
2026년도 가입·부과 사업별 용역의뢰 세부 과업(안)

2026. 3.

목 차

1. 공통과업	1
2. 노무제공자 고용·산재보험 홍보	4
3. 두루누리 사회보험료 지원사업 홍보	6
4. 자영업자 및 중소기업사업주 고용·산재보험 홍보	9
5. 예술인 고용보험 홍보	11

1. 공통 과업

1 추진배경 및 목적

- 일하는 모든 사람들의 권익보호와 사회안전망 강화를 위해 공단 사업에 대한 통합 메시지 전달로 체계적·효율적 홍보 추진
- 사업별 미디어 전략 수립·기획·디자인·마케팅 등에 전문성을 갖춘 대행사 선정으로 다양한 콘텐츠와 미디어를 통한 대국민 소통 추진

2 주요 과업

- 각 사업별 일정 및 홍보물을 공유할 수 있는 방안 제시
- 각 사업별 공통점을 찾아 함께 홍보할 수 있는 방안 제시
- 국민 눈높이에 맞는 참신한 홍보콘텐츠 기획 및 제작(영상, 이미지, 음원 등)
- 공단 통합 핵심메시지 기획 및 도달 전략 수립
- 공단 홍보 관련 행사 지원(공모전, 행사, 워크숍 등)
- 사업별 인지도 및 홍보효과 관련 조사보고서 제출
 - * 분기 또는 반기별 홍보자문위원회 개최 시 홍보실적 보고서 제출
- 기타 공단이 요청하는 홍보업무 지원(사업비 예산 범위 내)

3 세부 과업

□ 사업별 운영 및 관리

- 대행사로 선정되면 해당 업체는 사업별 홍보 전담팀 구성 운영
- 수행과업과 관련하여 공단 요청 시 회의참석, 자문, 컨설팅 등에 적극 협조
 - 사업 착수, 중간, 결과보고회 등을 통해 수행과업 진행사항 점검

□ 보안 및 저작권 관리 계획

- 공단은 사업을 수행하는 과정에서 주요 정보 및 수행 결과 등이 무단으로 유출되지 않도록 다음 사항이 포함된 보안대책 수립
 - 참여인력에 대한 보안조치
 - * 용역 참여인력 변경 시에는 발주기관 사전 승인
 - * 참여 인력에 대한 교육 등 보안조치 및 보안서약서 제출
 - 위탁사업 수행 관련 개인정보 및 관련 자료 등에 대한 보안조치
 - * 개인정보 위탁에 따른 교육 및 점검보고서 등 제출(계약기간 내 2회)
 - * 업무수행 관련 자료 등은 사전승인 없이 업무수행 목적 외에는 사용불가하며 과업완료 후 폐기 처리
- 콘텐츠 제작 등 사업수행 산출물에 대한 소유권 및 저작권 침해 금지
 - 콘텐츠 제작 시 타인의 저작권을 침해하는 사용 및 모방 금지
 - 이미지·폰트·음원 등은 콘텐츠 활용범위에 따라 구매·대여 등 사용권 확보 후 제작, 위반 시 대행사에서 손해배상 및 원상복구 등 조치

□ 각종 보고서 제출

- 주간·월간 업무보고(홍보실적 및 홍보계획)
- 주요 홍보 이벤트 발생 시 보도 계획안 제출
- 사업 종료 후 사업별 최종 결과보고서 제출
 - 홍보효과 조사 및 분석 결과 포함(12월)
 - * 필요에 따라 연도 중 홍보효과 조사 및 분석 진행 가능
 - 결과보고서는 사업별 실물 제출(실행 프로그램 세부내용 포함)
- 발행 콘텐츠 및 수집자료 원본 제출
 - 사업 종료 후 발행 콘텐츠 및 수집자료 DB화하여 제출(USB, 외장하드 등)
- 사업비 사용(지출) 내역 회계법인 결산 감사 시행 후 감사보고서 제출

□ 각 사업별 연결점을 찾아 비용 효율적 홍보 방안 제시

- 각 사업별 주간업무 보고서 공유
- 각 사업별 홍보 결과물 공유
- 각 사업별 홍보 아이디어 공유 및 벤치마킹
- 각 사업별 외부 유관기관(공공기관 및 민간기관) 접점 발굴
- 각 사업과 '27년 소득기반 고용보험 관리체계 전환 내용을 포함한 단일 통합 영상 콘텐츠 제작
- 홍보효과성 분석을 위한 설문 조사 등 도구 마련
 - ※ 세부과업은 사업추진 상황에 따라 조정될 수 있음

2. 노무제공자 고용 · 산재보험 홍보

1 추진배경 및 목적

- 노무제공자 고용 · 산재보험 제도의 효과적 홍보를 통해 사회안전망 강화와 사회보험 사각지대 해소에 기여

2 주요 과업

- 노무제공자 제도에 대한 중점 홍보를 위한 집중홍보기간 운영
- AI를 활용한 신규 콘텐츠 제작
- 온 · 오프라인 및 주요 매체 · 언론 등을 활용한 홍보
- 유인물 및 콘텐츠 제작 · 배포 (리플릿, 소책자, 동영상, 포스터 등)
- 유관기관 협업 홍보 (지방자치단체, 노무제공자 직종별 단체 등)
- 홍보효과 조사 · 분석 및 환류활동

3 세부 과업

- 집중홍보기간 중 사업별 연계를 통한 전략적 홍보 추진
 - (대국민) 대중매체, 라디오, 옥외광고 등을 통한 홍보
 - (온라인) 직종별 협 · 단체 및 포털 등 활용한 홍보
 - (오프라인) 사업 인지도 제고 및 직종별 타깃 병행 현장접점 활동 등
 - * 제도 실효성 확보를 위한 홍보자료 적극 활용 안내 병행
 - (홍보물) 영상 · 온라인 배너 · 리플릿 · 포스터 · 현수막 등 제작
- 대국민 제도 인식 제고 홍보
 - TVC 송출 신규 및 옥외광고 매체 제안(대국민 관심도가 높은 매체)

- 실제 사례를 활용한 사례 중심 콘텐츠 제작(노무제공자 혜택내용 위주)
- 공단 홍보단/근튜버 연계 영상 제작 및 홍보콘텐츠 활용 매체 제안
- 무료 송출 매체 확보(전국 지방자치단체 BIS 및 은행영업점 모니터 등)

○ **취약분야·취약계층 타겟 홍보**

- 오프라인 및 온라인 접점 발굴
 - 사업주 및 직종별 대표 온라인 커뮤니티* 배너 제작
 - * (사례) (사업주) 아프니까 사장이다, HR인사쟁이가 보는 실무카페, 사장님이야기 / (직종별) 바투매, 배달세상, 방세아, 마하의 운전면허 중장비 자격증 교실 등
 - 제도 실효성 확보를 위한 종사자용 혜택 관련 홍보자료 제작·배포
 - 찾아가는 설명회, 홍보 부스 운영 등 대면 홍보
 - 직종별 협·단체(사용자·종사자 단체 등)에 홍보자료 제작·배포
 - 이동노동자 쉼터 등 직종별 종사자 집결지 발굴 및 홍보자료 제작·배포
 - 직종별 유관기관과 업무협약 체결 및 보도계획
 - SNS 또는 블로그 등 공단 자체 홍보채널 활용을 위한 맞춤형 홍보자료 제작
- ※ 세부과업은 사업추진 상황에 따라 조정될 수 있음

4 **연간 추진일정**

내 용		추진시기													
		3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월				
리플릿 배너 등 홍보물 제작															
찾아가는 설명회 등 행사개최															
온라인 콘텐츠 제작게시															
송출 소재 제작	TV(이미지, 영상)														
	라디오(음원)														
	신문(이미지)														
	옥외(이미지, 영상)														
	온라인(이미지, 영상)														

※ 상기 일정은 사업추진 상황에 따라 조정될 수 있음

3. 두루누리 사회보험료 지원사업 홍보

1 추진배경 및 목적

- 2026년도 두루누리 사회보험 지원사업의 효과적 홍보를 통해 취약계층 사회안전망 강화 및 사회보험 사각지대 해소에 기여

2 주요 과업

- 가입촉진기간 운영(사회보험 가입, 두루누리 지원사업 및 신규 제도 홍보 등)
- 주요 매체·언론을 활용한 홍보 및 기타 온·오프라인 활동
- 고객 소통을 위한 찾아가는 상담서비스(대면홍보) 활동
- 두루누리 홈페이지, SNS 채널(인스타그램, 트위터 등) 운영 및 관리
- 리플릿, 소책자, 동영상, 포스터 등 유인물 및 콘텐츠 제작·배포
- 지자체·중소기업·소상공인단체 등 유관기관 협업 홍보 추진
- 두루누리 및 지자체 지원금 신청의 효과적 홍보 추진
- (주·월·반기) 홍보결과 정기 보고 및 수시 홍보 제안 등
- 홍보효과 조사 및 환류활동(지자체 업무협약 효과 등 관련 제반 사항 포함)

3 세부 과업

- 방송 매체, 온라인 및 오프라인 콘텐츠 기획 및 제작
 - (내용) 지원 대상* 및 핵심 타깃 업종별** 맞춤형 홍보 전략을 바탕으로 두루누리 사회보험료 홍보물을 제작하여 온·오프라인 연계 홍보 추진

* 지원대상: 일반근로자·노무제공자·예술인

** 타깃업종: 음식 및 숙박업, 도·소매업, 제조업 등

- (영상) TV·SNS·전광판 등 광고용 1편(40초)*, 오프라인 행사 스케치 촬영 제작 및 편집 등
- (방송) 화제성 높은 방송프로그램 등 제작 협찬 및 CEO 활용한 영상 홍보
- (음원) 라디오 음원 1편(40초)
- (지면) 주요 일간지 및 지역 신문 광고용 2편(상·하반기 각 1편)
- (홍보물) 리플릿(6면) 및 소책자(75면) 각 1부, 현수막·온라인 배너·포스터 등 제작

* 제작 종류 및 수량은 기획과정을 통해 확정할 예정으로 변동 가능

○ 두루누리 사회보험 홈페이지(모바일 포함) 및 SNS 운영·관리

- (홈페이지) 홈페이지 활성화 방안, 보안 취약점 개선 및 장애발생시 조치, 홈페이지 유지보수 업체와 협업을 통한 노후 이미지 개편

* 두루누리 홈페이지 및 이와 연계 또는 링크된 사이트(모바일 포함)의 유지관리 및 오류 개선(필요 시 추가 개발)

- (SNS) 다양한 콘텐츠 기획 및 제작*, 채널 활성화를 위한 이벤트(설문 조사, 퀴즈 이벤트 등) 운영

* AI 활용한 웹툰 등 소통형 콘텐츠 및 사업소식 전달 카드뉴스(총 20편)

- (예비 콘텐츠) 홍보 연속성을 위해 다음연도 2개월 분량의 예비 콘텐츠 제작 및 운영

- (OTT 등) OTT 플랫폼, 인기 유튜버를 활용한 홍보방안 제시

- (신규 홍보채널 발굴) 신규 홍보채널 발굴을 통한 홍보효과 증대

- (두루누리 고유성 강화) 캐릭터, 음원(징글, 후크송) 공모전 또는 제작

○ 비예산 매체 등 예산 절감 홍보방안 제시

- 정부·지자체, 공공기관, 각종 협회 등 유관기관 대상으로 대행사의 인프라 및 정보를 활용한 비예산 홍보매체 활용 강화 방안 마련

* (사례) 지자체 전광판, 유관기관 홈페이지, BIS, 대형마트, 은행 ATM 등

○ 소상공인 단체 등 공공·민간 홍보 협업 방안 제시

- 소상공인 협회 및 예술인, 노무제공자 직종별 단체 등과의 홍보 방향 제언 및 상호간 역할 분담 가이드 제시

○ 지자체 사회보험료 지원사업 지원 활성화 방안 제시

- 전국 17개 광역 지자체의 사회보험료 지원사업 활성화 홍보 방안

○ 일정 주기별 홍보 추진 결과 및 향후 홍보 일정 보고

- 홍보 추진 결과 및 성과 분석과 그에 따른 홍보 방향 마련을 위해 주·월·반기별 추진 홍보 결과 보고

○ 대국민 인지도 조사를 통한 홍보효과 조사·분석 보고

- (홍보 성과 분석) 연간 홍보활동 성과분석을 기반으로 차년도 홍보 방안 제안, 설문 문항 공유

※ 세부과업은 사업추진 상황에 따라 조정될 수 있음

4

연간 추진일정

내 용	추진시기												
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월			
리플릿 소책자 제작													
소상공인 협업홍보													
홈페이지, SNS 운영													
온라인 콘텐츠 제작·게시													
캐릭터 음원 공모전													
송출소재제작	TV캠페인(영상)												
	모션그래픽(영상)												
	라디오(음원)												
	신문(이미지)												
	옥외(이미지, 영상)												
	온라인(이미지, 영상)												

※ 상기 일정은 사업추진 상황에 따라 조정될 수 있음

4. 자영업자 및 중소기업사업주 고용·산재보험 홍보

1 추진배경 및 목적

- 전문 홍보 대행사 선정으로 중소·자영업자 특례 사업(임의가입 제도)의 전략적·체계적 홍보활동으로 대국민 소통 공감 및 인지도 제고

2 주요 과업

- 집중홍보기간 운영(중소·자영업자 가입 및 보험료 지원 사업 제도 집중 홍보)
- 주요 매체·언론을 활용한 홍보 및 기타 온·오프라인 활동
- 리플릿, 동영상, 포스터 등 유인물 및 콘텐츠 제작·배포
- 공공·민간기업 및 소상공인 단체 등 유관기관 협업 홍보 추진
- 소진공 자영업자 고용보험료 지원 및 지자체 지원금 신청의 효과적 홍보 추진

3 세부 과업

- 방송 매체, 온라인 및 오프라인 콘텐츠 기획 및 제작
 - (영상) TV 송출용 광고 1편(40초_모션그래픽 등 활용), 주요행사 스케치 촬영 및 편집(연 2회 내외)
 - (음원) 라디오 음원 1편(40초)
 - (지면) 주요 일간지 및 지역 신문 광고용 2편(상·하반기 각 1편)
 - (홍보물) 현수막·온라인 배너·포스터 (상·하반기) 등 제작
- * 제작 종류 및 수량은 기획과정을 통해 확정할 예정으로 변동 가능
- (OTT 등) OTT 플랫폼, 인기 유튜버를 활용한 홍보방안 제시

○ 소상공인 단체 등과 홍보 협업 방안 제시

- 소상공인 단체, 예술인 단체, 노무제공자 직종별 단체와의 홍보 방안 제언 및 상호간 역할 분담 가이드 제시
- 소상공인 단체 등 소속 회원사 맞춤형 홍보 소재 제시

○ 지자체 사회보험료 지원사업 지원 활성화 방안 제시

- 광역 17개소, 기초 8개소 지자체의 사회보험료 지원사업 활성화 방안 제언

○ 비예산 매체 등 예산 절감 홍보방안 제시

- 정부기관, 공공기관, 각종 협회 등의 유관기관의 보유 매체 및 네트워크 활용 등 비예산 홍보매체 활용 강화 방안 마련

* 지자체 전광판, 유관기관 홈페이지, BIS, 대형마트, 은행 ATM 등

※ 세부과업은 사업추진 상황에 따라 조정될 수 있음

4

연간 추진일정

내 용		추진시기													
		3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월				
소상공인 협업홍보															
온라인 콘텐츠 제작게시															
송출 소 재 제 작	TV캠페인(영상)														
	모션그래픽(영상)														
	라디오(음원)														
	신문(이미지)														
	옥외(이미지, 영상)														
	온라인(이미지, 영상)														

※ 상기 일정은 사업추진 상황에 따라 조정될 수 있음

5. 예술인 고용보험 홍보

1 추진배경 및 목적

- 예술인 고용보험 도입 6년 차를 맞아, 예산 효율성을 극대화한 디지털·비대면 중심의 체감형 홍보 추진
- 실제 수혜 사례 중심의 콘텐츠 확산을 통해 제도 효용성에 대한 예술인들의 자발적 인식 개선 유도

2 주요 과업

- (통합 집중홍보·신고기간 운영) 노무제공자 사업과 통합하여 집중홍보기간('26.7.1.~7.30.) 및 집중신고기간('26.7.1.~9.30.) 운영
- (직관적 메시지 전파) 불특정 다수를 대상으로 '제도 취지'와 '혜택' 중심의 개괄적·직관적 메시지 중심 홍보 진행
- (수혜 경험자 중심 유튜브 협업) 실제 예술인 고용보험 가입자 또는 실업급여·출산전후급여 수혜자로 구성된 유튜버 협업 콘텐츠 제작
- (타겟팅 홍보) 가입률이 낮은 문화예술 분야 및 반복 미신고 유형 사업장 대상 맞춤형 홍보 매체 운영
- (홍보물 슬림화) 온라인 배너 중심의 디지털 리플릿(PDF) 및 온라인 배너 위주 제작

3 세부 과업

- 예산 효율화 중심의 콘텐츠 기획 및 제작
 - (내용) 온·오프라인 연계 홍보영상 확산 활성화(바이럴 마케팅) 지원

- (영상) 예작전(예술인이 직접 제작한 홍보물 공모전) 수상작 및 실제 예술인 고용보험 가입 또는 수혜자인 예술인 릴레이 홍보영상 활용
- * (사례) 2025년 제작 시기반 예술인 고용보험 영상, 유튜버 '클래식을 읽는 남자' 협업
- (음원) 라디오 음원 1편 제작(40초)_예작전 징글분야 수상작 활용
- (홍보물) 리플릿(6면) 1부, 현수막·온라인 배너·포스터(QR삽입) 등 제작

○ 예술인 고용보험 비대면 채널 활용

- (인플루언서 협업) 대형 유튜버보다는 예술인들이 신뢰하는 직종별 마이크로 인플루언서와의 협업을 통해 가성비 높은 정보 전달
- (온라인 이벤트) 근로복지공단 및 예술인 고용보험 SNS 채널을 활용한 참여형 이벤트 운영으로 자발적 확산 유도

○ 통합 홍보 매체 운영 및 전략

- (예술인·노무제공자 통합 캠페인) 예작전 수상작의 샷폼 및 징글 사운드를 활용하여 '일하는 모든 사람'을 위한 통합 영상 콘텐츠 제작
- (종사자 집결지 오프라인 홍보) 예술인·노무제공자 거점과 연계하여 종사자 밀집 지역에 현수막 및 포스터 게시
- (비대면 채널 및 협·단체 협업) 한국예술인복지재단, 지역문화재단 등 유관기관 홈페이지 팝업 및 뉴스레터를 통한 제도 취지 확산

○ 소득기반 고용보험 제도 변화 안내

- (Bridge 메시지) “2027년, 더 촘촘해지는 소득기반 고용보험이 시작됩니다“와 같은 안내 문구를 홍보물 하단에 삽입하여 정책 기대감 조성
- ※ 세부과업은 사업추진 상황에 따라 조정될 수 있음

4

연간 추진일정

내 용		3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
		현수막, X배너, 리플릿 제작	■	■							
집중신고기간개최						■	■				
집중 홍보 기간 운영						■	■	■	■		
온라인 콘텐츠 제작·게시				■		■	■	■			
송출 소재 제작	라디오(음원)				■	■			■		
	신문(이미지)				■			■			
	옥외(이미지, 영상)				■	■		■			
	온라인(이미지, 영상)				■	■					

※ 상기 일정은 사업추진 상황에 따라 조정될 수 있음