분 야	서비스		
제 목	**혁신형 중소기업에 대한 방송광고 활성화 지원**	기관명	**방송통신위원회** (한국방송광고진흥공사)

우수 중소기업 방송광고 제작지원 사업을 수요자인 중소기업의 입장에서 프로세스를 개선하여 중소기업 지원 및 방송광고 시장 활성화 강화 ※ '16년 TV광고 47개사, 라디오광고 48개사 등 95개사에게 2,410백만원 지원 예정

□ 추진배경

○ 방통위는 '15년부터 우수한 기술력을 가지고 있으나 마케팅 능력 부족으로 어려움을 겪는 중소기업이 방송광고를 통해 지속적으로 성장할 수 있도록 지원하고,

- 중소기업의 방송광고 시장 진입으로 방송광고 시장의 활성화를 유도하기 위해 혁신형 중소기업 방송광고 제작지원 사업을 추진

○ '16년에는 정부 3.0을 적극 반영하여 수요자 중심의 맞춤형 서비스를 제공하기 위한 방송광고 컨설팅 제공 및 국민디자인단 운영과, 부처간 칸막이를 없애 소통·협력하는 부처간 협업을 추진

□ 추진내용(또는 추진경과)

○ 개별 중소기업의 필요에 부응하는 방송광고 컨설팅 제공

- 중소기업은 방송광고에 대한 전문지식과 전문인력이 부족하여 방송광고 제작에 어려움을 겪고 있고,
- 방송광고에 대한 단체교육을 실시하였으나, 기업별 필요 부분이 달라 개별 기업의 필요에 부응하기 위한 방송광고 컨설팅 제공
- 1차 13개사, 2차 11개사 등 24개사에 대해 컨설팅 제공

* 2차 컨설팅 제공시에는 1차 컨설팅 이후 도출된 문제점과 국민디자인단 운영과정에서 제시된 개선방안을 반영

○ 수요자와의 소통을 위한 국민디자인단 운영 및 중소기업 간담회

- 지원받은 중소기업, 중기협회, 학계 등 10명으로 국민디자인단을 구성하여 지원기업 및 컨설턴트 설문, 워크숍 등 실시('16.5~8월)
- 지원사업의 수요자인 중소기업과의 소통을 위해 상·하반기 지원기업 간담회 개최(방통위 위원장, 코바코 사장, 지원기업 대표, 국민디자이너 참석)

○ 중소기업의 의견을 반영한 사업수행절차 개선

- 사업수행 중 인지한 불편사항과 지원기업 실무자와의 간담회('15.12.7.)에서 건의한 내용 등을 반영하여 상·하반기 2회 선정, 의무 송출비율 축소, 중간보고 절차 마련 등 사업수행 절차 개선

○ 소통과 협력을 위한 부처간·기관간 협업

- 중소기업 방송광고 제작지원을 위해 방통위와 코바코 이외에 중소기업청, 중소기업중앙회, 이노비즈협회, 광고전문가, 학계 등으로 『중소기업 방송광고 활성화 지원협의회』를 구성·운영(7회 개최)

□ 주요성과(결과)

○ 맞춤형 컨설팅 제공으로 중소기업의 비전문성 보완

- 체계적 광고기획 수립, 광고제작사 선정, 제작된 광고에 대한 검증 지원 등을 통해 중소기업이 체계적인 광고제작 가능

○ 간담회 및 국민디자인과제를 통한 개선대안 마련

현재(Pain Points & Needs)		개선대안(Idea)
지원사업에 대한 이해부족, 적절한 지원대상 선별을 위한 사전교육 필요		o 연말, 연초 선교육 실시 - 지원 사업 이해, 기업의 판단에 도움
기업의 이해부족, 제품 이해와 시간 제약 등 컨설팅 한계		o 1명의 컨설턴트가 토탈 서비스 제공 o 컨설팅 조기 실시
타이트한 송출시기를 기업특성에 따라 탄력적인 조정 필요	⇒	o 사업추진 방식 조정(상.하반기, 1년) o 1~2달 앞당기는 등 사업수행 시기 조정
한번 지원받았던 기업이 다시 지원받을 수 있는 기회 제공		o 재지원 기회 확대(명확한 가이드라인) o 지원대상 중소기업 범위 확대
광고제작 업체에 대한 신뢰도가 낮은 상황으로 제작업체 매칭 필요		o 광고전문가 및 전문 업체의 데이터 구축 및 List 공유

○ 절차 개선에 따른 사업수행 효율성 제고

- 중간보고를 통해 지원예상금액 파악, 중도포기 기업 조기확인 등이 가능해짐에 따라 지원대상 추가선정, 2차 선정규모 조정 등 사업 효율성 제고

구분	연간 지원 건수	1차 선정				2차 선정				
		지원 계획	선정	중도 포기	추가 선정	당초 계획	수정 계획	선정	중도 포기	추가 선정
TV	45	30	30	10	10	15	17	17	1	1
라디오	40	30	27	4	-	10	26	26	1	-

○ 성공요인

- 수요자인 중소기업과의 간담회, 전문가와 수요가가 참여하는 국민디자인과제 수행, 사업수행과정에서의 중소기업과의 지속적 연락 등 다양한 방식으로 수요자와의 소통을 통해 문제점을 인식하고 적극적으로 개선
- 부처간·기관간 협업을 통해 중소기업의 현황 및 요구사항 등을 반영하여 개선함에 따라 지속적·효율적 사업보완 가능
- 예정된 시간을 1시간 가까이 초과해서 진행되었던 중소기업 간담회, 2회의 언론기고 등 기관장의 적극적인 관심과 참여

새로운 마케팅 방법을 고민하던 중소기업 대표 김철수씨는 홈페이지 자료와 사업설명회를 통해 방송광고 제작지원 사업에 대해 알게 되었고, 방송광고를 하면 제품의 이미지를 높일 수 있을 것이라는 기대를 가지고 방송광고 제작지원 사업에 지원하게 되었다. 막상 지원대상으로 선정되었지만 광고에 대한 전문지식이 없었던 김철수씨는 함께 제공되는 방송광고 원스톱 컨설팅을 통해 대상 제품에 맞는 광고전략을 수립하고, 우수한 제작사를 선정하여 방송광고를 제작할 수 있었으며, 제품의 주 사용자인 중년층이 많이 시청하는 A방송사를 선택하여 집중적으로 광고를 하게 되었다. 방송광고가 진행되면서 제품을 알아보는 사람들이 생기고, 이에 따라 매출이 늘어나게 되자 김철수씨는 제품생산 확대와 신제품 개발을 위한 직원채용을 준비하고 있다.

참고1 **1차 컨설팅 내역**

기업명	매체	제품설명	방식	소재지	컨설턴트		컨설팅 시간	비고
강청	R	친환경가루비누	토탈	전라남도 담양군	기획	박경원	4	사전미팅1시간, 3인1회3시간컨설팅
					제작	박종선	3	
					집행	윤준수	3	
엔에프	TV	산소발생기	토탈	서울특별시 마포구	기획	구본진	3	사전미팅1시간, 3인1회2시간컨설팅
					제작	배진환	2	
					집행	강양욱	2	
아이디에스	R	성형 생산 기기 프로모션 프레스	토탈	대구광역시 달서구	기획	안경열	3	3인 1회 3시간 컨설팅
					제작	문영훈	3	
					집행	오철환	3	
건우애듀	R	원어민 화상영어 교육 앱 잉글리쉬스팟	토탈	서울특별시 노원구	기획	구본진	3.5	사전미팅2시간, 3인1회1.5시간컨설팅
					제작	배진환	1.5	
					집행	강양욱	1.5	
제이제이컴퍼니	TV	어린이 놀이방 매트	토탈	경기도 오산시	기획	임승섭	2	사전미팅2시간, 제작사선정으로 이후 컨설팅 진행하지 않음
					제작	류남길		
					집행	임상욱		
애드웹	R	모바일 웹 제작 서비스 및 관리 솔루션 제공	토탈	대구광역시 수성구	기획	안경열	2	사전미팅2시간, 제작사선정으로이후 컨설팅 진행하지 않음
					제작	문영훈		
					집행	오철환		
엔알피시스템	TV	차량 관제 서비스	토탈	서울특별시 영등포구	기획	구본진	3.5	사전미팅2시간, 3인1회1.5시간컨설팅
					제작	배진환	1.5	
					집행	강양욱	1.5	
남도농산	TV	약용 식물 가공 음료	토탈	전라남도 강진군	기획	박경원	2	콘티완료후 3인 1회 2시간 컨설팅
					제작	박종선	2	
					집행	윤준수	2	
시스트란인터내셔널	TV	스마트폰 탑재 번역 소프트웨어	토탈	서울특별시 강남구	기획	임승섭	6	사전미팅2시간, 전체13.5시간컨설팅
					제작	류남길	7.5	
					집행	임상욱	0	
재영	TV	PVC바닥장판	토탈	경기도 파주시	기획	임승섭	6	사전미팅2시간, 전체14시간컨설팅
					제작	류남길	7	
					집행	임상욱	1	
위드닉스	TV	디지털 전기오븐	개별(집행)	경기도 광주시	집행	강양욱	2	사전미팅2시간, 광고주매체예산 미확정으로 이후 컨설팅 진행하지 않음
케이웨더	TV	공기개선 서비스	개별(집행)	서울특별기 구로구	집행	임상욱	2	〃
아크원소프트	R	임대관리 자동화 유료 애플리케이션 프로그램 모카룸	개별(집행)	서울특별시 구로구	집행	임상욱	2	〃

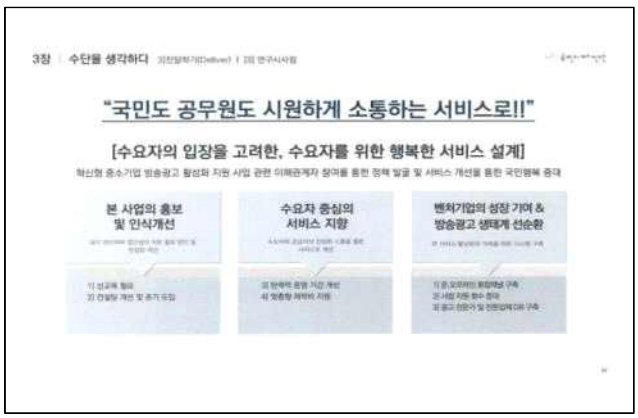
참고2 **중소기업 간담회 내역**

혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원사업 효과평가 간담회('15.12.22)

중소기업 방송광고 활성화 지원사업 상반기 선정기업 간담회('16.4.26)

중소기업 방송광고 활성화 지원사업 하반기 선정기업 간담회('16.8.30)

참고3 | **국민디자인 과제 실시**



중소기업 방송광고 활성화 지원사업 컨설팅서비스 미팅('16.5.20)

중소기업 방송광고 활성화 지원사업 국민디자인과제 워크숍('16.8.16)

참고4 **언론 보도자료**

MBC-TV 뉴스데스크(청주, 6월29일)

연합뉴스(3월3일)

방통위·코바코, 중소기업 방송광고 제작비 지원

연합뉴스

기사입력 2016/03/03 09:27 송고

(서울=연합뉴스) 이슬기 기자 = 방송통신위원회(방통위)와 한국방송광고진흥공사(코바코)는 중소기업을 대상으로 방송광고 제작비 지원 신청을 받는다고 3일 밝혔다.

방통위·코바코는 재정적인 부담 때문에 방송광고를 하지 못하는 우수 중소기업에 광고 제작비의 50%를 지원해준다. TV광고는 5천만원, 라디오 광고는 400만원까지 지원된다.

지원 대상은 벤처·녹색인증·사회적기업·두뇌역량 우수전문기업 등으로 인증을 받은 '혁신형 중소기업'이다.

최근 1년 동안 지상파나 종합편성채널에서 방송광고를 하지 않은 혁신형 중소기업은 코바코 홈페이지(www.kobaco.co.kr)에서 신청서를 다운로드 받아 오는 21일부터 4월 1일까지 이메일로 제출하면 된다.

코바코 관계자는 "1998년부터 중소기업을 위한 방송광고비 할인 제도를 운영해 지금까지 총 2천200여개 중소기업에 1천900억원의 송출료 할인을 지원해왔다"고 말했다.

서울신문(3월11일)	중앙일보(3월16일)

서울신문 2016년 03월 11일 금요일 030면 사설/오피니언

방송광고 활성화를 위한 두 가지 전략

기 고

최성준 방송통신위원회 위원장

'초당 2억의 기적', '전 세계적인 광고대전', '광고 자체가 매력적인 콘텐츠', 이 화려한 수식어는 모두 하나의 광고를 가리키는 별칭이다. 바로 미국의 슈퍼볼 광고다.

2016년 기준으로 30초짜리 광고 한 편의 단가가 60억원이지만 실제 광고 효과는 100억원 이상으로 추정되는 슈퍼볼 광고는 단순히 스포츠 경기에 붙는 광고가 아니라 창의적인 광고를 선보여 전 세계적으로 브랜드를 홍보하려는 기업의 노력의 산물이라고 할 수 있다.

이처럼 방송광고는 상품 판매뿐만 아니라 기업의 브랜드 이미지 제고, 경제 활성화까지 가능케 하며 방송사에는 방송콘텐츠 제작을 위한 핵심 재원이다.

2014년 4월 출범한 제3기 방송통신위원회는 '혁신적인 정보통신 생태계 조성'과 '중소기업 성장 희망사다리 구축'이라는 국정과제 달성을 위해 방송광고 시장 활성화 정책을 추진해 왔는데, 크게 두 가지로 나눌 수 있다.

첫째, 방송광고 규제 완화이다. 인터넷, 모바일 매체에 비해 규제 수준이 높고, 광고 시간의 총량만을 규제하는 해외 선진국에 비해서도 엄격한 방송광고 규제를 완화했다. 2014년 규제 완화 방안을 발표한 이후 방송광고 총량제 도입 및 확대, 가상광고 허용 프로그램 확대 등을 주요 내용으로 하는 방송법 시행령 개정을 통해 복잡하고 경직적인 방송광고 규제체계를 합리적으로 개선한 것이다. 정부는 올해도 방송광고 시장의 활성화를 저해하는 규제들을 재검토하여 시장에 활력을 불어넣을 수 있도록 지원할 것이다.

둘째, 중소기업 대상 방송광고 지원이다. 방송광고는 중소기업과 중소기업 상품의 인지도를 높이는 가장 효과적인 마케팅 중 하나다. 방송통신위원회는 우수한 기술력을 가지고 있음에도 불구하고 인지도 부족으로 상품 판로 개척에 어려움을 겪고 있는 중소·벤처기업을 지원하기 위해 2015년부터 방송광고 제작비의 50%를 지원하는 정책을 실시했다. 또한 방송사, 미디어렙사 등과 협력하여 방송광고 송출비를 70% 할인받게 하고 있는데, 2015년 기준으로 287개 중소·벤처기업들이 447억원의 비용을 절감하였다.

중소기업의 방송광고 제작 및 송출 지원은 중소기업을 방송광고 시장으로 쉽게 진입할 수 있게 하고, 성장한 중소기업은 새로운 광고주가 되어 방송광고 시장 활성화에 기여할 것이다. 소비자들의 콘텐츠 이용행태 변화로 모바일·인터넷 매체의 영향력이 커지면서 모바일·인터넷광고 매출액이 전체 광고시장에서 차지하는 비중은 2010년 36%에서 2015년 44%로 상승한 반면 방송광고 매출액은 38%에서 36%로 감소했다.

방송통신위원회는 앞으로도 이러한 미디어 환경 변화에 대응하여 방송·신문·인터넷·옥외 등 매체별 광고 규제체계를 종합적으로 재검토하고, 민간의 창의적인 아이디어와 IT 기술의 융합 등에 따라 새롭게 등장하는 신유형 방송광고를 제도화하는 방안을 마련할 것이다.

아울러 방송광고를 소비하는 시청자의 시청권을 보호하기 위한 사후 방송광고 관리 및 감독을 더욱 엄격히 할 것이다.

중앙일보 2016년 03월 16일 수요일 023면 사회

"광고는 투자, 어려울 때 더 힘쏟아야"

방송광고진흥공사 곽성문 사장

작년 흑자 전환, 올해 콘텐트에 투자

우수 중소기업 광고제작비도 지원

"광고는 소비자의 마음을 끌어당기는 불꽃입니다. 그래서 소비자의 구매와 기업 매출이 늘면 광고도 또 늘어나는 선순환 구조가 이뤄집니다."

한국방송광고진흥공사(이하 코바코) 곽성문(63·사진) 사장의 말이다. 2014년 9월 취임해 3년 임기의 절반쯤에 이른 그는 본지와 인터뷰를 갖고 "기업이 어려우면 광고비부터 줄이곤 하지만 어려운 때일수록 투자가 필요하다"고 강조했다. 그러면서 "쿠쿠전자나 동서식품은 과거 외환위기 때 오히려 광고비를 늘였다"고 소개했다. 그는 특히 굵직한 대기업들을 거론하며 "국내에서 발생한 이익을 국내에 돌리고 내수를 진작하는 차원에서라도 국내 광고를 늘여야 한다"며 "전체 광고비의 10~20%는 국내 광고를 해야 한다"고 주장했다. 이들 대기업의 해외·국내 매출과 광고 규모를 견줘보면 "지나치게 해외 광고에만 집중한다"라는 지적이다. 곽사장은 코바코가 판매를 대행하는 지상파 TV·라디오 등의 미디어 광고가 "결국 좋은 콘텐트의 생산에 기여한다"고도 말했다.

인터넷·모바일 등 새로운 매체의 성장과 전반적인 경기침체 속에 지상파를 비롯해 기존 미디어의 광고시장이 위축된 상황이지만 코바코는 지난해 40여억원의 흑자를 냈다. 2012년 경쟁체제 도입과 함께 기존 한국방송광고공사가 현재의 진흥공사로 새출범한 이후 첫 흑자다. 곽 사장은 "공기업이 매년 큰 흑자를 낸다면 그것도 이상한 일"이라며 "공기업인 코바코는 공적 기여라는 측면에서도 광고진흥책을 적극적으로 펼치고 있다"고 소개했다. 우수 중소기업에 광고비를 최대 70%까지 할인해주는 제도 등이 그 예다. 외환위기 이후 도입된 이 제도는 지난해 지원 규모가 200여 업체, 350억 원에 이른다. 곽사장은 "중소기업의 큰 애로사항이 제품 개발 이후 마케팅"이라며 "지난해부턴 우수 중소기업의 광고제작비도 지원하고 있다"고 덧붙였다.

곽사장은 "올해는 콘텐트 투자 등 신규 사업을 많이 벌이려 한다"고 말했다. 특히 "200억원 규모로 투자펀드를 조성, 영화나 독립제작사 드라마에 투자하려 한다"고 밝혔다. 코바코는 올 들어 중국 관영 CCTV와도 긴밀하게 협력 중이다. CCTV의 국내 광고판매를 대행하는 독점계약을 맺었고, '효(孝)'를 주제로 한 공익광고를 공동제작해 동시 방송하는 공익캠페인을 펼치고 있다.

글=이후남 기자, 사진=권혁재 사진전문기자
hoonam@joongang.co.kr

이데일리(8월30일)

방통위, 혁신형 중기 방송광고 참여기업 간담회 개최

▶ 강남 22억아파트 입주女 정체 들통 충격반

[이데일리 김유성 기자] 방송통신위원회는 혁신형 중소기업을 지원하는 '혁신형 중소기업 방송광고 제작지원' 사업에 참여했던 기업과 올해 제2차 지원대상으로 선정된 기업을 격려하기 위해 30일 간담회를 개최했다.

지난 4월에 실시한 1차 지원대상에 선정되어 현재 방송광고 제작지원을 받고 있는 혁신형 중소기업과 이번에 2차 지원대상에 선정된 혁신형 중소기업 등 6개 중소기업이 참여한 간담회에서 최성준 위원장은 중소기업의 방송광고 지원 사례와 방송광고 제작지원 사업에 대한 개선 및 지원확대 요청 등 방송광고와 관련한 중소기업들의 의견을 청취했다.

최성준 위원장은 간담회에서 "방통위는 중소기업에 대한 지속적인 방송광고 지원을 위해 내년도 예산 확대를 추진하고 있으며, 중소기업에 대한 효과적 지원을 위해 서비스 디자인 전문가와 광고계 및 지원받았던 기업 관계자, 학계 전문가 등이 참여하는 국민디자인단 컨설팅을 통해 사업방식 개선을 추진하고 있다"고 말했다.

또한 최성준 위원장은 "오늘 간담회에서 나온 의견과 국민디자인 컨설팅을 통해 발굴된 개선점들을 사업추진시 적극 반영할 계획"이라며 " 2016년 제2차 혁신형 중소기업 방송광고 제작지원 대상으로 선정된 43개 중소기업에게 방송광고 제작지원과 컨설팅을 통해 수요자 맞춤형 서비스를 제공하여 정부 3.0의 핵심가치를 실현하겠다"고 전했다.

또한 최성준 위원장은 "오늘 간담회에서 나온 의견과 국민디자인 컨설팅을 통해 발굴된 개선점들을 사업추진시 적극 반영할 계획"이라며 " 2016년 제2차 혁신형 중소기업 방송광고 제작지원 대상으로 선정된 43개 중소기업에게 방송광고 제작지원과 컨설팅을 통해 수요자 맞춤형 서비스를 제공하여 정부 3.0의 핵심가치를 실현하겠다"고 전했다.

아울러, 혁신형 중소기업 방송광고 제작지원 간담회 이후 한국방송광고진흥공사(사장 곽성문) 주관으로 이번에 선정된 중소기업을 대상으로 협약체결식 및 방송광고 교육을 실시한다.

최성준 방통위 위원장(가운데)과 혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원 선정 기업 관계자들이 기념 사진을 찍고 있다. 방통위 제공