
한국방송광고진흥공사 2025년 업무보고

2025. 1

I

전략기획본부 업무추진 방향

	기회 요인	위기 요인
경영환경	- 공사 유관 법·정책 거버넌스 재편 - 정부광고 시장 성장, 공공 영역 마케팅 고도화 필요 - 경영현안 해결 및 경영성과 달성을 위한 적극적 리더십	- 디지털·모바일 중심으로 미디어 이용행태 고착화 - 지상파 광고판매 매출 지속 하락 - 경영수지, 재무 건전성 악화

[2025년 본부 경영목표 및 주요 추진 과제]

경영목표	「제3기 KOBACO」 도약을 위한 조직 혁신
경영방침	- 업무영역 확대, 자산관리 효율화, 미래 신사업으로 여는 코바코 新 르네상스 - 소통과 화합으로 실질적 성과 창출 - 미디어·광고 전문 공공기관의 사회적 책무 실천

주요 추진 과제	① 경영현안 신속·총력 대응	- 신규사업 안착을 위한 신속하고 유연한 조직 대응 - 신규사업 추진을 위한 법/제도 마련 및 이해관계자 관리 - 사업 타당성 평가 및 후순위 사업 폐지 검토
	② 혁신을 통한 조직 생산성 제고	- 경영평가 대응전략 혁신으로 평가등급 향상 - 사업 포트폴리오 재편 및 신규사업 발굴 - C&C(Cut & Change) 캠페인 전개 등 조직문화 혁신
	③ 재무 건전성 강화	- 예산편성·조정 절차 개선을 통한 경비 절감 - 고정자산 운영 효율화를 통한 경영수지 개선 - 매출 다각화 및 수지 개선 중장기 로드맵 수립
	④ ESG 책임경영 선도	- 대국민 소통 채널 확대로 공사 가치 공유·확산 강화 - 윤리·인권경영 고도화를 통한 기관 운영 투명성 제고

II 광고영업본부 업무추진 방향

	기회 요인	위기 요인
경영환경	○ 제3기 코바코 정립을 위한 업무 영역 확대 기회 ○ 타매체 대비 비대칭 규제 완화 및 제도 개선 공감 확산	○ 경제 불확실성에 따른 내수 경기 부진 ○ 미디어 환경변화 등에 따른 방송광고 시장 침체 지속

[2025년 본부 경영목표 및 주요 추진 과제]

경영목표	2025년 영업 목표 5,900억원 달성
경영방침	① 광고영업본부 전 역량 결집 대응을 통한 광고 매출 반등 실현 ② 중소미디어 동반 성장을 통한 방송의 지역성, 다양성 등 상생 협력 강화 ③ 제3기 코바코 도래 대비, 제반 업무 프로세스 완비

주요 추진 과제	총력 영업 통한 광고 매출 반등	○ 시장 친화적 판매상품 개선을 통한 매출 증대 ○ 공공기관 등 전략광고주 대상 현장 영업 강화, 신규 창출
	중소미디어 동반성장 지원	○ 지역·중소방송 균형 발전 지원 및 결합 판매 의무 완수 ○ 지역 중소광고주 육성 및 지역 맞춤형 솔루션 제공
	제3기 코바코 정립·선도 실현	○ 주요 케이블PP·SO 대상 영업 외연 확대 추진

□ 영업실적 및 목표 현황

(단위: 억원)

구분	2024년 실적(e)			2025년 목표		비고
	판매액(e)	전년대비(%)	목표대비(%)	목표액	전년대비(%)	
영업1국	1,742	86.6	82.2	2,151	101.5	
영업2국	2,685	100.2	96.8	2,931	105.7	
전략마케팅국	13	68.4	68.4	11	57.9	
지사 계	723	94.9	91.6	807	102.3	
본부 계	5,163	94.3	90.6	5,900	103.5	

III

광고진흥본부 업무추진방향

	기회 요인	위기 요인
경영환경	○ 미디어 및 광고시장의 디지털 전환 가속화로 신규 진흥사업 수요 발생 ○ AI 기반 산업 변화 및 OTT 시장 성장에 따른 인력·데이터 자원 고도화 필요	○ 디지털미디어 중심 성장으로 광고사기·브랜드세이프티 문제 대두 ○ 진흥사업의 원활한 추진을 위한 안정적인 자원 조달 문제

[2025년 본부 경영목표 및 주요 추진 과제]

경영목표	‘미디어·광고산업 미래성장을 선도하는 대표 진흥기관’ 위상 강화
경영방침	① 미디어·광고시장의 트렌드 변화에 대응한 진흥 사업영역 지속 확장 ② 공사 대표 브랜드 공익광고와 광고교육원을 통한 사회적 기여 확대 ③ AI·디지털 기반 인프라 사업 확대로 디지털 전환 적극 대응

주요 추진 과제	OTT·미디어·광고 진흥을 위한 R&D강화	○ K-OTT 글로벌 경쟁력 강화를 위한 R&D·국제협력 사업 추진 ○ 신규 사업영역 개발을 위한 R&D사업 추진 및 아젠다 확산 주도
	연구·조사·통계 활용도 제고	○ 미디어·광고 산업 연구·조사·통계 데이터 생산 및 개방 확대 ○ 미디어 다양성 증진사업 고도화
	광고를 통한 공익가치 확산	○ 공익광고의 공공소통 기능 강화 및 대국민 소통 확대 ○ 디지털 신유형 광고·미디어 인력 양성 및 교육 사각지대 해소
	디지털·AI기반 인프라 확충	○ 안전하고 편리한 디지털 기반 서비스 확대 ○ 보안 위협 신속 대응을 위한 정보보호 체계 강화 ○ 이용자 중심 기능 개선, 홍보강화로 AiSAC 위상 제고

□ 기금 실적

(단위: 억원)

구분	2024년	2025년	
		예산	(전년대비, %)
광고산업진흥국	45.0	45.5	1.1
공익사업국	24.4	18.5	△24.2
본부 계	69.4	64.0	△7.8

※ 광고산업진흥국 미디어데이터팀 1.5억 증액, 디지털혁신센터는 기금사업 미해당

IV

경영혁신본부 업무추진방향

	기회 요인	위기 요인
경영환경	○ 경영 시스템 고도화 필요성에 대한 전사적 공감대 ○ 중소기업·소상공인 지원정책 지속 강화 ○ 공익 자산을 활용한 사회적 역할 확대 요구	○ 경영수지·재무건전성 악화 ○ 경기침체 지속 및 기금 지속성 불투명 ○ 시설 유지비용 증가, 임대수익 창출 한계 등

[2025년 본부 경영목표 및 주요 추진 과제]

경영목표	「일 더 잘하는 조직 운영」으로 가시적 경영혁신 성과 창출
경영방침	① 안정적 경영기반 구축을 위한 경영시스템 고도화 ② 중소기업 지원기관 위상 확립으로 공사 미래 성장 주도 ③ 자산 인프라 수익성 향상과 친환경·안전경영 달성

주요 추진 과제	[경영관리국] 안정적 경영지원과 재무구조 개선을 통한 경영효율성 제고	○ 복지 확대 및 노사 협업을 통한 지속 가능한 동반성장 ○ 안전보건경영체계 강화 및 프레스센터 수익성 개선 ○ 중점 사업 추진을 위한 인력 확보, 운영 및 육성 ○ 직무성과 중심 보상과 직원 친화 조직문화 구축 ○ 회계, 세무업무 혁신 통한 재무정보 신뢰성 제고 ○ 금융투자 투트랙 전략 실행 통한 자금운용 안전성 확보
	[중소기업지원국] 중소기업 마케팅 컨설팅 서비스 고도화	○ 광고지원사업 고도화로 중소·소상공인 경쟁력 제고 ○ 협업확대로 중소·소상공인 지원 공기업 위상 강화 ○ 중소기업 성장 견인을 통한 마케팅 파트너 위상 강화 ○ 중소기업 마케팅 BP 확산 및 활용도 제고 ○ 광고·마케팅 컨설팅 기반 투자기업 발굴 ○ 수요자 중심 영업 지원 영역 다변화 추진
	[인프라사업센터] 자산 운용 효율성 증대 및 친환경·안전경영 강화	○ 신규 수익원 적극 개발로 고정자산 수익 증대 ○ ESG 경영 활성화 및 공적가치 제고 ○ 연수원 영업 매출 반등 지속 ○ 시설 안전관리시스템 고도화