

건강박람회 2010 추진계획

2010 건강박람회추진기획단

단장 조재국

기획팀 서미경 이상영 정영철 정영호 최은진

곽노성 박세경 김동진 김인섭

운영지원팀 송태민 박종돈 장충남 김정주

홍보 및 스폰서 기관 관리팀 정기혜 강유구 이계홍 윤시문

보건복지가족부
Ministry for Health, Welfare and Family Affairs

한국보건사회연구원
Korea Institute for Health and Social Affairs

정책자료 2009-02

건강박람회 2010 추진계획

발행일 2009년 12월
저자 조재국 외
발행인 김용하
발행처 한국보건사회연구원
주소 서울특별시 은평구 진흥로 268(우: 122-705)
전화 대표전화: 02) 380-8000
홈페이지 <http://www.kihasa.re.kr>
등록 1994년 7월 1일 (제8-142호)
인쇄처 대명기획
가격 5,000원

© 한국보건사회연구원 2009

ISBN 978-89-8187-638-8 93510

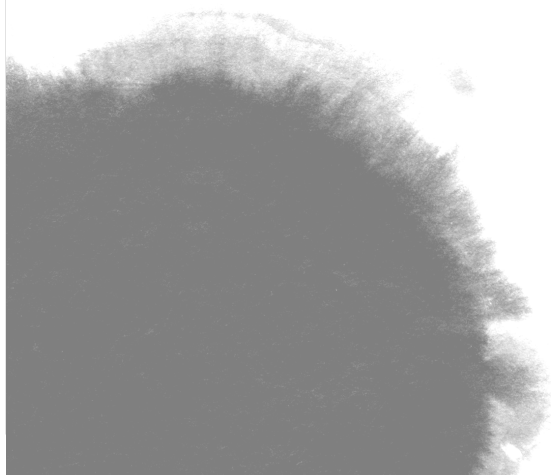
제1장 건강박람회 개최 배경	1
제1절 건강박람회 2010의 사업배경	1
제2절 건강박람회 2000 평가 결과 및 시사점	4
제2장 건강박람회 2010 실시 계획	11
제1절 건강박람회 2010 주제 및 슬로건	11
제2절 건강박람회 2010 필요성	12
제3절 건강박람회 2010개요	12
제4절 전시관 구성 계획	13
제5절 프로그램 및 이벤트 계획	21
제3장 건강박람회 2010 홍보 계획	31
제1절 홍보전략	31
제2절 광고전략	42
제4장 사업 관리 계획	47
제1절 사업관리방안	47
제2절 안전관리방안	53
제5장 추진 일정 및 예산안	57
제1절 추진일정	57
제2절 2010 건강박람회의 예산	58
제6장 사후평가 및 활용	67

표제목

〈표 1-1〉 건강박람회 사업내용5
〈표 1-2〉 건강박람회의 전시 구성5
〈표 1-3〉 건강박람회 2000 평가결과6
〈표 3-1〉 홍보물 제작 및 배포 계획37
〈표 3-2〉 기자간담회 개최 내용38
〈표 5-1〉 건강박람회 예산 수입 및 지출계획58
〈표 5-2〉 1차 및 2차 건강박람회 예산 비교표59
〈표 5-3〉 건강박람회 2000 협찬금 내역60

01

건강보험료의 개편 배경



제1장 건강박람회 개최 배경

제1 절 건강박람회 2010의 사업배경

가. 사업배경

- 만성퇴행성 질환으로 인해 사회가 부담해야할 경제적 비용이 매년 증가하고 있으며, 2005년 현재 국민의 질병으로 인한 사회경제적 비용이 49조원(정영호, 2009)을 넘어서고 있음.
- 만성질환 발병은 흡연, 음주, 신체활동 등 생활습관과 밀접한 연관관계가 있는 것으로 알려져 있는데 흡연의 폐해는 이미 널리 알려져 있으며, 지나친 음주는 남성의 총 질병부담에서 8~18% 정도를 그리고, 과체중과 비만은 선진국 질병부담 중 8~15% 정도를 차지하고 있는 것으로 보고되고 있음(정영호, 2009).
- WHO 등 국제기구를 중심으로 선진국에서는 비용 효과적이며 지속적인 건강생활실천 확산방안이 강구되어 왔음.
 - 일본의 경우 ‘건강일본21’계획이 실패한 것으로 평가하며, 일본 국민의 건강에 대한 관심을 이끌지 못한 것을 가장 주요한 실패의 원인으로 보고 있음.
 - 싱가포르에서는 1992년 4월 이후 매년 개최해온 건강박람회는 주민의 건강의 중요성을 각성시키고 국민이 국가건강증진사업에 참여하는 효과를 보여 왔음.

- 급속히 증가하는 고령인구와 최근의 경기침체로 인해 고용과 소득이 감소하는 현실 속에서 민생안정을 위한 각종 대책과 예산편성이 계획되고 있으나, 국민의 삶의 질 제고를 위한 건강한 라이프스타일을 선택할 수 있는 새로운 생활모델이 절실히 필요한 상황임.
- 한국보건사회연구원에서는 2000년 국내 최초로 ‘건강박람회 2000’ 사업을 추진하여 건강체험학습장의 모델을 제시한 바 있음. 건강박람회는 국민적 건강축제로 자리매김하였고, 서울시의 ‘건강엑스포’ 등 지자체 차원의 건강축제로 발전하였음.
- 국민의 건강생활습관 개선 등 건강증진 요구도를 보다 합리적으로 충족시킬 수 있도록 건강증진 전문가의 역량강화가 필요함.
 - 중앙 및 지방정부, 건강증진전문가, 보건교육사 등의 건강증진업무 역량강화 필요
- 미래의 신 성장동력으로서 건강산업의 활성화가 필요함.
 - 건강산업에 대한 투자와 지원계획 발표(보건복지가족부, 2009 업무보고)

나. 사업 목적

- 우리나라의 건강문화의 세계화의 장을 마련하고, 건강서비스산업의 세계화 및 건강선진일류국으로 도약 발판이 되도록 활성화에 기여함.
 - 한식 등 우리나라의 건강문화와 발전된 의료산업을 세계로 전파시킬 수 있는 장으로서, 우리나라의 건강산업의 활성화에 기여함.
- 국민들의 건강에 대한 관심을 증가시킴으로써 건강증진 및 의료비 절감에 기여함.
 - 국민의 질병부담을 줄이기 위한 건강관리에 관한 지식과 능동적인 건강생활실천의 기술을 습득할 수 있는 새로운 라이프스타일 체험의 기회를 개발함.
 - 교육적이면서도 즐거운 축제분위기의 『건강박람회 2010』을 통하

- 여 건강생활실천의지와 국민 개개인의 자기건강 관리능력을 함양함.
- 지난 10년간 수행된 건강증진사업의 평가 및 정보교류의 장을 마련함.
 - 건강관리방안에 대하여 정책결정자, 전문가집단, 건강산업 종사자 등을 포함한 공공과 민간의 지식교류의 장을 마련함.
 - 지자체의 건강교육캠페인 및 건강축제를 소개하고 평가하는 장을 마련함.
 - 정보교류 및 경험의 재활용 : 지난 10년간의 건강교육프로그램, 및 교육자료 중 우수한 것을 선정하여 인쇄물과 동영상으로 재구성하여 배포

다. 사업목표

- 국민 개개인의 자기건강 관리능력 함양
 - 건강생활실천의지와 국민 개개인의 자기건강 관리능력 함양
- 건강증진전문가(Health Leader)의 전문성 제고
 - 건강 관련 종사자의 전문성 증진을 위해 민간과 공공의 정보 교류하고, 지난 10년간 개발된 지자체의 건강교육캠페인 및 건강축제 소개 및 평가
- Health Care 산업의 성장을 위한 추동력 마련
 - 신 성장동력으로서 국내 건강산업을 소개

라. 정부주도 건강박람회의 장점

- 건강박람회는 다수의 전문가들이 참여하여 단기간에 통합적이고 집중적인 건강홍보사업을 펼침으로써 건강에 대한 일반 국민들의 관심도 및 접근도를 제고할 수 있는 효과적 수단이 될 수 있으며, 아울러 공공 및 민간의 건강투자확대를 유도할 수 있음.
- 소비촉진 행사 위주의 민간 박람회의 특성상 제외될 수밖에 없는 저

소득층 등 건강취약계층에 대한 접근성을 높이기 위해서는 건강박람회 개최를 정부가 주도함으로써 공공성을 담보할 필요가 있음.

- 최근 몇 년간 국내에서 추진된 지방자치단체 또는 민간 주도의 건강박람회는 대부분 건강기능식품이나 의료기기 선진 또는 상업성이 높은 특정질환에 대한 전시에 치중하여 개인차원의 단순한 소비촉진을 위한 마케팅에 그치는 경우가 많았음.
 - 이는 정부에서 추진하고 있는 국정지표나 녹색성장 등의 국민보건교육 및 건강증진을 위한 고유한 개념과는 차이가 있으며, ‘건강한 공공정책’의 일환으로서 건강취약계층의 행동변화를 유도하기 위해서는 정부주도의 건강박람회가 요구된다고 할 수 있음.
- 지난 2000년 실시된 “건강박람회 2000”의 경우, 박람회에 참여한 30만명 중 63%가 향후 건강생활 실천의지를 밝힌 바 있으며, 이는 약 381억원의 질병비용 예방 효과로 환산될 수 있음.
- 흡연, 음주, 운동부족, 영양불균형으로 인한 질병비용이 약 7조원에 달하고, 이는 성인 인구 1인당으로 환산했을 때 약 20만2천원으로 추정됨.
 - 이를 건강박람회 참여예상인원인 10만의 역하여 건강생활 실천의지가 있었던 189천명에 대해 계산하면 약 381억원으로 환산됨.

제2절 건강박람회 2000 평가 결과 및 시사점¹⁾

가. '건강박람회 2000' 개요

- 2000년 우리나라에서 최초로 개최된 건강 전문 박람회로서 의의가 큰 ‘건강박람회 2000’의 사업내용을 간단히 정리하면 다음 <표 1-1>과 같음.

1) 본 절은 한국보건사회연구원, 『건강박람회2000의 성과평가와 발전방향』, 2000의 보고서를 참고하여, 요약 정리하였음.

〈표 1-1〉 건강박람회 사업내용

구분	내용
공식명칭	건강박람회 2000 (Korea Health Fair 2000)
슬로건	출발! 건강 밀레니엄!
기간	2000년 5월 26일 (금) ~ 6월 4일 (일): 10일간
장소	서울올림픽공원내 제1체육관(체조경기장), 제2체육관(펜싱경기장), 제3체육관(역도경기장) 및 상설 전시관(TFS 텐트 2동)
주최/주관	보건복지부/건강박람회 2000 조직위원회
관람인원	약 30만명

〈표 1-2〉 건강박람회의 전시 구성

구분	건강증진터	건강체험터	건강배움터	건강홍보관/ 산업관	행사
장소	제1체육관 (체조경기장)	제2체육관 (펜싱경기장)	제3체육관 (역도경기장)	한얼광장 (정문입구/ TFS텐트 2동)	
목적	<ul style="list-style-type: none"> ·2020 건강정책과 비전 제시 ·국민건강증진 인식 제고 	<ul style="list-style-type: none"> ·개개인 건강정도 측정 및 체험기회 제공 ·개인 건강생활 실천 지침 제공 	<ul style="list-style-type: none"> ·금연/절주 등 건강생활 실천 및 질병예방요령 소개 	<ul style="list-style-type: none"> ·보건관련 산업홍보 ·건강증진 공공 정책 소개 	<ul style="list-style-type: none"> ·박람회장의 축제 분위기 조성 ·계절적 특성 등 행사 개최 환경과의 조화를 통한 박람회의 이미지 및 테마 표출
내용	<ul style="list-style-type: none"> ·건강나라21 ·생애주기별 건강관리 ·질병탐험 ·5대 위험요인 및 신체계측 	<ul style="list-style-type: none"> ·건강검진 및 상담 ·운동지도 및 상담 ·영양지도 및 상담 ·스트레스 측정 ·원격 및 사이버 진료 소개 	<ul style="list-style-type: none"> ·명의와의 대화 ·건강관련 강좌 ·건강관련 이벤트성 행사 	<ul style="list-style-type: none"> ·건강관련 산업체의 제품 전시 및 홍보 ·보건관련 단체활동 소개 	<ul style="list-style-type: none"> ·공연형 이벤트 스포츠 댄스, 청소년 건강댄스, 어린이 태권도 시범, 건강이크로바틱 ·참여형 이벤트 건강레크리에이션, 3세대 건강걷기대회 ·취약계층 중점 행사 ·소년소녀가장 초청 전시관 관람, 다문화가정의 건강관리

나. '건강박람회 2000' 평가결과 및 시사점

- 건강박람회2000에 대한 평가를 기획의 적절성, 운영의 충족성, 효과성, 효율성 등으로 평가한 결과는 다음과 같음.
 - 건강박람회의 기획은 무난하였다고 평가되었으나, 홍보가 부족하였던 점이 지적되었음.
 - 운영면에서 운영인력과 안내관, 편의시설 등의 부족이 지적되었음.
 - 관객들의 호응도가 높았고, 참가후 63%의 응답자가 건강생활실천 의지를 밝힘. 이는 비용으로는 약381억원으로 질병예방효과로 환산됨.
 - 전시프로그램 중 가장 호응도가 높았던 것은 건강체험티였음. 그러나 수요가 많아 모든 수요를 다 만족시키지 못하였음. 또한 대상별 세분화된 프로그램의 필요성이 지적되었음.
 - 이벤트에서는 참여적 이벤트에 대한 호응도가 높았음.

〈표 1-3〉 건강박람회 2000 평가결과

평가틀	평가주체	평가내용	평가결과
프로그램 기획의 적절성	참가기관, 전문가 (이용자)*	· 박람회 기획 및 준비 적절성 · 박람회 '2000 조직위원회'의 지원 충분성 · 장소 및 시기의 적절성 · 홍보전략의 적절성	· 참가기관 및 전문가 : 기획은 중간정도였으나 홍보의 전문성 부족, 장소의 교통수단접근성 낮음. 조직위원회의 지원부족, 준비기간의 부족 · 이용자 : 박람회 내용에 대한 만족도 높았음.
프로그램 운영의 충족성	참가기관, 전문가 (이용자)	· 인력 및 재정 지원 정도 · 시설 및 장비의 적절성 · 프로그램의 연계성 · 공간배치의 적절성	· 참가기관 및 전문가 : 행정지원, 프로그램비중 및 인력 등이 낮게 평가됨. · 이용자 : 노인 및 장애인편의시설 만족도 매우 낮음.
프로그램 효과성	이용자 (참가기관, 전문가)	· 건강박람회 목적 달성도 · 기관의 전시부스 및 프로그램에 대한 평가 · 박람회 참여효과 평가	· 관람객 호응도 높았음. 박람회 참가후 63%의 응답자가 건강생활실천의지를 밝힘. ※약 381억원의 질병비용 예방 효과 · 흡연, 음주, 운동부족, 영양불균형으로

		<ul style="list-style-type: none"> · 박람회에 대한 만족도 · 특별 만족도 및 건의사항 · 내용/프로그램의 충실도, 재미, 정보제공 등 · 배운 내용의 실생활 적용 여부 평가 · 관람객의 호응도 · 건강박람회 전망 평가 	<p>인한 질병비용이 약 7조원에 달하고 이는 성인 인구 1인당으로 환산했을 때 약 20만2천원으로 추정됨.</p> <ul style="list-style-type: none"> · 이를 건강박람회에 참여하여 건강생활 실천의지가 있었던 189천명에 대해 계산하면 약 381억원으로 환산됨. · 5대위험요인을 중심으로 한 건강증진체험터가 가장 호응도가 높았음. · 그러나 수요를 미리 예측하지 못한 관계로 희망자수요를 충족시키지 못하였음. · 프로그램내용에 대한 관람객의 이해도가 떨어짐. · 성별, 연령별 관심도가 달라 향후 대상세분화 고려필요 · 참가기관은 후속행사개최시 81.5%가 참여의사 밝힘.
프로그램 효율성	예산 및 결산서	<ul style="list-style-type: none"> · 수입과 지출 분석 	<ul style="list-style-type: none"> · 총 37억 투입, 9천만원 잉여금 남음. · 입장권 판매수익이 예상보다 적었으나, 협찬수입 높았음. · 지출면에서 홍보관련 예산 편성이 부족했음.
프로그램 부수적 효과	이용자	<ul style="list-style-type: none"> · 기대치 않았던 효과 (부정적 및 긍정적 효과) 	<ul style="list-style-type: none"> · 가족, 소년소녀가장 등 참여적 이벤트에 대한 호응 높았음.

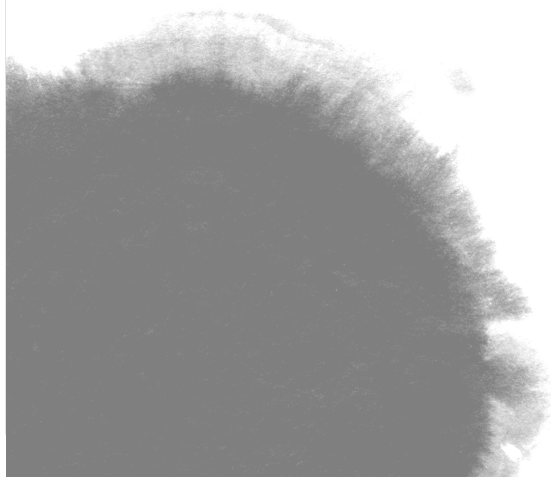
– 따라서 향후 박람회의 개최시에는

- 전문적인 기획력을 갖춘 홍보팀 운영, 다양한 매체를 통한 적극적인 홍보, 건강증진에 초점을 맞춘 카피와 캐릭터 개발, 전달력 있는 홍보전략 등에 주력하도록 하는 세심한 배려가 필요함.
- 박람회 참여업체에 대한 지원을 강화하여야 하고, 참가자들의 편의를 위한 시설의 강화와, 참가자들의 동선을 고려한 표지판이나 안내문, 인력의 보강이 필요함.
- 체험터와 체험이벤트에 대한 호응도가 높은점을 감안, 다음 박람회도 체험을 강화하도록 함. 사전예약을 받아, 관람객의 수요를 예측하여 준비하여야 함.

02

K
I
H
A
S
A

건강부담회 2010 실시 계획



제2장 건강박람회 2010 실시 계획²⁾

제1절 건강박람회 2010 주제 및 슬로건

- 기초

- 정부의 국정운영 방향과 조화되는 주제
- 개인의 건강생활습관 필요성에 대해 인식시킬 수 있는 주제
- 건강증진전문가(Health Leader)들에게 자부심을 심어주는 주제

- 슬로건 및 주제

“더 건강한 대한민국이, 더 큰 대한민국을 만듭니다”
(내가 디자인하는 건강생활습관)

2) 본 계획수립을 위하여 관련 기획사 대표 및 전문가, 언론사 전문가 등으로부터 의견을 수렴하였음.

제2절 건강박람회 2010 필요성

국민

자기건강관리능력함양에 의한
건강증진 및 의료비 절감

- 건강한 선택의 중요성 확인
- 능동적 건강생활실천을 지원하는 자원 파악
- 선진 건강 라이프스타일 실천

정부 및 지자체

건강선진일류국가로 도약 및 우수 건강증진사업확산

- 대국민건강증진 교육 및 홍보
- 10년간 건강증진사업 종합 및 평가
- 건강증진 인프라 구축통한 정책 추진력 강화

보건의료전문가(Health Leader)

건강관련 종사자의 전문성 함양 및 정보교류

- 건강증진 영역의 발전을 위한 전문성 함양
- 효과적 건강관리 방안에 대한 상호정보 교류

건강산업

건강산업의 세계화

- 한식 등 우수한 건강문화 전파
- 건강산업 활성화 및 일자리 창출
- 건강서비스 기반조성에 대한 관심과 투자 유도

제3절 건강박람회 2010개요

— 개 요

구 분	내 용
공식명칭	건강박람회 2010 (Korea Health Fair 2010)
주 제	내가 디자인하는 건강생활습관
슬로건	“더 건강한 대한민국이 더 큰 대한민국을 만듭니다”
기 간	2010년 5월 3일(월)~9일(일) / 7일간
장 소	서울무역전시장(SETEC)
전시면적	1 전시실(3,130s/m), 2 전시실(1,684s/m), 3 전시실(3,134s/m)
주 최	보건복지가족부
주 관	한국보건사회연구원
예상관람인원	3만명

－ 구성

구분	내 용
개막행사	개막식 : 2010년 5월 3일 10시 전시관 로비
	개막축하공연 : 2010년 5월 3일 저녁 야외 광장
사전행사	참가업체 설명회
전시관	건강 Life Plus관 / 건강 Life Minus관 / 건강 Life 미래관
부대행사	투자유치 설명회, 건강세미나, 부대 이벤트

제4절 전시관 구성 계획

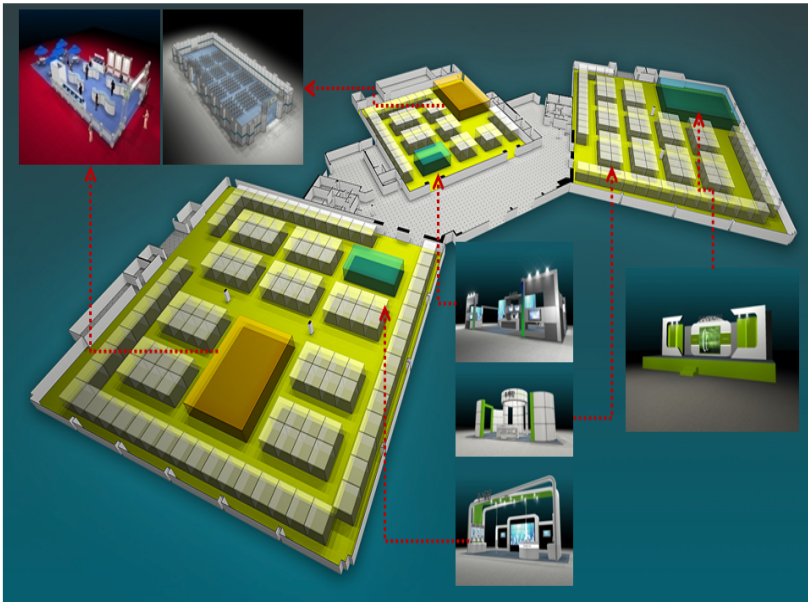
－ 기획 전시관 구성 방향

- 전문적이고 다양한 검진을 통해 건강상태와 생활습관을 진단 받을 수 있는 기회 제공
- 나의 건강생활습관을 스스로 디자인하고 실천할 수 있도록 정보 제공과 체험을 함께 진행
- 건강증진전문가 및 공공·민간 기관의 소통과 교류의 장 마련
- 문화예술 콘텐츠와 접목한 구성 연출

－ 전시장 구성도



－ 전시장 전체 조감도



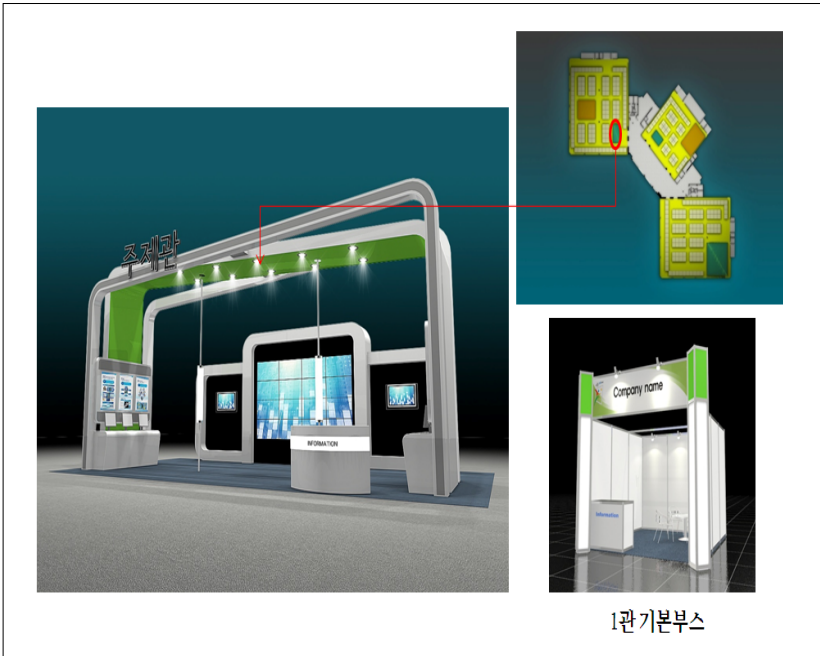
□ 건강 Korea zone

- 목표: 건강박람회 이념과 주제의 종합구현
- 세부전략 : 우리나라 건강정책 개요와 비전 소개, 박람회 취지와 성격을 알리는 정부주제관
- 주요내용
 - 국민건강 2020 : 우리나라 건강정책변화의 배경, Health Plan 2010과 Health Plan 2020 변화의 흐름
 - 주요국 건강정책과 우리나라 비교
 - 박람회 목표 및 비전 : 건강행태 개선을 위한 방안 제시, 건강을 위한 한식 소개, 건강산업 활성화 정책 구체화

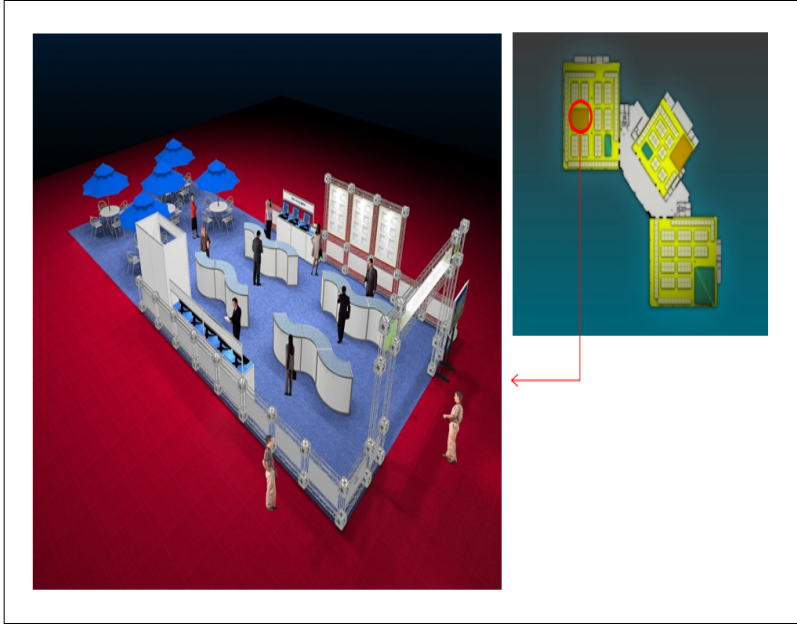
□ 건강 Life Plus관

- 주제 : “더하세요! 아름다운 인생을 위해”
- 목표 : 건강생활습관을 가진 사람이 아름답고 품위있는 인생을 누리게 된다는 메시지 전달
- 세부전략 : 자신의 건강생활습관 및 질병유무 등 자신의 건강현황 파악. 자신에게 필요한 생활습관과 신체활동 등에 대한 소개, 상담 및 체험
- 주요내용
 - 건강검진 :
 - : 흡연, 음주, 식습관 등 나의 건강생활습관 체크
 - : 만성질환 등 나의 질병 유무 체크
 - : 비만도, 혈압, 근육발달 정도 등 나의 신체나이 체크
 - 좋은 식습관 플러스
 - : 건강식단체험 : 전시, 요리실습, 건강자연식 시식
 - : 보건소 지역특화우수사업

- 운동플러스
 - : 체력단련실 체험 등 운동프로그램 전시 및 체험
 - : 보건소 지역특화우수사업
 - 녹색플러스
 - : 걷기 좋은 거리, 걷기코스(제주도 올레길 등), 자전거타기, 녹색운동사업
 - 건강생활실천 정보 제공
- 협력기관 및 업체: 한국건강관리협회, 대한한의사협회, 대한영양사협회, 오투런, 삼천리자전거 등
- 건강 Life Plus관 조감도
- 주제관



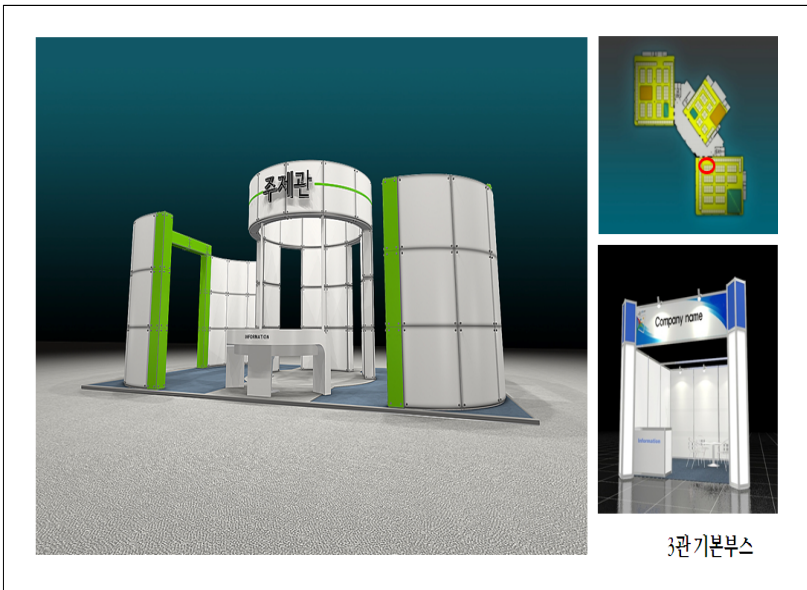
· B2B센터 및 휴게 Zone



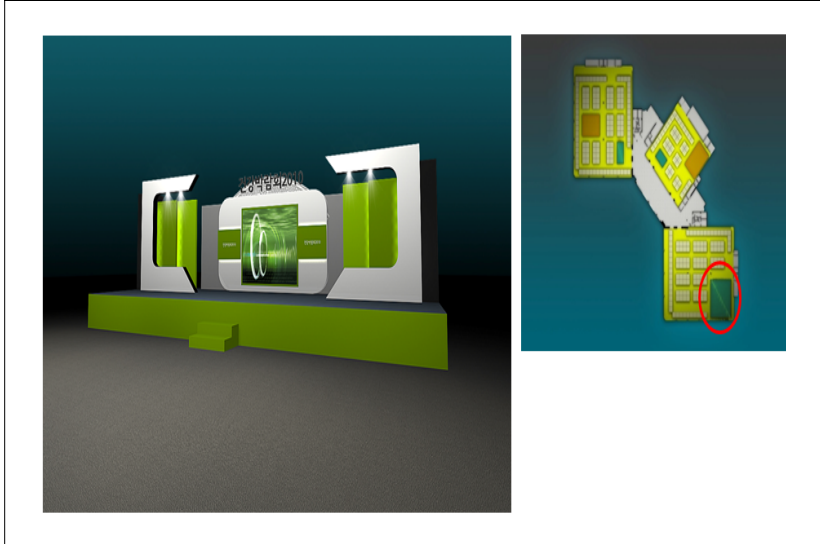
□ 건강 Life Minus관

- 주제 : “즐이세요! 즐거운 인생을 위해”
- 목표 : 건강을 위해 내 생활에서 줄여야 할 것들에 대한 정보 제공
- 세부전략 : 건강을 위해 줄이거나 취하지 말아야 할 것들에 대한 정보제공, 개인별 실천 적용 가능성을 타진할 수 있는 체험형 코너 등에 대한 소개와 체험
- 주요내용
 - 제로존 : 흡연, 과음, 트랜스지방 제로 소개 및 체험
 - 금연클리닉, 음주진단 및 음주행태 소개, 과음과 신체변화 체험, 트랜스 지방 없는 푸드 코트 체험, 정부 및 지자체 사업 전시 및 상담

- 마이너스존 : 나트륨마이너스, 비만마이너스, 탄소마이너스
 - : 나트륨 과잉섭취의 문제점, 맛있는 저염식 전시 및 요리실습, 전통음식의 저염화, 비만의 문제와 대안제시, 어린이 비만예방 놀이, 생활속 저탄소 실천, 정부 및 지자체 사업 전시 및 상담
- 질병예방 정보 제공
 - : 만성질환 등 질병예방 정보, 식품 및 의약품 안전 전시 홍보
 - : 사고 및 중독 예방 홍보 및 전시
- 협력기관 및 업체: 질병관리본부, 식품의약품안전청, 대한보건협회, 한국금연운동협의회, 대한주류공업협회, 보건소, 정신보건센터, 제약 회사, 대형병원, CJ, 청정원
- 건강 Life Minus관 조감도
 - 주제관



• 이벤트 무대

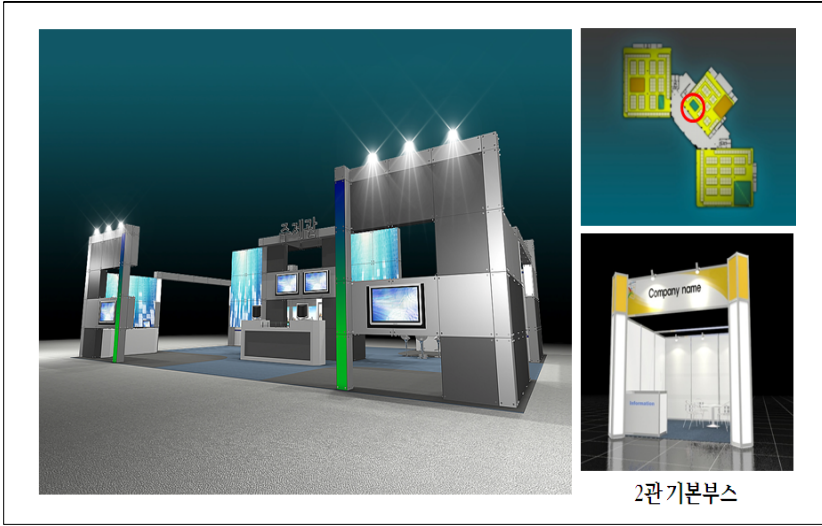


□ 건강 Life 미래관

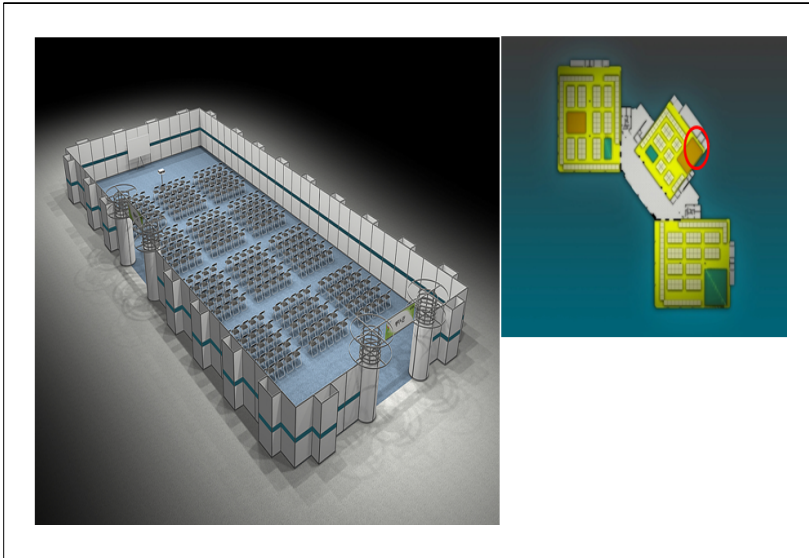
- 주제 : “더 건강한 미래 대한민국”
- 주요 내용
 - 건강과 한식 : 건강을 위한 한식 소개 및 조리체험
 - 건강산업 관련 정책 비전 구체화
 - 행복한 녹색생활 가상체험 및 녹색습관 건강만들기 참여
 - 첨단 건강산업 전시 홍보
- 협력기관 및 업체: 한국요식업협회, 전통식품연구개발원, 조리사 학원, 건강산업 관련 기업, 지역 병원 등

– 건강 Life 미래관 조감도

- 주제관

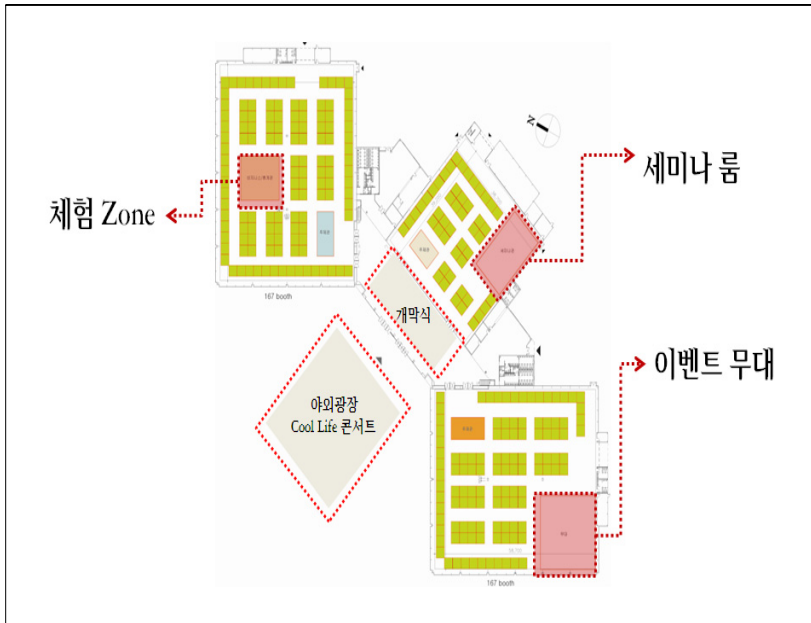


- 세미나 Zone



제5절 프로그램 및 이벤트 계획

□ 프로그램 Lay-Out



□ 프로그램 기조

- 다양한 체험 프로그램을 통해서 관람객들의 흥미 유도
- 건강증진전문가(Health Leader)들의 정보교류 장 마련을 위한 세미나 개최
- 어린이날과 어버이날을 고려한 프로그램 구성

□ 주요 프로그램 일정

구분	시간	5/3	4	5	6	7	8	9
야외광장/로비	오전	개막식						
	오후	개막 콘서트						
세미나룸	오전		공공영역 교류	기업IR 투자 설명회	공공영역 교류			
	오후		세미나 (1차)		세미나 (2차)	기업IR 투자 설명회		
이벤트무대	오전	건강 체조 체험 교실						
	오후	건강콘서트					건강 Life 퀴즈 배틀 결승	
이벤트광장	오전	내몰의 건강디자인, 음주가상체험, 흡연가상체험, 각종 이벤트 상시 운영						
	오후							

□ 공식행사

－ 개막식

구분	내용
일시	2009년 5월 3일 10:00~10:30
장소	SETEC 전시장 메인로비
참석자	보건복지가족부 외 초청인사 등
식순	개회선언, 현황보고, 개막퍼포먼스, 전시관 순시 등
세부계획	1) 개회선언 : 사회자의 개막고지, 개회사 및 환영사 2) 전체행사 보고 3) 개막 퍼포먼스 - VIP 터치버튼 앞 도열, 의전 도우미 의전 용품 전달 - Photo Session을 위한 포즈 - 사회자의 트에 따라 청사초롱 터치(청사초롱 터치시 내부조명 On) - 청사초롱 터치와 동시에 3개의 전시관 입구 현관 상승 4) 전시관 순시
연출	1) 공간적 특성을 고려한 공식행사 장소

구분	내 용
Point	<ul style="list-style-type: none"> - 행사장 입구 앞 통로의 공간이 협소하여 공식행사 진행시 문제 발생 우려 - 전시회의 전시관인 건강 Life 미래관 앞에서 개막식 진행 2) 일회성이 아닌 행사기간 내내 사용 가능한 각 전시관 타이틀 입구 현판 <ul style="list-style-type: none"> - 퍼포먼스 시 일회적으로 사용하는 것이라 아니라 진행 후 지속적으로 행사 기간 내 제작 물품 사용 - 각 전시실 메인 입구 현판으로 사용 <ul style="list-style-type: none"> : 퍼포먼스시 현판 상승 : 개막식 후 현판 고정, 행사기간동안 각 테마 전시관의 메인 타이틀 현판으로 사용 3) VIP의 정확한 상황 예측 대응 <ul style="list-style-type: none"> - 철저한 사전 리허설로 문제 발생 방지 - 명확한 VIP Role 부여 / 돌발상황에 대한 명확한 대응

— 개막축하공연

- 건강박람회 2010의 개막을 전국민을 대상으로 축하하고, 전시관 관람 동기 유도
- 대중성과 주제에 부합한 방송형 콘서트로 구성과 운영(주관방송사 연계)
- 행사 Concept를 적용, 일반적인 가요콘서트가 아닌 주제가 있는 건강콘서트로 연출

구분	내 용
일 시	2009년 5월 3일 18:00~20:00
장 소	SETEC 전시장 야외광장
참석자	사전 참가 접수를 한 일반인, VIP, 보건복지가족부 장관 외 초청인사 등
식 순	공식행사, 테마별 콘서트 등
세부 계획	<ol style="list-style-type: none"> 1) 공식행사 : 사회자의 개막고지, 개회사 및 환영사, 축사 2) 건강 Life 테마 콘서트 <ul style="list-style-type: none"> - 전시관 테마 구성과 마찬가지로 3개의 테마로 콘서트 진행 - 1부: 건강 Life Plus <ul style="list-style-type: none"> Plus관 홍보영상 상영 - 가수공연 - Plus 퍼포먼스 - 2부: 건강 Life Minus <ul style="list-style-type: none"> Minus관 홍보영상 상영 - 가수공연 - Minus 퍼포먼스 - 3부: 건강 Life 미래 <ul style="list-style-type: none"> 미래상징 홍보영상 - 가수공연 - 미래 퍼포먼스

구분	내용
연출 Point	1) 주관방송사 연계 특집 콘서트 형태로 진행 - 주관방송사 사전 편성을 통해 현장 상황 녹화방송으로 진행 - 콘서트 개최 사전 Spot을 통해 참가자 증대 및 박람회 홍보 연계 2) 가요콘서트가 아닌 주제가 있는 테마콘서트 - 일반적인 가수 순번 형식으로 축하콘서트 지양 - 주제와 부합되는 총 3부작으로 진행 - 정확한 내용 전달을 통한 박람회 개최의도 표현 3) 학문과 문화의 만남 표현 - 복합형 퍼포먼스 - 각 부마다 엔딩부분을 퍼포먼스로 표현 가수와 함께 주제를 표현할 수 있는 무대 연출

□ 이벤트

- 전시장 구성 Concept을 반영하고, 관람객의 유입을 고려한 프로그램 개발
- 체험, 참여형 차별화된 이벤트를 통해 홍보이슈 개발 및 구전효과 창출
- Edu + Entertainment적 요소를 반영해 관람객의 자발적 참여 유도
- 주요 이벤트 프로그램

구분	개요	내용
건강 Life 퀴즈 배틀	관람객 대상 건강 퀴즈	▶ 매일 1회~2회 이벤트 무대에서 진행 ▶ 관람객 대상으로 1:1 혹은 다수의 인원을 대상으로 건강 퀴즈 배틀 실시 ▶ 박람회 종료일 본선을 진행하여 참가자 증대효과 ▶ 최종 우승팀에게 장학금 및 보건복지가족부 장관상 증정 ▶ 본선 운영 : 퀴즈 대한민국 형식의 퀴즈쇼 * 퀴즈 대한민국 프로그램과 협의를 통해 특집 편성 고려
건강 가족 아이 디어 공모전	생활 속의 건강 상식 발견	▶ 가족이 함께 하는 생활건강 발명품 아이디어 대회 ▶ 건강아이디어를 생활의 접목으로 cool life를 가까이하고 쉽게 이해 할 수 있는 계기 마련 ▶ 사전 홍보효과와 유도 ▶ 운영: 사전 접수 및 심사 후 우수작품 선정, 선정 된 작품은 본 행사 시 전시 및 제품 설명회 기회 제공, 상장 증정 ▶ 일시 : 사전접수 / 4월 전시 / 본 행사 무대옆 별도 Mini zone 운영
내	건강	▶ 건강 Life Plus관 체험 zone에서 진행

구분	개요	내용
몸의 건강 디자인	진단 및 건강 설계	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 관람객 대상으로 다양한 건강검진 서비스 진행 ▶ 검진 후 미래의 건강을 위한 로드맵 자료 제공 ▶ 나의 몸의 건강상태 체크를 통해 경각심 증대 ▶ 운영 : Plus관 업체와 연계 다양한 검진 시스템 구비. 상시 운영
내 몸의 적색 정보	절주 가상 체험 간접 흡연 체험	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 건강 Life Minus관 체험 zone에서 진행 ▶ 관람객을 대상으로 음주 및 흡연 간접 체험 ▶ 우리 몸에 해로움의 정도를 직접적으로 체험, 이해도 증진 ▶ 운영 : 예방관 참가업체와 연계, 가상체험 장비 구비. 상시 운영
건강 콘서트	건강 습관을 위한 공개 강연	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 건강한 생활습관을 위한 공개 강연 ▶ 건강관련 유명교수 및 강사 초빙 공개 강연 실시 ▶ 사전 듣고 싶은 강의 설문조사 실시 ▶ 공개 이벤트 무대진행으로 접근성 강화 ▶ 운영 : 무대 강연 일정표를 작성 후 홍보 관람객 유치 방안으로 활용
건강 체조 체험 교실	건강 체조 배워 보기	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 건강 Life를 위한 운동습관 기르기 ▶ 관람객을 대상으로 이벤트무대에서 각종 건강체조 배워보기 프로그램 실시 ▶ 건강한 생활을 위한 기초적인 습관인 건강체조를 통해 관심도 증대 ▶ 운영: 공공기관 및 학교에서 개발, 실시되고 있는 건강체조 시연 상시 운영

— 어린이날 특집 이벤트

구분	내용
제목	건강 Kids Contests
일시	2009년 5월 5일 13:00~17:00
장소	SETEC 전시장 이벤트 무대
참석자	사전 접수 및 현장접수를 실시한 어린이
식순	공식행사, 테마별 콘서트 등
내용	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 건강한 어린이를 평가하는 다양한 과제를 통해 콘테스트를 실시 ▶ 건강한 생활습관으로 건강함을 유지한 우량어린이 선발대회 ▶ 콘테스트와 무대공연, 부대행사를 접목 어린이 축제 형식으로 연출 ▶ 체력테스트, 순발력 테스트, 브레인 서바이벌 등으로 대회 진행
행사구성	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 1부 : 식전 공연(어린이 치어리더 공연) 공식 행사 건강 Kids Contest 예선

구분	내용
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 2부 : Bridge 공연 (어린이 뮤지컬) 건강 Kids Contest 본선 ▶ 3부 : 시상식 ▶ 부대행사 : 매직풍선, Face Painting 외 다양한 어린이 프로그램

－ 어버이날 특집 이벤트

구분	내용
제목	어르신 건강체조 경연대회
일시	2009년 5월 7일 13:00~17:00
장소	SETEC 전시장 이벤트 무대
참석자	사전 접수를 실시한 참가 동호회
식순	공식행사, 테마별 콘서트 등
내용	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 건강한 생활습관으로 건강한 삶을 누리는 우리들의 부모님을 위한 행사 ▶ 최근 전국적으로 진행되는 건강체조 경연대회를 모티브로 전국대회로 연출 ▶ 각 지역 노인동호회의 참여도 증대에 따른 전국적 관심 증대 효과 ▶ 다양한 부대행사를 통해 어버이날 건강 축제로 연출
행사 구성	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 1부 : 식전 공연 공식 행사 어르신 건강체조 경연 1부 ▶ 2부 : Bridge 공연 (트로트 7080) 어르신 건강체조 경연 2부 ▶ 3부 : 시상식 ▶ 부대행사 : 발미사지 체험, 초보 PC 배우기 체험, 휴대폰 문자 배틀 등 다양한 체험프로그램 진행

□ 세미나

- － 전달성, 연계성, 이슈성을 고려한 세미나 구성
- － 건강한 미래 대한민국의 친화, 정보교류, 융합의 장
- － 건강증진전문가(Health Leader)간의 정보교류
- － 주요 세미나 프로그램

① 건강의 밤

- ▶ 일시 : 2010년 2~3월 경
- ▶ 건강 관련 종사자들의 상호 교류를 위한 세미나

- ▶ 박람회 이전에 “업종 교류의 밤”차별적 행사로 진행
- ▶ 국내 정상급 기업 및 중소기업 사장단 초청 (중소기업유치 후, 대기업연계 및 유치 전략)
- ▶ 조직위원장 명의 초청장 발송
- ▶ 건강박람회 조직위원회 발대식 및 조직위원 선정 (대기업체 임원급 참여 유도)

② 건강산업 정보교류 세미나

- ▶ 일시 : 1차 - 2010년 5월 4일 / 2차 - 2010년 5월 6일
- ▶ 행사장소 : SETEC 전시장내 세미나실로 운영
- ▶ 공공영역의 건강증진전문가들 대상으로 정보교류 세미나 개최
건강박람회 2000 이후 국민건강증진과 관련된 정보를 교류하고 국민건강증진종합계획 2020에 따른 향후 나아가야 할 방향에 대해 모색
- ▶ 건강 관련 종사자의 많은 참석의 유도를 위해 2차례 시행
- ▶ 수도권 지역 관계자를 중심으로 사전에 초청공문 발송
- ▶ 건강 관련 종사자들의 실질적인 니즈 반영 및 교류 기회 제공
- ▶ 사전 발표내용 책자로 발간 배포

③ 지역 보건 투어 세미나

- ▶ 일시 : 2010년 3월~4월 (3회)
- ▶ 건강증진전문가들을 대상으로 한 사전 투어 세미나 개최
건강박람회 전 관심을 유도하기 위해 3회에 걸쳐 시행
- ▶ 기대효과 : 건강박람회의 찾아가는 세미나로 박람회 홍보 및 건강산업에 대한 이해도 증진
건강, 보건관련 전문가의 전문성 향상 계기 마련

④ 건강박람회 2010 참가설명회

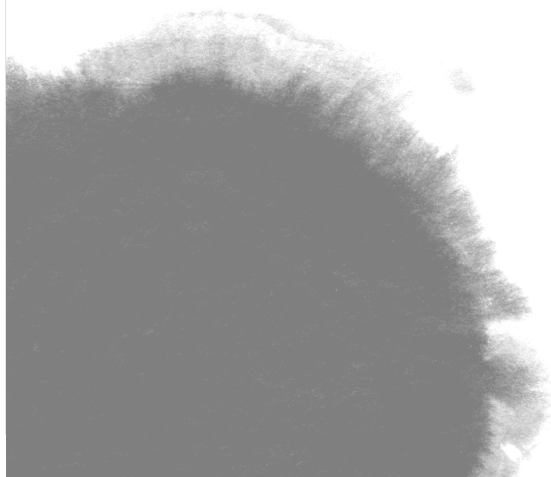
- ▶ 내용 : 참가설명회 개최를 통해 참가업체에 대한 사전 DB

수집 및 적극적 홍보

- ▶ 사전 DB확보 및 적극적 홍보(공문, 초청장 발송, 언론 홍보)
- ▶ 유사 전시회 디렉토리 및 확보된 DB를 통해 TM과 공문 발송
- ▶ 참가 시 혜택 및 효과에 대해 구체적으로 홍보
- ▶ 설명회시 1:1 멘토 운영(기업의 갈증해소 및 기술대전에 대한 이미지 제고)
- ▶ 교류업체 추천 및 사업아이템 추가 제공
- ▶ 사업설명회 시 1차적 이득을 제공하여 건강박람회에 대한 기대감 상승

03

건강박람회 2010 홍보 계획



제3장 건강박람회 2010 홍보 계획

제1 절 홍보전략

□ 홍보기조

- 대중성 : 홍보시기와 지역의 전략적 고려
 - 준비기, 사전 Boom-Up기, 홍보집중기로 단계별 홍보 시행
 - 원활한 모객을 위해 행사가 열리는 지역(강남 3구) 중심 홍보
- 전문성 : 건강산업 전문가의 활발한 참여 유도
 - 건강 관련 종사자들을 전략적 타겟으로 설정하고, 관심도 제고를 위한 홍보프로그램
 - 신 성장동력으로서 건강 산업을 적극적으로 포지셔닝
- 국제성 : 다문화 가정 및 국내 거주 외국인의 관람 유도
 - 단순한 국내 행사로 머무는 것이 아니라 사회적 이슈를 고려한 홍보 프로그램 개발

□ 관람객 유치 전략

- 관람객의 마음을 움직이는 명확한 동기부여 전달
 - 재미있는 오감 체험
 - : 오감을 자극하는 매체 툴 사용
 - : 체험위주의 전시 구성
 - 교육적 가치가 있는 콘텐츠 구성
 - : 재미에 국한되지 않은 학습적 요소가 포함된 이벤트 구성

- 관람객이 원하는 정보 구성
 - : 학생에게는 취업과 교육의 프로그램 제공
 - : 일반인에게는 생활과 직업에 필요한 프로그램 제공
- 최적의 휴식공간 마련
 - : 편안한 전시관
 - : 즐길 수 있는 전시관

□ 홍보 전략

– 각 홍보요소에 맞는 이슈 아이템 개발과 시너지 를 위한 Mix

- 대상
 - : 국내 바이어: 대기업과 중소기업 구분
 - : 관람객: 일반인, 학생, 주부 구분
- 매체
 - : 온라인, 오프라인, 뉴미디어 구분
 - : 대상에 따른 효과적 매체 선정
- 지역
 - : 중국, 일본 중심 한국 방문객 유치
 - : 행사가 개최되는 서울 강남지역 중심 홍보 (강남구, 서초구, 송파구)
- 시간
 - : 사전 분위기 조성, 관심유발
 - : 행사 중 관람객 유치

□ 단계별 홍보프로그램 Matrix

구분	준비기		사전 Boom-Up기		홍보집중기	
	1월	2월	3월	4월	5월	
대중성 (일반인 대상)			온라인 검색광고 / 정부매체 활용 홍보		배너광고 라디오 광고	지역 S.O. 광고 신문광고(오각) 육의 홍보물 광고 무가지 홍보 홍보물 배포 2차
전문성 (관련 종사자 및 전문가 대상)	라디오 인터뷰	홍보물 배포 1차	언론기고	라디오 인터뷰 MBC 잠깐만	건강 서포터즈 D-100 기자간담회 업종 교류의 밤 D-3 기자간담회 보건의료산업 투어 세미나	
국제성 (해외관광객)			여행사 설명회 웰스한류 언론기고			

□ 수단별 홍보 Matrix

구분	준비기		사전 Boom-Up기		홍보집중기	
	1월	2월	3월	4월	5월	
언론 홍보	D-100 기자간담회 미디어 인프라 구축		웰스한류 언론기고	D-3 기자간담회 무가지 홍보 조선일보 티슈윌리스		
방송 홍보	라디오 인터뷰			라디오 인터뷰 TV 교양프로그램 MBC 잠깐만		
광고			온라인 검색광고	배너광고 라디오 광고	지역 S.O. 광고 신문광고(오각) 육의 홍보물 광고	
이벤트 및 홍보물	홈페이지 오픈	홍보물 배포 1차 업종 교류의 밤	여행사 설명회 D-50 이벤트	홍보물 배포 2차		건강 서포터즈 보건의료산업 투어 세미나

□ 세부 홍보 프로그램

－ 대중성 홍보 프로그램

① 정보제공 방송 프로그램 PPL

- ▶ <건강생활습관>을 주제로 지상파 방송사 주요 아침방송 프로그램 PPL 진행
- ▶ 행사진행 1개월 전 건강생활습관 시리즈로 건강에 대한 정보를 제공하고, 건강박람회 2010 개최 고지
- ▶ 생방송 중 행사장 연결을 통해 현장스케치, 행사 관람의 흥미요소 소개 및 노출
- ▶ 시기 : 2009년 4월~5월(박람회 기간)
- ▶ 대상 프로그램 : KBS 생방송 세상의 아침, SBS 생방송 투데이, MBC 생방송 오늘 아침 등
- ▶ 예산 : 3,000만원(프로그램 별 1,000만원)

② 건강한 대한민국을 디자인 하는 2010 건강 서포터즈

- ▶ 2010 건강 서포터즈를 통해 온라인을 통해 온라인 및 오프라인 홍보효과 창출
- ▶ 활동기간 : 2010년 1월~5월
- ▶ 대상 : 대학생 자원봉사자
 - 대학생 자원봉사자 모집 및 사전교육 (2010년 1월)
 - 블로그와 싸이월드 제작 후 운영 관리(2010년 1월~5월)
- ▶ 기대효과 ① Word of Mouth
 - 온라인 홍보대사로 임명된 건강 서포터즈 임무부여
 - ➔ 건강관련 카페, 기타 커뮤니티 전략적 가입 후 건강박람회 홍보 및 관람객 유치
 - 온라인 구전효과 창출
- ▶ 기대효과 ② 오프라인 구전효과 창출
 - 학교, 모임 등에서 건강박람회 2010 홍보
- ▶ 예산 : 800만원 (월별 200만원)

③ D-50 이벤트 “건강을 그려요”

- ▶ 행사 개최 50일 전 수도권 지역 초·중·고교생을 대상으로 건강그리기 대회 개최
- ▶ 시기 : 2010년 3월 14일(일요일)
- ▶ 대상 : 수도권 지역 초·중·고교생 (강남 3구 학교 중심)
- ▶ 목적 : 행사 전 건강그리기 대회를 통해 행사를 사전에 Boom-Up 시키고 행사시 자연스러운 참여 유도
- ▶ 장소 : 올림픽 공원
- ▶ 내용
 - 수도권 지역 교육청에 그리기 대회 참여 공문 및 포스터 발송
 - 그리기 대회 입상작은 건강박람회 기간 중 전시
- ▶ 예산 : 1,000만원

④ MBC 라디오 잠깐만 캠페인 활용 홍보

- ▶ MBC 라디오 ‘잠깐만’ 캠페인을 활용해 건강생활습관의 필요성과 건강박람회 개최에 대한 메시지 전달
 - 일일 3회 일주일간 총 21회 방송
- ▶ 운동선수 및 건강생활습관을 실천하는 연예인 등이 메시지 전달
- ▶ 진행프로세스
 - MBC 잠깐만 캠페인담당자(강동균 국장, 정연선 작가) 컨택 및 캠페인 제안
 - 메시지 전달 유명인사 컨택 및 캠페인 제안(MBC 협의)
 - 메시지 녹음 스케줄 조정 및 캠페인 메시지 개발
 - 녹음일정 및 메시지 개발 완료 후 녹음 / 방송 후 진행사항보고
- ▶ 예산 : 300만원

⑤ 무가지 홍보

- ▶ 건강박람회 2010 행사의 인지도 제고 및 건강생활습관 정보제공 통한 관심 유도
- ▶ 시기 : 2010년 4월 (박람회 개최 1개월 전)
- ▶ 내용 : 무가지 5개 매체에 요일별로 나누어 “Cool Life를 위한 건강생활습관”을 주제로 건강생활습관을 주제로 한 기획기사 피칭
- ▶ 대상매체 : 포커스, 매트루, 노컷뉴스, 이브닝, 시티뉴스 등
- ▶ 세부내용 :
 - 1~2주 : 건강생활습관 필요성에 대한 기획기사 피칭
“건강한 생활습관실천으로 Cool Life 하세요”
 - 3~4주 : Q&A 형식으로 건강생활습관에 대한 정보제공
- ▶ 예산 : 약 3,000만원 (5개 매체 / 각 4회)

⑥ 홍보물 제작 및 배포

- ▶ 해외관광객을 대상으로 영문, 일어, 중문 홍보물도 제작
- ▶ 시기 : 1차 - 2010년 2월 / 2차 - 4월
- ▶ 발송처
 - 1차(2월) : 보건복지가족부 및 중앙부처/지방자치단체/복지부 소속기관/전국 보건소/주요 병원(수도권)/시·도 교육청(수도권 중심), 일본·중국인 대상 여행사 등
 - 2차(4월) : 복지부 및 소속기관/전국 보건소/강남 3구 초·중·고교/서울시내 지하철 역사/주요 병원(수도권)/협찬사/참여업체/복지부 유관법인 등
- ▶ 예산 : 약 7,000만원 (*2회 / 현장 배포 홍보물 제외)

〈표 3-1〉 홍보물 제작 및 배포 계획

구분	품목	설치(제작)계획
사전 홍보용	초청장	참가업체, 보건복지가족부, 유관기관 등 사전 배포
	포스터	관련 업체 및 유관기관, 지방자치단체, 학교, 지하철 등
	참기안내서	설명회장 사전 배포
	브로슈어	행사 홍보/ 안내
	사업설명회자료	사전 유치를 위한 설명회 자료
현장 홍보용	입장권	매표소
	행시안내서	비즈니스 Zone, 프레스 룸, 안내 데스크에서 배포
	디렉토리	안내 데스크에서 배포
	프레스 킷 폴더	프레스 룸 및 보건복지가족부 기자실 배치
	사무국용 봉투	사무국
	결과보고서	행사 후 배포

⑦ 정부가용 매체 활용 홍보

- ▶ 무료로 이용할 수 있는 정부 가용매체를 활용한 홍보 진행
- ▶ 대상매체 : 정부 전광판, Weekly 공감, 지역반상회보, 지역간행물, 복지부 블로그 등
- ▶ 기간 : 2010년 3월~4월
- ▶ 세부내용
 - 정부 전광판 : 건강박람회 2010 홍보 메시지 또는 홍보 동영상 게재
 - Weekly 공감 : 홍보 포스터 게재
 - 지역반상회보 : 행사 개요 소개
 - 지역간행물 : 건강박람회 2010 조직위원장 인터뷰, 박람회 소개
- ▶ 기획기사
 - 복지부 블로그 : 블로그 기자단을 활용한 조직위원회 취재 및 박람회 소개
- ▶ 기타

- 정부매체를 관할하는 문화체육관광부에 공문발송을 통해 매체 이용 신청
- 전문성 홍보 프로그램
 - ① D-100 기자간담회 및 D-3 기자간담회
 - ▶ D-100일 시점에 기자간담회를 개최해 건강박람회의 개최배경 및 목표를 설명하고, 언론과 국민의 관심유도
 - ▶ 개막직전 2차 기자간담회를 통해 종합보도자료집을 배포해 특별기획방송과 기획기사 유치하고, 행사 중 적극적 취재 요청
 - ▶ 예산 : 2,000만원

〈표 3-2〉 기자간담회 개최 내용

구 분	주요 내용
1차 기자간담회 (D-100)	일시 : 2010년 1월 23일(토) 장소 : 프레스센터 대상 : 언론사 기자단, 조직위 관계자 내용 - 건강박람회 2010 개최의의 및 행사소개 - 홍보영상물 상영 - 엠블럼 공개 및 설명 / 홈페이지 오픈
2차 기자간담회 (D-3)	일시 : 2010년 4월 30일(금) 장소 : 프레스센터 대상 : 언론사 기자단 내용 - 건강박람회 2010 주요 프로그램 설명

- ② D-100 건강박람회 2010 홈페이지 오픈
 - ▶ D-100일 시점에 맞춰 건강박람회 2010 홈페이지 오픈
 - ▶ 홈페이지를 주요 홍보매체로 활용해 정보제공 및 관심유도
 - ▶ 기대효과
 - 1) 홍보매체의 역할
 - 박람회의 모습을 실시간으로 홍보 → 전담요원의 발빠

른 사진 업데이트로 홍보효과 극대화

- Q&A 페이지 실시간 관리로 관람객 문의사항 해소
- 관련 사이트 링크, 배너, 포털 사이트 등을 통한 광역적·지속적 홍보
- 블로그와 싸이월드의 링크로 방문 유도

2) 정보의 장

- 이슈 및 관련 분야 정보, 콘텐츠 제공
- 관련 사이트 링크, 배너, 포털 사이트 등을 통한 광역적·지속적 홍보
- User 간의 활발한 커뮤니케이션을 통한 정보의 전파 효과 기대

3) 교류의 장

- 현장에서 접속하지 못한 기업들에 대해 추후 온라인 미팅신청 가능
- 참가업체에 대한 보다 자세한 설명 기재 (참가업체 홍보)

4) 즐거운 방문

- 타 사이트에 게재된 홍보 이벤트를 통해 방문유도
- 편안한 페이지네이션으로 홈페이지 방문시 즐거움 유도

▶ 예산 : 1,000만원

③ 보건의료산업 투어 세미나

- ▶ 보건의료산업 종사자의 건강박람회 2010에 대한 관심과 참여 유도를 위한 투어 세미나 개최
- ▶ 시기 : 2010년 3월~4월
- ▶ 대상 : 보건의료산업 종사자 (보건소, 보건교육사, 보건교사, 보건관련 대학, 학회 등)

- ▶ 개최횟수 : 3회
 - 1차 : 영남·호남권 (2월) / 2차 : 경기·충청권(3월) / 3차 : 서울·강원권 (4월)
 - 수도권 지역을 중심으로 세미나를 개최해 많은 보건산업 관련 전문가들이 행사 참여를 유도
- ▶ 내용
 - 건강박람회 2000 이후 10년간의 성과와 향후 방향에 대한 주제로 세미나 진행
 - 건강의 이해, 생활 속의 건강상식, 미래의 의료사업에 대한 내용
 - 2010건강박람회에 대한 홍보
- ▶ 예산 : 3,000만원(3회)

④ 라디오 시사교양 프로그램 인터뷰

- ▶ 주요 시사교양 라디오 프로그램에 인터뷰 통해 건강생활습관 필요성에 대한 공감대를 형성하고 건강박람회 2010에 대한 정보 제공
- ▶ 시기 : D-100일 전후 / 건강박람회 개막 직전 (4월)
- ▶ 내용 : 개인건강관리의 필요성 / 건강박람회 2010 개최 의의 / 신 성장동력으로서 보건의료산업
- ▶ 진행프로세스
 - 1) 정책 관련 라디오 프로그램 서치
 - 2) 라디오 프로그램에 정책 관련 정보 전달 및 인터뷰 제안
 - 3) 제작진으로부터 인터뷰 질문 전달받을 후 답변안 작성
 - 4) 일정 조율 및 방송 / 방송 후 보고
- ▶ 예산 : 1,000만원 (5회 / 프로그램별 200만원)

⑤ 유관기관 협회 홍보물 활용 홍보

- ▶ 보건복지가족부 산하기관 및 유관기관 홍보물을 통해 건강 박람회 2010 홍보
- ▶ 보건의료관련단체가 발행하는 각종 홍보물은 일반 국민들이 많이 이용하는 보건소, 병원, 약국 등 의료기관에 비치되고 협회/단체 회원에게 발송되어 홍보효과가 높음
- ▶ 대상 : 대한보건협회, 한국방송협회, 건강관리협회, 대한가족보건복지협회 등
- ▶ 시기 : 2010년 1월~4월
- ▶ 내용 : 건강박람회 2010 조직위원회 소개, 홍보물(포스터) 게재, 건강박람회 2010 개최 개요 소개

－ 국제성 홍보 프로그램

① 한류 관광객 유치에 위한 건강박람회 2010 여행사 설명회

- ▶ 일본 및 중국 등 한류지역 관광객 유치를 위한 건강박람회 2010 설명회 개최
- ▶ 시기 : 2010년 3월~4월
- ▶ 대상 : 중국 및 일본인 관광객 전문 여행사
- ▶ 내용
 - 중국 및 일본인 관광객 전문 여행사를 대상으로 행사 기간 중 일본·중국인 관광객이 관광코스로서 건강박람회에 관람을 유도
 - Health 한류의 가능성과 신 성장동력으로서 보건의료산업의 가능성을 설명
 - 일본어와 중국어로 제작된 홍보물(포스터 및 리플렛) 전달
- ▶ 예산 : 1,000만원

② 언론기고 “이제는 Health 한류다”

- ▶ 단순히 보고 즐기는 행사가 아니라 보건의료산업의 산업적 가치를 전문가 기고로 전달

- ▶ 건강박람회 2010 및 2020 국민건강증진종합계획의 의의 전달
- ▶ 시기 : 2010년 3월
- ▶ 대상매체 : 국내 주요 일간지 / 의학전문지
- ▶ 주요 내용
 - 보건의료산업의 경제적 가치와 신 성장동력으로서 가능성
 - 개인의 자기건강관리능력 함양의 필요성
- ▶ 기고대상 : 한국보건사회연구원장 등
- ▶ 예산 : 1,000만원 (2회)

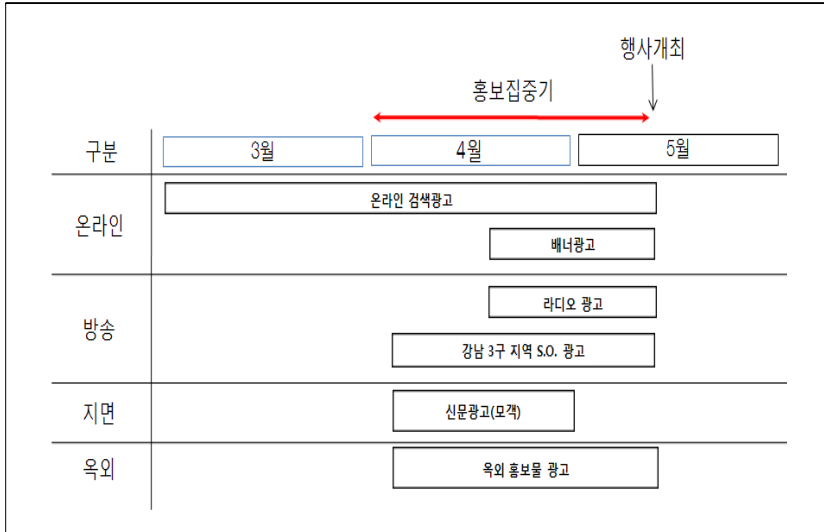
제2절 광고전략

□ 기초

- Target Audience : 수도권 인구
- 캠페인 기간 : 2010년 3월 ~ 2010년 5월 (약 3개월)
- 캠페인 목표 :
 - 건강박람회 2010 홍보 및 참가업체 모집
 - 행사기간 내 부대행사 홍보
- 제안 매체 : 라디오 광고, 인쇄광고, 옥외광고, 지역 CATV 광고 (강남, 서초, 송파)

□ Scheduling Pattern

- 행사가 시작되는 시점(5월) 2개월 전을 집중광고기간으로 설정해 광고물량을 집중함으로써 행사 인지도 및 참여도 제고
- 지역주민(강남3구)의 참여를 높이기 위해 지역 CATV 및 옥외홍보물 광고 집행



□ 온라인 이벤트 및 광고

- 검색 광고 : nate.com과 연계한 On-line 이벤트 전개
 - 온라인 이벤트
 - ▶ 시기 : 2010년 4월
 - ▶ nate.com에서“건강”을 쳐 보세요
 - ➔ 네이트 온 내의 이벤트 페이지로 이동
 - ➔ 이벤트 당첨자 경품 지급 및 관람 유도
 - 예산 : 1,000만원
- 배너 광고 : 국내외적 접근성이 있는 온라인에 공격적 홍보
 - 유관기관과의 배너 교환 (보건복지가족부, 건강협회, 보건협회 등)
 - 커뮤니티, 포털 사이트의 배너 협찬
 - 시각적으로 눈에 띄는 디자인 제작
 - 예산 : 2,200만원 (1주일 / 네이버)

□ 옥외광고

- 옥외홍보 : 홍보탑, 육교현판, 가로등 배너

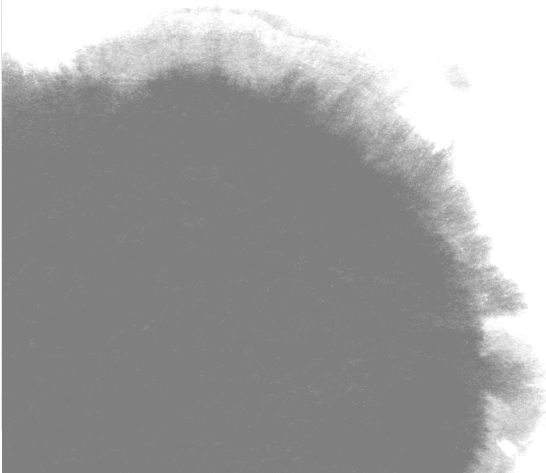
- 홍보탑 : 3개 소 설치
 - ▶ Post : 정부 종합청사 앞, 시청 앞, SETEC
- 육교현관 : 10개 소 설치
 - ▶ Post : 강남대로 등 거점 10여 곳
- 가로등배너 : SETEC 주변 집중 배치
 - ▶ Post : SETEC 주변

□ 방송매체 및 지면광고

- 라디오 광고 : 라디오 캠페인 광고
 - 기간 : 2010년 4월~2010년 5월 8일 (20일)
 - 내용 : 행사 고지성 라디오 광고를 통해 일반인들의 박람회 관람 유도
 - 대상 : 지상파 방송사 SA급 프로그램
 - 예산 : 약 2000만원
- 지역 CATV : 강남 3구 지역 CATV 방송 자막광고
 - 기간 : 2010년 4월~5월 8일
 - 행사가 개최되는 지역 주민들의 참여를 위해 지역 CATV에 행사 고지성 자막 광고 집행
 - 예산 :
- 신문 광고 : 모객을 위한 신문광고 집행
 - 기간 : 2010년 4월
 - 대상매체 : 주요일간지 (11개 매체 / 석간 포함 / 매체별 1회)
 - 예산 : 약 1억 2,000만원

04

사업 관리 계획



제4장 사업 관리 계획


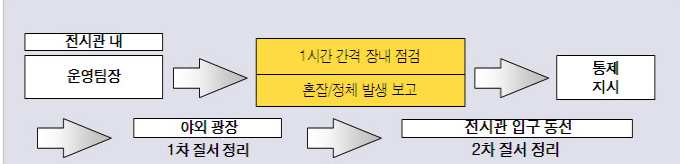
제1 절 사업관리방안

□ 관람객 동선 관리

구 분	내 용
접근 동선	▶ 각 포스트별 동선 관리 - 지하철 3호선 학여울역 하차, SETEC내 주차장, 외부 접근로 등
입출구 동선	▶ 입장자별 출입구 유도, 안내 (일반, 해외 바이어 및 VC) - 입장자수 확인 및 출입조정 - 전시관람목적에 위배되거나 역행 출입자 통제
안내 데스크	▶ 등록시스템 활용 입장관리 ▶ 전시장 소개 및 팸플렛 배포 ▶ 참가업체 위치, 화장실, 비상구 및 출구 등 전시장 시설 안내 ▶ 전시관내 종합안내 센터 운영
혼잡대응	▶ 동선확보 및 끼어들기 방지 ▶ 안내관 활용으로 시각적 정리 유도 ▶ 출입구 안내 및 혼잡 시 가드레일을 설치하여 2열 입장 유도 - 1차 대기장소 : 야외 광장 - 2차 대기장소 : 1층 로비 - 혼잡상황에 따라 동선의 일방통행, 인위적 동선확보로 밀집 방지
외국인 대응	▶ 안내 데스크 및 전시관내 주요 동선에 통역도우미배치 - 별도의 지원 필요시 통역요원 활용 - 안내데스크에 영문 팸플렛 비치 및 배포

□ 입장 관리

－ 혼잡 및 정체를 대비한 대기공간 확보 및 관람객 편의 제공

구 분	내 용
입장 통제	<p>▪ 가드레일 설치 (입구 혼잡 시 입구에 3조 가드레일 설치/ 2열로 입장)</p>  <p>▪ 통제 및 대기공간 설치</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1차 대기 장소 : 야외 광장 - 이탈방지를 위한 홍보물 배포 - 2차 대기 장소 : 1층 로비 - 설문 작성
관리 체계	

□ 운영본부 계획

－ 건강박람회의 효율적 운영을 위해 회장의 총괄적 상황관리 및 지휘본부 설치

- 일원화된 보고체계 회장 내 발생가능 모든 상황 수시점검
- 접수, 지시, 조정, 처리로 성공적 행사 운영

□ 세미나 운영 관리

－ 세미나 전반에 걸쳐 체계적 운영 관리

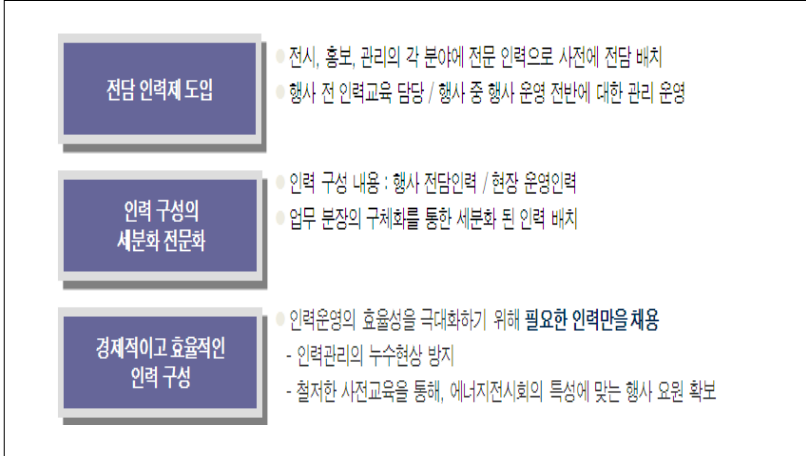
진행요원	<ul style="list-style-type: none"> • 세미나 운영에 필요한 인력 지원 - 기자재 운반 및 원활한 운영을 위한 진행요원 지원
도우미	<ul style="list-style-type: none"> • 편안하고 쾌적한 최적의 환경 조성 - 외국인의 편의를 위한 통역도우미 지원 - 안내, 다과준비 등의 쾌적한 환경조성을 위한 진행도우미 지원
전시장 관람 유도	<ul style="list-style-type: none"> • 세미나 후 전시장 관람 유도를 위한 방안 - 진행도우미 전시장 동선 안내 - 세미나장소에 전시장 유도사인물 배치 - 휴식시간 중 지속적인 방송고지 및 홍보인쇄물 배포

□ 관람객 지원 편의시설

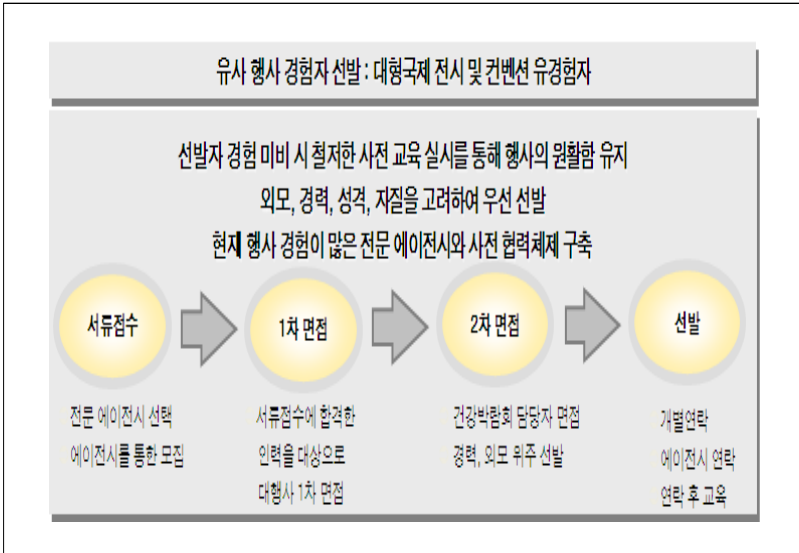
구 분	내 용
유도 사인물 설치	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 전시장 정문 및 주요 이동 동선 유도 SIGN물 설치 ▶ 관람객 이동 편의 및 혼란 방지 ▶ 편리한 장소 유도로 참관객 편의 증대
출입구 서비스 업무	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 입장객 별 (일반, VIP, 출연자, 장애인) 출입구 유도 및 안내 ▶ 출입구 안내 및 혼잡 시 차단봉 조정, 대기시간 안내 ▶ 입장자수 확인 및 입장자의 출입조정 ▶ 이상 행위자 및 역행 입출입자 통제
방송 서비스 운영	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 회장 이용안내 및 주요행사 안내방송을 방송 ▶ 미아 발생시 안내방송과 같은 특별방송과 긴급상황시 비상방송 실시
안내 데스크 설치	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 행사별 소개 리플렛 및 소책자 배부 및 참관객 환대 ▶ 참관객의 질의 시 응대 및 외국인 통역·안내 업무 동선 안내 및 유도
행사장 안내 서비스	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 행사장 내 질서 유지 및 동선 유지 ▶ 응급사태 발생시 절차에 의해 조치
행사장 청결 서비스	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 행사장 내 청결 유지 (바닥 오염물질 제거 및 전시물 훼손 점검)
분실물 및 습득물 처리	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 분실물 신고, 접수 및 습득물 접수 기록 및 보관 인도
노인 및 장애인서비스	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 노인 및 장애인 보조 및 동선 안내로 불편 최소화

□ 인력운영계획

－ 인력 운영 기초



－ 인력선발기준



— 일일업무계획

시간	항목	내용
08:00~08:10	출근	-출근 즉시 출근부 날인, 대기실에서 유니폼 착용 및 복장상태 점검
08:10~08:20	팀별 조회	-각 Zone별 팀장 주관 하에 팀별 조회 실시 -팀별 인원 출결 점검, 사고발생시 대리 근무자 섭외 및 상황보고 / Post/근무시간표 확인 -결원 및 사고발생시 Post 인원 조정 팀장 주관 하에 재배치 -전일 업무 중 애로사항 해결
08:20~08:30	전체 조회	-전체팀장의 주관 하에 전체 조회 실시 -전체 인원 확인 및 Zone별 조회와 주요사항 전파 -당일 주요사항(VIP, 단체관람객 등) 및 업무내용 설명
08:30~08:50	근무 준비	-담당 Post 배치 후 근무 준비 -리플렛 수령 확인/비치 등 담당 Post별 홍보물 및 비품점검 -주변 청결 확인 업무 시작 준비
09:00~18:00	일일 업무	-담당 Post에서 일일 업무 -현장 근무 : 한가한 경우에도 바쁜 자세로 근무 -휴식 시간 : 지정된 장소에서 휴식(진행 요원실) -근무지이탈 : 음무시는 대리근무자가 있을 때 이동 -근무고대 : 업무사항의 정확한 인계 및 중요사항 예문 전달 -이동시 : 모여서 떠들거나 뛰지 말고 조용히 이동
18:00~18:10	업무 종료	-담당 Post의 잔무처리 및 주변 청소 -Zone별 팀장의 지시된 업무종료, 각 관별 경비팀과 협력 인수인계
18:10~18:30	팀별 종료	-각 Zone별 팀장 주관 하에 팀별 종료 실시 -팀별 인원 점검 및 당일 업무수행 확인, 당일 업무 중 애로사항 접수
18:30~18:40	전체 종료	-전체팀장의 주관 하에 전체 종료 실시 -전체 인원 확인 및 익일 업무인원 확인, Zone별 종료의 주요사항 접수 및 익일 주요업무사항 지시
18:40~19:00	퇴근	-일일 잔여 업무 처리 -회장 청소 및 진행 요원실 청소, 당일 청소담당의 확인 -사복착용 및 정리의 후 퇴근

— 경비계획

- 철저한 현장경비를 통한 전시물 및 시설물의 보호
- 관람객의 안전과 쾌적한 관람 및 질서유지를 위한 경비 체계 확보
- 섹터별 담당자 배치 및 경비 담당제 운영을 통한 분실 및 파손 방지
 - : 개관중은 각 관 개별 관리, 개장 전·폐장후는 전체 관리 원칙
- SETEC이 경비 전문용역업체 선정 업무를 대행

- : 행사장 내 전시물에 대한 경비를 원칙
- : 경비기간은 전시장 Setting일자부터 철거일까지 이루어짐
- : 행사 시 주야간 경비업무 수행
- : SETEC내 당직자 및 경비실/방재실, 강남 소방서, 강남 경찰서 등과의 연락망 확보(야간 비상연락망 구축)

— 청소계획

구분	장치, 철거기간	전시기간
참가업체	부스내 장치 및 철거시 발생 폐기물은 해당부스내 처리, 철거일 이후 부스내 들뜬물 주회축 임의대로 처리	부스내에서 발생하는 쓰레기는 퇴장 전 통로에 반출
전문 청소 요원 -SETEC 용역업체	기타 오물 수거처리는 SETEC 일상 청소에 준한 청소	근무시간: 08:00 - 18:00 인원배치: 10명 업무내용: 행사장 일제 청소, 수시청소 -행사장 정리청소
청소 운영요원	근무시간: 08:00 - 18:00 / 인원배치: 6명 업무내용: 개관 전 일제청소, 행사 중 쓰레기 수거 및 문반, 폐관 후 일제청소 실시	

□ 행사보험

— 보험개요

- 보험기간 : 건강박람회 2010 행사기간 및 설치 기간
- 보험명 : 영업배상책임보험 + 도급업자배상책임보험 + 임차자 배상책임보험 + 단체안심상해보험
- 담보대상 : 설치·철거 및 본 행사의 관람객, 전시회장 부스 및 각종 설치시공 노무자 및 당 행사 이해관계사 노무자, 시스템 / 운영요원

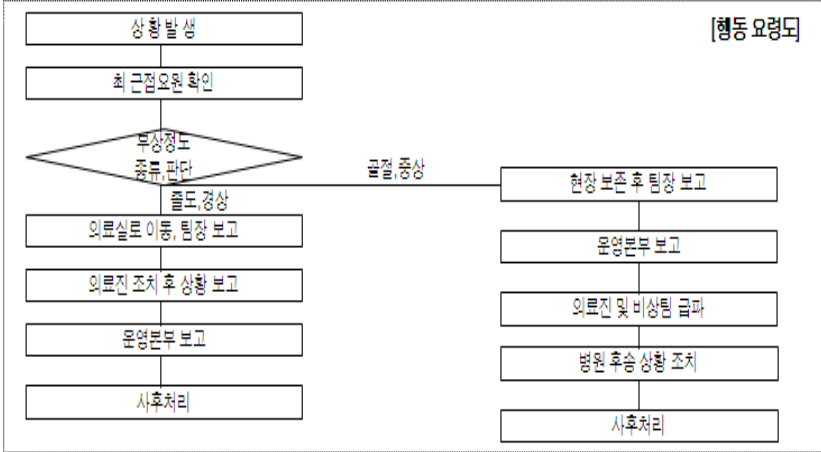
제2절 안전관리방안

□ 리스크 관리 계획

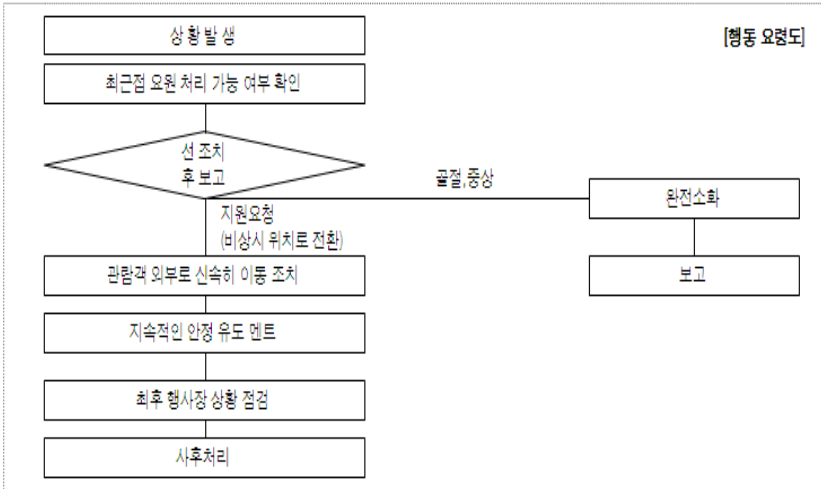
구분	내용
대규모 화재사고	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 긴급방송으로 상황 전파하여 질서 있게 행동하도록 유도 ▶ 비상구 개방 피난동선을 확보하여 관람객 피난 유도 ▶ 긴급 중상자는 소방헬기 이용 종합병원으로 후송 조치 ▶ 2차 폭발을 유발하는 압력용기, 발화물질 등 격리 제거
대규모 혼잡사고	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 장내 관람객 과밀상황을 수시 파악 관람객이 몰리는 지역은 인근 진행요원 출동 혼잡정리 버스 혼잡 시 입장객 제한, 다른 버스로 동선유도 ▶ 부상자는 119구급대 주관 응급조치하고 지정병원으로 후송조치
도난사고	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 피해자는 사고경위 등을 운영본부에 신고 ▶ 조직위, 경비용역사, 경찰 합동 사고경위 조사 후 범법자 수배 등 조치 ▶ 각 출입구, 혼잡지역에 대한 거동 수상자 감시 철저히
통신두절	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 무선 통신망으로 연락체계 전환 / 여유 무선기 및 배터리로 교체 ▶ 운영요원을 통한 신속한 상황 전달
전시물 파손	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 시설 팀 투입, 즉각적인 대처 ▶ 파손 정도가 클 경우 파손지역에 안전성 확보를 위하여 관람객 접근 제한 ▶ 각 버스 내 파손의 경우 버스 내에서 신속 해결토록 통보
안전사고 발생시	▶ 행사운영요원 및 경비대원에게 사전 질서유도 교육, 의료진 및 구조차 비상대기
환자 발생	▶ 인근 병원과 연락망 구축 / 박람회 의무실에서 응급처치
업무방해	▶ 경비대원에 의한 1차 계도 및 퇴장조치
취중혼란행위	▶ 주의 경고 조치 및 강제 퇴장 조치
관람객과다 혼잡사고	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 출입구 및 매표소 인력 추가 배치 / 진행인력 증원배치 / 안전동선관리 ▶ 입장 동선을 중간 중간 끊어서 입장 / 부상자 발생시 응급처치 및 후송
정전사고	▶ 정전에 따른 안내방송 실시 / 행사인원 랜턴 등 각 행사장 배치
행사 거부 (참가업체)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 사전 참가업체 동향 파악 ▶ 참가를 거부하고 철수 시, 대체 프로그램 사전 마련
부정입장	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 출입문 이외의 곳으로 입장 시 관람객 출입문 사용토록 안내 ▶ 미 등록자 입장 시 등록 후 입장토록 안내
잔류행위	▶ 폐장 후 경비시찰, 잔류행위 발견 시 퇴장 조치

□ 비상계획

－ 부상자발생시 행동 요령도

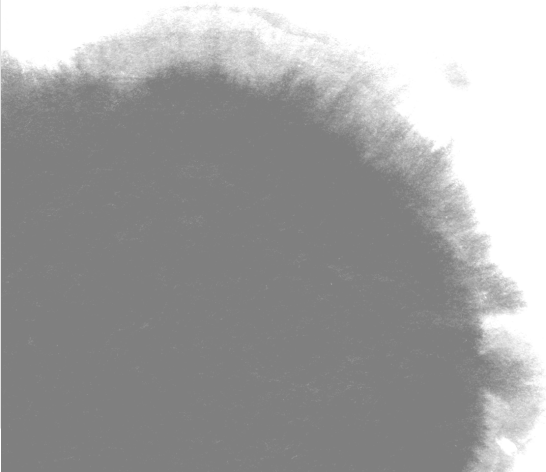


－ 화재발생시 행동 요령도



05

추진 일정 및 예산안



제5장 추진 일정 및 예산안

제1 절 추진일정

구분	주요업무	2008년		2009년					
		11	12	1	2	3	4	5	
기본 계획	. 세부계획 수립/확정 . 사무국 구성 및 운영	←→		←→					
참가업체 유치	. 업체유치 활동 . 접수 . 참가업체 설명회 . 부스 배치 확정	←→		←→					
행사장 조성	. 전시장 기반공사 . 실내 장치 공사 . 세팅 및 업체 반입						←→		
관람편의	. 관람편의 시설물 세팅 . 운영인력 선발 및 교육 . 경비세팅 . 보험 가입						←→		
주요행사 및 이벤트	. 주요행사 프로그램 협의 및 확정 . 주요행사 참석 list 확정, 조정업무 . 체험행사 협의 및 확정				←→				
홍보 마케팅	. 미디어 인프라 구축 및 언론홍보 . 광고 . 사전 홍보물 제작 배포 . 온라인 구축 및 홍보 . 홍보 이벤트 행사			←→					

제2절 2010 건강박람회의 예산

- 건강박람회 2010의 예산은 정부예산(10억) 외에 민간 협찬금(5억 예상)을 확보하여 최소한의 정부예산으로 최대의 효과를 거둘 수 있도록 사업을 추진할 예정임.
- 건강박람회 2010은 일부 민간에서 주최하는 상업성 행사와는 달리 공공성이 강조될 것이며, 전서관별 주제에 따라 민간을 적절히 참여 시키고자 함.
- 건강박람회 2010 예산 배분 또한 그 출처에 따라 집행을 달리하여 예산집행의 공공성과 투명성을 확보하고자 함.
 - 즉, 정부예산은 행사 개최에 필수적인 대관료와 기본시설설치비 및 전서관별 주제에 따른 모형 및 체험시설 제작에 소요될 예정임. 그리고 조직위원회 구성 및 운영비용 등으로 지출될 것임.
 - 민간 협찬금은 행사, 전문가 세미나와 교육 및 홍보 등을 위한 비용에 소요될 예정임.
- ※ 모형 및 체험시설 중 일부는 박람회 이후, 건강증진사업을 실시하는 보건소, 학교 등에 영구 시설화하여 박람회 이후에도 지속적으로 활용할 수 있도록 설치할 것임.

〈표 5-1〉 건강박람회 예산 수입 및 지출계획

예산 구분	정부	민간
예산 총액	10억	5억
수입 구분	○ 정부 예산	○ 민간기업 협찬 : 5억
지출 구분	정부	민간
지출 세부 사항	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대관료 및 제세공과금 : 160백만원 - 3개관, 7일 ○ 기본 전시시설 : 130백만원 - 기본 부스설치 ○ 전서관 설치 : 400백만원 - 체험시설 및 세부시설설치 : 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 각종 행사, 세미나 등: 265백만원 - 개막식 : 30백만원 - 단위 행사 : 100백만원 - 전문가 세미나 및 교육 : 135백만원 ○ 건강박람회 운영 : 72백만원

예산 구분	정부	민간
	300백만원 건강진단체험, 건강요리체험, 비만예방체험, 자전거타기등운동체험 등 6개 - 장비, S/W 제작(영상, 음악 등), 홍보용설치물, 인쇄제작물 등 : 100백만원 ○ 보건교육자료 프로그램 인쇄물 및 동영상 제작 배포: 200백만원 ○ 조직위원회 및 사무국 운영 : 70백만원 ○ 백서발간 : 10백만원 ○ 예비비: 30백만원	- 인력 운영 : 45백만원 - 기타 운영비 : 27백만원 ○ 건강박람회 2010홍보 및 광고 : 240백만원

〈표 5-2〉 1차 및 2차 건강박람회 예산 비교표

항목	건강박람회 2010 (2차 건강박람회)		건강박람회 2000 (1차 건강박람회)	
	정부지원: 10억원	민간지원: 5억원	정부지원: 24억7천 만원	민간지원: 13억8천 만원
o 대관료 등	160백만원		151백만원	
o 전시관 설치 등 - 기본 부스 설치 - 체험시설(건강진단, 건강요리, 비만예방, 자전거타기) 등 설치 - 장비, 설치물 등	530백만원 130백만원 300백만원 100백만원		1,245백만원	
o 각종 행사, 세미나 등 - 개막식 - 단위 행사 - 전문가 세미나 및 교육		265백만원 30백만원 100백만원 135백만원	406백만원	
o 건강박람회 운영 - 인력운영 - 기타 운영비		72백만원 45백만원 27백만원	911백만원	
o 건강박람회 2010 홍보 및 광고		240백만원	618백만원	
o 보건교육자료 프로그램	200백만원			

항목	건강박람회 2010 (2차 건강박람회)		건강박람회 2000 (1차 건강박람회)	
	정부지원: 10억원	민간지원: 5억원	정부지원: 24억7천 만원	민간지원: 13억8천 만원
인쇄물 및 동영상 제작 배포				
o 조직위 및 사무국 운영	70백만원		440백만원	
o 백서발간	10백만원		-	
o 예비비	30백만원		-	
계	15억원		38억5천만원	

〈표 5-3〉 건강박람회 2000 협찬금 내역

협 찬 내 역	협 찬 금(백만원)
계	713
종근당	300
메디다스	100
제일제당	100
현대자동차	100
SK 텔레콤	50
삼성생명	30
기업은행	25
한국건강관리협회	8

가. 공공부문예산

구분	항목	내용	단가 (천원)	수량	일수	금액 (천원)
1. 대관료 및 제세 공과금	대관료	SETEC 제 1,2,3 전시실			10일	133,450
	제세 공과금					27,000
	소계					160,450
2. 기본 전시시설	전시관 기본 시공	전시관 3조, 비즈니스센터 1조, 세미나룸 1조, 이벤트 무대 1조				160,000
	소계					160,000

구분	항목	내용	단가 (천원)	수량	일수	금액 (천원)
3. 전시관 세부시설	전시 시공	기본 부스 100부스	400	100		40,000
	주제별 독립부스	건강검진관, 운동체험관, 한식의 세계화전 등 주제관별 독립부스 설치	30,000	4		120,000
	전기 및 랜 간선 작업	전기 공사 및 간선 공사 일체				5,000
	바닥 작업	파인텍스 마감(2400평)	18	2400		43,200
	소계					208,200
4. 조직 위원회 및 사무국 운영	인건비	조직위원 및 사무국 인력 운영				20,000
	사업비	여비, 회의비				10,000
	경상비	사무실 임대료, 기자재 구입, 업무비, 수용비				20,000
	소계					50,000
5. 홍보 및 광고	대중성 홍보	방송 PPL, 무가지 홍보, MBC 잠간만 캠페인, 홍보물 제작 및 배포 등				110,000
	전문성 홍보	홈페이지, 라디오 인터뷰, 기자간담회, 세미나 등				70,000
	국제성 홍보	여행사 설명회, 언론기고				22,000
	광고	검색광고, 배너광고, 옥외광고, 라디오광고, 신문광고, CATV 광고				150,000
	대행 수수료 및 VAT					50,000
	소계					402,000
6. 백서 발간	백서발간	500부	20	500		10,000
	소계					10,000
7. 예비비	예비비					10,000
	소계					10,000
계						1,000,650

나. 민간부문예산

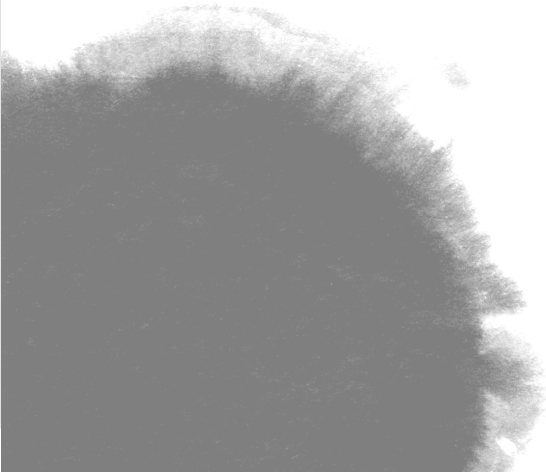
구분	항목	내용	단가 (천원)	수량	일수	금액 (천원)
1. 장비 렌탈	사무국 OA기기	데스크 탑 4대, 프린터, 팩스, 복사기 등 OA 기기				5,000
	사무국 가구 용품	책상, 의자, 소파, 테이블				1,000
	비즈니스 센터 OA 기기	데스크탑 12대, 프린터, 팩스 등 OA 기기				4,000
	영상 스크린 기기	빔 프로젝터, 스크린, 음향 시스템				7,000
	비즈니스 센터 가구용품	의자				1,000
	유선전화	사무국 4대, 비즈니스 센터 4대	256	8		2,048
	소계					20,048
2. 홍보용 설치물	천정 배너	2*4	180	45		8,100
	입구 아취	각 전시관 Main Gate	1,200	4		4,800
	메인 입구	20000*2300	3,500	1		3,500
	가로등 배너	0.5*2.5	70	45		3,150
	X배너	0.6*1.8	120	4		480
	대형 배너	20000*6000	2,400	3		7,200
	배너 장비대	크레인	500	1		500
	소계					27,730
3. 제작 인쇄물	리플릿	140mm X 300mm(4p)	250원	20,000		5,000
	대렉토리		7	1,000		7,000
	포스터	600mm X 900mm	1	2,000		2,600
	홍보 제작물	초청장, 브로셔, 안내문 등				10,000
	비표 제작		250원	15,000		3,750
	쇼팽백	300mm X 400mm	1	8,000		8,000
	의상	도우미, 진행 등 각종 운영요원 의상	10	100		1,000
	소계					37,350
4. S/W	네트워크	4M, 5회선 기준(운영본부), 랜				5,000

구분	항목	내용	단가 (천원)	수량	일수	금액 (천원)
제작 (영상 음악 등)	(LAN) 사용	가설비용 포함				
	전기 사용	비즈니스 센터, 주재관, 사무국 (27KWh)				10,000
	자료 영상, 사진	영상 촬영 및 스틸 촬영, 편집				20,000
	소계					35,000
5. 개막식 및 개막 콘서트	사회자	개막식 진행 MC				3,000
	터치버튼	청사초롱 형식의 자체 발광 효과				3,000
	백드롭	개막 통천				1,000
	특수효과	Air shot 2조, CO2				1,000
	의전용품	장갑, 꽃사지 및 기타 개막용품 등				500
	음향 시스템	JBL 파워앰프 2ea/중저음 앰프 2ea/스피커 2ea/음향 콘솔 1set				1,500
	일괄 예산	방송 연계 콘서트				150,000
	소계					160,000
6. 단위 행사	무대 이벤트	퀴즈배틀, 건강체조 등 무대 이벤트 비용 일체				15,000
	체험 이벤트	내 몸의 건강디자인, 가상체험 등 체험 이벤트 비용 일체				25,000
	세미나 운영	박람회 기간 중 세미나실 현장 운영 비용(동시통역부스 등)				20,000
	어린이날 특집	Cool Kids Contest 비용 일체				30,000
	어버이날 특집	어르신 건강체조 경연대회 비용 일체				30,000
	소계					120,000
7. 인력 운영	슈퍼 바이저	6명 * @100,000원	100	6	9	5,400
	통역 운영비	5명 * @150,000원	150	5	8	6,000
	진행 요원	25명 * @70,000원	70	25	8	14,000
	도우미	25명 * @200,000원(검은색 정장, 신발 및 세탁비 포함)	150	25	8	30,000
	소계					55,400
8. 기타	식대	7일 * 50명 * @25,000원	25	50	7	8,750

구분	항목	내용	단가 (천원)	수량	일수	금액 (천원)
운영비	차량 대여	7일 * @250,000원	250	2	7	3,500
	일일 운영비	7일 * @800,000원(교통 유류비 및 각종 운영비용)	800		7	5,600
	행사보험	7일간 상해보험				10,000
	예비비	보험료 추가 및 운영 예비비				20,000
	소계					47,850
계						503,378

06

사후 평가 및 활용



제6장 사후평가 및 활용

- ‘건강박람회 2010’에서 제작된 전시물은 박람회 이후 보건소, 민간단체 등에서 영구 전시하도록 하여, 향후 건강증진사업에 활용되도록 함.
- ‘건강박람회 2010’ 기획 단계부터 행사 종료까지의 모든 사항 및 개발된 건강프로그램을 기록한 인쇄물(건강박람회 2010 백서)과 동영상을 발간 배포하여, 건강박람회 2010의 결과물이 향후 건강증진사업에 활용되도록 함.
- 또한, 사후 평가를 통해 ‘건강박람회 2010’에 대한 기획의 적절성, 참가자의 만족도, 개최목적의 부합성, 프로그램의 효과, 비용효과성 등의 관점에서 평가를 실시함. 이를 통해 차기 건강박람회에 대한 참고자료로 활용하고자 함.
- 2010년 건강박람회에서 10만명 참가시 약 127억원의 질병예방효과 예측됨.
 - 흡연, 음주, 운동부족, 영양불균형으로 인한 질병비용이 약 7조원에 달하고, 이는 성인 인구 1인당으로 환산했을 때 약 20만2천원으로 추정됨.
 - 지난 ‘건강박람회 2000’의 경우, 박람회에 참여자의 63%가 향후 건강생활 실천의지를 밝힌 바 있음. 이를 10만에 적용하여 63천명에 대해 계산하면 약 127억원으로 환산됨.

참고 문헌

건강박람회 2000 조직위원회, 건강박람회2000 백서, 2000.

김미숙 외, 건강박람회 2000의 성과평가와 발전방향, 한국보건사회연구원,
2001.