보령시



2021년 공공기관장 경영실적 보고서

실적기준년도 : 2020년

보 령 시

(공공기관 경영평가단)

목 차

현황분석 4

총괄 요약표 9

총 평 10

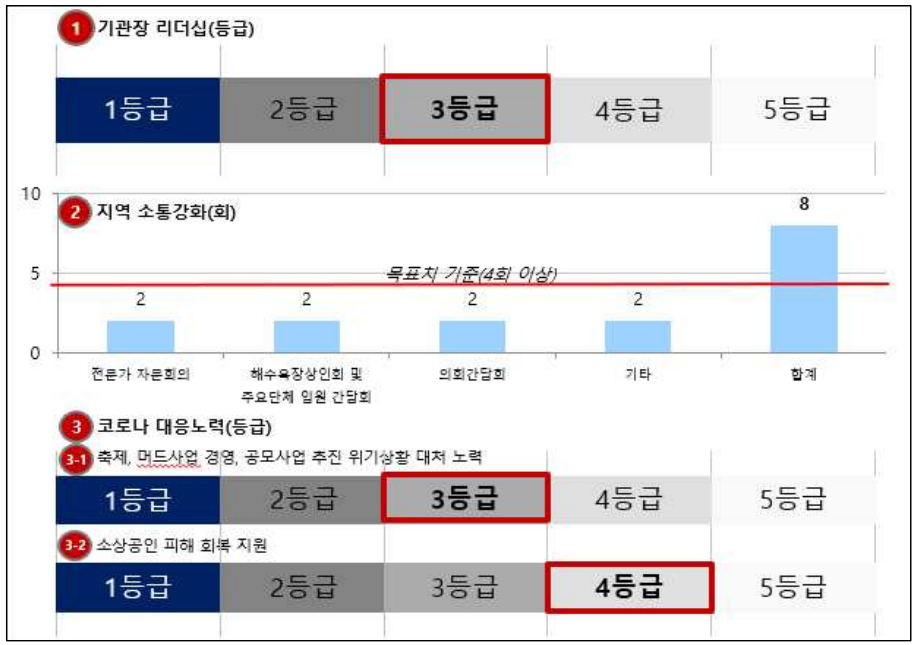
지표별 평가 결과 11

참고 : 2021년 보령시 공공기관장 경영평가단 21

(재)보령축제관광재단
기관장 평가

□ 현황 분석

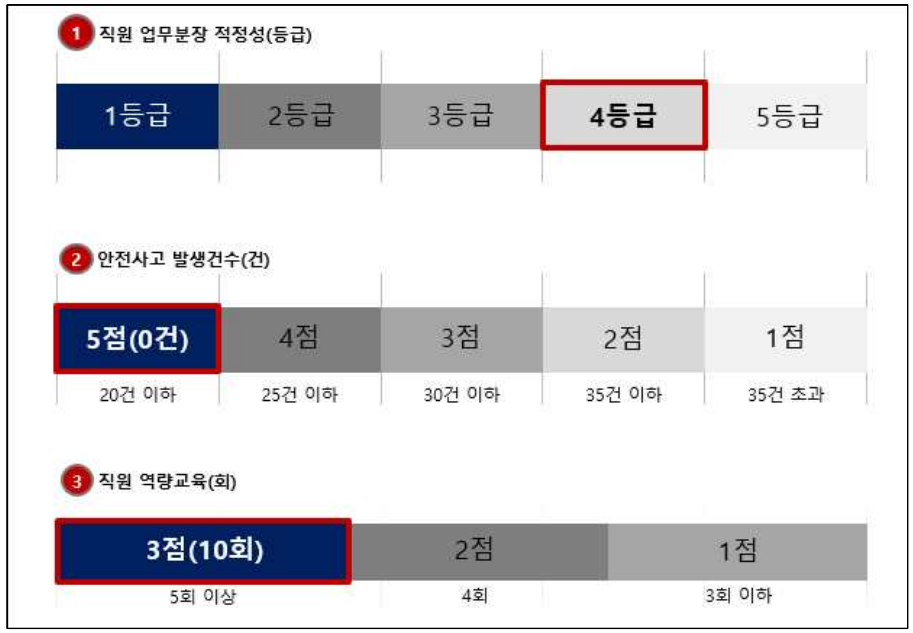
I. 리더십(1/2) : 리더십



- 기관장 리더십은 재단 주요현안과제 및 비전과 미션 선정, 직원 탄력운영 및 직제개편, 임직원 단합행사 운영 등을 평가하며, 당해연도 3등급을 달성하여 3점 만점에 2.25점을 획득함
- 지역 소통강화 실적이 8회로 목표치 4회 이상을 초과 달성하여 5점 만점을 획득함. 다만, 지자체 간부회의 경우 매주 1회로 되어있어 전체 회의 건수에 관한 공문처리로 증빙자료 관리가 필요함
- 코로나19의 장기화에 따른 대면-비대면축제 진행 방안을 검토하며, 온라인 콘텐츠 장기적 관점에서 모니터링 및 활용방안을 강구하고, 머드사업의 경우 시장수요에 맞추어 고도화, 사업의 효과성 높일 방안이 필요함. 또한 온라인 콘텐츠 재생산을 활용하여 부가가치를 높일 수 있는 방안 역시 필요함
- 온라인 축제 운영에 따른 지역 상가 등의 수입감소 최소화를 위해 지역농산물판매나 특산품 판매, 음식배달 사업 등과 연계하여 지역 파급효과를 가지고 올 수 있는 콘텐츠 개발/운용이 필요함

▶ 정성지표인 기관장 리더십과 코로나 대응노력의 경우 3~4등급으로 보통 수준임. 정량지표인 지역 소통강화의 경우 목표치를 달성하였으나, 기존의 목표치 설정이 낮음. 추후년도에는 목표치 설정에 대한 명확한 기준과 상향이 필요함

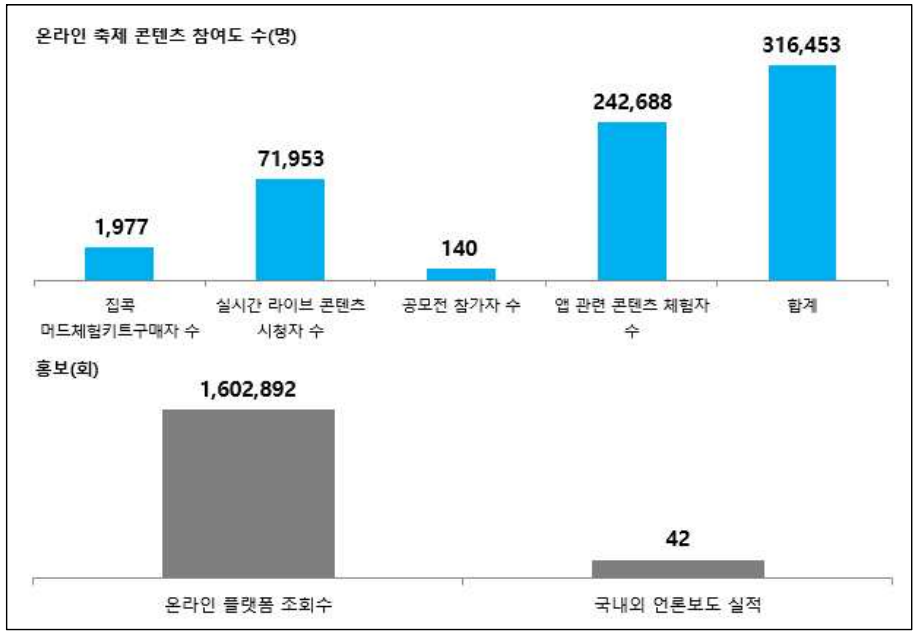
I. 리더십(2/2) : 인사/조직관리



- 직원 업무분장 적정성은 개인별 업무비중에 따른 업무분장 적정성 파악을 평가하며, 당해연도 4등급을 달성하여 2점 만점에 1.3점을 획득함. 각 담당업무별 세분화된 업무 분담과 부서별 원활한 업무 수행을 위한 체계 수립을 통해 업무의 효율성을 증대하고 경영성과 증진의 성과를 보인 점은 긍정적이나, 기관장 취임 이후 기관의 비전과 각 사업의 목표를 달성하기 위해 기존 조직과 인사관리의 문제점을 파악하고자 노력한 실적(분석 및 진단 등)은 다소 미흡하며, 부족한 조직 및 인적자원 문제를 해결하기 위해 기관장이 직접 실행하여 도출한 성과도 다소 부재한 것으로 판단됨
- 안전사고 발생 건수 실적은 직원, 축제, 공장, 박물관 등의 곳에서 발생한 건수를 측정하며, 당해연도 0건으로 목표치 20건 이하를 달성하여 5점 만점에 5점을 획득함
- 직원 역량교육 실적은 외부초청 강사교육, 보령시 또는 공공기관 등에서 참가하는 외부교육

으로 평가하며, 당해연도 10회로 3점 만점에 3점을 획득함

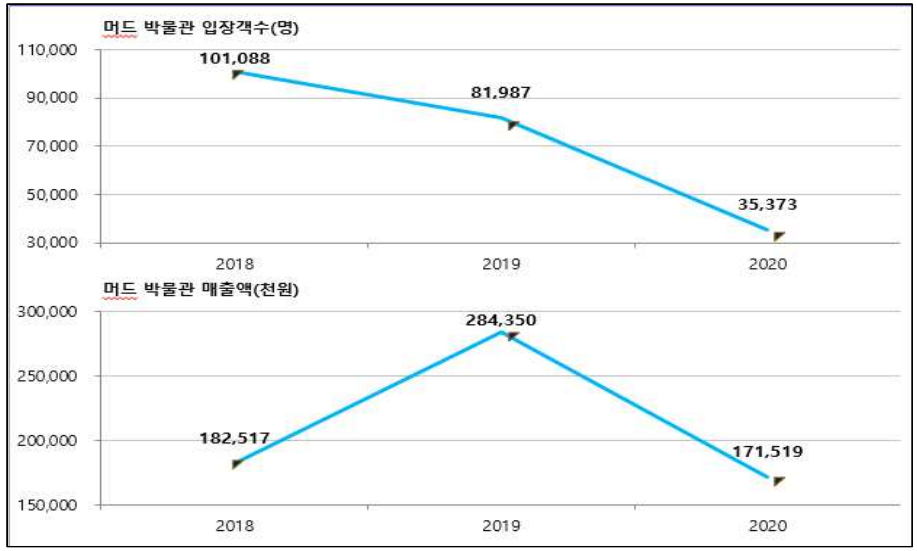
Ⅱ. 사업과제 성과 : 축제 및 관광 활성화



- 축제 개최 방향을 설정함에 있어 지역상인 뿐 아니라 일반 시민들의 의견을 수렴하여 결정한 점과 의견수렴을 위해 설문조사 등 객관화된 방법을 활용한 점은 긍정적이나, 포스트 코로나 시대를 대비하여 개발된 온라인 콘텐츠의 지속적인 활용(오프라인 축제와 병행할 수 있는 방안 등) 방안이 필요함
- 온라인 축제로 전환함에 따라 기존 축제예산의 반영이 아닌 효율성을 기준으로 투입대비 효과성이 높은 사업을 중심으로 예산을 편성하고 반영하고자 노력한 점은 긍정적이나, 실질적으로 오프라인 축제와 비교하여 예산이 절감된 사례 등을 제시함에 있어서는 가시적인 성과가 다소 미흡함
- 머드 축제의 킬러 콘텐츠를 온라인으로 구현하기 위해 체험의 방법과 대상을 기반으로 프로그램과 상품을 개발하고자 노력한 점은 긍정적이나, 콘텐츠 개발과정에 있어 다양한 고객의 의견수렴 등을 반영 및 참여하는 활동으로 전개하지 못하여 만들어가는 축제로까지 발전하지 못하고 즐기는 축제에서 그친 점은 다소 아쉬움

▶ 코로나19 여파로 인하여 기존 방식의 축제가 아닌 온라인으로 머드축제를 개최하였음. 기존의 국내·외 축제방문객, 축제 수입액, 기부금 수입액 등으로 성과를 측정하기 어려워 부득이하게 지표를 새로 설정, 온라인 축제로 개최되어 이에 맞는 콘텐츠 참여도, 홍보 및 정성적인 부분으로 성과를 측정함

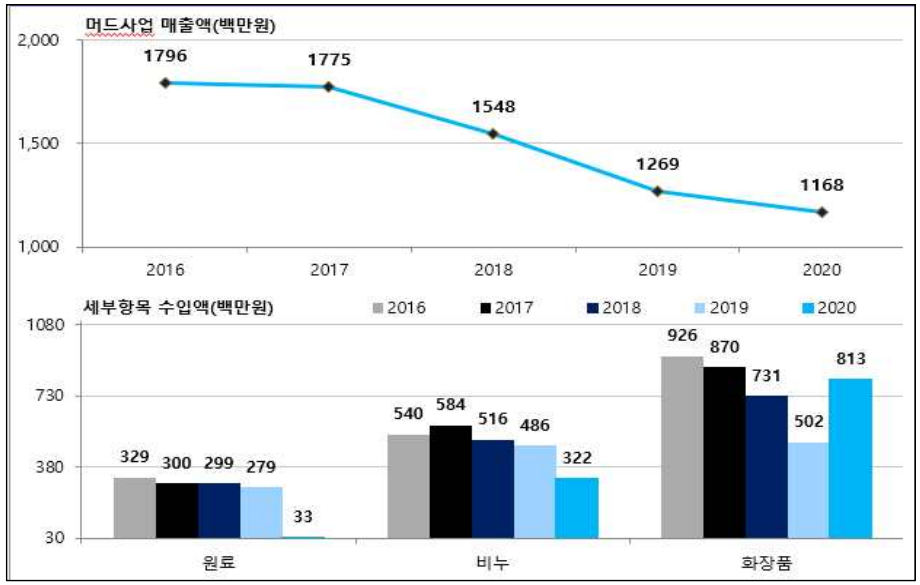
Ⅱ. 사업과제 성과 : 머드 박물관 활성화



- 머드 박물관 입장객 수는 매년 하락 추세에 있으며, 35,373명으로 목표치 33,000명에 초과 달성하여 3점 만점에 3점을 획득함. 다만, 2020년에는 코로나 영향으로 인한 박물관 장기휴관으로인해, 목표치가 상대적으로 하향 설정하여 목표치 조정 검토가 필요함
- 머드 박물관 매출액은 전년대비 하락하였으며, 171,519천원으로 목표치 140,000천원을 초과 달성하여 가중치 2점 만점에 2점을 획득함. 2020년에는 코로나 영향으로 인한 박물관 장기휴관 및 샤워장 등 미운영으로 인해, 목표치가 상대적으로 하향 설정하여 목표치 조정 검토가 필요함

▶ **머드 박물관 입장객 수, 머드 박물관 매출액 모두 목표를 초과 달성함. 다만 코로나로 인해 전년대비 목표치 설정이 하향된 것으로, 추후년도에는 목표치 상향 조정 검토가 필요함**

Ⅱ. 사업과제 성과 : 머드 사업 견실한 성장



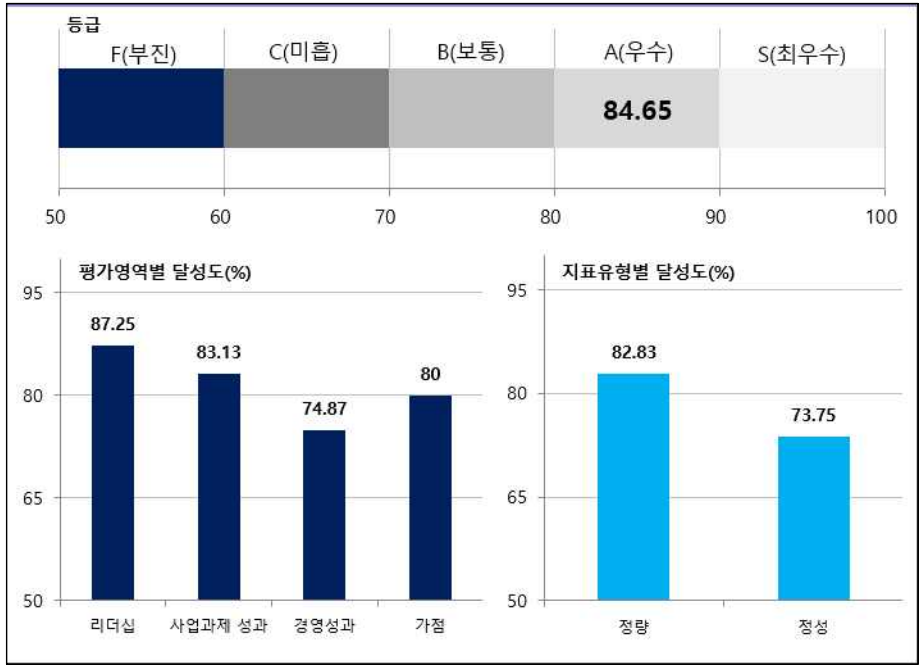
- 머드사업 매출액은 2016년 이후 매년 하락 추세에 있음. 다만, 제도적인 개선노력과 재단에서 사회적인 트랜드(재활용)와 소비자 니즈(색상 및 디자인)를 반영하고 신규 거래처를 확보하는 등 긍정적인 부분이 돋보임
- 보령머드사업에 대한 방향성을 분명히 하고, 화장품 사업 즉 기업적 관점에서 타 회사제품과 경쟁력을 확보하는 등 사업 전략을 수립하여 판매처 관리가 필요함
- 유형별 판매처 확보 등에 대한 성과목표를 설정하여 철저하게 관리할 수 있도록 하고, 현재의 시점에서는 확보된 채널별로 개진된 의견에 대한 개선대책을 마련하여 피드백하는 시스템으로 구축하는 것이 필요함
- 신규 유통채널 확보, 판매처 유지 및 관리에 따른 문제점 등을 밀도 있게 분석하여 개선점 및 대안이 필요함

▶ **머드사업 성과의 경우 매년 하락세로 나타남. 유형별 판매처 확보 등 성과목표를 설정하고 지속적으로 다양한 유통 채널에 대한 수요/요구사항을 파악하여 확대시켜야 함. 또한 코로나19 등 외부환경에 따른 위기 상황을 전 판매처와 긴밀한 협력 속에서 극복할 수 있는 시스템이 필요함**

□ 총괄 요약표

평가영역	평가부문	평가지표	세부지표	가중치		
				배점	등급	점수
리더십 (20)	리더십 (10)	기관장 리더십	• 재단 주요현안과제 및 비전과 미션 선정 • 직원탄력운영 및 직제개편 • 임직원 단합행사 운영	3	3	2.25
		지역 소통강화	자문의원 자문회의, 간담회, 기타	3		3
		코로나19 대응노력	축제 및 머드사업 경영, 공모사업 추진 위기상황 대처 노력	3	3	2.25
			소상공인(착한임대인) 대상 코로나19 피해를 회복할 수 있도록 지원한 노력	1	4	0.65
	인사/ 조직관리 (10)	안전사고 발생건수	직원, 축제, 공장, 박물관 등	5		5
		직원 역량교육	• 외부초청 강사교육 • 보령시 또는 공공기관 등에서 참가하는 외부교육	3		3
		직원 업무분장 적정성	업무비중에 따른 업무분장 적정성	2	4	1.3
사업과제 성과 (40)	축제 활성화 (25)	코로나19에 따른 주요사업 대응노력	언택트(온라인 등) 콘텐츠 개발 노력	5	3	3.75
			축제예산 절감	5	3	3.75
			주제반영형 콘텐츠 개발 노력	5	3	3.75
		온라인 축제 콘텐츠 참여도 수	• 집콕머드체험키트 • 실시간 라이브 콘텐츠 • 공모전 • 앱관련 콘텐츠	5		5
		온라인 플랫폼 조회수	유튜브, 인스타그램 등	4		4
		국내·외 언론보도 실적		1		1
	머드 박물관 활성화 (5)	입장객 수	머드박물관 입장객 수	3		3
		매출액	머드박물관 매출액	2		2
	머드사업 견실한 성장 (10)	머드사업 매출액	머드사업 총매출액	5		3
		머드화장품 판매점 수	머드화장품 판매계약체결 판매점수	5		4
경영평가 (40)	경영평가 (40)	기관평가결과	기관평가 결과 반영	40	라등급	29.95
가점(5)	가점(5)	재정자립도	(기부금(공모사업비))+수입액 ÷ (축제 출연금+박물관 위탁금)	5		4
합 계				100점	A(우수)	84.65점

□ 총 평



- 첫 공식평가로 평가 점수는 100점 만점에 84.65점으로 A(우수) 등급을 달성함
- 평가영역별 달성도는 리더십 영역이 87.25%로 달성도가 가장 높고, 기관 경영평가 영역은 74.87 %로 낮은 달성도를 보임
- 지표유형별 달성도는 정량지표가 82.83%이며, 정성적 성과에 대한 평가결과는 73.75%로 상대적으로 정량점수가 높음. 이는 온라인 축제 대체로 인하여 정성적인 평가 비중이 많아 상대적으로 정량지표의 달성도 점수가 높아 보임

우수 영역	- 리더십 영역, 사업과제 성과 등 정량적 항목의 성과 집계 및 달성이 우수함
개선 필요 영역	- 당해연도에는 온라인 축제로 인한 정성적인 평가 비중이 많았으나, 추후년도에는 평가로 측정하지 못한 기존의 정량적인 성과관리와 개선이 필요함

□ 지표별 평가 결과

I. 리더십

1. 리더십

1-1. 기관장 리더십

- **[재단 주요 현안과제 및 비전과 미션 선정]**

추상적이였던 미션과 비전, 핵심가치 및 추진 전략을 재설정하고 재단설립 목적과 새로 설정된 미션, 비전, 핵심가치 및 추진 전략을 바탕으로 효율적인 관광진흥 업무추진을 시행하였으며, 전직원들의 역량을 결집하고 강력한 실천의지를 보인점은 긍정적으로 보였다. 또한 전직원 참여 농촌봉사 활동을 실시하고 코로나 기금기부금과 온라인 머드축제 시 릴레이 머드 버킷 챌린지에 동참하며, 참가자 기부금을 충남사회복지공동모금회에 전달하는 등 사회적 책임을 다하는 공공기관으로서 책무를 다한 노력이 돋보였다.

다만, 재단 주요 현안과제의 조작적 정의와 함께 현안과제 Pool을 도출하고 이를 선정함에 있어 객관적이고 과학적인 방법론을 적용하고 있지는 못한 것으로 판단된다. 또한 비전 '보령을 글로벌 관광산업도시로 선도하는 전문기관'에 걸맞게 관광사업 등 확대/운영할 수 있도록 인력 및 조직 등에 대한 대책 마련이 미흡하다.

따라서, 기관장은 향후 현안과제 뿐 아니라 비전 등 가치체계를 구축(매년, 유지 및 고도화 포함)함에 있어 기존 전략체계의 정(적)합성 분석을 실시하여야 하며, 해당 과정에서 다양한 이해관계자의 의견을 수렴하여 적극적으로 반영하고자 하는 노력을 경주할 필요가 있다(현재 제시하고 있는 실적은 기관 전사차원이 아닌 머드축제에 대한 실적이 대부분임). 또한 실제 현안은 사업확대 등에 따른 조직의 구조적 문제 해결이며, 관광DMO 사업 등 지속적인 관광사업 확대에 대응하는 전략적 조직 및 인력 운영 등을 강구하고, 머드 사업의 고도화 등 전략적 운영에 대한 검토가 필요하다. 향후 재단의 사업구조를 관광, 머드, 시설, 축제 등 구조화하여 전략적으로 접근할 수 있는 방안과 장기적으로 <관광재단>을 확대하여 사업화 방안 검토가 필요한 것으로 판단된다.

- **[직원탄력운영 및 직제개편]**

기관 사업 등의 집중도를 고려하여 본인의 경험을 적극적으로 경영합리화에 활용한 점과 축제사무국, 머드사업국으로 운영하여 축제사무국의 업무강도를 판단 후 3~5월에 2명을 머드사업국으로 파견하여 업무탄력성을 높인 점은 긍정적으로 보였다.

다만, 개별 사안이 아닌 재단의 전반적인 인력운용과 조직관리에 있어 객관화된 분석과 결과의 활용은 다소 부재한 것으로 보이며, 머드박물관, 관광DMO 등 축제/머드사업 등 결이 다른 사업에 대하여 인력 및 조직 대응책 미흡, 각 개인의 능력과 근무수요 조사를 통해 배치하는 등 보다 효과적인 직원 배치를 할 필요가 있다.

따라서, 자원의 한정성과 열악한 조직상황 등을 고려할 경우 기관장의 활동은 충분히 인정되고 긍정적인 측면도 존재하나, 지속가능한 경영차원에서는 장기적인 관점에서 상

기 활동과 병행하여 구조적인 노력(자원확보, 업무 수행을 위한 명확한 R&R 설정, 근본적인 문제해결 방안 강구 등)을 실시할 필요가 있다. 또한 기관의 성과와 기관장의 성과는 구분하여 추진해야 하며, 머드 축제 외의 사업에 대해서도 역량을 집중하여 성과 포트폴리오를 구성할 필요가 있다.

- **[임직원 단합생사 운영]**

주간 업무추진회의를 통해 전직원들과 주요 회의결과를 공유하고 재단 자체 업무추진 상황을 체크하였으며, 편안한 직장 분위기 조성을 위해 노력한 점은 긍정적으로 보였다.

다만, 조직 구성원의 동기부여 제도를 체계화함에 있어 먼저 기존의 제도적 문제점에 대한 분석이 선행되어야 하며, 이와 병행하여 내부 구성원의 니즈 파악과 이를 기반으로 하는 제도 설계가 이행되어야 할 것으로 판단된다. 또한 내부구성원 및 외부 이해관계자 간의 효과적인 의사소통 채널의 경우 정기적이고 상설화되어 있다고 보기에는 무리가 있다.

향후, 유사 및 지향하는 기관의 동기부여 제도를 적극적으로 벤치마킹 할 필요가 있으며, 금전적뿐 아니라 비금전적 동기부여 제도도 다양하게 구축할 필요가 있다.

- 위 제반 사항을 고려하여 기관장 리더십 수준은 3등급으로 평가한다.

1-2. 코로나19 대응노력

- **[축제 및 머드사업 경영, 공모사업 추진 위기상황 대처 노력]**

머드축제 개최와 관련 지역맘카페, 중앙부처, 광역지자체, 관광전문가 등의 의견을 수렴하여 온라인 축제로 방향을 전환하고, 다양한 형태의 온라인 콘텐츠를 개발/추진하여 좋은 성과창출(100% 온라인 콘텐츠 구현)과 DMO 사업 중 '보령프롬홈' 프로젝트는 '집에서 보령의 관광을 즐기자' 보령온라인 관광을 통하여 보령관광에 대한 관심도 유지시켰으며, 머드사업은 온라인 유통채널 확대 등을 통한 매출 증대에 기여한 점은 긍정적으로 보였다.

다만, 기관의 성과와 기관장의 역할과 성과는 구분하여 추진하였다고 보기에는 무리가 있으며, 해당 추진사업에 대한 장애요인을 해결하기 위해 기관장이 직접적으로 실행한 사례는 제시함에 있어 다소 미흡한 것으로 판단된다.

향후, 코로나19의 장기화에 따른 대면-비대면 축제 진행 방안을 검토하며, 온라인 콘텐츠 장기적 관점에서 모니터링, 활용방안을 강구하고, 머드 사업의 경우 시장수요에 맞추어 고도화, 사업의 효과성 높일 방안이 필요하다. 또한 온라인 콘텐츠 재생산을 활용하여 부가가치를 높일 수 있는 방안 역시 필요하다.

- 위 제반 사항을 고려하여 축제 및 머드사업 경영, 공모사업 추진 위기상황 대처 노력 수준은 3등급으로 평가한다.

- **[소상공인(착한임대인) 대상 코로나19 피해를 회복할 수 있도록 지원한 노력]**
착한 임대인 운동, 소상공인 음식업소대상 음식포장가방 지원, 머드화장품 소상공인 피해 회복 지원 및 코로나19 피해지역 지원 등 공공재단의 사회적 책임을 다하려는 노력을 한 점은 긍정적으로 보였다.
다만, 일반적으로 타 기관 및 기관장이 추진하고 있는 실적 외에 차별화되어, 기관의 기능과 연계되어 추진한 회복 지원 사례는 질적 및 양적인 측면에서 우수한 수준이라고 평가하기에는 다소 무리가 있다. 특히 해당 문제에 대해 일방향적 지원 외에 장애요인과 문제를 분석하는 활동과 함께 기관장의 역량을 통해 해결을 도모하거나 성과를 도출한 사례는 다소 미흡한 것으로 판단된다.
향후, 온라인 축제 운영에 따른 지역 상가 등의 수입감소 최소화를 위해 지역농산물판매나 특산품 판매, 음식배달 사업 등과 연계하여 지역 파급효과를 가지고 올 수 있는 콘텐츠 개발/운용이 필요하다.

- **위 제반 사항을 고려하여 소상공인 피해 회복 지원 수준은 4등급으로 평가한다.**

1-3. 지역 소통강화

지표명	지역 소통강화	지표 방향성	상향	평가방법	합산값
산 식	①지자체, 지방의회, 지역주민 등 대내·외 이해관계자와 소통건수의 총합 ②4회 이상 : 3점, 3회 : 2점, 2회 : 1점, 2회 미만 : 0점				
단 위	회	목표치	4회 이상	실 적	8회
가중치	3점	달성도	100%	**최종득점**	**3점**

▪ 지표 정의
- 지방자치단체, 지방의회, 지역주민 등 대내·외 이해관계자와의 협력 증진을 위한 노력 및 성과를 평가

▪ 주요 평가내용
- 전문가·자문회의 2회, 해수욕장 상인회 및 주요단체 임원 간담회 2회, 의회간담회 2회, 기타 2회로 집계됨
- 지자체 간부회의는 매주 1회로 되어있으나, 관련된 회의 자료 전체 건 수를 공문으로 실적증빙자료 제출이 필요함

2. 인사/조직관리

2-1. 안전사고 발생건수

지표명	안전사고 발생건수	지표 방향성	하향	평가방법	합산값
산 식	①직원, 축제, 공장, 박물관 등의 장소에 한해서 생기는 안전사고 발생건수의 총합 ②20건 이하 : 5점, 25건 이하 : 4점, 30건 이하 : 3점, 35건 이하 : 2점, 35건 초과 : 1점				
단 위	건	목표치	20건 이하	실 적	0건
가중치	5점	달성도	100%	**최종득점**	**5점**

▪ 지표 정의
- 축제기간 및 사무국, 사업국 운영 시 안전사고 발생건수 최소화를 통한 안전성 평가

▪ 주요 평가내용
- 직원, 축제, 공장, 박물관 (찰과상 등 경미한 건수 제외)
- 산업안전보건교육, 응급처치교육, 성희롱 예방 교육 등 법정의무교육 이수

2-2. 직원 역량교육

지표명	직원 역량교육	지표 방향성	상향	평가방법	합산값
산 식	①외부초청 강사 교육, 보령시 또는 공공기관 등에서 참가하는 외부교육 건수의 총합 ②5회 이상 : 5점, 4회 : 3점, 3회 이하 : 1점				
단 위	회	목표치	5회 이상	실 적	10회
가중치	3점	달성도	100%	**최종득점**	**3점**

▪ 지표 정의
- 직무 및 역량 강화를 위한 교육 실시를 평가

▪ 주요 평가내용
- 외부초청 강사교육 5회, 보령시 또는 공공기관 등에서 참가하는 외부교육 5회로 집계됨
- 직무교육, 직원역량 향상을 위한 교육

2-3. 직원 업무분장 적정성

- **[개인별 업무비중에 따른 업무분장 적정성 파악]**
  각 담당업무별 세분화된 업무 분담과 부서별 원활한 업무 수행을 위한 체계수립을 통해 업무의 효율성을 증대하고 경영성과 증진의 성과를 보인 점은 긍정적으로 보였다.
  다만, 기관장 취임 이후 기관의 비전과 각 사업의 목표를 달성하기 위해 기존 조직과 인사관리의 문제점을 파악하고자 노력한 실적(분석 및 진단 등)은 다소 미흡하며, 부족한 조직 및 인적자원 문제를 해결하기 위해 기관장이 직접 실행하여 도출한 성과도 다소 부재한 것으로 판단된다.
  향후, 재단의 사업영역을 머드, 시설, 축제, 관광 등으로 구분하고, 총괄/관리, 조직/인력을 더해 운영할 수 있는 방안 마련이 필요하다.

- 위 제반 사항을 고려하여 직원 업무분장 적정성 수준은 4등급으로 평가한다.

Ⅱ. 사업과제 성과

1. 축제 및 관광 활성화

1-1. 코로나19에 따른 주요사업 대응노력

- **[언택트(온라인 등) 콘텐츠 개발 노력]**
  축제 개최 방향을 설정함에 있어 지역상인 뿐 아니라 일반 시민들의 의견을 수렴하여 결정한 점과 의견수렴을 위해 설문조사 등 객관화된 방법을 활용한 점은 긍정적으로 평가되며, 머드 축제의 경우 다양한 온라인 플랫폼(유튜브, SNS, 홈페이지, 앱 등)을 축제공간화하고 축제의 킬러 콘텐츠를 구현하고자 노력한 점은 우수한 활동으로 판단된다. 또한 이와 더불어 온라인 축제개발과 병행하여 정량적 및 정성적 목표를 설정하여 달성한 점도 높히 평가된다.
  다만, 제시하고 있는 정량적 목표의 경우 목표설정과 성과측정에 있어 객관성과 도전성을 확보하였다고 판단하기에는 자의성이 있어 보완이 필요하다.
  향후, 포스트 코로나 시대를 대비하여 개발된 온라인 콘텐츠의 지속적인 활용(오프라인 축제와 병행할 수 있는 방안 등) 방안을 모색할 필요가 있다.

- 위 제반 사항을 고려하여 언택트 콘텐츠 개발 노력 수준은 3등급으로 평가한다.

- **[축제예산 절감]**
  온라인 축제로 전환함에 따라 기존 축제예산의 반영이 아닌 효율성을 기준으로 투입대비 효과성이 높은 사업을 중심으로 예산을 편성하고 반영하고자 노력한 점은 긍정적이며, 한국관광공사와 연계하여 별도 예산투자 없이 콘텐츠를 운영한 점과 기획사 및 외주업체에 지불하는 비용을 기획과 전직원의 참여를 통해 절감하고자 노력하고 일정 수준의 성과를 도출한 점도 우수한 사례로 평가된다.
  다만, 온라인 축제로 전환함에 따라 초기 투자비용 등이 고려되나, 실질적으로 오프라인 축제와 비교하여 예산이 절감된 사례 등을 제시함에 있어서는 가시적인 성과가 다소 미흡한 것으로 판단된다.

- 위 제반 사항을 고려하여 축제예산 절감 효과 수준은 3등급으로 평가한다.

- **[주제반영형 콘텐츠 개발 노력]**
  머드축제의 킬러 콘텐츠를 온라인으로 구현하기 위해 체험의 방법과 대상을 기반으로 프로그램과 상품을 개발하고자 노력한 점은 우수한 것으로 평가되며, 이를 실현하기 위해 홍보활동에 있어서도 연계성을 확보한 점도 긍정적으로 평가된다.
  다만, 콘텐츠 개발과정에 있어 다양한 고객의 의견수렴 등을 반영 및 참여하는 활동을 전개하지 못하여 만들어 가는 축제로까지 발전하지 못하고 즐기는 축제에서 그친 점은 다소 아쉬운 점으로 판단된다.

- 위 제반 사항을 고려하여 주제반영형 콘텐츠 개발 노력 수준은 3등급으로 평가한다.

1-2. 온라인 축제 콘텐츠 참여도 수

지표명	온라인 축제 콘텐츠 참여도 수	지표 방향성	상향	평가방법	합산값
산 식	①집콕머드체험키트 구매자 수+실시간라이브 콘텐츠 시청자 수+공모전 참가자 수+앱관련 콘텐츠 체험자 수의 총합 ②200천명 이상 : 5점, 150천명 이상 : 4점, 100천명 이상 : 3점, 50천명 이상 : 2점, 50천명 이하 : 1점				
단 위	명	목표치	200,000명 이상	실 적	316,453명
가중치	5점	달성도	100%	**최종득점**	**5점**

▪ 지표 정의
- 코로나로 인한 오프라인 축제가 개최되지 않아 온라인 축제로 대체하여 설정한 신규지표

▪ 주요 평가내용
- 단순노출 및 홍보가 아닌 직접 참여콘텐츠를 개발하여 참여형 온라인머드축제 콘텐츠 운영

1-3. 온라인 플랫폼 조회수

지표명	온라인 플랫폼 조회수	지표 방향성	상향	평가방법	결과값
산 식	①온라인 플랫폼 조회수의 총합(유튜브, 인스타그램 등) ②100만회 이상 : 4점, 90만회 이상 : 3.5점, 80만회 이상 : 3점, 70만회 이상 : 2.5점, 60만회 이상 : 2점, 50만회 미만 : 1점				
단 위	회	목표치	1,000,000회 이상	실 적	1,602,892회
가중치	4점	달성도	100%	**최종득점**	**4점**

▪ 지표 정의

- 코로나로 인한 오프라인 축제가 개최되지 않아 온라인 축제로 대체하여 설정한 신규지표

▪ 주요 평가내용

- 자체 온라인플랫폼 구축(유튜브, 인스타그램 등) 및 온라인홍보 강화

1-4. 국내·외 언론보도 실적

지표명	국내·외 언론보도 실적	지표 방향성	상향	평가방법	결과값
산 식	①국내 언론보도 회수 + 국외 언론보도 회수 총합 ②40회 이상 : 1점, 20회 이상 : 0.5점, 20회 미만 : 0점				
단 위	회	목표치	40회 이상	실 적	42회
가중치	1점	달성도	100%	**최종득점**	**1점**

▪ 지표 정의

- 축제 및 관광 활성화를 위한 언론사 및 온라인플랫폼별 홍보활동
- 보령머드축제 및 대천겨울바다사랑축제의 성공적인 개최를 위하여 언론홍보 활동을 통한 지속적인 관심 유도의 필요성

▪ 주요 평가내용

- 국내언론보도자료 게제, 해외언론기사화
- 한국언론진흥재단 및 내부문서로 집계
- 코로나 확산세로 인하여 대외적인 축제 언론보도 자제

▪ 특이사항

- 코로나 확산세로 인한 사전 언론보도 자제

2. 머드 박물관 활성화

2-1. 입장객 수

지표명	입장객 수	지표 방향성	상향	평가방법	결과값
산 식	①머드 박물관 입장객 수의 총합 ②33,000명 이상 : 3점, 30,000명 이상 : 2.5점, 27,000명 이상 : 2점, 24,000명 이상 : 1.5점, 21,000명 이상 : 1점, 21,000명 미만 : 0점				
단 위	명	목표치	33,000명 이상	실 적	35,714명
가중치	3점	달성도	100%	**최종득점**	**3점**

▪ 지표 정의

- 머드박물관 입장객 수 증가로 인한 머드 홍보 활성화 기대

▪ 주요 평가내용

- 머드박물관 입장객 수
- 관광지식정보시스템 사이트로 집계

▪ 특이사항

- 코로나 예방에 따른 박물관 장기휴관 및 방역강화를 위한 입장객수 제한 조치 등으로 이용객 대폭 감소

2-2. 매출액

지표명	매출액	지표 방향성	상향	평가방법	결과값
산 식	①머드 박물관 매출액의 총합 ②140,000천원 이상 : 2점, 130,000천원 이상 : 1.5점, 120,000천원 이상 : 1점, 110,000천원 이상 : 0.5점, 110,000천원 미만 : 0점				
단 위	원	목표치	170,000,000원 이상	실 적	171,519,233원
가중치	2점	달성도	100%	**최종득점**	**2점**

▪ 지표 정의

- 머드화장품 판매 및 샤워장 운영으로 매출액 확대

▪ 주요 평가내용

- 머드박물관 매출액 (화장품판매, 샤워장 등)

▪ 특이사항

- 코로나 예방에 따른 박물관 장기휴관 및 방역강화를 위한 입장객수 제한 조치 등으로 이용객 대폭 감소

3. 머드 사업 견실한 성장

3-1. 머드 사업 매출액

지표명	머드사업 매출액	지표 방향성	상향	평가방법	합산값
산 식	①머드사업(원료+비누+화장품) 매출액의 총합 ②100% 이상 : 5점, 90% 이상 : 4점, 80% 이상 : 3점, 70% 이상 : 2점, 60% 이상 : 1점, 60% 미만 : 0점				
단 위	원	목표치	1,300,000,000원 이상	실 적	1,168,512,471원
가중치	5점	달성도	89.89%	**최종득점**	**3점**

▪ 지표 정의

- 머드화장품 인지도 확대 및 수익 증대를 위한 매출 목표 선정

▪ 주요 평가내용

- 원료매출액 : 33,294,013원, 비누매출액 : 322,200,130원, 화장품 매출액 : 813,018,328원
- '얼마에요' 내부 전산 프로그램 조회 기준
- 화장품 판매점 운영을 통한 수익창출

▪ 특이사항

- 코로나 감염증으로 행사 취소 등 위축된 소비활동과 매출 감소 영향

3-2. 머드 화장품 판매점수

지표명	머드화장품 판매점 수	지표 방향성	상향	평가방법	결과값
산 식	①계약 체결된 판매점 수의 총합 ②45개 이상 : 5점, 38개 이상 : 4점, 31개 이상 : 3점, 24개 이상 : 2점, 24개 미만 : 1점				
단 위	개	목표치	45개 이상	실 적	44개
가중치	5점	달성도	95.56%	**최종득점**	**4점**

▪ 지표 정의

- 머드화장품 및 원료 판매 증대를 위한 거래처 확대
- 보령시 내·외 거래처 확장을 통한 머드화장품 인지도 상승효과

▪ 주요 평가내용

- 2020. 12. 31 계약 완료 총 거래처 수 기준
- 2020년 이전 계약체결 판매점 수 36개 + 2020년 계약체결 판매점 수 8개 = 총 44개
- 2020년 계약체결 판매점 수 8개 : 도매 대리점 4개 + 폐쇄몰 4개

Ⅲ. 경영평가

지표명	기관평가결과	지표 방향성	상향	평가방법	결과값
산 식	(기관 경영평가점수 ÷ 100) X 40				
단 위	등급	목표치	1등급 상승	실 적	74.87점
가중치	40점	달성도	99.82%	**최종득점**	**29.95점**

Ⅳ. 가점

지표명	재정자립도	지표 방향성	상향	평가방법	결과값
산 식	①{기부금(공모사업비) + 수입액} ÷ (축제 출연금 + 박물관 위탁금) ②30% 이상 : 5점, 25% 이상 : 4점, 20% 이상 : 3점, 15% 이상 : 2점, 10% 이하 : 1점				
단 위	%	목표치	30%	실 적	29%
가중치	5점	달성도	96.67%	**최종득점**	**4점**

참 고 2021년 보령시 공공기관장 경영평가단

- 실적기준년도 : 2020년

구분	이름	소속 및 직위	주요경력	비고
경영 평가 단장	정종섭 	- 現 웨슬리퀘스트 대표이사 /공인회계사	- 연세대학교 학·석사(경영학) - 前 기재부 혁신평가위원 - 前 행자부 혁신컨설팅위원 - 前 공무원연금공단 자체평가단장 - 前 건강보험심사평가원 비계량평가단 - 2017년, 2019년 충남 공공기관 경영평가 부단장 - 전라북도, 전주시 등 성과평가단장 - 前 행정자치부 혁신컨설팅 위원 - 現 자산관리공사 성과관리위원회 위원	現 충청남도 공공기관 경영평가 부단장
경영 평가 위원	안경섭 	- 現 공주대학교 행정학과 교수	- 前 총리실 정책분석평가실 정책분석사무관 - 前 행정안전부 조직실 조직진단과 사무관 - 지방공기업평가원 평가위원 - 2016년, 2017년, 2018년 충남 공공기관 경영평가위원/부단장	現 충청남도 공공기관 경영평가 부단장
경영 평가 위원	김효정 	- 現 자연문화관광네트워크 대표 - 現 지역발전위원회 지역발전 사업 평가위원 - 現 한국공예디자인문화진흥원 우수공예상품지정위원	- 로마국립대 박사(건축문화예술) - 前 경기도 공공기관 경영평가단 - 前 행자부 규제심의위원 - 前 문화관광연구원 연구위원 - 2017년, 2018년, 2019년 충남 공공기관 경영평가위원	

WESLEYQUEST

발행기관 : (주) 웨슬리퀘스트
전화번호 : 02) 752-8032
홈페이지 : www.wesleyquest.com