2026년 고용노동부 일·생활 균형 홍보용역 제안요청서

2026. 1.

고용노동부

【 목 차 】

Ⅰ. 사업 개요 ····· 1

Ⅱ. 과업 내용 ····· 4

1. 과업 범위 ····· 4
2. 세부 과업 내용 ····· 4

Ⅲ. 입찰 개요 및 내용 ····· 15

1. 평가 일정 ····· 15
2. 평가 방법 ····· 15
3. 평가 기준 ····· 16
4. 일반 사항 ····· 17
5. 특수 수행 지침 ····· 17
6. 참가 자격 ····· 17

Ⅳ. 제안서 작성 및 제출 ····· 19

1. 제출 서류 ····· 19
2. 제안서 작성지침 ····· 19
3. 유의사항 ····· 21
4. 문의사항 ····· 23

[붙임 1] 입찰참가신청서
[붙임 2] 확약서
[붙임 3] 청렴계약이행서약서
[붙임 4] 제안업체 회사연혁 및 일반현황
[붙임 5] 사업 실적 내역(최근 3년간)
[붙임 6] 참여인력 현황

Ⅰ. 사업 개요

1. 사 업 명 : 2026년 고용노동부 일·생활 균형 홍보용역

2. 사업기간 : 계약체결일 ~ 2026. 12. 4.

3. 사업예산 : 1,100,000,000원(금일십일억원정, 부가세 포함)

※ 입찰대상금액 : 650,000,000원(부가세 포함)

구분	내용	소요예산 (천원)	수행기관
총 계		**1,100,000**	
통합 홍보 기획·운영	■ 연간 통합 홍보 전략 수립 및 실행 (각종 광고 및 프로모션 등 기획·제작·운영) ■ 일·생활 균형 홈페이지 및 온라인 채널 운영 ■ 기업참여형 현장 행사 및 캠페인 운영 등	650,000	민간협력사
광고 송출	■ TV, 라디오, 온라인 광고 등 매체 송출비 (부가세 및 정부광고수수료 포함)	450,000	한국언론진흥재단

※ 상기 예산은「국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 시행규칙」제8조에 따라 일반관리비의 비율은 용역원가의 6%를 초과하지 못하며, 이윤율은 용역원가 및 일반관리비의 10%를 초과하지 못함. 단, 매체비 및 사후원가정산 등에 대하여는 적용하지 아니함

※ 매체 집행 예산 중 재단 수수료에 대한 부분 100분의 60을 민간협력 대가로 지급할 수 있음. (단, 광고주가 설정한 정부광고료 및 정부광고 수수료를 초과하는 비용이 발생할 경우, 재단은 그 초과금액에 대한 민간협력에 대한 대가 지급의 의무를 일체 부담하지 않는다)

※ 광고주 상황에 따라 약정한 매체비 이하로 집행될 경우 민간협력에 대한 대가 지급은『정부광고 업무규정』에 따름

※ 기타 광고주 요청이 있을 경우 추가 광고물 제작이 가능해야 함

※ 광고물 추가(수시) 제작의 경우 최초 낙찰 단가 적용

※ 모델료는 제작비에 포함되며 모델의 초상권은 송출일 기준 1년으로 함

※ 명시된 예산은 2026년 예상 광고제작비 기준이며, 실제 집행시 현안 추진 및 홍보 상황에 따라 변경될 수 있음

※ 일반관리비·이윤·사후 부대비용 등 소요비용 일체는 입찰대상금액에 포함

※ 제작비에 대해서는 사후 원가정산업체를 통한 검수를 필수로 진행하며, 해당 검수 비용은 제작비 내에서 진행함.

4. 입찰/계약방법 : 제한(총액)경쟁입찰, 전자입찰방식

5. 사업 내용

가. 추진 배경

○ **저출생, 인구위기**를 극복하고 지속 가능한 진짜 성장을 위해 **여성의 경제활동** 참여 확대, **일·생활 균형 문화 확산**이 중요

* 여성 고용률은 `24. 62.1%이나, OECD 국가 평균 63.2%에 비해 낮은 수준

○ 그간 육아지원제도 개선* 등으로 **육아휴직, 유연근무 등의 활용이 증가****하고, **일·생활 균형 문화가 확산되고, 인식이 개선*****되었으나,

* (`25.2월, 육아지원3법 개정·시행) 육아휴직 사용기간, 배우자출산휴가 등 확대
(`25.1월, 지원 확대) 육아휴직 급여 인상, 대체인력지원금 인상 등

** (육아휴직 급여 수급자) `24년 13.2만명(남성 4.1) → `25년 18.4만명(남성 6.7)
(유연근무 활용률) `23년 15.0% → `24년 16.3% (경제활동인구조사)

*** (일·생활 균형 지수) `23년 60.8 → `24년 65.7점
(일·가정생활 우선도) `15년 34.4 → `25년 46.5 (사회조사)

- **중소기업***은 여전히 **제도 활용이 어렵고 인식이 저조한** 상황으로 일·생활 균형의 **대·중소기업 격차가 여전**

* (육아휴직 가능 응답) **(10인↓) 60.1%, (300인↑) 89.2%** (`24년 일·가정양립실태조사)

나. 추진 방향

○ 일·생활 균형에 대한 인식 개선 및 변화를 유도할 수 있도록 **실질적 효과, 성공사례, 정부지원** 제도 등에 대해 온·오프라인, 공익광고를 연계하여 **일관성 있는 메시지를 전달**

○ 일·생활 균형이 상대적으로 어려운 **중소기업, 제조업·서비스업 등의 실천사례**를 지속 노출하여 **규모·업종에 상관없이 실천이 가능하다는 인식 제고**

○ 워킹맘&대디 멘토단 운영, 중소기업 협·단체 협업 등 **정책 수요자와의 소통·참여형 홍보**를 강화하고,

- **산단 행복일터 프로젝트, 일·생활 균형 우수기업** 등 다양한 사업과 연계하여 홍보 효과 극대화

다. 홍보 방법

○ **(오프라인 홍보)** 현장·협업·참여·활동형 → 온라인 홍보 연계

① 중소기업 협·단체 등과 협업 ② 산단 행복일터 프로젝트 연계

③ 워킹맘&대디 멘토단 운영 ④ 일·생활 균형 우수기업 시상식 등

- **중소기업 협·단체*** 등과 협업하여 **캠페인·강연·워크숍 등 지원**

  * 메인비즈협회, 이노비즈협회, 소상공인연합회, 코리아스타트업포럼, 한국여성벤처협회 등

- **산단 행복일터 프로젝트**와 연계하여 기업 및 중소기업 협·단체와 **현장 협업 홍보**

- **워킹맘&대디 멘토단** 운영*을 통해 **국정과제 및 제도개선 의견 수렴, 경험·아이디어** 등을 활용하여 쇼츠, 광고 등 콘텐츠 제작, 개인별 SNS 홍보·확산

  * 멘토단 단체톡 등을 기반으로 개인 SNS 활용 홍보 및 아이디어 조사 등 상시 온라인 운영 및 분기별 오프라인 회의 병행

- **일·생활 균형 우수기업 시상식** 개최를 통해 **대국민 관심 확산**

○ **(온라인 홍보) 노동자**(MZ 세대), **중소기업 사업주** 등의 **상황·특성**에 맞는 **차별화된 콘텐츠 개발** 및 오프라인 홍보와 연계

- **최근 트랜드, SNS**별 특성을 반영하여 **파급력 강한 콘텐츠** 활용

  * 최근 유행하는 밈, AI 등을 활용한 숏폼 영상, 인플루언서/유튜버 등과 협업 등

- **근로자·기업 참여**를 유도하는 **이벤트 및 CEO·인사담당자**가 주로 방문하는 **카페·인터넷 사이트** 등에 **집중 홍보**

  * (예시) 실천사례 공유, 유연근무 챌린지, 설문조사, 외부기관 제휴 이벤트 등

○ **(공익광고)** 매체별 특성 및 대상 등을 고려한 광고 제작·송출

- 핵심 타깃(사업주)의 공감을 얻을 수 있는 **간결하고 직관적인 메시지** 전달
- 전통매체(TV, 라디오 등)와 뉴미디어(온라인 등) 적절히 혼합

6. 연간 일정(안)

구 분		4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
공익광고	TV·라디오 광고									
	온라인 광고									
	옥외 광고									
	지면 광고									
온라인	홈페이지(일생활균형/재택근무)	연중 운영								
	유튜브/인스타/블로그/페이스북	연중 운영 / 수시 이벤트								
	외부기관 협업 홍보									
오프라인	유관기관 협업 홍보									
	일·생활 균형 우수기업 시상식									

Ⅱ. 과업 내용

1. 과업 범위

과 업	세부 수행사항
가. 전략 수립	▸ 일·생활 균형 문화 확산을 위한 통합 홍보 및 브랜드 전략 기획 ▸ 홍보 매체별 목표·콘셉트 설정, 연간 로드맵 수립
나. 광고 제작	▸ 정책 수요자 등 타깃별 효과적인 광고안 제작 ▸ 예산 범위 내 효과적인 매체 집행 계획 수립 * 매체 기획 및 구매 대행은 한국언론진흥재단이 담당함
다. 온라인 홍보	▸ 일·생활 균형 홈페이지 및 SNS 채널 관리·운영 ▸ 타깃별 맞춤형 콘텐츠 제작 및 온라인 프로모션 기획·운영
라. 오프라인 홍보	▸ 기업·국민 참여형 오프라인 프로모션 기획·운영
마. 성과 분석	▸ 정책 인지도 및 광고 효과 분석 등 성과 측정 ▸ 여론 동향 모니터링 및 이슈 관리 등

2. 세부 과업 내용

가. 홍보 기획 및 브랜드 전략 수립

○ **홍보 환경 조사·분석**

- 유연근무 활용 현황, 인식조사 등을 통한 정책 수요자 특성 분석
  * 사업체 규모별, 업종별, 직종별 / 사업주, 관리자, 근로자 등
- 기존 일·생활 균형 홍보전략('14년~), 타 유사사례, 최신 트렌드 등 분석
- 고용노동부 및 타 부처·기관 등의 일·생활 균형 관련 제도 파악
  * (고용부) 유연근무, 근로시간단축, 육아휴직 등 (여가부) 가족친화인증 (문체부) 휴가지원사업 등

○ **통합 홍보 전략 및 세부 실행방안 수립**

- 일·생활 균형(워라밸)에 대한 공감대 형성 및 실천을 유도할 수 있는 메시지 개발 등 브랜드 전략 수립
  * 새로운 아젠다·유행코드 도출 또는 기존 홍보 메시지 활용 방안 등 제시
- 홍보 대상 세분화를 통한 맞춤형 서브 메시지 및 콘텐츠 개발 전략
- 브랜드 전략에 기반한 구체적인 홍보 추진 로드맵 제시
- 온·오프라인 매체의 유기적 연계를 통한 일관적·통합적 홍보방안
- 기업과 국민 동참을 이끌어낼 수 있도록 기업 및 유관단체 등과의 협력 캠페인, 근로자 등 국민 참여형 이벤트 기획
- 정책 추진 상황 및 월별 이슈 등에 따른 시의성 있는 콘텐츠 제작 및 확산방안 제시
- 홍보 효과 분석 등 성과지표 개발 및 성과 평가 실시

나. 현장 홍보 및 캠페인 활동

○ **(기업 참여 행사)** 정책 대상자 맞춤형 행사를 진행하여 정책 소개 및 직접 소통·홍보할 수 있는 방안 모색

- 중소기업 협·단체* 등과 협업하여 공동 캠페인 개최 또는 업종별 맞춤형 홍보·강연·워크숍 등 지원
  * 메인비즈협회, 이노비즈협회, 소상공인연합회, 코리아스타트업포럼, 한국여성벤처협회 등

- 산단 행복일터 프로젝트와 연계하여 기업 및 중소기업 협·단체와 현장 협업 홍보

- 워킹맘&대디 멘토단 운영*을 통해 국정과제 및 제도개선 의견 수렴, 경험·아이디어 등을 활용하여 쇼츠, 광고 등 콘텐츠 제작, 개인별 SNS 홍보·확산

  * 멘토단 단체톡 등을 기반으로 개인 SNS 활용 홍보 및 아이디어 조사 등 상시 온라인 운영 및 분기별 오프라인 회의 병행

- 대한민국 일·생활 균형 우수기업 시상식 기획・수행(11월)

- 오프라인 행사에 대한 실시간 피드백, 결과 공유 등 정책 수요자와의 소통 및 2차 홍보

○ **(인식개선 캠페인)** 일·생활 균형에 대한 긍정적 인식 제고 및 실천 유도를 위해 현장 홍보 및 국민 참여형 이벤트 실시

- '근무혁신 10대 제안', 유연근무제 등을 중심으로 수요층의 관심과 참여를 유도하기 위한 효과적인 방식 제안·실행

  * (예시) 영향력 있는 브랜드와의 협업 이벤트, 전시회·박람회, 지역단위 행사 등을 활용한 홍보부스 운영, 홍보물 제작·배포 등

다. 온라인 홍보

○ **일·생활 균형 및 유연근무 종합안내 홈페이지 관리·운영**

구 분	주 소
일·생활균형 홈페이지	http://www.worklife.kr/website/index/index.asp

- 홈페이지 디자인 및 메뉴 구성 관리, 정책 안내 현행화 및 홍보 콘텐츠 업로드, 팝업 및 배너 제작 등

- 웹사이트 취약점 점검, 데이터 품질진단* 및 조치 등 유지보수

  * 데이터 표준·구조 관리, 값 검증, 데이터 개방 및 메타데이터 현행화 등

요구사항 분류		데이터
요구사항 고유번호		DAR-001
요구사항 명칭		데이터 표준 관리
요구사항 상세설명	정의	데이터 표준 관리 방안
	세부 내용	ㅇ **데이터 표준관리** - 사업기간 동안 데이터베이스 표준(DB표준) 관리를 위한 방안(변경이력 포함)을 제시하고 DB표준과 데이터 항목의 일치여부를 주기적으로 점검하여야 함 ※ 추가되는 데이터는 공통표준 및 발주기관의 기관표준을 준수하여야 함
산출정보		**데이터 표준관리 방안(매뉴얼, 가이드 등)**
관련 요구사항		

요구사항 분류		데이터
요구사항 고유번호		DAR-002
요구사항 명칭		데이터 구조 관리
요구사항 상세설명	정의	데이터 구조 관리 방안
	세부 내용	ㅇ **데이터 구조 관리** - 사업 기간 동안 데이터 구조 관리를 위한 방안(변경이력 포함)을 제시하고 DB의 형상과 물리데이터 모델의 형상 일치 여부를 주기적으로 점검하여야 함
산출정보		**데이터 구조관리 방안(매뉴얼, 가이드 등)**
관련 요구사항		

요구사항 분류		데이터
요구사항 고유번호		DAR-003
요구사항 명칭		데이터 값 검증
요구사항 상세설명	정의	데이터 값 검증
	세부 내용	ㅇ **데이터 값 진단 계획 수립** - 데이터 값 검증 범위(전체 또는 일부), 시기, 방법을 사업 계획에 명시해야 함 ㅇ **데이터 값 진단 수행 및 검증** - 공공데이터 범정부 품질진단 기준* 및 업무규칙(BR)에 따라 주기적으로 값 검증을 수행하여야 함 *공공데이터 품질관리 매뉴얼 참고 - 데이터 값 검증 결과에 따른 오류데이터를 개선하고, 오류로 인한 영향도, 오류유형별 조치 방법 등을 관리하여야 함 - 반복적으로 발생하는 동일 오류가 있는 경우 재발 방지 방안을 제시하고 개선활동을 수행하여야 함 - 운영시스템(DB)의 구축·운영 근거(법령, 규정, 규칙, 매뉴얼 등) 등 관련 정책이 변경되는 경우 업무규칙(BR)을 추가발굴 또는 정비하여야 함
산출정보		**데이터 값 진단 계획·결과, 업무규칙 정의서**
관련 요구사항		

요구사항 분류		데이터
요구사항 고유번호		DAR-004
요구사항 명칭		메타데이터 현행화
요구사항 상세설명	정의	메타데이터 현행화
	세부 내용	ㅇ **메타데이터 현행화** - 시스템의 메타데이터 표준 관리항목이 발주기관의 메타데이터 관리시스템과 중앙 메타데이터 관리시스템에 등록 및 현행화 되도록 지원하여야 함 ※ 발주기관에서 운영 중인 메타데이터 관리시스템이 없는 경우 문서, 파일 등으로 메타데이터 항목을 작성(현행화)하여 제출하여야 함
산출정보		**메타데이터 현행화 결과**
관련 요구사항		

ㅇ 일·생활 균형 SNS 채널(총 4개) 관리·운영

구 분	주 소
페이스북	https://www.facebook.com//lifenwork
유튜브	https://youtube.com/channel/UCyH_Hb-XberJ7UqzetJpCcw
인스타그램	https://instagram.com/life_n_work/
블로그	https://blog.naver.com/life_n_work

- 채널별 구독자 등 특성을 고려하여 차별화된 운영전략 마련
  * 적극적 목표치 설정 포함
- 채널 활성화 및 콘텐츠 홍보를 위한 검색 최적화 전략 수립
- 일·생활 균형 관련 정부 정책 등 다양한 콘텐츠 게시
- 채널별 구독자 수 확대를 위한 이벤트 기획·실시(월 1회 이상)
  * 각 채널별 월 구독자(팔로워, 이웃 등) 수 50명 이상 증가
- 시작페이지, 분기별 스킨 변경 등 디자인 관리
- 댓글 등 방문자 응대 관리(9~18시, 4시간 이내)
- 채널별 통계 관리, 사용자 반응 분석 및 부정 이슈 관리 방안 제시

ㅇ 온라인 홍보 콘텐츠 기획 및 제작

- **정기 제작 콘텐츠** : 정책 소개 및 타깃별 공감·실천 유도 콘텐츠

※ 콘텐츠 게재 수보다 고객 호응(반응·참여도) 및 확산력에 중점

· 홈페이지: 카드뉴스 월 2건 이상, 홍보영상 콘텐츠 월 1건 이상

· SNS 채널: 채널별 최소 횟수 이상

구분	주요내용	최소 횟수
블로그	• 관련 정책·제도 및 우수사례 소개, 기타 워라밸 문화 관련 유용한 정보 등 텍스트 중심 콘텐츠 기획·제작	주 2회
인스타그램	• 정보 전달 및 소통·공감형 이미지 중심 콘텐츠 기획·제작 (한컷 이미지, 카드뉴스, 인포그래픽, 인스타툰, 숏폼영상 등)	주 2회
페이스북	• 정보 전달 및 콘텐츠 확산(타 채널 콘텐츠 재가공 가능)	주 3회
유튜브	• 자체 기획 영상, 협업 또는 재가공 영상 등 제작	월 1~2회
이벤트	• 정책고객 확대 등 채널 활성화를 위한 이벤트 기획·운영	월 1~2회

※ 상기 내용은 고용노동부와 사전 협의를 통하여 변경할 수 있음

[유의사항] ① 고용노동부 최종 감수를 거친 콘텐츠만 실적으로 인정(승인을 받지 않은 기존 콘텐츠 활용 등 단순 재가공은 실적에서 제외) ② 매체에 게시된 콘텐츠 원본 파일은 발주처에 제출 ③ 하자 담보 책임 기간 및 범위와 관련, 콘텐츠 내용 오류 등 과업 부실로 인한 하자보수 필요 시 과업수행기관은 사업종료 후 1년간 발주처의 하자보수 요청에 응해야 함

- **수시 제작 콘텐츠**

· (프로젝트형 콘텐츠) 온라인 콘텐츠 확산에 강점이 있는 언론사·매체 등과 협업하여 콘텐츠 제작(분기별 1회)

※ 최신 트렌드를 반영하여 다양한 방식으로 제작(예시 : 웹툰, 웹드라마, 인플루언서 협업, 다큐멘터리, SNS 이모티콘 제작·배포, 모션그래픽 등). 방식 및 규모에 따라 횟수 조정 가능

· (소통형 콘텐츠) 포털 사이트, 취업 포털 등 대국민 확산력이 높은 사이트에 게시할 수 있는 소통형 콘텐츠 개발·배포

※ 연령별, 직종별 등 타깃별 선호 채널, 콘텐츠를 활용한 홍보 방안 제안

[유의사항] ① 콘텐츠 제작 시 타인의 이미지를 불법 사용 또는 모방하여 저작권 침해를 해서는 안 되며, 자체 촬영 및 제작 이미지 관리를 위한 방안 제시 ② 포털, 타 기관 온라인 채널 노출 시 콘텐츠 저작권 관리 필요

○ **사업 성과 관리**

- 일·생활 균형 홈페이지 만족도 조사 실시(연 1회)

- 일·생활 균형 관련 언론, SNS, 최신 트렌드 등 모니터링 및 분석

- 현안 이슈에 대한 자문 및 제안(긴급 이슈 대응전략 마련 포함)

라. 공익광고 제작 및 송출

○ 홍보 콘텐츠 제작

- 일·생활 균형 문화 실천을 유도할 수 있는 영상(TV 등) 및 라디오, 온라인 광고, 옥외 광고 등 제작
- 각 매체 특성 및 타깃을 고려한 독창적인 광고안 제시

※ 영상은 다양한 광고 매체 활용을 위해 20초, 30초, 40초 편집 요청 시 제공

※ 각종 매체에 맞는 시안 제작(사이즈 베리에이션 등) 포함

○ 매체 송출 계획 수립 및 실행

- 정책 발표, 가정의 달(5월) 등 계기별로 TV, 라디오, 신문, 교통수단, 옥외 전광판, 유튜브, 포털사이트 등 각종 매체를 통해 송출

※ 매체계획 수립 및 실행은 한국언론진흥재단이 수행하며, 전통매체와 뉴미디어 매체를 적절히 혼합하여 송출

※ 특히, 핵심 타깃층(사업주, 관리자, 인사담당자 등)이 선호하는 매체 중심

- TV, 라디오, 신문, 유튜브 등 특집기획, 공동캠페인 등 전개

※ 교양·예능 등 공중파 인기방송 프로그램 간접광고(PPL) 등 기획/제안

○ 결과보고(광고 집행 효과 분석 및 개선방안 도출)

○ 기타(이외 고용노동부 요청 과업)

마. 전담인력 구성 및 운영

○ 과업 수행을 위한 전담인력 구성 및 운용

- 투입인력은 용역사업의 안정적 운영에 적합한 인력으로, 유사 프로젝트 경험이 있는 전문 인력으로 구성(구체적 이력 등 제시)

* 기획자, 스토리 작가, 디자이너, SNS 운영 및 콘텐츠 제작자 등

- 각 프로그램별 커뮤니케이션 담당자, 기술 등급 고급(관련 경력 9년) 이상 배정 필수

* (필요시) 과업의 효율적 수행을 위해 협의를 통해 전담 인력 중 일부 인력(디자이너 등)이 고용노동부 지정 장소에 근무 가능

○ **인력구성 체계 : 용역 전담팀 구성(필수)**

- 과업 부문별(광고/온라인/오프라인 등)로 팀장 및 실무인력 배치 (각 부문별 3명 이상)

  ※ 투입 인력은 고용노동부와 최종 합의하며, 사업 주관부서가 적합지 않다고 판단 시 인력 교체 및 증원 요청 가능

- 특히, 홈페이지, 블로그, 유튜브, 페이스북, 인스타그램 등 온라인 채널 운영·관리는 담당자 중복 없이 반드시 전담 인력으로 운영
- 사업수행계획서에 본 사업을 수행할 조직 및 업무분장 내용 제시
- 사업수행계획서에 본 사업에 참여할 투입인력별 재직증명서 및 경력증명서를 첨부하여 제출

○ 컨트롤타워 역할을 수행할 총괄 책임자* 지정 필요 * PT 참여 필수

※ 총괄책임자(PM) 자격

· 기술 등급 : 특급(관련 실무경험 12년 이상)

· 정부기관 또는 주요 대기업의 PR 컨설팅 또는 광고수행 경험자이어야 하며, 소속 기관의 임원급 이상인 자(권고사항)

바. 공통 사항

① 일반 사항

○ 고용노동부에서 작업 상황에 대한 보고, 설명, 수정 등을 요구 시 사업수행자는 즉시 이에 응하여야 하며, 업무 진행상황 파악을 위한 편의를 제공하여야 함

○ 사업수행자는 본 과업이 완료된 후라도 각종 성과품에 미비사항이 발생한 경우 최종성과품에 그 내용을 즉시 보완하여 제출하여야 함

○ 본 사업 수행에 명시되지 않은 사항 또는 추가(변경)조정이 필요한 경우에는 고용노동부와 수시로 협의하여 진행

② 보고 체계

○ 보고시기 및 내용 ※ 특이사항 발생 시 수시 보고

구 분	시 기	내 용
착수보고	계약 후 2주 이내	사업 수행계획서(세부계획, 일정, 인력 등)
월간보고	매월 말일	당월 실적 및 익월 계획
주간보고	매주 목요일	금주 실적 및 차주 계획
사업세부계획 보고	사업 추진 2~3주 전	각 행사 및 프로모션(이벤트) 세부실행계획안
최종보고	사업 종료 10일 이내	사업 완료보고서(광고효과조사 결과 포함)

○ 월간 보고에는 당월 업무수행내역(과업 분야별 업무수행 실적 및 진행 정도, 예산집행상황)과 익월 업무계획(구체적 사업 수행 전략과 실행방안 등을 포함한 과업 분야별 업무수행 계획) 등을 포함

○ 프로모션 추진 시 반드시 행사 및 이벤트 등 시작 최소 2~3주 전에 세부실행계획안을 보고하여 충분한 사전 검토 및 협의 필요

※ 행사 성격 및 준비기간(장소 섭외 등) 등을 고려하여 제출 시기 조정

○ 사업완료보고서에는 홍보 기획 및 브랜드 전략, 광고제작·송출, 각종 프로모션 결과, 효과 분석 등 사업 제반 사항 포함

- 각 사업별 추진경과 및 결과, 광고(홍보) 효과 분석, 브랜드 인지도 등 다각적인 결과 분석, 종합시사점 등을 포함하되, 분석과정에서 고용노동부의 요구사항이 반영될 수 있도록 하여야 함
- 분석을 통해 시사점 및 개선 방향 등을 도출하여 차년도 전략 수립에 반영할 수 있는 제언이 포함되어야 함

○ 광고(홍보) 효과 조사(2회) 실시

- (방식) 전문 리서치 업체를 통해 광고 활동 효과 측정

※ 일반국민 1,000명 이상을 대상으로 설문지를 이용한 온라인 조사 실시

- (내용) 광고 효과도, 광고 인지도, 광고 호감도 등
- (시기) 광고 전(3월)과 광고 후(12월) 각각 실시 후 조사결과 비교분석

※ 세부 조사 내용·방법 및 일정은 고용노동부와 협의하여 진행

- (결과) raw데이터, 분석데이터(분석과정을 알 수 있도록 수식 포함) 및 최종 조사결과 보고서 함께 제출

③ 사업보안 및 저작권

○ **사업보안**

- 용역업체의 장은 사업을 수행하는 과정에서 주요 정보 및 수행 결과 등이 무단으로 유출되지 않도록 다음 사항이 포함된 보안 대책 수립·시행

· 참여 인력에 대한 보안 조치

※ 용역 참여 인력 변경 시에는 고용노동부 주관부서의 승인을 받아야 함

· 용역사업 수행 관련 정보·관련 시설 등에 대한 보안조치

· 용역사업 수행내용 및 결과의 보안 조치 등

※ 업무 수행과 관련한 정책 자료 등은 사전승인 없이 본 업무 수행 목적 이외에는 사용할 수 없음

○ **저작권**

- 계약목적물에 대한 지식재산권은 고용노동부와 과업 수행기관이 공동으로 소유. 단, 배포 또는 복제가 필요한 경우 과업 수행기관은 발주처와 협의해야 하며 과업 수행기관은 계약 목적물의 특수성(보안 등)을 이유로 배포 또는 복제를 제한할 수 있음

- 과업을 위해 과업수행기관이 제작한 콘텐츠는 상업적 사용을 배제한 정부 기관 등의 2차적 활용*에 그 출처를 밝히고 사용할 수 있음

* 정부기관 온·오프라인 매체 등에 콘텐츠 공유 및 확산 등

- 과업에 필요한 콘텐츠 제작 시 타인의 저작권을 침해해 불법으로 사용 또는 모방해서는 안 되며, 이로 인해 발생하는 일체의 책임은 과업 수행기관에게 있음

④ 성과물 제출 및 계약의 해지

○ **성과물 제출**

- 용역업체의 장은 지정된 기간동안 주기적으로 제안요청서, 제안서, 계약서, 사업내용서 등 업무 범위에 포함된 사항에 대한 보고서를 제출

· 정기보고서 : 월 단위의 계획서 및 운영 결과 보고서

· 요청 시 이슈 현안에 따른 특별 기획보고서

· 디자인 등의 변경 시 기존 시안에 대한 back up USB 제출

- 용역업체의 장은 사업종료일에 제안요청서, 제안서, 계약서, 사업내용서 등 업무 범위에 포함된 사항에 대한 최종보고서를 제출

· 보고서는 제본하여 3부 이상 제출(실행 프로그램 세부내용 포함)

· 요약본 3부, 보고서 및 요약서 내용이 수록된 매체 USB 3개

· 본 과업과 관련하여 수집된 자료의 사본 1부 제출

- 용역업체의 장은 사업 진행사항 파악, 점검 등을 위해 주관 부서의 요청이 있을 경우 사업 기간 중이라도 즉시 보고하여야 함

○ **계약의 해지**

- 계약의 해지 및 해제에 대한 사항은 용역계약일반조건(기획재정부 계약예규 제413호, 2018.12.31.)에 따르며, 그 외 다음 각호에 해당하는 경우 고용노동부는 이 계약을 해지할 수 있음

· 계약상대자가 계약조건을 위반하거나 매체 운영을 부실, 태만(매달 콘텐츠 요구 수량의 3분의 1 이상을 제작하지 못하는 경우 등)하게 하였을 경우

· 계약상대자가 고의 또는 과실로 고용노동부의 명예를 훼손하거나 업무상 비밀을 누설하였을 경우

· 계약담당공무원은 각호의 경우 이외에 객관적으로 명백한 정부 측의 불가피한 사정으로 인하여 계약을 해제 또는 해지할 필요가 있다고 인정할 경우에는 필요한 조치를 취할 수 있음

Ⅲ. 입찰 개요 및 내용

1. 평가 일정

ㅇ 입찰공고문 확인 필수

2. 평가 방법

ㅇ 제안서 심사

- 제안서 사전 심사를 통해 상위 4개 업체를 선정, 프레젠테이션(PT) 실시
- 제안서 제출 업체가 5개 이내인 경우 모두 PT 실시

ㅇ 기술능력 평가방법 (협상에 의한 계약)

- 기술점수(90%)와 가격점수(10%) 합산 후 고득점 순으로 우선협상대상자 선정
- 항목별 평점 중 최고 및 최저 점수를 제외한 나머지 평점 합산
- 우선협상대상자와 협상이 결렬될 경우, 차득점 업체와 동일한 방법으로 협상
- 기술평가 점수가 배점한도의 85%(76.5점) 미만인 경우 협상 대상에서 제외
- 동점자 발생 시 기술평가 고득점 순으로 선정, 기술평가 점수도 동일한 경우, 세부평가항목 중 배점이 큰 항목에서 높은 점수를 얻은 자를 우선협상대상자로 선정

  * 실행계획의 적절성 → 사업 이해도 및 기획력 → 독창성 및 실행가능성 순

- 프레젠테이션을 하는 PM 1인 외에는 심사장 참석 불가함
- 기술능력 평가 시간 : 업체별 30분(발표 20분, 질의응답 10분)
- PT 진행 시, 제출된 PDF로만 진행 가능하며, 영상(예시, 제시안 등) 노출 불가함
- PT 심사 시, 심사위원에게 별도 문서 배포 없음(제안시간 내 정보만으로 채점 진행)
- 제안일 기준, 제안사가 수행중인 동종기관 혹은 유사과업 명기 필수

3. 평가 기준

○ 기술평가(90점), 가격평가(10점)

사 업 명	2024년 일·생활 균형 홍보용역		
심사항목	**세부항목**	**심사내용**	**배점**
기획 능력 (35)	사업 이해도 및 기획력	· 사업 목적 및 추진 방향에 대한 이해 정도 · 홍보 목표 및 전략 설정의 타당성, 체계성 · 환경 분석과 제안 내용의 연계성	15점
	독창성 및 실현가능성	· 홍보 메시지, 콘셉트 등의 참신성 및 차별성 · 기획 내용의 실현가능성 등	15점
	사업의 효과성	· 사업 수행 성과 측정 방안의 실효성 · 사업 기대효과의 타당성 등	5점
실행 능력 (55)	실행계획의 적절성	· 부문별 세부 프로그램의 적절성 및 구체성 · 타깃별 활용 매체, 콘텐츠 등의 적절성 · 프로그램 간 연계 및 확산 전략의 적절성 · 사업 추진일정의 적절성	20점
	운영방식의 효율성	· 사업추진체계 및 부문별 관리·운영체계의 효율성 · 기관·사업별 네트워크 방안 · 예산 배분 계획의 적절성	15점
	사업수행 능력	· 투입 인력의 전문성 및 역할 분담의 적정성 · 유사 사업 수행 실적(홍보 경험 및 성공 실적) · 조직, 기술 등 지원 능력	15점
	대응·관리 능력	· 이슈 관리, 위기상황 발생 시 대응능력 · 업무 지원 및 관리방안의 적정성 등	5점
가격 제안 (10)			10점
합 계			**100점**

○ 평가원칙

- 평가결과에 대하여 제안업체는 이의를 제기할 수 없으며, 제안서에 기재되지 않은 사항은 평가하지 아니함

4. 일반 사항

- ㅇ 대행사는 대행 계약체결 즉시 광고주의 광고 일정에 차질이 없도록 광고 전략·기획, 브랜드 전략, 광고물 제작, 사후관리 등에 임해야 함
- ㅇ 원활한 사업추진을 위해 광고주와 재단이 자료 등을 요청하는 경우 이에 신속히 응해야 함
- ㅇ 매체제안 및 구매 업무는 한국언론진흥재단(이하 재단)이 진행하며 기타 재단이 광고 대행에 필요한 자료를 요청할 경우 제공해야 함
- ㅇ 대행사는 광고주의 광고 집행 후 광고효과 조사를 실시하여 광고주에게 제공하여야 함
- ㅇ 이외의 과업을 수행할 시에는 광고주와 재단, 대행사가 협의하여 진행함
- ㅇ 과업 수행 중 과업 전담팀의 인력을 교체하고자 할 때에는 사전에 명확한 사유를 재단에 고지하여야 하며, 광고주의 승인을 받아야 함
- ㅇ 제안요청서에 명시하지 않은 사항은 국가계약법 및 시행령, 계약예규 등에 따름
- ㅇ 광고 홍보의 특성에 따른 컨설팅의 일관성, 시급성 등을 이유로 공동계약(컨소시엄)은 불가함

5. 특수 수행 지침

- ㅇ 세부내용은 우선협상대상자와의 약정체결 시 명시함

6. 참가 자격

- ㅇ 국가종합전자조달시스템 입찰참가자격등록규정에 의하여 반드시 G2B(나라장터) 시스템에 입찰참가 등록한 업체만 참가할 수 있음. 전자입찰 미등록업체는 입찰서 제출마감일 전일까지 조달청 국가종합전자조달시스템(http://www.g2b.go.kr)의 이용자 등록 안내에 따라 등록하여야 함
- ㅇ 국가계약법 시행령 제12조(경쟁입찰의 참가자격)의 규정에 의한 유자격자

○ 국가계약법 제27조(부정당업자의 입찰 참가자격제한)에 해당되지 아니한 자

○『중소기업제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 법률』 시행령 제2조의 2(중소기업자와의 우선조달계약)에 의한 중기업·소기업 또는 소상공인
-「중소기업기본법」 제2조제2항에 따른 중기업·소기업 또는「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」 제2조에 따른 소상공인으로 「중·소기업·소상공인 및 장애인기업 확인요령」에 따라 발급된 중기업·소기업 또는 소상공인확인서를 소지한 사업자

○ 「중소기업제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 법률」 제9조 및 같은 법 시행령 제10조에 의한 직접 생산확인증명서 [동영상제작서비스(세부 품명 번호 : 8213160301)] 를 보유한 업체

○ 「소프트웨어 진흥법」 제48조(중소 소프트웨어사업자의 사업참여 지원)에 따른 「중소 소프트웨어사업자의 사업 참여 지원에 관한 지침」 준수

○ 「소프트웨어 진흥법」 제48조제4항에 따라 상호출자제한기업집단 소속회사의 입찰 참여 제한

○ 본 사업은 20억원 미만 사업으로 「소프트웨어 진흥법」 제48조(중소 소프트웨어사업자의 사업참여 지원) 및 중소 소프트웨어사업자의 사업 참여 지원에 관한 지침 제2조, 제3조에 따라 대기업 및 중견기업인 소프트웨어 사업자의 입찰 참여 제한(소프트웨어사업자 일반현황 관리확인서 상의 ‘공공 소프트웨어사업 입찰참여 제한금액: 없음’으로 확인)
  - 총 사업금액 20억원 미만인 사업으로 중소소프트웨어 사업자(소프트웨어사업자 일반 현황 관리확인서 상의 ‘공공 소프트웨어 사업 입찰참여 제한금액: 없음’으로 확인)만 입찰참가 가능

Ⅳ. 제안서 작성 및 제출

1. 제출 서류

□ 입찰공고문 확인 필수

※ 자격에 대한 서류심사에서 결격사유해당 업체의 경우 제안서 심사에서 제외

※ 기타 제안요청서에 제출토록 명시한 서류(사본은 원본 대조필) 및 입찰참가자격을 증명하는 서류(구비서류 미비 시 접수 불가)

2. 제안서 작성지침

① 일반사항

○ 첨부한 제안서 목차와 작성요령에 따라 작성하되, 본 지침(안)에 예시되지 아니한 사항이라도 본 과업 수행에 필요하다고 인정되는 항목 및 내용 등을 추가하여 자유롭게 제안

○ 업체명(표지에 표기), 제안서 내용을 요약한 제안개요서 3페이지 이내, 사업제안내용 **40페이지 이내**('제안업체 일반현황', '증빙자료' 제외)로 작성

- 과도한 페이지 늘림 자제하고 키포인트 위주로 실행방안 요약
- 경쟁 PT 시 별도자료 작성·배부 불요

* 목차 표기 후 제안개요서 + 사업제안내용 + 일반현황 + 증빙자료 순으로 전체 쪽번호 하단 기재 및 인용자료·데이터 출처 명시

- '제안업체 일반현황'과 '증빙자료'는 1매당 2쪽 모아찍기 가능

○ 제안서의 용지 크기는 A4 용지, 기본적으로 단색(필요시 칼라), 양면종단으로 작성(파워포인트로 작성 시 횡으로 작성 가능)

2 **제안서 내용** : 제안서 목차 참조

< 제안서 목차 >

목 차

<요 약>

Ⅰ. 제안배경

1. 제안목적 및 배경
2. 제안의 범위
3. 제안의 차별화 요소

Ⅱ. 사업제안 내용(예시)

(아래의 항목을 참고하여 자유롭게 기술)

1. 정책홍보 환경분석
2. 정책홍보 목적·목표
3. 세부 실행계획(전략·방법)
4. 사업추진 체계
5. 기대효과
6. 참여인력 편성표
7. 투입인력
8. 추진일정

Ⅲ. 제안업체 일반현황

1. 일반현황
2. 조직 및 인원(참여인원 현황)
3. 주요 사업내용 및 실적

3 제안서의 효력

○ 제안서의 내용은 제안자가 계약자로 선정된 후 계약서에 명시되지 않더라도 계약서와 동일한 효력을 가짐. 단, 계약서에 명시한 경우는 계약서 사항이 우선함

○ 본 제안요청서의 전체 또는 일부를 제안서 제출 이외의 다른 목적으로 사용할 수 없음

○ 제출된 제안서에는 제안사의 고유한 개념과 아이디어가 포함될 수 있으나, 제안서 내에 독창적 정보라고 명시되지 않는 한 재단과 광고주는 이를 임의로 사용할 권한을 가짐

○ 제안사는 본 제안요청서에 제시된 정보의 정확성에 대해 스스로 확인할 필요가 있으며, 제안요청서나 기타 첨부 자료상의 오류나 누락에 대하여 재단은 책임지지 않음

○ 재단은 필요시 입찰참가자에 대하여 추가 제안이나 추가 자료를 요청할 수 있으며, 이에 따라 제출된 자료는 제안서와 동일한 효력을 가짐

3. 유의사항

□ 우선협상대상으로 선정된 자는 재단의 보안 요청을 준수해야 함

□ 제안서 내용은 객관적으로 입증할 수 있어야 하며, 내용이 허위로 확인되거나 입증하지 못하는 경우 평가 대상에서 제외

□ 제안서의 내용을 허위로 작성한 사실이 발견되거나 제안된 내용을 충족시키지 못할 경우 제안사에 일체의 손해에 대한 배상책임이 있고 계약을 무효로 할 수 있음. 또한 국가계약법 시행령 제76조에 의한 부정당업자 지정 등 법적제재를 받게 됨

□ 본 입찰과 관련하여 제출된 제안서 등 서류 일체는 반환하지 않으며, 보관상 어려움 등의 이유로 파기할 수 있음

□ 제안서 및 입찰 참가와 관련된 일체의 비용은 입찰참가자의 부담으로 하며, 사업수행에 따른 산출물의 소유권은 광고주에 있음

□ 평가위원 명단, 평가내용, 협상결과 등은 공개하지 않으며, 입찰참가자는 평가결과에 대해 이의를 제기할 수 없음

□ 계약 후 제안서의 용역범위 및 세부추진내용이 당초 계획과 달리 여건 및 특성에 부합되지 않을 경우에는 상호 합의 하에 현실에 맞게 적절히 수정하여 추진

□ 본 제안요청서에 명기하지 않은 사항이라도 사업 수행과정에서 불가피하거나 응당 시행해야 할 업무는 당연히 포함된 것으로 함

□ 입찰에 참가하고자 하는 자는 입찰관련 사항을 완전히 숙지하여야 하며, 이를 숙지하지 못한 책임은 응찰자에게 있음

□ 본 제안요청서에 명시된 모든 조항은 최소한의 사항만을 규정하였으므로, 누락된 사항에 대해 문제가 발생하지 않도록 사업자가 사전 조치를 취해야 함

□ 기타 사항은 제안요청서에서 정하는 바에 의하며, 동 요청서에서 정하지 않은 사항은 계약예규 협상에 의한 계약체결 기준과 재단의 유권해석에 따름

※ 입찰 관련 서식(붙임)

[붙임 1] 입찰참가신청서

[붙임 2] 확약서

[붙임 3] 청렴계약이행서약서

[붙임 4] 제안업체 회사연혁 및 일반현황

[붙임 5] 사업 실적 내역(최근 3년간)

[붙임 6] 참여인력 현황

[붙임 7] 입찰보증금 지급각서

4. 문의사항

○ 과업 내용, 제안서 관련

- 고용노동부 고용문화개선정책과 김흥식 사무관 044-202-7506 / dillkim@korea.kr
- 한국언론진흥재단 정부광고2팀 정창인 과장 02)2001-7860 / jci@kpf.or.kr

○ 입찰 프로세스 관련

- 한국언론진흥재단 광고지원팀 송기영 차장 T. 02-2001-7672
- 한국언론진흥재단 경영지원팀 박의연 과장 T. 02-2001-7723

<붙임 1>

<table>
<tr><td colspan="5">입 찰 참 가 신 청 서
* 아래 사항 중 해당되는 경우에는 기재하시기 바랍니다.</td><td>처리시간
즉 시</td></tr>
<tr><td rowspan="3">신청인</td><td>상호 또는 법인명칭</td><td></td><td>법인등록번호</td><td></td></tr>
<tr><td>주 소</td><td></td><td>전 화 번 호</td><td></td></tr>
<tr><td>대 표 자</td><td></td><td>주민등록번호</td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="2">입찰개요</td><td>입 찰 공 고
(지 명) 번 호</td><td>제 호</td><td>입 찰 일 자</td><td></td></tr>
<tr><td>입 찰 건 명</td><td colspan="3">2026년 고용노동부 일·생활 균형 홍보용역</td></tr>
<tr><td>입찰보증금</td><td>납부방법</td><td colspan="3">(입찰보증보험증권 또는 각서 대체)</td></tr>
<tr><td>대리인·사용인감</td><td colspan="2">본 입찰에 관한 일체의 권한을 다음의 자에게 위임합니다.
성 명 :
주민등록번호 :</td><td colspan="2">본 입찰에 사용할 인감을 다음과 같이 신고합니다.
사용인감 : ㊞</td></tr>
<tr><td colspan="6">본인은 위의 번호로 공고(지명통지)한 귀 재단의 일반(제한·지명)경쟁입찰에 참가하고자 정부에서 정한 공사(물품구매·기술용역) 입찰유의서 및 입찰공고 사항을 모두 승낙하고 별첨서류를 첨부하여 입찰참가 신청을 합니다.

신 청 인 : ㊞

한국언론진흥재단 귀중</td></tr>
</table>

<붙임 2>

확 약 서

○ 입 찰 건 명 : 2026년 고용노동부 일·생활 균형 홍보용역

한국언론진흥재단의 2026년 고용노동부 일·생활 균형 홍보 대행 용역 선정방식 및 제안요청서 내용과 본 입찰에 관련된 귀 기관의 방침에 이의가 없음을 확약합니다.

2026년 월 일

주 소 :
상 호 또 는 명 칭 :
대 표 자 : (인)
법 인 등 록 번 호 :

한국언론진흥재단 귀중

<붙임 3>

청렴계약이행서약서

당사는 부패 없는 투명한 기업경영과 공정한 행정이 사회발전과 국가 경쟁력에 중요한 관건이 됨을 깊이 인식하며, 청렴계약제 시행 취지에 적극 호응하여 한국언론진흥재단에서 시행하는 「**2026년 고용노동부 일·생활 균형 홍보용역**」 선정 입찰 및 계약이행 과정에서 당사의 임직원과 대리인은

1. 입찰가격의 유지나 특정인의 낙찰을 위한 담합을 하거나 다른 업체와 협정, 결의, 합의하여 입찰의 자유경쟁을 부당하게 저해하는 일체의 불공정한 행위를 않겠습니다.

이를 위반하여 경쟁 입찰에 있어서 특정인의 낙찰을 위하여 담합을 주도한 것이 사실로 드러날 경우, 한국언론진흥재단(이하 재단)에서 발주하는 입찰에 입찰참가자격제한 처분을 받은 날로부터 2년 동안 참가하지 않겠으며, 경쟁 입찰에 있어서 입찰자간에 서로 상의하여 미리 입찰가격을 협정하거나 특정인의 낙찰을 위하여 담합을 한 사실이 드러날 경우, 재단에서 발주하는 입찰에 입찰참가자격제한 처분을 받은 날로부터 1년 동안 참여하지 않고, 위와 같이 담합 등 불공정행위를 한 사실이 드러날 경우, 독점규제및공정거래에관한법률에 따라 공정거래위원회에 발주관서가 고발하여 과징금 등을 부과토록 하는 데 이의를 제기하지 않겠습니다.

2. 입찰, 계약체결 및 계약이행 과정에서 관계자에게 직·간접적으로 금품·향응 등의 뇌물이나 부당한 이익을 제공하지 않겠습니다.

이를 위반하여 입찰, 계약의 체결 또는 계약이행과 관련하여 관계자에게 뇌물을 제공함으로써 입찰에 유리하게 되어 계약이 체결되었거나 운영 중 편의를 받아 부실하게 운영한 사실이 드러날 경우, 재단에서 발주하는 입찰에 입찰참가자격제한처분을 받은 날로부터 2년 동안 참가하지 않겠으며 입찰 및 계약조건이 입찰자 및 낙찰자에게 유리하게 되도록 하거나, 계약목적물의 이행을 부실하게 할 목적으로 관계자에게 뇌물을 제공한 사실이 드러날 경우, 재단에서 발주하는 입찰에 입찰참가자격제한 처분을 받는 날로부터 1년 동안 참가하지 않겠습니다.

3. 입찰, 계약체결 및 계약이행과 관련하여 관계자에게 뇌물을 제공한 사실이 드러날 경우, 계약체결 이전의 경우에는 낙찰자결정 취소, 업무 착수 전에는 계약취소, 업무 착수 이후에는 발주처에서 전체 또는 일부계약을 해지하여도 감수하고 민·형사상 이의를 제기하지 않겠습니다.

4. 회사 임직원이 재단 관계자에게 뇌물을 제공하거나 담합 등 불공정 행위를 하지 않도록 하는 회사윤리강령과 내부비리 제보자에 대해서도 일체의 불이익처분을 하지 않는 사규를 제정토록 노력하겠습니다.

5. 본건 관련 하도급계약체결 및 이행에 있어서 하도급자로부터 금품을 수수하거나 부당 또는 불공정한 행위를 하지 않겠습니다.

위 청렴계약이행서약은 상호신뢰를 바탕으로 한 약속으로서 반드시 지킬 것이며, 낙찰자로 결정될 시, 본 서약내용을 그대로 계약특수조건으로 계약하여 이행하고, 입찰참가자격제한, 계약해지 등 재단의 조치와 관련하여 당사가 재단을 상대로 손해배상을 청구하거나 당사를 배제하는 입찰에 관하여 민·형사상 이의를 제기하지 않을 것을 서약합니다.

2026년 월 일

서약자 : 회사명

대표자 (인)

<붙임 4>

회사연혁 및 일반현황

회 사 명		대표자	
사업분야			
주 소			
연 락 처	전화번호 :	팩스번호 :	
회사설립년도	년 월		
해당부문사업기간	년 월 ~ 년 월 (년 개월)		
주요연혁(요약)			

* 최근 3년 이내 주요 실적
  - 광고 홍보 관련 부문(전통매체, 뉴미디어, 오프라인 프로모션 등) 구분하여 기술

<붙임 5>

사업 수행 실적(최근 3년간)

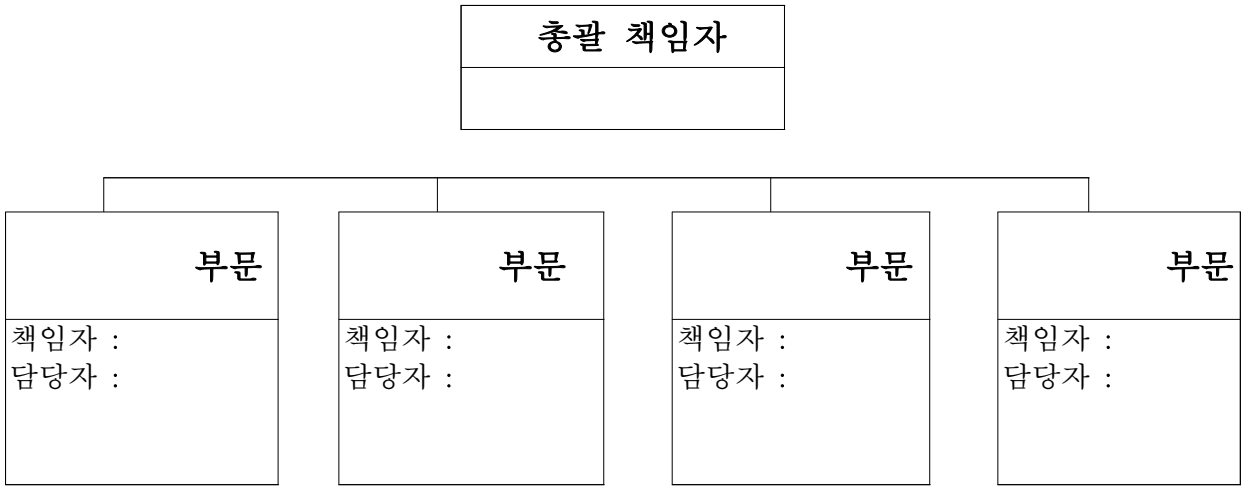
순번	사업명	사업기간	계약금액 (단위 : 백만원)	발주처	주요 업무내용

* 최근 3년간 실적을 연도순으로 기재하되, 본 사업과 유관한 것만 기재
* 증빙서류 첨부(실적증명원, 계약서 사본 등)

<붙임 6>

참여인력 현황

□ 참여인력 편성표



※ 1. 부문별 책임자 명시
2. 위탁사업 수행조직 및 인원현황은 실제로 사업에 직접 투입 인력 기재
3. 위탁사업 수행조직 및 인원의 본 과업에 대한 업무 투입 비율 기재(%)

□ 참여인력 현황

가. 수행조직 및 인원현황

나. 투입인력

분야	성명	연령	근무경력	직위	담당업무	주요업무 수행능력	자격증	기술 등급
총괄 책임자								
○○부문								
○○부문								
○○부문								
○○부문								

※ 1. 자격증 및 참여 인력 증빙서류(경력증명서와 건강보험자격득실확인서 등 4대 보험가입증명서) 사본 첨부
2. 연령 및 근무경력은 공고일 기준 기재
3. 사업총괄 책임자는 반드시 투입률 100%(전담) 가능자로 인선하여 기재
4. 기술등급 : (특급) 12년 이상, (고급) 9~11년, (중급) 6~8년, (초급) 5년 이하 기준작성

<붙임 7>

입찰보증금 지급각서

입찰번호 :
물 품 명 :
입찰일시 :

귀사에서 시행하는 위 용역입찰에서 본인이 입찰서 유효기간 만료일 이전에 입찰서를 철회하거나, 또는 본인이 낙찰자 또는 계약협상대상자로 선정된 후 정당한 이유 없이 계약을 체결하지 않거나 약정된 기일 내에 계약보증금을 납부하지 않아 입찰보증금의 귀사 귀속사유가 발생할 경우에는 귀사의 요청에 따라 총입찰 금액의 100분의 5에 해당하는 금액을 귀사에 즉시 현금으로 납부하겠으며, 기타 입찰보증금의 귀사 귀속사유로 인한 어떠한 조치에 대하여도 귀사의 결정 또는 요구에 따를 것임을 확약합니다. 또한, 위 물품의 구매와 관련한 재공고 입찰에 본인이 참여할 경우에도 이 각서가 입찰보증금 지급각서로서 계속 유효함을 인정합니다.

2026년 월 일

대표자 ㊞
상 호
주 소

한국언론진흥재단 귀중