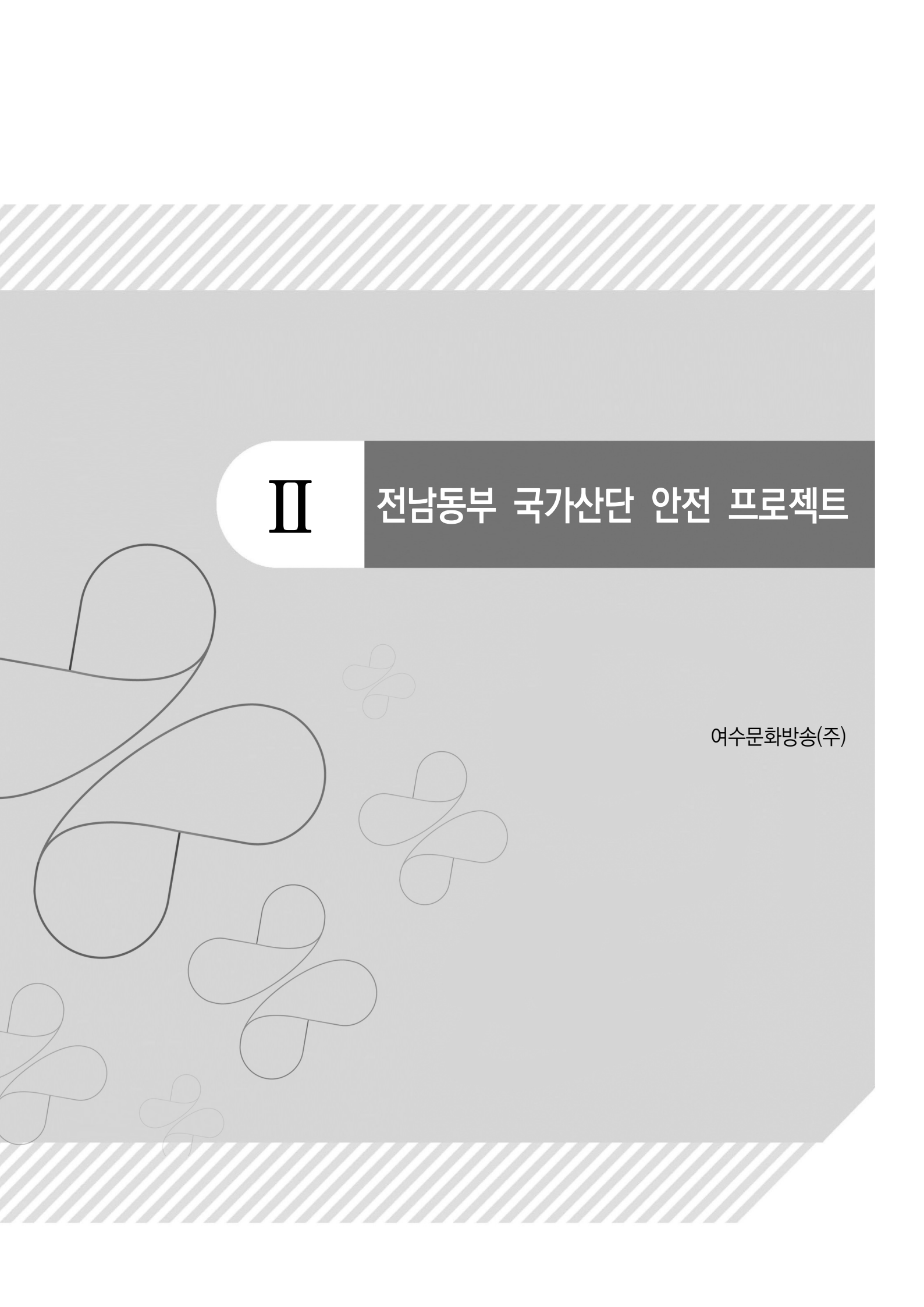




II

전남동부 국가산단 안전 프로젝트

여수문화방송(주)

안전사고 ZERO!

안전수칙 준수로 시작됩니다

(국가산단 안전 토크 'talk, talk' 프로그램)



2017. 06. 07

여수문화방송(주)

목 차

I

일반현황

II

안전보건 지원 공모사업 추진현황

III

사업추진 방법 및 효과

IV

기대효과 및 제언

일반현황



기관개요



기관소개



기관현황

일반현황

1. 기관개요

여수MBC 비전



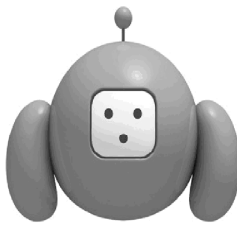
공정성, 공익성, 지역성 중심의 프로그램으로 지역 대표 방송사 역할

다채로운 문화, 예술행사 개최를 통해 지역민의 문화소양 향상에 기여

관광, 레저사업 및 유관사업과의 연계를 통해 종합 엔터테인먼트 방송사로 도약

일반현황

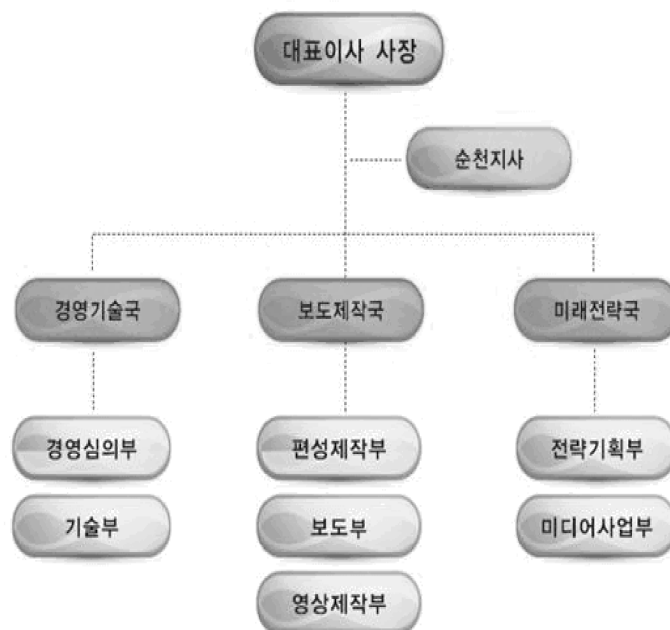
2. 기관소개



- 1970. 08 남해방송 주식회사 설립등기
- 1971. 10 現 여수문화방송(주)로 상호변경
- 1985. 08 음악FM 개국
- 1987. 11 TV 연주소 개국
- 1988. 02 표준FM 개국
- 1994. 12 TV 중계차 도입
- 2002. 06 라디오 디지털 시스템 도입
- 2005. 12 DTV 개국
- 2008. 03 TV부조 HD시스템 구축
- 2012. 04 HD-TV 대형 중계차 도입
- 2012. 05 MBC투어클럽 및 캠핑사업 출범
- 2012. 10 아날로그 방송 종료
- 2014. 09 HD중계차 및 방송요원 2014 인천아시안게임 중계
- 2015. 08 여수 남산 DTV 간이중계소 폐국

일반현황

3. 기관현황



안전보건지원 공모사업 추진현황



사업추진목적



사업추진목표



여수문화방송㈜의
안전사고 ZERO화 추진의지

안전보건지원 공모사업 추진현황

1. 사업추진목적



안전 캠페인·프로그램 통한 여수 석유화학단지과
광양제철단지 산업 재해 감소와 안전 문화 정착



근로자·사업자의 안전망 구축 강화



안전보건지원 공모사업 추진현황

2. 사업추진목표

산단노후화 · 안전의식부족에 따른 안전사고 위험 요인 증가



산업안전 TV 및 Radio 프로그램 · 캠페인 “안전 의식 제고”



여수산단 · 광양제철소 내 안전사고 ZERO화 실현

안전보건지원 공모사업 추진현황

3. 여수문화방송(주)의 안전사고 ZERO화 추진의지

- 여수문화방송 대표이사 및 임직원들의 안전 의식 고취 의지



대표이사 ‘범 시민 안전문화 의식 고취’ 약속

여수MBC는 전남동부권의 중추 지상파 방송사로서

여수 국가산단의 산업재해를 예방하는 공익적 동반성장의 모델을 만들어가고 있습니다.

여수MBC는 여수 국가산단 기업체와 근로자, 지역민들이 모두 상생하는

꿈과 희망이 넘치는 안전사회를 만드는데 늘 여러분과 함께 하겠습니다.

여수문화방송(주) 대표이사 사장



안전보건지원 공모사업 추진현황

3. 여수문화방송(주)의 안전사고 ZERO화 추진의지

- 안전보건지원 사업 운영 인력

순번	성명	주요 담당 업무	참여율
1	안정희 미래전략국장	사업 총괄	100%
2	김주희 전략기획부장	기획 총괄	100%
3	정용우 전략기획부	기획 실무	100%
4	김지홍 편성제작부장	제작 총괄	100%
5	서동주 영상제작부장	촬영 총괄	100%
6	이복현 전략기획부	유튜브/SNS 홍보	100%
7	김경원 영상제작부	CG 그래픽	100%
8	문은호 경영심의부	회계	100%
9	정안형 작가	캠페인/프로그램 구성	100%
합계	9명		

안전보건지원 공모사업 추진현황

3. 여수문화방송(주)의 안전사고 ZERO화 추진의지

- 여수문화방송(주), 2016년부터 '산업안전보건협의체'에 적극 참여 활동 중

< 산업안전보건협의체 개요 >



추진배경 및 기본사항

- 재해예방 유관기관간 협업강화 통해 지역특성에 적합한 산재예방사업 공동 발굴, 추진, 재해예방사업 시너지 효과 극대화
- 산재예방 공감대 형성 위한 여수지청을 중심으로 공단, 유관단체, 언론기관 등 참여



추진과제 : 여수산단 정기보수 현장 재해 예방



참여기관 : 9개 기관(단체)

- 여수고용노동지청, 전남권 중대산업사고예방센터(고용부, 안전보건공단), 안전보건공단 전남동부지사, 대한산업안전협회 전남지회, 여수산단 건설업 협의회, 여수산단 석안회, 전남동부 근로자건강센터, 여수MBC

안전보건지원 공모사업 추진현황

3. 여수문화방송(주)의 안전사고 ZERO화 추진의지

- 2017년 산업안전보건협의체 추진 과제

여수·광양 국가산단 정기보수 현장 중대 재해 예방



2017년 협업 목표

사망재해 50% 감소 (전년 대비 사망자 7명 감소)

안전보건지원 공모사업 추진현황

3. 여수문화방송(주)의 안전사고 ZERO화 추진의지

- 협의체 참여 기관 간 유기적 협업 노력

기간 : 2016.1 ~ 2017.7

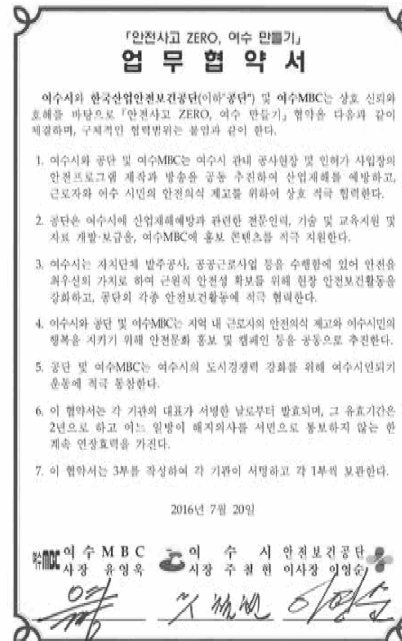
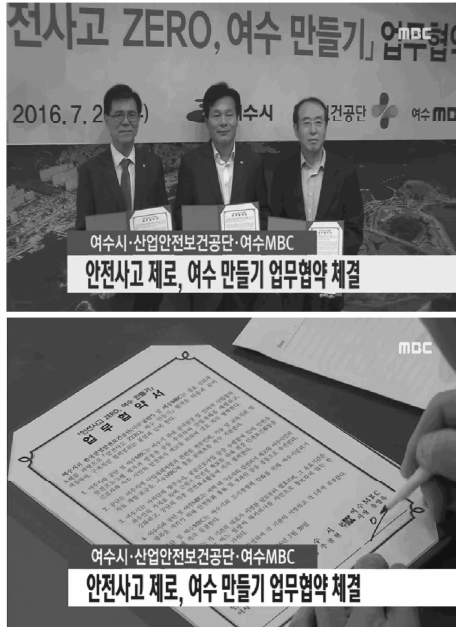
회 의	회 수	참여 단체
산업안전보건 협의체	2016년 4회	여수고용노동지청, 안전보건공단 전남동부지사 여수산단 석안회, 여수MBC 등 9개 단체
	2017년 2회	



안전보건지원 공모사업 추진현황

3. 여수문화방송(주)의 안전사고 ZERO화 추진의지

- '산업재해예방' MOU 체결...산업현장 안전사고 ZERO화 추진 (2016/7/20)



사업추진방법 및 효과



2016년 추진실적 및 2017년 추진현황



사업성과분석

사업추진방법 및 효과

1. 2016년 추진실적 및 2017년 추진현황

2016년 성과지표	측정방법	목표	실시	달성율
안전캠페인	안전 캠페인(TV) 안전 캠페인(Radio)	180회 240회	180회 240회	100% 100%
안전수첩 프로그램	안전수첩 프로그램	4회	5회	125%
언론홍보	뉴스 보도	5회	10회	200%
2017년 성과지표	측정방법	목표	실시	달성율
안전캠페인	안전 캠페인(TV) 안전 캠페인(Radio)	180회 240회	150회 300회	83% 125%
안전톡톡 프로그램	안전톡톡 프로그램	4회	2회	50%
언론홍보	뉴스 보도	5회	6회	120%

사업추진방법 및 효과

1. 2016년 추진실적 및 2017년 추진현황

- 2017년 TV안전캠페인 추가 송출 ➡ 지역 안전 문화 확산 기여

	기 간	내용
TV 안전캠페인	2017년 1~2월	59일 × 2회 = 118회 송출

사업추진방법 및 효과

1. 2016년 추진실적 및 2017년 추진현황

- 2017 안전보건공단 캠페인

2017 안전보건공단 캠페인

사업추진방법 및 효과

1. 2016년 추진실적 및 2017년 추진현황

- 2016년 캠페인 제작 과정 협업 추진 실적

순번	회 의	회 수	내용	참석 대상
1	기획/제작회의	5회	사업 계획 및 안전 캠페인 제작 관련 협의	전략기획부/PD/ 작가/카메라/ 안전공단 실무 책임자 등
2	중간평가회의	1회	안전 캠페인 평가 및 프로그램 제작 협의	
3	최종평가회의	1회	안전 캠페인/ 안전수첩 프로그램 평가 및 개선 방향 논의	
합계	7 회			

사업추진방법 및 효과

1. 2016년 추진실적 및 2017년 추진현황

- 2017년 캠페인 제작 과정 협업 추진 실적

순번	회 의	회 수	내용	참석 대상
1	기획/제작회의	4회	사업 계획 및 안전 캠페인 제작 관련 협의	전략기획부/PD/ 카메라/작가/ 안전공단 실무 책임자 등
2	중간평가회의	1회	안전 캠페인 평가 및 프로그램 제작 협의	
합계	5 회			

사업추진방법 및 효과

1. 2016년 추진실적 및 2017년 추진현황



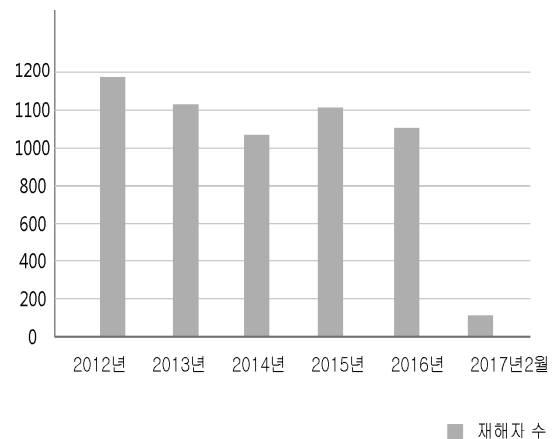
- 2016 여수산단 31개사 안전 담당자에 안전캠페인 파일 전파, 교육 자료 활용
- 유튜브, 페이스북 등 SNS 활용 안전 캠페인 범시민적 홍보

사업추진방법 및 효과 2. 사업성과분석

- 전남동부 재해율 점진적 감소 추세

광양만권(여수·순천·광양) 산업단지 내 산재 발생 현황		
기준년	근로자 수	재해사 수
2012년	234,737	1,183
2013년	220,393	1,106
2014년	257,179	1,028
2015년	231,966	1,108
2016년	258,259	1,085
2017년 2월	238,134	178

(자료제공 : 여수고용노동지청)



사업추진방법 및 효과 2. 사업성과분석

- 여수 석유화학산업 안전 담당자 설문조사 실시 및 분석

기간 : 2016. 6. 1. ~ 2016. 6. 9.

참여자 : 여수산업 선악회(안전담당) 회원 31사 중 20개사 20명 응답
(한국바스프, 대림산업, 금호석유화학, 삼남석유화학, 롯데케미칼 등)

설문서	설문서
이 자료는 안전보건지원 공모사업의 일환으로 제작된 설문조사 결과입니다. 설문조사에 참여한 기업은 다음과 같습니다.	이 자료는 안전보건지원 공모사업의 일환으로 제작된 설문조사 결과입니다. 설문조사에 참여한 기업은 다음과 같습니다.
1. 안전행태를 평가하는 기준은? 3 1) TV 2) 라디오 3) 인터넷 4) 유튜브/페이스북	1. 안전행태를 평가하는 기준은? 3 1) TV 2) 라디오 3) 인터넷 4) 유튜브/페이스북
2. 안전행태에 대한 만족도는? 3 1) 매우 만족 2) 만족 3) 보통 4) 미만족	2. 안전행태에 대한 만족도는? 3 1) 매우 만족 2) 만족 3) 보통 4) 미만족
3. 안전행태에 대한 만족도를 높이기 위한 방안은? 3 1) 교육 2) 안전행태 캠페인 3) 안전행태 캠페인 4) 안전행태 캠페인	3. 안전행태에 대한 만족도를 높이기 위한 방안은? 3 1) 교육 2) 안전행태 캠페인 3) 안전행태 캠페인 4) 안전행태 캠페인
4. 안전행태에 대한 만족도를 높이기 위한 방안은? 2 1) 안전행태 캠페인 2) 안전행태 캠페인 3) 안전행태 캠페인 4) 안전행태 캠페인	4. 안전행태에 대한 만족도를 높이기 위한 방안은? 2 1) 안전행태 캠페인 2) 안전행태 캠페인 3) 안전행태 캠페인 4) 안전행태 캠페인
5. 안전행태에 대한 만족도를 높이기 위한 방안은? 3 1) 안전행태 캠페인 2) 안전행태 캠페인 3) 안전행태 캠페인 4) 안전행태 캠페인	5. 안전행태에 대한 만족도를 높이기 위한 방안은? 3 1) 안전행태 캠페인 2) 안전행태 캠페인 3) 안전행태 캠페인 4) 안전행태 캠페인
6. 안전행태에 대한 만족도를 높이기 위한 방안은? 3 1) 안전행태 캠페인 2) 안전행태 캠페인 3) 안전행태 캠페인 4) 안전행태 캠페인	6. 안전행태에 대한 만족도를 높이기 위한 방안은? 3 1) 안전행태 캠페인 2) 안전행태 캠페인 3) 안전행태 캠페인 4) 안전행태 캠페인

조사항목	응답률	분석 및 평가
캠페인 접근 경로	영상파일(65%) TV(30%)	방송매체 외 다양한 홍보전략 필요
캠페인 효과	대체로 만족(75%) 매우 만족(25%)	안전캠페인에 대한 만족도 높음
인상적 안전 장면	근로자 직접출연(45%) 상징적 안전멘트(40%)	근로자 출연확대와 안전 구호 발굴 필요
보완사항	사고사례 전파(65%) 우수기업 소개&인터뷰(30%)	향후 프로그램 제작 시 반영

기대효과 및 제언



기대효과



제언

기대효과 및 제언

1. 기대효과

신뢰도 높은 매체(MBC) 정규 편성 프로그램 및 캠페인 통한 산업단지 기업과
현장 근로자의 안전사고 예방과 방지 의식 고취로 산업 재해율 감소 기여

지역의 이슈를 선도하고 여론을 형성하는 믿을 수 있는 방송 뉴스 보도를 통해 시·청취자
관심 고취와 안전 불감증이 만연한 산업현장 문화에 경각심을 일깨워주는 안전문화 선도역할

지속적인 방송 매체에 다양한 아이템의 캠페인을 제작·방송 함으로써
안전이 최우선이라는 문화를 확산하고 안전한 도시, 안전한 일터 조성에 기여

산업 현장의 목소리와 사례를 통해 형식적인 예방이 아닌 실질적 안전 예방 실천하고,
산업 재해로 인한 사고를 사전에 방지할 수 있는 예방 문화 확산

기대효과 및 제언

2. 제언

방송사를 통한 매체 홍보는 물론 산업 재해 발생의 실제적 피해 기업과 현장 작업자들이 직접 참여하는 캠페인, 프로그램, 홍보, 교육 등 다양한 방식을 통한 안전 의식 강화와 홍보 강화 필요.

공모를 통한 안전캠페인 및 프로그램의 지속적인 홍보 활동은 물론 지역과 연계한 사업을 병행 진행 효과 제고.

공모 계약된 홍보 외에도 보도 등 뉴스 및 안전 관계자 방송 출연 활용 안전예방 홍보 강화 필요.

더욱 지속적이고 적극적인 관심과 노력으로
전남동부권 산업 안전사고 ZERO화에 선도적 역할을 하겠습니다.

감사합니다.

