

제안요청서

유니세프 한국위원회 마음건강 캠페인
유튜브 콘텐츠 기획, 제작 및 운영

2026. 2. 19.

유니세프 한국위원회 구매팀

Tel: 02-724-8593~2

E-mail: proc@unicef.or.kr

I. 사업개요

1. 일반사항

사업명	유니세프 마음건강 캠페인 유튜브 콘텐츠 기획, 제작 및 운영
사업 기간	2026년 3월 20일~2026년 7월 31일
사업 목적	1) 대중의 마음건강 인식을 제고하고 마음건강 문제를 자연스럽게 공유할 수 있는 사회적 분위기 형성 2) 청소년들의 마음 속 이야기를 청소년 당사자와 나눔으로써 개인적인 인식 전환부터 시작하여 이슈잉을 통한 사회적 책임을 강화하고자 함
사업 내용	영상 기획, 촬영, 제작, 홍보 등 유튜브 콘텐츠 전반에 관한 사항 - (가제)깊은 마음 속 *10.19MHz with **아티스트명' *10.19는 10세에서 19세 청소년을 의미 *MHz는 라디오의 주파수와 Mental Health의 약자로 이중적 의미 **아티스트 관련 별도 문의 요망
사업 대상	1) 주 타겟: 청소년 2) 부 타겟: 보호자 및 일반 대중
하자보증 기간	사업종료 후 1년 간 * 저작권 관련 문제 발생 시 하자 책임 기간 이후에도 사업수행자가 배상 조치함
사업 예산	별도 문의 요망(협의에 따름)
입찰 방식	공개경쟁입찰(협상에 의한 계약)

2. 업무 상세사항

가. 과업 수행 내용

- 1) 아티스트와 함께 마음건강을 주제로 '보이는 라디오' 컨셉의 유튜브 영상 3편 기획 및 제작(녹화본 2편, 특별편 1편/각 15~20분)
: 시놉시스, 시나리오 구성, 스튜디오 구성, 촬영 및 편집 포함
: 특별편(방청객 초청 방송 또는 유튜브 라이브 방송) 제작 및 운영
- 2) 본편에 따른 예고편(3편) 제작
- 3) 본편 바이럴을 위한 재가공 숏츠 제작(본편 1편 당 1개 이상)
- 4) 전 영상 영어 및 일본어 자막 삽입
- 5) 콘텐츠 홍보를 위한 홍보 디자인물 제작(카드뉴스, 홈페이지 배너, 카카오톡 비즈보드, 포스터 등)
- 6) 영상 바이럴을 위한 마케팅 홍보

- 7) 제작 영상의 시청자 반응 분석
- 8) 차용 가능한 레퍼런스 탐구 및 보고

나. 기대효과

- 1) 청소년 마음건강 상황에 대한 대중 인지도 제고 및 공감대 형성
- 2) 유니세프 마음건강 브랜드 강화
- 3) 유니세프 유튜브 채널 활성화

II. 과업 요구사항

1. 상세 과업 요구사항

구분	요구사항						
유튜브 시리즈 영상 콘텐츠 기획	<ul style="list-style-type: none"> - 아티스트(아이돌 멤버)가 MC 또는 주인공이 되도록 구성하며, 마지막 에피소드는 특별편으로 구성 - 수집된 청소년 스토리(유니세프 공유) 및 플레이리스트를 활용하여 아티스트와 잘 어울리는 흥미로운 시나리오 구성 						
	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th data-bbox="480 1064 703 1155">1편 (유닛1: 2명)</th> <th data-bbox="703 1064 927 1155">2편 (유닛2: 3명)</th> <th data-bbox="927 1064 1369 1155">3편-특별편 (멤버 5명 전원)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="480 1155 703 1384">자아/정체성 학업/진로</td> <td data-bbox="703 1155 927 1384">가족 친구/대인관계</td> <td data-bbox="927 1155 1369 1384"> <ul style="list-style-type: none"> - 청소년과의 전화 연결, '나만 그래? 밸런스 게임' 등 특별한 요소 첨가 - 1,2편에서 진행된 주제를 종합하여 진행 </td> </tr> </tbody> </table>	1편 (유닛1: 2명)	2편 (유닛2: 3명)	3편-특별편 (멤버 5명 전원)	자아/정체성 학업/진로	가족 친구/대인관계	<ul style="list-style-type: none"> - 청소년과의 전화 연결, '나만 그래? 밸런스 게임' 등 특별한 요소 첨가 - 1,2편에서 진행된 주제를 종합하여 진행
	1편 (유닛1: 2명)	2편 (유닛2: 3명)	3편-특별편 (멤버 5명 전원)				
자아/정체성 학업/진로	가족 친구/대인관계	<ul style="list-style-type: none"> - 청소년과의 전화 연결, '나만 그래? 밸런스 게임' 등 특별한 요소 첨가 - 1,2편에서 진행된 주제를 종합하여 진행 					
<ul style="list-style-type: none"> - 마지막 편(3편)은 특별편으로 하여 방청객 초대 또는 라이브 진행 <i>*아티스트 측과 협의 중으로 변경될 수 있음. 특별편 제작 불가 시 기존 영상과 동일하게 녹화본으로 제작 진행 예정</i> <ul style="list-style-type: none"> • A안: 100명 한정 방청객 있는 보이는 라디오(오프라인) • B안: 온라인 유튜브 라이브 • C안: A-B안이 모두 불가능할 경우, 1~2편과 동일하게 녹화 및 업로드 - 청소년의 경험, 목소리, 감정을 진정성 있게 전달하고 이를 통해 대중이 나의 이야기, 내 자녀의 이야기일 수 있다는 공감을 느끼게 할 수 있는 메시지 구상(주요 키워드: 공감, 응원, 경청, 연결, 참여, 변화의 시작) - 캠페인 대표 메시지 또는 슬로건 기획(캠페인의 주제를 상징할 수 있는 핵심 슬로건 또는 메인 카피 제안) 							

	<ul style="list-style-type: none"> - 참여 방식의 창의적 기획방법 제안(대중이 격려하고 연결될 수 있는 창의적인 참여 방식 제안) <p><구성 예시></p> <ul style="list-style-type: none"> - 멤버들이 청소년들의 마음속 이야기를 사연처럼 읽고 본인들의 청소년기 회상, 청소년들을 향한 공감, 응원을 전함 - 청소년들이 직접 투표로 선정한 마음건강 플레이리스트(마음을 모아, 위로의 메시지를 담아) 중 각 에피소드마다 청소년의 스토리에 맞게 약 3곡을 소개하고 감상할 수 있도록 함. 추천 곡 중 일부는 아티스트가 직접 라이브로 가창 - 아티스트가 본인들만의 마음 위로 플레이리스트를 만들도록 하여, 이를 활용할 수 있도록 함 <p>※ 상기 내용은 아이디어 제안 차원이며, <u>청소년 스토리 및 '마음을 모아, 위로의 메시지를 담아' 플레이리스트 활용은 필수</u>이나, 그 외 구성은 다른 방식의 아이디어 제안도 가능</p> <p>※ 청소년의 흥미와 공감을 이끌어낼 수 있도록 진부함을 지양하되, 실제 청소년 스토리와 마음건강이라는 주제의 진정성을 훼손하지 않는 방향으로 기획 필요</p> <p>※ 참여형 Engagement 요소 반영한 콘텐츠 접근 필요</p> <p>※ 콘텐츠 자료(청소년 스토리, 시나리오 레퍼런스, 마음 위로 플레이리스트, 마음건강 현황 데이터 등) 별도 요청 시 전달</p>
<p>특별편 제작 및 운영</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 마지막 편(3편)을 A안으로 진행할 시, 오프라인 현장 구성 및 운영 방식 제안(사전 신청을 통해 약 100명의 방청객을 모집하여 보이는 라디오 형식으로 촬영 현장 운영) - 오프라인 촬영 현장의 공간 구성 및 운영 방식에 대한 구체적인 제안 - 청소년의 적극적인 참여를 유도할 수 있는 관객 모집 방식, 참여 프로그램 구성, 그리고 현장 및 온라인을 연계한 소통 방안 제안 - 장소 제안부터 행사 운영, 안전관리, 인허가 절차 등 운영 전반에 대한 종합적인 계획 포함
<p>영상 제작 (연출/촬영/편집)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 라디오 컨셉으로 스튜디오 구성 및 연출 - 유튜브 예능 형식의 연출, 촬영 및 편집

<p>참여 이벤트 기획</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 시청자 참여 이벤트를 진행하여, 아티스트 응원 메시지 카드 또는 아티스트 사인이 있는 유니세프 굿즈 증정 - 팬들과 시청자들이 자신의 마음을 위로하는 본인들만의 마음위로 플레이리스트를 만들도록 함, 팬들의 플레이리스트에 대한 리워드 제공 등 - 3편(특별편)을 A안(방청객 초청 보이는 라디오)으로 운영할 경우, 참여 리워드로 방청 초청권 제공을 통해 참여를 효과적으로 유도할 수 있음
<p>캠페인 홍보 기획 및 실행</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 마케팅 광고 운영: 영상 콘텐츠의 시청과 참여(좋아요, 댓글 등)를 유도할 수 있도록 영상 광고, 바이럴 콘텐츠 등 다양한 형태의 광고 집행 - 세부 홍보 계획 수립: 주 타깃층인 청소년의 관심을 효과적으로 끌어낼 수 있도록 다채널 마케팅 전략 마련 - 맞춤형 메시지 전달 전략: 타깃 그룹의 특성과 선호도를 반영한 맞춤형 메시지 및 커뮤니케이션 방안 수립
<p>사후관리 및 결과보고</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 캠페인 진행 성과 측정 및 분석 리포트 제작, 캠페인 종료 후 디브리핑 미팅 및 최종 보고서 제출 - 영상 조회수, 유입경로 분석, 좋아요, 댓글 등 마케팅 퍼널 기반 정량적 성과 및 대중 반응이나 메시지 전달효과 등의 정성적 성과 확인
<p>프로젝트 타임라인</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 3-4월: 기획 및 시나리오 구성 - 5월: 촬영 및 편집 - 6월: 업로드(6월 2일부터 매주 화요일마다 1편씩, 총 5편 업로드) - 7월: 홍보 및 팔로업 이벤트 진행
<p>과업 산출물</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 본편 영상 3편(특별편 1편 포함) - 예고편 3편 - 본편 바이럴을 위한 재가공 숏츠 제작(본편 1편당 1개 이상) - 영상별 썸네일 제작(숏츠 포함) - 홍보를 위한 디자인물(카드뉴스, 홈페이지 배너, 카카오페이지 비즈보드, 포스터 등)

2. 과업의 참여인력 구성요건

- 가. 투입 인력은 해당 사업의 안정적 운영에 적합한 인력으로서 PM(PD)을 포함하여 3인 이상의 유사 프로젝트 경험이 있는 전문 인력으로 구성. 구체적인 이력 제시 필수
- 나. 사업을 수행함에 있어 본회가 부적합하다고 판단하거나 태만하다고 인정되는 자에 대해 교체를 요구할 수 있으며, 사업 수행자는 해당 인원을 즉시 교체해야 함

다. 사업 수행자는 사업 수행 인력을 임의로 교체할 수 없으며, 불가피한 사유가 발생했을 경우에는 유니세프 한국위원회와 협의해야 함

라. 인력구성

담당인력	요구사항
사업책임자 (PM, PD)	<ul style="list-style-type: none"> • 사업 총괄 • 관련 분야 경력 7년 이상 • 영상 기획부터 제작, 소통까지 종합적으로 가능한 자 • 월 1회 이상 회의 참석
편집	<ul style="list-style-type: none"> • 관련분야 5년 이상 경력자 • 전담 참여 가능 인력 • 월 1회 이상 회의 참석
보조PD 또는 작가	<ul style="list-style-type: none"> • 관련분야 3년 이상 경력자 • 전담 참여 가능 인력 • 월 1회 이상 회의 참석

※ 상기 외 외부 인력 활용은 가능하나, 협력사(혹은 가용 가능 인력)에 대한 기본적인 정보는 제안서에 함께 포함해야 함

III. 입찰안내

1. 입찰참가자격

- 가. 입찰공고일 기준 최근 3년 이내 유튜브용 콘텐츠 제작 실적으로 연간 누적 1억 원 이상의 수행 실적을 보유한 사업자
- 나. 입찰공고일 기준 3년 이내 온·오프라인 매체(디지털 광고, SNS 운영, 언론홍보 등)를 활용한 영상 홍보 수행 실적이 있는 사업자
- 다. 입찰공고일 현재 부도, 화의, 법정관리 업체가 아니며, 정부 및 공공기관 등으로부터 부정당업자 제재 중이 아닌 사업자
- 라. 참가 신청 시 선정 방식에 이의가 없음을 확인한 사업자

2. 진행일정

진행 내용	일시	비고
입찰 공고	2026. 2. 19.(목)	
참가서류 접수	2026. 2. 19.(목) ~ 3. 11.(수) 17:00	이메일 접수
1차 서류심사	2026. 3. 12.(목)	제안발표 대상자 개별통보
제안발표(PT)	2026. 3. 13.(금)	
초도 미팅	2026. 3. 20.(금)	초도 미팅 날짜 확정

* 상기 일정은 위원회의 사정으로 인해 변경될 수 있음.

3. 제출서류

서류	수량	비고
입찰참가신청서	1	별첨 1호 자료로 제출
정보보안서약서	1	별첨 2호 자료로 수기 서명 후 제출
실적증명서	1	- 별첨 3호 자료로 제출 - 최근 3개년 유사사업 수행 실적(최대 5건)
사업자등록증 및 신용등급 평가서	1	
프로젝트 참여 인력 상세 이력서	1	
회사소개서	1	일반현황, 조직 및 인원, 주요사업 내용, 주요 사업 실적 등
제안서	1	본 제안요청서에 근거한 자유서식 제안서
입찰 견적서	1	별첨 4호 자료로 상세 견적 제출

4. 제출방법 및 문의사항

가. 제출기한: 2026년 3월 11일(수) 17:00 까지

나. 제출방법 및 문의처

구분	부서	연락처
제출방법 및 문의처	유니세프 한국위원회 구매팀	proc@unicef.or.kr (02-724-8593~2)

IV. 제안 요청 내용

1. 제안서 작성 지침

- 가. 본 사업의 목적, 범위 및 내용을 이해하고 제안 사업의 과업범위 전체를 포괄하는 구체적인 용역수행 내용을 제시하여야 함
- 나. 마음건강 캠페인을 위한 유튜브 콘텐츠 제작 계획을 중심으로 기획안, 스토리보드 및 콘텐츠 구성, 스튜디오 구성, 홍보 기획 및 실행 계획, 일정 관리, 인력 구성, 사업관리 방안 및 세부 견적 등을 구체적으로 제안하여야 하며, 시나리오 작성 역량 확인을 위해 **전체 콘텐츠 중 1편에 대한 시나리오를 제출하여야 함**

2. 필수 제안 사항

구분	내용
제안개요	<ol style="list-style-type: none"> 1. 사업 제안 목적 및 배경 2. 영상 콘텐츠 제작을 위한 추진 계획 및 전략 3. 제안의 특징 및 강점 4. 경쟁사 대비 차별화된 제안 전략 및 기대효과
제안업체 소개	<ol style="list-style-type: none"> 1. 일반현황 및 연혁 2. 주요사업내용 3. 최근 3년간 본 과업과 유사사업에 대한 운영 결과(비영리 및 NGO관련 사업 경험 포함) 4. 인증 및 수상실적
사업수행 부문	<ol style="list-style-type: none"> 1. 캠페인 메시지 <ul style="list-style-type: none"> 가. 공감과 참여를 유도할 수 있는 캠페인 메시지(슬로건) 2. 영상 콘텐츠 기획 <ul style="list-style-type: none"> 가. 시리즈의 기획 의도, 레퍼런스, 스튜디오 구성, 제작방식(촬영/모션 등) 기술 나. 대표 에피소드 1편의 구성안, 시놉시스 및 시나리오 필수 포함 다. 기존 제작물 중 본 과업의 지향점과 가장 유사한 포트폴리오 영상 URL 제시 3. 관객 초청 방송/라이브 방송 운영 방안 <ul style="list-style-type: none"> 가. 청소년 참여를 유도할 수 있는 관객 모집 방식, 참여 프로

	<p>그럼 구성 및 현장·온라인 소통 방안 제안</p> <p>나. 장소 제안, 행사 운영, 안전관리, 인허가 등 운영 전반에 대한 계획 포함</p> <p>4. 홍보전략 기획 및 실행</p> <p>가. 청소년을 타겟으로 한 다채널 홍보 전략 수립 및 제시</p> <p>나. 청소년 대상 참여 방안 마련</p> <p>다. 대상 층의 특성을 고려한 메시지 커뮤니케이션 방안 및 콘텐츠 활용 계획 포함</p> <p>5. 사후 관리 및 결과보고</p> <p>가. 캠페인 성과 측정(KPI) 방안(정량·정성 지표 포함)</p> <p>나. 결과보고서 구성 및 디브리핑 미팅 계획</p>
사업 관리 부문	<p>1. 사업 총괄, 메인 기획, 제작 책임자 등 핵심인력 3인은 반드시 자사 정규직(내부인력)으로 구성하며, 본 과업에 대한 투입률을 명시</p> <p>2. 협력사(촬영, 조명, 디자인, 종편 등)활용 시 해당업체의 역량 및 협업 프로세스 기술</p> <p>3. 추진 일정 및 산출물 관리 계획</p> <p>4. 프로젝트 예산 운영 계획</p> <p>5. 품질 보증 방안 및 유지보수 계획</p> <p>6. 위기관리 대응 프로세스 제시(악성댓글, 저작권/초상권 이슈, 논란 발생 시 대응 절차)</p>

※ 제안서는 위 제안서 작성항목 및 작성방법의 지침을 기준으로 하되, 별도로 추가 기재하고자 하는 사항 등 내용 및 형식은 자유롭게 작성

V. 선정 기준

1. 평가 항목 및 배점

평가항목	세부평가내용	배점
업체일반 (10)	회사의 안정성(신용평가등급)	5
	최근 3년 이내 유사사업 수행 실적	5
사업일반(5)	비영리 및 NGO 관련 이해도	5
사업 수행능력 (65점)	사업 및 제안요청사항에 대한 이해도	10
	전략의 체계성 및 타당성	15
	기획의 창의성 및 적합성	15
	제안 내용의 적합성 및 실현가능성	15
	투입인력의 전문성 및 적합성	10
가격평가(20)	위원회 가격평가 산식에 따름	20
합계		100

2. 정량평가 기준 및 배점표

가. 정량평가 중 경영상태(신용등급 평가서류 기반)

신용평가등급			배점
회사채	기업어음	기업신용 평가등급	
AAA, AA+, AA0, AA-, A+, A0, A-, BBB+, BBB0	A1, A2+, A20, A2-, A3+, A30	AAA, AA+, AA0, AA-, A+, A0, A-, BBB+, BBB0	5.0점
BBB-, BB+, BB0, BB-	A3-, B+, B0	BBB-, BB+, BB0, BB-	4.5점
B+, B0, B-	B-	B+, B0, B-	4.3점
CCC+ 이하	C 이하	CCC+ 이하	3.5점

나. 정량평가 중 사업수행 실적(최근 3년간 실적)

수행실적	배점
유튜브 콘텐츠 기획 및 제작 실적 5건 이상	5
유튜브 콘텐츠 기획 및 제작 실적 3건 이상	3
실적 없음 또는 기준 미달	1

3. 평가 방법

- 가. 종합 평점이 가장 높은 순으로 우선협상대상자 순위를 결정하고, 순위에 따라 협상에 의하여 계약을 체결함
- 나. 종합 평점이 동점인 경우 사업수행능력 점수가 높은 자를 우선 협상대상자로 선정하고, 사업수행능력 점수도 동일할 경우에는 가격평가 항목에서 높은 점수를 얻은 자를 우선 협상대상자로 결정함

VI. 유의사항

1. 본 제안요청서의 내용은 발주사 사정으로 변경될 수 있으며, 사업자로 선정된 후 제안요청서와 계약서의 내용이 서로 다른 경우 계약사항을 우선함
2. 기간 내에 제출하지 않을 경우 제안 의사가 없는 것으로 간주함
3. 본 입찰과 관련해 제출한 모든 서류는 반환하지 않으며, 본 제안과 관련한 일체의 소요비용은 제안사의 부담으로 함
4. 응찰 업체가 2 개 이하일 경우, 발주사는 최소한의 경쟁을 보장하기 위해 관련 업계에 한해 개별 연락을 통해 추가 제안 요청을 할 수 있음
5. 참가자는 입찰참가신청서를 제출함으로써 선정 및 평가 방식에 이의가 없음을 확인함
6. 제안서 평가위원회의 평가내용 및 평가결과 관계서류는 공개하지 않으며, 평가 결과는 개별 통보함
7. 제안서 평가 결과 우선협상대상자로 선정될 자격이 있다고 판단되는 업체가 없거나, 제안 내용이 본 사업의 목적 및 요건을 충족하지 못한다고 판단될 경우 사업자를 선정하지 않을 수 있으며 이에 대해 제안사는 이의를 제기할 수 없음
8. 제안 내용의 전부 또는 일부에 대하여 담합한 사실이 발견되거나 담합하였다고 판단되는 경우에는 제안을 무효로 함
9. 제안사가 제공한 정보가 허위로 판명될 경우, 제안서는 무효 처리되며, 선정 후라도 계약해지를 할 수 있음
10. 입찰 참가업체는 본 건의 입찰, 계약, 사업수행의 전 과정에서 자득, 취득한 어떤 자료 및 정보도 유니세프 한국위원회의 서면에 의한 승인 없이 본 계약의 목적 외에 다른 목적으로 사용이 불가함
11. 제안사는 본 사업과 관련하여 유니세프에서 요구하는 보안사항을 철저히 준수하여야 하며, 위반시 입찰 참가를 제한함
12. 2인 이상의 유효 참여자가 없는 경우 1주일간 재입찰공고 진행하며, 재공고 후에도 유효 참여자가 없을 경우 수의계약(적격심사)을 통해 낙찰자 선정함.
13. 낙찰자로 선정된 업체는 계약 체결 시 계약이행보증증권 및 하자보증보험증권을 반드시 위원회에 제출하여야 함