
KOBACO 업무 현황

2018. 10.

I. 일반 현황

1 개 요

이사회	의장	기관장 겸임	상임이사	4명(감사 1명)		
			비상임이사	6명		
기 관 장	김 기 만					
설 립	2012. 5월 한국방송광고진흥공사 설립(자본금 3천억원)					
법적근거	방송광고판매대행 등에 관한 법률 제4장					
법적 임무	○ 방송광고의 판매대행 및 방송광고 균형발전 지원사업 ○ 방송통신광고산업 진흥사업 ○ 공익광고 등 공익기업으로서의 부대사업					
조직 현황	4본부 2실 7국 27팀 4지사					
인원 현황 (현원 기준)	임원		직원		계(임원+직원)	
	정원	6	정원	301	정원	307
	현원	5	현원	294	현원	299

※ 2018년 10월 현재 기준, 임금피크제 별도정원 9명 포함

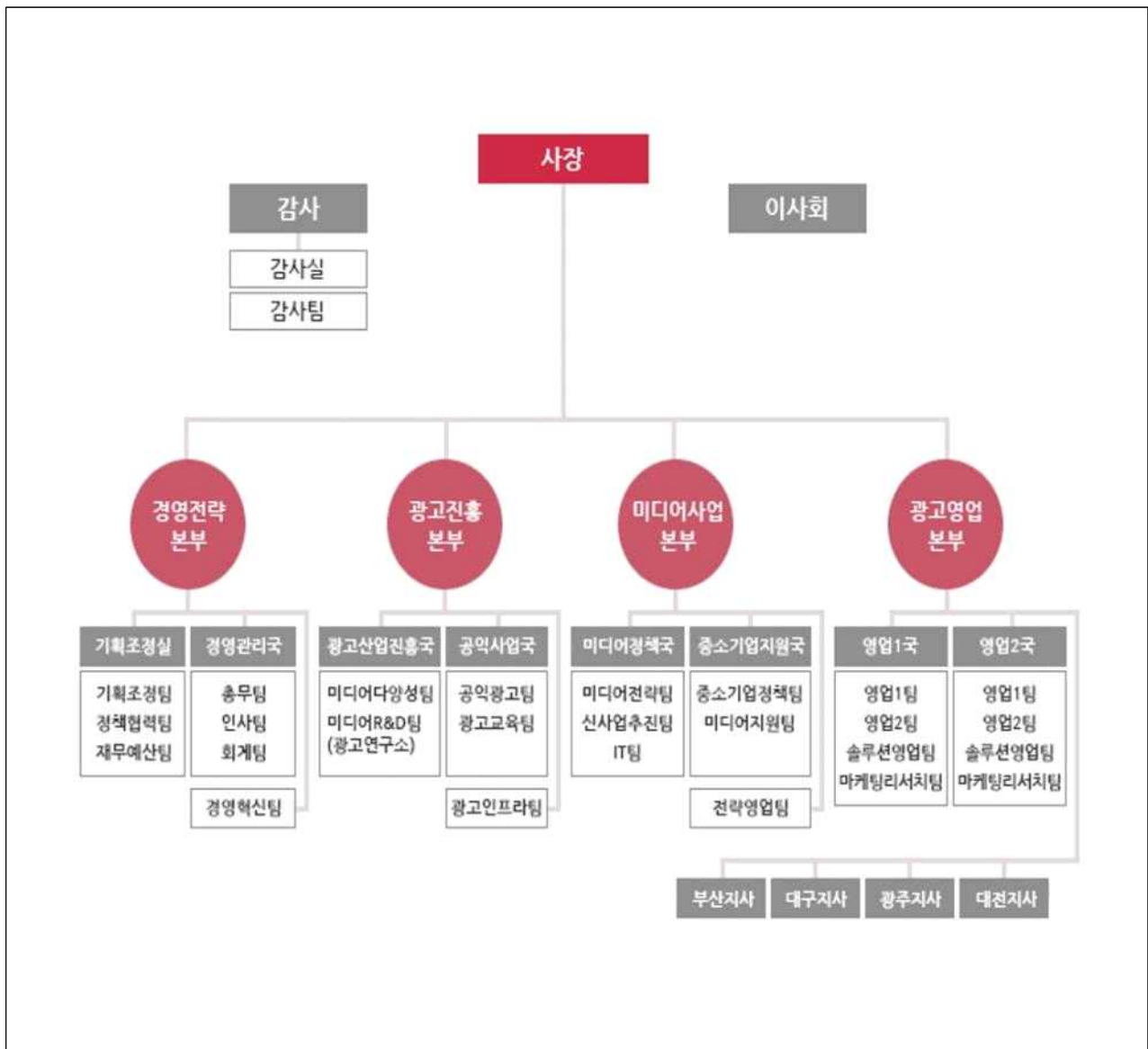
□ 임원현황

(2018. 10월 현재)

직 위	성 명	연 령	현 직 임 용 일 자
사 장	김 기 만	64	2018. 09. 04
감 사	이 근 섭	52	2018. 05. 21
전무이사(경영전략본부장)	-	-	-
광고진흥본부장	김 성 규	58	2017. 03. 07
미디어사업본부장	윤 백 진	55	2017. 03. 07
광고영업본부장	성 낙 중	58	2016. 12. 14

2 조직 및 예산

□ 조직 : 4본부 2실 7국 27팀 4지사



□ 2018년 예산

○ 수입 723억원, 지출 721억원

- 방송통신발전기금 105억원(미디어다양성증진사업 등, 방통위/과기부 위탁)을 제외한 전액 자체 수입(방송광고판매, 방송회관·광고문화회관 운영 등)

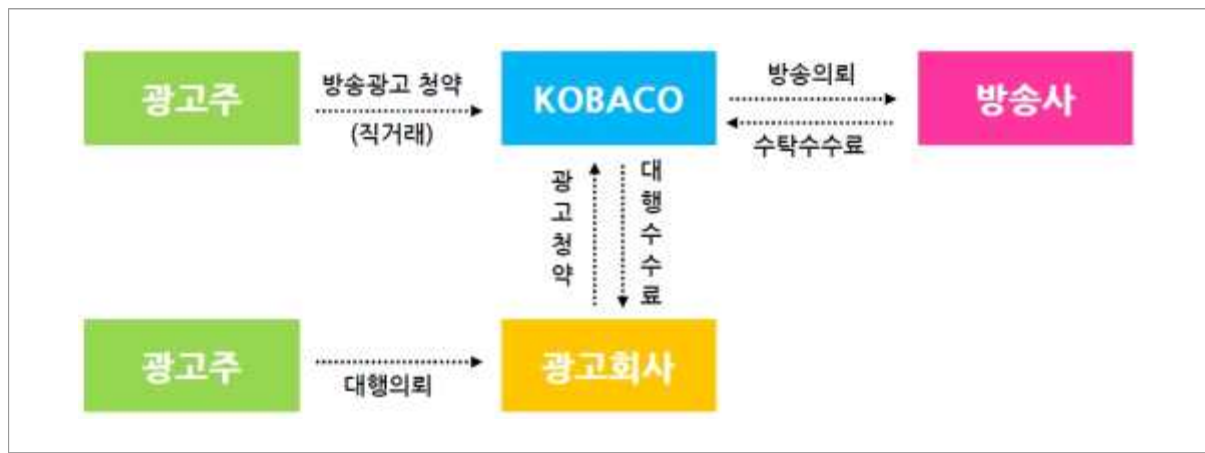
(단위 : 백만원)

구 분		‘18년 연간예산	비고
수 입	○ 광고판매 수수료수입	32,010	수탁수수료(약14%)-대행수수료 (약11%)의 차액(약3%)
	○ 시설판매수입	2,300	연수원
	○ 시설임대수입	12,257	광고문화회관, 방송회관
	○ 프레스센터	6,500	
	○ 영업외수익	8,070	
	○ 부대사업수익	560	KODEX전송료 등
	○ 기금수입	10,561	미디어다양성 증진사업 등
	계	72,258	
지 출	○ 인건비	29,595	
	○ 경 비	14,609	
	○ 사업비	17,365	
	(광고판매사업)	(2,142)	광고판매, 마케팅조사사업
	(광고진흥사업)	(2,890)	광고연구, 공익광고사업 등
	(공익자산운영)	(12,333)	건물유지관리비 등
	○ 기금 사업비	10,561	미디어다양성 증진사업 등
	계	72,130	

II. 주요업무 추진현황

1 방송광고 판매대행

□ 판매 프로세스



○ (대행 매체) 지상파 19개, 지상파DMB 7개 및 기타 매체

구분		매체
지상파 TV/라디오	TV(3개)	KBS-2TV, MBC, EBS
	라디오(16개)	KBS(2R, 2FM), MBC(AM, FM), CBS(AM, FM), BBS, cpbc, FEBC, WBS, KFM, 경인방송-FM, YTN-FM, tbs-eFM, Busan e-FM, GFN-FM
지상파 DMB	TV(7개)	KBS-HEART, myMBC, MBC every1, mYTN, U1, QBS, 한국경제TV
기타	IPTV 등	KT 스카이라이프, SK 브로드밴드 BTV, KBS-N, KBS-World

○ (거래 광고회사) 제일기획 등 449개사 (2017년 1~12월 기준)

○ (거래 광고주) 삼성전자 등 3,438개사 (2017년 1~12월 기준)

○ (결합판매 지원) 영업환경이 어려운 종교 및 지역방송의 경영재원 토대마련을 통한 언론 다양성과 지역문화발전에 기여하고자, 결합 판매* 지원고시(방통위)에 따른 결합판매 비율** 준수

- EBS, 지역 MBC 16개사, 종교 및 중소라디오 11개사 균형발전 지원
- 2017년 전체 지원 실적 : 1,124억원
- EBS, 지역 MBC 등 775억원, CBS 등 종교 및 중소라디오 349억원

* 네트워크 지역지상파 방송사업자와 중소지상파 방송사업자의 방송광고를 다른 지상파 방송사업자(KBS, MBC)의 방송광고와 결합판매하는 행위(미디어법 제 2조)

** 미디어렙사의 총 매출액 대비 '17년 기준 kobaco(12.4017%), 민영렙(9.1133%)

2

방송통신광고산업 진흥

2.1 중소기업 방송광고 지원사업

□ **방송광고비 할인사업**(' 98년 시행 , ' 08년 산업포장 , ' 10년 대통령상 , ' 15년 대통령상)

○ (사업 목적) 중소기업 육성정책에 부응하고 경제 활성화를 도모하기 위해 중소기업 대상 방송광고비 할인 및 마케팅 활동을 지원하는 제도

○ (지원 내용) 선정 중소기업은 광고비 70% 할인 또는 200% 보너스 제공

구분	지원기간 (최초방송광고 계약기준)	지원내역	
		우선시간대	우선시간대 외
내용	계약 시 ~ 3년	정상가 기준 70% 할인	보너스 200% 제공

○ (신청 대상) 벤처기업, 이노비즈 중소기업, 메인비즈 중소기업, 우수녹색경영 중소기업, 녹색인증 중소기업, 하이서울브랜드 중소기업, 글로벌IP기업, 지식재산경영인증기업, 사회적기업, 두뇌역량우수전문기업,

중소기업유통센터 지원기업, 소상공인시장진흥공단 지원기업, 연구소기업 중 최근 6개월 이내 지상파 방송광고 집행 실적이 없는 기업

○ (지원 매체)

- TV : KBS, MBC, EBS
- 라디오 : KBS AM/FM, MBC AM/FM, CBS AM/FM, BBS FM, cpbc FM, FEBC, YTN FM, TBS, iFM(경인방송), KFM(경기방송), WBS
- 기 타 : 지상파DMB, KBS-World

○ (제도개선을 통한 지원 확대) 중소기업 지원한도액 증액(60억원→75억원) 및 지원 대상 중소기업 확대(일자리 창출 우수기업 등)

□ **중소기업 소재제작 지원 사업**(정부보조 사업, '15년 시행)

○ (사업 목적) 비용 부담으로 방송광고를 하지 못하는 혁신형 중소기업에게 방송광고 소재제작비 지원을 통해 중소기업 TV, 라디오 광고활성화 지원

○ (지원 규모) 지원협의회 통하여 선정한 중소기업 광고 소재제작비 50% 지원(라디오 70%), 총 예산 28.5억원(방송통신발전기금사업, 2018년 기준 예산)

- 지원 금액 : TV(사당 5,000만원 이내), R(사당 350만원 이내)

○ (신청 대상) 벤처기업, 이노비즈 중소기업, 메인비즈 중소기업, 우수 녹색경영 중소기업, 녹색인증 중소기업, 글로벌IP기업, 지식재산 경영인증 기업, 사회적 기업, 두뇌역량우수전문기업 중 최근 1년 이내 지상파 또는 종편 방송광고 집행 실적이 없는 기업

※ 인증주관기관 : 중소벤처기업부(이노비즈, 메인비즈, 우수녹색경영 등), 산업자원부(녹색인증, 두뇌역량 우수기업), 고용노동부(사회적기업), 특허청(글로벌IP스타기업, 지식재산경영인증기업)

2.2 공익광고 사업

□ 공익광고 캠페인 개요

- (주제 선정방식) 국민여론조사 결과를 바탕으로 공익광고협의회의 주제선정 심화회의를 거쳐 국민 공감대가 높은 주제 선정

※ 주제선정 국민여론조사(4월, 8월, 12월 3회) : 전국 17개 시도, 15~64세 남녀 총 10,000명 대상(4,000명×1회, 3,000명×2회)

- (2018년 공익광고 주제) 10개 주제

- | | |
|-------------|-------------------------------|
| ○ 화재안전 | ○ 안전운전(2017년 공익광고제 대상 수상작 활용) |
| ○ 선거 | ○ 공공장소 예절 |
| ○ 나눔과 배려 | ○ 3·1 운동 정신 계승 |
| ○ 성평등 사회 지향 | ○ 데이트 폭력 근절 |
| ○ 갑질문화 인식개선 | ○ 공동체 가치 함양 |

- (공익광고협의회) 공익광고 캠페인 효과 제고를 위한 전문가 협의체 운영

- 학계, 광고계, 언론계 등 전문가 18명으로 구성
- 공익광고 주제선정, 기획 및 제작 방향 설정
- 작품 심사 및 크리에이티브 제언을 위한 광고전문가 풀 활용

- (2018년 외부 수상 실적)

- 서울영상광고제 Finalists 선정 (1월) : 「올바른 운전문화 정착」 편, 「스마트폰 올바른 사용」 편

□ 2018년 대한민국 공익광고제

- (목 적) 국민과 직접 소통하는 공익광고 오프라인 프로모션 행사를 통해 범사회적 이슈에 대한 국민 공감대 형성 및 사회 실천의식 제고

- (주요 내용) 다양한 사회문제에 대해 공익광고 공모전, 전시회, 체험 등 공익광고 관련 시민참여 행사 개최

- 공모전 및 시상식 : 공모전(7~9월), 광고제 및 시상식(10월)

□ 공익광고 활용교육(AIE)

- (목 적) 공익광고를 매개로 미래 주역인 학생들에게 공동체 의식 함양 교육 및 창의성 개발
- (주요 내용)
 - 2018년 대상고등학교 수 대폭 확대(25개교 → 50개교)
 - 광고교육 접근이 상대적으로 어려운 지역학교 및 특성화고등학교 우선 교육

2.3 광고전문인력 양성 및 취업 지원사업

- (광고전문인력 양성) 국내 광고산업 환경반영, 맞춤형 특화교육 프로그램 운영을 통한 광고인 역량 강화
 - 국제광고인자격, 전문광고, 지역교육, 산학협력 과정 등 운영
 - 2018년 16과정, 35강좌, 2,760명 광고교육 실시 예정
 - 스마트광고 등 최신 트렌드 반영한 교과과정 수립 및 운영
 - 스마트광고 아카데미, 빅데이터 분석 실무, 소셜미디어 등
- (청년 취업 지원) 청년실업 해소와 일자리 창출을 위한 청년 구직자 대상 「청년취업아카데미」 공기업 최초로 개설
 - NCS기반 국내 최초 광고 콘텐츠 분야 구직자 훈련 과정
 - 장기과정(450시간, 졸업예정자 대상) 50명,
단기과정(192시간, 2,3학년 대상) 75명
 - 무료 교육 후 인턴십 연계 등 취업 지원
- ※ 기졸업자도 수강가능한 “청년광고인 취업집중과정” 자체예산으로 별도 운영(70명 대상, 8월말 70시간)

2.4 IT인프라, 연구/조사를 통한 광고산업진흥

- (광고업계 IT 공용화 구축) IT 공용인프라를 통한 광고업계 효율성 제고
 - KOBAnet(전자상거래시스템), KODEX(광고소재 전송시스템) 특허 보유
 - 방송사, 광고회사 등 광고업계 5,118개사 10,827명 서비스 이용
 - KODEX를 통해 지상파, 케이블, 종편 등 183개사에 연간 15만건의 광고 소재 전송(광고업계 거래비용 절감효과 연간 46억원)
- ※ 코바코 비대행 매체 전송료 수입 : 연간 2.2억원(2017년)
- (광고관련 연구/조사) 미디어·광고 관련 조사를 통해 광고산업 활성화 위한 공공데이터 구축
 - 미디어 및 소비자, 광고비, 콘텐츠시청 등 분야별 조사·통계 데이터 발굴·제공을 통해 광고 산업의 선진화·과학화 기여
 - MCR(소비자행태조사), KAI(광고경기예측조사), 방송통신광고비조사
 - 방송콘텐츠가치정보분석시스템(RACOI), N스크린 시청점유율조사 등

3 신규 사업영역 발굴

- (영상콘텐츠 육성 및 중소기업 상생지원) 미디어/콘텐츠 산업의 성장과 광고시장 활성화 및 신규 일자리 창출을 위한 투자·지원사업 추진
 - 한류콘텐츠 제작 지원 및 중소 콘텐츠제작사 육성 사업
 - KBS-KDB(산업은행) 한류콘텐츠 펀드 참여로 한류의 글로벌 확산과 콘텐츠 시장의 경쟁력 제고에 기여
 - 웹콘텐츠 전문 펀드 확대운영으로 국내 웹콘텐츠/원천IP 보유 콘텐츠 기업 투자 및 해외진출 지원

- IBK기업은행과 동반성장 협력대출 운영으로 우수 중소 제작사/광고 관련 기업 성장지원 및 일자리 창출 기여
- 4차 산업혁명 신기술(AR/VR/AI 등) 콘텐츠 및 애드테크 기업 등 스타트업 투자를 위한 「미래콘텐츠 일자리창출 투자조합」 결성
- 디지털 미디어산업 성장에 따른 중소기업 상생협력 지원사업
 - MCN/웹콘텐츠제작사 등 디지털미디어/콘텐츠 관련 스타트업 광고·마케팅 컨설팅 수행으로 산업 활성화와 중소기업 상생발전 기여
 - ※ 트레저헌터/샌드박스네트워크(MCN), 메이커스/플레이리스트(웹콘텐츠제작사), 팟빵(디지털오디오플랫폼) 등 총 12개社와 MOU체결
 - 스타트업 엑셀러레이팅 및 사회적 가치 제고를 위한 「서울산업진흥원(SBA)」 등 지자체 출연기관과의 파트너십 구축(7월)

참고

방송통신발전기금사업 수행 현황(2018년)

(단위 : 억원)

사업명	내용	18년 예산
미디어다양성 증진	◦ 방송법상 시청점유율 규제에 필요한 방송사업자 시청점유율 조사, 검증 산정	49.2 (방통위)
혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원	◦ 비용 부담으로 방송광고를 못하는 중소기업에 방송광고 소재 제작비 지원을 통해 중소기업 광고활성화	28.5 (방통위)
공익광고 활성화 지원	◦ 공익광고 주제선정, 공익광고 제작 및 매체집행, 공익광고제 개최 등	20.8 (방통위)
스마트광고산업 활성화 기반 구축	◦ 스마트광고 전문가 양성과정 운영 ◦ 스마트광고 창작시설 구축 및 운영	3.3 (과기부)
방송 콘텐츠 가치정보 분석	◦ TV방송콘텐츠에 대한 인터넷반응을 조사하여 여론다양성 측정지표를 제시하여 방송콘텐츠의 활용도와 부가가치를 제고	2.8 (방통위)
방송통신광고비 조사	◦ 광고매체별/유형별 광고시장 규모 조사 ◦ 통계청 국가승인통계로 지정	1.0 (과기부)
합 계		105.6