



제5회 전국 동시지방선거 예비후보 등록이 시작되면서 인쇄업계가 다소나마 활기를 띠고 있다. 지방예비후보 등록을 마친 후보들이 홍보물과 명함을 대량 주문하면서 인쇄물량이 늘고 있기 때문이다. 특히 전국 지방선거 인쇄물 시장이 약 5000억 원으로 추산되는 가운데 이번 지방선거는 기초단체장과 지방의원은 물론 교육감과 교육의원 등 8개선거가 동시에 치러지는 만큼 주문량도 이전 선거보다 크게 늘어날 것이라는 기대가 크다. 지방선거를 60여일 앞둔 지금, 인쇄업계의 현실을 들여다보았다.

## 뿌리칠 수 없는 달콤한 유혹 '선거인쇄물'

### 5천억 원 추정 ... 특수는 없다

#### 대형기획사 위주로 수주전 치열

6.2 전국지방선거가 60여일 앞으로 다가온 가운데 선거 홍보물을 제작하는 기획·인쇄사들이 선거 특수를 잡기 위해 분주하다.

사상 최대 규모로 치러질 지방선거인 만큼 홍보·인쇄업계도 쏟아지는 홍보 인쇄물 주문에 활기를 띠고 있다. 지난 선거와 달리 지역 홍보·인쇄업체를 이용하는 예비 후보들이 늘었기 때문이다. 하지만 이런 특수는 대형 기획사 위주일 뿐 영세 업체들은 아직 실감하지 못하고 있다. 현직 지방의원들은 디자인을 중요시 여겨 명함부터 대형 현수막, 플래카드 등을 대형홍보 기획사에 맡기고 있다.

현재 10m 이상 대형 현수막의 경우 평균 100만 원 이상 비용이 들며 설치비 20~30만원은 별도다. 또 명함은 예비 후보자용, 후보자용 등으로 나눠 찍는데 후보당 대략 200만 원 정도를 지출하고 있다. 명함 및 걸

개그림을 제작하는 한 업체 대표는 "실상 인쇄비는 얼마 들지 않으며, 대부분 디자인 비용이라고 생각하면 되고, 선거기간동안 후보당 1,000만 원 정도 더 쓰고 있다"며 "앞으로 주문량은 더 늘어날 것으로 예상된다"고 말했다.

또한 관계자는 "현재 지난 선거보다 물량은 2배로 늘었다"며 "사실 영세한 업체들은 아직까지 특수 효과를 누리지 못하지만 갈수록 물량이 늘면 영세한 업체에 하청을 주기 때문에 특수는 확산될 것"이라고 덧붙였다.

#### 기획사의 몫만 거의 1천억 원

지방선거 후보자는 돈을 들여 자신을 판다. 뿌려지는 후보자의 명함은 다 돈이다. 선거비용의 가장 큰 부분 가운데 하나는 홍보물 인쇄비다.

홍보대행을 비롯해 최대 2조원에 이를 선거시장의

가장 큰손은 광고기획사다. 기획사들은 지방선거 출마 희망자들의 당선 여부를 타진해주는 것에서 시작해 선거전의 컨셉 설정, 홍보물 기획 및 인쇄, 유세차량 임대까지 후보자가 맞닥뜨리는 거의 모든 문제를 통째로 해결하는 서비스를 제공하기도 한다. 물론 계약의 '옵션'(선택사항)은 정하기 나름이다. 한 홍보기획사는 풀 옵션이면 기초의원의 경우 1천만~1500만원, 광역의원은 1500만~2천만 원, 기초단체장 3천만~4천만 원을 받는다고 공개했다. 가격 편차는 주로 선거구의 인구 차이에 서 비롯된다. 광역단체장은 부르는 게 값이라고 한다.

인건비 비중이 높은 광역단체장을 제외한 나머지 후보자들의 선거비용 가운데 가장 큰 비중을 차지하는 것은 선거공보물이다. 홍보기획사가 기획과 도안 등을 맡고 인쇄 용역 등을 외부에 내주면서 마진을 가장 많이 남기는 부분이기도 하다. 선거비용의 국고 보존 현황을 보면 전체 보전비 가운데 선거공보가 가장 많다. 홍보물 제작 과정에는 통상 기획을 맡는 홍보기획사와 하청을 받는 사진촬영업체, 인쇄업체 등이 호흡을 맞춘다.

### 관공서홍보물 제작 줄어 매출 감소 요인

지방선거를 앞두고 인쇄업계는 '특수'를 기대해 볼만도 하지만 예상외로 대다수의 업체 관계자들은 별 볼일 없다는 반응이다.

한 지방 인쇄업체에 따르면 이번 지방선거는 후보들의 선거비용제한액도 늘고 선거운동 폭도 넓어져 인쇄시장은 최소 30억 원대 이상의 선거특수를 누릴 것으로 추정되고 있다. 가뜰이나 지역경기가 쾅쾅 얼어붙은 탓에 매출에 큰 타격을 입은 인쇄업계로서는 선거가 여간 반갑지 않을 수 없다. 그러나 속을 들여다보면 전혀 다른 상황이 펼쳐지고 있다. 예비후보자들의 선거운동이 가능해지면서 명함이나 홍보물 등의 주문이 증가한 것은 사실이다. 하지만 이보다 '단위'가 큰 관공서 수주 물량이 대폭 감소했다.

한 인쇄사 대표는 "후보자 명함 10개 찍는 것보다 관공서 홍보물 1개 찍는 게 매출에는 훨씬 더 도움이 되는데 관공서의 홍보물 제작이 뜰 끊기면서 매출이 큰 폭으로 줄었다"며 "단체장 사진도 넣지 못하는 홍보물은 제작할 필요가 없다고 생각하는지 선거 때문에

더 죽게 생겼다"고 말했다.

현역 단체장들이 모두 재선, 3선을 노리고 있는 상황에서 관공서들이 흑시라도 사전선거운동에 해당하지 않을까 선거법을 살피며 시정이나 구정 홍보와 행사 개최를 중단, 인쇄업계가 직격탄을 맞게 된 것이다.

### 지방 인쇄업계, 서울 대형업체들에 밀려 울상

사상 최대 규모의 선거에도 불구하고, 지방 인쇄업체들은 '선거특수'가 이미 옛말이 됐다며 지나친 기대를 경계했다. 디자인의 중요성이 커지면서 서울이나 수도권 대형 인쇄업체를 찾는 후보들이 많아졌기 때문이다. 게다가 선거용 홍보물과 명함은 대부분 대량주문이어서 일부 영세업체는 주문을 받고 싶어도 받을 수 없는 처지다.

한 지방 인쇄업체 대표는 "수도권 대형 인쇄업체 직원들이 지방까지 내려와 영업을 벌이는 바람에 정착 지역 업체들은 뒷전으로 밀려났다"면서 "최근 도지사 후보 명함 1만장을 주문받아 제작했지만 영업비와 교통비를 빼면 오히려 적자"라고 분통을 터뜨렸다.

또 다른 지방·홍보물 제작업체 관계자는 "아무래도 디자인 등에서 서울에 밀릴 수밖에 없다"면서 "그래도 후보들이 해당 지역 업체를 이용해줬으면 좋겠다"고 말했다.

### 당락여부 따라 '희비교차'

인쇄사들은 후보자가 탈락할 경우 대금 결제에 애를 먹는다. 탈락한 대부분 후보자들은 "선거 때 빚을 많이 져 상황이 어려우니 기다려 달라"고 한 뒤 아예 연락을 끊어 버리고 잠적하는 경우가 허다해 후보자 못지않게 인쇄업자들 사이에서는 선거 당락 여부가 초미의 관심사가 되고 있다.

하지만 병어리 냉가슴 앓듯 속만 태우고 있는 인쇄업자들이 과감히 선거 홍보물을 포기하지 못하는 것은 타 기획사와의 수주경쟁으로 인한 체면문제와 함께 자신들에게 홍보물을 제작해 간 후보자가 당선될 경우 자신들의 기획사에서 만든 홍보물로 당선되었다는 간접적인 홍보가 되기 때문이다.

한 인쇄사 대표는 "탈락한 사람이 선거 때 빚을 많



이 저 상황이 어려우니 기다려 달라는데 어떻게 야박하게 인쇄대금을 줄 것을 종용할 수 있겠냐”며 “홍보물을 제작한 후보자가 탈락할 경우 대금 결제에 애를 먹기 때문에 선 제작 후 결제를 하면 내심 걱정이”라고 우려했다

이처럼 인쇄업체들이 인쇄비용 회수에 어려움을 겪는 것은 선거특수를 이용한 수주경쟁이 치열하며 구두 계약을 하거나 계약서를 작성하지 않는 사례가 많은데 따른 것으로 결국은 그 피해를 고스란히 떠안게 된다.

또 다른 인쇄사 대표는 “선거 공보물을 주문할 때 계약서를 작성해 달라고 요구하면 다른 곳으로 가겠다는 후보들이 많다”며 “후보자들의 인격을 믿고 수주했는데 선거가 끝났다고 나 몰라라 하는 식으로 나오는 후보자들을 보면 정말 자질이 의심스럽다”고 말했다.

**직선제에 따른 비용부담, 이면계약 우려**

지방선거는 인쇄에 바탕을 두고 있는 지역의 기획사(또는 인쇄사)들에게는 대단히 중요한 거래처라 할 수 있다. 예를 들어 교육감 후보의 경우 어떤 기획사가 어떤 후보를 밀었느냐에 따라 당선자의 진영에서 활동한 기획사는 최고의 수혜자가 된다는 것이 업계의 공공연한 비밀이다.

기획사들은 선거철이 아니면 전시, 기획, 행사, 이벤트 등의 사업에 주력한다. 인쇄에 바탕을 뒀던 기획사들이 살아남기 위해 진화한 것이다. 한 기획사 관계자는 “예전엔 인쇄만으로도 기획사를 꾸려나갔지만 경쟁이 치열해지고 공급단가도 낮아져 지금은 관련 사업들을 확대해나가는 추세다”라고 설명했다. 그렇지만 인쇄는 여전히 기획사의 큰 부분을 차지하고 있다.

**돈 안 받고 일하기도**

한 기획사 관계자는 “팔은 안으로 굽는다. 같은 조건이라면 도움을 받은 사람에게 일을 주지 않겠느냐”고 말했다. 기획사들은 단순히 홍보물을 인쇄하는 경우도 있고 몇몇 기획사들은 선거에 직접적으로 참여해 선거전 첨병 역할을 하기도 한다. 원가를 제외한 수익을 올리기 위해 수많은 기획사들이 그동안 지방선거에 매력을 느껴왔던 것은 아닐 것이다. 한 기획사 관계자

에 따르면 이마저도 받지 않고 일하는 경우도 비일비재하다는 것

이러한 움직임에 대해 한 기획사 대표는 “간선제에서는 어느 정도 당선 가능성이 예상됐다. 하지만 직선제에서는 변수가 많다. 당선이 될 후보를 돕는다면 문제가 되지 않겠지만 상대 진영의 측근으로 각인되면 생길지 모를 불이익 때문에 선불리 나서지 못하는 면도 있다. 관공서와 지속적인 관계를 유지해야하는 기획사의 입장에서 드러내놓고 누군가를 지원하는 것은 부담스러운 일인데다 지난 선거에서도 박빙의 승부를 펼친 후보들의 리벤지 매치라는 것 또한 선뜻 한 후보를 지지할 수 없는 이유다”라고 설명했다.

그는 또 “후보에게 제안서를 내더라도 결정되기 전까지는 비밀로 하는 것이 일반적이다”라고 덧붙였다. 당선자의 밀어주기가 사라졌다고는 하지만 업체들로서는 여전히 눈치를 볼 수밖에 없는 입장이다. 이러한 현상은 관공서의 풍토가 공고를 통해 업체의 제안서를 받고 이를 바탕으로 금액과 능력 등을 고려해 선정하는 방식이 많지 않기 때문이다. 선거 기획을 맡았다는 것은 곧 후보자와의 측근으로 인식된다는 것이다.

**선거시장 확대 매력**

하지만 모든 기획사들이 선거에 개입되는 것을 꺼리는 것은 아니다. 한 인쇄사 관계자는 “간선제와는 달리 시장규모가 커 그 자체에 매력을 느끼는 업체들도 상당수다”라고 전했다. 간선제에서는 수천 장의 홍보물을 제작하는 것이 고작이었지만 이번 선거에서는 공보, 벽보, 정책자료집, 영상물 제작 등 다양한 상품을 내놓을 수 있다는 장점이 있다. 한 관계자는 “홍보물 비용은 선거법에 의해 보전 받을 수 있다. 이번 선거에서는 홍보물 제작원가만 적게는 수 천만원에서 수익원 이상이 될 것으로 전망된다”고 말했다.

**후보자들의 지역사랑 우선시 되어야**

예비 후보 등록이 시작됐지만 ‘선거특수’를 기대했던 지역 인쇄업계의 한숨이 깊어지고 있다. 예비후보 등록을 마친 후보들의 홍보물과 명함 주문이 이어질 것으로 잔뜩 기대했지만 생각보다 주문량이 저조하



다. 이번 지방선거는 기초단체장과 지방의원은 물론 도지사, 교육감과 교육의원 등 8개선거가 동시에 치러지는 만큼 예전 선거보다 주문량도 크게 늘어날 것이라는 기대를 하고 있던 업체들의 노심초사하는 눈빛이 역력하다.

등록을 마친 예비 후보자들은 평균 2000만원에 달하는 홍보물 제작비용에 부담을 느껴 자체 제작을 고려하고 아예 포기하는 경우도 목도된다. 그래서 '선거 특수'는 이제 옛말이 된 듯하다.

한 후보는 "선거운동 범위가 넓어지면서 홍보기획사를 통한 홍보의 효과가 크다는 것을 잘 알지만 솔직히 부담이 된다"면서 "선거 비용은 한정돼 있는데 홍보비로 대부분을 지출 할 수도 없어 난감하다"며 고충을 토로했다.

특히 선거용 홍보물과 명함은 대부분 대량 주문이어서 영세 업체들의 경우 주문을 받고 싶어도 받을 수 없는 처지다. 게다가 디자인의 중요성이 커지면서 서울이나 수도권 대규모 인쇄 업체를 찾는 후보들도 있어 어려움을 가중시키고 있단다. 그래서 업계에서는 지역을 외면하는 후보들에 대해 곱지 않은 시선을 갖고 있다.

현재까지는 업체당 선거 홍보물 수주량이 지난 선거 때의 절반 수준으로 감소, 잔뜩 기대했던 선거 특수가 물거품이 됐다. 하지만 지역 업체들도 고성능 인쇄 시설을 갖춘 데다 인쇄 능력도 뛰어난 만큼 지역 경제 활성화를 위해서는 입후보자들이 지역의 인쇄업체를 이용해야 한다. 말로만 지역을 사랑할 것이 아니라 몸으로 지역 경제를 사랑하는 출마자들의 인식이 선행돼야 '풀뿌리 민주주의'에 희망이 있을 것이다.

## 6.2 전국지방선거 통상적인 거래가격 등 결정내역

(단위 : 원)

구분	규격	산정액	비고
제작비		조달청 인쇄기준요금에 의한 원가 계산 금액	
제작용지가격	아트지(1연, 200g)	113,000	
	레저크지(1연, 200g)	250,000	
	휘라레(1연, 216g)	520,000	
	반누버(1연, 209g)	715,000	

## 선거벽보 · 선거공보 · 선거공약서

(단위 : 원)

구분	규격	산정액	비고
제작비	기획 · 도안료	53cm×38cm	632,000
	인쇄료		
선거공보(8면) · 지방의회의원 · 교육의원	기획 · 도안료	27cm×19cm	138,000
	인쇄료		면당 단가
선거공보(12면) · 지방자치단체장 · 교육감	기획 · 도안료	27cm×19cm	145,000
	인쇄료		"
선거공약서(16면) · 시 · 도지사 · 교육감	기획 · 도안료	27cm×19cm	155,000
	인쇄료		"
선거공약서(16면) · 자치구 · 시 · 군장	기획 · 도안료	27cm×19cm	150,000
	인쇄료		"

※ 기획 · 도안료는 선거벽보와 선거공보 기획 · 도안료 총액의 범위 내에서 합산하여 보전 가능.

※ 조달청 인쇄기준요금에 의한 원가계산 금액



- 앞면의 선거명·후보자명 한글 인쇄료: 조달청 인쇄기준요금에 의한 원가계산금액

**통상적인 거래가격 등 산정기준**

- 전문가가격조사기관이 산정대상항목에 대하여 조사한 견적가격(가격 산정의 신뢰도를 제고하기 위하여 평균견적가격의 상 90% 초과, 하 90% 미만인 견적가격은 제외)을 평균한 금액을 통상적인 거래가격 또는 입찰가격(부가가치세 포함)으로 함.
- 다만, 물품 등의 구입·제작에 특수재질·특수인쇄·특수조건이 부가된 사실이 구체적으로 입증되는 경우에는 위의 산정액외에 별도의 비용을 인정함.
- 정부의 기준요금이 있는 항목은 그에 따라 산출한 금액을 통상적인 거래가격 등으로 함.
- 점자형선거공보 점자인쇄비(친공방식)는 인쇄방법의 특수성을 반영하여, 1,000매 이하 인쇄시에는 조사된 단순매당단가를, 1,000매 초과 인쇄의 경우에는 조사된 인쇄기준요금에 의해 산출한 매당단가를 그 통상적인 거래가격으로 함.
- 통상적인 거래가격 등을 산정함에 있어 1,000원 미만의 단수는 1,000원으로 함. 다만, 원가계산방식에 의한 단가 산출액 또는 특수재질 등이 부가되어 별도의 비용을 인정하는 경우 등은 예외로 함.

**6.2 전국지방동시선거 인쇄물 규정**

(인쇄물을 이용한 선거운동)

■ 선거벽보

1. 대상: 후보자(비례대표지방의원선거 제외)
2. 수량: 관할선거구위원회가 공고한 수량
  - ※ 2010. 5. 10(선거기간개시일전 10일)까지 작성·제출수량을 공고함.
3. 규격: 길이 53cm, 너비 38cm
4. 지질: 100g/m<sup>2</sup>이내의 종이



**관계법조문**

공직선거법

제122조의2(선거비용의 보전 등) ② 제1항의 규정에 따른 선거비용의 보전에 있어서 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 비용은 이를 보전하지 아니한다.

- ▲ 청구금액이 중앙선거관리위원회규칙으로 정하는 기준에 따라 산정한 통상적인 거래가격 또는 입찰가격과 비교하여 정당한 사유없이 현저하게 비싸다고 인정되는 경우 그 초과하는 가액의 비용

공직선거관리규칙

제51조의2(선거비용 보전 및 부담비용 산정의 기준) ② 법 제122조의2제2항제7호의 규정에 따른 통상적인 거래가격 또는 입찰가격의 산정은 다음 각 호의 기준에 따른다. 다만, 제1호와 제2호의 규정에 따라 산정한 가격이 각각 다른 경우에는 그 평균한 가격을 기준으로 한다.

1. 정부고시가격 또는 정부의 기준요금(「국가재정법」 제29조제1항에 따른 예산안편성지침의 기준단가와 요금을 포함한다)
2. 「국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 시행규칙」제5조에 따른 전문가가격조사기관이 조사하여 공표한 가격
3. 위 각 호의 어느 하나의 기준에 따라 산정할 수 없는 가격의 경우에는 「부가가치세법」제5조에 따라 등록된 해당 업종 3이상의 사업자가 계산한 견적가격을 평균한 가격

5. 게재사항 : 선거명·선거구명, 후보자의 사진(후보자만의 사진을 말함)·성명·기호, 소속정당명(무소속후보자는 무소속이라 기재), 경력, 정견 및 소속정당의 정강·정책 그 밖의 홍보에 필요한 사항

■ 선거공보

1. 대상: 정당(비례대표지방의원선거)·후보자
2. 수량: 관할선거구위원회가 공고한 수량
3. 규격: 길이 27cm, 너비 19cm 이내
  - ※ 지질 및 중량에는 제한이 없음.

4. 작성분량

- (1) 지방자치단체의장 선거 : 12면 이내
- (2) 지방의원선거 : 8면 이내

5. 게재사항

- (1) 명칭(책자형선거공보) · 선거명 · 선거구명과 후보자의 홍보에 필요한 사항
- (2) 후보자정보공개자료(필수-비례대표지방의원선거 제외)
- ※ 후보자정보공개자료는 반드시 책자형 선거공보(점자형선거공보포함)의 둘째면에 작성하되, 후보자정보공개자료와 소명자료의 내용은 게재할 수 없음.

6. 점자형선거공보

- (1) 책자형선거공보 외에 시각장애선거인을 위한 점자형선거공보를 작성하여 제출할 수 있음
- (2) 수량 : 관할선거구위원회가 점자형선거공보의 수량과 책자형선거공보의 수량을 구분하여 공고함.
- (3) 작성방법
  - ① 점자형선거공보의 규격은 책자형선거공보와 같이 하되, 책자형 선거공보의 면수이내에서 작성
  - ※ 다만, 후보자정보공개자료의 내용은 책자형선거공보에 게재하는 내용과 똑같아야 함
  - ② 인식이 용이한 '천공방식'으로 작성
  - ③ 앞면에는 선거의 종류 · 선거구명 · 후보자의 성명을 한글과 점자로 함께 적어야 함.

■ 선거공약서

- 1. 대상: 후보자(지방의원선거 제외)
- 2. 수량: 선거구위원회가 공고한 수량 (세대수의 100분의 10에 해당하는 수 이내)

3. 규격: 길이 27cm, 너비 19cm 이내

4. 작성분량

- (1) 시 · 도지사선거 : 16면 이내
- (2) 구 · 시 · 군의 장선거 : 12면 이내

5. 게재사항

- 선거공약 및 이에 대한 추진계획으로 각 사업의 목표 · 우선순위 · 이행절차 · 이행기한 · 재원조달방안, 후보자의 사진, 성명, 기호, 학력, 경력 등
- ※다른 정당이나 후보자에 관한 사항은 게재할 수 없고, 선거공약 및 그 추진계획에 관한 사항 외의 후보자의 사진 · 성명 · 기호 · 학력 · 경력 그 밖에 홍보에 필요한 사항은 1면 이내에서 게재할 수 있음.

6. 점자형 선거공약서

- (1) 선거공약서 외에 시각장애선거인을 위한 점자형 선거공약서를 작성할 수 있음
- (2) 점자형 선거공약서 발송용 봉투서식

앞면

뒷면



1. 이 봉투는 후보자가 「공직선거법」 제66조에 따른 점자형 선거공약서를 보내는 데 사용합니다.
2. 봉투의 규격은 점자형 선거공약서를 넣을 수 있는 크기로 합니다.
3. 이 봉투 앞면의 오른쪽 윗부분에 요금별납의 표시를 하여야 합니다.

※선거벽보·선거공보·선거공약서의 유의사항※

- 선거벽보·선거공보·선거공약서의 인쇄업자는 관할선거구위원회가 공고하는 수량 외에는 이를 인쇄하여 누구에게도 제공할 수 없음.
- 선거공보 제출시에는 수량 확인 및 운반 등이 용이하도록 500부 단위로 간지를 넣거나 묶어서 제출
- 선거벽보에는 후보자만의 사진을 게재하여야 하나, 책자형선거공보에는 타인과 함께 찍은 사진 등을 게재할 수 있음.
- 책자형선거공보는 길이 27cm 너비 19cm의 규격 이내에서 크기를 조정하여 작성할 수 있으나, 선거벽보(길이 53cm, 너비 38cm)는 법정규격을 반드시 지켜야 함.

〈예비후보자의 선거운동〉

예비후보자 제도는 선거운동기회의 형평성 차원에서 정치신인에게도 자신을 알릴 수 있는 기회를 어느 정도 보장하기 위해 도입되었으며, 예비후보자는 입후보예정자나 후보자와 달리 예비후보자로 등록한때로부터 선거기간개시일 전까지 다양한 방법으로 선거운동을 할 수 있다.

■ 예비후보자 명함

1. 규격: 길이 9cm 너비 5cm이내
2. 게재사항
  - (1) 예비후보자의 성명·사진·전화번호·학력·경력, 그 밖에 홍보에 필요한 사항
  - (2) 다른 사람을 비방하거나 허위사실에 해당하는 내용을 게재하여서는 아니됨.

■ 예비후보자홍보물

1. 종수: 예비후보자마다 1종

2. 수량: 선거구안의 세대수의 100분의 10이내에 해당하는 수
3. 규격: 길이 27cm, 너비 19cm 이내
4. 면수: 8면 이내(지방선거의 모든 예비후보자 공통)
  - ※ 지질이나 중량에 제한 없음.
5. 게재내용: 예비후보의 사진·성명·전화번호·학력·경력, 그 밖에 홍보에 필요한 사항
  - ※ 지방자치단체의 장선거 예비후보자는 표지를 포함한 전체면수의 100분의 50이상의 면수에 선거공약 및 이에 대한 추진계획으로 각 사업의 목표·우선순위·이행절차·이행기한·재원조달방안을 게재하여야 하며, 이를 게재한 면에는 다른 정당이나 후보자가 되려는 자에 관한 사항을 게재할 수 없음.
6. 홍보물에 적어야 할 사항
  - (1) 앞 면: 명칭(“예비후보자홍보물”), 선거명, 선거구명, 예비후보자의 성명, 소속정당명(정당의 당원이 아닌 사람은 “무소속”)
  - (2) 맨뒷면: 작성근거(“이 예비후보자홍보물은 「공직선거법」 제60조의3제1항제4호에 따라 제작한 것입니다.”라고 적음), 인쇄사의 명칭·주소·전화번호
7. 홍보물발송용봉투 서식

앞면

<b>예비후보자홍보물</b> 보내는 사람 주소 성명 □□□-□□□	○○우체국 요금별납
받는 사람 주소 성명 □□□-□□□	
이 예비후보자홍보물은 「공직선거법」 제60조의3에 따라 작성한 것입니다.	

뒷면





1. 이 봉투는 예비후보자가 「공직선거법」 제60조의3에 따른 예비후보자홍보물을 보내는데 사용합니다.
2. 봉투의 규격은 예비후보자홍보물을 넣을 수 있는 크기로 합니다.
3. 이 봉투 앞면의 오른쪽 윗부분에 요금별납의 표시를 하여야 합니다.
4. 이 봉투의 뒷면에는 예비후보자 자신의 홍보에 필요한 사항을 적을 수 있습니다.

- (2) 선거공약 및 그 추진계획에 관한 사항 외에 자신의 사진·성명·학력·경력, 그 밖에 홍보에 필요한 사항을 게재하는 경우 그 게재면수는 표지를 포함한 전체면수의 100분의 10을 넘을 수 없음.
- ※ 예비후보자가 자신의 기호를 알 수 있는 때에는 그 기호를 게재할 수 있음.
- (3) 다른 정당이나 후보자가 되려는 자에 관한 사항은 게재할 수 없음.

■ 예비후보자공약집

1. 대상: 지방자치단체의 장선거의 예비후보자
2. 종수: 1종
3. 규격: 제한은 없으나 도서의 형태로 작성하여야 함.
4. 수량: 제한없음.
5. 게재내용
  - (1) 선거공약 및 이에 대한 추진계획으로 각 사업의 목표·우선순위·이행절차·이행기한·재원조달방안을 게재함.

6. 예비후보자공약집에 적어야 할 사항
  - (1) 앞 면 : 명칭(“예비후보자공약집”), 선거명, 예비후보자의 성명, 소속정당명(정당의 당원이 아닌 사람은 “무소속”이라 적음)
  - (2) 맨뒷면 : 작성근거(“이 예비후보자공약집은 「공직선거법」 제60조의4제1항에 따라 제작한 것입니다.”라고 적음), 판매가격, 출판사(출판사를 이용하지 아니하고 발간한 경우에는 그 인쇄사를 말함)의 명칭·주소·전화번호

※ 자료출처 : 인쇄하는 사람들

박성권 기자 vovsys@print.or.kr

〈6.2 전국동시지방선거 주요일정〉

(단위 : 원)

구분	요일	규격	산정액
2. 2부터	화	예비후보자 등록(시·도지사 및 교육감선거)	선거일전 120일부터
2. 19부터	금	예비후보자 등록(시·도의원 및 구·시의원·장선거)	선거기간개시일전 90일부터
3. 4까지	목	향토예비군 소대장이상의 간부, 주민자치위원회위원, 통·리·반의 장이 선거사무관계자 등이 되고자 하는 때 그 적의 사직	선거일전 90일까지
		입후보제한을 받는 자의 사직	선거일전 90일까지
3. 4부터 6. 2까지	목 / 수	의정활동보고 금지	선거일전 90일부터 선거일까지
3. 21부터	일	예비후보자 등록(군의원·장선거)	선거일전 90일부터 선거일까지
5. 13부터 5. 14까지	목 / 금	후보자등록 신청(매일 오전9시~오후5시까지)	선거기간개시일전 60일부터
5. 14부터 5. 18까지	금 / 화	선거인명부 작성 / 부재자신고 및 부재자신고인명부 작성	선거일전 20일부터 2일간
5. 20	목	선거기간개시일	선거일전 19일부터 5일 이내
5. 21까지	금	선거벽보 및 부재자용 선거공보 제출	선거일전 13일
5. 23까지	일	선거벽보 첨부	후보자등록마감일후 7일까지
5. 24까지	월	매세대용 선거공보 제출	선거벽보 제출마감일 후 2일까지
		부재자투표용지 발송(안내문 및 선거공보 동봉)	선거일전 9일까지
5. 26	수	선거인명부 확정	선거일전 7일에
5. 27부터 5. 28까지	목 / 금	부재자투표소 투표	선거일전 6일부터 2일간
5. 28까지	금	투표안내문(선거공보 동봉) 발송	선거인명부확정일후 2일까지
		개표소 공고	선거일전 5일까지
6. 2	수	투표(오전6시~오후6시까지)	선거일
		개 표	

