



“ 프랜차이즈업종 ”

제작비 반값!

방송광고 ✓ 지원제도 안내



2025.1

kobaco  
부산지사

# *i n d e x*

- I. 3대 방송광고 지원사업 소개 ..... 4
- II. 방송광고 제작비 지원사업 소개 ... 5
- III. 방송광고 제작비 지원사업 FAQ ... 11
- IV. 제작비 지원사업 활용 우수사례 ... 15
- V. TV광고 일반안내 및 우수사례 ... 19



**프랜차이즈**업종은 ‘방송광고 지원사업’의 **사각지대**?

# I. 한국방송광고진흥공사, 3대 방송광고 지원사업

## 방송광고비 할인 지원

### 지원 개요

- 지원 내용** 방송광고비 70% 할인 또는 250% 보너스 지원
- 지원 기간** 최초 방송광고 집행일로부터 3년
- 지원대상 매체**
- TV : KBS, MBC, EBS
  - 라디오 : KBS AM/FM, MBC AM/FM, CBS AM/FM, BBS FM, CPBC FM, FEBC, YTN FM, tbs eFM, iFM(경인방송), WBS
  - 기타 : 지상파DMB, IPTV, 어드레스블TV

### 지원 대상

중소기업으로서 아래 중 하나 이상의 확인서를 발급받은 기업

※신청마감일 기준 유효

- 벤처기업, 기술혁신형 중소기업(이노비즈), 경영혁신형 중소기업(메인비즈), 녹색인증 중소기업, 하이서울브랜드중소기업, 글로벌IP(지식재산)스타기업, 지식재산경영인증기업, 사회적 기업, 지역혁신 선도기업, 중소기업유통센터 지원기업, 소상공인 시장진흥공단 지원기업, 연구소기업, 일자리창출 우수 중소기업, 중소벤처기업진흥공단 지원기업, 한국농수산식품유통공사 지원기업, 소설벤처기업, 신용보증기금 지원기업, 기술보증기금 지원기업, 창업진흥원 지원기업, KOBACO 방송광고 지원 기금사업 수행기업, 스마트공장, 예비사회적 기업, 혁신제품지정기업, 그린뉴딜 유망기업, 제대군인 고용 우수기업, 한국특허전략개발원 지원기업, 근무혁신 우수기업, 조달청 우수조달 및 G-PASS 지정 중소기업
- 신청마감일 기준, 최근 6개월 내 지상파 전국권 방송광고 집행실적이 없는 기업

**프랜차이즈 제외~**

## 방송광고 제작비 지원

### 지원 개요

- 지원 내용** TV 또는 라디오 방송광고 제작비(택 1), 1:1 광고 컨설팅(희망 기업)
- 지원 금액**
- TV : 전체 제작비의 50%지원 (지원 최대 한도 4,500만원)
  - 라디오 : 전체 제작비의 70% 지원 (지원 최대 한도 300만원)

### 지원 대상

중소기업으로서 아래 중 하나 이상의 확인서를 발급받은 기업

※신청마감일 기준 유효

- 벤처기업, 기술혁신형 중소기업(이노비즈), 경영혁신형 중소기업(메인비즈), 녹색인증 중소기업, 글로벌IP(지식재산)스타 기업, 지식재산경영인증기업, 사회적기업, 예비 사회적 기업, 지역혁신 선도기업, 한국농수산식품유통공사(aT센터) 지원기업, 우수 그린비즈 기업, 아기유니콘 기업, 혁신제품 지정기업, 그린뉴딜 유망기업, 중소벤처기업진흥공단 지원기업, 서울형 강소기업
- 신청마감일 기준, 최근 1년 이내 지상파(전국) 또는 종합편성 방송사 방송광고 집행실적이 없는 기업
- 라디오광고 집행 실적만 있는 기업의 TV지원 신청은 가능

**프랜차이즈 가능!!**

## 소상공인 방송광고 지원

### 지원 개요

- 지원 내용** 방송광고 제작비 및 해당 지역 매체 송출비, 1대1 광고 컨설팅
- 지원 금액** 전체 제작비/송출비의 90% 지원(최대 한도 900만원)  
※ 무료 컨설팅 제공

### 지원 대상

소상공인으로서 다음 제외 사항에 해당되지 않는 기업

- 방송광고 금지품목 제조/판매업종
- 소상공인 정책지원 배제업종 및 프랜차이즈 업종
- 최근 1년 이내 지상파 방송광고 집행경험이 있는 기업
- 최근 3년 이내 정부 지자체 유사사업 수혜자 등
- 휴폐업 및 부도 사업자 등

**프랜차이즈 제외~**

## II. 중소기업 방송광고 제작비 지원사업 소개

# 중소기업 방송광고 제작비 지원사업

## 9년간, 676개 중소기업 164억원 방송광고 제작비 지원

KOBACO는 2015년부터 재정적인 부담으로 방송광고를 하지 못하는 676개 우수 중소기업을 대상으로 방송광고 제작비 164억원을 지원하였습니다. 우수한 기술력과 제품 경쟁력을 보유하고 있으나 높은 방송광고 소재 제작비 부담으로 방송광고를 하지 못하는 중소기업에게 큰 호응을 얻고 있습니다.

### 지원 개요

**지원 내용** TV 또는 라디오 방송광고 제작비(택 1),  
1:1 광고 컨설팅(희망 기업)

**지원 금액**

- TV : 전체 제작비의 50%지원  
(지원 최대 한도 4,500만원)
- 라디오 : 전체 제작비의 70% 지원  
(지원 최대 한도 300만원)

### 지원 대상

중소기업으로서 아래 중 하나 이상의 확인서를 발급받은 기업  
※신청마감일 기준 유효

- 벤처기업, 기술혁신형 중소기업(이노비즈), 경영혁신형 중소기업(메인비즈), 녹색인증 중소기업, 글로벌IP(지식재산)스타 기업, 지식재산경영인증기업, 사회적기업, 예비 사회적 기업, 지역혁신 선도기업, 한국농수산식품유통공사(aT센터) 지원기업, 우수 그린비즈 기업, 아기유니콘 기업, 혁신제품 지정기업, 그린뉴딜 유망기업, 중소벤처기업진흥공단 지원기업, 서울형 강소기업
- 신청마감일 기준, 최근 1년 이내 지상파(전국) 또는 종합편성 방송사 방송광고 집행실적이 없는 기업
- 라디오광고 집행 실적만 있는 기업의 TV지원 신청은 가능

### 신청 방법

공사 중소기업 지원사업 홈페이지 접수 [www.kobaco.co.kr/smad](http://www.kobaco.co.kr/smad)



중소기업 방송광고  
지원 홈페이지



회원 가입



방송광고 제작비  
지원 사업 신청



## 중소기업 방송광고 제작비 지원사업 신청자격

○ 신청일 기준 다음의 자격요건을 모두 충족하는 사업자

- (기업규모) 중소기업확인서 기준 중소기업에 해당
  - (인 증 서) 아래 중 하나 이상의 인증서를 보유한 혁신형 중소기업
    - 벤처기업, 기술혁신형 중소기업(이노비즈), 경영혁신형 중소기업(메인비즈), 녹색인증 중소기업, 글로벌IP(지식재산)스타기업, 지식재산경영인증기업, 사회적 기업, 예비사회적기업, 한국농수산식품유통공사(at센터) 지원기업, 지역혁신 선도기업, 아기유니콘기업, 혁신제품지정기업, 중소벤처기업진흥공단 지원기업, 서울형강소기업, 하이서울기업, 소셜벤처기업, 스마트공장 인증기업, 우수조달(우수제품지정) 중소기업, G-PASS(해외조달시장진출 유망기업)지정 중소기업, 근무 혁신 우수기업, 중소기업기술마켓 인증기업, 가족친화인증 중소기업
- ※ 인증서는 신청 마감일 기준, 인증 기간이 유효한 것에 한함

# 중소기업 방송광고 제작비 지원사업 신청방법 및 서류

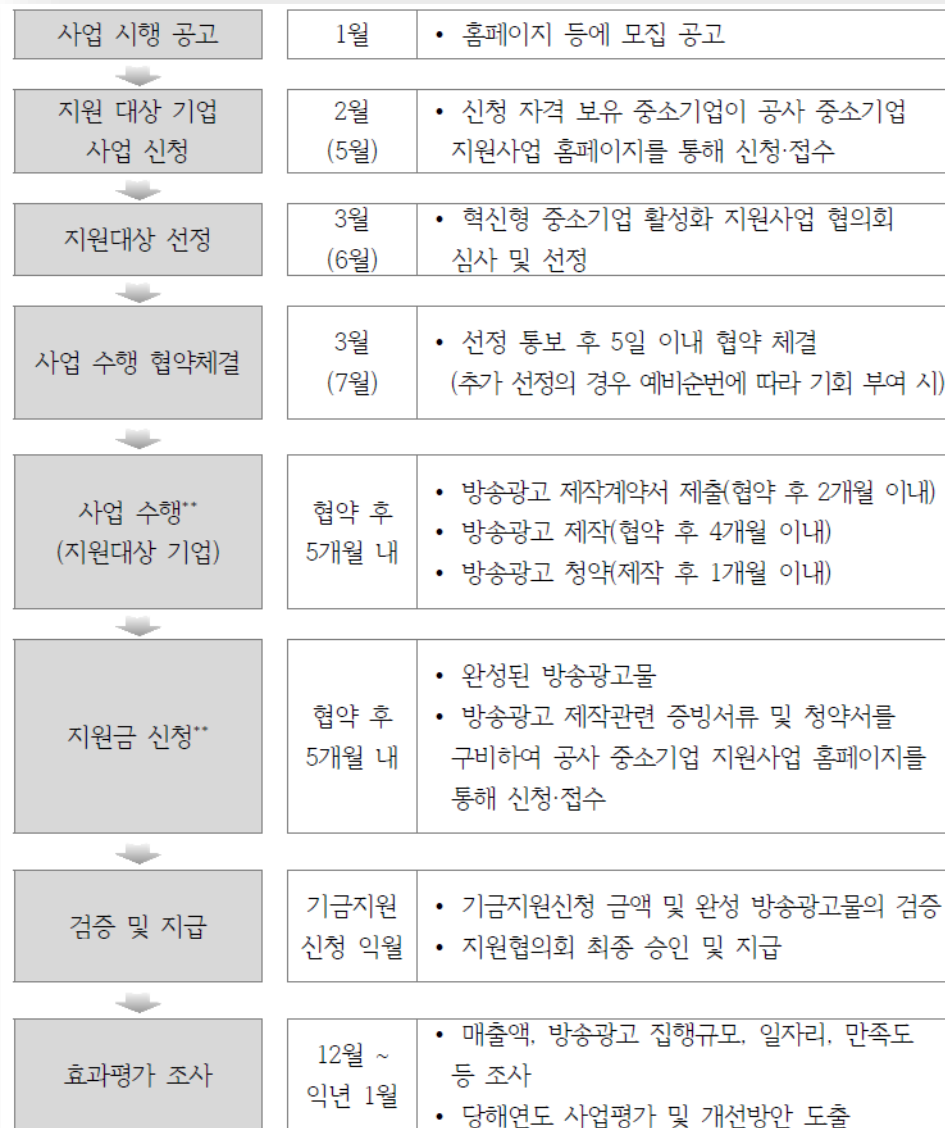
□ 신청방법 : 한국방송광고진흥공사 중소기업 지원사업 홈페이지를  
통해 신청 및 접수 ([www.kobaco.co.kr/smad](http://www.kobaco.co.kr/smad))

□ 신청서류 : 다음의 서류를 구비하여 중소기업 홈페이지에 신청

구분	신청서류	필수	해당시	비고
1	신청서	1부		온라인 작성
2	방송광고 집행계획서	1부		온라인 작성
3	기업인증서	각1부		벤처, 이노비즈 등 인증서 (온라인 첨부) ※ 인증 유효기간 확인 필수(신청마감일 기준 유효)
4	사업자등록증	1부		최근 3개월 이내 발급본 제출 필수(온라인 첨부) ※ 발급방법 : 세무서 방문 또는 국세청 홈택스 이용( <a href="https://www.hometax.go.kr">https://www.hometax.go.kr</a> )
5	3개년 재무제표	1부		2021 ~ 2023년 재무제표 (온라인 첨부) ※ 발급방법 : 세무서 방문 또는 국세청 홈택스 이용( <a href="https://www.hometax.go.kr">https://www.hometax.go.kr</a> ) ※ 신설된 지 3년 미만 기업은 설립 해부터 2023년까지의 재무제표 제출
6	가점 사항 증빙서류		1부	고용우수기업(청년, 여성, 제대군인 포함), 청년친화강소기업 등 인증서 (온라인 첨부)



# 중소기업 방송광고 제작비 지원사업 수행 프로세스



\* ( )는 2차 모집 예정 월

# 중소기업 방송광고 제작비 지원사업 (선정관련 배점기준)

## ▶ 평가 항목별 배점기준 (TV, 라디오 공통)

구분	평가 항목	평가기준	세부 평가 기준	배점 기준
계량 (50점)	기업규모 (10)	매출액	최근 1년 매출액 규모	100억 이상(10), 10~100억 이하(8), 10억 이하(6)
	기업현황 (40)	성장성	최근 2년 매출액 증가율의 평균	상(20), 중(15), 하(10)
		안정성	최근 3년 매출액 순이익율의 평균	상(20), 중(15), 하(10)
비계량 (50점)	방송광고 활용 (10)	방송광고 활용계획	방송광고 집행 시기, 매체, 송출 금액 등 방송광고 활용 관련 세부 계획	상(10), 중상(8), 중(6), 중하(4) 하(2)
	상품경쟁력 (20)	경쟁력	가격, 품질, 성능, 판매 등 경쟁력	상(20), 중상(16), 중(12), 중하(8) 하(4)
	시장성장 (20)	독창성	시장 개척 및 선도, 제품의 확산	상(20), 중상(16), 중(12), 중하(8) 하(4)
가점	비수도권 기업		사업자등록 기준 수도권(서울·경기·인천) 이외 기업	배점(5) 최대 5점 부여
	고용 우수 기업		고용 우수기업(청년, 여성, 제대군인 포함)	
	청년기업		청년친화강소기업	
	보훈대상자 기업		보훈대상자 의무고용 우수기업	
	신생기업		1년 미만 신생기업	

\* 계량평가 관련 세부평가 기준은 다음 [붙임] 자료 참조

\*\* 가점평가 : 가점은 계량평가와 비계량평가 총점에 합산. 단, 중복일 경우 한 개의 가점만 적용

※ 신청서에 작성한  
방송광고 송출 금액  
품목 준수 必

## III. 중소기업 방송광고 제작비 지원사업 FAQ

## 중소기업 제작비 지원사업 FAQ

**Q** 방송광고 청약은 꼭 공중파에만 해야 하는지요?

**A** 아닙니다. 공중파 뿐만 아니라 **방송광고 매체는 모두 가능합니다.**

제작지원을 받은 방송광고물로 공중파, 종편, 케이블PP, 케이블SO, IPTV 등 사업수행 지침에 명시된 방송사에 모두 가능합니다. 명시된 방송사 외의 매체에 제작한 방송광고를 활용하는 것은 가능하나, 기금지원에 필요한 방송광고 청약 금액 산정에는 포함되지 않습니다.

**Q** 작년에 지원을 받은 기업인데 올해 다시 지원 대상으로 선정되기 위해 신청이 가능한지요?

**A** 2024년에 제작비 지원을 받은 기업은 2025년 신청할 수 없습니다. 다만 2024년 라디오 제작비 지원을 받은 기업이 2025년 TV 제작비 지원 대상으로 선정되기 위해 신청하는 경우는 가능합니다.

## 중소기업 제작비 지원사업 FAQ

**Q** 제작비를 미리 제작사에 지급했는데, 검증 후 제작비가 적정하지 않다고 하면 어떻게 해야 하는지요?

**A** 본 사업은 국민의 세금을 재원으로 하며, 도덕적 해이를 방지하기 위해 완성된 방송광고 제작물과 제작비 내역을 제출받아 방송광고 제작비 전문가로 구성된 검증위원회를 통해 제출된 제작비와 제작물의 적정성을 검증한 후 적정한 경우에 한해 기금지원을 합니다.

질문과 같은 우려되는 상황을 기업 스스로 예방하기 위해 협약서에 명기된 본 지원사업 참여에 따른 제작 계약시 요청 사항 및 기업이 판단해 필요한 사항을 추가로 명기해 제작 계약 체결이 필요합니다.

## 중소기업 제작비 지원사업 FAQ

**Q** 현재 방송광고를 제작중에 있는데 이 지원사업을 알게 되었습니다. 이런 경우 지원 선정 신청을 할 수 있는지요?

**A** 현재 제작중인 경우 그 방송광고물의 최초 심의(※수정 심의가 아님) 신청일이 공사와 지원대상기업간 협약체결일 이후면 새로 제작한 방송광고물이라고 할 수 있습니다.

**Q** 최근 1년 이내에 특정 지역에 (예를 들어 부산) TV방송광고를 한 적이 있습니다. 신청 자격이 있는지요?

**A** 공중파나 종편을 통해 1년 이내에 전국권 방송광고를 한 경우가 아니면 신청이 가능합니다.



## IV. 제작비 지원사업 활용 우수 사례 (Best Practice)

## 프랜차이즈 홍보 및 가맹점 매출 증대를 위한 지상파 TV광고 선택

✓ 브랜드 인지도 상승이 가맹 문의, 매출액 증가로 이어져 전년대비 매출 30% 이상 증가

### 지원사업 참여 요약

- 23년 1차 중소기업 방송광고 제작비 지원사업 참여
- 광고제작의 원활한 커뮤니케이션을 위해 ‘지역’ 광고회사를 제작사로 선택
- 23년 9~11월 3개월간 지역 지상파 3사 TV광고 온에어
- 가맹문의 및 매출액 증가, 전년대비 매출 및 고용 30% 이상 성장



# 9월 캠페인 이후 프랜차이즈 브랜드 검색량 최대치 도달



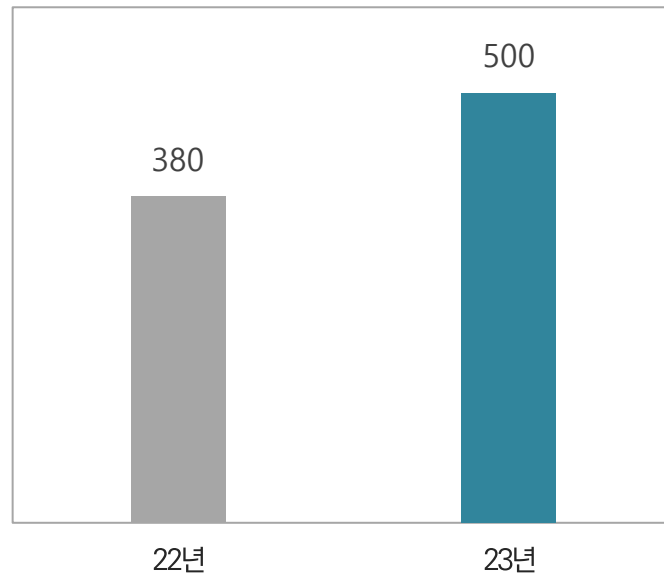
9~11월 부산KBS,MBC,KNN-TV 집행

[출처 : (검색량) ㈜데이터마케팅코리아 마대리, 해당브랜드 검색, 21.1월~23.12월]

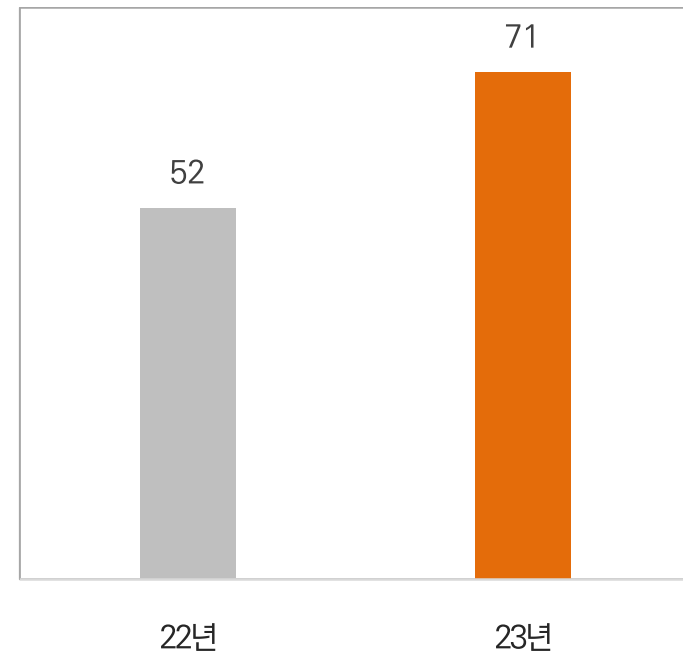
# 방송광고 캠페인 이후 매출액 및 고용 성장

✓ 매출액 증가율 +30% 이상, 고용증가율 +37%

사 매출액 추이



사 고용 추이



\* 자료원: 금융감독원 전자공시시스템(DART), 23년 매출액 I사, 국민연금공단 국민연금 가입 사업장 내역, 단위:억원, 명

## V. Why TV? TV광고의 주목해야할 가치

## 강력한 커버리지, 인지도 제고 No. 1

- ✓ 매일 2,834만여명이 시청, 하루 중 어떤 '1분'이라도 15%의 시청자는 TV를 시청
- ✓ 영상소비 전문 매체로서 여전히 강력한 TV의 영향력  
→ 대중적 브랜드 인지도 제고에 최적화

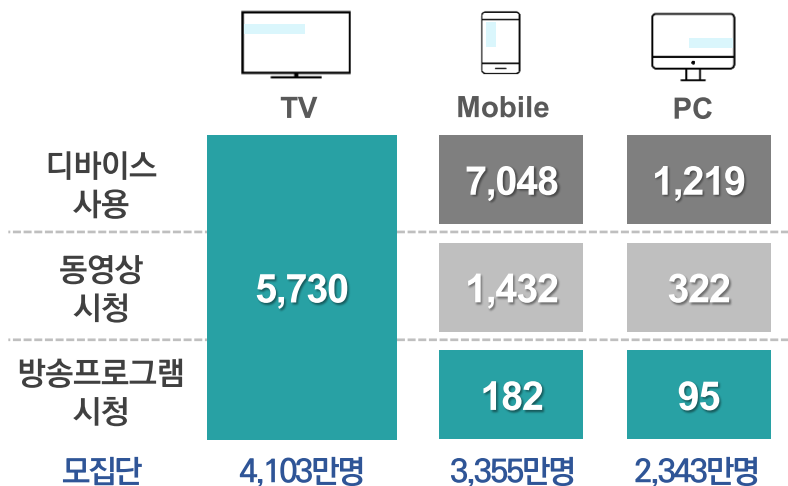
### TV의 영향력

#### TV는 아직도 강력한 매체

2020년 TV시청 규모는 전국 하루평균

개인 15.15% 시청    가구 58.50% 시청  
기준 34.10% 도달    기준 92.68% 도달

개인 기준    733.7만 명 시청 / 2833.9만 명 도달  
가구 기준    681.2만 가구 시청 / 1851.6만 가구 도달



\* Big TV Committee, 황성연(2020), 단위 : 누적 분

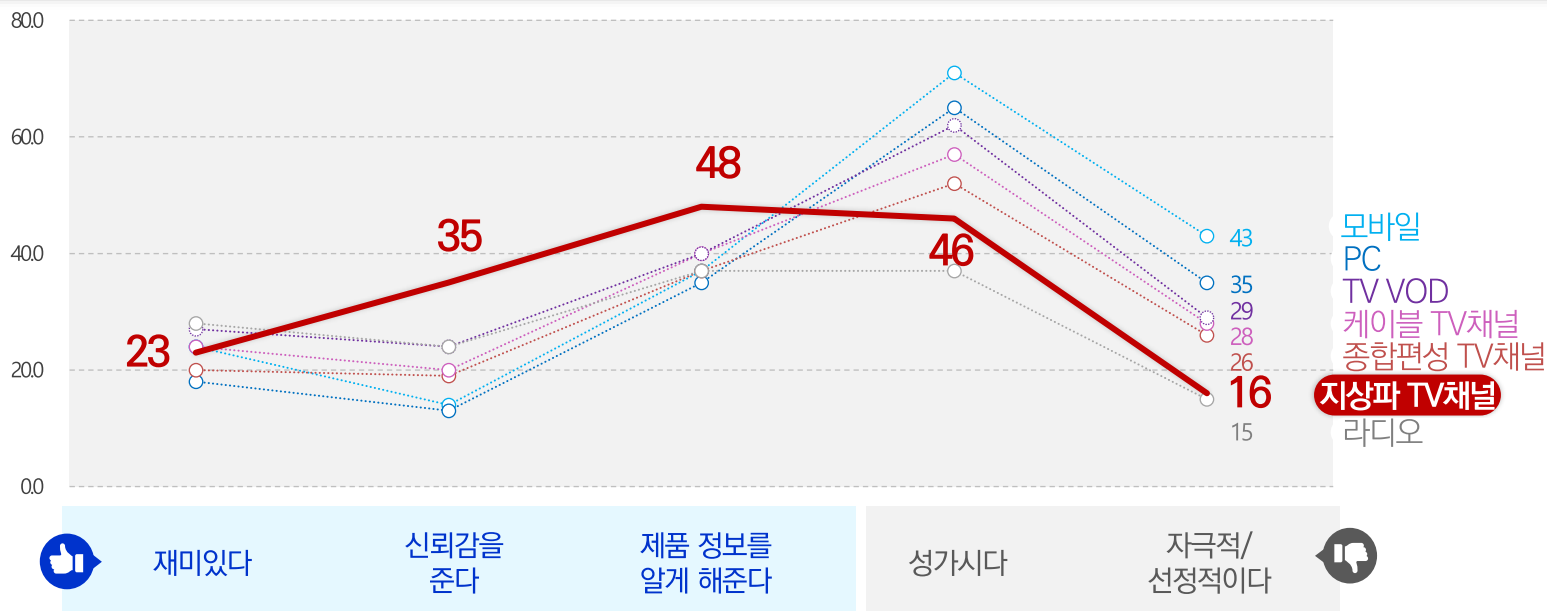
※출처 : 황성연 (닐슨컴퍼니코리아) '데이터, 지표를 보는 새로운 시선'(2021), 'Big TV Day' 웨비나 발표자료



## 고객의 메시지 수용도와 신뢰도 우수

✓ 소비자 조사 결과, 지상파 TV 광고는 '신뢰감', '제품 정보 습득' 1위 채널로 나타남

### 매체별 광고에 대한 평가



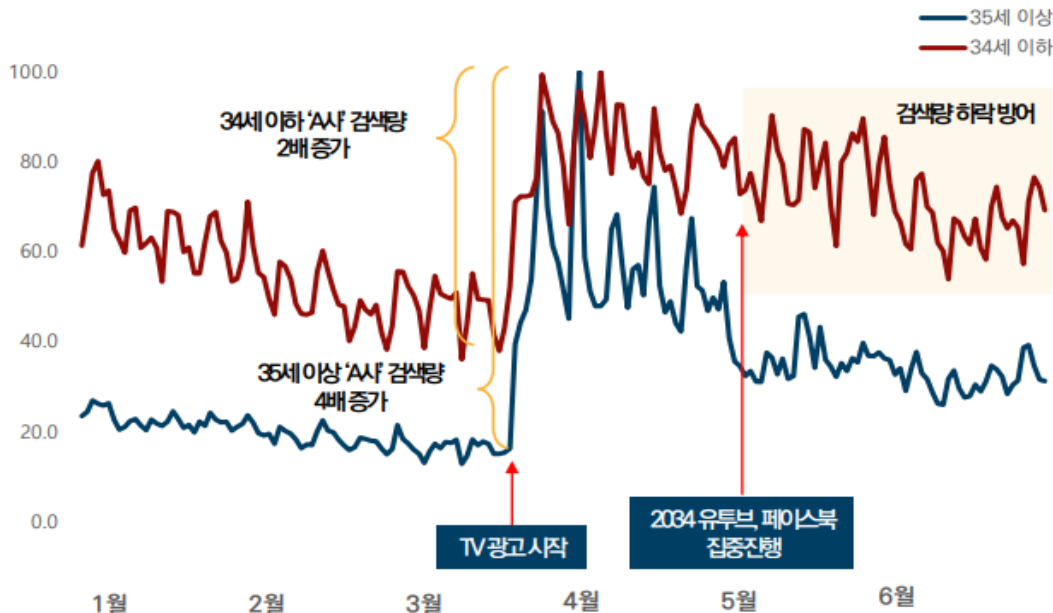
※ 자료원: kobaco 중소기업 마케팅지원을 위한 소비자 조사

[Base : 각 매체별 1주일 내 접촉자(n=모바일 883, 지상파TV채널 808, PC 798, 종합편성TV채널 701, 케이블TV채널 677, TV VOD 475, 라디오 384), 단위 %]

## 디지털 광고와의 시너지 효과

- ✓ 국내 플랫폼 스타트업 A사, 디지털+TV광고 조합을 통해 상승한 브랜드 검색량 지속 유지

### TV + 디지털 시너지 사례



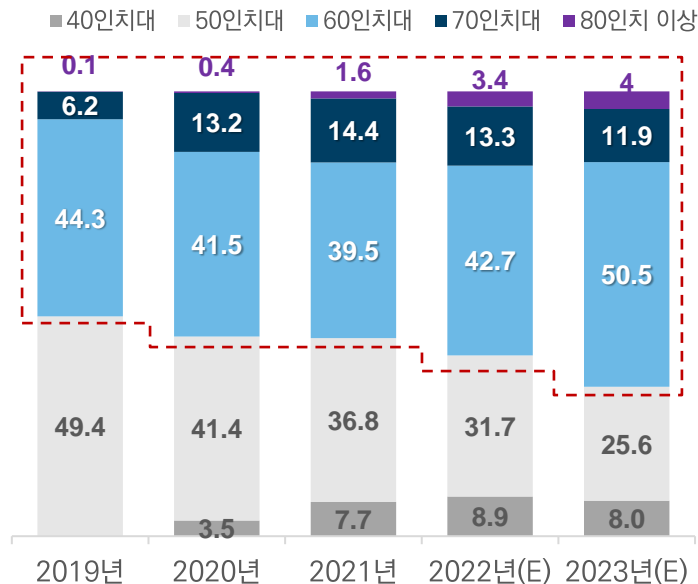
‘디지털 + TV’ 광고 병행으로  
‘35세 이상 검색량 4배 증가’  
‘34세 이하 검색량 2배 증가’  
이후 지속 유지

※ 자료원: BigTV Committee (2021), 네이버트렌드

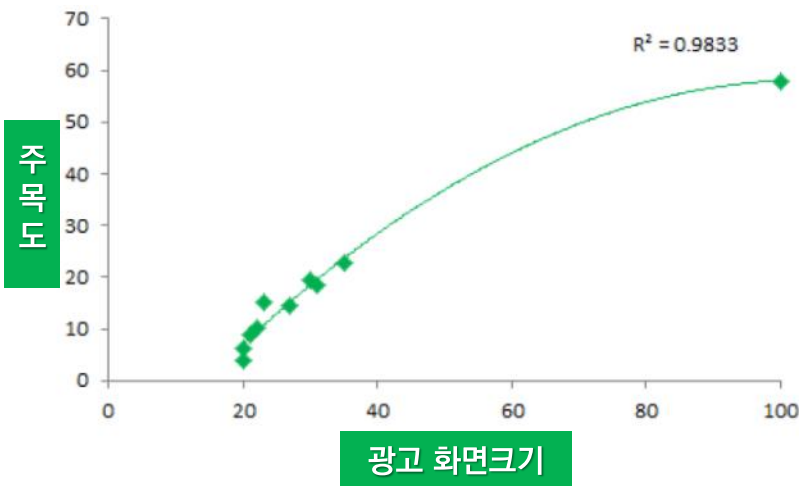
## ‘Size Matters!’ ... 스크린크기에 압도 당하는 시청자

- ✓ TV 화면 크기는 시청자들의 광고 주목도와 제품 구매량에 직접적인 영향을 미침
- ✓ 60인치 이상 대형TV의 매출액 비중은 2019년 약 50%에서 2023년 66.4%까지 지속 확대될 전망
- ✓ 시청자들은 더 큰 화면으로 광고를 접할 때 더 높은 주목도를 보이는 것으로 나타남

### OLED TV 크기별 매출액 비중



### 광고화면 크기-주목도, 판매량 상관관계 분석



\* 자료원 : “80인치는 돼야...” 초대형 OLED TV 올해 24배 더 팔린다 (머니투데이, 2021.5.11자)  
- OMDIA(글로벌 시장조사&컨설팅기업) 자료 재인용

\* 자료원 : Think TV, Karen Nelson-Field(Prof.), <Not All Reach is Equal : An Investigation into Cross Platform Advertising Effectiveness>

## V. TV광고 우수 사례 (Best Practice)

## 신제품 사용법 등 TV광고로 효과적 전달

✓ 브랜드 인지도 상승이 판매량 증가로 이어져 전년대비 매출 18배 증가

동종 업계의 마케팅 상식을  
뛰어넘는 '역발상'  
공격적 광고마케팅으로  
매출 급증! 브랜드 A사!

### 주요 성과

- 광고집행성과 전체 타깃 도달률 R1+ 90% 이상, R3+ 85% 수준
- 소비자 인식 론칭 4개월만에 기초 화장품 상기도 순위권 진입
- 검색량 캠페인 기간(5-12월) 평균 검색량, 직전 3개월 평균 대비 4배
- 매출액 증가 제품 판매실적 증가, 전년대비 매출액 약 18배 성장

### 캠페인 요약

- 집행기간 : '21.5.~'21.12.
- 캠페인 메인 타깃 : F2049
- 집행 채널
  - 지상파 TV(KBS, MBC, SBS)
  - 종편/케이블TV

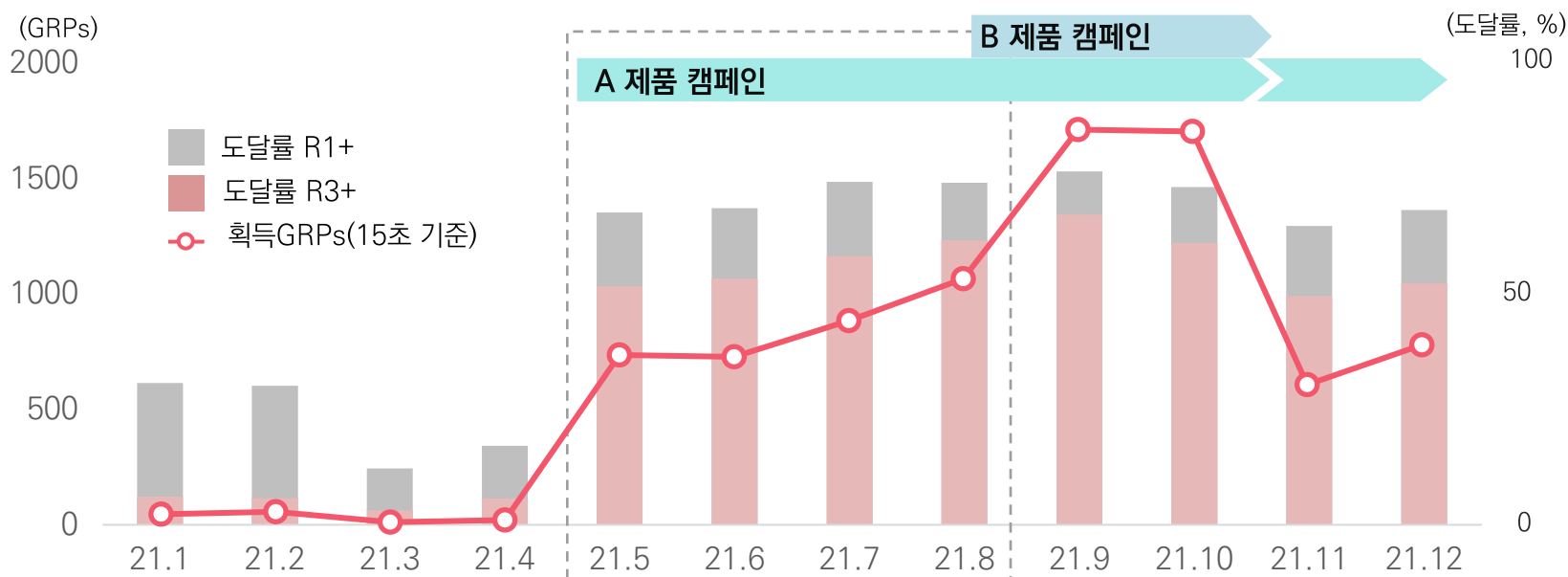
### 집행 전략

- 광고제작 : 타깃에 부합하는 모델을 통해 '간편하게 바르는' 형태의 신제품 소개
- 매체집행 : 방송광고 위주 노출, 간접/가상광고 다수 집행  
제품 사용법 전달 및 시청자 호기심 유발

## 신제품 광고 런칭 후 매월 TV광고 집중, 지속 노출

✓ 21'년 5월 신제품 광고 런칭 후, 월평균 타킷 R1+60~70% 이상, R3+ 55~60% 꾸준히 광고 노출

### 월간 타킷 획득 GRPs 및 도달률 추이



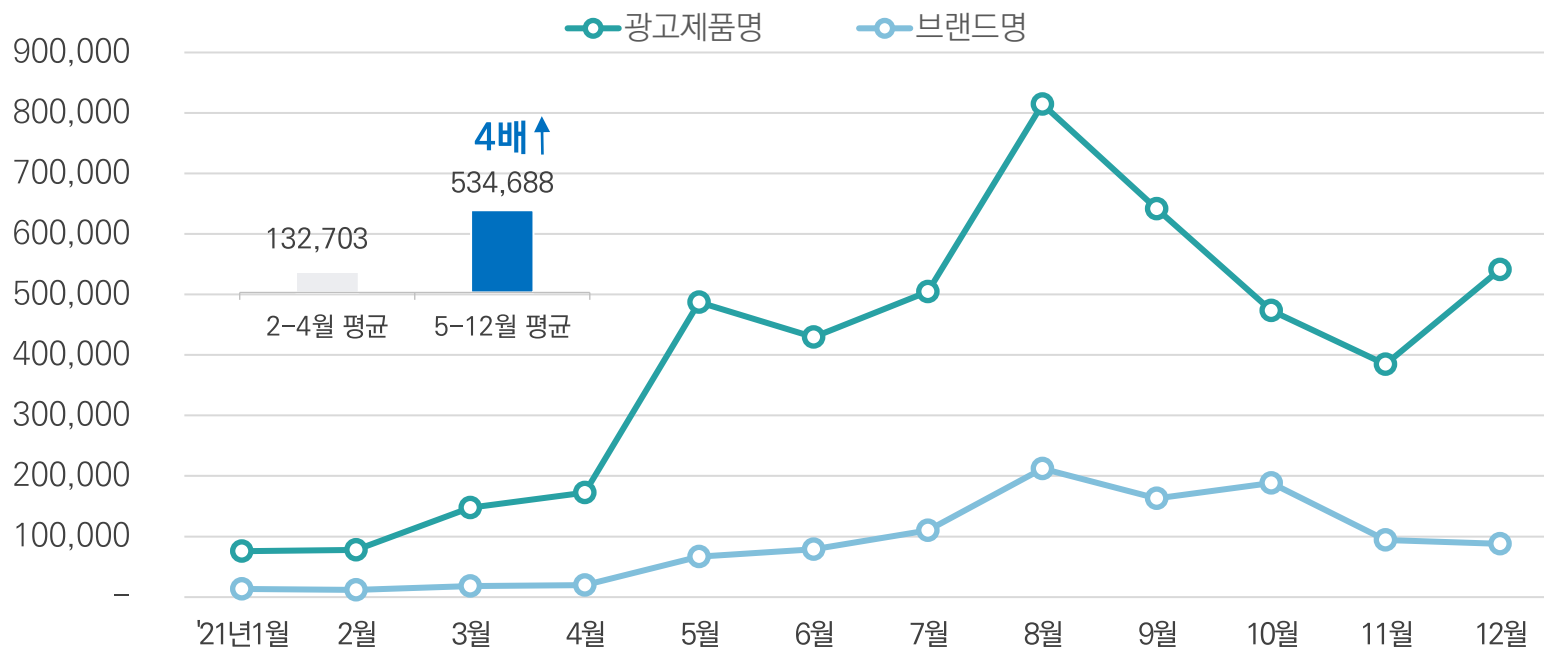
\* 자료원: 닐슨코리아, 2021.1~2021.12, F2049, 수도권 15초GRPs기준



## 5월 캠페인 이후 광고제품 및 브랜드 검색량 상승세

✓ 캠페인 이후(5-12월) 평균 검색량(광고제품) 직전 3개월(2-4월) 평균 대비 4배 수준

### 검색량 추이

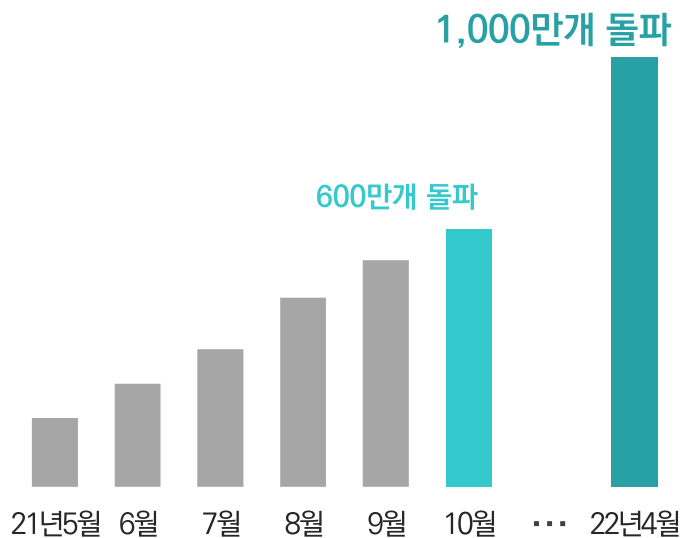


\* 자료원: 데이터마케팅코리아-MADERI, 2021.1~2021.12

## 광고집행 후 판매량 폭발적 증가, 기업 실적 전환의 계기

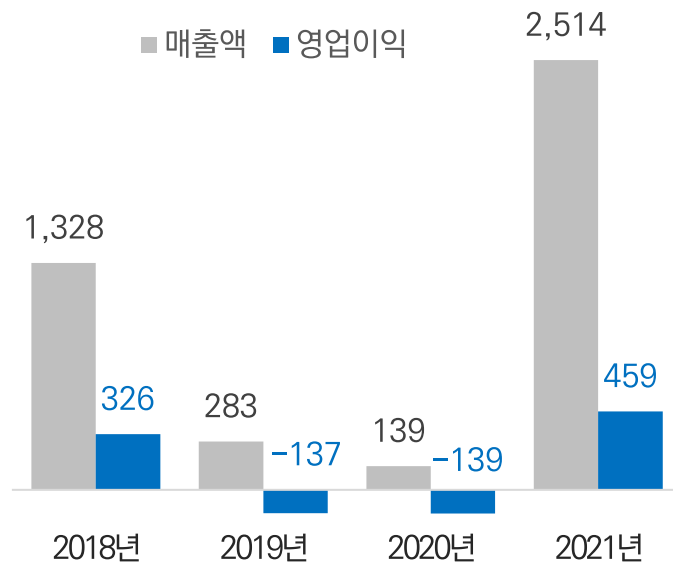
✓ 누적판매량 1천만개 돌파('22년 4월), 2021년 매출액 전년대비 약 18배 성장 → 영업이익 흑자 전환

### A사 제품 누적판매량 추이



\* 자료원: A사

### A사 실적 추이



\* 자료원: 금융감독원 전자공시시스템(DART), A사 감사보고서(2022.4), 단위:억원

## 다양한 판매제도를 갖춘 저희 **kobaco** 부산지사는 고객을 향해 항상 열려 있습니다

29

### Contact

- 주소 : 부산시 수영구 수영로 739 kobaco빌딩 3층
- 홈페이지 : [www.kobaco.co.kr](http://www.kobaco.co.kr) – Business – 방송광고영업  
– 광고상담 內 ‘지사소개 바로가기’
- 전화 : 051) 751-0400
- 팩스 : 051) 751-0477
- 지하철 : 2호선 민락역 4번 출구
- 버스 : 5, 5-1, 36, 63, 40, 139, 141, 155, 1001번  
수영로터리 하차, 해운대 방향 도보 5분



### Part

#### 영업 1파트

- KBS-2TV, 2R
- BBS-FM (불교방송)
- Busan e-FM (부산영어방송)

#### 영업 2파트

- MBC-TV, AM, FM
- CBS-AM, FM (기독교방송)
- CPBC-FM (평화방송)
- WBS-FM (원음방송)