



제 418회 국회 (임시회)
제12차 문화체육관광위원회

정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률 일부개정법률안

검 토 보 고

< 매체별 정부광고 업무 수탁기관 명시 및 수수료 용도 신설 >

■ 이훈기의원 대표발의(의안번호 제2203731호)

2024. 11.

문화체육관광위원회

수석전문위원 김원모

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유 및 주요내용	1
III . 검토의견	3
1. 매체별 정부광고 업무 수탁기관 명시 및 수수료 용도 신설	3
※ 참고자료	
1. 관계 부처 의견	10
2. 관계 협회 의견	10
3. 제21대국회 유사 법률 발의 및 심사 현황	11
4. 정부광고 제도 개요	12

I. 제안경위

가. 발 의 자 : 이훈기의원 등 14인

나. 발 의 일 : 2024. 09. 06.

다. 회 부 일 : 2024. 09. 09.

II. 제안이유 및 주요내용

현행법령에 따르면 정부기관 또는 공공법인(이하 “정부기관등”이라 함)이 국내외 홍보매체에 광고, 홍보를 하기 위한 모든 유료고지 행위(이하 “정부광고”라 함)는 한국언론진흥재단이 독점 대행하고 있음.

그런데 현재 뉴미디어가 증가하는 등 다매체 환경 속에서 광고 기획·전략·제작·매체집행 등에 있어서 매체별 특성에 맞는 전문성이 요구되는 상황이나 한국언론진흥재단은 광고전문성 부족, 매체집행 및 수수료 활용의 편향성 등의 문제가 지속적으로 제기되고 있어 개선이 필요하다는 지적이 있음.

아울러 방송발전기금이 방송의 다양성과 공공성을 위해 사용되어야 함에도 지역방송에 대한 지원은 방송통신발전기금의 약 2% 남짓으로, 각 방송사당 연간 1억원 내외에서 지역방송의 발전을 위해 지급되는 등 지역방송발전의 필요한 기금이 턱없이 부족한 상황임.

이에 방송통신매체에 대한 정부광고 업무를 방송통신매체의 광고전문기관으로 설립된 한국방송광고진흥공사가 전담하도록 하고, 정부광

고대행 수수료를 언론진흥기금 또는 지역중소지상파방송발전기금 지원에 사용할 수 있는 근거조항을 마련함으로써 정부광고 업무수행의 전문성 및 투명성을 제고하고, 지역방송의 발전을 도모하려는 것임(안 제10조).

참고사항

이 법률안은 이훈기위원이 대표발의한 「방송광고판매대행 등에 관한 법률 일부개정법률안」(의안번호 제3729호)의 의결을 전제로 하는 것이므로 같은 법률안이 의결되지 아니하거나 수정의결되는 경우에는 이에 맞추어 조정되어야 할 것임.

Ⅲ. 검토의견

1. 매체별 정부광고 업무 수탁기관 명시 및 수수료 용도 신설

가. 개정안의 요지

개정안은 정부광고 업무 수탁기관을 한국언론진흥재단으로 규정하되, 방송통신매체에 대한 정부광고 업무를 한국방송광고진흥공사에 위탁하도록 하고, 정부광고대행 수수료를 언론진흥기금 또는 지역중소지상과 방송발전기금 지원에 사용할 수 있는 근거조항을 마련하려는 것임. (안 제10조).

현행	개정안
제10조(정부광고 업무의 위탁) ① 문화체육관광부장관은 필요하다고 인정하는 경우 제5조부터 제8조까지에 따른 정부광고 업무를 <u>대통령령으로 정하는 기관이나 단체에</u> 위탁할 수 있다. <단서 신설>	제10조(정부광고 업무의 위탁) ① ---- ----- ----- -----「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제29조에 따른 한국언론진흥재단에 위탁한다. 다만, 「방송통신발전 기본법」 제2조제1호 가목과 나목의 홍보매체 또는 그 밖에 같은 호에 따른 방송통신과 관련하여 대통령령으로 정하는 홍보매체에 대한 정부광고 업무는 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 제24조에 따른 한국방송광고진흥공사에 위탁한다.
② 제1항에 따라 정부광고 업무를 위탁받은 <u>기관이나 단체</u> (이하 “수탁	② ----- -----한국언론진흥재단이나 한국

기관”이라 한다)는 수수료를 징수할 수 있다.	<u>방송광고진흥공사</u> ----- ----- -----.
③ (생략)	③ (현행과 같음)
④ 수탁기관은 제2항에 따라 징수된 수수료는 문화체육관광부장관의 승인을 받아 다음 각 호의 지원에 사용하여야 한다. <후단 신설>	④ ----- ----- ----- -----, 이 경우 제1항 단서 및 제2항에 따라 한국방송광고진흥공사가 징수한 수수료에 대하여 문화체육관광부장관이 승인할 때에는 방송통신위원회의 의견을 반영하여야 한다.
1. 2. (생략) <신설>	1. 2. (현행과 같음)
	3. 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제34조에 따른 언론진흥기금 또는 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 제30조의2에 따른 지역중소지상파방송발전기금에 대한 지원
3. (생략)	4. (현행 제3호와 같음)
⑤ (생략)	⑤ (현행과 같음)

나. 검토의견

현행법은 문화체육관광부장관이 정부광고 업무를 대통령령으로 정하는 기관이나 단체에 위탁할 수 있도록 하고 있고, 동법 시행령은 정부광고 업무의 수탁기관으로 ‘한국언론진흥재단’을 규정하고 있음.¹⁾

1) 「정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률 시행령」 제6조(업무의 위탁) ① 문화체육관광부장관은 법 제10조제1항에 따라 법 제5조부터 제8조까지의 규정에 따른 정부광고 업무를 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제29조에 따른 한국언론진흥재단에 위탁한다.
정부광고 수탁기관 변천 개요(정부광고법 제정 이전에는 국무총리 훈령에 따라 정부광고 제도 운영)

개정안은 홍보매체별로 정부광고 업무의 수탁기관을 법률에 직접 규정하여 인쇄 및 옥외광고물에 대한 정부광고 업무는 ‘한국언론진흥재단’에서, 방송통신에 대한 정부광고 업무는 ‘한국방송광고진흥공사(KOBACO)’에서 각각 수행하도록 하고, 각 수탁기관이 징수한 정부광고 수수료²⁾를 각 소관 분야에 사용되도록 하려는 것으로 이해됨.

다만, 개정안에 대해서는 다양한 쟁점을 고려하여 논의할 필요가 있는 것으로 보임.

먼저, 정부광고 업무에 관한 전문성과 관련하여, 한국언론진흥재단은 1992년 이후 약 32년간 정부광고 업무를 수행하고 있는바, 정부광고 대행업무에 특화된 전담인력을 보유하고 있고, 정부광고통합지원시스템을 구축·운영하는 전문기관으로 볼 수 있음³⁾.

-’72. 03월, 한국홍보협회(한국국제문화협회 전신) 설립, 대행업무 위탁

-’84. 07월, KOBACO로 업무 이관

-’89. 02월, 한국국제문화협회로 업무 환원

-’92. 01월, 한국국제문화협회 해산 → 한국프레스센터로 업무 이관

-’99. 01월, 한국언론재단 업무 승계(한국프레스센터, 한국언론연구원, 한국언론인금고 등 3단체 통합)

-’10. 01월, 한국언론진흥재단 업무 승계(한국언론재단, 신문발전위원회, 신문유통원 등 3개 기관 통합)

* 해외정부광고는 2007년 이후 국제방송교류재단이 업무 대행하였으나, 2018년 정부광고법 시행에 따라 한국언론진흥재단이 총괄 수행 중

- 2) 정부광고 수수료는 「정부광고법」 제10조에 따라 정부광고 수탁업무 대가로 언론진흥재단이 징수하며, 매체 집행비의 10%를 부과하고 있고, 2023년 정부광고 수수료는 약 1,095억원임.

「정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률」 제10조(정부광고 업무의 위탁) ① 문화체육관광부장관은 필요하다고 인정하는 경우 제5조부터 제8조까지에 따른 정부광고 업무를 대통령령으로 정하는 기관이나 단체에 위탁할 수 있다.

② 제1항에 따라 정부광고 업무를 위탁받은 기관이나 단체(이하 “수탁기관”이라 한다)는 수수료를 징수할 수 있다.

③ 제2항에 따른 수수료는 정부광고료의 100분의 10을 초과할 수 없다.

- 3) 최근 헌법재판소는 정부광고 업무의 한국언론진흥재단 위탁에 관하여 ‘한국언론진흥재단은 신문법에 의하여 설립된 문화체육관광부 산하 기금관리형 준정부기관으로서, 오랜 기간 정부광고 위탁업무를 수행하면서 정부광고에 특화된 경험을 가진 전문인력들을 보유하고 있고, 정부광고 업무 지원에 필요한 정부광고 통합지원시스템과 정부광고료 및 소요 경비, 위탁수수료를 관리하는 회계시스템, 세금계산서 발행 시스템 등을 구비하고 있어 효율적인 정부광고 시행이 가능하다.’고 판단한 바 있음.(헌법재판소 2023. 6. 29. 선고 2019헌마227)

한편, 한국방송광고진흥공사는 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 제24조⁴⁾에 의해 설립된 공영 광고판매대행사(미디어렙, Media Representative)로서, 방송광고의 영업 및 판매 업무에 전문성이 있다고 할 것이나, 광고기획·제작 등 광고대행업무에 대하여는 전문성이 축적되어 있다고 보기 어려운 측면이 있음.

따라서 정부광고 대행업무를 매체별로 구분하여 각 기관에서 분담하도록 할 경우, 한국방송광고진흥공사의 전문성을 보완하는 방안의 마련이 필요할 것으로 보이며, 단일기관이 정부광고업무를 수행함에 따른 규모의 경제를 통해 확보되는 매체사와의 협상력, 업무 효율성 등은 일부 상실될 수 있다는 점을 고려할 필요가 있다고 봄.

다음, 현재 한국방송광고진흥공사가 광고판매대행업을 수행하는 상황에서 광고대행업을 겸할 경우 광고주와 매체사의 이익이 상충하게 될 소지가 있음.

4) 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 제24조(한국방송광고진흥공사의 설립) 광고판매대행, 방송광고 균형발전 및 방송광고산업 활성화 등을 위하여 한국방송광고진흥공사(이하 “공사”라 한다)를 설립한다.

제29조(사업) 공사는 다음 각 호의 사업을 한다.

1. 방송광고의 판매대행
2. 네트워크 지역지상파방송사업자와 중소지상파방송사업자에 대한 지원 등 방송광고 균형발전을 위한 지원 사업
3. 방송광고제작산업 육성, 광고 표준화, 광고효과 측정, 광고 유통기반 구축·운영, 광고 관련 조사·연구·교육, 공익광고 등 방송통신광고산업 진흥 관련 사업
4. 시청점유율 조사·검증·산정 관련 방송통신위원회가 위탁하는 업무
5. 그 밖에 방송통신위원회가 방송광고산업 육성을 위하여 위탁하는 업무
6. 제1호부터 제5호까지의 사업에 부대되는 사업

이는 ‘광고대행사’가 광고주에게 광고업무를 의뢰받아 광고기획·제작 등의 업무를 대행하는 것에 비해 ‘광고판매대행사’는 매체사로부터 광고판매를 위탁받아 광고주·광고대행사에게 광고시간·지면 등을 유통하는 사업을 수행하게 됨에 따라, 통상적으로 광고대행사는 광고주를 대리하고, 광고판매대행사는 매체사를 대리하는 구조가 형성되기 때문이다.

이에 따라 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 제13조⁵⁾는 광고대행자와 광고판매대행자의 이해상충을 고려하여, 광고대행자가 광고판매대행자의 주식·지분을 소유할 수 없도록 규정하고 있음.

또한, 현재 한국방송광고진흥공사는 광고판매대행사로서 KBS, MBC, EBS 등의 지상파 총 19개 매체사의 광고판매를 대행하고 있는데, 정부광고를 대행하게 될 경우 광고판매를 대행하는 매체사와 그렇지 않은 매체사⁶⁾ 간의 공정한 경쟁이 어려워질 수 있다는 우려가 상존하고 있는 점을 고려할 필요가 있겠음⁷⁾.

5) 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 제13조(광고판매대행자의 소유제한 등) ④ 제2항에도 불구하고 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 광고판매대행자의 주식 또는 지분을 소유할 수 없다.

1. 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제2조제7호에 따른 지주회사
2. 「정당법」 제2조에 따른 정당
3. 광고대행자 및 광고판매대행자(각 특수관계자를 포함한다)

6) 한국방송광고진흥공사가 방송광고 판매대행을 하지 않는 SBS, TV조선 등 종합편성채널의 방송광고 판매대행은 SBS M&C, TV조선미디어랩 등 각각의 민영미디어랩에서 수행하고 있음.

7) 참고로, 개정안과 연계하여 발의된 「방송광고판매대행 등에 관한 법률 일부개정법률안」(의안번호 2203729, 이훈기의원 대표발의, 2024.9.6.)은 ‘사업 수행과 관련하여 필요한 경우 별도의 조직과 예산을 운영할 수 있다’는 규정을 신설하여 광고판매대행업과 광고대행업을 한국방송광고진흥공사 내 별도의 조직으로 수행할 수 있는 근거를 마련하려는 것으로 보이는데, 동일한 법인 내에서 완전한 독립성을 가진 사업부서가 각각 운영될 수 있는지에 대해서는 이견이 있을 수 있는 사항으로 보임.

마지막으로, 개정안은 한국방송광고진흥공사가 징수한 정부광고 수수료 집행에 대해 문화체육관광부장관이 승인할 때에는 방송통신위원회의 의견을 반영하도록 하고, 동 수수료를 지역중소지상파발전기금의 재원으로 활용될 수 있도록 하고 있음.

지역중소지상파발전기금은 「방송광고판매대행 등에 관한 법률 일부개정법률안」(의안번호 2203729, 이훈기의원 대표발의, 2024.9.6.)에서 신설하려는 기금으로, 동 법률안은 한국방송광고진흥공사가 징수하는 수수료를 주요 재원으로 한 신규 기금을 통해 지역지상파방송사업자 및 중소지상파방송사업자를 지원하려는 취지로 발의된 것임.

「방송광고판매대행 등에 관한 법률 일부개정법률안」

(신설) 제30조의2(기금의 설치 등) ① 네트워크 지역지상파방송사업자 및 중소지상파방송사업자의 발전 및 지원을 위하여 지역중소지상파방송발전기금(이하 이 조에서 “기금”이라 한다)을 설치한다.

② 기금은 다음 각 호의 재원으로 조성한다. 이 경우 제5호의 재원에 대하여는 다른 재원과 구분하여 별도로 관리하여야 한다.

1. 정부의 출연금 및 융자금
2. 정부 이외의 자의 출연금 및 기부금
3. 다른 기금으로부터의 전입금
4. 기금운용에 따라 생기는 수익금
5. 「정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률」 제10조제2항 및 제4항제3호에 따라 공사가 징수한 수수료 중 문화체육관광부장관이 사용 승인한 수수료
6. 그 밖에 대통령령으로 정하는 수입금

③ 기금은 다음 각 호의 사업을 위하여 사용한다. 이 경우 제1호와 관련하여서는 전년도 재무상태표상의 결손금이 재무상태표상의 자본금 총액 이상인 사업자를 우선하여 지원하여야 한다.

1. 네트워크 지역지상파방송사업자와 중소지상파방송사업자의 경영여건 개선
2. 네트워크 지역지상파방송사업자와 중소지상파방송사업자의 제작·유통구조 개선
3. 네트워크 지역지상파방송과 중소지상파방송을 위한 인력양성 및 교육·조사·연구

다만, 동 기금의 용도를 살펴보면, 네트워크 지역지상파방송사업자와 중소지상파방송사업자의 경영여건 개선, 제작·유통구조 개선, 인력양성 및 교육·조사·연구 등으로 규정되어 있는데, 이는 현재 운영중인

방송통신발전기금의 용도⁸⁾와 유사한 측면이 있어 신설 기금의 필요성에 대한 검토가 필요할 것으로 봄.

이와 관련하여 기획재정부는 동 기금의 신설은 「국가재정법」 제14조⁹⁾의 기금신설 기준에 부합하지 않아 신중한 검토가 필요하다는 입장이므로 개정안 논의 시 참고할 필요가 있겠음.

문 의 처
02)6788-5380

8) 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 제22조(공익적 프로그램 제작 지원 등) ① 과학기술정보통신부장관과 방송통신위원회는 네트워크 지역지상파방송사업자와 중소지상파방송사업자에 대하여 방송의 다양성·지역성 구현과 관련된 공익적 프로그램 제작 등에 국가보조금 또는 「방송통신발전 기본법」에 따른 방송통신발전기금을 지원할 수 있다.

② 과학기술정보통신부장관과 방송통신위원회는 제1항의 지원을 위하여 「방송통신발전 기본법」 제25조에 따른 분담금 비율을 상향할 수 있다. 이 경우 분담금 상향으로 조성된 재원은 제1항의 지원에 활용하여야 한다.

③ 과학기술정보통신부장관과 방송통신위원회는 광고매출 등을 고려하여 네트워크 지역지상파방송사업자와 중소지상파방송사업자에 대하여 「방송통신발전 기본법」 제25조에 따른 분담금을 감면할 수 있다.

「방송통신발전 기본법」 제26조(기금의 용도) ① 기금은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업에 사용된다.

5의2. 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 제22조에 따른 네트워크 지역지상파방송사업자와 중소지상파방송사업자의 공익적 프로그램의 제작 지원

9) 「국가재정법」 제14조(특별회계 및 기금의 신설에 관한 심사) ① 중앙관서의 장은 소관 사무와 관련하여 특별회계 또는 기금을 신설하고자 하는 때에는 해당 법률안을 입법예고하기 전에 특별회계 또는 기금의 신설에 관한 계획서(이하 이 조에서 “계획서”라 한다)를 기획재정부장관에게 제출하여 그 신설의 타당성에 관한 심사를 요청하여야 한다.

② 기획재정부장관은 제1항의 규정에 따라 심사를 요청받은 경우 기금에 대하여는 제1호부터 제4호까지의 기준에 적합한지 여부를 심사하고, 특별회계에 대하여는 제4호 및 제5호의 기준에 적합한지 여부를 심사하여야 한다. 이 경우 미리 자문회의에 자문하여야 한다.

1. 부담금 등 기금의 재원이 목적사업과 긴밀하게 연계되어 있을 것
2. 사업의 특성으로 인하여 신속적인 사업추진이 필요할 것
3. 중·장기적으로 안정적인 재원조달과 사업추진이 가능할 것
4. 일반회계나 기존의 특별회계·기금보다 새로운 특별회계나 기금으로 사업을 수행하는 것이 더 효과적일 것
5. 특정한 사업을 운영하거나 특정한 세입으로 특정한 세출에 충당함으로써 일반회계와 구분하여 회계처리할 필요가 있을 것

③ 기획재정부장관은 제2항의 규정에 따른 심사 결과 특별회계 또는 기금의 신설이 제2항의 규정에 따른 심사기준에 부합하지 아니한다고 인정하는 때에는 계획서를 제출한 중앙관서의 장에게 계획서의 재검토 또는 수정을 요청할 수 있다.

참고 1

관계 부처 의견

부처명 (의견제출일자)	의견 주요내용
방송통신 위원회 (24.10.25.)	•현행 정부광고법 제10조제3항제2호에 '방송, 광고 진흥을 위한 지원'을 명시하고 있으나, 방송분야 지원이 미미하여 정부광고 대행수수료의 방송분야 지원 확대가 필요함 •단, 지역·중소방송사 지원을 용도로 제한하는 기금 신설은 다른 방송사업자 간 형평성 문제 제기가 있으므로 관계부처, 방송사 등 이해관계자 간 충분한 논의 등 신중한 검토 필요
기획재정부 (24.10.24.)	•국가재정법 제14조 기금 신설 기준에 미부합, 신중 검토 필요 - (연계성) 정부, 지자체 등이 의뢰하는 광고 수수료로 지역·중소지상파방송사업자 지원 시 재원-사업간 연계성 미흡 - (신축성) 기금 신설은 지역·중소방송 지원 위한 추가 재원 확보 목적이며 신축적인 사업 추진과 무관 - (안정성) 신설 기금 재원확보 방안 등에 대해 문체부-방통위 간 의견 대립중으로 재원조달 안정성 결여 - (신설 필요성) 지역·중소언론 자립 및 보도 공정성 유지를 위해 국가 재정 지원은 점차 축소함이 적절하나, 공익적 기능 고려해 최소 수준 지원 증으로 재정지원 확대 위한 기금 신설 필요성 적음

참고 2

관계 협회 의견

협회명 (의견제출일자)	의견 주요내용
한국신문협회 (24.9.27.)	•위탁기관 이원화 시, 정부광고 관리·운영이 문체부와 방통위로 이원화 되어 정부광고법의 제정 취지인 공익성·효율성 저해 •신문, 방송, 잡지, 인터넷 등 종합적 광고 집행(미디어믹스 광고 전략)이 어려워져 정부광고주의 불편 초래 •한국방송광고진흥공사는 방송광고 판매 독점 권한을 갖는 공공기관으로 SBS, 종편방송사 등 다른 방송매체와 공정경쟁 저해 •정부광고 대행수수료를 위탁기관 운영경비에 사용하는 부분이 증가하고, 언론진흥 사업에 활용될 예산이 축소될 우려

참고 3

제21대국회 유사 법률 발의 및 심사 현황

법률명 (의안번호)	대표발의 (발의일)	주요내용	심사경과	심사과정에서 주요 쟁점
정부기관 및 공공법인 등의 광고 시행에 관한 법률 (5581)	김영식 의원 (20.11.20)	○ 한국언론진흥재단이 수행 중인 정부광고 중 정보통신망·방송 등 방송통신 관련 매체에 집행하는 정부광고는 한국방송광고진흥공사에 위탁(안 제10조제1항) ○ 정부광고대행 수수료의 상한을 시행령에서 법률로 상향하여 규정(안 제10조제3항 신설) ○ 정부광고법 위반한 정부기관등의 현황, 이에 대한 문체부의 조치요구 및 결과 등을 국회보고 사항으로 명시(안 제14조)	(상임위) • 회부('20.11.23.) • 상정('21.2.24.) • 수정가결(21.3.24.) (본회의) • 상정('21.4.29.) • 의결('21.4.29.) • 공포('21.5.18.)	• (상임위 검토보고서) 정부광고 업무 수탁기관 이원화에 대한 문체부, 방통위의 의견이 첨예하게 대립하는바, 종합적으로 고려하여 타당성 여부 검토 필요 • (상임위 심사보고서) 정부광고 업무 수탁기관을 홍보매체별로 분리하는 내용을 삭제하여 현행법을 유지 (수정안 가결)
정부기관 및 공공법인 등의 광고 시행에 관한 법률 (7731)	변재일 의원 (21.1.28.)	○ 정부기관 등의 방송통신 관련 홍보매체에 대한 정부광고대행 수탁기관으로 한국방송광고진흥공사를 지정함(안 제10조제1항 단서 신설). ○ 정부광고 수수료 사용 목적으로 언론진흥기금 또는 지역중소지상파방송발전기금 지원 근거를 마련함(안 제10조제3항 제3호 신설).	(상임위) • 회부('21.1.29.) • 상정('21.4.19.) • 임기만료폐기	• (상임위 검토보고서) 정부광고 업무 수탁기관 이원화에 대한 문체부, 방통위의 의견이 첨예하게 대립하는바, 종합적으로 고려하여 타당성 여부 검토 필요

참고 4

정부광고 제도 개요

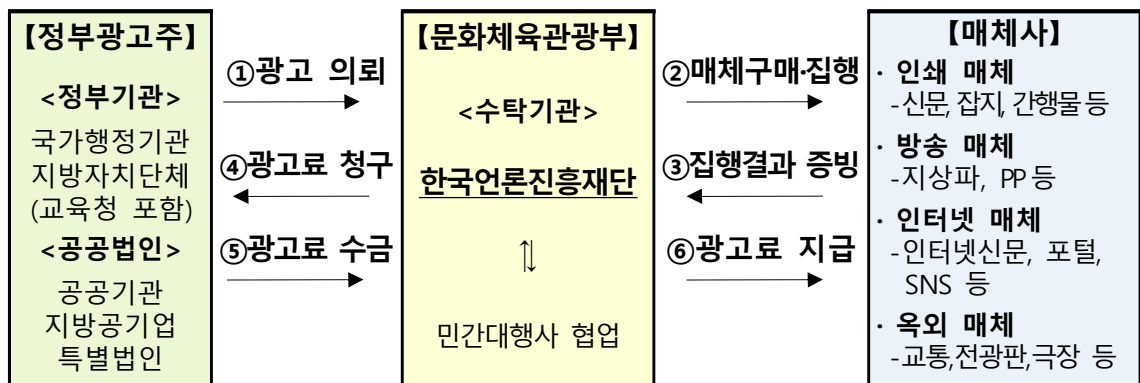
□ 정부광고 제도 현황

- (법적근거) 「정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률」

(법률 제15640호, '18.6.12.공포 / '18.12.13.시행)

※ 기존 근거 규정인 「정부광고 시행에 관한 규정」(국무총리훈령, '72년 제정) 폐지

- (시행체계) 예산 절감 및 효율적 광고 집행을 위해 정부·공공법인의 광고 시행을 문화체육관광부장관이 통합 지원
- (수탁기관) 한국언론진흥재단(정부광고법 제10조 등)을 수탁기관으로 지정, 정부 광고 대행 업무 수행



- (집행기관 및 홍보매체) 광고주 3,614개, 홍보매체 7,146개社('23년도 기준)

- (집행현황) '23년 광고비 **1조 3,378억원**(국내 1조 3,023억원, 해외 354억원)

(단위 : 백만원, 건)

구분		2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
국내	광고료	944,317	1,060,700	1,124,283	1,179,189	1,302,349
	수수료	79,873	87,622	92,347	96,720	106,377
	건 수	189,071	202,893	216,850	229,382	244,754
해외	광고료	26,878	28,637	33,849	37,260	35,434
	수수료	2,340	2,663	2,947	3,317	3,165
	건 수	947	694	991	897	1,152
총계	광고료	971,195	1,089,337	1,158,132	1,216,449	1,337,783
	수수료	82,213	90,285	95,294	100,036	109,542
	건 수	190,018	203,587	217,841	230,279	245,906

* 광고료는 부가가치세 포함, 수수료는 부가가치세 제외 금액