

대전마케팅공사

I. 일반현황

II. 2018 주요성과와 2019 정책방향

III. 2019 주요업무 추진계획

I. 일 반 현 황

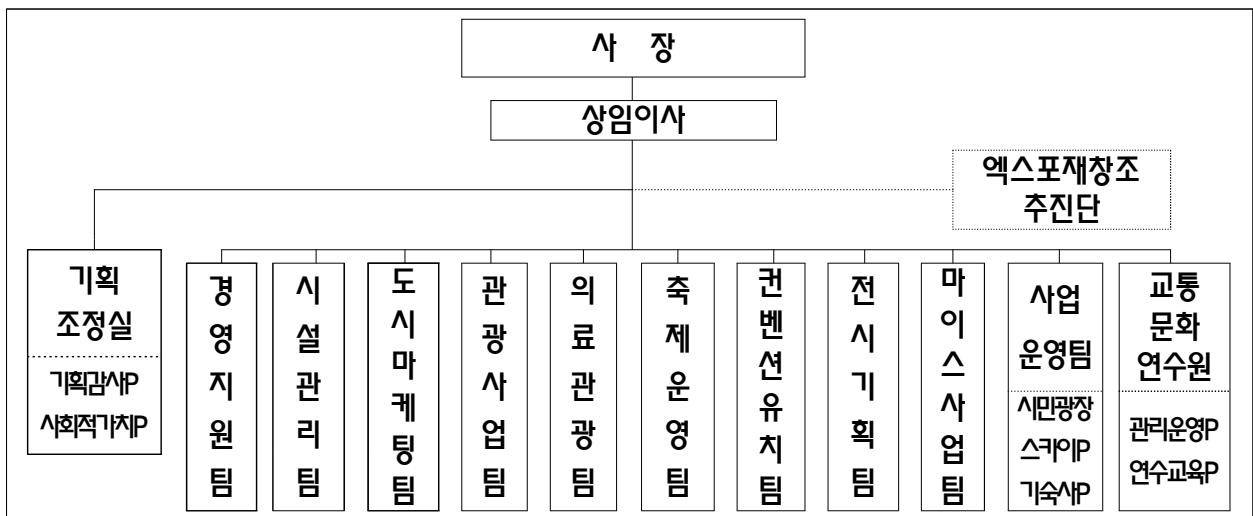
1 설립근거 및 주요기능

- 지방공기업법 제49조(설립), 대전마케팅공사 조례 제1조(목적)
- 대전 고유·특화 자원 매력도 증대로 도시경쟁력을 높이고, 도시문화 및 지역경제 활성화를 통해 고객과 시민의 행복을 실현

주요사업

- ▶ 도시브랜드 및 마케팅 사업
- ▶ 대전세계박람회 성과 계승 및 기념사업
- ▶ 관광자원 및 편의시설의 개발·운영 사업
- ▶ 첨단산업과 과학기술 및 산업기술 등의 전시·홍보 사업
- ▶ 국가, 지방자치단체 및 공공단체가 위탁한 사업 등
- ▶ 국제회의 관련 사업
- ▶ 의료관광 관련 사업
- ▶ 과학교육 관련 사업

2 조직 및 인력 : 사장, 상임이사, 1실 10팀 1원 1단



※ 현원 202명(일반직 95명, 공무원 107명)

3 2019년 예산현황 : 총 36,056백만원

(단위:백만원)

수입			지출		
구분	금액	비율	구분	금액	비율
영업수익	26,208	72.7%	영업비용	30,189	83.7%
영업외수익	4,111	11.4%	영업외비용	-	0%
자본적수입	5,737	15.9%	자본적지출	5,767	16.0%
			예비비	100	0.3%
계	36,056	100%	계	36,056	100%

Ⅱ. 2018 주요성과와 2019 정책방향

2018년에는

스마트가이드플랫폼 구축 등 도시마케팅 다각화, 국제회의 유치를 통한 대전의 도시 경쟁력을 강화, 과학문화 축제 등 관광콘텐츠 기반 확대로 관광자원 육성 및 국비사업 확대, 비정규직 정규직화 등 공기업의 사회적 책임을 실현

2018 주요 성과

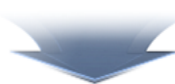
- 도시마케팅 다각화로 대전 도시브랜드 제고
 - ▶ 테마여행 10선 연계마케팅을 위한 ‘스마트가이드플랫폼’ 구축·운영
 - ▶ 공사 SNS 기자단 확대운영 등 시민참여형 SNS 홍보 활동 강화
 - ▶ 웹 접근성 인증마크 획득 등 장애인, 노약자 대상 홈페이지 접근성 제고
- 관광콘텐츠·과학 인프라를 활용한 대전의 경쟁력 강화
 - ▶ 국제회의 유치 마케팅 : 86건 유치(목표 84건 대비 102%)
 - ▶ 대전사이언스페스티벌·세계과학문화포럼의 종합과학문화축제 개최
 - ▶ 원도심 대전문화예술거리 관광명소화, 원도심 공정여행 선정·운영
 - ▶ 힐링SONG 의료관광의 홍보웹툰, BI개발, 홈페이지 등 지역특화자원 개발
- 사회적 책임을 실현하는 경영활동 전개
 - ▶ 용역, 파견 등 비정규직의 정규직(7.1.) : 86명 정규직 전환 완료
 - ▶ 2017년 지방공기업 경영평가 결과 ‘우수’ 등급 달성

2019년에는

‘대전 방문의 해’를 계기로 신규 관광프로그램 발굴 및 홍보마케팅 강화, 도시마케팅 전담기구로서 지역관광공사 기능 강화 및 사회적 가치 구현

정 책 환 경

- ▶ 민선 7기 핵심가치인 ‘소통과 참여’, ‘포용과 성장’, ‘공정과 신뢰’에 역점을 둔 운영 방향 제시
- ▶ ‘2019년 대전 방문의 해’에 따라 차별화된 관광, MICE콘텐츠 확보 필요
- ▶ 대전국제전시컨벤션센터 건립 추진과 사이언스콤플렉스 착공 등 엑스포 재창조사업의 본격화로 공사의 적극적인 역할 요구



2019 정책 방 향

- ▶ ‘대전방문의 해’를 계기로 중장기 관점의 도시브랜드·관광자원 발굴 및 접근
- ▶ 신규 수익·자체사업 발굴 및 기존 사업의 경쟁력 강화에 총력
- ▶ 엑스포 재창조사업의 차질없는 추진으로 공사의 안정적인 사업 기틀 마련
- ▶ 주민소통 강화, 참여제도 확대 등 사회적 가치실현과 공기업의 책임강화

Ⅲ. 2019 주요업무 추진계획

1. 대전 도시브랜드 가치 향상 도모
2. 대전 MICE 산업 내실화
3. 지역기반 관광산업 활성화 구현
4. 차질없는 엑스포 재창조사업 추진
5. 사회적책임 이행으로 조직 신뢰 확보

1. 대전 도시브랜드 가치 향상 도모

- ◇ 대전의 관광 브랜드 개발·육성을 통한 도시마케팅 적극 실시
 - ◇ 대전의 자원을 활용한 축제·행사 육성으로 도시브랜드 활성화
-

① 다각적 홍보를 통한 도시브랜드 강화

- 대표 관광 브랜드 구축, 홍보 관련 사업 개발·운영 추진
 - － 과학기술 활용, 국내외 교류를 통한 대표 관광 브랜드 개발 및 사업화
 - － 주요 사업별 홍보 로드맵 구축으로 전략적 홍보 및 콘텐츠 운영
- ‘2019 대전 방문의 해’ 연계 대전 관광콘텐츠 통합홍보 추진
 - － 대전시, 자치구, 산하기관의 관광프로그램 정보 통합 및 홍보 일원화
- SNS 마케팅채널 확대, 트렌드 맞춤형 콘텐츠 개발 등 타겟형 홍보마케팅 증대
 - － 기존 포털, SNS 외 신규채널(유튜브 등) 개설 등 홍보마케팅 강화
 - － 실시간 카드뉴스, 단편 웹툰 등의 멀티미디어 콘텐츠 제작으로 호응 유도

② 대전의 축제기반 도시마케팅 효과 제고

- 2019 대전사이언스페스티벌(10월) 개최
 - － 연구단지 기관장 협의회 등 특구내 기관과의 협력강화로 특화축제로 육성
 - － 과학도시 대전의 인프라를 활용한 체험형 미래기술 콘텐츠 보강
- 시민이 참여하여 즐기고 체험할 수 있는 문화축제 지속 개최 및 확대
 - － 세계푸드&뮤직페스티벌 등 개최, 세계축제협회 등과의 협업을 통한 신규 축제 개발 추진
 - － 대전역야시장, K-POP뮤직페스티벌 등 참여형 문화축제로 볼거리 즐길거리 제공
- ‘2019 대전방문의 해’ 홍보를 위한 해외 관광마케팅 실시
 - － 한국관광공사 해외지사, 온라인여행사(OTA)와 협업을 통한 관광콘텐츠 런칭
 - － 국내외 관광박람회·로드쇼 참가, 동남아 주요 도시 한류 페스티벌 연계 홍보
- 축제기반 사회공헌 활성화로 지속적인 사회적 책임경영 실현
 - － 교육기부 프로그램(주니어닥터)등 지역사회 공헌활동으로 공공성 강화
 - － 청소년들 대상 다양한 체험프로그램 운영으로 과학문화 확산 추진

2. 대전 MICE 산업 내실화

- ◇ 중대형 컨벤션 발굴·유치로 도시브랜드 세계화 및 지역경제 활성화 기여
- ◇ 전시 산업 고도화, 해외네트워크 등 인프라 구축 본격 추진

1 중·대형 컨벤션 유치마케팅 총력

- 대전국제전시컨벤션센터 건립 대비 중·대형 컨벤션 유치 강화
 - 2022년 이후 개최되는 중·대형 국제행사 전략적 발굴, 유력인사 접촉 활성화
 - 유관기관, 학·협회 및 유치 영향력자 협약 등 컨벤션 유치마케팅 효율화
 - MICE 유형별(국제회의, 기업회의, 이벤트 행사) 전략적 마케팅 추진
- 신규 지역특화 컨벤션 발굴 및 개최지원
 - 국방 및 과학(로봇, 무선통신, AI 등) 분야 유망컨벤션 신규 발굴·선정 지원
 - Youth Convention (ICT컨퍼런스) 국비지원사업 지속 선정 노력
- 국제회의 정보 선점 및 유치를 위한 네트워크 활용 강화
 - 컨벤션 주최기관과 실수요자 대상 맞춤형 MICE 설명회·세일즈콜 실시
 - “MICE 도시 대전” 홍보를 위한 국내외 박람회, 로드쇼 등 국제행사 적극 참여
 - 과학컨벤션얼라이언스·컨벤션대사·MICE얼라이언스와의 협업을 통한 공동 마케팅

2 대전 전시사업 고도화

- 대전국제와인위크(가칭)(8.18.~ 8.25.) 개최 / 대전국제와인페어, 아시아와인트로피, 컨퍼런스 등
 - 시민에게 유익한 행사개최를 목표로 행사 프로그램 재구성 및 콘텐츠 내실화
 - 원도심과 연계한 다양한 문화이벤트 개최 및 찾아가는 와인강좌 운영
 - 시민참여 자문위원회 구성·운영, 공연장·음식점 등 지역상권 연계로 경제 활성화
- 첨단국방산업전(6.18.~6.21.) 확대 및 로봇융합페스티벌(8.2.~8.4.) 참가자 확대
 - 육군 위주에서 공군, 해군으로 참가범위를 확대하여 국방행사 위상 강화
 - 국제청소년로봇연맹 국제대회 등을 유치하여 해외참가자 증대 및 규모 확대
- 신규 전시회 발굴·기획
 - 2020 뇌과학박람회 기획전시회 개최, 2022 한국전시산업전 유치 등 신규전시회 확보
 - 전시회 지원제도 마련으로 신규 전시회 유치 기반 마련
- MICE 인프라 확충을 위한 대전국제전시컨벤션센터 건립 적극 지원
 - 기술제안자 선정·실시설계 및 심의(‘19.4), 착공 및 준공(‘19.6. ~ ‘21.11.)

3. 지역기반 관광산업 활성화 구현

- ◇ “2019 대전 방문의 해”를 기점으로 대전관광 도약 발판 마련
- ◇ 관광 트렌드, 타깃 맞춤형 관광 콘텐츠 발굴 및 프로그램 운영 활성화

① 지역연계 및 참여형 관광사업 개발 추진

- ‘테마여행 10선 사업’ 추진으로 원도심 관광명소화에 기여
 - ‘트래블 라운지 조성 및 운영’을 통해 관광정보 제공 및 환대 서비스 강화
 - 목척교, 스카이로드, 성심당 등을 활용한 ‘AR 콘텐츠’ 제작을 통한 마케팅 확대
- ‘2019 대전 방문의 해’를 계기로 중장기 대전관광프로그램 개발 운영
 - 단기·계속 추진 사업 구분, 대전관광자원 개발의 체계적 접근
 - 지역대학 연계 ‘대전테마 스토리 투어’ 개발·운영 등 지속적인 기반 조성
 - 해외관광객 유치에 위한 맞춤 관광상품 기획 및 해외 로드쇼 등 세일즈콜 실시
- 최신 관광트렌드 반영과 타깃 맞춤형 관광자원 신규발굴 및 사업화 추진
 - 젊은층 및 FIT, 소확행 트렌드를 반영한 관광자원 개발 및 사업 활성화
 - 인플루언서(SNS 유명인)등을 활용한 영상콘텐츠 홍보 강화
- 지역관광 실태조사 정착을 통한 관광경쟁력 강화
 - 빅데이터 등 통계를 활용한 연차별 대전관광 데이터 구축 및 개선방안 마련
- 대청호오백리길 편의시설 확충 및 주민 연계 생태관광 프로그램 개발 운영

② 대전 의료관광 지속적인 선도 마케팅

- 카자흐스탄, 몽골, 베트남 외 신흥시장으로 타깃 다변화 및 특화 마케팅 전개
- 한방, 미용, 성형등과 지역관광을 연계한 대전형 의료관광 맞춤 상품 개발
 - MICE 행사 참가외국인 및 다문화 가정과 연계한 패키지 구축
- 의료관광 선도기관과 신규기관간 협업을 통한 양면전략 추진
 - 워크숍, 연찬회, 협의회 등 네트워크 역량 강화로 의료기관 확대 및 유치 활성화
- 힐링 SONG 사업의 차질없는 마무리 및 지역 정착화 도모
 - 힐링 SONG 사업 마지막 해로 프로그램 개발 및 사업의 성공적 마무리
 - 사업 종료후 지역을 대표하는 의료관광 벨트로 정착 도모

4. 차질 없는 엑스포 재창조사업 추진

- ◇ 경쟁력있는 도시마케팅 인프라 구축으로 대전의 위상 정립
- ◇ 엑스포 재창조사업의 차질없는 추진을 위한 적극적 행정지원

1 재창조사업 개요

- 과학, 문화, 여가가 어우러진 대전의 대표 시설로 조성

사업 개요

- 사업면적 : 엑스포과학공원 592,494㎡, (사업시행) 대전마케팅공사
- 사업기간 : 2011년 ~ 2021년(11년간)
- 사업예산 : 약 1조 2,073억원(국비 4,816억원, 시비 995억원, 민자 6,262억원)
- 추진방향 : 5개 Zone 개발
 - 엑스포기념, 첨단영상산업, 국제전시컨벤션, IBS, 사이언스콤플렉스

2 주요 사업별 추진일정

사 업 명	사업개요
사이언스콤플렉스	<ul style="list-style-type: none"> · 사업면적 : 51,614㎡ / 지하5층~지상43층(층고 193m) · 사업기간 : 2015년 ~ 2021년 / 6년간 · 사업예산 : 6,302억원 (민자 6,002억원, 과기부 300억원) · 주요시설 : 사이언스 몰, 사이언스타워 · 추진일정 : '21년 준공 및 사업개시
국제전시 컨벤션센터	<ul style="list-style-type: none"> · 사업면적 : 부지 27,972㎡ (건축면적: 13,490㎡)/ 연면적 40,970㎡ (지하2층~지상2층) · 사업기간 : 2017년 ~ 2021년 / 5년간 · 사업예산 : 약 954억원 (국비 286억원, 시비 668억원) · 시 설 물 : 면적 10,020㎡(전시, 다목적홀), 부대시설/기타시설 등 · 추진일정 : 기술제안자 선정('19.3.), 착공('19.6.), 준공('21.11.)
엑스포기념구역	<ul style="list-style-type: none"> · 사업면적 : 120,161㎡(지하주차장 10,000㎡ 제외) · 사업기간 : 2016년 ~ 2020년 / 5년간 · 사업예산 : 신세계 기부채납(100억원)과 지료수입 등 활용 · 추진방향 : 야외전시 및 대형 이벤트광장 등 조성 · 추진계획 : 세부실행계획 확정(12월), 착공('19.1월), 완공('19.7월)

3 사업 추진방향

- 차질없는 공정 진행을 위한 관리감독 철저
 - 현장 모니터링 지속 실시, 사업지연 등의 위험에 대비한 위기관리매뉴얼 관리
- 지역사회 협조를 위한 사업 홍보활동 전개
 - 주민간담회, 기자브리핑 등 지속적 정보 공개로 갈등 및 분쟁 방지

5. 사회적책임 이행으로 조직 신뢰 확보

- ◇ 공기업에 대한 사회적책임 강화로 지속가능 경영 체계 내재화
- ◇ 주민참여경영 강화, 인권경영, 성과공유제 도입 등 사회적 가치 실현

1 사회적 가치 내실화 완성

- 투명하고 공정한 일터 조성을 위한 청렴한 문화 정착
 - － 내부감사 및 윤리경영 참여형 실천과제 운영으로 실효성 도모
 - － 청렴사례 공유 등 소통 강화, 캠페인, 청렴교육 등 투명한 조직환경 조성
- 공기업 혁신 환경을 위한 주민소통 강화 및 참여제도 확대
 - － 주민참여 정책제안 시스템, 설명회 개최 등 주민참여의 다양화·제도화
 - － 고객과 주민의 편의성 증진을 위한 민원 등 통합관리 시스템 고도화
- 사회적 가치 전담조직 운영 및 기능 강화
 - － 공기업의 사회적 책임 강화, 인권경영과 성과공유제 도입·시행

2 핵심역량 중심의 사업운영 및 재무관리

- 핵심사업 강화 및 신규 수익사업 발굴로 공사의 미래를 선도
 - － 원가분석 등을 통한 주요 사업별 관리 체계 개선 및 사후관리 강화
 - － 중장기 재무전략분석을 기반으로 한 체계적 사업 추진으로 실효성 제고
- 지속적 전문교육, 자기개발 기회 부여로 업무전문성 및 능력 함양

3 내부혁신으로 조직역량 강화

- 합리적인 인사제도 확립으로 조직문화 활성화
 - － 역량 및 성과중심의 평가결과를 반영한 투명한 인사관리 체계 확립
 - － 일하는방식, 불합리한 관행, 조직문화 개선을 통한 적극적 혁신활동 전개
 - － 온라인 접수 등 직무능력기반 블라인드 채용의 투명한 인사제도 정착
- 차별없는 조직문화 구축 및 건전한 노사 문화 구축
 - － 여성관리자 확대 정책 이행 노력, 정규직 전환근로자 등 상생의 노사관계 구축