남동권) 해양문화체험 휴양지대 형성

소권역	소권역별 전략		거점·핵심
남서권	1 남도형 아름다운 예술섬 연출	3 다채로운 산(Scene) 관광갤러리 조성	√거점 : 광주, 목포 √연계 : 담양, 신안, 강진
	2 스토리가 있는 관광루트 세계화	4 남도다움 리브랜딩 관광진흥	
남중권	5 한국판 웰니스관광 활성화	7 스토리텔링 접목 로컬투어 확대	√거점 : 여수, 순천 √연계 : 지리산, 합천
	6 산촌산림관광 매력자원 확충	8 남중권 관광 신활력 증진	
남동권	9 세계 일류 해양관광도시 도약	11 자연사람 공존 관광벨트 구축	√거점 : 부산, 울산 √연계 : 통영, 창원
	10 문화 콘텐츠 접목 관광스토리 구현	12 글로벌 메가관광권 형성	



거점확산 모형



광역권 설정(3대 소권역 및 2대 활성화축)



- (글로벌 관광루트) '포스트코로나 시대 관광개발 방안 연구'를 통해 지속가능 관광 전략 모색, 광역개발 마스터플랜 및 생태 웰빙 관광 루트 개발을 위한 기본구상(가칭 북부권)\* 수립 추진 ('22.8.~23.10.)

\* 국제 컨설팅(PWC)과 국내 광역개발 전문 연구기관(문광연) 협업 통해 글로벌 전략 마련(15억)

- (광역관광개발 중간평가) 서부내륙권 광역관광개발(세종·충남·전북/ '17~'26) 사업 성과 모니터링, 규모 적정성 검토 등 집행효율화, 추진 방향 컨설팅 및 우수사례 발굴을 통해 광역개발 성과 제고

\* 서부내륙권 광역관광개발 중간평가(한국관광개발연구원/ 2억) : '22.4~'23.2.



- (지역관광발전지수 분석) 지역별 관광 소비력(관광객수, 만족도 등), 수용력(객실수, 관광자원 등), 정책역량(홍보·인력 등) 수준 분석을 통해 지역 맞춤형 관광개발 정책 기반 마련(1등급 발표 등)

\* (대상) 17개 광역시·도 및 152개 시·군, 34개 세부지표(문광연) : '21.4.~'22.7.

① (지수 총점) 광역 89.89('19년도 91.44, △1.45), 기초 88.38('19년도 88.89, △0.51)
② (분야별 점수) '관광만족도', '관광지출액' 등 관광소비력 지수 증가 수용력정책역량 감소
③ (1등급 지자체) △(광역시·도) 제주·강원, △(시·군) 강원(평창·속초·양양·고성·정선), 충북(단양), 전남(여수), 경북(경주·울릉), 전북(무주)

## ② 지역 특화 관광 매력도시 육성 및 광역권 관광개발을 통한 지역경제 활성화

- (광역관광개발 추진) 지역의 역사·문화·생태자원을 4개 권역별\*로 연계·개발 추진, 경쟁력 있는 관광자원 확충('22년 593억원)

\* ①서부내륙권 광역관광개발, ②충청유교문화권 광역관광개발, ③중부내륙권 광역관광개발, ④한반도 생태평화벨트 조성사업

	사업명	권역	사업기간	총사업비(국비)	기지원액(국비)	'22 예산(사업수)
	서부내륙권	세종충남 전북	'17-'26	6,167억원 (2,626억)	856억원	276억원 (19개)
	충청유교문화권	대전세종 충북충남	'19-'28	7,947억원 (3,547억)	345억원	204억원 (23개)
	중부내륙권	강원충북 경북	'13-'22	2,670억원 (1,199억)	925억원	80억원 (5개)
	한반도생태평화벨트	인천경기 강원	'13-'22	2,391억원 (1,056억)	936억원	33억원 (3개)



- 시도 **현안점검 회의**(분기별)를 통해 실집행률 상시 점검 체계 마련, 우수사례 공유 및 지역관광 현장 소통 활성화
  - \* (참석대상) 관광산업정책관(주재), 15개 시도 관광국(과)장/ (개최실적) '22. 3. 4, 6.29, 9.20, 12.21(총 4회)
- 집행 부진사업에 대한 **문체부-지자체 합동 현장 점검**(9.19.~10.7., 22개 사업)\*을 통해 실집행률 제고 및 현장 애로사항 청취
  - \* (주요결과) 2회계연도 초과 이월 등 5,873백만원 반환, 민원·부지매입 곤란 사업 중단 조치 등

○(관광거점도시 육성) 외국인 관광객 국내 유치를 통한 서울 외 지역으로 확산 및 권역별 과급 효과 창출을 위해 최근 관광 트렌드 반영 등 **관광거점도시별 기본계획 완성도 제고 및 통합 홍보·마케팅, 추진성과 관리체계 구축으로 사업성과 창출**

- 도시별 사업계획 적정성 재검토 결과\* 및 **관광 환경 변화에 따른 기본계획 보완\*\***
  - \* 도시별 사업계획 적정성 재검토 결과('21.12월)에 따른 사업규모 확정 및 기본계획 반영('22.2월 (사업규모) 5,638억원 /부산 1,391억, 강릉 1,021억, 전주 1,277억, 목포 973억, 안동 976억
  - \*\* 사업계획 적정성 재검토 기간소요, 사업별 장애요인 발생·문화재 현상변경 불허 사업대상지 변경 등 당초 계획보다 사업 추진에 차질이 있었던 상황에서, 빠르게 변화하는 관광 트렌드에 맞춰 기존 기본계획의 완성도 제고를 위한 기본계획 보완 추진('22.9월~'23.2월)
- **관광거점도시 해외 인지도 제고를 위한 통합 홍보·마케팅 추진('22.5월~)**
  - \* 거점도시 홍보 중점국가 대상 해외 현지 맞춤형 홍보(싱가포르 8월 태국베트남 9월 미국 프랑스 10월 영국 일본 11~12월), 메타버스(제페토) 활용 거점도시 홍보 및 이벤트(11월), 해외 주요박람회 참가 (영국 11월 베트남 12월), 글로벌 매체(CNN) 홍보영상 송출(부산 안동 10월 목포 전주 강릉 11월)

비전	대한민국의 또 다른 매력, 관광거점도시		
도시별 추진 방향	부산	영화와 축제, 여행의 자유가 있는 해양문화도시, 부산	
	강릉	한국적 풍류와 풍경이 있는 세계적인 관광도시, 강릉	
	전주	가장 한국적인 한(韓)문화 관광거점도시, 전주	
	목포	시간을 걷는 도시, 낭만항구 목포	
	안동	대한민국 대표 유네스코 유산 관광도시, 안동	
※ 추진전략 : ① 도시별 관광인지도 강화 ② 도시 관광접근성 향상 ③ 특색 있고 매력적인 즐길거리 개발 ④ 편리하고 안전한 여행환경 조성 ⑤ 지속가능한 지역관광 생태계 조성			

- 체계적 성과 관리를 위한 상시 점검체계 구축·운영
  - \* (상시점검체계) 도시별 사업추진 실적 관리카드 및 연차별 예산집행 현황 점검(매월), 장기 사업 추진상황 보고, 재정집행 점검회의(8월), 전문 컨설팅(전문가 지문, 현장 컨설팅, 공동연수 등)

**[관광거점도시 추진 주요 성과]**

·(부산) 홍보마케팅 강화를 통해 '23년 경험하고 싶은 25개 도시 선정(내셔널 지오그래픽, '22.11), 외국인 관광객수 전년 10월 대비 423.8% 증가('22.10월 기준, 부산관광공사 집계)

·(강릉) '26 ITS(지능형 교통체계) 세계총회 개최지 선정('22.9월)-

**[관광거점도시 실질행률 향상]** 상시점검 체계 운영으로 전년 대비 연차별 사업 실질행률 20.4% 증가( '21년 27.9% → '22년 48.3%)

○ **(계획공모형 지역관광개발)** 지역 주요 관광거점 연계 기능을 고려하여, 지역주도로 지역의 특화 유휴 관광자원 및 문화 콘텐츠를 중앙과의 협력을 통해 연계 관광자원 개선, 관광콘텐츠 및 브랜드 개발, 관리운영 체계 지원 등 지역 관광개발 역량 제고 및 지속 가능한 지역관광생태계 구축

- '21년 선정 5개 지역별 기본계획 수립 완료('21.6월~'22.10월) 및 '22년 사업 본격 추진
- 기존 선정지('19~'20년, 10개) 사업 전문 컨설팅 및 모니터링, 성과관리체계 구축
- \* 도시별 사업추진 실적 관리카드 및 연차별 예산집행 현황 점검(매월), 정기 사업추진상황 보고, 전문 컨설팅(전문가 지문, 현장 컨설팅, 공동연수) 등 성과제고를 위한 상시 점검체계 구축 운영
- \* 선정현황 : ('19년) 서천, 합천 / ('20년) 수원, 정선, 강진, 남원, 아산, 제천, 포항, 사천 / ('21년) 삼척, 단양, 진안, 영주, 남해

○ **(폐광지역 관광산업 육성)** 유관기관(강원도 관광재단) 협업을 통한 강원도 폐광지역 관광 콘텐츠 개발 및 홍보·마케팅 추진으로 폐광 지역 관광 및 지역경제 활성화 기여('22년 국비 10억)

- \* 폐광지역 오감만족 캠핑장, 미각여행 콘텐츠(백종원 클라쓰), 폐광지역 골목여행 및 전통시장 활성화(TV조선 '화요일은 밤이 좋아\_동원아 여행가자') 등

○ **(제주관광진흥지원)** 한한령 완화 등 국제관광시장 여건 변화를 대비한 제주도 MICE 기반시설 확충 사업 추진을 통해 지역관광 활성화 도모

- \* 사업추진실적 제고를 위한 현장점검 실시(관광산업정책관, 10.13.~10.14.)

**③ 지역관광개발 지원체계 구축**

○ **(컨설팅·평가체계)** 지역 주도 관광개발사업에 대한 맞춤형 컨설팅 및 빅데이터 기반 관광개발사업 성과분석 체계 구축

- \* **(성과분석)** 빅데이터(통신, 소비, 교통, 소셜 등) 기반 성과분석(관광객 증감, 소비액 증감 등) 체계 구축
- \* **(전문가 의견수렴)** 업계, 학계 등 분야별 자문단 운영(6월~12월)
  - 자문단 구성: 사회/관광이슈, 지역/관광개발, 홍보/상품화, 빅데이터 및 성과분석 등 분야별 전문가 9명

- (역량 강화) 관광개발 업무 담당자 역량강화를 위한 온라인 및 현장 교육 병행 실시
  - \* (기초교육) 온라인 교육 상시 운영(10강/문체부 나라배움터, 관광공사 관광교육센터)
  - \* (심화교육) 관광개발 이론 및 현장답사 추진(2회 총 70명 참석)
- (관광개발 정보 제공) 관광개발사업 관련 데이터베이스의 지속적 수집·제공을 통해 관광개발 정보의 통합적 관리체계 구축
  - \* '21년 관광(단)지 사업 분석 정보 공개, '22년 관광시설 유형 등의 구분에 따른 행정 절차 분석 정보 공개 등
- (지자체 공무원 역량 강화) 관광개발사례 분석, 지자체 담당자의 애로사항, 개발 단계의 시사점 등을 공유하는 현장이야기 등 실무 활용 콘텐츠 상시 운영

#### ④ 지역경제 민간투자 활성화 지원

- (관광투자유치 지원)
  - 지역관광 투자활성화를 위한 맞춤형 컨설팅('22.7월~12월/6개소)을 추진하고, 지자체 투자유치 담당자 역량 강화 교육 등 개최(총2회)
  - 지자체-관광벤처 연계를 통한 지역관광자원 활용 민간투자 활성화(포천 등 5개 지자체 협업사업 추진)
- (기업도시 지원)
  - 기업도시 브랜드 홍보(영상제작, 팸투어 등)를 통해 인지도 제고 및 투자유치 활성화
  - 기업도시 기반시설(진입도로, 보행교 등) 지원을 통해 기업도시 접근성 제고 및 물류비용 절감 효과 기여

#### □ 미흡 원인분석 결과

- 성과지표 중 지역관광개발사업 기획평가 만족도(4.14점)가 목표치(4.24점)에 미달
  - 만족도 조사 대상인 평가대상 지자체 담당자와 평가위원의 표본수(53명)가 과소하여 편차가 크며, 만족도의 경우 만점에 가까워질수록 큰 폭으로 상승하기에는 한계

□ 개선보완 필요사항

- '지역관광개발사업 기획평가 만족도' 지표가 동 관리과제에서 차지하는 비중 및 추진 성과를 대표하는 정도, 상호 연관성 등을 종합 고려하여 대체 성과지표 발굴 검토 필요

(2) 평가지표별 평가결과 (1페이지)

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	17점 (완수)	○'22년 성과관리시행계획 분기별 추진계획상 일정에 따라 남부권 광역관광개발 계획 수립, 포스트코로나 관광개발방안 연구, 관광거점도시 육성, 계획공모형 지역관광개발 등 관련 사업들을 충실히 이행하고, 각종 지역별·사업별 현안 문제에 대해 전문컨설팅 및 현장점검 등을 통해 적극적으로 대응함
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	21점 (다소부진)	○광역관광자원개발 공정률(%) 성과지표의 목표치는 전년 실적(69.9%)에서 코로나19 및 사전행정절차 등에 따라 하향된 38.9%로 설정하였으나, 실집행을 점검 및 현장점검 등을 통해 공정률 실적은 62.1%로 초과 달성함  ○지역관광개발사업 기획평가 만족도(점) 성과지표의 목표치는 전년 실적(4.12점)을 대비 상향된 4.24점으로 적극적으로 설정하였으며, 만족도 실적은 4.14점으로 전년도 대비 0.02점 상승함
		총점 23점	○남부권 관광개발 계획, 포스트코로나 관광개발 방안, 지역관광발전지수 동향분석 개편, 등 맞춤형 지역 관광 발전 기반 조성  - 남부권 광역관광 개발계획 수립 연구('22.3~'23.3월) - 포스트코로나 관광개발 방안 연구('22.8~'23.10월) - 서부내륙권 광역관광개발 중간평가 연구('22.4~'23.2월) - 지역관광발전지수 동향분석 연구('21.6~'22.7월)
	① 17점 (우수)		
	② 3점 (우수)		
2-2. 정책 효과성(30점)	③ 3점 (우수)	○계획공모형 지역관광 개발, 광역관광 개발 등 지역 특화 관광개발로 지역관광 및 지역경제 활성화 견인 등  - 계획공모 사업지역 ('21년 선정지 5개소) 기본계획 수립 컨설팅 지원 및 확정('22.10월) - '22년 광역관광개발 사업 추진(593억원)  ○지역 관광개발 미래상 제시, 지역 관광거점 육성 지역특화 관광개발사업 지속 추진으로 지역관광 및 지역경제 활성화 기대	

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<p>○ ‘국정과제 · 관광진흥기본계획’ 등 주요정책에 핵심내용으로 포함된 사업(관광거점도시 육성 등)의 성공적인 추진을 통한 상위정책 과제의 성공적인 수행에 기여함</p> <p>* 국정과제(61-4. 현장 목소리와 함께하는 지역별 특화 관광자원 개발)</p> <p>* 제6차 관광진흥기본계획(‘22.12월, K-컬처와 함께하는 관광매력국가-세부추진과제 ‘전략4-2, 독창적 매력이 있는 지역관광자원 개발’ )</p>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도(10점)	7점 (보통)	<p>○ 사업 집행관리 강화 및 성과분석 연구, 현장점검 등을 통한 사업 자체점검 및 환류 노력 충실 이행</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 분기별 현안 점검회의 실시(총4회, 3,6,9,12월)</li> <li>- 집행 부진 사업 대상 현장점검 실시(9.19.~10월 초)</li> <li>- 사업 계획단계부터 집행 및 사후 유지관리 단계까지 사업추진에 대한 평가 및 컨설팅을 진행</li> </ul> <p>* 지역관광개발사업(61개) 기획평가 실시: 사전진단 9개, 집행점검 29개, 사후평가 11개, 컨설팅 3개 등</p>
	3-2. 현장의견 수렴 및 반영(10점)	7점 (보통)	<p>○ 지역 관광개발사업 현장방문 및 정책사업 설명회 개최 등을 통한 현장 의견청취 진행</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 남부권 광역관광 개발계획 지역설명회(11.16) 남부권 부단체장 협의회(12.22~23)</li> <li>- 서부내륙권 중간평가 지역설명회(12.13.)</li> <li>- 광역관광개발 현장방문 및 지자체 의견청취(11.2, 전주, 완주, 2차관)</li> <li>- 관광거점도시 육성사업 현장방문 및 지자체 의견청취(12월, 부산, 2차관)</li> </ul> <p>○ 지자체 관광개발 담당자 대상 사업 공동연수 개최 및 실무 협의체 운영 등을 통해 관광개발 정책 공유 및 의견수렴을 위해 노력함</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광거점도시 지자체 공동연수(2월) 및 현장 컨설팅(4월 9~10월)</li> <li>- 계획공모형 지자체 공동연수(4월, 10월) 및 전문가 컨설팅(15개 지역, 연중실시)</li> </ul> <p>○ 지자체 공동연수 · 전문가 자문회의 등을 통해 정리된 주요 현장의견은 각 사업별 주요내용 및 개선방안으로 반영 추진중인 것으로 확인됨</p> <p>* 관광거점도시육성사업, 계획공모형 지역관광개발사업 등</p>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 유·청소년기 운동습관 형성부터 노년기 건강을 위한 맞춤형 생활체육 프로그램 제공 및 비대면 체육활동 독려
  - 유아·청소년·성인·어르신 대상 생활체육프로그램 및 비대면 강습 콘텐츠 제공, 공공스포츠클럽 확대, 시군구별 생활체육지도자 배치 등 체육활동 동기 부여 및 비대면 체육활동 독려
- 「국민체력 100」 사업을 통해 개인별 객관적 체력측정, 운동처방 및 체력증진교실 운영 등 체력증진 서비스 제공,
  - 과학적인 체력관리 필요성 인식 증가 및 생활체육 참여 유인 체계 구축으로 자발적 수요 확대
- 스포츠강좌이용권 지원, 행복나눔 스포츠교실 운영, 농산어촌 선진 축구체험 등 경제적, 지역적으로 스포츠 체험이 어려운 유청소년 대상 체육활동 지원으로 스포츠 사각지대 해소

## □ 주요성과

- **(생애주기 맞춤형 프로그램 지원)** 맞춤형 프로그램 제공 및 비대면 체육활동 독려로 코로나19로 지치고 위축된 몸과 마음 회복에 기여
  - \* 여학생스포츠 교실(17종목, 626개 교실), 행복나눔 스포츠교실(28종목, 478개소), 농산어촌 선진축구체험(750여명), 여성·어르신 대상 온라인·방송콘텐츠 제작·보급(70여편), 유아기족 흡운동키트 보급(1,900명), 유청소년클럽리그지원(5,701클럽, 129천여명)
- **(공공 및 지정스포츠클럽 운영지원)** 다양한 연령·계층의 지역주민이 원하는 스포츠 종목을 즐길 수 있는 스포츠클럽 육성(공공 226개소, 지정 69개소)으로 지속적인 스포츠 참여 유인 여건 마련
- **(디비전리그 지원)** 생활체육 승강제(디비전) 리그 도입을 통해 전문체육과 생활체육의 연계 기반 마련 및 활성화 추진
  - \* 축구(230리그), 당구(177리그), 야구(79리그), 탁구(287리그), 배드민턴(49리그), 테니스(94리그), 족구(85리그)



- (스포츠강좌이용권) 스포츠 체험 기회가 적은 저소득층 유·청소년(만 5~18세/기초·차상위·범죄피해청소년 등) 대상 스포츠강좌이용권 지원으로 생활체육 참여기회 제고(월 8.5만원 범위내 10개월, 76천명 수혜)
- (생활체육지도자 배치·지원) 다양한 생활체육 프로그램 참여 여건 조성을 위한 전국 시군구별 생활체육지도자 배치(2,800명)
- (국민체력인증제 활성화) 국민 체력측정 및 운동처방 프로그램을 제공하는 국민체력인증센터(75개소), 비대면 서비스(체력증진교실, 운동상담 등), 수혜대상 확대 추진(취약계층, 유아기 체력인증 도입 등) 등으로 '국민체력 100' 참여인원 확대('21년 587,110명 → '22년 1,072,315명)

□ 미흡 원인분석 결과

- 해당없음

□ 개선보완 필요사항

- 해당없음

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20		○생애주기별 생활체육 프로그램 지원, 스포츠 강좌이용권, 국민체력인증 등 사업별 추진 일정에 맞추어 적시에 추진됨
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	30		○생활체육 프로그램 참여자 만족도, 스포츠강좌 이용권 만족도는 최근 3년 만족도 추이 등을 고려하여 설정되었으며, 목표치 초과 달성 - (생활체육 프로그램 참여자 만족도) 91.2점으로 목표치의 100.2% 달성 - (스포츠강좌이용권 수혜자 만족도) 97.6점으로 목표치의 102.9% 달성
		총점	26	○유아, 청소년, 성인, 어르신 등 대상별 생활체육 프로그램 보급 및 비대면 체육활동 독려, 공공 스포츠클럽 육성 및 생활체육지도자 배치 등을 통해 생활체육 활성화 ○과학적 체력인증 및 맞춤형 체력관리 서비스 제공으로 국민의 체력 증진 및 생활체육 참여 유인
	㉠	18		
	2-2. 정책 효과성(30점)	㉡	4	

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
		◎ 4	○저소득층 유청소년 스포츠강좌이용권 지원 및 소외 청소년 대상 행복나눔교실운영, 농산어촌 축구체험 등을 통해 경제적 여건 및 지역여건에 관계없이 스포츠를 누릴수 있도록 스포츠 사각지대 해소, 체육 복지 실현 및 사회통합 기여 ○연령대상에 맞춘 생활체육 활동 지원으로 스포츠 참여환경 및 건전한 여가생활을 향유할 수 있는 여건을 조성하여 100세 시대에 건강하고 행복한 삶 실현에 이바지
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	10	○지자체 스포츠강좌이용권 실적행 실적을 주기적으로 점검하여 불용예산 최소화
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10	○사업담당 관계자 회의, 현장점검, 간담회 등을 통해 지속적으로 현장의견 수렴 및 제시된 의견 등을 반영하여 사업 추진

< 코로나19로 인한 영향 평가 >

구분	근거 내용
○(상황 적합성) 해당 정책과제가 코로나19로 인해 영향을 받았다고 판단되는가?	(예) 생활체육프로그램 지원 사업 특성상 대면 강습 프로그램이 많아 영향을 받았음
○(노력 정도) 코로나19 상황에 대응하여 정책과제 추진을 위해 얼마나 노력했는가?	(적극노력) 유아, 여성, 어르신 등 코로나에 취약한 계층 대상 대면 위주 프로그램에서 비대면 프로그램으로 전환하여 비대면 체육활동 독려를 위해 적극 노력함 (여성·어르신 대상 온라인·방송콘텐츠 제작·배포”(70여 편), 생활체육 지도자 온라인강습 프로그램 제공, 유아가족 홈운동키트 제공(1,900명)
	 
	비대면 유아가족 운동프로그램      어르신 12개 시·도(채널) 71회
○(성과 적절성) 달성된 성과가 코로나19 상황 고려시 적절한 성과인가?	(적절함) 코로나19로 외부 활동 및 체육활동 제약으로 지친 몸과 마음에 활력이 될 수 있도록 비대면 체육활동 독려

## (1) 평가결과

## □ 총평

## ○ 공공 스포츠 인프라 확충 및 노후 시설 개선

- 생활권역의 지역 여건에 맞는 다양한 형태의 생활체육시설을 지속 확충하여 국민 누구나 쉽게 스포츠 인프라에 접근할 수 있는 환경 조성
  - \* 생활밀착형(일반형·장애인형) 국민체육센터, 근린생활형 소규모 체육관, 개방형 다목적 체육관 등
- 노후 공공체육시설 개보수 지속 지원으로 사용자 안전 확보 및 시설 기능의 향상, 장애인 편의시설 등을 개선하여 기존시설의 활용도를 제고하고 생활체육 참여환경 개선

## □ 주요성과

- (생활밀착형 스포츠 인프라 확충) 국민체육센터 보급(‘21년 총 605개소→’22년 총 670개소, 누계) 등 스포츠 참여환경을 조성하여 생활체육 접근성 제고
  - 국민체육센터 건립지원(‘22년 생활밀착형 19개소\*, 근린생활형 35개소, 장애인형 11개소), 학교체육시설 개방 지원(‘22년 148개소) 등 국민 누구나 거주지 가까이에서 스포츠를 즐길 수 있는 여건 조성
    - \* 지역 특성 및 인구변화를 고려하여 4가지 유형(도시성장형, 도시특화형, 소도시성장형, 소도시특화형)으로 공모 추진
  - 특히, 건립지역 선정 시 인구수 및 기존 시설과의 접근성을 감안, 서비스 사각지대 및 인구과밀로 인한 서비스 불편 지역을 우선 고려\*하여 균형 잡힌 지역 스포츠 환경 조성에 기여
    - \* 공모 평가항목 : 재정자립도, 생활체육시설 수요 현황(사각지대 및 인구 과밀지역 수요), 입지 여건(사업부지 읍·면·동 인구 현황) 등 지역 여건
- (스포츠시설 개보수 지원) 지역 내 노후 공공체육시설에 장애인 편의시설 설치, 노후 시설 개보수 등을 통해 체육활동 참여 여건 및 경기관람 환경 개선(‘22년 231개소 지원)

- '22년 장애인 편의시설 설치 지원(26개소), 노후 시설 개보수 지원(163개소), 안전에 위해가 되는 시설에 대한 개보수 지원(42개소)
- \* 국고 보조율(정률) : 노후 시설 30%, 긴급 개보수 50%, 장애인편의시설 70%
- 전국체전의 성공적인 개최를 위한 시설지원(3개 시도, 143억원)
- 울산('22년 개최 13억원), 전남('23년 개최 40억원), 경남('24년 개최 90억원)

□ 미흡 원인분석 결과

- 해당 없음

□ 개선보완 필요사항

- 해당 없음

(2) 평가지표별 평가결과 (1페이지)

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20		○ 체육진흥시설 지원사업, 생활체육시설 확충 지원사업 등의 예산집행, 사업관리 등을 충실히 이행함
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	27		○ 주민등록 인구수 대비 체육시설 면적은 연도말 기준으로 체육시설 면적 산출, 목표 대비 초과 달성
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	26	○(인프라 확충) 전국 지자체 수요현황 조사 결과를 반영하여 생활밀착형 국민체육센터, 근린생활형 소규모체육관 등 다양한 형태의 공공체육시설 확충 지원을 통해 국민들이 쉽게 접근하여 이용할 수 있는 스포츠 환경 조성에 기여
		①	18	
		②	4	○(운영 활성화) 완공(운영)시설 운영현황 점검, 건립 중 시설 추진 독려, 공공체육시설 운영 참고자료 및 우수운영 사례 제공 등으로 시설 활용도 제고에 기여 - 공공체육시설 운영 컨설팅 지원 시범사업

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
		③	4	추진('22.8월~11월) : 국민체육센터 4개소, 체육관 2개소 등 6개 공공체육시설 대상으로 분야별 전문가를 활용하여 운영 실태 진단 및 개선방안 제시
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	8		<p>○(사업추진 효율성 제고) 국민체육센터 건립 지원 사업 공모사업 선정 시 지자체 부지확보 등 준비상황·계획성 등 평가지표 확인을 위해 현장실사를 실시하였고, '23년 사업지원 대상을 조기 선정(8.19)하여 사업이 조속히 추진될 수 있도록 노력함</p> <p>○(실집행 제고) 행정절차 이행 후 본격적인 예산 집행(설계, 착공)이 가능한 점을 고려 사업 초기단계에 집행 가능한 예산(2억원, 설계비)만 편성하고, 연중 현장점검 실시 등 실제 추진현황 관리를 통해 사업 진척도에 맞춘 계속비 예산 배분 계획을 수립하여 국비 실집행을 제고를 위해 지속적으로 노력하고 있음</p> <p>※ (비공모 사업은 구조조정 : 기초생활체육 저변확산지원) 내역 사업 중 계속사업은 지자체 사업 추진 현황을 고려하여 매년 집행 가능한 범위 내에서 예산을 편성하고, 신규 사업은 정부안으로 미편성(단, 국회 증액 심사 시 신규 반영)</p>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	8		<p>○온라인 워크숍, 현장방문, 서면, 시설 운영 현황 조사, 시설사업 개선방안 설문조사, 전문가 자문 등을 통해 보다 다양한 사업 관련자를 대상으로 정책현안을 설명하고 애로 및 건의 사항을 수렴하였음</p>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 코로나19 기간 학생의 스포츠 참여 감소, 저체력 학생 비율 및 비만을 증가, 학생건강 악화 등의 상황이 발생하여 학생들의 신체활동 활성화를 위해 초등학교 스포츠강사 배치지원, 방과 후 스포츠프로그램 운영 지원 사업을 적극 추진하였으며, 특히 초등학교 정규수업 및 학교스포츠클럽에 활용 가능한 종목별 프로그램을 개발·보급하여 학교체육 활성화를 위해 노력하였음

## □ 주요성과

- 전국 초등학교에 스포츠강사 1,852명을 배치하여 초등학교 체육 수업 활성화 및 학생의 체력 증진에 기여하였으며, 스포츠강사의 인건비 인상 등 강사 처우개선을 위해 지속 노력하였음
  - \* 강사 인건비 단가: '20년 2,414천원 → '21년 2,436천원 → '22년 2,470천원
- 토요 휴업일을 활용한 '방과 후 스포츠 프로그램' 지원을 통해 전국 초·중·고등학생에게 다양한 종목의 체험기회를 제공하여 청소년의 체육 생활화 및 건전한 여가 선용에 기여함
  - 학교안 프로그램: 2,017개교, 2,023개 프로그램 운영, 62만명 참여
  - 학교밖 프로그램: 1,469개 프로그램 운영, 46만명 참여
- 초등학교 정규 수업 및 학교스포츠클럽에 활용 가능한 유소년 맞춤형 변형 스포츠모델(에어로빅힙합, 족구 등), 교육프로그램 및 매뉴얼(럭비, 산악, 플로어볼 등) 등을 개발하였고, 교원 대상 직무 연수, 파견 지도자 교육 등을 추진하여 학교체육의 내실화를 위해 노력하였음
  - 핸드볼, 피구, 농구, 뉴스포츠 등 14개 종목단체 참여, 72,600여명 학생 참가



□ 미흡 원인분석 결과

○ 해당없음

□ 개선보완 필요사항

○ 해당없음

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20	·코로나19 회복상황으로 초등학교 스포츠강사 배치 및 방과후 스포츠프로그램 운영 등 학교 스포츠 활성화를 위한 사업을 정상 추진함
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	21	·초등학교 스포츠강사 수혜자 만족도는 94.6점으로 목표치 93.9점 대비 100.7% 초과 달성함 ·방과후 스포츠 프로그램 수혜자 만족도는 91.7점으로 목표치 92.7점 대비 98.9%로 일부 미달성 되었으나, 이는 코로나19로 프로그램의 운영이 어려웠던 상황을 감안할 필요가 있으며, 코로나19 회복에 따라 정상수준으로 복귀할 것으로 예상함
		총점 26	·학생들에게 다양한 스포츠 활동 기회를 제공함으로써 체육활동에 대한 흥미 유발, 체력증진, 신체적·심리적·인지적 발달 등에 기여하였으며, 학생들의 교우관계, 폭력예방, 스트레스 해소 등에도 긍정적인 영향을 미침
	① 18	·체육수업·방과후 스포츠활동 등 학교체육 활동 확대 및 내실화를 통해 모든 학생들이 스포츠를 경험하고 즐길 수 있는 기반을 마련함	
	② 4		
	2-2. 정책 효과성(30점)	③ 4	
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	9	·'22년 자체평가위원회 운영 시 학교스포츠클럽 종목 확대가 필요하다는 의견이 있었으며, 학교스포츠클럽에서 활용할 수 있는 종목별 변형스포츠 모델, 교육프로그램 등을 개발·보급하여 학교 스포츠 활성화를 위해 노력함
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	9	·교육부와 '학교체육정책협의체'를 구성('22.6.)하여 학교체육 관련 현안을 9차례 협의하였고, 학생, 학부모, 강사 등 사업 대상자를 대상으로 만족도 조사를 실시하여 사업 개선방안 마련을 위해 지속 노력함 ·초등학생의 체육활동 활성화를 위해 스키, 핸드볼 등 사업 주관단체의 의견을 수렴하여 현장에서 적용가능한 사업방향을 설정함

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 국가대표 훈련 지원체계 개선 및 선수·지도자에 대한 지원 강화, 훈련시설 확충 등을 통해 안정적인 훈련환경을 조성하고 이를 통해 경기력 향상을 도모함
- 꿈나무선수-청소년대표-후보선수로 이어지는 생애주기별 우수선수 육성 지원을 통해 미래의 국가대표 저변층 확대를 추진함

## □ 주요성과

## ○ 국가대표 훈련체계 개선 및 지원 강화 추진

- (훈련체계 개선) ▲훈련지원 체계 개편\*을 통한 훈련효과 제고, ▲경기력향상 TF운영\*\*을 통한 주요 종목별 분석·개선안 도출·환류
  - \* 종목별 지원기준(3단계→4단계) 및 종목 구분 세분화, 훈련월수 제한 폐지 등 운영 자율성 강화
  - \*\* 내·외부 전문가(4명) 구성, 선별종목 대상 실시(하계 12종목, 동계 3종목)
- (훈련지원) 체계화된 훈련기준·계획에 따라 종목별 수요를 반영하여, 국내외 맞춤형 훈련\* 지원 실시(47종목 1,468명)
  - \* 선수촌 훈련, 촌외합숙훈련, 국외전지훈련, 국외정보수집, 국외지도자 초청 등
- (지원 강화) ▲선수 훈련수당 인상('21년 6.5만원→'22년 7만원), ▲지도자 역량 강화(성과평가 및 역량개발 교육 등) 등을 통해 훈련에 전념할 수 있는 기반 마련
- (훈련시설 확충) 국제대회 신규종목(브레이크댄스, 3×3 농구, 클라이밍 등) 훈련시설을 적시에 조성하고 노후화된 시설 환경을 개선하는 등 지속적인 유지 관리를 통해 시설의 안전성을 확보하고, 최적의 훈련환경 제공

\* 신규종목 훈련시설



○ 체계적인 우수선수 육성기반 구축 및 지원

- 꿈나무선수-청소년대표-후보선수로 이어지는 우수선수 육성단계별 맞춤형 훈련 지원 실시(국내합숙훈련, 국외전지훈련, 특별훈련 등)
- 특히, 종목별 코로나19 방역 지원을 통해 안전한 훈련환경을 조성하고, 대면 합숙훈련 방식을 재개함으로써 훈련효과 제고

구분	국내 합숙훈련	기타 훈련
꿈나무선수	22종목 1,042명	(영재특별훈련) 21종목 100명
청소년대표	29종목 1,089명	-
후보선수	29종목 1,470명	(국외전지훈련) 24종목 359명

□ 미흡 원인분석 결과

- 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항

- 해당사항 없음

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국가대표에 대한 체계적인 훈련지원 실시 및 훈련시설 확충 등을 통해 안정적인 훈련환경을 조성하여, 경기력 향상 도모 추진</li> <li>○ 육성단계별 우수선수에 대한 체계적이고 안정적인 훈련 지원 지속 추진</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	21	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 성과지표 목표치는 지난 3년간('19~'21) 평균 실적인 84.9%에 비해 1%p 이상 상향된 수준으로 적극적으로 설정함</li> <li>○ 국가대표로 선발된 선수 중 후보선수 출신 선수의 비율을 특정하는 지표로 목표치 대비 일부 달성이지만 그간 실적 추세치와 크게 차이를 보이지 않는 수준에서(0.5%p 이내) 안정적인 실적치를 나타냄</li> </ul>
	①	18	
	②	5	
정책환류 (20)	2-2. 정책 효과성(30점)	③	4
	3-1. 평가결과 환류노력도(10점)	9	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 전문훈련시설 조성 필요성 지적에 따라 선수촌 훈련시설의 단계적 확충 추진</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	9	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 종목단체, 종목별 지도자·선수 대상 의견 청취를 통해 제시된 의견 등을 반영하여, 훈련지원체계를 개편하고, 종목별 수요에 따른 맞춤형 훈련 지원 실시</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 체육인 복지 전담기관 지정 및 법령 정비 등 촘촘한 지원체계 구축을 통해 체육인 보편적 복지 확대 및 증진
- 스포츠 인권전담 기구인 스포츠 윤리센터 기능 및 역량 강화를 통해 체육계 인권침해 및 비리 발생에 대한 적극 대응을 통한 스포츠비리 근절 및 인권보호 강화

## □ 주요성과

- (체육인복지 지원 체계화) 「체육인 복지법」 시행에 따른 하위 법령 및 훈령 완비('22.8월), 체육인복지 전담기관 지정('22.12.27.)으로 체육인 복지 전달체계를 일원화하고 활동 안전망 체계적 구축
  - \* (체육인복지법 주요내용) ▲체육인복지 지원근거 마련, ▲국가 및 지자체 시책 수립, ▲전담기관 지정, ▲은퇴 후 취창업 교육 및 체육인 사회 참여 지원책 실시
- (법적 지원체계 구축) 「체육인 복지법」 시행에 따른 복지사업 대상 확대가 예상되는바(기존 43백명 → 향후 6만명), 촘촘한 지원체계 마련을 위한 시행령, 시행규칙 등 하위법령 제때 마련·시행(8월)
- (전담기관 지정) 체육인 복지사업의 전문적·체계적 수행을 전담할 기관 지정('22.12.27.)으로 정책·사업의 수립 및 시행상 효율화 도모
  - \* ▲(전담기관) 국민체육진흥공단 ▲(지정일) '22.10.27. ▲(지정기간) '23.1.1.~'25.12.31.(3년)
- (은퇴선수 진로지원) 체육인 은퇴 이후 인생 이모작 적극 지원을 위해 진로지원서비스, 진로역량 교육, 멘토링 지원 강화
  - \* ▲진로 역량교육 3,056명, ▲멘토링 617명, ▲진로상담 등록 476명 등 총 4,149명
- (스포츠윤리센터 역량 강화) 스포츠 인권전담 기구인 윤리센터 역량 강화로 사건처리·심의건수 약 2배 개선

- (상담·신고 처리강화) 조직개편을 통한 조사기능 일원화, 조사역량 강화교육(경찰청·감사원 연계, 7회) 실시 등 전문성 강화로 처리 효율성 제고
- \* (처리건수) 전년 대비, 신고사건 월평균 처리건수 82.8% 증가(19.2건→32.9건, +13.7건)  
(심의건수) 전년 대비, 심의위원회 월평균 심의건수 86.3% 증가(9.5건→13.4건, +3.9건)
- (신고여건 개선) 지역사무소 확대 신설('21년 3개소→'22년 5개소/광주, 강원 신설), 인권살피미 운영\*으로 지역 체육현장에서도 쉽게 사건 상담, 신고 접수 등이 가능하도록 접근성 강화 노력
- \* 훈련장·합숙소 등 훈련상황 점검 및 선수 등 상담(30명 위촉·활동)
- (피해자 지원) 신고자·피해자 보호를 위한 지원\* 지속 실시
- \* 의료 11건, 법률 16건, 심리상담 34건, 임시주거 2건, 체육활동 5건 등 총 66건
- (비리근절 예방 활동) ▲법정의무교육((성)폭력 예방교육, 체육지도자 연수과정 및 재교육) 및 대학운동부 등 인권보호 교육(7만2천여 명), ▲인권침해·비리 예방을 위한 인권 실태조사('22년 장애체육인 대상) 등
- (제도·사업 홍보) 홍보대사, 홍보채널, 주요 체육행사 현장홍보 등을 통한 스포츠윤리센터 관련 제도 및 주요 사업 홍보
- \* 홍보대사(박지성, 김자인, 최현미, 곽민정), 홍보채널(유튜브, 블로그, 인스타그램, 카카오톡 등), 현장홍보(전국체전, 장애인체전, 소년체전, 장애인학생체전 등)

미흡 원인분석 결과

- 해당사항 없음

개선보완 필요사항

- 해당사항 없음



## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 기존 메달리스트 중심에서 나아가 전체 체육인 대상의 생활안정·복지증진을 위한 「체육인 복지법」 시행(8.11.) 대비 하위 법령 제정(8월) 및 전담기관 지정(12월)</li> <li>○ 스포츠윤리센터 지역사무소(2개소) 추가 개소, 징계정보 통합관리시스템 고도화 등 체육계 공정성 확보 및 인권보호를 위한 업무 정상 추진</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	30		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '운동선수 진로지원서비스 수혜자 수' 목표치 3,140명 대비, 4,149명 달성(1,009명, 32.1% 초과 달성)</li> <li>○ '스포츠윤리센터 신고 사건 처리율' 목표치 55% 대비, 87% 달성(32% 초과 달성)</li> </ul>
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	26	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 스포츠계 성폭력 근절 및 인권보호, 은퇴 선수의 진로 전환 및 진로인식 개선, 체육인 복지 대상 확대 등을 통하여 스포츠계 사회적 약자에 대한 기회제공과 인권향상 효과</li> <li>○ 체육인 복지 전담기관 지정 및 법령 정비 등 촘촘한 지원체계 구축을 통해 체육인 보편적 복지 확대 및 증진 기대</li> <li>○ 스포츠 윤리센터 기능 및 역량 강화를 통해 체육계 인권침해 및 비리 발생에 대한 적극 대응을 통한 부조리 근절 기여</li> <li>○ 체육인 복지 전담기관 지정 및 법령 정비, 스포츠 윤리센터 사건처리율 제고 등을 통해 "국가대표 경기력을 향상하고 체육인 복지를 증진한다"는 성과목표 달성에 적극적으로 기여</li> </ul>
		①	18	
		②	4	
	③	4		
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도(10점)	9		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 선수진로 실태 설문 조사를 통해 진로·취업 지원 사업 중 요구가 높은 '인터쉽 지원' 및 '선수부모 아카데미' 신규 사업 추진</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	9		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 스포츠인권 실태 현황 파악과 관련 정책 방향 모색을 위해 실태조사* 실시 * '22년 장애인체육인 대상(1,900명)</li> <li>○ 체육인의 특성별·시대별 생활수준의 정도 파악 및 중·장기적 체육인 복지시책 수립을 위한 '체육인 실태조사' 실시</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- (스포츠산업 현황) '21년 기준 스포츠산업 사업체 수는 116,095개, 매출액은 약 64조 원, 종사자 수는 40만 6천 명으로 전년 대비 전반적으로 증가

< 국내 스포츠 시장 규모 >

구 분	17년	18년	19년	20년	21년 (잠점)	전년대비 증감(%)
매출액(조 원)	74.7	78.1	80.1	52.9	63.8	20.7
사업체수(개)	101,207	103,145	105,445	97,668	116,095	18.9
종사자수(만 명)	42.3	43.5	44.9	37.6	406,022	7.9

- (코로나19 피해 회복 노력) 민간실내체육시설 등 코로나19로 피해 입은 스포츠산업 업계 대상 긴급 지원 방안 마련
  - (금융지원) 스포츠산업 용자 확대 및 용자원금 상환유예 등
    - (용자확대) △스포츠산업 용자('20년 1,262억 → '21년 1,362억 → '22년 2,289억), △체육시설업 용자 우선 배정, △체육시설업 운전자금 한도상향(2억 → 10억), △용자원금 상환유예 및 만기연장('20년 145억 → '21년 205억 → '22년 236억)
    - (제도개선) △용자 상시접수(연 2회 접수 → 1~7월 상시접수), △스포츠 용자 대상 업종에 스키용품 대여업 추가
  - (재정지원) 코로나19 피해기업 우선 지원 및 방역 지원
    - (경영 지원) △창업(재창업)·중소·선도 기업 지원사업 공모 시 코로나19 피해 가점 부여('20년 12억 → '21년 243억 → '22년 285억), △인턴십 지원사업 공모 시 코로나19 피해 가점 부여('20년 8억 → '21년 16억 → '22년 18억), △수출 상담회('20~'22년 매년 4.5억), △코로나19 피해 통합 상담창구 운영
    - (방역 지원) △민간 실내체육시설 방역물품 지원('20년 3.25억 → '21년 4억 → '22년 110억원)

- (비대면화) 비대면 강습 전문가 양성 및 사업 재설계 지원 ('20년 55억 → '21년 69억→ '22년 39억)
- (고용지원) △민간 실내체육시설 고용 지원('21년 1,139억, 1.2만명), △체육시설업 고용 지원('22년 444억, 0.4만명)

□ 주요성과

○ (금융지원)

- (중단없는 용자) 스포츠산업 용자 예산추가 지원을 통한 스포츠 시설 확대기반 마련(449억원 추가 확보, 역대 최대 2,289억원 지원), 최초 집행특례 실시로 연중 안정적 체육시설 확대 추진(13개 업체, 43억원 지원)
- (코로나 19) 전국 실내·외 운전자금 한도 상향(총 181개 기업 수혜) 및 원금상환유예 제도 지속(거치기간 및 만기 1년 연장, 538건, 236억원 승인)
- (상담채널) SNS 활용 챗봇 구축으로 총 7,361건 상담(채팅상담 485건, 챗봇답변 792건, 전화연결 6,114건/~'22.10)
- (홈페이지) 전용 홈페이지 구축으로 홍보활성화 및 용자신청 편의 제공

○ 기업지원

- (창업 지원) 창업지원센터(7개소), 재창업지원센터(5개소) 및 액셀러레이터(7개소)를 선정하여 재창업자를 포함한 예비~7년 미만 창업 기업 보육 및 사업화 지원 확대

■ 스포츠기업 창업 지원 현황

운영기관	대상	지원기업 수	지원 내용
창업지원센터(7개)*	예비~3년미만 *도약지원은 7년미만	140개 (40개 ↑)	·(보육) 집합교육, 멘토링, 현장실습, 워크숍, 세미나 등 수준별 맞춤 교육 ·(사업화자금) 36백만원 내외
재창업지원센터(5개)**	폐업경험 보유 예비~3년미만	50개 (50개 ↓)	·(보육) 기업진단, 멘토링, 재창업힐링프로그램 등 재창업 맞춤 교육 ·(사업화자금) 35백만원 내외

<b>엑셀러레이터 (7개)**</b>	7년 미만	70개 (20개 ↑)	·(보육) 멘토링, 역량강화교육, 자금지원, 네트워킹, 초기투자, 후속투자 유치 등 ·(사업화자금) 45백만원 내외 * 운영기관별로 보조금 20% 이상 직접투자
----------------------	-------	-------------	---

- \* △ (일반) 부산디자인진흥원, 대구테크노파크, 한국탄소융합기술원, 국민대  
△ (사회적기업전담) 서원대, △ (도약) 고려대 세종, 인천대 ('20년선정)
- \*\* 부산디자인진흥원, 대구테크노파크, 고려대 세종, 와이앤아처, (주)상상이비즈('21년선정)
- \*\*\* 와이앤아처, (주)상상이비즈, 씨엔티테크(주), (주)엠와이소셜컴퍼니, (주)로우파트너스, (주)JB벤처스, (주)오픈놀('22년 선정)

- (선도기업 육성) 글로벌 기업으로의 혁신성과 성장잠재력이 높은 우수 중소기업을 선별하여 해외진출을 위한 분야별 맞춤형 지원강화

■ 스포츠기업 선도기업 육성 현황

구분	선정연도	기업 수	업종구분
3기	2020	10	제조업5, 서비스업3, 시설업1
4기	2021	12*	제조업9, 서비스업2, 시설업1
5기	2022	8	제조업5, 서비스업1, 시설업2

\* '22년 8개사 신규선정 총 30개사 지원/ 기업당 연 2.8억원, 3년간 지원

- (비대면화 지원) 비대면 스포츠 융합인력 양성 및 디지털 전환지원
  - (인력양성) 1,000명 대상 수준별 교육과정을 운영 및 역량 강화를 통해 신규 취·창업자 251명 달성
  - (디지털 전환) 642개소 지원, 업체별 맞춤형 컨설팅을 통한 매출증가 업체 215개소
- (스포츠산업계 디지털 전환 지원) 스포츠용품제조기업+ICT 관련 대학·연구소·기업이 협업하여 ICT 기술 기반의 혁신 스포츠용품 개발 지원(6개 과제, 50억)

□ 미흡 원인분석 결과

- 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항

- (스포츠 기업 영세성) 스포츠 기업의 영세성으로 인해 코로나19로 인한 매출 감소에서 회복할 여력이 부족하고, 새로운 성장 동력 미비

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20	○스포츠산업활성화 지원 사업을 당초 계획대로 100% 정상 추진	
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	30	○스포츠산업계 회복 추세를 상회하는 매출 증가율 등 달성 - 용자수혜업체 매출 증가율 : 21% - 선도기업 매출액 증가율 : 16.9% - 창업지원사업 평균 일자리 창출 : 1.79명	
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	28	○스포츠산업 지원사업에 대한 집행방식 및 서비스 개선을 통해 스포츠산업 용자 역대 최대 규모 지원(2,289억원) ○도전적 창업 생태계 지원을 통한 새로운 일자리 창출 및 선도산업 육성기반 마련(376명)
		①	20	
		②	4	
③	4			
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도(10점)	10	○'22년 자체평가 개선사항 등 해당사항 없음 ○자체점검 충실히 수행 - (스포츠산업 용자) 스포츠산업 용자 수혜 기업 대상 만족도 조사 등을 통해 개선방안 마련 - (창업 지원) 사업 추진성과 실태조사 및 운영기관 현장점검 등을 통해 추진상황 및 사업 성과 자체점검 추진(8월) - (선도기업 지원) 기존지원기업 연차평가(2월) 및 지원기업 전체 중간평가(9월), 현장점검(9월), 최종평가(12월) 등 지속 점검	
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10	○ (스포츠산업 용자) 용자 설명회(2회), 튠튼론 카카오톡 채널, 콜센터 상담 등을 통한 애로사항 청취, 용자 수혜업체 실태조사 및 만족도 조사 등을 통한 업계 의견 수렴 ○ (창업 지원) 운영기관 방문(창업 및 재창업 2회, 액셀러레이터 기관별 각 2회)을 통한 사업운영 애로사항 청취, 당해연도 보육기업 260개사 대상 만족도 조사 신규 추진으로 건의사항 등 청취→개선반영 ○ (선도기업 지원) 지원기업 성과공유회 및 네트워킹활성화 행사(상.하반기시행, 총2회)을 통해 기업간 협업창출 및 지속동반성장 도모, 사업운영 개선점 및 애로사항 등 의견수렴	

(1) 평가결과

□ 총평

- (투자 방향) 스포츠산업 분야의 비대면·디지털 전환 가속화 대비 및 선도를 위한 기술개발에 집중투자하여 스포츠 참여 촉진 및 시장확대 기반 마련

\* '22년 예산 207억원 중 137억원(66%)을 비대면 기술에 배정, 10개 과제 추진

<22년 주요 스포츠 R&D>

<p>메타버스 기반 스포츠 플레이</p>	<p>감염병 예방</p>	<p>스포츠케어 서비스</p>

- (기술혁신 역량 강화) 스포츠기업과 첨단기술을 결합한 혁신형 연구개발 추진으로 비즈니스 모델 창출 및 신시장 개척

<p>골프</p>		<p>▪ 지원업체 : 모아이스</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- AI기반 골프코칭 앱 서비스 출시 및 500백만원 규모 라이선스 계약체결</li> <li>- '21년 1억원 Pre Series A 투자유치, '22년 1월 30억원 규모 Series A 투자유치 중</li> <li>- '21년 대한민국 모바일 어워드 수상(과학기술정보통신부 주관)</li> <li>- '21년 올해의 우수 스포츠 기업 수상(문화체육관광부 주관)</li> </ul>
<p>피트니스</p>		<p>▪ 지원업체 : 디렉스</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스마트 피트니스 관련 SCI논문 4건 게재, 특허 5건 출원</li> <li>- 인프라 25개소(학교(공공)4개소, 피트니스센터(민간) 21개소) 구축</li> <li>- 사업화 매출액 1,000백만원 이상 달성</li> </ul>



## □ 주요성과

- 스포츠 분야 디지털 전환 핵심 기술개발
  - 시·공간에 구애 받지 않는 스포츠 활동 유지를 위한 디지털·비대면 스포츠 서비스 핵심 기술 개발 지원
  - \* 메타버스 기반 스포츠 플레이 트위닝 및 실감화 기술개발, 한국형 Total Force Fitness 스포츠케어 서비스 기술개발 등
- 스포츠 서비스 분야 기술개발
  - 국내·외 스포츠산업 환경변화와 수요자 위주 스포츠 서비스 시장 확대에 따라 스포츠 용품 중심에서 서비스 분야 R&D 기술 개발
  - 고령사회화 대비 건강유지 수요 증가, 여가문화 확산에 따른 생활스포츠 저변확대 등을 고려, 생애주기형 국민체력 관리 기술 및 일상생활 근접형 생활 스포츠 서비스 시장 창출 기술 개발
  - \* 안전한 실내 스포츠 활동을 위한 지능형 실내 환경 및 안전관리 기술 개발 및 개인 맞춤형 생애주기 스마트 피트니스 서비스 개발
  - 장애인 등 스포츠 소외계층에 대한 사회서비스 시장 창출 기술 개발
  - \* 발달장애 아동의 건강증진을 위한 운동치료 기술 개발
- 지역사회 연계 재활운동 서비스 기술 연구
  - AI기반 인지/신체 증강 기술 개발을 통한 개인 맞춤형 재활운동 기반 마련 및 지역사회 인프라를 연계한 실증 연구 추진
  - \* 지능형 개인 맞춤 재활운동 서비스 기술 개발, 인지신체 복합증재 재활운동 증강 디바이스 기술 개발, 지역사회기반 재활운동 인프라 연계 기술 개발 과제 지원

## □ 미흡 원인분석 결과

- 성과지표 달성도 측정 어려움
  - 연구개발 사업 추진일정상 목표 달성도 측정 불가능하여 달성도 및 정책 효과성 측정 어려움
  - \* 2022년 문화체육관광 R&D 성과조사 진행중('22.11~'23.1)으로 '23년 2월 초 성과 데이터 집계 완료 예정

## □ 개선보완 필요사항

- 연도 내 과제 성과가 측정가능한 성과지표로 개선·변경 검토

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20	<ul style="list-style-type: none"> <li>○스포츠산업기술개발(R&amp;D) 지원사업을 당초 계획대로 충실히 이행</li> <li>○스포츠산업 여건변화에 대응하여 스포츠산업혁신기반 조성(R&amp;D) 신규과제 공모 추진(총 2개 과제)</li> <li>-전년 대비 예산 확대(177억→207억)</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	21	<ul style="list-style-type: none"> <li>○우수 특허에 해당하는 지표 설정 및 목표치 초과 달성 예정</li> <li>○'21년 실적치 대비 3% 증가한 수준의 목표치 설정 및 지속적인 과제 관리성과물 공유를 통해 목표치 초과 달성 예정</li> </ul> <p>* 2022년 문화체육관광 R&amp;D 성과조사 진행 중('22.11~'23.1)으로 '23년 2월 초 성과 데이터 집계 완료 예정</p>
			총점
	①	18	
	②	4	
2-2. 정책 효과성(30점)	③	4	
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도(10점)	9	<ul style="list-style-type: none"> <li>○객관적 실적 기반 점검체계를 통해 충실성 제고</li> <li>- 과제별 연차·단계 평가 실시(8월)</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 과제 기획 전문가 의견 수렴(수시) 및 인터넷 공시(11월)를 통한 현장 의견 수렴</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 국제스포츠대회의 안전한 참가, 신속하고 체계적인 지원
  - 코로나19, 쇼트트랙 편파 판정 등 주요 이슈에 선제적 대응, 베이징 동계올림픽 선수단 안전한 참가를 위한 사전·현지 지원으로 참가 선수 모두 정상 출전 및 무사 귀국 \* 올림픽 종합 14위(금2, 은5, 동2)
  - \* ▲정부합동지원반 운영(21~22, 총 4회), ▲선수단 및 지원인력 대상 백신 우선 접종 지원 ▲선수단 및 관계자 전수 매일 코로나19 PCR검사 실시, ▲현지 종합상황실 및 급식지원센터 운영, ▲증상 발현시 격리호텔 주변 지정병원으로 이송 및 치료 등
  - 주요 국내 개최 국제대회의 원활한 개최 지원을 위한 △선수단 격리 면제 협의(중수본 해외유입상황평가 관계부처회의), △방역 대응 점검, △해외입국 지원 등 적극 대처
- 주요 국제대회 및 국제스포츠행사 유치·개최를 통해 국제스포츠 위상 제고
  - 2024강원동계청소년올림픽 대회기본계획(Edition Plan) 및 세부추진 계획 수립을 통해 성공개최를 위한 준비기반 구축
  - 2027 하계 세계대학경기대회 충청권 공동유치 성공(22.11.12.)으로 충청권 사상 첫 국제종합경기대회 유치
  - 주요 국제스포츠 행사\* 성공적 개최로 스포츠를 통한 화합과 올림픽 운동 확산, 국제스포츠 영향력 강화
  - \* 국가올림픽위원회연합회(ANOC) 총회(22.10.18.~21.), 올림픽 레거시 포럼(22.10.18.~19.), 아시아올림픽평의회(OCA) 자문회의(22.5.3.~4.) 등
- 국제체육교류를 통한 스포츠 외교역량 강화
  - 국제스포츠 인재양성 및 국제회의 참가, 국제인사 초청 등을 통해 국제스포츠기구 임원 진출 확대 및 스포츠 외교 역량 강화

- 스포츠동반자 프로그램, 개도국선수 합동훈련, 개도국 지도자 교육 과정 등 개도국 대상 전략적 교류를 통한 우호관계 형성

#### ○ 태권도 세계화 및 저변확대 노력

- 태권도 사범 해외파견 및 공연('21년 8개국→'22년 12개국) 확대, 재외 문화원·공관 등 연계 현지 태권도수업 지원('21년 32개국 → '22년 38개국) 등 태권도 보급으로 태권도 전 세계 확산 지속
- 흥미 배가를 위한 관람형 태권도대회 개최 및 체험형 '태권스태이' 운영, 학교 방과 후 시간에 태권도를 배우는 중·고교 태권도수업 지원 등을 통해 태권도 관심 제고 및 대중화
- 태권도 시범단(국기원, 대한태권도협회)과 K-팝(한국콘텐츠진흥원)을 접목한 신기술 융합콘텐츠 공연\*을 통해 재외공관 등 확산  
\* 케이팝에 맞춰 태권도를 활용한 태권도 시범단 공연(12월 온라인 송출)

### □ 주요성과

#### ○ 국제스포츠대회의 안전한 참가, 신속하고 체계적인 참가 지원

- (2022베이징동계올림픽 참가 지원) 정부합동지원반 운영('21.9월~, 총 4회) 등 선수단의 안전한 대회 참가 지원 및 철저한 방역\*으로 참가 선수 전원 정상 출전 및 성공적 대회 참가  
\* (코로나19 대응) 대회방역지침에 따른 선수단 관리外 별도 코로나19 대응팀 (CLO 3명, 역학조사관 1명, 상담사1명) 구성·운영
- (2022 FIFA 카타르 월드컵 참가 지원) △선수단 비자발급 및 출입국 협조, 방역 및 안전관리 등 월드컵 대비 월드컵 대비 평가전(친선 경기, 4회) 개최 △대테러 안전대책 수립(국조실, 외교부, 문체부, 경찰청 등), 선수단 동정 파악 등 상황반 운영(문체부·축구협회, 11.23~12.18) 등 본선 참가 지원으로 10회 연속 월드컵 본선 진출, 월드컵 통산 3번째 16강 진출에 기여

- (국내 개최 국제대회 적극 지원) 방역당국과의 긴밀한 협의를 통한 주요 국제대회 참가 선수단 격리면제 체제를 마련하는 한편, 포스트 코로나 시기 해외입국 지원, 잔여재원의 재공모 등 적극적인 개최 지원으로 '22년 48개 국제대회 성공개최

\* (개최대회수) ('21년) 19개 → ('22년) 48개

(주요성과) 세계태권도품새선수권대회, 테니스 데이비스컵 등 수준높은 국제대회 다수 개최

- (국제대회 안전한 참가 지원) 코로나19로 국제대회의 개최 여부가 유동적임에 따라 일정 지속 관리 및 안전한 참가(파견) 지원으로 선수단 우수성적 달성 지원

\* 종합국제경기대회(3개), 세계선수권대회 및 기타대회(43개), 국제친선경기(초청 및 파견) 등 총 60개 국제대회 참가 지원

\*\* 세계여자청소년핸드볼선수권대회 우승, 세계육상선수권대회 남자 높이뛰기 2위 입상 등

#### ○ 주요 국제대회 및 스포츠이벤트 유치·개최를 통해 국제스포츠 위상 제고

- (2024강원동계청소년올림픽 유치 후속) 청소년올림픽의 목적 및 강원 2024의 특성을 반영한 2024강원동계청소년올림픽 비전·미션·목표·슬로건 설정\*, IOC와의 협의를 통해 안정적 대회 운영을 위한 목표예산 확보\*\*등 차질없는 개최 준비

\* (비전) 즐거움이 성장이 되는 스포츠, 공존과 화합으로 여는 평화로운 미래, (슬로건) Grow Together, Shine Forever(함께할 때 빛나는 우리)

\*\* 총예산 500억 → 700억 증액('22.7월 IOC증액협의 서한 수령, '22.11월 2차 재정계획 수립)

- (2027 충청권 하계세계대학경기대회 유치 지원) 국제대학스포츠연맹(FISU) 집행위원회 총회('22.11.12)에서 최종 경쟁국 미국 노스캐롤라니아를 제치고 유치 성공

\* △유치 타당성 조사(대외경제연구원) 및 기재부 '국제행사심사위원회' 유치 승인('22.7.29.) 지원 △대회 성공개최를 위한 정부보증('22.8.19.) △FISU실사 지원('22.8.29.) △외교부 및 재외공관 협조 유치지지 및 교섭 지원('22.4~10월) 등

\*\* '97년 무주·전주 동계대회, '03년 대구, '15년 광주하계대회에 이어 4번째 개최

- (ANOC 총회 성공 개최) ANOC집행위원회 회의, 총회 본회의, ANOC어워즈, 워크숍 등 다양한 이벤트를 통한 올림픽 운동 전파 및 국제스포츠 네트워킹 강화

\* 스포츠계 최대규모의 국제회의(스포츠계 UN총회)로 VIP 기조연설 등을 통해 국제스포츠계와의 연대 강화(IOC 위원장, 203개 NOC 대표 등 1,000여 명 참가)



2027 충청권하계세계대학경기대회 유치('22.11.12)

ANOC 총회('22.10.18~21.)

### ○ 국제스포츠 역량 강화를 위한 인재양성 및 협력 강화

- (국제스포츠 인재양성) 국제스포츠인재양성을 통한 국제기구 진출지원
  - \* 은퇴선수, 지도자, 체육단체 경력자.재직자 대상 외국어, 스포츠행정 관련 체계적 교육 프로그램 제공(80명 내외, 8.7억원) 및 종목단체 국제업무 전문인력 고용 지원(15명 내외, 5.7억원), 국제기구 파견(3명 내외, 3.2억원) 등 취업 지원
- (국제스포츠 기구 임원 진출) 비유럽인 최초 세계빙상연맹(ISU) 회장 선출(김재열, '22.6.~), 우리나라 여성 최초 국제수영연맹 집행위원 선임(박주희, '22.12.~) 등 국제스포츠기구 한국인 임원 진출 성과로 국제스포츠계 영향력 확대
  - \* (국제스포츠기구 한국인 진출 현황) 아시아 기구(OCA 등)를 제외한 국제스포츠기구 진출 한국인 임원 총 157개 직위('22.6월 기준/회장단 11명, 집행위 20명, 분과위 110명, 기타 16명), 국제스포츠기구 진출 한국인 직원 : 14명('22.11월 기준)
- (개도국 스포츠교류 재개 및 활성화) 개도국 선수초청 합동훈련 3년 만에 재개\*, 개도국 스포츠지도자 교육과정\*\* 및 국내 우수지도자 파견\*\*\* 확대
  - \* 합동훈련 : ('20년~'21년) 코로나19로 미실시→('22년) 13종목 8개국 229명 참가
  - \*\* 개도국 스포츠지도자 교육과정 : ('21년) 3종목, 48개국 142명→('22년) 6종목 74개국 342명
  - \*\*\* 스포츠 지도자 파견('21년 10건(13명) → '22년 13건(14명))

### ○ 태권도 경쟁력 강화 및 태권도원 활성화 토대 마련

- (태권도 세계화) 태권도 사범 해외파견(54개국, 54명) 및 공연 확대(12개국), 재외문화원·공관 등 연계 현지 태권도 수업 지원(38개국) 등 태권도 해외보급을 통한 전 세계 확산
- (태권도원 관광거점화) 상징지구·태권스테이 운영, 복합체험시설 및 상징조형물 설치 등 태권도원 관광 자원화



- (국제대회 개최) 세계태권도연맹(WT)과 협업하여 온·오프라인 국제 태권도 대회 개최로(인센티브\* 도입) 종주국 위상 강화

\* '무주 세계태권도 그랑프리 챌리지(G1)' 출전 선수(1,2위) 대상 '맨체스터 세계태권도 그랑프리 시리즈(G6)(영국, 10월)' 출전권 부여



한미수교 140주년 기념 특별 시범공연(미국, 10.10~17.)



태권도해외활성화 사업(루마니아 부쿠레슈티 세종학당)

□ 미흡 원인분석 결과

○ 해당없음

□ 개선보완 필요사항

○ 해당없음

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	16	<ul style="list-style-type: none"> <li>○코로나19 상황 일부 개선으로 국제대회 개최 및 참가 증가, 국제대회 개최 취소 및 연기 현황 면밀 파악 및 수시 수요조사 통해 신규대회 지원 등 신속·유연한 대응을 통해 국제스포츠 교류의 주요 사업을 계획대로 추진</li> <li>○국제스포츠인재 양성사업, 국제스포츠 교류 및 개도국 스포츠발전지원을 통한 국제위상 제고 등 주요 정책을 최대한 계획대로 집행</li> <li>○2024강원동계청소년올림픽 대회조직위원회 운영, 기본계획 및 40개 분야 세부시행계획 수립을 통해 대회 준비 기반 공고화</li> <li>○2027하계세계대학경기대회 유치 성공 및 개최지원으로 주요 국제대회 유치·개최 확대 지속 노력</li> <li>○개도국 선수초청 합동훈련 3년 만에 재개, 개도국 스포츠지도자 교육과정 및 국내 우수지도자 파견 확대 등 개도국과의 스포츠교류 재개 및 정상추진</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>○태권도진흥재단 사업계획 조기 승인 및 상황에 따른 계획 변경을 통한 원활한 사업추진, 태권도 시범단 및 사범 해외파견 국가 선정 및 통지, 신규 파견 사범 선발, 시범단 해외공연 등 태권도 사업을 계획에 따라 정상 추진</li> </ul>	
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	21	<ul style="list-style-type: none"> <li>○국제기구 임원 진출 수(명)의 경우, 국제회의 파견 및 임원 진출지원 등 활발한 국제스포츠 네트워크 사업을 통해 목표 대비 100%(145명/추정치) 달성</li> <li>○개도국 지도자 교육과정의 경우, 자전거아이스하키 등 5개 종목에 308명을 지원, 236명이 지도자 자격 시험에 합격(지도자 자격 취득률 76.6%)</li> <li>- 또한, 국제연맹과 MOU를 통해 대한핸드볼협회 핸드볼 아카데미가 아시아 전역 자격증 발급기관으로 선정됨에 따라 해당 종목을 추가 지원하는 등 종목 다변화 노력</li> <li>○'22년도 해외활성화 사업 만족도 목표치는 4.5점으로 코로나19로 인한 해외사업 추진의 어려움을 고려하여 전년대 동일하게 설정하였으며 코로나19 상황에 맞춰 계획 변경 등을 통한 적극적 추진으로 목표치 대비 100%(4.5점/추정치) 달성</li> </ul>	
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	30	<ul style="list-style-type: none"> <li>○다양한 국제체육 교류 사업을 통해 주요 국제기구 한국인 임원수 목표를 정상 달성하는 등 당초 의도했던 정책효과가 나타난 것으로 판단됨</li> <li>○개도국지도자 교육과정을 통한 국제자격 취득률은 76.6%에 달함. 이를 통해 우리나라의 선진 기법 전수 및 교육의 우수성을 알리고 나아가 국제스포츠계 영향력 강화를 통한 위상 강화에 기여함</li> <li>○해외 현지에 태권도를 보급하는 태권도 해외활성화 사업의 만족도 조사는 과제의 대표성과 적정성을 갖추고 있음</li> </ul>
		①	20	
		②	5	
	③	5		
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>○국제대회 개최 취소 및 연기 현황 지속 관리, 수시 수요조사로 신규대회 지원 등 신속유연한 대응을 통해 국제대회 지원 사업을 융통성 있게 추진 및 실행을 향상</li> <li>○개도국 지도자 파견 사업 참가자 현지 프로그램에 참여중인 선수들의 의견 청취 및 운영 내실화 도모 -요청사항: 지도자 파견과 함께 용품지원 요청</li> </ul>	
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>○개도국 선수단 의견 수렴하여 지도자 파견과 용품 지원을 연계하여 사업효과 극대화</li> <li>○태권도원 이용 예약 편의를 위한 모바일 앱 개발, 신규 프로그램 및 지역연계 관광상품 개발 등 현장 의견을 수렴하여 고객 서비스 향상</li> </ul>	

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 국제표준(세계도핑방지규약)에 근거한 체계적인 도핑검사 및 도핑방지 사전 교육·홍보를 통해 공정한 스포츠 경쟁기반 마련
  - 전문체육, 프로스포츠 도핑검사 및 도핑검사관 운영, 학생선수 대상 도핑방지 교육 실시, 전문교육 강사 양성, 도핑방지 교육·홍보를 통한 스포츠 환경 조성 및 약물로부터 선수들의 건강 보호 실현

## □ 주요성과

- 2025년 개최하는 ‘세계도핑방지기구(WADA) 총회’ 유치를 위한 투표에서 대한민국(부산)이 총회 개최지로 확정('22.5월), 아시아 최초 WADA 총회 유치 성과 달성
  - \* WADA 아시아 정부장관회의('14), WADA 이사회('17)
- 전문스포츠지도사 및 장애인스포츠지도사 연수과정 내 도핑방지교육 확대 실시

- (관련근거) 국민체육진흥법 제11조(체육지도자의 양성), 제11조의 2(자격검정기관 및 연수기관의 지정 등) 및 이하 시행령

구분	현행	확대(안) *국민체육진흥법 시행령 시행예정(2023~)	
도핑방지내용 포함 자격	· 전문스포츠지도사 1, 2급 · 건강운동관리사 · 장애인스포츠지도사 1급	· 생활스포츠지도사 1, 2급 · 장애인스포츠지도사 2급	· 유소년스포츠지도사 · 노인스포츠지도사

- \* 생활체육스포츠지도사(1, 2급), 장애인스포츠지도사(2급) 신규 추진('23년~)

- 도핑검사기법 중 선수에게 스트레스를 유발하거나 신체적 피해를 발생시킬 수 있는 혈액채취법을 보완하고자 건조혈반검사를 도입하기 위한 신규 예산 확보('23년 800백만원)
- 도핑방지를 위하여 다양한 연령대 선수층이 쉽게 접근할 수 있는 온라인 도핑방지교육 확대 실시
  - 대한(장애인)체육회 선수 및 지도자 등록 시 도핑방지 의무교육 제공('17~계속)

- \* 매년 변경되는 금지목록 국제표준 등 최신 도핑방지 정보를 반영하고 반복 수강하는 선수 및 지도자들을 위해 신규 온라인도핑방지 콘텐츠 제작
- \*\* 동호인 선수등록 시 의무교육 신규 추진('22년~)
- 코로나19 지속적 확산 추세로 인한 대면교육 제한에 대비 대상별, 주제별 도핑방지 교육을 영상으로 제작하여 대상별 제공
- 매년 세계도핑방지기구(WADA)의 「금지목록(Prohibited List)」 개정에 따라, 유네스코 국제스포츠 반도핑협약의 부속서\*\*인 「금지목록」을 개정, 고시함으로써 스포츠 공정성 유지를 위해 노력
- \* WADA는 매년 금지 약물과 방법을 규정한 금지목록을 개정, 통상 익년 1월 1일부터 시행
- \*\* 유네스코 국제스포츠반도핑협약은 WADA 금지목록을 부속서(Annex 1)로 하여 WADA 개정 시 자동 개정되도록 규정('07.2.1. 우리 정부 비준)

미흡 원인분석 결과

- 해당사항 없음

개선보완 필요사항

- 해당사항 없음

(2) 평가지표별 평가결과 (1페이지)

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	16	○ 포스트 코로나19에 대응하여 도핑방지 온라인교육 확대, 국민체육진흥법 시행령 개정·시행(23.1.1.)을 대비한 ‘체육지도자 연수’ 도핑방지교육 확대, 가치 기반 도핑방지교육의 기반 조성을 위한 교과서 커리큘럼 개발, ‘도핑방지의 날’ 캠페인을 통해 스포츠 가치 및 공정 이미지 확산, 이동형 도핑관리실 신규 추진, 대국민 도핑방지 인지도 제고를 위한 도핑방지 공익광고(베이징2022 올림픽 및 패럴림픽/2022카타르 월드컵) 및 아시아·오세아니아 도핑방지 이사국 위상 강화를 위한 국제세미나 개최 등 공정한 스포츠 환경 조성을 위한 도핑방지 사업 추진
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	30	○ ‘도핑방지 인지도(점)’의 경우, 교육 및 홍보 확대 등의 노력으로 목표 대비 100.3%인 91.1점을 달성

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
2-2. 정책 효과성(30점)			<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지속적인 정책 확대 및 성과 창출을 위해 목표치를 적극적으로 설정하였고 조사인원의 확대('21년 10,300명 → '22년 24,318명)로 사업의 효과성 측정</li> <li>-도핑방지 인지도의 경우 지표특성상 급격한 향상이 어려움에도 0.6%p 상향하여 목표치 설정</li> </ul>
		총점 27	○스포츠경기에서의 공정성 확보를 위해서는 도핑관리 핵심적인 요소로 공정성 제고를 위한 대표지표라 볼 수 있으며, 선수들의 인식 향상 정도에 따라 성과를 측정하는 것이 적절하다고 판단
	①	18	○기존 전문체육 선수 및 관계자 중심의 도핑방지활동에서 도핑방지 공익광고 추진을 통한 대국민 도핑방지 인식 제고 노력에 따라 도핑방지 인지도 지속 향상 중
	②	4	○도핑방지교육의 양적 확대 및 질적 제고를 통해 도핑으로 인해 발생하는 불이익(제재 및 선수 건강훼손) 및 공정한 경쟁을 통한 보상 등에 대한 인식 확립을 통해 올바른 스포츠 문화 정립에 기여
	③	5	○도핑 관리 대상 확대 및 국제사회와의 공조를 통한 적극적인 반도핑 활동은 “국제스포츠 역량강화로 경기력을 향상하고 공정성을 제고한다”는 성과목표 달성에 적극적으로 기여한다고 판단
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	9	○도핑방지 인지도 조사, 고객 만족도조사 외부 위탁을 통해 개선사항을 도출하고 기관 신뢰도 및 전문성 제고를 위해 노력
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>○도핑방지활동의 현장 목소리를 청취하고 이에 따른 정책을 마련하기 위해 경기단체 행정가·전임감독 세미나(참석자 121명)를 통해 도핑방지 활동 동향 정보공유 및 의견수렴 실시</li> <li>○학생선수의 도핑방지교육 참여도·실효성 제고를 위해 이동교실(개조형 버스) 프로그램 개발 및 활용</li> <li>○전국체육대회 선수 만족도 조사를 통해 열악한 도핑관리실 환경 개선 추진(이동형 도핑관리실 도입)</li> <li>○프로스포츠 선수단 의견을 반영한 「프로스포츠 도핑방지규정」 개정을 통해 선수의 치료권리 확대</li> <li>○스포츠 법률 관련 국제기구(스포츠중재기구: CAS) 및 한중일 도핑방지·법률 전문가 초청을 통해 공동 학술대회를 개최하여 도핑방지 관련</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<p>분쟁 해결절차 개선 기반 마련</p> <p>○ 스포츠인권 실태 현황 파악과 관련 정책방향 모색을 위해 실태조사 실시</p> <p>* 전국 초중고 학생선수 학부모(9천90명) 대상, 폭력·따돌림·금전요구·불공정 등 경험, 스포츠인권 인식수준 등 조사</p>



## (1) 평가결과

## □ 총평

- 2018평창동계올림픽대회 유·무형의 유산 활용, IOC 등 국제스포츠기구 등과 협력을 통해 국제스포츠 경쟁력 강화 등 위상 제고

## □ 주요성과

- 평창동계올림픽 대표 유산사업인 드림프로그램 등 지속 추진으로 IOC 등 국제스포츠기구와 교류를 통한 국제스포츠계 위상 강화

## &lt;국제교류 2건&gt;

- (드림프로그램) 국내 거주 중인 코로나 백신 접종을 완료한 유학생 등 청소년 초청(37개국 142명) 동계스포츠·문화체험 프로그램 지속추진(7억원)
- (동계스포츠 저개발국 청소년 선수 육성) 눈 없는 나라 및 동계 올림픽 미 참가국 청소년 선수 초청(14개국 99여명), 2024 강원 청소년 동계올림픽대회 출전 가능선수 선발(21개국 78여명) 등 지원(7.5억원)

## &lt;국내프로그램 3건&gt;

- (수호랑·반다비 캠프) 유소년 대상, 평창올림픽 경기장에서 동계스포츠 체험 및 올림픽 가치 교육 등 스포츠·문화 체험(13,809명) 캠프(23억원)
- (열린 동계스포츠 아카데미) 유소년·성인대상, 피겨스케이팅 및 파라하키의 체험반·인재양성반 강습회(1,265명) 운영(3.75억원)
  - 피겨아카데미 입문반 16명 연맹 주관 승급심사 전원 합격
  - 유산사업 브랜드(플레이윈터) 런칭 및 스폰서쉽 유치
- (청소년 동계체험캠프) 청소년 대상, 스노보드 초급·인재육성반 강습 및 친선대회(총844명) 개최(4.7억원)

□ 미흡 원인분석 결과

- 보육기관 유소년, 장애인 등 소외계층 대상 동계스포츠 체험 기회를 확대하고 목표치를 초과 달성하는 등 적극적으로 사업을 추진한 점은 인정되나,
  - 정량 평가지표(유산프로그램 참가자수)는 일부 사업 참가자수로만 측정되고 있어 관리과제의 정책 효과성을 대표하지 못하는 문제점이 있음

□ 개선보완 필요사항

- 정책의 효과성\*을 가늠할 수 있도록 평가지표 측정범위 개선
  - 동계스포츠의 생활스포츠 활성화 목표 측정을 위해 단기 체험 프로그램 참가자 외에 강습형 프로그램 참가자 수도 지표에 포함하여 성과 측정

정책의 효과성 지표	현행	개선(안)
과제의 목표한 성과가 발생한 정도	수호랑·반다비 캠프 참가자	수호랑·반다비 캠프 참가자 및 열린 동계스포츠 아카데미 등 상시 교육 프로그램 참가자

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	17	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 코로나 바이러스 확산 등 위기 상황에서 수호랑·반다비 캠프 등 동계종목 당일형 체험 신설 및 드림프로그램 참가자(외국인 초청→국내 거주 외국인) 변경 등 정상추진함</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	27	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2018평창동계올림픽대회의 경기장에서 동계종목 활성화·올림픽 가치 확산 측정의 성과지표로 대표사업인 수호랑·반다비 캠프 참가자 10,000명 설정, 참가자 13,809명으로 목표 38% 초과 달성</li> <li>○ 참가자의 연령·관심도 등 맞춤형 프로그램 기획·운영, 동계종목의 생활체육화 추진</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	22	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 동계종목 체험·올림픽 가치교육 실시로 참가자 기초체력 증진 및 체육복지 강화</li> <li>○ 비장애인 대상, 장애인 동계종목(파라하키) 체험·교육을 통한 장애인 인식개선</li> </ul>
		①	14	
		②	4	
		③	4	
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	8		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 동계종목 활성화를 위해 '22년 청소년 동계체험 캠프(스노보드) 운영 시 학교 및 방과 후 보육기관 대상 방문형 프로그램 운영</li> <li>* '23년 강원도·경기도에서 충청권·경상권도 추가 예정</li> <li>○ '22년 열린 동계스포츠 아카데미 운영 시 피겨 꿈나무 선수 육성을 위해 ' 인재육성 선수반(5~8급) 확대 및 연맹과 협력하여 승급심사 신설, 참가자 지속적 참여 도모</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	8		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 5개 프로그램 대상 만족도 조사·평가를 통해 현장의견 수렴 및 차년도 계획 수립 시 반영하고 있음</li> <li>* 현장의견 수렴, 당일 및 현장 방문프로그램 운영</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

## ○ 장애인 생활체육 역대 최고 참여율 달성(26.6%)

- 장애인 생활체육프로그램 지원, 포스트 코로나 시대에 대비한 비대면 지도활동 병행, 장애인 스포츠강좌이용권 지원 확대, 반다비체육센터 최초 개관 등 장애인 생활체육 제고를 위한 정책의 활발한 수행을 통해 코로나19로 인해 위축되어 있던 장애인 생활체육 참여율이 큰폭으로 상승하는 데 기여

## □ 주요성과

- (장애인 생활체육프로그램 지원) 장애인 생활체육교실·동호회·통합체육 교실 지원, 사각지대 해소를 위한 장애인스포츠 버스 운영, 이동권 보장을 위한 차량 지원 등
  - 장애인 생활체육교실·동호회 지원('21년 987여개소→'22년 990여개소)
  - 통합체육 교실운영 지원('21년 54개소 → '22년 79개소)
  - 장애인스포츠버스 운영('21년 1대 24개소 → '22년 1대 71개소)
  - 이동권보장을 위한 차량지원('21년 18대 → '22년 9대)
    - \* 차량지원 사업 효율성 및 활용도 제고를 위해 중급(미니밴) 차종 지원에 따른 지원차량 수 감소
  - 장애인 레저스포츠 지원('21년 2개소 → '22년 6개소)
  - 학교체육시설개방 지원['22년 신규사업, 13개소(초3,고1,특수1,대학8)]
- (장애인 생활체육지도자 배치) 장애인 생활체육 수요가 있는 장소 (복지관, 공공체육시설 등)에 역량 있는 지도자를 파견하여 생활체육 신규인구를 발굴 및 지속적인 생활체육 기반 마련, 지도자역량 강화교육(종목실기 679명, 공통실기 684명)을 통한 전문성 제고

구분	2019년	2020년	2021년	2022년
인원	762	915	955	982



- **(장애인 스포츠강좌이용권 지원 확대)** 지원조건 개선, 가맹시설 확대, 홍보 등을 통한 이용률 제고 노력 지속 추진을 통한 장애인 스포츠 향유권 확대

구분	2019년	2020년	2021년	2022년
수혜인원	1,541명	1,736명	3,776명	9,221명
지원기간	6개월	8개월	8개월	10개월
수혜대상	만 12~39세 저소득층	만 12~49세 저소득층	만 12~64세 저소득층 *8월부터 만 19~64세 전 장애인 추가 지원	만 19~64세 전 장애인
지원금액	월 8만원	월 8만원	월 8만원	월 8만5천원 *10월부터 월 9만5천원
예산	2,650백만원	2,745백만원	3,597백만원	6,621백만원
가맹시설	791개소	887개소	1,568개소	2,478개소

- **(대회지원)** 문화체육관광부장관배 대회, 전국어울림생활체육대축전, 시도장애인 생활체육대회, 종목별 생활체육대회 등 대회 개최 지원
  - 문화체육관광부장관배 전국어울림마라톤대회(10.30./태안)
  - 제1회 전국어울림생활체육대축전(9.3.~4./인천)
  - 종목별 생활체육대회(3개 종목/당구, 골프, 배구)
  - 시도 장애인 생활체육대회 개최 지원(17개 시도 15개)
- **(기반시설 확충)** 반다비 체육센터 건립 지원, 장애유형별 체력측정 및 맞춤형 운동처방을 통한 생활체육 참여 유도

- (반다비 체육센터) 장애인과 비장애인이 함께 이용하는 사회통합형 스포츠시설인 반다비체육센터 '22년 최초 개관(광주 북구, 경남 양산, 전북 익산), '22년도 11개소 신규 건립 지원 선정

구 분	총지원액 (백만원)	기간	이용가능 시설	
<b>총계</b>	<b>8개 시도 11개소/ 체육관형 10개, 수영장형 1개</b>			
강원	속초	4,000	'22~'24	수중운동실, 경기장, 사배구, 골볼, 휠체어농구, 보치아, 배드민턴, 탁구, 당구 등
경기	양평	4,000	'22~'24	수중운동실, 헬스장, 운동처방실, 체육관, 풋살장 등
충남	태안	3,000	'22~'24	경기장, 사배구, 골볼, 휠체어농구, 탁구, 배드민턴, 보치아, 당구 등
광주	서구	4,000	'22~'24	수중운동실, 다목적체육관, 헬스장, 재활프로그램실, 돌봄센터 등
전북	임실	4,000	'22~'24	수중운동실, 다목적체육관 등
전남	장흥	3,000	'22~'24	헬스장, 다목적체육관 등
	영암	3,000	'22~'24	헬스장, 다목적체육관 등
	강진	3,000	'22~'24	헬스장, 다목적체육관 등
경북	청도	5,000	'22~'24	헬스장, 다목적 체육실, 주민자율공간, 생활문화센터, 아트홀
	김천	4,000	'22~'24	헬스장, 다목적체육관, 생활문화센터, 중증자립지원센터 등
제주	서귀포	3,000	'22~'24	헬스장, 다목적체육관 등

- (장애인체력인증센터) 신규 2개소 설치(총 12개소 운영)

연번	지역	센터명	운영기관	비고
1	광주 서구	광주광역시장애인국민체육센터	광주광역시장애인체육회	'17년 개소
2	대전 유성구	대전광역시장애인체육센터	대전광역시장애인체육회	'18년 개소
3	인천 마추홀구	인천광역시장애인체력인증센터	인천광역시장애인체육회	
4	충남 아산시	아산장애인국민체육센터	충청남도장애인체육회	'19년 개소
5	전북 전주시	전주어울림국민체육센터	전주시장애인체육회	
6	대구 수성구	대구광역시장애인국민체육센터	대구광역시장애인체육회	
7	서울 송파구	서울곰두리체육센터	서울곰두리체육센터	'20년 개소
8	경남 창원시	창원시립곰두리국민체육센터	창원시립곰두리국민체육센터	
9	세종시	세종특별자치시장장애인국민체육센터	세종특별자치시장장애인체육회	'21년 개소
10	경기 고양시	고양시재활스포츠센터	경기도장애인체육회	
11	경북 구미시	구미시 장애인체육관	구미시 장애인체육관	'22년 개소
12	제주도	제주도장애인스포츠센터	제주시 장애인체육회	



□ 미흡 원인분석 결과

- 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항

- 해당사항 없음

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언						
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	16	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 장애인 생활체육프로그램 지원, 장애인 생활체육 지도자 배치, 장애인 스포츠강좌이용권 지원 확대, 시도 생활체육대회 지원, 장애인 스포츠 버스 운영 지원, 반다비체육센터 등 기반시설 확충 등 장애인 스포츠 참여 환경 조성을 위한 사업 대부분이 당초 계획에 맞춰 차질없이 수행</li> <li>○ 포스트 코로나 시대에 발맞춰 장애인생활체육 지도자 하이브리드 지도(대면 및 지도영상 제작 등) 실시 등 변화된 체육환경 변화에 적극 대응</li> </ul>						
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	30	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ (장애인체육지원사업 만족도) 장애인 생활체육 프로그램, 생활체육 교실, 대화형 사업을 평가한 장애인생활체육 지원 사업 만족도는 88.5%로 목표치 달성(100%)</li> <li>○ (장애인생활체육지도 수혜자 수) 목표치 1,789천명 대비 1,927천명(22.12.27)으로 목표치 초과 달성(107%) - 코로나 19 장기화로 인한 대면 및 비대면 지도 병행 및 영상 콘텐츠 제작·보급 등 목표달성을 위하여 적극 노력함</li> <li>○ (목표치 적극성) 코로나19로 인해 위축된 체육활동을 감안, 3개년 평균 실적치 대비 목표치 상향 설정, 지표의 실적 및 임계치를 고려할 때 적극성이 인정됨</li> </ul>						
			<table border="1"> <tr> <td>총점</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>①</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>②</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>③</td> <td>5</td> </tr> </table>	총점	30	①	20	②	5
	총점	30							
	①	20							
②	5								
③	5								
2-2. 정책 효과성(30점)		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 생활체육프로그램 지원 사업의 성과는 '21년 대비 대부분 상승, 반다비체육센터 3개소 최초 개관 및 장애인체력인증센터 2개소 신규 개소 등 기반시설 확충, 장애인 생활체육 참여율 26.6%로 역대 최고 참여율 기록</li> <li>○ 생활체육프로그램 활성화 및 기반시설의 지속적인 확충을 통한 장애인의 스포츠 참여환경 조성에 기여할 것으로 기대</li> <li>○ 장애인 스포츠 참여환경 조성을 통한 장애인</li> </ul>							

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			체육활동 참여 활성화로 상위 성과목표인 ‘장애인 체육활동 활성화’와 전략목표인 ‘생활체육 활성화와 스포츠경쟁력 강화로 국민행복 실현’ 기여
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	9	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2022년 시도장애인체육회 간담회(6월), 장애인 스포츠강좌이용권 간담회(10월), 찾아가는생활체육 서비스팀장 간담회(12월), 장애인체력인증센터 하반기 간담회(12월) 등 사업 관련 의견 수렴</li> <li>* 장애인생활체육지도자 지도활동(시도별 1회씩), 장애인 체력인증센터(7회) 추진 현장 점검 등 추가 실시</li> <li>○ 장애인생활체육정보센터*를 통해 장애인생활체육 지도자 지도활동 수혜자 수 실적 수시 점검</li> <li>* <a href="https://sports.koreanpc.kr">https://sports.koreanpc.kr</a></li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 장애인스포츠강좌이용권 이용자 증가(2,678명 증)에 따른, 가맹시설 적극 확보(910개소 추가 확보)</li> <li>○ 장애인스포츠강좌이용권 간담회 최초 추진, 현장의견 수렴(10월) 및 인증현판 등 제작(12월)하여 반영</li> <li>○ 시도 의견수렴을 통한 기존 운영지침 분리 및 장애인생활체육지도자 운영지침 제정('22년 3월)</li> <li>○ 시도 수요조사 및 현장의 의견을 반영, 스포츠 휠체어 보급 종목을 선정하고, 비대면 체육활동 지원을 위하여 장비 등 관련 용품 구매를 적극 지원</li> <li>○ 금년 개관(준공) 된 반대비체육센터 점검을 통해 현장의견을 청취하여, 시설에 적합한 맞춤형 생활체육프로그램 지원을 위한 정책 반영</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 장애인체육 리그전, 전국장애인체전 성공개최 및 국가대표 상시 훈련환경 조성 등을 통해 장애인 전문체육 육성 및 장애인 선수 경기력 향상 지원
- 국내·외 코로나 19 상황에 대응, 철저한 방역 관리 등을 통해 안전한 국제대회 참가 지원 및 단계적 일상회복에 따른 주요 계기별 국제스포츠 교류 활성화를 통해 장애인체육 국제경쟁력 제고

## □ 주요성과

## ○ 체계적인 전문체육 육성 기반 구축

- (장애인 가맹단체 지원) 가맹단체(32개) 운영지원, 스포츠등급 분류사 등 장애인체육 전문인력 양성 및 활동 지원
  - \* 국제업무 전문인력(10명), 스포츠등급분류 국내 강습회 개최(35개), 국제 등급분류사 양성(9명),, 상임 심판(19명) 운영
- (장애인 전문체육 활성화) 장애인체육 리그전(골볼·럭비·컬링) 첫 실시, 제42회 전국장애인체전 성공 개최(울산, 10.19~24, 9,300여명 참가)

【 장애인체육 리그 운영 】		
 <p>2022년 골볼리그 2022. 9. ~ 10.</p> <p>1 Round 9.17.00 ~ 09.00 2 Round 9.24.00 ~ 09.00 3 Round 9.31.00 ~ 09.00 Play-off 10.10.00</p> <p>장소 : 고대시외체육센터 주최/주관 : 대한장애인체육회 후원 : 문화체육관광부, 대한장애인체육회 재정후원 : 문화체육관광부, 국민체육진흥공단, 복권위원회</p>	 <p>KWCL 2022 코리아휠체어컬링리그 2022년 9월 14일 (수) ~ 11월 3일 (목) 강릉실업센터, 차성일장빙단, 위경부일장빙기장, 이천선수촌빙상경기장</p> <p>대한장애인체육회, KSPPO, 대한장애인체육회, OSSTEM, 하나금융그룹, 신한은행, 대한장애인체육회, 대한장애인체육회, 대한장애인체육회</p>	 <p>2022 전국휠체어럭비리그대회 2022. 8. 13 ~ 11. 20</p> <p>0720 2022 휠체어럭비, 포스트 시즌(9.1~9.3)</p> <p>LEAGUE 1 : 8월 2022. 08.13 ~ 14 LEAGUE 2 : 9월 2022. 09.03 ~ 04 LEAGUE 3 : 10월 2022. 10.25 ~ 26 PLAY OFF : 11월 2022. 11.18 ~ 20</p> <p>본선 : 2022. 11.05 ~ 06 준결선 : 2022. 11.15 ~ 16 결선 : 2022. 11.18 ~ 20</p>
골볼 리그	휠체어 컬링 리그	휠체어 럭비 리그

**【 리그 전 출범 관련 언론보도 사례 】**

- ① '세계 최초' 휠체어 컬링리그 '꿈과 희망을 쏘다' (22.9.17 / KBS, SBS 등)
  - 백혜진 선수(경기도) 인터뷰 : 리그전을 통해서 대회가 많아지고 얼음파악을 많이 하면서 선수들도 경험을 많이 쌓아 (기량이) 상향 평준화 기대
- ② '아시아 최초 휠체어럭비리그 개막' (22.8.13 / KBS, 스포츠서울 등)
  - 김종배 회장 인터뷰 : 아시아에서 최초로 실시하는 리그 대회인 만큼 많은 주목을 받고 있어 다소 부담스럽지만, 지금까지 우리 협회에서 쌓아온 경험으로 그 부담감을 떨치고 모두의 기대를 충족하는 대회로 만들겠음
- ③ '장애인 스포츠 골볼, 국내 첫 리그 대회 열린다' (22.9.16 / 동아일보, 스포츠조선 등)
  - 홍성욱 선수(충남) 인터뷰 : 리그가 출범했다는 점이 매우 고무적임. 더불어 올해를 시작으로 내년에 더 발전할 수 있다는 희망을 갖게 되어 기쁨

- (장애인선수 육성지원) 장애인체육 기초종목 육성지원(5개 종목, 47개소), 꿈나무선수 발굴·육성(5종목), 장애인 신인선수 훈련지원(19개 종목), 장애인후보선수 훈련지원(7개 종목), 전임지도자(20명) 배치지원
- 국가대표 훈련지원 및 국제대회 참가 지원
  - (국가대표 훈련지원) 상시훈련(29개 종목 653명), 종합국제대회 참가 대비 특별훈련(8종목 113명), 종목별 전지훈련 등 지원
  - (국제대회 참가지원) 2022 베이징동계패럴림픽 및 2023 카시야스 두술농아인올림픽 등 안전한 국제대회 참가 지원(16개 대회 12개 종목, 203명)
    - \* 2022베이징동계패럴림픽: 국외 개최 동계PG 최대 규모 선수단(총 79명 / 선수 31, 임원 48) 파견 및 무사고(엔트리, 안전, 코로나 19 등) 참가
    - \* 2022카시야스두술데플림픽: 하계데플림픽 역대 최다 메달(총 58개 / 금 17, 은 20, 동 21) 획득 및 4회 연속 종합 3위 달성
  - IPC 등 국제기구 공인대회 국제대회 참가 지원(21개 종목 38개 대회)

**【 2022 베이징동계패럴림픽 】**



**종합상황실 운영**



**선수촌 방역 점검**



**훈련 격려(2차관)**

**【 2022 카시아스두술농아인올림픽 】**



**결단식 격려(2차관)**



**남자 태권도 선수**



**남자 25m 권총 선수**

○ 장애인스포츠 외교력 강화를 통한 국제위상 제고

- (국제스포츠 교류 지원) 국가대표 선수단 상호 합동훈련 및 정보 교류(유럽3개국, 아프리카 5개국), IPC 임시총회 연계 국제교류(26개 국제기구 및 국가) 국제스포츠 교류 다변화 및 개도국 장애인체육 지원\*

\* 국제청소년캠프(11개국 39명 참가), 용품지원(22개국 6종 369점)

- (국제스포츠 기구 협력 강화) 베이징동계패럴림픽, 반다비 체육센터 개관식(광주, '22.8.18.) 등 국내·외 주요 계기 시 국제스포츠 교류 활성화



구분	일자	주요내용	사진
베이징동계 패럴림픽	'22.2.7.	【차관-IPC 위원장 면담】 황연대성취상 운영 재개, 개발도상국 장애인체육 교류 확대, 평창 레거시 확대 협력	
IPC 위원장 이천 선수촌 방문	'22.8.18.	【장관-IPC위원장 면담】 IPC 집행위 등 국제기구 한국인 진출, 장애인스포츠 발전 협력	
제42회 장애인 전국체전	'22.10.18.	【장애인체육과장-IPC 부위원장 및 유럽위원장 면담】 역대 최초 타대륙 지역위원장 초청을 통한 타대륙 교류 강화 및 이천선수촌 활용 등 협력 확대	

미흡 원인분석 결과

- 해당 사항 없음

개선보완 필요사항

- 해당 사항 없음



## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언	
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	16	○국가대표 등 장애인 선수 훈련 지원, 종합국제 대회 참가 지원 등 추진 일정에 따라 적시성 있게 추진하였음	
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	30	○장애인 스포츠 경기력 향상도는 23.4%로(목표치 22.9%) 102.0% 달성, 목표치는 베타분포를 적용, 실적치는 당해연도 실적만 반영 ○후보선수 국가대표 발탁률은 34.3%로(목표치 20.5%) 167.3% 달성함. 목표치를 최근 4년간 평균 실적치로 설정	
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	25	○국가대표 안정적 훈련기반 조성 및 및 유형별 종목별 맞춤형 훈련 지원*을 통해 경기력 향상 * 국대표 상시 훈련(210일) 및 데플림픽 계기 특별훈련 지원
		①	16	○국가대표 선수수당 인상('21 70천원 → '22 80천원) 및 장애인 국가대표 지도자 월급제 시행으로 안정적 훈련환경 조성
		②	5	○ 주요 종합국제대회의 안전하고 성공적인 참가 * 하계데플림픽 역대 최다 메달 획득 및 4회 연속 종합 3위 * 동계패럴림픽 최대 규모 선수단(총 79명 / 선수 31, 임원 48) 파견 및 무사 귀국
③	4	○ 국제스포츠캠프 개최(11.11.), 스포츠과학 국제 세미나(12.7.)를 통한 장애인체육 국제적 위상 제고		
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력도 (10점)	9	○사업중간점검을 통해 추진상황을 점검하고 부진 사항에 대한 대책을 마련 시행 ○평가위원 의견에 따라 장애인선수 자원 확보와 신인·후보선수 지원을 통한 경쟁력 확보를 평가할 수 있는 대체 지표 마련(23년 적용 예정)	
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10	○가맹단체 워크숍, 국가대표 스포츠의 과학토론회 등을 통해 현장의견 수렴, 사업 추진 시 적극 반영 ○종합국제대회 참가 관련 종합회의, 선수단을 대상으로 수요를 파악, 안전한 대회 참가 및 경기력 향상에 기여	

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 새 정부 출범 후 새로운 모니터링 수요에 발맞춰 다양한 형태의 정책 보도 모니터링 보고서 신설, 새 정부 출범 초 안정적 국정 운영에 기여
  - 정책 현안 관련한 다양한 위기 이슈들을 조기에 적극 모니터링하고 온라인·SNS 여론을 신속하게 분석해 관계기관에 제공
  - 24시간 모니터링 체제 유지. '팩트체크'가 필요한 보도를 관계기관에 신속히 공유함으로써 '조기 대응' 및 정부 '원보이스 유지'에 기여
- 정책여론수렴시스템 개선 및 활용도 제고 사업을 차질없이 수행하여 온라인 여론 상황을 부처에 신속히 공유함으로써 범정부 이슈관리 지원 강화

## □ 주요성과

- 새 정부 출범 후 다양한 모니터링 보고서 신설, 정책 보도와 관련한 다양한 여론 수렴과 신속한 대응 체제 구축
  - 신설 보고서 : ▲조건 주요현황 ▲정책보도 일일종합(석간) ▲주요 정책 보도내역 ▲중앙일간지 사설 목록 ▲TV 메인뉴스 등
  - ▲당선인 한달 행보 ▲인수위 활동 ▲윤석열정부 1주일, 100일, 6개월 평가 ▲대통령 취임 2주간 보도 등 주요 계기별 보도 분석도 제공함으로써 새 정부의 안정적 출범에 기여
- 특히 새로운 미디어 환경 변화에 조응하는 모바일 보고 체계 구축, 정책 보도 모니터링 보고의 신속성·편의성 제고
  - 주요 보도 모바일 전파 및 인터넷 주소 단축 URL 제공, 모바일 메신저 통한 보고서 전달

- 위기·갈등 사안 관련한 여론분석 통해 범정부 위기관리에 기여
  - ▲코로나19 ▲글로벌 공급망 위기 ▲이태원 사고 ▲노동계 파업 등 위기·갈등 이슈 발생 시 비상근무체계 가동 및 일일·수시 보고 체계 구축, 대통령실·총리실·중대본 등 관계기관에 제공함으로써 범정부 총력 대응 지원

**<2022 언론·온라인 주요 분석 현황>**

- \* (언론분석) △인수위 관련 오후 보도종합·TV메인뉴스 보도분석·주간 언론 보도종합(3.24~5.6) △글로벌 공급망 현안 보도분석(1.4~2.16 매주 화·목) △코로나19 일일 보도분석(1.3~5.6) △화물연대 집단운송거부 일일 보도분석(11.28~12.9) △이태원 사고 일일 보도분석(10.31~11.18) 등
- \* (온라인) △우크라이나 사태('22.3월), △대통령 순방 등 정상외교 △이태원 사고 및 후속조치(10~11월), △노동계 총파업(11월), △2023년도 업무보고(12월~현재) 등

- 윤석열정부 110대 국정과제를 비롯해 새정부 경제정책 방향, 에너지전환 정책, 고용부 '중대재해 감축 로드맵' 발표 등 주요 국정과제 및 정책현안 관련한 여론상황을 종합 분석, 각종 회의체에 제공함으로써 쟁점관리·홍보적 시사점 발굴 등에 기여
  - 특히 예산안·국정감사 등 계기, 언론·온라인 여론 반응 분석 자료를 제공해 부처별 효과적인 이슈대응이 이루어지도록 지원
- 정책여론수렴시스템 기능 개선을 통한 시스템 운영 내실화 및 각 부처 사용자 교육을 통한 시스템활용도 제고

- 모바일 앱 일부 오류 기능 및 앱 아이콘 디자인 개선(5월)
- 통합검색 시 자동완성 기능 적용(5월)
- 새 정부 출범에 따른 국정과제 신규 설정과 부처별 주요 정책과제 추가·보완 필요성을 고려, 시스템 등록 키워드\* 일제 정비 추진(6월)
- 카카오 알림톡 알림메시지 기능 제공(6월) - SMS(단문) 서비스 대체
- 정책여론수렴시스템 메인메뉴 등 UI·UX 개선(7월)
- 홍보분야 빅데이터 활용 역량강화 교육 실시(9월)
- HTML 웹컨텐츠 처리 웹서버와 동적 처리 관련 응용서버를 이중화하여 장애 또는 재해 시 빠른 서비스 재개로 가용성 강화(12월)

□ 미흡 원인분석 결과

- 해당 없음

□ 개선보완 필요사항

- 분석시스템 정비 및 편의성 제고
  - 현재의 '분석자료시스템'은 노후화 및 검색엔진 부재로 인해 분석자료가 단순 누적되어 있는 상태로, 활용성 측면에서 제한
  - 검색엔진 장착 및 분석자료 보강 등 고도화 추진, 정책키워드별로 자료를 쉽게 추출하여 이슈 대응에 활용토록 기능 개선('23년 1억)

※ 분석자료 축적 현황

신 문					TV 라디오			
정책보도 일일종합	정책보도 일일종합 (석간)	지역언론 일일 스크랩	중앙일간지 사설 목록	주월간지	TV메인 뉴스 모니터링	TV시사	종편시사 토크	라디오 시사
580	137	4,646	1,371	851	7,436	6,173	1,922	4,584
현 안		온라인		기타 보고서			합계	
대통령 순방	주간 보도분석	온라인 현황	온라인 여론	중앙 일간지	TV토론	지역TV 메인	46,027	
121	170	5,025	409	10,073	943	1,586		

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	11점 (일부완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 정책보도 모니터링·현안분석, 온라인 여론분석 등 각종 분석자료를 시간대별, 현안별, 배포처별로 적기에 제공하고 위급시에는 SNS등을 통해서 긴급공유</li> <li>- 특히 정책보도 일일종합 보고서는 철야작업을 통해 작성, 24시간 차질없이 제공하고자 노력</li> <li>○ 일일 2회 온라인 여론분석 보고서를 비롯한 각종 분석 자료를 차질 없이 생산하고, 수시 보고서 수요에도 적기 대응</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	24점 (보통)		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '정책현안분석 및 홍보회의 지원실적'은 전년 대비 감소(487건→457건)하였으나, <ul style="list-style-type: none"> <li>- 올해 새정부 출범후 정책보도 일일종합(석간) 신설 등 <b>일일 보도분석 보고서가 전년 대비 155% 증가</b>(1,710건→2,655건)</li> </ul> </li> <li>○ 일일 온라인 여론분석 보고서 490건, 수시 현안분석 보고서 67건, 주간 및 현안 빅데이터 분석 보고서 59건 등 총 616건의 보고서 생산 및 관계부처 제공</li> </ul>
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	24점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 정책현안분석 및 홍보회의 분석자료는 관련 회의체에서 대국민 소통전략을 마련하는 데 토대로 활용</li> <li>※ [작년대비 개선점] 지면 보고서를 넘어 모바일 버전 보고서 신설, 수신자가 언제 어디서나 신속하게 보고 받을 수 있게 편의성 제고</li> <li>○ 정책여론수렴시스템을 통하여 범정부적 이슈를 관리하여 오보 대응 및 관계부처 협업 추진</li> </ul>
	①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점)	①	14점 (보통)	
	②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점)	②	5점 (매우우수)	
③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)	③	5점 (매우우수)		
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	10점 (매우우수)		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 주요 분석보고서에 대한 소통실 내 자체 모니터링, 피드백을 통해 보고서 품질 제고를 위해 노력</li> <li>○ 온라인 여론·빅데이터 분석 정확도 제고 위해 용역 수행업체와 기획-진행시 대면회의, 유선·이메일 등을 통해 지속 소통</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10점 (매우우수)		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 과장·사무관 등이 참석하는 분석과 내 '현안분석 점검회의'를 통해 보고서 내용, 시의성, 적절성 등 기준으로 품질 평가</li> <li>- 분석보고서를 해당 부처 외에 소통실 내에도 공개해 실국과장님들의 반응을 수시로 체크, 분석에 참고</li> <li>- 대통령실·국조실·해당 부처 등 수신처의 반응을 전화·이메일 등 통해 수렴하려 노력</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

**홍보교육**

- 정책소통 분야별 맞춤형 교육을 통해 정책 담당자들의 전문성 제고 및 현업 대응 역량을 강화하여 정부 정책의 올바른 전달 및 대국민 소통 활성화에 기여
  - △브리핑, 인터뷰 등 미디어 노출이 빈번한 고위 공직자들을 대상으로 한 고위급 전문과정(정책발표훈련) △정책 과정 전반에서 국민과 밀접한 소통이 필요한 실무자급 과정(정책소통종합과정, 뉴미디어소통실습) △ 각 부처의 수요에 맞춘 협업 대응 역량강화를 위한 부처순회교육(위기관리역량강화, 보도자료집중과정) 등 교육 체계화로 실효성 제고
  - 메타버스나 뉴미디어 활용과 같은 참여·실습형 교육 활성화, 온라인 교육 실시 등 교육과정에 새로운 트렌드를 반영한 다양한 교육 주제·방식 활용 강화

**민간컨설팅**

- 정책홍보 민간컨설팅을 통하여 부처 주요정책에 대한 상황분석, 홍보 전략 및 실행 프로그램 등 홍보 기획안 마련을 지원함으로써 대국민 소통역량 강화
  - 민간의 창의적 홍보기법과 아이디어를 국정홍보에 접목하여 각 부처의 주요 정책에 대한 국민의 이해력 제고 도모



□ 주요성과

**홍보교육**

- 급변하는 정책소통 환경 변화에 효과적으로 대응할 수 있도록 종합적인 교육과정 외, 참여·실습형 교육 실시, 상시학습 기반 구축, 찾아가는 부처순회 교육, 고위직 특화교육 등 다양한 교육 실시를 통해 공무원의 정책소통 역량 강화

**<2022 홍보전문교육 현황 : 76회 2,127명>**

▲전문과정(정책소통종합과정 3회, 뉴미디어소통실습 3회, 정책발표훈련 37회 (장차관급 16회/실국장급 21회), 언론과 미디어의 이해 2회) ▲순회과정(위기관리 역량강화 10회, 보도자료 집중과정 17회(자체강사 활용 7회 포함)) ▲참여형 정책소통랩 과정(4회) ▲이러닝 콘텐츠 개발·활용(1개 과정)

- \* 교육대상자 확대(전년대비 59.8% 증) : ('21) 63회 1,301명 → ('22) 76회 2,075명
- \* 교육 종합만족도 : ('21) 91.91점 → ('22) 91.81점



## 민간컨설팅

- 각 부처의 주요정책 및 현안에 대해 민간 홍보전문업체의 체계적이고 내실 있는 컨설팅 지원을 통하여 대국민 인지도 제고 및 홍보업무 추진력 확보에 기여
  - 정부 주요 정책과 국정 현안에 대한 홍보전략 및 메시지 개발, 홍보 실행프로그램 제안 등 대국민 소통 지원 강화

### <2022년 정책홍보 민간컨설팅 지원 실적: 42건>

- ▲ 중대시민재해 홍보 ▲개인정보보호문화 확산▲노동 시장개혁 추진 방향
- ▲디지털 인재양성 종합방안 ▲소비기한 표시제 안착을 위한 인식개선 소통강화
- ▲규제혁신 성과 공유·확산 등

## □ 미흡 원인분석 결과

- 해당사항 없음

## □ 개선보완 필요사항

## 홍보교육

- 기본계획 수립부터 교육 수행업체 선정 등의 절차를 단축하여 상·하반기 교육실적의 고른 배분이 필요('22.상 홍보분과 자체평가 김소정, 정지연 위원)
    - '23년 교육계획 추진 시 신속한 조달입찰과 수행업체 선정과정을 통하여 1/4분기내 교육 실시가 이루어지도록 조치 예정
    - 교육 커리큘럼에 대한 구체적인 계획과 사전준비를 통하여, 수행업체와의 활발한 소통과 신속한 의사결정을 통한 세부교육계획\* 확정
- \*연간 교육일정 배분, 강사 섭외 및 교육생 모집, 만족도 설문조사 내용 등

## 민간컨설팅

- '23년 사업예산 증액(411 → 611백만원)에 따른 사업 운영 방식 개선 검토
  - 기존 업체 풀구성 운영 방식과 공모 홍보 병행(안) 추진 검토
  - 부처수요 외에 사업부서가 자체 선정한 주요정책에 대해 기획 컨설팅\* 제안 추진
    - \* 연2회, 40일 과제로 관계부처 협업 추진
  - 각 부처의 중장기적인 정책홍보 수요를 고려하되, 시의성 국정과제를 대상으로 컨설팅 과제 중점 선정
  - 국민 생활과 밀접한 주요 국정과제의 안정적 추진을 뒷받침하고, 국민 공감대 확산 및 정책 품질 제고

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	19점 (완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(홍보교육) 공무원 홍보교육 정상추진 및 완료               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 연간 교육계획에 맞게 교육횟수 및 일정을 수행하고, 자체 인력을 활용한 부처 순회교육 추가 실시(7회)</li> <li>- 고위 공직자 대상 정책발표훈련(장차관, 실국장급) 횟수 확대('21년 32회→ '22년 37회) 및 현장훈련 강화로 현업적용도 향상</li> <li>- 정책소통종합과정/뉴미디어소통실습/언론과 미디어의이해/참여형정책소통랩 과정 등 연간 계획된 교육 연내 완료</li> <li>- 수요부처 맞춤형(일정, 장소, 내용 등) 순회 교육 실시(20회)</li> </ul> </li> <li>○(민간컨설팅) 「정책홍보 민간컨설팅」 정상 추진               <ul style="list-style-type: none"> <li>- '22년 사업예산 411백만원을 전액 집행하여 사업을 완수함</li> <li>- '22.1월 5개 업체를 선정 후, 전 부처 대상 분기·수시 수요조사, 신청과제 '선정 심의 위원회' 심의, 과제선정을 거쳐 컨설팅을 지원함(64건 신청 중 42건 지원)</li> </ul> </li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성 (30점)	24점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(홍보교육) 정책홍보 교육 만족도(점)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (목표) 91.80점 → (실적) 91.81점(100% 달성)</li> <li>- 코로나19 사회적 거리두기 완화 시기 등에 대한 정확한 예측이 어려운 상황에도 19~21 목표치 상승추세보다 상향 설정(0.43%) 상회하는 수준으로 22년 목표치를 상향 설정하였으며, 이는 교육환경 변화에 따른 실적 편차의 발생 및 만족도가 90점이 넘는 사업임을 감안할 때 적극적인 목표 설정으로 사료됨</li> </ul> </li> <li>○(민간컨설팅) 정책홍보 민간컨설팅 만족도(점)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (목표) 82.8점 → (실적) 85.6점(103.4% 초과 달성)</li> <li>- 정책홍보 민간컨설팅 지원시 소통실 주관 착수회의 뿐만 아니라 중간점검도 대면협의로 추진('22년 2분기~)하여 컨설팅 품질 및 만족도 제고를 위하여 적극 노력함</li> <li>- 목표치는 최근 5년간 실적의 평균치(81.9점)의 1%를 상향하여 설정함. 수년간 증액 없는 한정된 예산으로 여러 정책환경 변화에 따른 부처의 다양한 수요를 반영하여 진행하는 상황 등을 감안할 때 적극적으로 설정한 것임</li> </ul> </li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
		총점	18점	
	2-2. 정책 효과성(30점)	①	12점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(홍보교육)</b> 정책발표표현력 과정, 정책소통종합과정, 뉴미디어소통실습 등 정책소통분야 최신 경향 및 업무담당자들의 니즈를 적극 반영한 교육 프로그램 구성을 통해 수요자 만족 및 호응으로 현업에서의 효과적 적용에 기여, 궁극적으로 정부정책의 쌍방향 소통활성화 및 대국민 인지도 제고 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 교육과정 내 이론·실습·참여 방식의 조화로운 편성, 실무에서의 즉시 적용에 주안점을 둔 커리큘럼 강화로 현장 중심의 교육 실현</li> <li>- '22년 교육 전과 교육 후의 교육효과 측정을 위해 수강생들을 대상으로 사전·사후진단 설문 조사결과 48% 교육효과가 상승한 것으로 나타남 * (교육 전) 4.19점 → (교육 후) 6.20점 ※7점 척도</li> </ul> </li> <li>○ <b>(민간컨설팅)</b> 정책홍보 민간컨설팅 지원을 통하여 정부정책에 대한 홍보 효과 극대화 도모 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 각 부처의 국정과제 및 주요 현안사항 등에 대한 민간 전문업체의 홍보컨설팅 지원을 통해 정부정책의 실효성 확보, 정책 기초 자료로 활용 및 홍보 효과 제고에 기여함</li> <li>- 홍보 콘텐츠, 슬로건 및 메시지, 홍보전략, 여론분석 등 홍보컨설팅을 활용하여 주요 현안(소비기한 표시제 안착 인식개선 소통강화) 등을 국민 눈높이에 맞춰 쌍방향 홍보를 실시하여 국민의 정책 이해도를 높임</li> </ul> </li> </ul>
		②	3점 (우수)	
		③	3점 (우수)	
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류노력 도(10점)	10점 (매우우수)		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(홍보교육)</b> 매 차수 교육과정 종료 후 실시되는 교육 만족도 조사를 비롯하여, 사전·사후진단, FGI조사, 현장의 개선의견 등을 종합적으로 감안하여, <ul style="list-style-type: none"> <li>- 교육내용의 현장성 강화, 참여·실습 확대, 만족도가 낮은 강사 교체, 교육장소 추가확보 등 교육 수강생 중심의 교육환경 구성</li> <li>- 메타버스 등 새로운 트렌드 중심의 교육과목 추가를 통하여 대국민 소통의 다양한 방법에 대한 이해 및 활용법 습득 등 전문적인 교육 실시</li> <li>- 현업에서 중시되고 있는 동영상제작 프로그램이나 이미지제작 프로그램들을 활용하고, 직접 보도자료 작성을 실습해 보는 등 참여·실습형 교육을 통해 수강생의 현업적응도 제고</li> </ul> </li> <li>○ <b>(민간컨설팅)</b> 민간컨설팅 상반기 만족도 분석을 통해 하반기 컨설팅의 질적 향상 개선에 활용 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 컨설팅 추진 시 대면협의 강화('22년 2분기~)를 지속하여 부처 수요 파악의 정확도를 높이고 부처 요구사항의 신속한 대응을 추진하여 컨설팅 질적 향상 및 만족도 제고를 위한 집중관리 강화</li> <li>- 정책홍보 민간컨설팅 분기·수시 과제 완료 후</li> </ul> </li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10점 (매우우수)	<p>만족도 조사결과를 다음 분기 컨설팅 수행 업체 지정 및 과제수행에 반영하여 부처에서 필요한 양질의 컨설팅이 되도록 적극적 노력</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>(홍보교육)</b> 홍보교육 중 현장 의견에 대해 바로 개선될 수 있도록 하여 교육서비스 제고에 노력함 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 교육생들의 니즈를 수용하여 프로그램 내용을 강화하고(ex: '뉴미디어 소통실습' 등 참여·실습형 수업의 실습비중 확대)</li> <li>- 과정별 교육 수강생 심층인터뷰(FGI)를 통해 교육프로그램 개선 및 효과측정을 위한 기초 데이터로 활용</li> <li>- 또한 교육수행업체, 지원기관들과의 활발한 의사소통을 통한 문제해결 노력(ex. 스튜디오 추가 활용) 및 당초 계획된 '보도자료 집중과정' 교육 확대 실시(자체인력 활용 7회 추가)</li> </ul> </li> <li>○ <b>(민간컨설팅)</b> 컨설팅 단계별로 현장 의견을 수렴하고, 과제 완료 후 만족도 조사를 통해 다음 분기 컨설팅에 반영 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정책홍보 민간컨설팅 수행 시 해당부처, 컨설팅사와 착수중간최종회의를 개최하고, 사업완료 후 해당부처 대상 만족도조사(분기수사) 및 활용도 조사(연말 자체조사)를 실시하는 등 현장의견 수렴을 위한 조치를 하였으며, 제시된 의견 등을 반영하여 사업을 시행하였음</li> </ul> </li> <li>○ 정책홍보 민간컨설팅 관련 과제선정 심의 위원회를 통해 홍보전문가 의견 수렴 및 반영 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주요 현안 등에 대하여 분기·수시 선정심의 위원들과 홍보컨설팅 지원 방향 모색</li> </ul> </li> </ul>



## (1) 평가결과

## □ 총평

- 범부처 정책 소통 협의체 운영으로 적극적, 효과적인 소통 활동 추진
  - 부처 대변인 대상 매주 대변인협의회를 개최하여 현안 공유 및 협업 방안 모색을 통한 정책 홍보 활성화에 기여
  - 특히 범부처 이슈에 대해서는 소통 기초를 공유함으로써 대국민 정책홍보 시 정책 신뢰도를 제고하고, 부처 간 엇박자 소통 방지
- 중앙행정기관이 추진하고 있는 국정과제 및 주요정책 관련 소통 활동 및 성과를 점검, 환류를 통한 정책소통 역량 강화
  - \* 2022년 정부업무평가 특정평가(100점) 중 정책소통평가(20점)
- 주요 현안 이슈 및 정책이슈에 대한 콘텐츠를 정부·공공기관이 보유한 매체를 활용하여 집중하여 송출하도록 효율적으로 운영
  - 가용할 수 있는 정부의 협업홍보 매체를 시스템으로 구축, 범부처 정책 홍보콘텐츠 확산으로 정책공감대 형성에 기여
  - 월평균 정책과제 10~12건(총 145건)의 홍보콘텐츠를 부처 가용 영상 및 문자 매체, 간행물에 표출
    - \* 영상매체 9종 8,202대, 문자매체 2종 6,712대, 간행물 43종 2,506,450부('22년 11월말 기준)
- 정부 발표에 대한 언론의 접근성 확대 및 브리핑 운영 효율성 제고
  - 공용 브리핑실 환경 개선 및 노후 e-브리핑 장비 교체 등을 통해 브리핑 영상의 안정적 제공
  - 브리핑 정보(동영상, 속기록, 보도자료, 일정 등)를 온라인으로 다수의 언론에 제공함으로써 정부 정책에 대한 국민의 이해도 및 공감도 제고
  - 공용브리핑실 및 e-브리핑 서비스 운영으로 부처에 홍보 통로 제공 및 브리핑 업무 효율성 제고

## □ 주요성과

- (소통 협업 강화) 범부처 협업 필요 사안 및 주요 정책 사안에 대해 부처별 소통 방향 및 홍보 방안 발표 공유
  - 코로나19·이태원 참사·부동산대책 등 주요 현안 세부 소통상황 공유를 통해 부처간 협업과 원보이스 홍보의 기틀 마련

### ※ '22년 대변인협의회 논의, 주요 현안

- ▲(코로나19) 백신 접종률 제고, 재유행전망 등 ▲(부동산) 주거대책, 금융규제 완화책 등
- ▲(이태원참사) 의료·심리·장례 지원, 학생 심리·정서안정 지원, 외국인 사상자 지원 등

- 부처별 홍보이슈와 리스크 이슈에 대한 사전 홍보계획 발표 및 부처 협조사항 공유 등

### ※ '22년 대변인협의회 발표, 주요 정책 사전 홍보계획

- 홍보이슈: ▲(과기) 우주개발 진흥 ▲(외교) 순방성과 ▲(산업) 신한울 1호기 준공식 ▲(문체) 관광진흥 ▲(고용) 중대재해 감축 로드맵 ▲(중기) 동행축제 등
- 리스크이슈: ▲(교육) 개정 교육과정 ▲(복지) 건강보험 재정개혁 ▲(환경) 전주기 탈플라스틱 대책 ▲(고용) 노동개혁 등

- (소통역량 제고) 부처 홍보역량 강화 등을 위한 홍보 실무사례 공유 및 소통 교육 등 실시

### ※ '22년 대변인협의회 공유 홍보사례

- 홍보교육: (소통) 보도자료 작성법
- 홍보사례: ▲(기상) 드라마 '기상청 사람들' 연계 홍보 ▲(보훈) 참전영웅 이미지 개선 캠페인 '제복의 영웅들' 등

- 45개 중앙행정기관 대상 2022년 '정책소통평가' 실시, 중앙행정기관의 정책소통 역량 평가
  - 정책 소통 평가 항목(활동·성과·체감도)별 종합평가(정량·정성\*) 실시('22. 12월)
    - \* 객관적, 전문적 평가를 위해 '민관합동 정책소통 평가단' 구성·운영(11~12월)
  - 각 부처 소통 활동과 국민 인식 간 연계성 강화를 위한 국민 체감도 중점 평가
    - \* 대국민 소통만족도 및 빅데이터 활용 온라인 체감도 평가 강화
  - 범정부 소통협력과 외신소통 협업활동 강화를 위한 평가지표 개선
    - \* ▲대변인협의회·온라인대변인 회의·외신소통성과 평가 강화▲외신대변인협의회 협업활동 지표 신설

- 2021년 평가결과 환류를 통한 기관별 소통역량 강화를 위해 미흡 기관 대상 평가자문 및 컨설팅 실시(수시)
- 주로 인구이동이 많은 휴게소, KTX 역사 내, 공항 등을 비롯하여 관공서의 가용매체에 연간 약 145건 이상의 정책과제 홍보콘텐츠를 송출함으로써 생활밀착형 점점 홍보의 효율성 제고
- 정부 발표에 대한 언론 접근성 확대 및 브리핑 운영의 효율성 제고
  - 취재지원 시설(공용브리핑실, 기자실 등) 및 e-브리핑시스템 운영을 통하여 언론사에 브리핑 정보(동영상, 속기록, 보도자료, 일정 등) 온라인 제공, 부처 브리핑 운영 효율화
- 코로나19 발생 이후 비대면 브리핑 증가 등으로 e-브리핑 통한 브리핑 중계(일 평균 브리핑 6.7건→9건) 및 접속 건수(방문 449회→850회) 증가

#### □ 미흡 원인분석 결과

- 해당사항 없음

#### □ 개선보완 필요사항

- 차관급 기관(처·청) 홍보계획 및 홍보사례 등 공유 강화
  - 차관급 기관 주요정책 소통방안 공유 및 협업 홍보 강화를 위해 매주 회의 시 해당 안건 1~2건씩 포함 정례화
- 각 47부처에서 제작된 매체협업 홍보콘텐츠 과제선정시 정부대표 정책과제와 국민 체감 민생과제를 함께 선정하여 균형있는 표출이 되도록 노력 필요
  - (선정기준) 매월 신청과제에 대해 정책, 경제, 안전 등 국민체감 정책을 고려, 각부처 의견수렴을 토대로 균형있는 과제 선정

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	17점 (완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책현안 점검 및 조정 실적               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 부처 대변인 참석 협의회 개최(매주 금, 연 42회)</li> <li>- 주요 정책 및 현안 이슈 소통방안 논의 및 조정, 부처별 주요정책 발표안건에 대한 홍보 기조 및 메시지 협의·점검이 적기에 이루어질 수 있도록 정기적으로 협의회를 개최하여 집행이행도 완성</li> </ul> </li> <li>• 매체협업 선정 및 확산실적               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 월별 주요 정책과제 선정(10개 내외), 45개 부처 및 공공기관 가용 매체를 통한 홍보 실시</li> <li>- 코로나19 장기화로 집행여건이 어려움에도 불구하고, 주요 정책에 대한 매체협업 관심도 향상에 따른 최정상 추진</li> </ul> </li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	30점 (매우우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책현안 점검 및 조정 실적               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (목표 달성도) 목표 대비 실적 100.7% 달성 * (목표) 137건 → (실적) 138건</li> <li>- 코로나19 대응, 신산업 육성정책, 개혁정책, 민생 대책 등 주요 정책사안에 대한 집중 점검 및 논의를 통해 내실 있는 현안 점검 및 목표 달성</li> <li>- (성과지표 적극성) '19~'21년 실적 평균 131건에서 5% 상향한 137건으로 목표치 적극 설정</li> </ul> </li> <li>• 매체협업 선정 및 확산실적               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (목표 달성도) 목표 대비 실적 107% 초과 달성 * (목표) 135건 → (실적) 145건</li> <li>- (성과지표 적극성) 코로나19 상황임에도 19~'21년 최근 3년간 평균 실적 129건의 5% 상향 설정하여 '22년 목표치 설정</li> </ul> </li> </ul>
	2-2. 정책 효과성(30점) ①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점) ②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점) ③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)	총점 18점  ① 14점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ㉓ 과제의 목표한 성과가 발생한 정도               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (정책현안 점검 및 조정실적) 매주 부처 대변인 협의회를 개최하여 위기·갈등 이슈를 선제적으로 관리하고 지속적인 관계기관 홍보 공조대응을 통해 위기관리 대응력 제고</li> <li>- (매체협업 선정 및 확산실적) 전부처 가용매체 일괄 운용, 주요 정책 홍보효과 제고 및 연간 홍보비용 절감</li> </ul> </li> <li>• ㉔ 향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (정책현안 점검 및 조정실적) 부처 대변인 협의회를 통해 국가적 아젠다에 대한 소통기조를 공유하고 일관된 홍보를 유지함으로써 정책의</li> </ul> </li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
		②	2점 (보통)	신뢰도와 정책효과 제고 - (매체협업 선정 및 확산실적) 코로나19 팬데믹 3년차 영향으로 거리두기가 지속된 상황 속에서도 주요 정책, 현안 이슈를 생활접점이 가능한 장소 (공공기관, 휴게소, 경찰서 등)의 매체를 활용함으로써 정책홍보의 효과신뢰도, 효율성 제고 기대
		③	2점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎ 과제수행을 통해 관련 상위정책 등에 대한 기여 여부</li> <li>- (정책현안 점검 및 조정실적) 부처 주요 정책 관련 홍보방안을 점검·조정하고, 범정부 협업 홍보를 추진함으로써 국민의 정책 체감도 향상</li> <li>- (매체협업 선정 및 확산실적) '범부처 매체협업 운용 시스템 구축을 활용한 정책콘텐츠 확산을 통해 '범부처 소통 협업체계 구축과 '국정성과 국민 공감대 확산'에 기여</li> </ul>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	7점 (보통)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책현안 점검 및 조정 실적</li> <li>- 부처에서 준비한 '정책 홍보계획 안건'과 별도로 현시점에서 사회적 관심 의제 및 쟁점 이슈에 대한 소통전략 및 실행계획을 '주간현안 공유' 시간을 통해 논의, 국민 실생활에 직접적 영향을 미칠 수 있는 '백신접종 계획'이나 '부동산 정책' 등 이슈에 대한 여론상황 점검</li> <li>- 코로나19 외에 주요 계기별로 정책 현안·이슈에 대한 부처별 홍보계획을 취합, 대변인협의회를 통해 공유함으로써 범부처 홍보계획 점검 및 원보이스 홍보 추진</li> <li>• 매체협업 선정 및 확산실적</li> <li>- 코로나19 여파로 자칫 소홀해질 수 있는 매체 관리의 효율성과 가동률을 높이기 위해 현장 점검(하반기)을 실시, 지속적으로 매체 표출이 이루어지도록 독려</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	7점 (보통)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책현안 점검 및 조정 실적</li> <li>- 간담회 등을 통해 현장의견 수렴, 협의회운영 시 실무 소통사례 공유를 통해 부처 소통역량 강화 방안 추진</li> <li>• 매체협업 선정 및 확산실적</li> <li>- 현장점검시 부처담당자를 동행하여 애로사항 등의 의견을 수렴 및 정부업무평가 매체협업 부문 지표에 반영</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- (국가 주요정책 광고) 새 정부 출범 계기 국민통합 캠페인, 청와대 개방 홍보, 장기 캠페인 등 전략적 추진으로 메시지 수용도 제고
  - (주요정책 광고) 정부 주요정책, 핵심 민생과제 등 대중매체 홍보\*
    - \* 2022 달라지는 법과 제도, 수출강국, 국민통합, 청와대 개방, 규제혁신 등
  - (장기 캠페인) 주요 국정 현안 중 국민의 근본적 인식·태도·행동 변화가 필요한 2개 과제\* 선정, 인식개선 캠페인 전개
    - \* 디지털 성범죄 근절(9월, 12월), 2050 탄소중립(9~10월)
- (수용자 중심 소통) 국민의 참여를 통한 수용자 중심 정책소통 실현
  - 전문가 및 국민 대상 의견 수렴 결과, 우선 추진 과제로 선정된 '국민화합'을 주제로 국민 참여형 온·오프라인 캠페인 추진
  - 부처 정책담당자와 국민이 정책 홍보 기획부터 실행까지 함께 수행하는 '국민참여 정책소통 공모전'을 개최하여 국민 공감 소통 실현
- (민관 협력) 시민단체·기업 등 민간과 전문가 참여로 정책 이해도 제고
  - 부처 정책담당자와 민간전문가가 참여하는 세미나 개최 지원을 통해 협력 네트워크 구성 및 선순환적 소통 생태계 마련

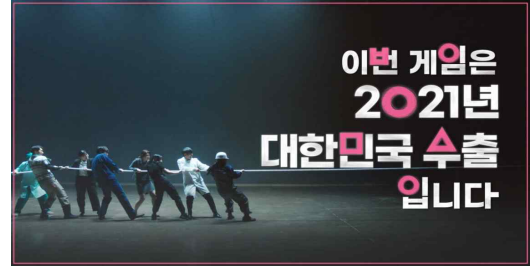


□ 주요성과

- (주요정책 광고) 핵심민생(2022 달라지는 법과 제도), 계기이슈(수출강국, 국민통합), 국정운영(청와대 개방) 등 주요정책 광고 시행(135억)



**2022 달라지는 법과 제도**  
(1.29.~2.11. / TV, 인터넷)



**수출강국**  
(1.29.~2.11. / TV, 인터넷)



**국민통합 캠페인**  
(5.1.~8.14. / TV, 인터넷, 옥외, 지면)



**청와대 개방**  
(10.27.~12.13. / TV, 인터넷, 옥외)

**【2022년 주요정책 광고 집행실적(135억)】** ▲(주요정책) 2022 달라지는 법과 제도, 수출강국, 국민통합, 재정준칙, 청와대 개방, 규제혁신 등 10건, ▲(협업광고) 주요 국정 현안 및 과제, 치매국가책임제, 상생형 지역일자리, 우주강국, 규제샌드박스, 고충민원 해결 사례, 대한민국 동행세일, 청년정책, 말없는 112 신고 '똑똑' 캠페인, 코로나19 소아·청소년 예방접종, 신속 항원검사 자가검사키트 사용법, 기획기사(태양광 사업, 낙동강 하구둑 개방) 등 15건

- (장기 캠페인) 국민의 근본적인 인식·태도·행동 변화가 필요한 국가 기본정책에 대하여 장기간(5개년)에 걸쳐 캠페인 실시(40억)
  - (2050 탄소중립 캠페인) 탄소중립 사회로의 전환을 위해 국민 이해도 제고 및 공감대 형성을 통한 탄소중립 실천문화 정착
    - \* '지구의 운명은 1도에 달려있습니다.' 애니메이션 편, 3D 편 2종 제작 및 송출(방송, 극장, 인터넷, 3D 전광판 등)
  - (디지털성범죄 근절 캠페인) 지속되는 디지털 성범죄의 근본적인 해결을 위해, 우리 사회의 왜곡된 성 의식을 개선
    - \* 폴리스라인 편, 수술실 편 2종 제작 및 송출(방송, 극장, 인터넷 등)



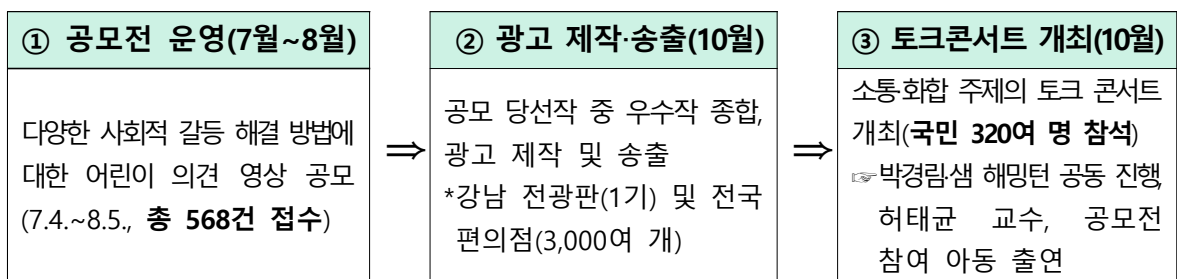
- (국민참여 정책소통 공모전) 국민과 정책담당자가 홍보전문가의 도움으로 기획부터 실행까지 추진하는 참여형 소통기회 마련

■ ‘2022 국민참여 정책소통 공모전’

- 참여자(공모): 국민, 각 부처 정책담당자, 홍보 전문가가 ‘하나의 팀’을 구성
- 추진방식: (상반기) 부처 정책 공모 → 국민참여 접수 → 기획안 발표심사  
(하반기) 콘텐츠 제작 및 홍보 실행 지원 → 홍보 효과 분석하여 시상
- 공모결과: 총 24개 정책(12개 부처)·115명(팀) 참여 접수, 9개 정책 수상(총 상금 1,450만원)

관세청 관세법 위반 방지 + 국민참가팀 'DJCU'	해양수산부 한국의 갯벌 + 국민참가팀 '하이디어'	문화체육관광부 국민독서 캠페인 + 국민참가팀 '광요미들'
관세법 위반에 대한 국민인식 제고를 위한 뮤지컬 패러디 콘텐츠 제작	갯벌의 탄소흡수기능의 이해를 돕는 웹 게임 개발	청년층 대상 독서문화 확산을 위한 이벤트 개최 및 인플루언서 활용 홍보

- (우리함께 캠페인) ‘다름이 모여 함께하는 다음(약칭: 다다캠페인)’ 슬로건으로 다양한 사회적 갈등에 대한 범국민 소통에 기여



	
<p><b>어린이 아이디어 공모전</b></p>	<p><b>토크 콘서트 개최(10.6.)</b></p>

- (국민소통 포럼) '코로나 19를 이겨낸 나의 방법' 수기 공모 및 바뀌어 갈 '일상으로의 초대'(부제: 함께 잘 사는 나라) 포럼 개최
  - 코로나19를 이겨낸 국민 사례의 빅데이터 분석 결과와 코로나 19 종식 이후의 다양한 부분(산업·경제·사회 분야)을 조망하는 대국민 소통의 장 마련(국민 수기 870여 건 접수, 소통포럼 50여 명 참가)
- (전문가 세미나) 정책 책임자와 전문가의 다양한 논의로 국민참여 선정과제와 주요 국정핵심 아젠다에 대한 공론장 마련(총 6회)
  - 정책전문가, 전문가 집단, 오피니언 리더 등과의 협업으로 대담·세미나를 통한 주요정책의 대국민 이해 제고 및 정책 활용 등 사회적 확산 추진

△1회: '우리 소통화합 할까요?' (TBN 협업) △2회: '뉴스페이스 대한민국의 우주시대를 그려본다' (9.1.) △3,4회: '청와대 개방' 주제 전문가 르포(10.24.)/세미나 (10.26.) △5회: 아동보호(12.1.) △6회: 부산세계박람회 유치(12.13.)

- 다양한 여론 수렴을 통한 대국민 소통 강화
  - 국정과제 또는 정책현안에 대해 국민여론조사를 실시, 정책반영을 통한 정책의 실효성 확보 및 국민 소통 강화

■ 2022 여론조사 추진 실적(총 19건)

- 부처정책 여론조사 : 한글책임교육, 스토킹범죄자, 보이스피싱, 국립묘지 안장제도 등 10개 부처 12건
- 수시 여론조사 : 새정부 중점과제, 디지털성범죄, 혐요표현 등 4건
- 시계열 여론조사 : 코로나19 국민생활 및 의식변화 조사, 2050 탄소중립 2건
- 한국인의 의식 및 가치관 조사(3년주기 조사)

- 주요 정책 및 현안에 대한 전문가 의견조사를 실시해 다양한 의견을 수렴하여 정책수립 및 광고 제작 추진 시 참고자료로 활용

■ 2022 전문가 의견조사 실적 (총 5건)

- 계기별 전문가 모니터링 : 3.1절 모니터링, 8.15 광복절 사전의견조사 등 2건
- 현안 사항 전문가 의견조사 : 2023년 여론조사 개선관련 전문가 의견수렴, 여론조사 업체 전문가 의견 수렴, 2022년 한국인의 의식·가치관 조사 전문가 자문회의 등 3건

□ 미흡 원인분석 결과

○ 정책광고를 통한 국정 이해 도움도(%) \* '22년도 신규 성과지표

- (달성률 88.3%) '22년도 목표치 77%, 실적치 68%\*

\* '19년 74.1% → '20년 74.3% → '21년 76.6%

- (원인분석) '22년도 시행 정책광고 전반에 대한 광고효과를 조사하는 지표로, **▲ 5. 10. 새 정부 출범에 따른 어젠다 발굴 등 사업 추진 지연, ▲ 정책광고의 주요 테마인 국정과제 구체화에 시간 소요, ▲ 어려운 대내외 홍보 환경(경제·안보·안전 이슈)** 등이 정책광고에 대한 국민 인식과 평가에 부정 요인으로 작용

□ 개선보완 필요사항

○ 『국가 정책광고 효과성 분석방안 연구\*』 결과 사업 추진에 적극 반영

\* 2022년도 정책연구과제로 선정, 연구용역 시행(11~12월)

- 국내외 광고 환경, 수용자 요구 사항에 대한 조사분석과 함께 정책광고에 적합한 미디어 전략, 적정 광고비 산출 등 연구  
⇒ **정책광고 효율성, 크리에이티브 및 미디어 전략 전반에 걸친 사업 개선 추진**
- 정부광고의 목적을 일반공지, 정보제공, 인식변화, 행동유발 4가지 유형으로 분류하고 목적에 따른 광고효과 측정 모델 제시  
⇒ **실무적, 정책적 시사점을 정밀 분석하여 정책광고 '기획 → 집행 → 효과조사' 전반에 걸친 사업 개선 추진**

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	9점 (일부완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 주요정책 광고 추진(135억)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (주요정책) 2022 달라지는 법과 제도, 수출강국, 국민통합, 재정준칙, 청와대 개방, 규제혁신 등 10건                   <ul style="list-style-type: none"> <li>* 제작 중(국정과제, 2023 국민의 희망 캠페인)</li> </ul> </li> <li>- (협업광고) 주요 국정 현안 및 과제, 치매국가책임제, 상생형 지역일자리, 우주강국, 규제샌드박스, 고충민원 해결 사례, 대한민국 동행세일, 청년정책, 말없는 112 신고 ‘똑똑’ 캠페인, 코로나19 소아·청소년 예방접종, 신속항원검사 자가검사키트 사용법, 기획기사(태양광 사업, 낙동강 하구둑 개방) 등 15건</li> </ul> </li> <li>○ 집행계획에 따라 국민과 함께하는 정책소통 전부 완수               <ul style="list-style-type: none"> <li>· ▲ 정책담당자와 국민이 정책소통을 함께 실현하는 공모전, ▲ ‘다름이 모여 함께하는 다음’ 캠페인, ▲ 바뀌어 갈 일상으로의 초대 국민소통 포럼, ▲ 국민화합, 우주시대, 청와대 개방 등 현안 정책에 대한 전문가 참여 세미나를 통해 정책소통 확산(총 6회 개최)</li> </ul> </li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	24점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 정책광고를 통한 국정 이해 도움도(%)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (달성도) 88.3% / (목표) 77% → (실적) 68%</li> <li>- (성과지표 적극성) 최근 3년간 평균 실적치(75%) 대비, 2%p 상향한 77%를 목표치로 설정                   <ul style="list-style-type: none"> <li>* '19년 74.1%→'20년 74.3%→'21년 76.6%</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>○ 국민중심소통활성화 사업 만족도               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (목표 달성도) 100.6%(실적 87.5점/ 목표 87점)</li> <li>- (성과지표 적극성)                   <ul style="list-style-type: none"> <li>· 최근 3년간 실적치 평균 86.4점 기준보다 0.6점 상향한 87점으로 도전적인 목표치를 설정(3년간 만족도 실적) '19년 87.2점, '20년 85.2점, '21년 86.9점</li> <li>· 만족도 평가 기준 항목 강화(조사 대상 확대, 측정산식 변경 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	2-2. 정책 효과성(30점) ①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점) ②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점) ③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)	총점 21점  ① 13점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 새 정부 출범 계기 국정비전 등 광고 시행               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (국민통합 캠페인) ‘다시 도약하는 대한민국, 함께 잘 사는 국민의 나라’ 국정비전 공유</li> <li>- (청와대 개방) 용산시대 개막과 함께 국민의 공간으로 거듭난 청와대의 숨겨진 풍광, 문화 소개</li> <li>- (국정과제*) 국정과제 실현으로 바뀌는 삶에 대한 구체적 사례(① GTX 확충, ②초등 늘봄학교 저녁 8시 연장, ③원자력 부흥 정책)를 젊은 세대의 감성에 맞는 재미적 요소를 더해 표현                   <ul style="list-style-type: none"> <li>* 극적 요소에 재미를 더한 ‘인물 패러디형’ 광고로 제작 중(온라인용, 총 3편 / 송출 '23년 2월~)</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>○ 국민 생활과 밀접한 핵심 정책정보 확산               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (2022 달라지는 법·제도) 새해 달라진 법·제도 정보를 쉽고 이해, 활용할 수 있게 홍보</li> <li>- (재정준칙) 재정건전성 현황, 재정준칙 도입 필요성에 대해 알기 쉽게 전달</li> </ul> </li> </ul>



평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
		②	4점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 코로나19 적시 대응을 위한 정책소통 지속               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 청소년 예방접종 독려(1월, 3월), 신속항원검사 자가검사키트 사용법(1~2월), 소아 백신접종 확대(4~5월) 등 시의성 있게 안내</li> </ul> </li> <li>○ 부처 간 협업으로 효율적 광고예산 집행               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 예산·역할 분담을 통해 한정된 예산의 효율적 활용, 상승효과 창출(총 15건, 27억)</li> </ul> </li> <li>○ 국민 인식·태도·행동 변화를 위한 장기캠페인 시행               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (2050 탄소중립 캠페인) 탄소중립 사회로의 전환을 위한 국민 이해도 제고 및 공감대 형성                   <ul style="list-style-type: none"> <li>* 제작(2편), 송출(TV·온라인·열차·3D 전광판)</li> </ul> </li> <li>- (디지털성범죄 근절) ‘불법 저장·시청은 범죄’를 주제로 급증하는 디지털성범죄의 근본적 해결과 왜곡된 성의식 개선에 대한 인식 제고                   <ul style="list-style-type: none"> <li>* 제작(2편), 송출(TV·IPTV·온라인·극장·열차)</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>○ 공급자 중심 홍보 탈피, 정책 집행자, 수혜자가 직접적으로 참여하는 ‘공감형 소통’ 진행               <ul style="list-style-type: none"> <li>· 국민참여 정책소통 공모전-정부 정책 24건 접수, 국민 115팀 참여, 3건 소통실행</li> <li>· ‘우리함께 캠페인’ 어린이 아이디어 공모전 568건 접수, 토크콘서트 국민 참가자 320명</li> </ul> </li> <li>○ ‘수요자 중심’의 정부정책 발전을 지향하고, 민주적, 합리적 ‘소통, 공론 문화’ 확산 효과 기대</li> </ul>
		③	4점 (우수)	
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	10점 (매우우수)		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 현장중심의 중간평가 실시, 부진사항 적극 개선               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국민중심 소통 활성화 지원 사업 만족도 평가기준 강화 및 '22년 주제선정 시 전문가 의견수렴 및 국민 의견조사 시행</li> <li>- 업무담당자와 실시간 연락망 구축(상시소통) 및 사업별 업무협의 및 추진상황을 점검하여(18회) 사업이 차질 없이 진행되도록 노력</li> </ul> </li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10점 (매우우수)		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국민중심 소통 활성화 사업의 현장 의견을 충분히 수렴               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사업 내실화 및 발전방안 마련을 위해 학계 및 홍보 전문가 자문회의 개최(2회)</li> <li>- 사업담당자들과의 핫라인 운영 및 지속적 피드백 진행</li> </ul> </li> </ul>



## (1) 평가결과

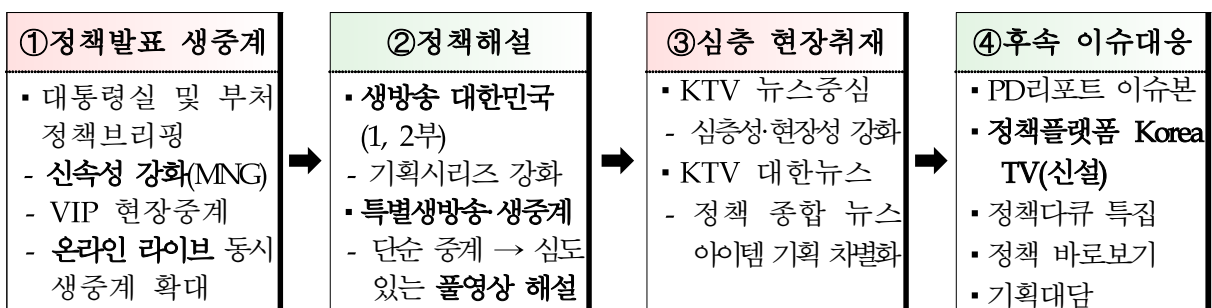
## □ 총평

- 새 정부 국정비전 국민 공감 확산 및 효과적 국정기록 관리
  - 새 정부 6대 국정목표, 120대 국정과제 확산 프로그램 집중 기획
  - 윤석열·문재인 정부 국정성과의 효과적 기록 및 보존 관리
- 온라인 채널 지속 성장 기반 마련 및 안정적 구독 유지, 환경변화 대응 다 플랫폼 활성화 및 OTT 플랫폼 강화
  - 국정운영방향이 반영되어 있는 대통령 및 국무위원 현장 행보와 정부 핵심 정책을 결합한 PI(President Identity) 콘텐츠 제작
  - 국민과 쌍방향 소통이 가능한 '정부 브리핑 체크업' 주 3회 제작, 쇼폼 콘텐츠 다수 제작(윤니크 쇼츠, 긴급현안 5959, 4컷 뉴스 등)
- 아카이브 서비스 및 국정기록 관리 내실화를 통한 활용도 향상
  - 나누리포털 신규 회원사 유치 및 콘텐츠 활용도 향상, 리버티뉴스 신규 발굴 및 디지털 변환, 특집 역사 콘텐츠 제작
- 편성개방, 콘텐츠 협업 제작, 장애인 편의를 위한 방송 확대, 채널 단일화를 통한 국민참여와 채널 접근성 제고

## □ 주요성과

## ① 새 정부 국정 기초 반영 프로그램 편성

- (정책 전문성) 보도 프로그램의 심층성·현장성 및 후속 이슈 대응 강화
  - '정책발표 생중계→정책해설→심층 현장취재→후속 이슈 대응'식 개편(9.5.)



- 제20대 대통령 선거, 대통령직 인수위원회 브리핑 생중계(3~5월 163회) 및 기록 영상(대통령 당선인 특집, 인수위 영상백서 등) 제작
- 대통령 해외순방, 한국형 발사체 누리호 발사 등 주요 계기별 특별생방송(12월 기준 60회) 및 '이태원 사고' 특보체제 가동(12회)
- \* '용산 국민 속으로'(7.17.), '정부 출범 100일'(8.21.), '청와대 개방 그 후'(11.2) 등 특집 콘텐츠 제작
- (국정과제) 새 정부 120대 국정과제를 집중 홍보, 국민 공감대 조기 확산
- '정책플랫폼 Korea TV'\*를 통한 규제개혁, 사회적 약자 복지, 민간 주도 성장 등 핵심 과제 홍보 및 정책담당자 심층 대담 진행(27회)
- \* '국정과제-정책대담-생활정책-현장사례-혁신정책' 테마별 띠 편성(9월~, 주 5회)

<정책플랫폼 KOREA TV>

타이틀	내 용	형식
(월)정책스페셜	핵심정책 소개+정책담당자 대담	ST+VCR
(화)국정초대석	장, 차관등 대담	ST
(수)정책플러스	생활밀착형 정책	ST+VCR
(목)이슈&정책	정부, 지자체 연계 정책	VCR
(금)대한민국DNA	문화 예술등 K-콘텐츠	VCR

- 자주국방, 문화매력, 항공우주 등 정책 역사 콘텐츠 '심용환&썬킴의 타임라인'을 제작, OTT 플랫폼 웨이브 등 공개(12월, 10편)

## ② 온라인 채널 지속 성장 기반 마련 및 국민과의 소통 강화

- (영향력) 대표 유튜브인 'KTV 국민방송' 구독자 증가세 전환(9월) 등 22개 채널 구독자 전년 대비 41% 증가('21년 159만 명→'22.12월 166만 명)
- \* 대통령 PI 전용 채널 '윌니크' 개설(5.10.) 후 구독자 1.57만 명 확보(12월 기준)
- (생방송) 생방송 전용 스튜디오 구축, 국민과의 쌍방향 소통(댓글, 전화)이 가능한 '정부 브리핑 체크 업' 진행(9월~, 주 3회)으로 전문성 강화
- (포맷) 유튜브 '쇼츠' 등 숏폼 콘텐츠 급증 추세 반영, '윌니크 쇼츠', '영상속 오늘 예전에', '올림올림' 등 세로형 콘텐츠 제작 강화
- \* '윌니크' 채널 총 콘텐츠 수: 총 675편 중 생방송 185편 송출, 일반콘텐츠 320편 제작, 쇼츠 170편 제작(12월 기준)

### ③ 아카이브 서비스 및 국정 기록 관리 내실화

- (나누리 포털) 신규 회원사 유치(진실과화해위원회, 한국다큐멘터리네트워크, 시청자미디어재단) 및 콘텐츠 활용도 향상('21년 13,192건→'22년 18,138건)
  - \* ▲정부 부처 정책소통평가에 콘텐츠 업로드 실적 반영 ▲이슈 영상 주제관 서비스 (23건 10,133개) ▲대한뉴스·문화영화·리버티뉴스 DB 구축 및 검색엔진 개발 등
- (근현대사 아카이브) '리버티뉴스' 신규 발굴 및 디지털 변환(필름 332편)
- (국정 기록) 대통령 선거·인수위 관련 기록물 등록(3,022건), 코로나19 관련 영상(20,000여 건) 등 확보

### ④ 국민 참여와 채널 접근성 확대

- (편성개방) 공공기관 정책홍보 영상과 국민이 직접 만든 콘텐츠·독립예술영화 편성('22년 기준 722편)
  - \* 제3회 국민영상제를 개최(12.5.~9.), 우수 일반인 콘텐츠와 독립예술영화 시상·방영(6편)
- (기관 협업) 각 부처, 지방자치단체 등 유관기관 콘텐츠 협업 제작
  - \* ▲'UHD 영상미학' 제작(9편, 양산·영월·함양군 등) ▲'살어리랏다 시즌5' 제작(6편, 농림수산물문화정보원) ▲정책 세미나 중계(KDI·경제인문사회연구회 등 10편) 등
- (장애인 방송) 자막방송('21년 71.4%→'22년 71.9%)·수어방송(5.3%→5.6%) 편성 비율 상향 및 화면해설방송 개시(7월~, 7.5%)
- (채널 단일화) IPTV 3사(KT·SK·LG) 채널 단일화 완료(64번, 12.15.), 케이블방송 채널 단일화\*(164번) 지속 추진
  - \* SK브로드밴드 23개 SO 단일화(9월)로, 현재 90개 케이블방송 중 31개 완료(34%)
- (소통 협업 강화) 범부처 협업 필요 사안 및 주요 정책 사안에 대해 부처별 소통 방향 및 홍보 방안 발표 공유
  - 코로나19·10.29 참사·부동산대책 등 주요 현안 세부 소통상황 공유를 통해 부처간 협업과 원보이스 홍보의 기틀 마련

### □ 미흡 원인분석 결과

- 비대면의 일상화, 콘텐츠 유통·소비 변화의 가속화(모바일 시청, OTT·숏폼 플랫폼 이용자 증가) 등 디지털 미디어 대전환기 본격 진입

- 주 5일 이상 매체 이용률: 모바일 91.6% TV 73.4%(2021 방송매체 이용행태 조사, '22.2월)
- 국내 OTT 이용자: '17년) 800만 명→'21년) 2,800만 명
- '22년 틱톡 이용자 전년 대비 65% 증가, 56.5% 숏폼 시청(닐슨코리아클릭)

- 시청률 하락 지속과 함께, 온라인 구독 회복세 전환('22.10월), IPTV 채널번호 단일화(64번), 풍부한 아카이브 보유 등 위기·기회요인 혼재
- (정책성) '정책 전문 채널로서의 역할과 대중적 영향력(인지도·시청률)'이라는 이중적 과제 수행상의 어려움

\* 시청자의 생활 주기에 맞는 다양한(연성·경성) 정책 프로그램과 대표 콘텐츠 부재

- (시청률) 미디어 이용 성향 변화(TV→뉴미디어), 정책 콘텐츠의 경쟁력 부족(킬러콘텐츠 결여), 고(高)채널화 등으로 시청률 하락세 가속

\* 하반기 개편으로 연속극 드라마 편성 완전 폐지: '대추나무 사랑 걸렸네', '토지'(9월), '사랑과 진실'(10월), '전원일기'(12월) 종료

\*\* 시청률: '19년) 0.124%(42위/264개 채널)→'22년) 0.040%(99위/222개 채널)

## □ 개선보완 필요사항

- 지속적인 채널번호 단일화 및 저채널화 추진 및 시청률 지표 개선 방안 마련을 위한 연구용역 추진('22.10~12월)

☞ 시청률 지표의 비중을 축소하고, 질적 가치인 유익성, 신뢰성, 공익성, 공감정도 등을 평가하여 보완지표로 활용 예정

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	13점 (거의완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 관리과제의 목표를 달성하기 위해, 매주 주간 업무회의(원장,부·팀장 참석), 매주 제작회의(원장, 제작 관련 부·팀장), 매월 분기별 이행실적 점검 TF 실시와 추진일정에 따른 집행 독려로 집행이행도 제고</li> <li>- 기관장 공식으로 인한 신규 자문위원단 구성으로 방송모니터 간담회 및 방송자문위원회 개최 일정이 소폭 지연되었으나, 관리과제의 정책효과에 미치는 부정적인 영향은 없는 것으로 판단</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	24점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>공공·공익채널 시청순위</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 3년간 공공·공익채널 중 시청순위 1위를 기록하여, '22년에도 목표를 1위(총 13개 채널)로 설정한 것은 적극적인 목표치 설정으로 판단</li> <li>- 공공·공익채널 시청순위 목표달성도는 목표 순위인 1위 대비 2위(12.20.기준)로, 달성률은 목표에 다소 미달했으나,</li> <li>- 공공·공익 채널 <u>시청률 집계 중단*</u>에 따라 모수가 축소되었음.</li> </ul> </li> <li>* 2022년 4월 1일, 시청률 조사업체인 닐슨 미디어코리아 측에서 직간접적으로 계약되지 않은 채널들을 대상으로 시청률 집계를 종료한다고 통보함. 이에 KTV가 기존 지표로 활용하던 공공·공익 채널 13개 중 6개(KTV, 국회방송, 소상공인방송, 다문화 TV, YTN사이언스, MBC NET)만 활용 가능하게 된 점이 한계로 작용</li> <li>○ <b>뉴미디어 서비스 고객 이용자 수</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내 SNS 이용자 포화상태로 인한 성장률 둔화와 새 정부 출범에 따른 이용자층 변화 등으로 지속적 고속성장에 한계가 있을 것이 예상되나, 전년도 실적(약 123.6만명) 대비 10% 상향한 목표치를 설정한 것은 적극성이 인정됨</li> <li>- 뉴미디어 서비스 고객 이용자 수 목표달성도는 목표치 <b>1,359,147명 대비 1,426,682명(104.9%)으로 초과 달성</b></li> <li>- 다양한 방송·온라인 융합 콘텐츠와 다플랫폼, 다채널 활용으로 정부 온라인 정책채널을 선도하는 우수한 성과 도출</li> </ul> </li> <li>○ <b>영상자료 국민제공건수</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 개방·공유 아카이브의 대상 및 제공 콘텐츠의 확대로 영상자료 제공건수가 늘어</li> </ul> </li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<p>날 것으로 예상되어 전년 실적(15,988건) 대비 10% 상향한 도전적인 목표치를 설정한 것은 적극성이 인정됨</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영상자료 국민제공건수 목표달성도는 <b>목표치 17,600건 대비 21,160건(120.2%)으로 초과 달성</b></li> <li>- 아카이브 콘텐츠 다양화·고품질화를 통하여 정책홍보 및 KTV 보유 영상 콘텐츠 활용도 확대</li> </ul>
		총점 27점	
	2-2. 정책 효과성(30점)	① 17점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>KTV 국민방송 인지도는 매년 상승 추세</b>(‘22년 82.2%) <ul style="list-style-type: none"> <li>- ‘22년 인지도 조사 결과 정책방송의 특성에 맞게 ‘방송의 오락성(55.8%)’에 비해 ‘보도내용 공정성(82.4%)’ 및 ‘신뢰도 높은 정보 전달(88.2%)’ 등이 높게 나와 KTV 정체성에 대한 국민의 기대에 부응</li> <li>* KTV 인지도: (‘19년) 81.4% → (‘20년) 81.6% → (‘21년) 81.6% → (‘22년) 82.2%</li> </ul> </li> <li>○ <b>국정비전 국민 공감 확산으로 효과적인 정책홍보</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 윤석열 정부 국정과제, 국가비전 등 확산 프로그램 집중 기획 및 새 정부 맞춤형 신규 PI 콘텐츠 개발 및 확산</li> <li>- TV 시청률의 감소 추세에도 불구하고, 방송과 온라인이 융합된 경쟁력 있는 콘텐츠 제공으로 시청자의 신뢰도 및 인지도 지속 향상</li> <li>- 코로나19 중대본 브리핑, 대통령직인수위원회 브리핑, 대통령 해외 순방, 각 부처 정책발표 및 주요행사 등 정책현장 소통 강화로 정책 이해도 수용성 제고</li> </ul> </li> </ul>
	①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점)	② 5점 (매우우수)	
	②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점)		
	③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)	③ 5점 (매우우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 미디어 환경 및 시청 트렌드 변화(TV→SNS, OTT)에 부응, <b>다플랫폼·다채널 기반 세대공감·생활밀착 콘텐츠 제공으로 효과적 정책홍보 및 시청자 저변확대</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>(양적)</b> 뉴미디어 서비스 고객 이용자수. (‘20) 990,802명 → (‘21) 1,235,589명 → (‘22) 1,426,682명</li> <li>- <b>(질적)</b> 2022년 문화공공데이터 개방 우수기관 대상 수상(22.11.10.)</li> <li>- <b>(정책적)</b> 신속성·신뢰성·심층성 있는 입체적 정보 제공으로 안정적 국정운영 지원</li> <li>* 예) ▲대통령 행보의 신속한 콘텐츠 처리를 위한 전담 제작팀을 운영하여 국정운영 방향을 담고 있는 대통령 일정 전체를 콘텐츠로 제작하여 공개, ▲총리, 장관 등 국무위원의 현장 행보 콘텐츠</li> </ul> </li> </ul>



평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			를 신속 제작하여 새 정부 정책 방향 및 추진 현황을 국민들에게 적시 제공 및 이해도모, ▲각 부처 정책발표, 코로나 방역백신 정보 및 국가 기념식, 주요 행사 등 온라인 생방송 제작 확대 로 주요 온라인 이슈에 신속 대응
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	10점 (매우우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '21년 자체평가, '22년 상반기 점검결과 개선 조치 요구사항을 충실히 이행</li> <li>- 새로운 성과지표 및 보완·보조지표 개발을 위하여 연구용역 추진('22.10월~12월)→ 결과 '23년 보완지표로 활용 예정</li> <li>- 시청자 접근성 제고를 위한 채널번호 단일화 및 저채널화 추진</li> <li>- KTV 인지도 제고를 위해 중계차 래핑 실시</li> <li>- 디지털 기반 매체로의 전환, 유튜브, SNS 등 특화 프로그램 개발 및 편성과 OTT 플랫폼 강화</li> <li>- 정책고객·KTV 주요 시청자들의 태도, 만족도 등에 대한 파악</li> <li>- 편성 개방에 대한 대국민 홍보, 참여 활성화 방안 강화</li> <li>- 쌍방 소통형 프로그램(유튜브 연계, 웹 편성 등) 확대</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10점 (매우우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 정책보도 및 국민소통 프로그램을 통한 국정 홍보 지속</li> <li>- 국민기자단의 '국민리포트', 국민과 쌍방향 소통이 가능한 온라인 생방송 '정부 브리핑 체크업' 등 국민참여형 프로그램 제작을 통한 정부정책 전달력 제고 및 KTV 위상 제고</li> <li>○ 45개 부처 협업 온라인 중계방송으로 효과적인 대국민 정책 확산</li> <li>- KTV가 주관방송사가 되어 기관 협업 기반 온라인 생중계와 콘텐츠 공유 실시로, 범 정부 홍보역량 향상</li> <li>○ 편성개방사업, 공공성·개방성 증진으로 국민 참여를 확대하고 국민영상제 개최를 통해 관련 콘텐츠 재조명 및 시상</li> <li>○ '22년 KTV 우수프로그램' 심사 및 선정으로 외주제작사들과의 소통 및 사기진작 도모</li> <li>○ 방송자문위원회 회의(연 2회) 결과 및 방송 모니터단(매주) 제안 의견을 프로그램 개편 방향에 반영</li> <li>○ 온라인 채널 경쟁력 제고 및 '21년 OTT 콘텐츠 시범 제작에 이어 '22년부터 본격적으로 시사·교양 분야 OTT 기획시리즈 제작</li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 코로나19 이후 완화된 방역정책 기조에 맞추어, ①주재국 현지 대규모 종합문화 행사 개최, ②해외 언론인 초청 및 범정부 외신홍보체계 구축을 통한 적극적인 정책소통 강화 ③코리아넷 다국어 서비스 확대, 외국인 한국문화홍보 전문가, 온라인 플랫폼을 활용한 한국문화 홍보를 추진 및 국가이미지 제고

## □ 주요성과

**[주재국 현지 대규모 종합문화 행사 개최]**

- **(한국문화제)** 대규모 종합문화행사를 기획, 개최하여 한국문화 대표행사 육성지원
  - 주재국 수요를 반영한 주제 기반의 ‘한국문화제’ 개최(6개소)하여 문화원 대표 사업으로 육성, 전 세계로의 K-컬처 확산 유도
    - \* 태국(웹툰), 홍콩(케이팝), 베트남(공연), 벨기에(한국음악), 헝가리(전통공연), 영국(공연)
  - 해외문화홍보원 주도로 고품격 전시(K-pop 문화사적 연대기/5,398명 관람), 공연(브레이킹·국악 융합/2,450명 관람) 기획 및 문화원 순회 운영해 풍부한 문화행사 개최 지원
- **(미디어아트)** 첨단기술 접목한 한국문화 콘텐츠 구현으로 한국문화 매력도 제고
  - (상시형) 동경, 베트남문화원 외벽에 초대형 LED 장비 설치 (’22.12월)하여 한국문화관광자원 소개 및 양국교류 상징 영상 상시상영, K-컬처 확산 거점으로서 문화원 역할 강화
  - (이벤트형) 주재국 주요계기 행사와 연계한 미디어아트 전시 추진 (프랑스 5.5만명 관람, 필리핀 3만명 관람)
    - \* 주요사례 : ▲(프랑스) 연등회(유네스코 인류무형문화유산 등재 기념) 주제로 미디어아트 전시 개최(’22.6~9월), ▲(필리핀)한-필리핀 우호증진 미디어아트 전시(’22.10월) 등

## [외신 대상 체계적인 홍보체계 구축을 통한 정책소통 강화]

- (범정부 외신협력 체계 구축) '외신대변인협의회' 운영(22회) 확대\*, 외신 지원 인력 확충\*\*을 통해 외신과의 소통·협력 체계 및 기획홍보 여건 마련

\* (개최 횟수) 월 1회 → 월 2회, (참여부처) 5개 부처 → 20여 개 부처

\*\* (기존) 외교부, 기재부, 산업부, 금융위, 질병청 / (신설) 9개 부처(국방부, 통일부, 복지부, 과기부, 환경부, 고용부, 국토부, 문체부, 중기부

- 정부와 외신간 원활한 소통을 위해 정책토론회, 브리핑, 프레스 투어 등(72건) 지원, 부처의 외신홍보 역량 강화를 위해 외신대변인 공동연수(2회) 개최 및 해외홍보 컨설팅\* 지원(연구용역, 5건)

\* ▲(국가보훈처) 6.25전쟁 정전 70주년계기 홍보, ▲(고용부) 노동시장 개혁, ▲(농림부) 한식진흥 맞춤형 홍보전략, ▲(산자부) 2030 부산세계박람회 유치 홍보 등

- ▶ 정책토론회(5건): 과기부 장관(8.11.), 복지부 글로벌백신허브화추진단(10.21.), 고용부 장관(11.29.) 등
- ▶ 프레스투어(43건): 달 궤도선 발사(6.3), 2030부산엑스포 홍보(9.20.), JSA 언론견학(10.4.) 등
- ▶ 브리핑/간담회(24건): 2022 서울인보대학사건설명회(8.26), 아태원사고 총리 브리핑(11.1), 복지부 차관간담회(12.21) 등
- ▶ 외신대변인협의회(22회): 매월 2회 개최 및 공동연수회 상·하반기 각 1회 개최

- (해외언론인 초청을 통한 해외홍보) 해외언론 대상으로 한국 역사 문화·주요정책 등에 대한 취재지원을 통해 긍정적 국가이미지 확산

- 40개국 60매체 91명 초청 및 34개국 66매체 250건\* 보도(~12.22.)

\* 방산·에너지·환경, 2030부산엑스포, 한류 및 <청와대 개방> 등

- ▶ (아르메니아 Armenpress) 한국 방산 산업 및 경제 성장에 대해 보도(8.26.)
- ▶ (영국 The Observer) K-팝, K-뮤비, K-드라마 등 한류에 대해 보도(9.4.)
- ▶ (프랑스 Le Monde des ados) 네이버 제페토 등 한국 IT 산업에 대해 보도(10.5.)
- ▶ (네덜란드 NRC Handelsblad) 폐쇄된 북한 사회에 대한 한국지원 보도(10.17.~18.)
- ▶ (인도네시아 CNN 인도네시아) 청와대 개방 보도(11.23.)
- ▶ (벨기에 EU Reporter) 한국 정부의 탄소 중립 정책에 대해 보도(11.25.)

- (외신분석제공) 외신모니터링[상시 400여개 매체]과 이슈별 분석자료를 제작·공유, 대통령 해외 정상외교시 모니터링 전담팀 운영 계획 수립, 사전-행사중-사후 현지언론보고 및 순방외신종합 등 발행, 활용

- (영문뉴스레터) 외신기자대상 한국 주요 정책 및 소식 전달(약 2,000명)

\* 정부 출범, 국정과제, 청와대 개방 및 장애인예술인 특별전, 부산엑스포 유치, 누리호 발사 등

- 뉴스레터 내용을 활용한 현지 보도 및 추가 취재 요청 등 성과

\* 대표사례 : ▲이집트 <Egyptian TV> <Nile Culture Channel> 10월호 뉴스레터 기사관련 방송 ▲나이지리아 <The Authority> 8월호 뉴스레터 내용 2건 기사화 (추후 방한 희망) ▲아르헨티나 <La Nacion> 한국 클래식 관련 기사 요청

## [코리아넷 등 온라인 플랫폼을 활용한 한국문화 홍보 추진]

- (코리아넷 영향력 확장) 한류의 영향력이 커지는 동남아 대상, 다국어 포털 '인도네시아어' 추가를 통한 영향력 확대 (9개어→10개어)
  - \* 인니어(228), 영어, 중국어, 스페인어, 프랑스어, 아랍어, 러시아어, 독어, 일어, 베트남어
  - \* (코리아넷 유튜브 구독자) ('21년) 192,567명 → ('22년) 298,542명 / 55% 증가
  - \* (코리아넷 월 평균 기사 건수) ('21년) 568건→('22년) 10월말, 878건/54.5% 증가
- (유튜브 등 플랫폼을 통한 한국홍보) 유튜브 등 온라인 플랫폼을 통해 전세계 대상 공모전(톡톡코리아·한국문화함께 잇기) 진행, K인플루언서를 통한 한국문화 관련 영상 제작 및 확산 등 적극적인 한국문화 홍보 추진
  - 외국인 한국문화 홍보활동가 43% 증가(4,656명 → 6,690명)
    - \* (코리아넷 명예기자단) ('21년) 105개국 3,432명→('22년) 122개국 4,834명
    - \* (K인플루언서) ('21년) 76개국 1,224명→('22년) 103개국 1,856명
  - 영상 기획·구성 방법 및 제작 기술 교육을 이수한 K인플루언서를 통해 한국문화 홍보영상 연 3,110편 제작
    - \* ('22년) K인플루언서 10개 주요 채널 구독자/조회수 총합 : 359만명 / 755백만회 (11월 기준)
  - 글로벌 콘텐츠공모전 154개국 46,362건\* 작품 응모(한국문화 관련 총 8개 주제)
    - \* (대륙별) 아시아 63건(39%), 유럽 31건(19%), 북미 32건(20%), 남미 22건(14%), 아프리카 12건(8%)
  - 전세계 한류 동호회를 대상으로 부채춤·태권무 등의 한국 전통문화 강습 영상 제공, 자신만의 영상을 제작하여 온라인 플랫폼을 통해 공유하는 공모전 진행
    - \* 37개국 105팀(283명) 참여, 유튜브 조회수 17.5만 회

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	17점 (완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 월별·분기별 추진 계획에 맞춰 정상 추진</li> <li>- 관리과제의 목표를 달성하기 위해, 매주 주간 업무회의, 사업과제별 수시 점검을 통하여 추진일정에 따른 집행 독려</li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	27점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 각 성과지표별 전략적 목표치를 달성하여 성과 결과를 도출하였다고 판단</li> <li>- “계기별 문화교류 행사를 통한 한국에 대한 이미지 향상도”는 93.5%로 전체 설문 응답자 중 5,606명이 본 행사를 통해 한국에 대한 이미지(인식) 개선에 도움이 되었다고 응답</li> <li>- “코리아넷 월평균 조회수(홈페이지 페이지뷰+SNS* 조회수)”는 목표치인 938만 건 대비 996.2만 건(+58.2만)을 달성하여 목표치 대비 약 6.2% 초과 달성</li> <li>○ 해외문화홍보원의 각 성과지표는 전년 사업 실적과 정책 환경을 고려하여 적극적으로 설정됨</li> <li>- “계기별 문화교류 행사를 통한 한국에 대한 이미지 향상도”는 코로나19로 인한 제약 상황이 정상 회복하는 과도기임을 감안하여 코로나19가 발생하기 전에 근접한 목표치로 상향 설정(‘21년 80.2 → ‘22년 88.9)</li> <li>- “코리아넷 월평균 조회수(홈페이지 페이지뷰+SNS 조회수)”는 과거 실적과 코로나 19 상황을 고려하여 21년 목표치 대비 5% 상향하여 설정</li> </ul>
	2-2. 정책 효과성(30점) ①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점) ②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점) ③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)	총점 26점  ① 18점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>①재외문화원을 활용한 각종 미디어아트, 문화행사 및 전세계 대상 온라인 문화행사, 외신 대상 적극적인 정책 설명 등을 통해 한국에 대한 긍정적 이미지 확산</li> <li>- 주재국 수요를 반영한 주제 기반의 ‘한국 문화제’ 개최(6개소)하여 문화원 대표 사업으로 육성, 전 세계로의 K-컬처 확산</li> <li>* 태국(웹툰), 홍콩(케이팝), 베트남(공연), 벨기에(한국음악), 헝가리(전통공연), 영국(공연)</li> <li>- 국제행사, 현지축제 등 주요 계기별 문화교류 행사를 적극 활용하여 다양한 한국 문화를 알리고 경험하도록 하는 등 한국 문화 적극 홍보(20개 문화원)</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
		②	5점 (매우우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화원 소재 지역을 중심으로 미디어아트 활용 사업 추진, 몰입감 있는 한류 홍보콘텐츠 구현으로 문화원 홍보기능 강화(5개소)</li> <li>- 한국문화 함께 잇기 챌린지(K-커뮤니티 챌린지) 및 국제콘텐츠 공모전을 통해 한국 전통 문화를 직접 체험함으로써 한국 대중 문화를 중심으로 활동해 온 외국인 대상으로 한국 전통문화까지 관심을 확대할 수 있는 계기 마련</li> <li>- 외신간담회 등 적극 소통을 통해 외신 관심사 파악, 외신의 취재 수요 및 기대에 부응하는 취재지원 등 효과적 외신홍보를 통해 세계에 한국에 대한 긍정적 국가이미지 확산</li> </ul> <p>② 각종 문화행사 및 정부정책 수요에 맞는 해외홍보 행사 추진 등을 통해 정책목표를 달성할 수 있도록 적극 추진</p>
		③	3점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2030세계엑스포박람회의 부산 유치 성공을 위해 해외 언론매체 초청 시 부산을 포함한 취재 일정 기획 및 상주 외신 대상 특별 프로그램 제공, 코리아넷 홈페이지 등을 통해 적극 홍보</li> <li>- K인플루언서를 통해 2030부산세계박람회, 2023 AFC 아시안컵 유치 홍보 등 한국문화 현안 콘텐츠 제작 및 전 세계 확산</li> <li>- 한국 전통문화 경험을 통한 한국에 대한 긍정적인 이미지 확산</li> </ul> <p>③ 정부정책 외신 홍보 강화를 위한 범정부 외신협력 체계 구축 및 외신 친화적 소통을 확대를 통한 적극적인 국정정책 홍보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정책토론회 5건, 프레스 투어 43건 및 브리핑·간담회 24건 등 총 72건</li> <li>- 외신대변인협의회 총 22회 개최 등 운영 확대('22년 월 2회, 20여 개 부처)</li> <li>- 영문뉴스레터 발행을 통해 외신기자 대상(약 2,000명) 한국의 주요 정책 및 다양한 소식을 전달하여 취재 및 보도 지원</li> </ul>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	10점 (매우우수)		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '21년 자체평가, '22년 상반기 점검결과 개선 조치 요구사항을 충실히 이행</li> </ul> <p>&lt;21년 자체평가 결과 조치실적&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국가 이미지 제고 영상물 추진 시 각 부처 수요 조사 및 협력을 통해 영상을 제작하여 국정외제 연계홍보 도모(국방부,문화재청 등)</li> </ul>



평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
			<ul style="list-style-type: none"> <li>○국제적 관심을 끌 수 있는 KPOP 아티스트와 전세계 대상 반응이 좋은 한국문화 함께 잇기, 국제콘텐츠 공모전 추진 시 전년도 반응을 고려하여 사업 계획 수립 및 추진</li> <li>&lt;22년 자체평가 점검 조치 실적&gt;</li> <li>○외신 취재지원 및 해외보도 국내 순환 홍보 등을 통해 체계적으로 국내외 정부의 성과를 국민들에게 전달하고 홍보 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대통령 해외순방 시 국내 외 프레스 취재지원 등 추진</li> <li>- 달 궤도선 발사, 문화기술 성과 전시회 등 프레스투어, 브리핑 등 부처별 정책홍보 행사 추진</li> <li>- 외신에 한국 관련 취재기회 지속 제공 및 개별 취재요청 응대(복원 자격루, 수능 현장 취재 지원)</li> <li>- 한국 관련 외신 보도 국내 순환홍보 카드 뉴스 제작(사도광산, 한류콘텐츠 상승 관련 최신 보도)</li> <li>- 해외문화홍보원, 한국문화정보원 간 MOU 체결 완료(12.26.)</li> </ul> </li> </ul>
	<p>3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)</p>	<p>9점 (우수)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○외신 대상 정책토론회 및 재외문화원장회의 등을 통해 현장의 의견을 수렴하여 정책 환류가 되도록 지속적인 노력 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정책토론회 5건, 프레스 투어 43건 및 브리핑·간담회 24건 등 총 72건</li> <li>- 외신대변인협의회 총 22회 개최 등 운영 확대('22년 월 2회, 20여 개 부처)</li> <li>- 22년 상하반기 문화원장·문화홍보관 정기 회의를 통해 각 기관의 주요 업무 성과, 현안 사항을 공유하는 등 적극적으로 현지 기관의 의견 청취(4, 10월)</li> <li>- 문체부 본부 및 국립중앙박물관과 협의하여 문화재 해외전시 시 재외문화원과 연계하여 해외 현지 전시 정보를 점검할 수 있도록 체계를 개선하는 등 전시 담당 부서의 현장 의견 반영('22.12월)</li> </ul> </li> </ul>

## (1) 평가결과

## □ 총평

## ○ 국민 실생활에 유용한 맞춤형 정책정보 확산

- '정기간행물 독자 만족도'는 90.8점으로 목표(90.6점) 초과 달성
- 정부 주요정책 및 국정 현안에 대해 국민에게 다양하고 유용한 맞춤형 정책간행물 발간\*을 통해 국민의 정책이해도 및 공감대 제고
- 새 정부 국정철학, 국정비전 등을 적극적으로 홍보하여 국정과제를 원활하게 추진할 수 있도록 국민의 공감 유도
- 국민의 목소리에 귀 기울이고, 정책에 대한 공감할 수 있는 양방향 매체 지향으로 정책 순환 제고

\* <공감> 독자 설문조사 결과('22.9.1.~9.30, 총 529명)

<공감> 2022년 독자 설문조사 결과

- 만족도 90.8%, 정책이해도 91.2%, 열독률 84.1%
- "공감에 실린 콘텐츠 수준에 만족한다"는 답변이 '21년 88.3% → '22년 89.4%로 증가, 2023년 강화해야 할 분야로 민생정보(44.0%)를 꼽아 대한 국민의 정책정보 요구 및 정책정보지 발간의 '필요성' 확인

## ○ 매체환경에 대응한 정책간행물 콘텐츠 디지털 확산

- 간행물 콘텐츠를 포털, 유튜브, SNS 등 디지털 채널에 최적화된 형태로 재가공해 인쇄 매체가 지닌 한계 극복 노력 지속
- 다양한 읽을 거리 확대, 웹 접근성 및 편의성 개선, 노후 기사 관리시스템 개선 등 공감 누리집 개선

□ 주요성과

- **(국민에게 유용한 맞춤형 정책정보 확산)** 정부 주요 정책 및 국정현안에 대해 국민 실생활에 유용한 맞춤형 정책정보를 정기 및 수시로 제공·확산하여 국민의 정책 이해도 및 공감대 제고

**<정기간행물> 공감, 카툰공감, 손끝으로 읽는 국정**

- (공감) 지난 정부 국정기록(1~4월), 새 정부 국정철학, 국정비전과 목표(5월~) 등을 신속히 국민에게 홍보\*(주간, 50호, 164만부)하여 콘텐츠 품질 및 만족도\*\* 제고

\* '국민과 함께 용산시대', '청와대 국민 품으로', '규제혁신 사례', '문화매력국가로' 등 주요 국정과제를 현장 중심의 연속기획으로 국민 눈높이에 맞게 친근하게 소개  
 \*\* 공감 만족도 조사 결과 : 만족도 90.8%, 열독률 84.1%, 정책이해도 91.2%

- (카툰공감) 만화로 재미있게 정책정보 제공(격주간, 26호, 52만부)
- (손끝으로 읽는 국정) 시각장애인에게 도움이 되는 맞춤형 콘텐츠 제공(월간, 12호, 1.56만부)

**<정책 간행물> 새정부 국정철학, 민생경제 등 국정 관련 정책정보 확산**

- 제20대 대통령직인수위원회 백서, 윤석열정부 120대 국정과제 (2.6만부)
- 내 삶에 힘이 되는 희망사다리 2022(3만부)
- 국정백서, 대통령 연설문집·말글집, 국정화보집(8.2만부), 윤석열 대통령 존영 제작·보급(0.25만부), 국정기록사진(국무총리, 정책 관련 국정 사진)촬영·활용(국무총리 및 부처 정책 발표, 연간 1,200개 내외)

**< 2022년 정책간행물 발간 현황 - 총 231.36만부 >**

구분	간행물명	주요내용	제작부수
정기간행물	공감	주간 정책전문지(매호 3만)	164만
	카툰공감	격주간 정책만화잡지(매호 2만)	52만
	손끝으로 읽는 국정	월간 시각장애안용 정책 잡지(매호 1천3백)	1.56만

구분	간행물명	주요내용	제작부수
수시 간행물 (주요 정책 및 현안)	내 삶에 힘이 되는 희망사다리 2021	국민생활 정책정보	3만
	국정 5년 화보집	정부 5년 화보집	3천
	문재인 대통령 연설문집 제5권	대통령 연설문	5천 세트각3권
	문재인 대통령 말글집 제5권	대통령 말씀 모음	8천
	문재인정부 국정백서(전22권)	5년 핵심성과 등 종합정리	6.6만
	제20대 대통령직 인수위원회 백서	윤석열정부 국정과제 및 인수위 활동 정리	1.55만부
	윤석열 대통령 존영	군부대 외교공관 게시용	0.25만부
윤석열정부 120대 국정과제	국정과제별 목표, 내용, 기대효과 등	1.05만부	

제20대 대통령직 인수위원회 백서	윤석열정부 120대 국정과제	공감(주간)	
카툰 공감(격주간)	손끝으로 읽는 국정(월간)	내 삶에 힘이 되는 희망사다리 2022	
국정 5년 화보집	대통령 말글집	대통령 연설문집	문재인정부 국정백서

- **(선제적 소통 의제 주도)** 정부 유일의 정책주간지로 핵심 정책소통 의제 설정 및 소통실 보유 다양한 매체의 “콘텐츠 중심”으로서의 역할 수행 적극 노력
  - 매주 정부 정책 중 국민생활과 밀접한 핵심 의제 선정, ‘특집’, ‘특별기획’ 등의 형태로 심층 정보 제공 및 전문가·국민 등 **다양한 목소리 공론화**
    - \* <사례> 특집 시리즈 ‘윤석열정부 5대 국정목표(5~6월, 5회), 특별기획 ‘윤석열 정부 6개월, 국민과의 약속 이렇게 지키고 있습니다’ (11월, 총 4회), ‘장관 쓱터뷰, 국민이 묻고 장관이 답하고’(9~11월, 총 7회)
  - 주간지 매체 특성상 긴 호흡으로 깊이 있는 콘텐츠 기획, 소통실 보유한 다양한 매체(광고, 정책브리핑, 공감 누리집, 대표 SNS, TV)가 2차 확산 가능한 ‘**원천 콘텐츠**’ 제공하여 활용
    - \* <사례> ‘국민과 함께 용산시대’, ‘청와대 국민 품으로’ 등(5월~11월, 총 18회) → 정책브리핑, 공감누리집, 볼수록 공감 페이스북, 인스타그램 등 누리소통망 카드뉴스로 재가공, 2차 확산
  - 소통실 보유 온·오프라인 전 매체가 참여하는 ‘**통합콘텐츠 기획회의**’를 정례화(매주 월요일)하여 **소통 의제 및 방향에 대한 심층 논의 및 공유**(회의 결과 공유 및 소통 반영)
    - ☞ 매체간 협업, 소통매체 자원의 효율적 배분으로 양질의 정책 콘텐츠 제공 및 국민의 정책정보 접근 기회 확대
- **(국정현안 적극 홍보 지원)** 새 정부 국정철학, 청와대 개방 및 대통령실 이전, 코로나19 정보 및 정부 국정기록 등 핵심성과 중심 집중 홍보
  - **(새 정부 국정철학·방향 홍보)** 제20대 대통령 당선 확정부터 인수위원회 활동, 정부 출범 등 새 정부 단계마다 국정철학·비전·전략을 체계적으로 홍보(공감, 카툰공감)
    - (국정철학) 정책주간지 <공감>을 통해 국정과제 연속기획, 부처 업무보고 등 새 정부 정책 방향과 핵심 내용을 체계적이고 쉽게 전달함으로써 정책에 대한 국민 이해도 제고에 기여
    - (국정과제) 제20대 인수위 백서, 120대 국정과제 모음집 등을 발간, 새 정부 국정과제 추진전략과 기대효과 등을 국민이 알기 쉽게 소개



- (청와대 개방 및 용산시대 개막) 최초의 완전한 청와대 개방과 대통령실 용산 이전에 따른 역사·문화적 의미, 기대효과, 여행정보, 국민 반응 등을 자세하게 소개(공감, 카툰공감, 손끝으로 읽는 국정)
- (청와대 개방) 공간적, 역사·문화적 의미, 관람정보 등을 적극 홍보
- (대통령실 이전) 역사적 배경, 의미, 효과 등을 자세하게 소개
- (청년정책) 취·창업, 주거, 자산형성 등 윤석열정부 청년정책 정보와 수혜 사례를 현장 취재한 '청년이 미래다' 연중 게재(공감)
- (월드컵) '2022 카타르 월드컵' 기획 연재, 표지(2회) 및 화보 등을 통해 국민적 응원 열기와 월드컵 정보 소개(공감)

 <p>공감 672. 청와대 연례국회</p>	 <p>공감 668. 취임 100일 대통령에게 듣는다</p>	 <p>공감 677. 국민이 즐기는 청와대 개방</p>	 <p>공감 659. 용산공원도 국민 품으로</p>
<p>새 정부 국정철학·방향</p>		<p>청와대 개방 및 용산시대 개막</p>	
 <p>공감 675. 독감 예방접종 서두르세요</p>	 <p>공감 683. 그대들이 챔피언</p>	 <p>카툰공감 683. 새 정부 국정철학·방향 홍보(카툰공감)</p>	
<p>코로나19</p>	<p>2022 카타르 월드컵</p>	<p>새 정부 국정철학·방향 홍보(카툰공감)</p>	

- (코로나19 정보 확산) 코로나19 상황별 정부 대책, 백신 수급·접종 정보, 재난지원금 정보 등 소통 콘텐츠 집중 발굴(공감, 카툰공감)
- (백신 접종) 방역지침, 백신 수급·접종 정보 등 지속 소개
- (재난지원금) 재난지원금 지급 대상, 내용, 사용처 등 자세하게 안내



○ **(디지털 콘텐츠 확산 강화)** 더 많은 국민이 더 쉽고 편리하게 정책정보를 활용할 수 있도록 정책정보의 접근성과 가독성 제고 노력 강화

- (디지털 콘텐츠 제작) 누리집, 네이버 블로그, 다음 카카오뷰, 페이스북, 유튜브 등 디지털 채널 운영, 오프라인 콘텐츠를 디지털용으로 재가공, 확산

채널	운영	현황(22.12.28일 기준)	개설
누리집	주 25~30건 발행	월평균 조회수 39만회	2009.1
네이버블로그	일 3~4건 발행	구독자수 1.6만명	2017.1
다음카카오뷰	일 3~4건 발행	월평균 조회수 약 20만회	2018.4
페이스북	일 1~2건 발행	팬수 8.4만명	2011.1
유튜브	주 1건 발행	구독자수 2.1만명	2020.4

- (영상 콘텐츠 확산) 영상에 대한 수요가 급증하는 상황에 대응해 '공감' 지면 연계형 영상 콘텐츠 제작 강화(연간 50여편 게시)

- (공감 누리집 개편) 공감콘텐츠 가독성 개선을 위한 누리집 디자인 개편, 웹 취약계층(시각장애인·노인) 편의성 제고를 위한 웹접근성 코딩 적용 등



- **(공감 브랜드 홍보 강화)** 개별 공감 콘텐츠 확산에 그치지 않고 매체 브랜드 인지도 제고를 위한 유튜브용 영상 제작(2편, 12월)
  - (민간협업 영상) 인기 인플루언서 '니키'(구독자 69만)와 협업, 자연스러운 방식으로 공감 브랜드 노출하면서 매체 인지도 제고
  - (자체 제작 영상) '궁금해? 공감해!'를 메인 카피로 활용, '내 삶에 도움이 되는 정책주간지 공감'이 필요한 순간을 흥미롭게 구성



□ 미흡 원인분석 결과 : 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항

- 국민이 공감하는 콘텐츠를 다양한 소통 채널을 통해 확산 필요
  - 정책간행물 콘텐츠를 디지털용으로 재가공해 <공감 누리집>, '공감' 네이버 블로그, 다음 카카오뷰, 페이스북, 유튜브 등과 같은 디지털 채널을 통해 확산 중이며,
  - 향후, 공감 디지털 채널에 대한 브랜딩 홍보를 강화하고, 디지털에 최적화된 다양한 콘텐츠 형식을 개발하는 등 확산 효과를 높이는 노력 필요

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20점 (완수)	·국민 눈높이 맞춘 콘텐츠 제작·확산으로 대국민소통 강화를 위한 다양한 방안을 당초 계획대로 차질 없이 완수
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	30점 (매우우수)	·성과지표인 ‘독자만족도’ 초과 달성 (목표 90.6점 → 성과 90.8점) * 성과지표가 지나치게 높게 책정되어 재조정 필요
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점 30점	·온라인이 주도하는 매체 환경에 적극적으로 대응하며, 정부대표 정책홍보지 발간확산을 통해 대국민 정책소통 강화 ·국민 눈높이에 맞춘 콘텐츠 제작으로 대국민 소통 강화 - 청취일자리 추경 재·보충금 등 청년 일자리 복지 중심 소통 강화 - ‘윤석열정부 120대 국정과제’, ‘용산시대 개막’ 등 관련 분석 기사 및 다양한 콘텐츠 제공으로 범정부 현안 적극 지원 - 매주 국민생활과 밀접한 핵심의제를 선정, 특집 및 특별기획 형태로 체계적으로 심층 정보 제공 ·정책에 대한 국민 공감대를 형성하여 성공적 국정운영 기반 마련에 기여 - 국민의 목소리를 전달하는 현장취재 등 양방향 콘텐츠 기획 강화
	①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점)	① 20점 (매우우수)	
	②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점)	② 5점 (매우우수)	
③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)	③ 5점 (매우우수)		
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	10점 (매우우수)	·수준 높은 콘텐츠를 다양한 디지털 채널을 통해 국민들에게 재확산하는 노력 중요 - 정책간행물 콘텐츠를 디지털용으로 재가공해 ‘공감’ 네이버 블로그, 다음 카카오톡, 페이스북, 유튜브 등 디지털 채널을 통해 확산중이며, 향후 공감 디지털 채널에 대한 브랜딩 홍보를 강화하고, 디지털에 최적화된 다양한 콘텐츠 형식을 개발하는 등 확산 효과를 높이는 노력을 지속하겠음
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10점 (매우우수)	·공감 리뷰, 사진 공감 등을 통한 대국민 소통 노력에 더해 일선 현장의 정책집행자 및 정책홍보 전문가 의견을 반영, 정책홍보 방향 및 수준 개선 - 정책홍보전문가(3회) 및 지자체 현장 공무원 등 정책 취급자(1회) 등 총 4회에 걸친 현장 간담회를 실시했으며 향후 대국민 의견청취 코너를 강화하겠음 - 디자인 개편, 메뉴구조 개선, 웹접근성 코딩 적용, 시스템 신규 기능 개발 등 누리집 개편을 실시하였으며 향후 누리집 우수사례를 참고하여 콘텐츠 다양화 방안을 설계·추진하겠음

## (1) 평가결과

## □ 총평

- 새 정부 출범 후 높아진 국정운영에 대한 기대감과 주요 국정과제에 대한 대국민 소통의 중요성이 부각 됨에 따라, 정부 대표 누리소통망(SNS) 채널 운영 강화 및 국민참여 디지털 캠페인 추진 → 대국민 쌍방향 온라인 소통 활성화에 기여
- 온라인대변인회의를 통해 주요 국정과제 및 현안에 대해 관계 부처 간 긴밀한 협의 및 협업을 강화하고, 민-관 협업을 통한 디지털 프로모션 활동을 통해 국민들의 정책이해도 제고
- 빠르게 변화하는 온라인 환경변화에 효과적으로 대응하기 위해 유튜브, 페이스북 등 정부대표 누리소통망 채널 운영 강화, 자체제작 콘텐츠 발행 확대 등 온라인 소통 콘텐츠 품질 고도화 도모

구 분		2021년	2022년	비고
제작건수	이미지(카드뉴스 등)	1,320건	1,709건	29.5%↑
	영상물	353건	552건	56.4%↑
	소 계	1,673건	2,261건	
반응건수 (게시물 1건당 평균 조회수)	이미지(카드뉴스 등)	2.4만 회	4.1만 회	70.8%↑
	영상물	9천 회	12.3만 회	1,274%↑
	소 계	11.4만 회	16.4만 회	

## □ 주요성과

## ① 디지털 프로모션을 통한 국민참여 기회 확대 및 정책이해도 제고

- (쌍방향 소통 캠페인) 국민의 정책에 대한 의견과 제안을 경청하고 유관부처 장관이 영상에 직접 출연해 답변하는 국민참여형 양방향 소통 추진(5.11.~)

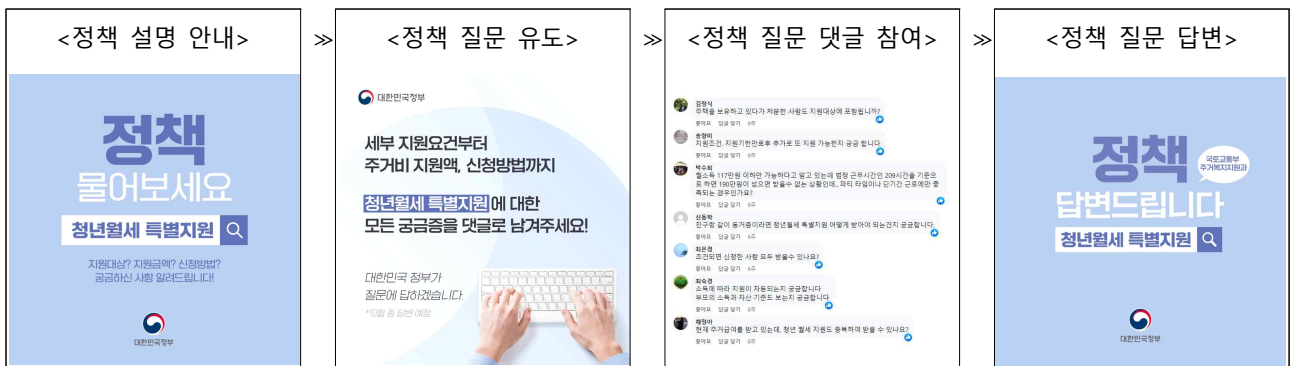
- 국민 의견 제안 댓글 이벤트(5.11.~5.27.)에 일반국민 2,149명 참여했으며, 문체부·국토부·중기부 등 8개 부처 장관이 국민 의견에 대해 답변, 조회수 200만\* 이상(12.21. 현재 기준)

\* 페이스북·유튜브 등 정부대표 SNS 실적 합산

			
댓글 이벤트(5.11.)	이벤트 참여 독려(5.18.)	이벤트 참여 독려(5.20.)	참여 감사 메시지(6.8.)
			
문체부 장관 속터뷰	국토부 장관 속터뷰	중기부 장관 속터뷰	금융위원장 속터뷰

- (쌍방향 소통 이벤트) 월간 정례 프로젝트로 국민의 관심도가 높은 정책사업을 선정, 정책이용 관련 국민들의 궁금증을 소관 부처와 협업, 궁금증에 답변하는 국민참여형 양방향 소통 추진(4월~)

- ▲(4월, 복지부) 첫만남이용권, ▲(5월, 국세청) 근로·자녀장려금, ▲(6월, 고용부) 육아휴직, 육아휴직급여 제도, ▲(7월, 고용부) 국민취업지원제도, ▲(8월, 행안부) 풍수해보험, ▲(9월, 국토부) 청년월세 특별지원, ▲(10월, 국토부) 전세보증금반환보증, ▲(11월, 산업부) 에너지바우처 등 진행, 각 회차별 평균 조회수 30만 상회

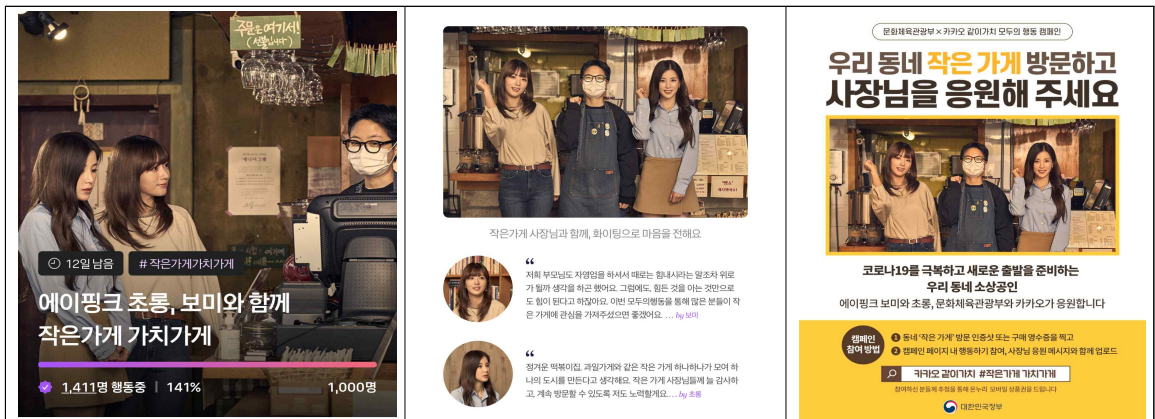




○ (국민참여 디지털 캠페인) 소상공인·자영업자의 코로나 이후 일상 회복을 응원하고 새로운 도약을 지원하고자 국민참여 캠페인 추진, 정책 소통에 국민이 직접 참여하는 기회 제공

- 민간 공익 캠페인 플랫폼\* 협업을 통해 소상공인·자영업자 새 출발 응원 및 기부 캠페인(11.22~12.18) 실시

\* 카카오 '같이가치 모두의행동': 국민 일상에서 속에서 사회문제, 공익에 대한 정보를 나누고 행동으로 함께 응원하고 연대하는 온라인 무브먼트 캠페인 플랫폼(같이가치 유저 600만명)



- 중소벤처기업부에서 주관하는 중소기업과 소상공인을 위한 소비 축제인 '윈-윈터 페스티벌(12.16~12.25)'과 연계, 이벤트 홍보 지원으로 시너지 효과 제고

○ (국민참여 프로모션) 주요 계기 SNS 플랫폼과 협업하여 국민이 정책의 의미를 간접적으로 체험하고 자발적으로 나누는 계기 마련

- 삼일절 의미를 되새기는 해시태그 캠페인(2.21~3.1)  
 • (보훈처/트위터) 지정 키워드(총 8개) 해시태그 입력 시 제작 태극기 이미지 자동 노출, 약 27.4만여 건 사용 확산

- 한국형발사체 '누리호' 발사 성공 응원 프로모션(6.11~6.22)  
 • (과기부/틱톡) 누리호 관련 3개 카메라 필터 활용, 응원 영상 셀프 제작 및 게재, 총 확산 370만건, 7천여 건 참여

- 광복절 독립운동가를 기리는 MBTI 챌린지(8.9~8.15)  
 • (보훈처/틱톡) 광복절 계기 특별히 개발된 독립운동가 카메라 필터를 선택·적용해 참여자가 게임 형태로 영상 콘텐츠 제작 참여, 총 확산 230만건, 4.6천여 건 참여

## ② 국민 눈높이에 맞춘 정부 대표 누리소통망(SNS) 채널 운영

### ○ 정책고객 니즈 부합, 맞춤형 콘텐츠 제작·확산


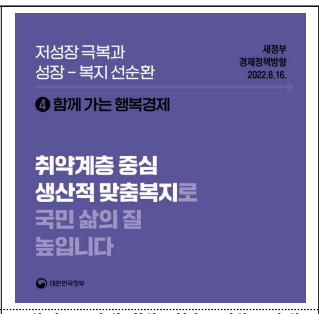

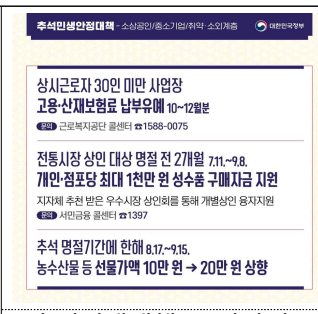
- ▲ 부동산 등 민생현안 대책, ▲ 화물연대 운송거부 대응 등 콘텐츠 제작 및 확산으로 주요 정책 발표 시 국민이 궁금한 정보를 정확하고 빠르게 제공(22.12.21. 기준 한컷뉴스 1,417건 등 발행)

 <p>취임 100일 기자회견</p>	 <p>새정부 주거안정 실현방안</p>	 <p>화물연대 관련 대책</p>	 <p>수출의 날, 수출 성과</p>
---	--	--	---

- ▲ 현장취재형 카드뉴스 '정책이 바꾼 세상'(7건), ▲ 정책 전문가 영상 인터뷰 '뉴텔러'(23건), ▲ 정책수혜자 영상인터뷰 '말해주세요'(27건) 등 국민 체감도가 높은 정책에 대한 현장의 목소리를 직접 듣는 콘텐츠로 기획·확산(총 조회수 87.5만)

 <p>[정바세] 청개방 현장취재</p>	 <p>[정바세] 항우연 현장취재</p>	 <p>[뉴텔러] 청년정책 민간위원</p>	 <p>[말해주세요] 귀농귀촌 관련</p>
---	---	---	--

- 국민의 정책이해도 제고를 위해 연재콘텐츠 기획, 정책 주제별 종합정보 큐레이션 카드뉴스 등 120건을 발행하여 정책 내용을 심도 있게 제공

 <p>내년도 예산안 (4)소상공인</p>	 <p>새정부 경제정책 방향 (4)행복경제</p>	 <p>새정부 청년정책 (4)복지</p>	 <p>추석민생대책 (3)사장님</p>
--	--	--	--



- 생활 정보성 정책 콘텐츠를 종합 큐레이션하여 「정책달력(카드)」, 「오늘 정책뉴스(카드)」, 「오늘정책(영상)」, 「김소통 1분정책(영상)」 등 고정코너 내 발행(총 248건), 정책고객별 특성에 따른 맞춤형 소통 활성화 추진



- 청각장애인의 정부 정책 접근성을 높이고 알권리를 보장하기 위해 '수어로 알려주는 정책정보' 등 수어전용 콘텐츠 132건 제작



○ 정책고객 편의 제고를 위한 모바일 환경 최적화 콘텐츠 제작

- 모바일 상의 콘텐츠 이용 패턴을 고려, 콘텐츠 주목도를 높이고 및 채널의 활성화를 위한 기획 추진
- 인스타그램 첫화면 스토리 기능 활용, 모션기능 등이 추가된 코로나19 일일 발생현황(230건), 오늘 정책뉴스(203건) 등 433건 제작
- 모바일에 최적화된 세로형 영상과 폰트, 레이아웃 적용을 통해 카드뉴스 가독성 제고 등 효과적인 정책정보 제공 등



모바일 활용 우수사례 벤치마킹, 스토리 기능 활용 채널 전용 특화 콘텐츠 개발 확산

모바일 검색 최적화 정책기사 썸네일 교체

모바일 최적화 세로형 영상 제작

모바일 최적화 카드뉴스 제작 확대

③ 민-관 협업, 부처간 협업, 역량강화 사업 등을 통해 대국민 소통 효과성 제고

- (부처 협업) 코로나19, 소상공인·자영업자 일상 회복, 경제 민생 안정, 청년정책 등 다부처 현안에 대한 **유관 부처와의 긴밀한 협의 및 협업** 추진으로 국민 생활에 밀접한 정책에 공동 대응
  - 협의체(온라인대변인 회의, 격주, '22년 총 23회 개최)를 통한 부처 간 소통 마련, 우수 소통사례와 콘텐츠 성과를 공유하고 정책 발표 시 사전·사후 홍보협력 강화
- (공공협업) 부처 및 공공기관 보유 온·오프라인 매체 활용 홍보
  - 중소벤처기업부 이벤트, 저작권위원회 '공유마당' 등 연계 활용
  - \* 소상공인·자영업자 새 출발 응원 및 기부 캠페인(11.22~12.18) 추진시 크리스마스 캐롤 음원 무료공유 사이트 '공유마당' 및 중기부 동행세일 '윈-윈터 페스티벌(12.16~25)' 연계 홍보 진행
- (민간협업) 유관 민간단체 및 디지털 플랫폼 기업 가용채널 활용 확대·공동 확산
  - 국민참여 기반 민간 SNS 및 숏폼 영상 플랫폼과의 협업 확대

협업 플랫폼	주제	내용
트위터	삼일절 캠페인 (2.21~3.1)	지정 키워드(총 8개) 해시태그 입력 시 제작 태극기 이미지 자동 노출
틱톡	한국형발사체 '누리호' 발사 성공 응원 프로모션 (6.11~6.22)	누리호 관련 3개 카메라 필터 활용, 응원 영상 셀프 제작 가능
	광복절 독립운동가들 기리는 MBTI 챌린지 (8.9~8.15)	광복절 계기 특별히 개발된 독립운동가 카메라 필터를 선택·적용해 참여자가 게임 형태로 영상 콘텐츠 제작 가능
카카오	소상공인·자영업자 새 출발 응원 및 기부 캠페인 (11.22~12.18)	카카오 같이가치 '모두의 행동' 캠페인에 참여하고 기부금 적립·기부

- (인플루언서 협업) 국민들의 활발한 정책참여 유도를 위해 콘텐츠 제작, 온라인 홍보, 부대행사 참여 등 다양한 방법으로 진행
  - 민간 창작자(크리에이터)와 협업하여 제작한 콘텐츠 ▲청와대 국민개방 - 투하트원서울(구독자 19만), 토깽이네(구독자 103만), ▲수어 확산 - 유손생(구독자 9천), ▲일회용품 재활용 - 하루그린(구독자 13만) 등의 평균 조회수 68만 상회

			
토깽이네(102만)	2heart1seoul(18.5만)	굿세나(11.4만)	good.daddy

- 소상공인·자영업자 새 출발 응원 및 기부 캠페인(11.22~12.18)에 아이돌 그룹 '에이핑크' 보미, 초롱이 메인스피커로 참여, 에이핑크 공식 SNS채널 홍보 영상 게재
- (부처 역량강화) ▲범부처 SNS 채널 운영 및 디지털 캠페인 추진 역량에 대하여 개별 진단을 통해 부처 정책특성을 고려한 심층 컨설팅 진행(6월~11월, 13개 부처), ▲부처 디지털 소통 담당자 대상 실무 및 디지털 트렌드 교육(연 2회), ▲온라인홍보 우수직원 포상 등 다양한 방법으로 부처 디지털 소통 역량강화 지원

## □ 미흡 원인분석 결과

- 해당 없음

## □ 개선보완 필요사항

- 사업 기획 단계에서 정책 현장의 목소리를 담아내는 노력 강화 필요
  - 민간협업 및 부처협업 시, 현장 부서와 관련 단체와 사전 협의를 정교화하고 현장의 요구를 사업 기획에 적극 반영

- 사업수행 과정에서 민간협업 중소기업파트너들의 지속적 발굴, 협업 기회를 부여하고, 일회성 사업이 아닌 지속 사업으로 발전 도모 필요
- 부처간 협업· 국민참여 이벤트 실효성 제고 방안 필요
  - 부처 간 협업의 실행력 제고, 대국민 참여 이벤트 기획·집행을 위한 예산확보, 일정관리 인력지원 등 사전 선행과제 검토 필요
  - 핵심 정책 홍보, 대국민 정책참여 유도를 위한 쌍방향 소통 효율화를 위해 민간 인플루언서 적극 발굴·활용 필요

## (2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언												
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20점 (완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국민 눈높이에 맞는 쌍방향 온라인 소통 강화를 위한 다양한 정책홍보 방안을 당초 계획대로 차질 없이 완수</li> </ul>												
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	30점 (매우우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○(목표의 적극성)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 홍보프로모션 만족도 성과지표 목표는 최근 5년간 평균 86.12점 대비 1% 상향하여 87점으로 설정, 만족도 조사 특성상 일정 수준 이상의 점수는 임계점으로 매년 상향이 어려우나 사업 추진 및 효과성 제고를 위한 적극적 의지를 반영</li> <li>② 정부대표 SNS 디지털소통활동 평가 지표는 '22년 신규지표로 80점으로 설정, 5점 척도 총 20개 문항으로 전 문항에서 4점(잘함) 이상 획득해야 달성 가능한 목표이지만 적극적으로 설정함</li> </ul> </li> <li>○(목표 달성도)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 홍보프로모션 만족도                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 프로모션 만족도는 87.2점으로, 캠페인 시행 의미에 공감하여 자발적으로 참여, 높은 만족도를 보였음.</li> </ul> </li> <li>② '정부대표 SNS 디지털소통활동 종합평가 결과 종합점수 82점 획득                                     <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>종합 평가</th> <th>①기획</th> <th>②전략</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>82.0점</td> <td>83.3점</td> <td>83.1점</td> </tr> <tr> <td>③운영</td> <td>④품질</td> <td>⑤효과</td> </tr> <tr> <td>76.8점</td> <td>82.7점</td> <td>84.1점</td> </tr> </tbody> </table> </li> </ul> </li> </ul> <p>* 일반국민 5,152명 온라인 설문조사 참여</p>	종합 평가	①기획	②전략	82.0점	83.3점	83.1점	③운영	④품질	⑤효과	76.8점	82.7점	84.1점
	종합 평가	①기획	②전략												
82.0점	83.3점	83.1점													
③운영	④품질	⑤효과													
76.8점	82.7점	84.1점													
2-2. 정책 효과성(30점)	총점 30점	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 디지털 캠페인을 통해 핵심 국정과제에 대한 사회적 관심 환기와 정책 공감대 형성에 기여                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3.1절 광복절, 누리호 발사 등 주요 계기에 SNS 플랫폼과 협업하여 국민이 정책의 의미를 간접적으로 체험하고 자발적으로 나누는 계기 마련</li> <li>- 소상공인·자영업자의 코로나 이후 일상 회복을 응원하고 새로운 도약을 지원하고자 국민참여 캠페인을 추진하였으며, 국민들의 의식 변화를 이끌어냄</li> </ul> </li> <li>○ 국민 눈높이에 맞춘 정부 대표 누리소통망(SNS) 채널 운영을 통해 정부정책 이해도 제고 및 대 국민 쌍방향 온라인 소통 활성화에 기여                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국민 의견 제안 댓글 이벤트(5.11.~5.27.), 정책 관련 국민들의 궁금증에 답변하는 "정책 물어보세요" 콘텐츠 등은 약 5천여 명의 국민이 참여하는 등 디지털 매체를 통한 쌍방향 소통의 성과를 거둠</li> </ul> </li> </ul>													
	①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점)	① 20점 (매우우수)													
	②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점)														
	③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)	② 5점 (매우우수)													

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
		③ 5점 (매우 우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 정부대표 SNS 친구 수의 전년대비 증가율 '21년 0.6% → '22년 4.4%로 대폭 증가</li> <li>* 사회적 취약층, 서민 민생안정 및 물가안정, 새정부 경제정책 방향, 부동산 정책 등 국정 핵심과제의 체감형 소통 콘텐츠 제작. 확산에 적극적 노력하여 온라인 정책고객이 증가</li> <li>- '22년도 제작 콘텐츠 1건당 평균 조회수가 이미지 콘텐츠는 전년 대비 70% 증가, 영상 콘텐츠는 1,274% 증가했으며, 정부대표 SNS 채널 누적 조회수 1억 뷰 상회</li> <li>* ▲(이미지) '21년 2.4만 회 → '22년 4.1만 회 ▲(영상) '21년 9천 회 → '22년 12.3만 회</li> <li>- 정부대표 SNS 디지털 소통활동 종합평가는 '22년 상반기(6월) 80.2점 대비 '22년 하반기(12월) 82점으로 하반기에 2점 상승</li> </ul>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)	10점 (매우우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '20년~'21년도 자체평가 조치사항인 ▲국민 눈높이에 맞는 현장형 콘텐츠 ▲국민의견 수렴 콘텐츠 ▲모바일 최적화 콘텐츠 ▲질적 부문 성취도를 평가할 수 있는 평가지표 운용* 등에 근거, 관련 내용 지속 관리 개선 중</li> <li>* '21년 홍보분과 자체평가 결과 기존 지표(정부대표 SNS 친구수 증가율)는 전년 대비 증가율로 목표달성 시 기준이 되는 모수가 지속 증가하는 목표달성의 지속성 문제, 질적 부문 성취도를 평가할 수 있는 지표 운용 필요성으로 인해 신규지표로 대체</li> <li>○ 콘텐츠 질적 제고, 이용자 수용성 향상을 위한 디지털 콘텐츠 템플릿 개발 및 적용에 대하여 FGI 대면 조사('22.12월)를 실시, 디자인 주목도 제고를 위한 템플릿 수정 필요 등의 의견을 반영해 차년도 템플릿 개선 추진 예정</li> </ul>
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	10점 (매우우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 정책고객이 참여하는 콘텐츠 제작</li> <li>- 정책에 대한 국민의 의견과 제안을 받아 해당 부처 장관이 영상에 직접 출연해 답변하는 "장관 속터뷰" 콘텐츠 제작(2,149명 참여)</li> <li>- 정책 관련 국민들의 궁금증을 듣고, 소관 부처와 협업하여 궁금증에 답변하는 국민참여형 "정책 물어보세요" 콘텐츠 제작(4~11월, 8개 주제)</li> <li>○ 전문가 및 일반인 사용자의 의견 적극 수렴</li> <li>- 정부대표 SNS 위기관리 소통 활성화 전문가 자문회의 실시</li> <li>- 정부대표 SNS 채널 대국민 만족도 조사 결과, 고객 맞춤형 콘텐츠 기획, 콘텐츠 가독성 제고를 위한 템플릿 개발 등 주요 불만족 사항에 대한 정책 반영함</li> </ul>



## (1) 평가결과

## □ 총평

- 환경변화에 맞춘 정책포털 콘텐츠 재정비·품질관리 강화
  - 새 정부 국정과제 및 주요 추진정책과 이에 대한 국민 기대를 신속히 반영하여 콘텐츠 구성 재정비
    - \* 특집페이지 '정책포커스' 재정비·운영 등을 통해 새정부 관련 콘텐츠 종합제공 (윤석열정부 출범, 국민과 함께 용산시대, 청와대 개방 등 6개 포커스 운영)
  - 범부처 협력체계 강화를 통한 '사실을 이룹니다' 콘텐츠 대폭 확대 및 활용 확산으로 정확한 정책정보 제공 강화
    - \* 부처 협력강화(10.14) 이후 '사이다' 게재 141% 이상 증가(주 평균 15.2건 → 36.7건)
  - 대상별 맞춤형 콘텐츠 강화('정책오디오' 기존 3개 코너→4개 코너, 5개 세부콘텐츠), 직관성·가독성 높은 멀티콘텐츠 확대(포토·영상·이미지 등)로 정책정보 집중도 강화
- 대국민 정책정보 전달 강화로 정책콘텐츠 확산력 제고
  - 일반 국민으로 구성된 '정책기자단' 확대(159→167명) 및 활동 강화로 현장체감형 정책기사 증가(1,982건→2,120건(7% ↑)), 확산채널 다변화(3개 채널→4개 채널\*)로 쌍방향 소통 활성화
    - \* 정책브리핑, 유튜브, 페이스북 + 인스타그램 신규채널 도입('22.9월~)
  - 민간플랫폼 제휴·협업 모델 지속 발굴 및 연계 홍보\*, 뉴스레터 개편·활용 강화, 외부채널 연계 정책브리핑 브랜드 홍보 등 새로운 매체 적극 활용으로 정책정보 확산력 강화
    - \* [네이버] 뉴스검색제휴 서비스('22.9월~), 뉴스스탠드 제휴('22.9월) 및 서비스('22.11월~)
    - [다음] △My뉴스 구독서비스 계약('22.11월) 및 노출('22.12월~) △'오늘의 숏' 코너에 정책브리핑 숏 폼 콘텐츠 공급('22.9월~) △'카카오뷰' 채널 개설, 정책정보서비스('22.5월~)
- 정책포털 사용환경 개선으로 국민 편의성·접근성 강화
  - 정책브리핑 메뉴 정비, 콘텐츠 제공 범위 확대 등 서비스 개선으로 새 정부 출범에 따른 환경변화에 적극 대응
  - 페이지뷰 개편, 디자인 및 검색기능 개선, 멀티콘텐츠 가독성 제고를 위한 기능 개선 등을 통한 콘텐츠 전달환경 및 접근성 강화



## □ 주요성과

### ① 정책브리핑 콘텐츠 재정비 및 품질 강화

- (정책뉴스) 새 정부 국정기조 반영, 국정과제와 정책 관련 뉴스 콘텐츠 수준 및 언론설명자료 대응 강화로 정책정보 신뢰성 제고
  - 주요현안 관련 자체 기획기사 및 부처 보도자료를 기사화한 정책뉴스(5,531건), 사회·경제·문화·과학 등 다양한 분야의 전문가 기고·칼럼(219건) 등 게재
  - 언론의 오보, 가짜뉴스 등 잘못된 언론보도 설명, '사실은 이렇습니다' 활용 강화로 올바른 정책정보 제공(연간 총 951건)

\* 범부처 협력체계 강화로 '사이다' 게재 건수 **141% 이상 증가** (주 평균 15.2건 → 36.7건)

구분	기 존(새정부 출범이후~)	운영 및 협력강화 이후
기간	23주간('22.5.10.~10.16.)	10주간(10.17.~12.21.)
게재건수	총 349건 / 1주 평균 15.2건	총 367건 / 1주 평균 36.7건
활용부처	총 18개 부·처·청 및 기관	총 31개 부·처·청 및 기관

\* '사이다' 코너 접근성·주목도 증대(부처 홈페이지 메뉴 바로가기 배너 제작·게시 등)  
- 총 41개 부처 홈페이지에 '정책브리핑 사이다' 바로가기 배너 게시

- (기획·특집) 핵심 정책현안에 대한 세부적인 정보 및 국민 관심도 높은 실생활 밀접정책 맞춤형 제공으로 대국민 정책이해도 제고
  - 핵심의제 관련 뉴스콘텐츠를 모아 종합제공하는 별도 특집페이지 '정책포커스' 재정비·운영 강화

\* (정책포커스) △윤석열정부 출범, △국민과 함께 용산시대, △청와대 개방, △새정부 부처 업무보고, △2023년 예산안, △코로나19 대응 등 6개 포커스 운영

\* (특집페이지) '새정부 부처 업무보고'(5월), '2023년 정부업무보고' 페이지 개설운영(12월~)

- 음성·영상 등 다양한 형태의 정보취득 추세를 반영하고, 시각장애인 정보 접근성 강화를 위한 기획콘텐츠 '정책오디오' 운영 강화 및 확산

\* (콘텐츠 강화) 주간정책 특별코너(정책 물어보세요!), 마음산책(자연의 소리) 신설 등 콘텐츠 강화(기존 3개 코너 → 4개 코너 및 5개 세부 콘텐츠, 총 98건)

\* (콘텐츠 확산) 유관기관(한국장애인고용공단, 한국장애인 재단 등) 협력, 콘텐츠 확산

- (멀티콘텐츠) 최신 디지털콘텐츠 소비 경향 반영, 멀티미디어 콘텐츠 제공 확대 및 연성콘텐츠 지속 제공
- 카드/한컷·인포그래픽·영상·사진 등 멀티콘텐츠 확대, 건강·여행 등 흥미를 유발하는 생활콘텐츠 제공으로 정책정보 전달력 및 집중도 강화

구분	주요 내용
포토/영상	△정책현장 사진자료 제공 강화(3,229건) △ '영상+텍스트' 콜라보 기사 도입, 숏 콘텐츠 수집·제공 확대 등(1,016건)
카드/한컷	주목도 및 확산 제고 조치 : 카드뉴스 메인 노출 건수 확대(4→12개), 노출방식 개선(고정 → 3초 단위 롤링) 등(1,905건)

- (범정부 정책정보) 각 부처에 산재한 정책자료, 회의·행사자료 등 범정부 정책정보를 종합적으로 제공
- 부처 브리핑 자료, 전문자료, 대통령·국무총리·장관 등 연설문, 정책현장 사진 및 과거 정책뉴스 자료(국정신문·대한뉴스) 등 종합제공

## ② 정책브리핑 콘텐츠 확산 및 디지털소통 강화

- (정책기자단 활용 강화) 일반 국민으로 구성된 정책기자단 확대(159→167명) 및 확산 채널 다변화(3개 채널 → 4개 채널, 인스타그램 신설)
- 새정부 정책, 생활밀착정보 등 사례·스토리 중심 체감형 기사 확대 (1,982건→2,120건(7% ↑))
- 공식채널(정책브리핑, 유튜브, 페이스북, 인스타그램\*) 및 인플루언서 (SNS 팔로워 1천명, 유튜브 구독자 1만명 이상) 등 개인채널을 통해 확산
- \* 디지털 소통 채널 다변화를 위해 '인스타그램' 신규 채널 도입('22.9월~)

### 【정책기자단 활동 현황】

연도	기자단 수	콘텐츠 수(글+SNS+영상)	공식채널 구독자 수(페이스북/유튜브/인스타그램)
2021	159명	1,982건	65,210명 (57,100명 / 8,110명 / - )
2022	167명	2,120건	72,754명 (57,000명/8,860명/6,894명)

※ [정책기자단 홍보] 정책기자단 SNS(페이스북, 유튜브, 인스타그램) 채널 홍보 이벤트를 통한 소통 활성화 및 팔로워·구독자 수 증가

- 소모임 구성(환경/청년·취업/교육·문화/복지·일자리) 및 교육자료 제작 등 기자단 역량 강화 도모

**【정책기자단 소모임 구성 및 활동 현황】**

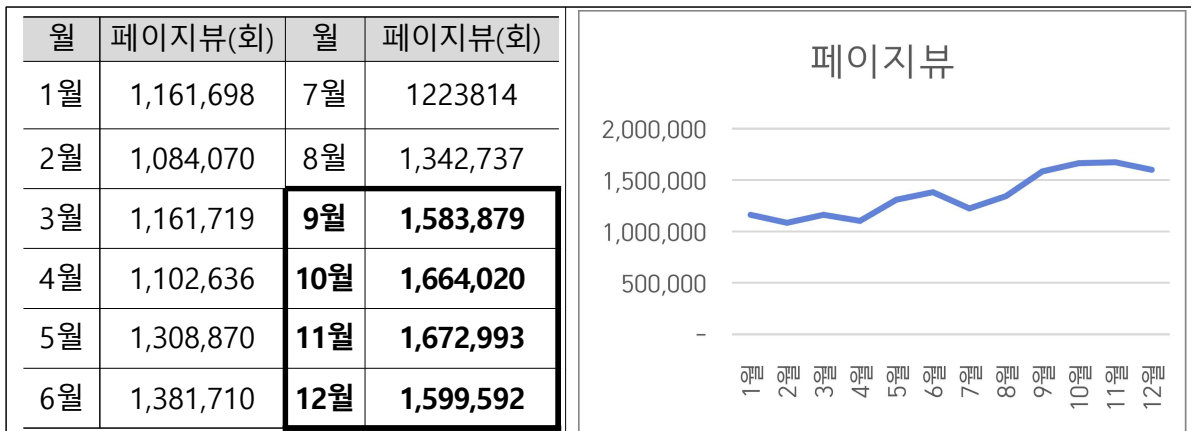
분야	참여자수	주요 활동
환경	4명	나를 돌아보는 환경실천, 새활용프라자 현장 방문 등
청년·취업	5명	소외계층 아동을 위한 지역아동센터 멘토링 진행, 청년의 날 행사취재 등
교육·문화	5명	'이제는 지방대학 시대' 국정과제 주제로 춘천지역 대학 탐방, 문화유산 탐방 등
복지·일자리	4명	자영업자 및 소상공인 지원정책, 일자리센터 탐방취재 등

- (민간협업 확대) 주요포털 제휴 및 민간 협업채널 지속 발굴로 외부 채널을 활용한 정책확산과 새로운 매체 환경에 적극 대응
- 민간포털(네이버, 다음 등) 뉴스콘텐츠 제휴 확대로 '정책브리핑' 뉴스 노출 강화, 다음 카카오휴 채널과 연계한 정책뉴스 큐레이션 서비스 제공, 모바일 앱(캐시슬라이드 등) 연계 정책홍보 이벤트 추진 등

구분	주요 내용
네이버	- 뉴스검색 제휴 서비스 개시('22.9월~) - 뉴스스탠드 제휴(신청 및 심의(5월~), 심의 통과(9월)), 종합/경제'분야 서비스 개시('22.11월.~)
다음	- 다음뉴스 '오늘의 숫' 코너에 정책브리핑 숫 품 콘텐츠 공급('22.9월.~) - 모바일 My뉴스 구독서비스 제공 계약 체결('22.11월) 및 노출 개시('22.12월~)
카카오휴	- 대한민국 정책브리핑 '카카오뷰' 채널 개설, 정책정보 큐레이션 서비스('22.5월~)
모바일앱	- '캐시슬라이드' 등 민간플랫폼 연계를 통한 정책정보 확산(방문자 수 약 119만명)

- 네이버, 다음 제휴 서비스 개시 후(9월~) 정책브리핑 페이지뷰 크게 증가 (월평균 페이지뷰 (기존) 약 122만회 →(9월 이후) 163만회, 33.6% 증가)

**【월별 정책브리핑 페이지뷰 현황】**



- (뉴스레터 활용 강화) '주간 뉴스레터' 콘텐츠 재구성, 디자인 개선 등 서비스 개편 및 신규구독 이벤트·홍보 추진
  - 최신 정책이슈, 생활밀착형 정책정보 등 수요자 중심 콘텐츠 배치 및 다양한 템플릿 구성으로 흥미·관심 제고
  - 사용자에게 익숙한 모바일 중심의 직관적 화면 구성, 폰트 크기 확대 등 편의성·주목도·가시성 향상
  - 민간채널 연계(캐시슬라이드, 웰로 등) 구독 이벤트, 부처 협업(홈페이지·SNS) 및 소통실 매체(공직메일, 대한민국정부 SNS, 공감 등)를 활용한 홍보·확산

\* 뉴스레터 구독자 수 23,768명, 연간 총 52회 발송

\* 뉴스레터 구독 이벤트 결과

구 분	기간	참여자수	신규가입
1회	'22.6월	8,200여명	7,100여명(기존 19,500여명 대비 36.4% 증)
2회	'22.12월	3,000여명	2,600여명(기존 21,145여명 대비 12.4% 증)

- ('정책브리핑' 홍보) '대한민국 정책브리핑' 브랜드 홍보, 정책퀴즈·이벤트 등 참여형 서비스로 국민 관심 유도 및 인지도 제고
  - 뉴스 포털 제휴 계기 구독이벤트 추진, 정책뉴스 채널 '정책브리핑' 인지도 제고

\* 네이버, 다음, 카카오뷰 제휴채널 구독 이벤트 추진(12.8~18)

→ [구독자수] △네이버(뉴스스탠드) 4,329명 △다음(MY뉴스) 12,266명  
△카카오(플러스 친구) 22,288명

- 모바일채널과 연계한 정책홍보 이벤트 추진, 정책브리핑 브랜드 홍보 등으로 정책이용자 확대 도모

\* △정책퀴즈 이벤트(총 52회) △'정책브리핑' 브랜드 홍보영상 광고 추진('22.12월)  
△정책브리핑 정책홍보 퀴즈 이벤트('22.12월) △뉴스레터 구독 이벤트('22.6월, 12월)

- '대한민국 정부 채널소개' 페이지 개선을 통해 종합정책정보 제공 채널로서의 '정책브리핑' 및 유관채널(정책기자단·정부대표 SNS·공감) 연계 안내 강화

### ③ 정책브리핑 사용자 편의성·접근성 향상

- (페이지뷰 개편) 국내외 사례 및 이용 통계 등을 고려한 세부화면 디자인 개선으로 최신 트렌드 반영 및 이용자 편의 제고
  - 체계적·단순한 정리(재선별·그룹화), 컬러 구분 등 효과적 사용자 환경(User Interface) 설계로 전달력·관심도 제고
- (사용자 환경 및 기능개선) 상세검색 분류체계 개선, 검색어 영문한타 자동변환, 모바일앱 검색기능·화면 개선으로 편의성 향상
  - 첨부파일 가독성 개선(문서뷰어 솔루션 도입), 정책오디오 재생속도 조절 기능 추가, 카드뉴스 등 멀티콘텐츠 접근성 강화
- (콘텐츠 서비스 개선) 정책포커스 내 콘텐츠 제공범위 확대로 정책정보 다양화\*, 정책뉴스 본문 내 영상 서비스 확대 및 음성인식(TTS 활용) 시범 도입
  - \* (기존) 정책뉴스, 기사단, 카드/한컷 → (확대) 전자책, 포토, 전문자료 등
- (보안 강화) PC웹과 모바일앱 취약점 조치, SSL인증서 갱신 교체, 기사관리시스템 접속주소 변경 등 사이버위협 대비 보안 강화

### ④ 공직자통합메일 서비스 강화

- (메인디자인 개선) 태블릿형 디자인 적용 및 콘텐츠와 로그인 영역 분리 등으로 공직메일 이용자 편의성 제고 및 정책브리핑 연계 접근성 강화 ('22.6월)
  - \* [공직메일 월평균 방문자] 개선 전(~4월) 13만명 → 개선 후(5월~) 17.3만명, 33.1% 증가
- (기능 및 보안 강화) GPKI 인증서 중계 모듈 교체('22.3월), 장애인 웹접근성 기능 강화(22.6월), 자체 웹취약성 점검 수행('22.3월~5월) 및 국정원 보안컨설팅 수행('22.11월), 공직자통합메일 운영전환 컨설팅 수행('22.12월)

### □ 미흡 원인분석 결과

- 해당사항 없음

□ 개선보완 필요사항

○ 정책포털 콘텐츠의 유통·확산력 지속 확대

- 정부매체라는 고정된 이미지를 극복하고, 민간포털·플랫폼 제휴·협력 강화 등을 통해 정책포털 유입 및 콘텐츠 확산 도모 필요
- 고품질 정책정보의 지속적인 제공과 함께 국민이 친근하게 찾아오도록 채널 영향력 강화 필요

(2) 평가지표별 평가결과

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
정책집행 (20)	1-1. 집행이행도(20점)	20점 (완수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 정책콘텐츠 품질관리 강화 및 질적 수준제고                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정책뉴스, 기고/칼럼, 부처 보도자료 연계, 멀티콘텐츠 등 제공(주요콘텐츠 연간 37,000여건 게재)</li> <li>- 새 정부 정책 콘텐츠 강화, 기획·특집 페이지 재정비·운영, 정확하고 올바른 정보 전달력 강화 등으로 대국민 정책홍보 강화</li> </ul> </li> <li>○ 정책소통채널 다변화를 통한 정책콘텐츠 확산                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정책기자단 확대 및 활동 강화로 현장 중심의 체감형 정책기사 증가, 확산채널 다변화로 국민 참여 쌍방향 소통 활성화</li> <li>- 민간플랫폼 제휴·협업 채널 지속 발굴로 외부 채널 연계 정책정보 확산, 정책브리핑 브랜드 홍보, 주간 뉴스레터 활용 강화로 인지도 제고 및 이용자 확대 도모</li> </ul> </li> <li>○ 정책브리핑 사용자 편의성·접근성 향상                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정책브리핑 메뉴 정비, 콘텐츠 제공 범위 확대 등 서비스 개선으로 새 정부 출범에 따른 환경 변화에 적극 대응</li> <li>- 공직자통합메일 디자인 및 기능개선으로 이용자 만족도 향상 및 정책브리핑과 연계 강화로 방문자 유입 증대 도모</li> </ul> </li> </ul>
정책효과 (60)	2-1. 성과지표의 목표 달성도 및 적극성(30점)	24점 (보통)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ [지표1] 정책포털 일평균 방문자수 → 목표 상향달성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- (성과목표 적극성) 다양한 변수를 고려하여 최근 3년간 실적치 평균보다 5% 상향한 147,582명으로 적극 설정</li> <li>- (성과목표 달성도) '22년 정책포털 일평균 방문자수는 201,558명으로 목표치 147,582명 대비 약 136% 이상 목표 초과 달성</li> </ul> </li> <li>○ [지표2] 정책기자단 기사작성 수 → 목표 상향달성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- (성과목표 적극성) 최근 3년간 실적치 평균을 기준으로 1,360건으로 적극 설정</li> </ul> </li> </ul>



평가항목	평가지표	평가결과		평정근거 및 제언
				<p>- (성과목표 달성도) '22년 정책기자단 기사작성수는 2,120건으로 목표치 1,360건 대비 155% 이상 목표 초과 달성</p> <p>※ 정책기자단 규모 및 활동 확대 및 소통채널 다변화로 콘텐츠 작성 건수 크게 증가</p>
	2-2. 정책 효과성(30점)	총점	23점	
	①과제의 목표한 성과가 발생한 정도(20점)	①	17점 (우수)	<p>① 과제의 목표한 성과가 발생한 정도</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 새 정부 출범계기 콘텐츠 재정비 및 품질관리 강화, 정확하고 올바른 정책정보를 주요 민간 포털과 협업·연계하여 신속·정확하게 제공함으로써 목표대비 <b>일평균 방문자 수 크게 증가</b>(목표 147,582명→ 실적 <b>201,558명</b>)</li> <li>○ 정책기자단 선발 규모 및 콘텐츠 생산량과 확산력 지속 확대, 콘텐츠 확산채널 다변화로 <b>기사 작성 건수 및 정책콘텐츠 확산 효과 크게 증가</b>(목표 1,360건→<b>실적 2,120건</b> / '21년 1,982건 대비 약 7% 증가)</li> </ul>
	②향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도(5점)	②	3점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 콘텐츠 품질관리 강화를 통한 질적 수준 제고, 새로운 환경에 부합하는 콘텐츠 재구성 및 다양한 형식의 정책콘텐츠 제공, 정책브리핑 이용 환경 개선 등으로 정책포털 만족도 상승(목표 76.6점 → <b>실적 76.62점</b> / '21년 76.11점 대비 0.51점 상승)</li> </ul>
	③과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부(5점)	③	3점 (우수)	<p>② 향후 과제의 목표한 효과가 발생할 것으로 기대되는 정도</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 정확한 정책정보를 국민에게 전달하여 정책의 신뢰성을 제고하고 <b>정책수혜자들의 삶의 질 향상</b></li> <li>○ 환경변화에 적극 대응, 사용자 눈높이에 맞는 다양한 정책정보 구성과 서비스 제공으로 <b>국민 공감 및 이해도 제고</b></li> </ul> <p>③ 과제수행을 통해 관련 국정과제, 상위정책 등에 대한 기여 여부</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 범정부 종합정책채널로서의 기능 강화로 대 국민 정책소통 활성화 및 정부 <b>국정비전과 정책 가치 확산에 기여</b></li> </ul>
정책환류 (20)	3-1. 평가결과 환류 노력도(10점)		8점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 정책포털시스템 운영 및 콘텐츠 서비스 개선 회의 (주 1회)를 연간 운영하여 정책브리핑 사용환경 정비에 노력함(메뉴구조, 디자인, 검색 분류체계, 콘텐츠 가독성 등 개선)</li> <li>○ '정책포털 콘텐츠 만족도'를 성과지표로 활용하여 콘텐츠 만족도, 개선요구 및 불편 사항, 이용행태 등을 조사·분석하여 정책브리핑 서비스 개선과 운영방향 설정에 활용하고 있음</li> </ul>

평가항목	평가지표	평가결과	평정근거 및 제언
	3-2. 환류이행-현장의견 수렴 및 반영(10점)	9점 (우수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 정책기자단을 통한 국민참여 활성화 및 소통 방안 수시 모니터링 <ul style="list-style-type: none"> <li>- SNS 정책기자단을 활용, 실시간 정책사용 후기 및 의견 공유로 쌍방향 국민 직접소통 강화</li> <li>- 정책기자단 SNS 채널 소통이벤트를 추진, 소통 활성화 및 팔로워·구독자 수 증가에 기여</li> </ul> </li> <li>○ 정책포털 만족도, 공직자통합메일 만족도 조사 실시로 이용자 행태분석, 개선요구 및 불편사항 등에 대한 의견수렴을 통해 콘텐츠 질적 향상과 서비스 개선에 활용</li> </ul>

#### 4. 자체평가결과 조치계획

관리과제 번호	관리과제별 개선보완 필요사항	조치계획(조치시한)
9	○ 관람객 수 성과지표에 대한 목표치 설정의 적극성 부족(233% 달성), 코로나 이후 일상회복 상황을 고려하여 적극적 목표설정 필요	○ '23년 목표치는 '22년 실적(1,105천명) 대비 10% 상향하여 1,216천명으로 설정(~'23.3.) * 성과 관리 시행계획 수립 시 반영 예정
10	○ 유동인구가 많은 지리적 이점에도 불구하고 성과지표인 관람객수 목표치 설정의 적극성 부족(202% 달성), 향후 목표치를 보다 적극설정하고 전시 접근성 강화 및 홍보 다변화 등을 통해 관람객 유치 노력 강화 필요	○ 향후 목표치를 보다 적극 설정하고 다양한 특별전시 개최 및 홍보 다변화(사진찍기 지원 등 국민참여형 홍보사업, 관람 홍보 어트랙션 설치 등)를 통해 관람객 유치 노력을 강화하겠음
18	○ 내역사업 집행 부진으로 체계적인 사업 관리체계 마련 필요	○ (사전준비강화) 지자체 사전 기본계획 수립, 사업심의 기능 강화 ○ (관리감독강화) 월별, 분기별 점검 실시
25	○ 제4차 산업혁명 문화기술 시대에 걸맞은 융합형 인재 육성을 위하여 정규교육과정에 악보제작·편집 관련 프로그램 교육 과정 신설 필요	○고등학교 정규 교육과정 (진로)에 관련 내용 편성 운영(23년 3월)
26	○ 성과지표인 '학교교육활동 수요조사 만족도조사' '22년 목표치를 적극 설정했으나, 근소하게 미달성(97.5% 달성), 향후 수요자와 소통 및 홍보 강화 노력을 지속하여 성과목표 달성 필요	○ 교육계획 수립(2월중), 전자철판 등 교육 기자재 구입 설치(3월중) 등으로 '23년도 만족도 조사 시(12월중) 성과목표 달성 기대
27	○ 코로나 이후 유효좌석 수 증가 상황에 대한 예측없이 목표치를 설정하여 성과지표인 '기획 공연 객석 점유율' 미달성(86% 달성), 공연 및 서비스 전반에 대한 관객 참여 및 의견수렴 경로 다각화 등 향후 사업 개선에 반영 필요	○ '23년 성과관리시행계획 수립 시 유효좌석 수에 대한 예측을 정교하게 하여 목표치를 설정하고(~'23.3월), 고객서비스 평가단 모니터링('23.4~12월) 및 관객 설문조사 등 의견을 수렴하겠음 ○ 공연의 질 제고 및 우수 관객 초청 이벤트(땡큐 파티), CRM 시스템 운영 등 마케팅을 강화하여(~'23.12월) 객석 점유율 목표 달성을 위해 노력하겠음
33	○ 성과지표는 모두 초과달성하였으나, 과정지표로만 관리되고 있어 성과를 보다 정확하게 측정할 수 있는 산출 또는 결과 지표로 개선 필요	○과정지표로만 관리되고 있던 성과지표를 투입-과정-산출(결과)를 함께 측정할 수 지표로 수정('22년 성과지표에 반영) * 한국독립예술영화 개봉편수, 한국영화 기획 개발지원 실적 및 매칭/계약건

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○코로나19 여파 지속에 따른 영화 산업 구조적 환경변화에 대응할 정책적 지원 보완 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○영화산업구조적 환경변화에 대응하기 위한 외부 전문가와 기관협력 '뉴미디어F' 구성 운영(8~11월) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미디어 융합 환경 안에서의 영화산업 대응방향 설정, OTT 플랫폼의 현황과 전망, 영화지원 사업 구조현황, 대응방안 등 모색</li> </ul> </li> <li>○산업 환경 변화에 따른 영상산업 구조 변화 및 거버넌스 체계 개편 등에 대한 연구 추진 <ul style="list-style-type: none"> <li>- &lt;영화비디오법 개정 방안 연구&gt; 추진('22.9월~)</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○온라인동영상서비스(OTT) 활성화 등 산업 환경변화 고려, 새로운 플랫폼에 적합한 차세대 애니메이션 등 산업 성장 지원 및 공정환경 조성 지속 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○환경변화를 고려한 산업성장 지원을 위해 OTT 자체등급분류제도 도입(영화비디오법 개정 '22.9월), 영상콘텐츠 제작 세액공제 대상을 OTT로 확대(조세특례제한법 국회 본회의 통과 '22.12월) 하는 등의 제도개선 추진</li> <li>○콘텐츠 시장 변화에 따른 전문기획자 육성 및 청장년층용 애니메이션 발굴을 위한 신규사업 추진 예정('23년~, 애니메이션 기획개발 30억원)</li> <li>○투명한 온라인 영화시장 유통환경 조성을 위한 온라인상영권 통합전산망 구축시스템 개선 지속 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시스템 인프라 구축('20.9월), IPTV 및 디지털케이블TV 사업자 업무협약('21.10.5.), IPTV/ CATV 정보 전자적 연동 실시('22.10월~)</li> </ul> </li> </ul>
39	<ul style="list-style-type: none"> <li>○민간분야 디지털 뉴스콘텐츠 실구매 유도를 위한 뉴스저작권 인지도 제고 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○대국민 홍보 강화를 통한 민간분야의 디지털 뉴스콘텐츠 실구매 유도 및 복제 위반 모니터링 강화('23년~)</li> </ul>
41	<ul style="list-style-type: none"> <li>○'국제도서전 및 수출상담회 참가 저작권 계약액수' 지표의 적절성, 실적관리의 안정성 등을 고려하여 대체 지표 발굴 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○해외시장 진출전략에 따라 매년 참가 권역과 대상이 변경되는 상황을 고려할 때, 동일한 기준으로 평가되어야 하는 성과지표로 적절치 않은 측면이 있는 바, '23년부터 변경 검토</li> </ul>
42	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 여행 가는 달 <ul style="list-style-type: none"> <li>- '대국민 홍보 강화', '할인 혜택 강화', '프로그램 다양성 강화', '지역 인지도 향상' 등 지속적으로 보완 필요</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 여행 가는 달 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지자체, 공공기관 등 유관기관과의 연계 확대를 통해 홍보의 효과성을 제고하고, 국민들이 체감할 수 있는 추가 혜택 및 참여 가능한 프로그램 지속 발굴 예정('23.1.~6.)</li> </ul> </li> </ul>
43	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 한국 관광 품질 인증제 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현재 숙박 및 쇼핑 분야에 집중된 4개 업종 6개 분야에서 향후 해외 진출을 위한 MICE 기관 및 의료관광 기업 등 품질인증 대상 확대하는 방안 검토</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 한국관광품질 인증제 <ul style="list-style-type: none"> <li>- '22년 음식점 분야에 대한 품질인증 시범평가를 진행 하였으며, 인증분야 확대는 현 제도 정착 및 성숙에 따라 추진 검토</li> </ul> </li> </ul>

44	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ DMZ 평화의 길 방문자 수 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 외생변수 발생 가능성 감안하여 현실적인 목표치 설정 필요</li> </ul> </li> <li>○ 코리아둘레길 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 길 조성에서 나아가 둘레길을 걸으며 경험할 수 있는 소소하고 다양한 콘텐츠가 활성화 될 수 있도록 기반 조성 필요</li> <li>- 대학생 걷기 이벤트 등 이슈 메이킹, 적극적인 홍보 필요</li> </ul> </li> <li>○ 생활관광 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대국민 홍보 다각화 및 지자체별 홍보 강화, 지역주민 참여 및 현장담당자(바우처 사용 식당 등)들의 수용태세 강화</li> </ul> </li> <li>○ 축제관련 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역관광 활성화를 위해서는 지역성을 대표하는 지역축제 활성화 필요</li> <li>- 등급제에서 인증제로 전환하면서 지자체의 관심도가 떨어진 측면이 있음. 이에 대한 제도개선 검토 및 축제 진흥정책 마련 필요</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 관계기관과의 협의는 물론 국내 안보 이슈, 코로나19 및 아프리카돼지열병 확산 등 제반 외부환경적 요소를 충분히 고려하여 성과지표 및 목표치 설정 예정</li> <li>○ 코리아둘레길 <ul style="list-style-type: none"> <li>- '22년부터 코리아둘레길과 인근지역의 다양한 문화·생태 콘텐츠를 연계하여 지역만의 특색있는 걷기테마여행 콘텐츠로 육성될 수 있도록 코리아둘레길 거점 센터를 운영중에 있으며, 이를 통해 지역 관광이 더욱 활성화될 수 있도록 관련 사업을 확대할 계획임('22년 15개→'26년 40개)</li> <li>- 홍보마케팅 사업으로 걷기여행주간, 국민탐험단(원정대), 걷기동호회 활용 플로킹 봉사단 등 운영중이며, 특히 '23년 코리아둘레길 전구간 개통 기념하여 국민탐험단 확대 운영, 대학생대장정, 방송사 협업 프로그램 등 다양한 걷기여행 특별캠페인과 홍보마케팅 사업을 추진할 계획임</li> </ul> </li> <li>○ 생활관광 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 온·오프라인 매체, 팸투어 등을 통해 생활관광을 홍보하고 있으며, 향후 라이브커머스 등 홍보방식을 다각화하겠음</li> <li>- 지역 식당, 카페, 관광지 등 이용 시 할인쿠폰북 제공, 참여 숙박시설, 식당 등 업주 대상 서비스마인드 교육 등 수용태세 강화 지원 예정</li> </ul> </li> <li>○ 축제 관련 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등급제 당시 지자체 경쟁 과열로 인한 여러 부작용으로 인증제로 전환('19)</li> <li>- 지자체 관심 제고를 위해 흡입력 있는 과제 지원 및 컨설팅 프로그램 구성, 예산 확보 위해 노력하겠음</li> </ul> </li> </ul>
45	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 구글, 유튜브, 인스타그램 등의 검색엔진에서 'Korea', 'Seoul' 등의 국가별 키워드 검색량과 질적인 콘텐츠의 수치를 분석하여 디지털 세상에서의 한국 콘텐츠 지분을 극대화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 디지털 콘텐츠 관련 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 방한주요국 SNS, 포털 등의 한국여행 관련 키워드 분석을 통해 마케팅에 참고하고 있음</li> <li>* '22년 미국 대상 개인별 검색데이터에 연동한 온라인 타겟 광고 실시, '23년 캐나다로 추가 확대 예정</li> <li>- 국가별 온라인상 키워드 변동 및 긍정·</li> </ul> </li> </ul>

		부정적 동향을 지속적으로 파악하고, 잠재적 고객을 대상으로 한 긍정적 이미지 노출 확대 추진
47	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국제회의 지원기준 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 세계적으로 MICE 행사는 소규모화, 하이브리드 형태가 일반화되고 있으므로 이를 반영한 새로운 국제회의 지원 기준 제시 필요</li> </ul> </li> <li>○ 공연관광 활성화 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국형 콘텐츠 융합전략 필요</li> <li>- 최근 판소리, 창과 현대음악, 춤의 결합이 국내외의 관심을 얻고있는 만큼 전통에 기반한 공연의 전략적인 기획·육성 필요</li> <li>- 한국전통음악과 현대음악, 그리고 춤이 결합된 공연의 공모 혹은 지원도 대안이 될 수 있음</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국제회의산업법 시행령 개정(22.12.27.) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국제회의 소규모화 및 해외 기준을 고려하여 포스트코로나 시대에 적합한 수준으로 국제회의 기준(회의 참가국, 참가인원, 참가일 등) 완화</li> <li>- 2023년부터 완화된 국제회의 기준 적용한 국제회의 지원제도를 운영</li> </ul> </li> <li>○ 방한 관광객 유치를 위해 그 동안 공연관광에서 다뤘던 장르는 '난타' 등의 '년버벌로 단조로웠음. 공연관광 활성화를 위해서는 장르의 확대가 필요한 바, 한국전통공연(판소리, 창, 춤 등)과 현대음악이 융합된 공연은 좋은 사례가 될 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이에 민간(공연관광협회)과 협업하여, 경쟁력 있는 다양한 장르(퓨전국악 등)의 공연 등이 웰컴대학로 등에 참여하고, 이와 연계한 관광상품이 제작·판매될 수 있도록 노력하겠음</li> </ul> </li> </ul>
48	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '지역관광개발사업 기획평가 만족도' 지표가 동 관리과제에서 차지하는 비중 및 추진 성과를 대표하는 정도, 상호 연관성 등을 종합 고려하여 대체 성과지표 발굴 검토 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '23년 성과관리시행계획 수립 시, 동 관리과제의 성과를 대표할 수 있고, 지속적·안정적으로 관리할 수 있는 성과지표 발굴하겠음</li> </ul>
54	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 연구개발 사업 추진일정상 목표 달성도 측정 불가능하여 달성도 및 정책 효과성 측정 어려움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 연도 내 과제 성과가 측정가능한 성과지표로 개선·변경 검토</li> </ul>
58	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 정량 평가지표(유산프로그램 참가자 수)는 일부 사업의 참가자 수치로만 측정되고 있어 정책 효과성을 대표하지 못하는 문제점이 있어 평가지표 측정범위 개선 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 23년 성과관리시행계획 수립 시, 동계스포츠의 생활스포츠 활성화 목표 측정을 대표할 수 있는 평가지표로 개선하겠음 <ul style="list-style-type: none"> <li>- (현행) 수호랑 반다비 캠프 참가자</li> <li>→ (개선안) 현행 + 강습형 프로그램* 참가자</li> <li>* △ 열린 동계스포츠 아카데미, △ 청소년 동계체험 캠프 프로그램</li> </ul> </li> </ul>
64	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 정책광고 사업 효율성, 크리에이티브 및 미디어 전략 등 성과목표 미달 원인 분석을 통한 사업 개선 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '국가 정책광고 효과성 분석방안 연구' 결과 사업 개선에 반영(~'23년 12월) <ul style="list-style-type: none"> <li>* '22년도 정책연구과제 선정·수행(11~12월)</li> </ul> </li> <li>- 미흡 원인을 정밀 분석하여 정책광고 효율성, 미디어 전략 등 사업 전반 개선 추진</li> </ul>



[붙임] 2022 전략목표  
성과분석 보고서

# 1. 기관 개요 및 핵심 기능

- ◇ 문화체육관광부는 문화예술을 창달하고 국민의 문화복지 구현과 문화·체육·관광·콘텐츠의 육성을 통한 국민 삶의 질 향상에 기여하기 위해 문화·예술·체육·관광·콘텐츠·종교·미디어·홍보 등 여러 분야에서 다양한 정책을 추진하는 중앙행정 기관입니다.
- ◇ 특히, '국민과 함께하는 세계일류 문화매력국가' 비전을 실현하기 위하여 문화 정책의 시야를 세계로 확장하고, 국민 모두가 고르게 문화를 향유할 수 있는 문화정책 추진, 문화예술·콘텐츠·관광·체육 등의 산업적 가치를 향상시키기 위해 책임을 다하는 문화체육관광부가 되겠습니다.

## □ 핵심기능

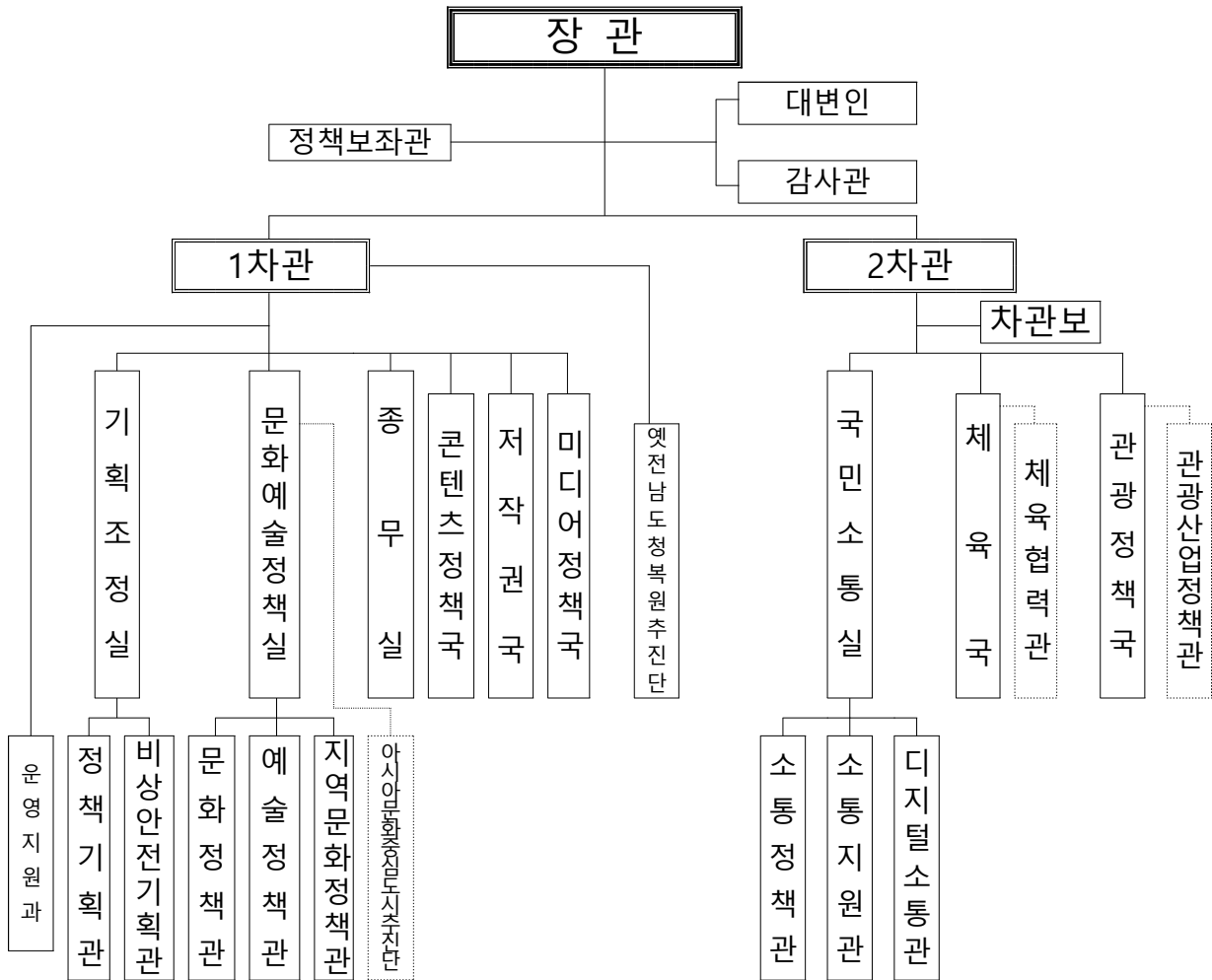
<b>비전</b>	<b>국민이 함께하는 문화매력국가</b> <b>K-컬처가 이끄는 국가도약, 국민행복</b>
-----------	---

<b>가치</b>	<b>자유 · 혁신</b> <b>공정 · 연대</b>
-----------	-------------------------------

<b>핵심 추진 과제</b>	(자유·혁신) K-컬처가 이끄는 국가번영	① K-콘텐츠, 수출 지형을 바꾸는 게임체인저
		② 2023년, 관광대국으로 가는 원년
		③ K-컬처의 차세대 주자, 예술
	(공정·연대) K-컬처로 행복해지는 국민	④ 문화의 힘으로 지역균형발전
		⑤ 공정한 문화 접근기회 보장
		⑥ 현장 속으로, 다시 뛰는 K-스포츠

## □ 조직도

【본부】 2차관 1차관보 1단 4실 5국 12관 57과 4팀: 693명

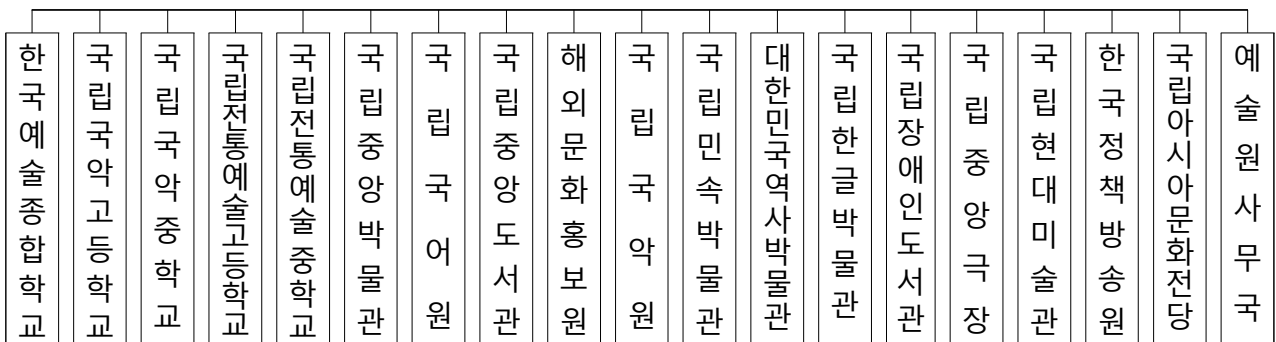


\* 아시아문화중심도시추진단은 별도기구로 운영

\*\* 체육인재양성과는 자율기구로 별도 설치·운영

【소속기관】 19개 기관: 2,344명

\*사행산업통합감독위원회사무처(23명 미포함)



## 2. 전략적 목표체계

<b>임무</b>	문화예술의 창달을 지원하고, 국민의 문화복지 구현과 문화·체육·관광산업의 육성 등을 통해 국민의 삶의 질 향상과 지속가능한 국가 발전에 기여
<b>비전</b>	국민과 함께하는 세계일류 문화매력국가



### 3. 전략목표별 성과보고

(전략목표 I) 삶의 질을 높이는 국민 문화환경을 조성한다.

성과지표

문화예술관람률(%)

#### □ 성과지표 개요

〈 지표명 〉

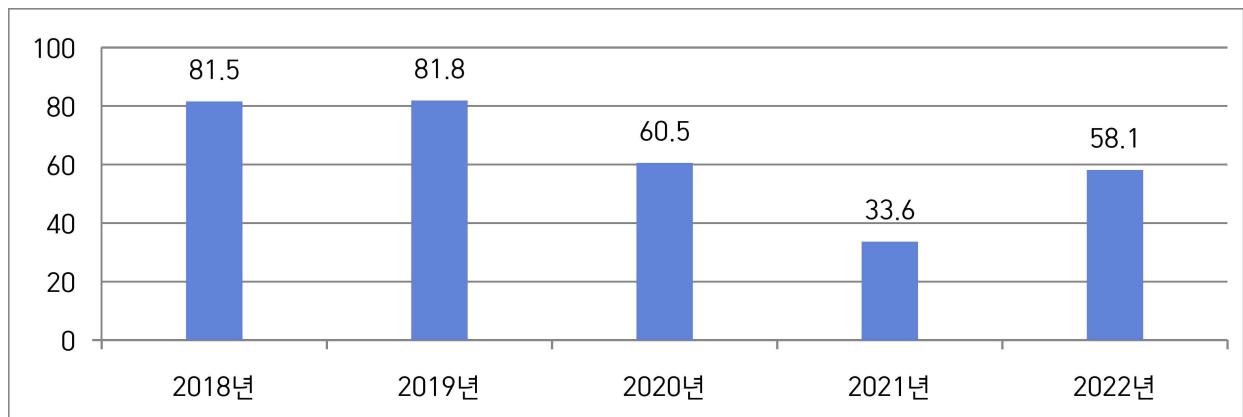
- 개념 : 국민의 문화향유 경로와 방식에 대하여 통계적으로 분석하여 문화향유 실태 파악 \* 통계청 지정 승인통계
- 조사기관 : 한국문화관광연구원
- 조사대상 : 전국 17개 시·도, 만 15세 이상 남녀 약 1만명
- 조사방법 : 조사원에 의한 1:1 가구방문 면접조사
- 측정산식 : 면접조사 결과 산출

#### □ '22년 측정결과

- '22년 문화예술행사 관람률은 전년 대비 24.5%포인트 상승한 58.1%로, 국민의 문화예술 누림이 코로나19 이후 회복세를 보이는 것으로 나타났습니다.

〈문화예술행사 관람률 변화 추이〉

(단위 : %)



## □ 성과분석

- '22년 문화예술행사 관람률은 코로나19 이후 회복세를 나타냈으나, 연령·소득 계층 간 관람률 회복세에는 차이가 있는 것으로 나타났습니다. 30대 이하의 저연령층 문화예술 관람률은 빠른 회복세를 보이는 반면, 60대 이상의 고연령층은 더디게 회복\*하는 중이며, 저소득층의 문화예술 관람률은 고소득층의 관람률에 비해 느리게 회복\*\*하는 것으로 나타났습니다. 이를 통해 고연령층과 저소득층의 문화누림 회복 정도가 상대적으로 낮게 나타난 것을 확인할 수 있습니다.

\* 연령별 문화예술행사 관람률: (15~19세) ('19년) 96.0% → ('21년) 57.4% → ('22년) 74.2% / (70세 이상) ('19년) 49.9% → ('21년) 5.6% → ('22년) 14.8%

\*\* 가구소득별 문화예술행사 관람률 (100만원 미만) ('19년) 51.7% → ('21년) 14.7% → ('22년) 17.4% / (600만원 이상) ('19년) 92.5% → ('21년) 48.9% → ('22년) 73.6%

## □ 향후 추진계획

- '27년까지 문화예술행사 관람률 85%를 목표로 생활 속에서 누구나 쉽게 문화를 향유할 수 있는 환경을 조성하여 국민의 문화생활이 실질적으로 확대될 수 있도록 노력하겠습니다.

\* 향후 5년간 목표치: '21년 34% → '22년 58% → '23년 75% → '27년 85%



**성과지표**

**문화예술활동건수**

□ **성과지표 개요**

〈 지표명 〉

- 개념 : 국내에서 수행된 문화예술활동 전체 \* 통계청 지정 승인통계
- 조사기관 : 한국문화예술위원회
- 조사대상 : 문학, 시각예술, 공연예술 활동
- 조사방법 : 자체 조사 및 행정조사의 이원 체계로 자료 수집을 진행하고 교차 점검함으로써 문화예술 활동 현황자료의 신뢰성 및 정확성 제고
- 측정산식 : 해당기간 동안 국내에서 수행된 문화예술활동 전체 건수
- 조사연혁 : 1976년부터 매년 발행하는 문화예술사료집으로 한 해 동안의 문화예술활동 현황을 분야별로 수집, 정리 후 발간

□ **'22년 측정결과**

- '21년 문화예술활동건수 최종결과는 '23년 1분기에 집계 예정이고, 2015년부터 2019년까지의 4년간 실적치가 상승추세인 점을 감안하면 '20년 실적치 또한 상승이 기대되었으나,
    - 코로나19로 인해 공연예술·시각예술·문학 등 문화예술 각 분야를 막론하고 대부분의 행사들이 취소·연기되어, '20년도 실적은 '19년 대비 48.7% 감소한 29,735건으로 측정되었으며,
    - '21년 또한 코로나19로 인한 문화예술계의 위축 상황이 계속되었으나 '21년도 실적치\* 는 전년 대비 전반적으로 상승하였습니다.
- \* 현재 조사 데이터 검증과정 진행 중으로 '21년 예술활동건수는 약 46,811건으로 추정됨

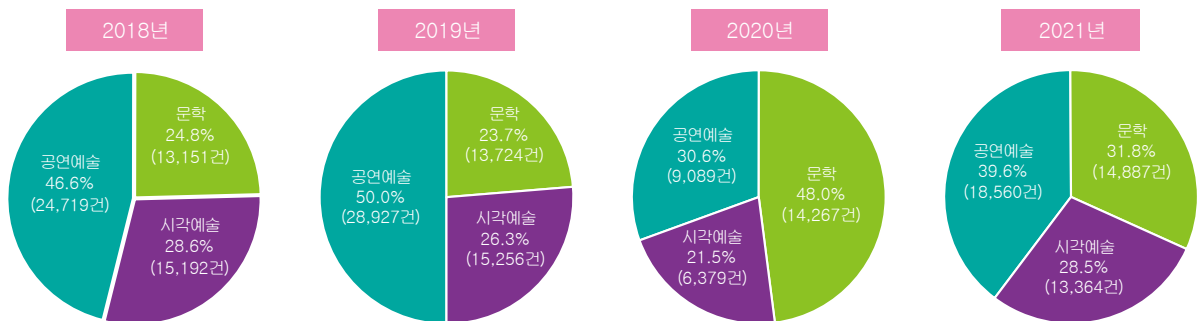
<최근 5년간 문화예술활동 건수 및 비율>

구분	문화	시각 예술	공연예술						계	
			국악	양악	연극	무용	혼합	소계		
2021년	예술 활동 건수	14,887	13,364	1,435	9,467	4,870	1,237	1,551	18,560	46,811
	비율	31.8%	28.5%	3.1%	20.2%	10.4%	2.6%	3.3%	39.6%	100.0%
2020년	예술 활동 건수	14,267	6,379	645	4,629	2,424	517	874	9,089	29,735
	비율	48.0%	21.5%	2.2%	15.6%	8.2%	1.7%	2.9%	30.6%	100.0%
2019년	예술 활동 건수	13,724	15,256	1,929	12,219	9,693	1,540	3,546	28,927	57,907
	비율	23.7%	26.3%	3.3%	21.1%	16.7%	2.7%	6.1%	50.0%	100.0%
2018년	예술 활동 건수	13,151	15,192	1,735	11,333	7,608	1,270	2,773	24,719	53,062
	비율	24.8%	28.6%	3.3%	21.4%	14.3%	2.4%	5.2%	46.6%	100.0%
2017년	예술 활동 건수	12,155	14,619	1,583	10,576	6,533	1,340	2,576	22,608	49,382
	비율	24.6%	29.6%	3.2%	21.4%	13.2%	2.7%	5.2%	45.8%	100.0%

□ 성과분석

- (장르별 분석) 코로나19 영향을 직접적으로 받은 '20년을 제외하고, '16~'19년까지 최근 4년간 추이를 확인해보면, 모든 예술분야에서 증가세를 보이고 있었으나,
  - 코로나19로 인해 문화예술활동은 전년 대비 48.7%(28,172건) 감소하였으며, 공연예술분야(△68.6%)와 시각예술분야(△58.2%)에서 실적 감소가 두드러졌습니다.
  - 한편, 문학 분야는 코로나19에도 불구하고, 활동건수가 증가(543건)하는 추세를 보이는데, 이는 타 문화예술분야에 비해 대면성이 필수이지 않기 때문으로 보입니다.

<그림 1. 분야별 문화예술활동 건수 추이>



- (지역별 분석) 코로나19로 인해 수도권과 지역 구분 없이 전년 대비 대폭 감소하였으며, 여전히 지역별로 문화예술활동 건수 격차는 존재하므로 문화 소외 지역에 대한 지속적인 정책 지원 강화가 필요할 것으로 보입니다.

<17개 시도 문화예술활동 건수>

지역	시각 예술	2021년 공연예술						계	2020년	작년 대비 증감률
		국악	양악	연극	무용	혼합	소계		계	
서울	5,609	431	3,874	1,754	491	374	6,924	12,533	5,539	126.3%
부산	806	74	601	223	62	90	1,050	1,856	1,003	85.0%
대구	759	85	730	296	110	82	1,303	2,062	1,039	98.5%
인천	393	51	360	220	37	70	738	1,131	467	142.2%
광주	358	56	323	93	43	29	544	902	603	49.6%
대전	241	63	442	165	32	58	760	1,001	461	117.1%
울산	234	26	200	108	33	34	401	635	342	85.7%
세종	50	9	57	16	11	12	105	155	81	91.4%
경기	1,602	137	874	566	135	208	1,920	3,522	1,724	104.3%
강원	368	38	149	239	29	58	513	881	530	66.2%
충북	250	55	169	95	13	38	370	620	396	56.6%
충남	278	34	192	156	38	51	471	749	358	109.2%
전북	384	160	293	155	57	65	730	1,114	868	28.3%
전남	392	48	154	116	20	84	422	814	429	89.7%
경북	717	105	305	284	44	180	918	1,635	654	150.0%
경남	640	52	529	316	57	73	1,027	1,667	702	137.5%
제주	283	11	215	68	25	45	364	647	272	137.9%
계	13,364	1,435	9,467	4,870	1,237	1,551	18,560	31,924	15,468	106.4%
평균	786.1	84.4	556.9	286.5	72.8	91.2	1,091.8	1,877.9	909.9	-

□ 향후 추진계획

- (절차개선) 성과지표 자료 수집 및 분석 등에 소요되는 시간을 줄여 해당연도 결과값을 가급적 익년도 상반기에는 집계할 수 있도록 절차를 개선하겠습니다.
- (중기 목표 설정) '20 ~ '21년도 코로나19로 인해 문화예술계가 빈사 상태에 빠져 위축된 상황이나, '22년부터는 사회·경제와 더불어 문화예술계 역시 점진적으로 회복될 것을 전망합니다.
  - 문화예술분야 회복시기를 고려하여 '23년부터 '19년 실적(57,907건)에 코로나19 이전의 상승분(연 3천건)을 고려하여, '27년 목표치 설정

실적				중기목표				
'18	'19	'20	'21	'23	'24	'25	'26	'27
53,062	57,907	29,735	-	57,907	60,907	63,907	66,907	69,907

(전략목표 Ⅲ) 콘텐츠산업 재도약으로 4차 산업혁명시대 국가경쟁력을 견인한다.

## 성과지표

## 콘텐츠산업 매출액

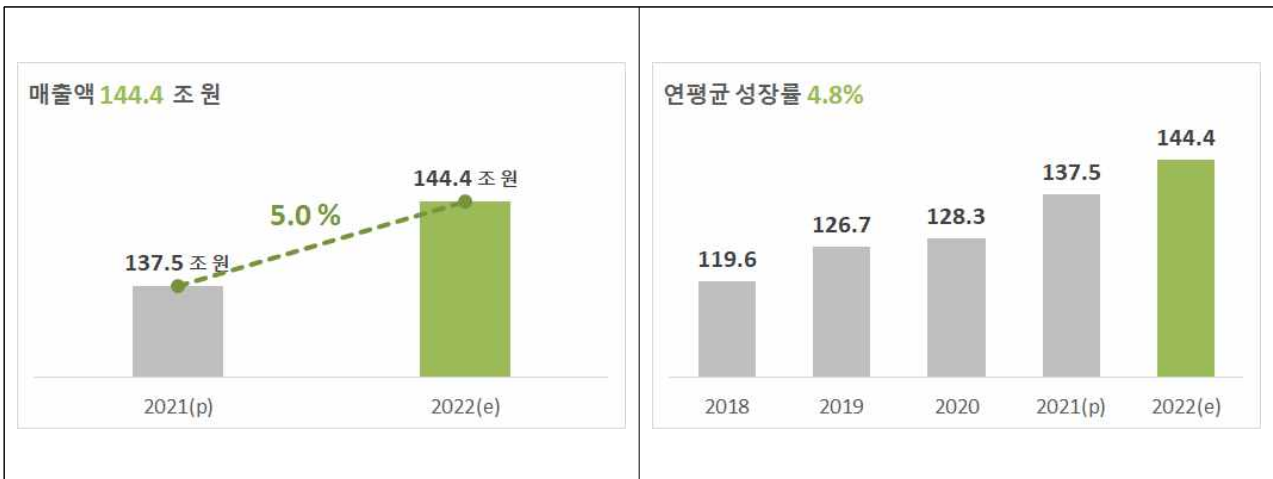
### □ 성과지표 개요

#### < 지표명 >

- 개념 : 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 방송 등 콘텐츠산업 11개 영역 사업체 매출액
  - \* 자료: 콘텐츠산업 통계조사('04년 국가승인통계로 지정)
- 조사기관 : 문화체육관광부 \* 통계수행 업체 용역 수행
- 조사대상 : 콘텐츠산업 분야별 사업체 (약 1만 5천개 규모)
- 조사방법 : 사업체 방문조사, 이메일, 팩스 등 온라인 방식 병행
- 측정산식 : '21년 콘텐츠산업 매출액 실적치에 '22년 예상 매출 성장률 적용
  - \*  $A=B+(B \times C)$ , A : 22년 목표치, B : 21년 실적치, C : 22년 예측 성장률

### □ '22년 측정결과

- '22년 콘텐츠산업 매출액은 144.4조 원으로 코로나19 영향에도 불구하고 전년대비 약 5.0% 증가할 것으로 전망됩니다.



**<2018~2022년 매출액>**

구 분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	전년대비 증가율	18~22년 연평균 성장률
매출액(조 원)	119.6	126.7	128.3	137.5	144.4	5.0%	4.8%

**<2022년 콘텐츠 산업별 매출성과>**

분야	매출액(조원)	5년간 연평균 성장률(%)	분야	매출액(조원)	5년간 연평균 성장률(%)
출판	25.4	4.4%	방송	25.3	7.3%
만화	2.5	18.5%	광고	19.3	3.6%
음악	10.4	12.7%	캐릭터	4.0	-19.5%
게임	23.3	12.4%	지식정보	21.1	7.3%
영화	2.8	-12.3%	콘텐츠솔루션	9.6	14.9%
애니메이션	0.8	3.2%	-	-	-
합 계	매출액 144.4조원 / 5년간 연평균 성장률 4.8%				

**□ 성과분석**

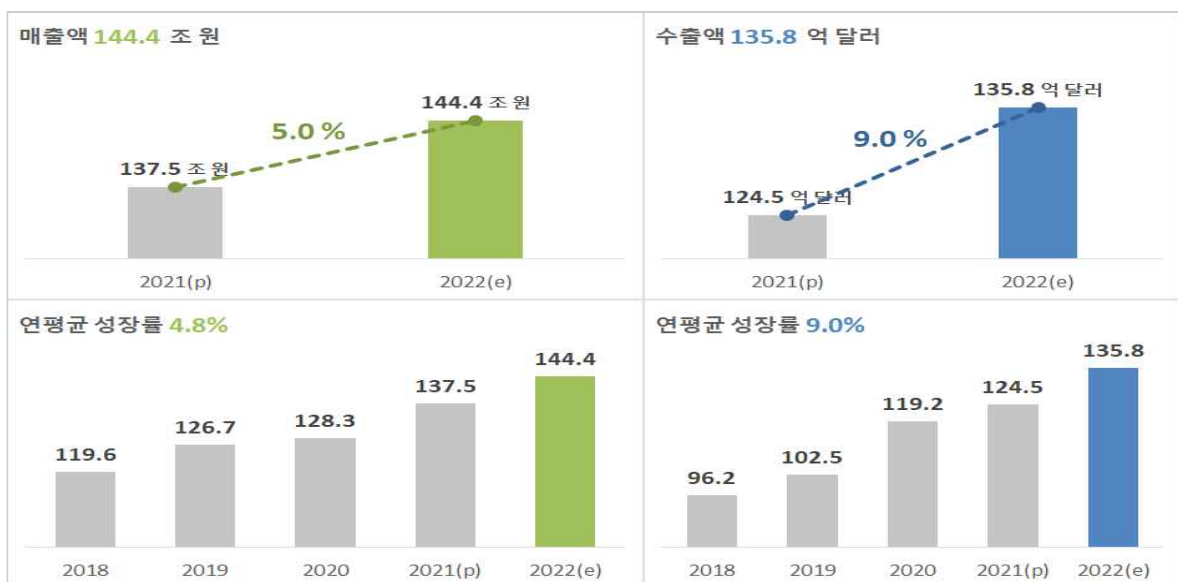
- 문체부는 콘텐츠산업의 지속 성장을 위해 중소콘텐츠 기업에 대한 정책금융 확대, K-콘텐츠 대표 장르 집중육성, 콘텐츠 신시장 선점을 위한 제도·정책 개선, 한류와 연관산업의 동반성장을 위한 해외 진출 지원 등을 중점 추진하고 있습니다.
- 자금과 담보가 부족한 중소 콘텐츠기업에 모태펀드 문화·영화 계정을 통해 약 3,234억원의 투자자금을 공급하고, '드라마펀드(22.8월 400억원)' 조성 및 콘텐츠 IP 활용 프로젝트 보증우대(22.9월~) 등 우리 콘텐츠 IP의 해외유출 방지 기반을 마련하였습니다.
- 또한, K-팝, 게임, 영화, 드라마, 웹툰 등 대표장르 단계별 지원(인재양성, 인프라, 창·제작지원, 해외진출)으로 글로벌 경쟁력을 강화하고 '이상한 변호사 우영우' 등 세계적인 성공사례를 창출했습니다.



**[ 드라마 '이상한 변호사 우영우'(22년) ]**

○ 넷플릭스 비영어권 시청 1위 등 글로벌 인기  
 ※ 문화계정에서 제작사 '에이스토리'에 지분투자('15년), '19.7월 코스닥 상장  
 ※ MPCOM 쇼케이스 개최 지원(22년 2억원), 문지원 작가 '13년 콘텐츠창의인재동반사업 참여  
 "멘토링 등을 비롯해 창작자들이 지지하지 않고 열심히 계속할 수 있도록 여러 지원을 아끼지 않는 창의인재동반사업을 지지한다(문지원)"('22.8월, 파이낸셜 뉴스)

- 콘텐츠산업 신성장동력 육성을 위해 신기술 융합 콘텐츠 신생기업 원스톱 통합 지원 기관인 '뉴콘텐츠 기업지원센터'를 확대·개소('22.9월, 강남 역삼)하고, OTT·콘텐츠 특성화 대학원 신규 운영, OTT콘텐츠 자체등급분류제 및 세액공제 도입 등 글로벌 OTT 콘텐츠 집중 육성 기반을 마련하였습니다.
- 코로나19에 대응, 한류와 연관산업 비대면 해외진출 지원을 위한 온·오프라인 수출행사 개최하고, 6개 부처가 개별 추진하던 한류 연관산업 마케팅 행사를 'K-박람회'로 통합하는 등 범부처 협업을 강화하여 한류콘텐츠를 통한 연관산업의 동반성장을 견인하였습니다.
- 그간의 노력으로 문화콘텐츠산업은 최근 5년간 지속 성장하고 있습니다. 코로나19 위기에도 '22년 기준 매출액 144.4조 원(전년 대비 5.0% 증가), 수출액 135.8억 달러(전년대비 9.0% 증가)로 증가할 것으로 추정됩니다.





## □ 향후 추진계획

- 콘텐츠 산업은 연평균('17~'21년) 매출 5%, 수출 9% 급성장하며 미래 먹거리 산업으로 부상하였습니다.
  - \* 콘텐츠 수출 124억 달러('21년)로, 가전(86), 이차전지(86), 전기차(69), 디스플레이 패널(36) 추월
- 또한, 오징어게임의 에미상 수상, '이상한 변호사 우영우'의 글로벌 성공, 방탄소년단(BTS)에 대한 전 세계적 환호 등 K-콘텐츠의 글로벌 위상은 날로 높아지고 있습니다.
  - \* (英 모노클 '20년) 한국 소프트파워 세계 2위 (한국인 의식조사 '22년) 국민 66% "한국은 이미 문화선진국"
- 문체부는 창의적 아이디어가 세계적 콘텐츠 지식재산권(IP)으로 성장하는 환경을 조성하고, K-콘텐츠의 전략적 수출 확대와 K-콘텐츠를 통한 제조업·서비스업 등 연관산업 동반성장을 적극 지원할 계획입니다.
- 예비창업자·스타트업의 참신한 콘텐츠 기획안이 창업·사업화로 이어지도록 기획·개발 단계부터 지원하고, 신기술콘텐츠 융복합아카데미, 창의인재 동반사업 등 잠재력 높은 인력에 대한 현장형 교육으로 콘텐츠 핵심 미래인재를 양성하겠습니다.
- 또한, 역대 최대규모의 정책금융 지원으로 민간투자가 어려운 콘텐츠 산업에 자금을 공급하고, 콘텐츠 IP 펀드('23년 1,500억 원 조성 목표) 신규 조성을 통해 세계적인 IP 보유 콘텐츠 기업을 육성 할 계획입니다.
- 아울러, K-팝, K-영화·드라마, K-게임, K-웹툰 등 대표 장르 맞춤형 지원으로 콘텐츠 글로벌 경쟁력을 강화하는 한편, 해외 진출 거점 확대와 관계부처 합동 K-브랜드 홍보관 및 K-박람회 운영, 한국콘텐츠진흥원 내 수출전담조직인 "한류지원본부" 신설 등 콘텐츠와 연관산업 해외 진출 지원의 추동력을 강화해 나가겠습니다.

(전략목표 IV4 관광의 질적 경쟁력 강화를 통해 국민행복과 복지를 증진한다.

## 성과지표

## 외래관광객 수

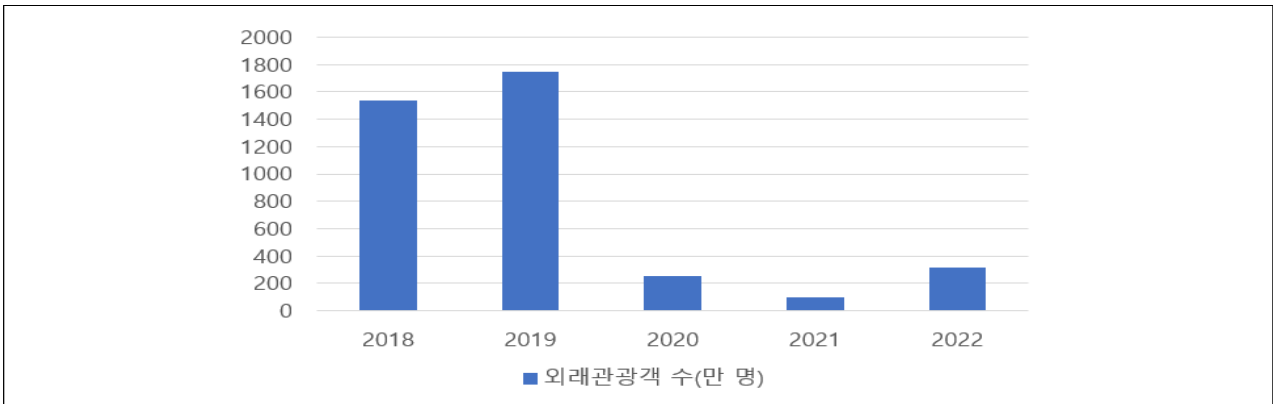
### □ 성과지표 개요

#### 〈 외래관광객 수 〉

- 개념 : 방한 외국인 입국자 중 관광객으로 볼 수 없는 일부 체류자격 입국자를 제외하고 재외국민 입국자, 선원·승무원을 포함한 수
- 조사기관 : 한국관광공사(한국관광통계)
- 조사대상 : 외래관광객
- 조사방법 : 법무부 출입국 데이터 활용
- 측정산식 : 외교, 군인, 영주, 방문동거, 거주 등 관광객으로 볼 수 없는 외국인 입국자를 제외하고 재외국민 입국자, 선원·승무원을 포함하여 작성

### □ '22년 측정결과

- 출입국 데이터 기반 '22년 연간 외래관광객 수는 총 319만 명(잠정치)입니다.
- 오미크론 유행 등 코로나19 상황 지속에도 불구하고, 방역 안정화 추세에 따라 주변국 대비 선제적 국제관광 재개 추진으로 전년 대비 229.8%(222만 명↑)이 증가하였습니다.



## □ 성과분석

- 오미크론 유행 등 코로나19 상황 지속에도 불구하고, 방역 안정화 추세에 따라 부처 협력 및 공세적 마케팅으로 주변국 대비 선제적 국제관광 재개를 추진했었습니다.
  - 방한시장은 지속적 회복 추세인 것으로 나타나며, '22.12월 코로나19 이전 대비 약 36% 수준까지 회복(월별 회복률 '22.3월 6.3%→12월 36.2%)하였습니다.
- (관광객 입국기반 재건) 관계부처 협력으로 코로나19로 중단 및 축소된 인프라를 복원(항공·선박 노선), 비자 재개, 검역제도 개선 등으로 관광객들이 편안하게 입국할 수 있는 기반을 다시 마련 하였습니다.
  - 입국자 격리의무 해제(6월~), 관광비자 발급 재개(6월~), PCR검사 의무 전면 폐지(10월~) 등 외국인 관광객 입국 절차를 정상화하기 위해 노력하였습니다.
  - 2~3위 핵심시장인 일본·대만 대상 선제적 무사증입국 시행(8~10월) 으로 회복을 가속화하고, 코로나 이전 수준으로 무사증제도 전면 복원(11월~, 112개국)하였습니다.
  - 국제선 항공, 여객선 복원 협력 및 김포-하네다 등 주요 노선 재개를 계기로 공항공사·항공사 등과 협력하여 환대캠페인을 전개(5월~) 하였습니다.
    - \* '22년 동계 국제선 운항 편수 '19년 대비 60% 회복
- (방한시장 회복 및 활성화) 코로나19 상황 지속에도 재개지역을 중심으로 국내외 인바운드 업계와 협력하여 수요 선점을 위한 적극적 유치 활동을 펼쳤습니다.
  - (해외 현지마케팅) 도시순회 트래블마트, 국제관광박람회 한국관 운영, 대형 이벤트(두바이엑스포·카타르월드컵 등) 계기 특별 홍보 등 코로나19로 제한되었던 대면 홍보를 본격 재개하였습니다.

- (상품개발·홍보 촉진) 현지 여행업계 및 유력미디어 등을 대상으로 방한 팸투어를 실시하여 신규상품 개발을 촉진하고, 안심·안전 한국관광을 집중 홍보하였습니다.

■ 해외현지 마케팅 등 추진실적

구분	추진 실적
한국관광 로드쇼	일본 주요거점 한국관광홍보(7.13~15, 도쿄·오사카·후쿠오카), 미국 대륙횡단 로드쇼(8.22~25, 밴쿠버·LA·뉴욕·시카고), 한국관광 프로모션 로드쇼(11.2~8, 대만) 등
상품개발 지원 팸투어	권역별 업계·미디어·인플루언서 등 대상 방한 시찰투어 추진 * (중화권) 총 3회 58명, (일본) 총 10회 340명, (아시아중동) 45회 502명 등
국제관광박람회 참가	스페인 FITUR(1월), 인도네시아 ATF(3월), 말레이시아 MATTA페어(4월, 9월), 필리핀 TTE(6월), 싱가포르 NATAS(8월), 베트남 ITE(9월), 일본 투어리즘 엑스포(9월), 대만 ITF(11월) 등
주요계기 현지 특별마케팅	태국 러브코리아 페스티벌(5.14~15, 8.20~21), 스페인 한국주간(7.8~13), 영국 토트넘 구단 방한(7.10~17) 연계 한국관광 캠페인, 두바이 엑스포 연계 한국관광홍보관 운영('21.10.1~'22.3.31), 한-멕시코 60주년 및 한-오스트리아 130주년 수교 기념 방한관광 마케팅 행사 등

- (데이터 기반 한국관광 홍보) 한류 활용 해외광고 및 데이터 기반 디지털 마케팅을 통해 한국을 여행목적지로 고려하는 잠재수요층을 확대하였습니다.
- (한국관광 해외광고) BTS를 활용한 K-뮤직 결합 한국관광 광고 (5편), 지역특색을 보여주는 화제성 광고(3편/인천·평창·여수) 등 'Feel the Rhythm of Korea' 시리즈를 제작하였고, 누적 조회수 6억 2천만회를 달성(12월 기준)하였습니다.

■ 광고유형별 조회수 실적

구분	내용	확산	매체	조회수
화제성 광고 (3편)	지역 특색과 문화의 재해석을 통한 지역의 다양한 멋 소개	아시아 및 구미주 11개국 (5.23.~6.22.)	유튜브	1억 3천만회 (12월 기준)
글로벌 광고 (5편)	글로벌 한류스타 활용 지역과 음악 장르를 결합한 한국관광 홍보	아시아 및 구미주 19개국 (10.14.~11.30.)	유튜브, 페이스북 등	4억 9천만회 (12월 기준)

- (데이터 기반 마케팅) 국제관광 재개를 대비하여 현지 시장조사를 강화\*하고, 온라인 검색 데이터를 기반으로 한 초개인화된 맞춤형 광고노출\*\*을 신규 추진하였습니다.

\* ▲ 현지 일반외국인의 코로나19 이후 여행의향, 신소비층으로 부상한 MZ세대 여행 특성 분석 등 시장정보 업계 공유, ▲여행취향의 다양화·개별화 트렌드 대응, 개인별 맞춤형 한국관광 홍보콘텐츠 노출로 광고를 통한 외래객 유치 효과 극대화 추진

\*\* AI 프로그래밍, 마이크로사이트 구축(5.1~6.15), 매체별 광고 집행(6.13~9.30), 계량화 성과[광고 노출 횟수(임프레션) 1.2억회, 방한상품 직접 모객수 1.6만명]

- (메타버스 활용 홍보) MZ세대 맞춤형 스토리텔링을 접목해 제페토 등 메타버스 내 한국관광 체험 가상세계를 구축하여 신규 관심층을 발굴하였습니다.

\* 제페토 '한강공원'(20.11.~, 3,380만명), 메타버스 콘서트('21.12.8.~, 유튜브 등 6,800만회 시청)

\* 네이버 '제페토' 내 한국여행 테마월드 「트래블 헌터-K」 조성(11.4.), 중국 대표 메타버스 플랫폼 '시랑' 내 한국여행 체험공간 「한유세계」 조성(~12월), '로블록스' 내 BTS 뮤직 비디오 촬영지, '오징어게임' 등 K-컬처 연계 한국관광 홍보 콘텐츠 서비스(8월~)

○ (국제협력) 코로나 이후 방한 관광시장 기반 회복 및 한국 관광 매력 홍보를 위한 국제 공조를 강화하였습니다.

- 국제회의 참석 및 고위급 면담을 통해 국가 간 관광교류 협력 및 코로나 이후 변화된 관광환경 공동 대응과 개선에 대해 협의 하였습니다.

■ 국가 간 관광교류·협력 주요 실적

구분	주요 실적
제11차 APEC 관광장관회의 (2차관, 태국 방콕)	태국 관광체육부 장관 면담(8.18), 제11차 APEC 관광장관회의 수석대표(8.19), 필리핀 관광부 장관 면담(8.19) 등
제12차 G20 관광장관회의 (2차관, 인도네시아 발리)	캐나다 관광부 장관 면담(9.26), 세계관광여행협회(WTTC) 민관협력 세션 참여·발언(9.26), 인도 관광부 장관 면담(9.26), 2022 세계 관광의 날 기념행사 고위급 토론(9.27), 일본 국토교통성 심의관 면담(9.27), 인도네시아 관광창의경제부 차관 면담(9.27), 인도네시아 여행업계 관계자 간담회(9.27) 등
각국 장관·차관 한국방문 등 기타	스페인 산업통상관광부 차관 방한 계기 관광협력협의회(9.19, 2차관), 사우디 관광부 차관 면담(9.20, 2차관), 2022 세계관광 산업컨퍼런스 참석(6.23, 장관·2차관), 스페인 산업통상관광부 장관 면담(11.17, 장관) 등

- 상호방문의 해 계기 현지 '한국 주간' 개최 등으로 포스트 코로나 관광회복 가속화를 위한 정부 간 우호관계를 강화하고 신시장을 개척하였습니다.

\* 스페인 한국주간(Korea Week) 주최(장관/7.8~7.14) 시 소비자 홍보 행사(7.7~7.8)에 1만 1천여명 방문, '2030 부산세계박람회' 개최유치 관련 스페인 정부의 '적극지지'(스페인 관광차관)와 '긍정 결과 기대'(산업통상관광부 장관) 언급(7.11) 등

## □ 향후 추진계획

- '23년에도 외래관광객 증가 추세가 계속되어 연간 800만명 내외의 외래관광객 유치가 전망되는 상황이나,
  - 공격적인 현지마케팅과 '2023 한국방문의 해'를 계기로 한 민관 역량 집중을 통해 연간 1천만명 유치를 목표로 사업을 추진할 예정입니다.
  - 중국의 방역 안정화, 코로나19 신규 변이 발생 등 변수가 있는 만큼 지속적으로 현지 동향을 모니터링하고 관계부처와의 협력을 지속해 나가겠습니다.
- (K관광 매력 글로벌 이슈화) △15개 핵심도시에서 'K-관광 로드쇼'를 개최하여 한국 문화·관광 종합체험을 제공, '2023 한국방문의 해'를 홍보하고, △K-컬처(드라마, 영화 등) 소재 접목으로 스토리가 있는 해외광고 제작을 추진하겠습니다.
- (시장 맞춤형 마케팅) △일본·대만 주력시장의 재개초기 수요를 집중회복(일본 재방문 캠페인, 대만 계절테마여행 프로모션 등)하고, △동남아 중산층 수요를 집중 발굴하며, △구미주 'K-비건 데이' 등 맞춤형 홍보콘텐츠를 확대할 계획입니다.
- (주요 계기활용 홍보) △수교 기념(인도, 인도네시아, 캐나다 등), 한-미 동맹 70주년 등 계기 특별마케팅, △한-태국 상호방문의 해('23~'24) 기념 민관합동 관광교류단 운영 및 교차행사 추진 등 주요 계기를 활용하여 적극적으로 홍보할 예정입니다.
- (입국객 편의 제고) 업계의 개선 요구가 많은 비자 및 전자여행허가제 관련 법무부 협의를 통해 이용 편의를 제고하기 위해 노력하겠습니다.

\* 전자여행허가제 신청시스템 다국어 서비스 도입, 단체등록 기능 추가 등 서비스 개선



## 성과지표

## 1인 당 국내여행일수

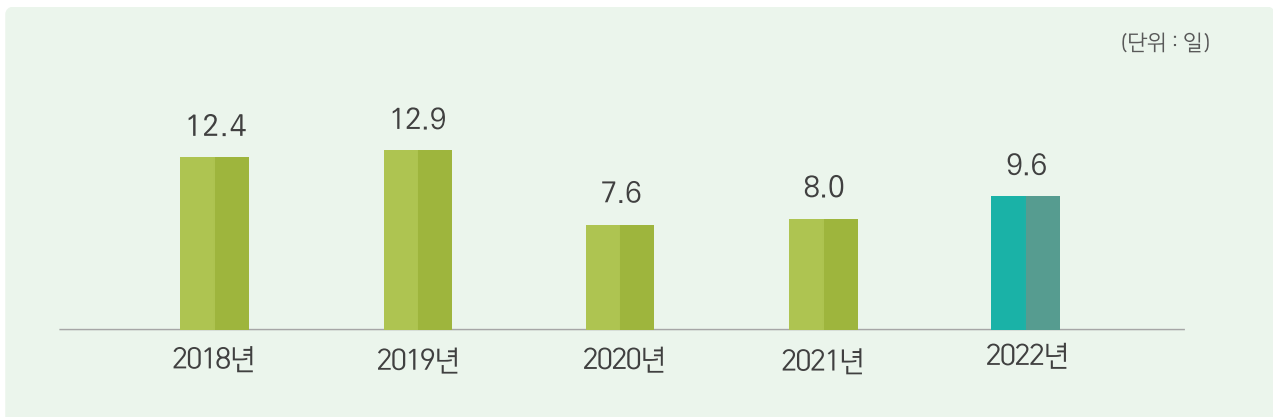
### □ 성과지표 개요

#### < 1인 당 국내여행일수 >

- 개념 : 국민 1인당 연간 다녀온 여행 일 수
- 조사기관 : 한국문화관광연구원(국민여행조사)
- 조사대상 : 만 15세 이상의 국민
- 조사방법 : 1대 1 가구방문 면접조사
- 측정산식 : '국민여행조사'의 1월부터 12월까지의 월별 1인 평균 여행 일수를 연간으로 합산하여 산출(숙박여행, 당일여행 포함)

### □ '22년 측정결과

- (측정결과) 만 15세 이상 국민 1인당 국내여행일수의 '22년 실적(예측치)은 9.6일로 '21년 대비 1.6일 증가하였습니다.



- (결과분석) 사회적 거리두기 해제(2022.4.18.)의 영향으로 국내여행일수는 전년대비 20% 증가하였습니다.

## □ 성과분석

- (조기회복) 관광업계 금융·일자리·부담경감 지원과 시장 활성화를 위해 추경 및 기금변경을 통해 총 1조 213억원\*을 투입하였습니다.
  - \* 금융지원 확대('21년 대비 342억 증, 9,097억원), 방역일자리 제공(396억원), 디지털 전환지원(90억) 등
  - 여행수요 진작을 위해 대규모 행사를 집중 개최하고 혜택을 강화하였습니다.
  - \* '여행가는 달'(6월), '내나라 여행박람회'(6월), '코리아그랜드세일(여름행사)'(8월) 등
- (관광여건) '열린관광지' 조성(20개), '무장애 관광도시' 최초 조성(강릉) 및 투어케어 전문인력 본격 양성('21년 시범 96명→'22년 180명) 등으로 누구나 쉽게 관광할 수 있는 기반을 마련해 나가고 있습니다.
  - 새로운 여행수요를 반영하여 차박활성화(10.8억원), 반려동물 동반 여행\*(5억원)을 신규 추진하였습니다.
  - \* 실태조사(6월), 시범상품 개발·운영(9, 11월), 정보제공(12월~)
- (방한관광) 관계부처(법무·외교부, 질병청 등)와 적극적으로 협의하여 입국 편의 개선(격리, PCR 폐지), 방한주요시장인 일본·대만 대상 선제적 무사증 입국을 시행(8~10월)하여 회복을 가속화하고, 코로나 이전 수준 무사증제도를 전면 복원(11월~, 112개국)하였습니다.
  - 고위급 국제협력 및 현지 한국관광 홍보 이벤트를 집중 추진하였습니다.
  - \* 스페인 한국주간(7월/장관), G20 관광장관회의(9월,발리/2차관), 한국관광로드쇼(7월 일본, 8월 미국, 11월 대만) 등
- (지역성장) 체류형 관광시장을 육성하기 위한 '야간관광특화도시' 조성계획을 수립(6월)하고 2개 도시를 최초 선정(인천, 통영)하였으며, 생활관광 프로그램을 확대(6개→15개)하였습니다.
  - 남부권 광역관광개발 계획수립 연구('22.3.~'23.3.), 포스트코로나 관광개발 전략마련 연구('22.8.~'23.10.) 등 지역관광 성장을 위한 다양한 연구를 추진하였습니다.

- (산업육성) 스마트관광도시 조성을 확대(6개소)하고, ICT 혁신벤처 발굴(180개사→200개사), 해외 관광기업지원센터 신설 등 관광업계의 해외진출 지원을 강화하였습니다.
- 특히 법령 제·개정을 통해 융복합 고부가 관광산업 육성을 위한 제도적 기반\*을 마련하였습니다.
- \* 국제회의 복합지구 지정요건 완화 등을 위한 법령 제·개정(8~9월), 웰니스관광산업 법제화 연구 추진

## □ 향후 추진계획

- 관광산업 고통과 침체의 위기를 복원과 확장의 기회로 삼아 세계를 향해 재도약하는 관광매력국가 실현을 추진하겠습니다.
- K-컬처와 K-관광을 융합하는 공세적 전략으로, 국제관광 무대를 주도하며 '한국은 가고싶은 나라, 경험하고 싶은 나라'라는 이미지를 전세계에 전파·각인시키겠습니다.
- 변화하는 여행수요에 대응한 독창적인 관광상품 소재 개발과 홍보를 뒷받침해 국내관광의 활기를 불어넣는 지원방안을 강화하겠습니다.

성과지표

생활체육 참여율

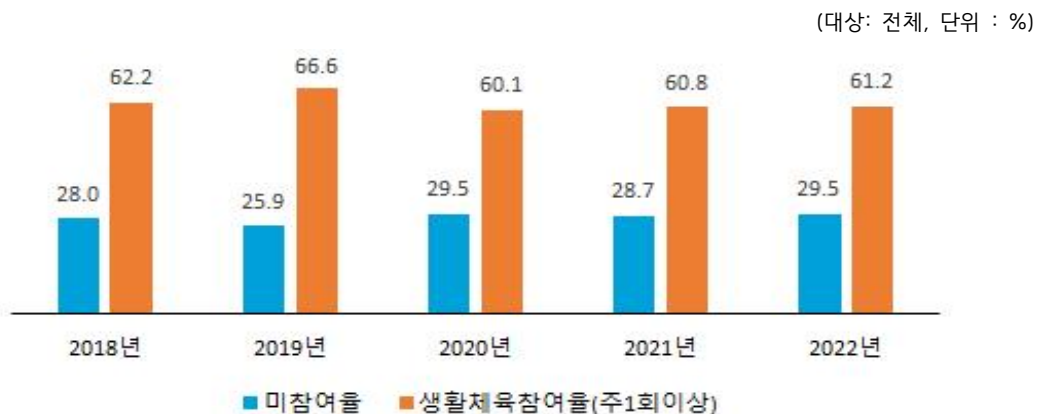
□ 성과지표 개요

〈 생활체육 참여율 〉

- 개념 : 최근 1년간 주1회 이상 1회 운동시 30분 이상 규칙적으로 체육활동에 참여한 비율(%)
- 조사기관 : 한국스포츠정책과학원
- 조사대상 : 전국 만 10세 이상 국민 9,000명
- 조사내용 : 체육활동 참여 현황, 체육활동 및 여건, 건강 및 체력상태
- 조사방법 : 1:1 가구 방문 면접조사(전문리서치업체)
- 측정산식 : 규칙적 참여자 수/설문응답자×100

□ '22년 측정결과

- '22년 생활체육 참여율 61.2%로 전년대비 0.4%p 소폭 증가하였습니다.
- '17년부터 규칙적 체육활동 참여율은 꾸준히 증가하는 추세를 보여 왔으나, 코로나19의 영향으로 체육시설 이용이 제한되면서 '20년 60.1%로 감소하였고 '21년, '22년에는 회복세를 보이는 것으로 나타났습니다.



## □ 성과분석

- '22년은 사회적 거리두기 완화로 규칙적 체육활동 참여율이 전년대비 0.4% 소폭 증가하였습니다.

### < 2022국민생활체육조사 분석 >

- (참여수준) 규칙적 체육활동 참여수준 및 참여빈도는 대체적으로 전년과 비슷
  - (성별·연령별) 30-50대 청장년층의 참여율 증가, 30대 남성과 여성 증가, 60대 이상 남성과 여성의 참여율 모두 감소
  - (도시별) 사회적 거리두기 해제로 수도권외의 생활체육 참여율 2.4%p 증가, 비수도권은 1.7%p 감소로 수도권과 비수도권의 생활체육참여 격차가 좁아짐
- (이용시설) 공공체육시설 이용률은 0.6%p 감소로 작년과 비슷한 수준이었지만 사회적 거리두기 해제로 민간시설 이용률은 6.3%p 증가 (전년대비 체육시설을 이용하지 않는 비율 1.7%p 감소)
- (참여종목) 코로나 19 사회적 거리두기 해제 이후, 단계적 일상 회복을 하면서 코로나19 유행 이전과 유사한 참여 형태를 보임
  - 코로나 19로 인해 시설폐쇄 등의 이유로 하락했던 보디빌딩(헬스), 수영이 다시 규칙적 체육활동 종목 상위권으로 재 진입함
  - 코로나 19 이후 골프의 인기가 여전한 것으로 나타남
  - \* 전년대비 수영 4.5%p, 축구, 풋살 2.4%p, 골프 1.0%p, 배드민턴 1.2%p 증가
  - \*\* 전년대비 걷기 4.6%p, 보디빌딩 0.6%p, 등산 3.0%p, 요가, 필라테스, 태보 0.7%p, 자전거, 사이클, 산악자전거 0.7%p 감소
- (비대면) 코로나19 유행 이후, 비대면 체육활동에 참여한 사람은 14.5%로 작년(20.3%) 대비 감소함
  - 비대면 체육활동을 경험한 사람 중 참여빈도가 감소했다고 응답한 이유로 대면 체육시설로 돌아감(62.0%), 운동시간 부족(25.7%), 근무환경의 변화(11%) 순으로 나타남
  - 대면 체육시설로 돌아간 이유로는 비대면 스포츠 활동보다 스포츠 시설을 이용하는 것을 선호(50.5%), 비대면 운동 혹은 강습을 따라 하기 어려워(22.6%), 비대면 스포츠 활동보다 사람들과 모여서 함께 운동하는 것을 선호해서(20.4%) 순으로 나타남
- (생활체육정책) 현재 실행하고 있는 생활체육정책 중 가장 필요성이 높은 생활체육정책으로 생활체육동호회 및 스포츠클럽 활성화 지원(29.3%)을 응답하였고, 그 다음으로 무료 체력 측정 및 운동처방 서비스(국민체력100)(25.0%), 공공체육시설 건립 및 개보수 지원(15.8%)로 응답함
  - \* 10-50대까지는 생활체육동호회 및 스포츠클럽 활성화 지원 응답 비율이 높음
  - 반면 60대 이상에서는 무료체력측정 및 운동처방서비스(국민체력100) 응답 비율이 높은 것으로 나타남

- 정부는 코로나19 사회적 거리두기 해제 이후 단계적 일상 회복을 하면서 기존의 비대면 강습프로그램, 유아·여성·어르신 등 취약계층 대상을 위축된 국민들이 몸과 마음을 회복할 수 있도록 대면 및 비대면 체육

활동으로 독려하였습니다.

\*여성·어르신 대상 온라인·방송콘텐츠 제작·보급(70여 편), 유아가족 홈운동키트 보급(1,900명)



○ 또한 맞춤형 생활체육프로그램 제공, 공공스포츠클럽 확대, 시군구별 생활체육지도자 배치 등 체육활동 동기 부여로 체육활동 활성화를 위해 노력하였습니다.

\* 여학생스포츠 교실(17종목, 626개 교실), 유청소년 클럽리그 지원(5,701클럽), 디비전 리그 지원(축구,당구,야구,탁구, 배드민턴, 테니스, 족구/ 7종목, 1,001리그), 공공스포츠 클럽 육성지원(236개소), 시군구별 생활체육지도자 배치(2,800명)

○ 저소득층을 대상으로 한 스포츠강좌이용권 지원, 행복나눔 스포츠 교실 등을 통해 자나라는 유청소년이 경제적, 지역적 여건에 관계 없이 스포츠를 누릴 수 있도록 스포츠 체험기회를 제고하였습니다.

\* 저소득층 유·청소년(만5~18세/기초·차상위·범죄피해청소년 등) 대상 스포츠강좌 이용권 지원(매월 8.5만원 범위 내 10개월, 76천명 수혜), 행복나눔 스포츠교실(28종목, 478개소), 농산어촌 선진축구체험(750여명)

○ 「국민체력 100」 사업을 통해 체력수준별 체력 향상을 도모함으로써 과학적인 체력관리 필요성 인식 증가 및 생활체육 참여 유인체계 마련으로 국민의 체육활동에 대한 자발적 수요를 확대하였습니다.

\* 국민 체력측정 및 운동처방 프로그램을 제공하는 국민체력인증센터(75개소) 운영, 소외계층 대상 찾아가는 서비스 제공, 디지털 기반 비대면 서비스 확대(온라인 체력증진교실, 모바일 운동상담 채널 구축·운영, 온라인 운동 콘텐츠 제공 등) 등 체력인증제도 고도화

- 또한 지자체 수요를 반영한 체육진흥시설 확충을 지원하였고, 기초 생활권 중심의 생활체육 시설 확충을 지원하여 우리 국민의 체육활동 참여 여건을 개선하였습니다.
- 아울러, 공공체육시설 개보수 지원으로 생활체육 참여환경을 개선하였습니다.
- 초등학교 스포츠강사 배치 지원(1,852명), 방과 후 스포츠 프로그램 운영\*(학교안/학교밖) 지원 사업을 적극 추진하여 학생들의 체육활동 참여를 통한 건강체력 증진 및 사회성·협동심 함양에도 노력하였습니다.
- \* 초·중·고등학생 학교 안(761천명), 학교 밖(496천명) 참가

## □ 향후 추진계획

- 맞춤형 스포츠 참여 프로그램을 보급하고, 공공체육시설을 지속 확충하는 등 생활체육 활성화를 위해 노력할 것입니다.
- 이를 위해 유아, 여성, 어르신 등 대상별 비대면 생활체육 프로그램을 보급하도록 하겠습니다. 찾아가는 체력측정, 비대면 체력관리 지원 등 국민체력100 사업을 확대하고 국민 홍보를 강화하여 누구나 과학적으로 체력관리를 하고 이를 통해 체육활동에 더 참여할 수 있도록 지원하겠습니다.
- 또한 저소득층 유청소년 대상 스포츠강좌이용권 지원을 확대하고, 행복나눔 스포츠 교실운영 등을 통해 소외계층 및 소외지역의 생활체육 참여 기회를 확대하겠습니다.
- 주민의 생활권역에 다양한 형태의 체육시설 확충하고 등록·지정 스포츠클럽 운영 지원하여 다양한 연령과 계층별 스포츠 참여 여건을 조성하도록 하겠습니다.