

# 옥외광고 산업 진흥 및 업계 상생 방안

2018. 4. 20

한국디지털사이니지연구소 박현

## I. 업계 의견수렴



## 의견 1. 불법광고물에 대한 실효성 있는 관리 방안 필요

원칙과 상식을 무시하고 불법광고물이 사업화 되는 상황에서 실효성 있는 관리가 되지 않고 있는 상황  
불법현수막, 입간판에 대해 광고주, 건물주, 대지주 등을 모두 고발조치 할 수 있는 법제 필요



### {관리방안}

- ✓ 행안부에서 불법광고물 관리 컨트롤타워 설치 후 지속적 관리 및 DB 구축
- ✓ 공공시설 및 가로수 등의 현수막은 철저히 단속하되 건물당 1개씩 적법한 현수막 게시대 허용 등으로 수요 전환 유도

→ 현재 법 제18조 (벌칙) 제1항 1, 2호에 따르면 입간판과 현수막은 벌칙 제외 사항으로 과태료 부과 대상



## 의견 1. 불법광고물에 대한 실효성 있는 관리 방안 필요

- 건물래핑은 초대형 광고물임에도 불구하고 법적으로는 현수막으로 분류되어 과태료 부가 외에는 다른 법적 조치를 할 수 없는 상황이 지속





## 의견 1. 불법광고물에 대한 실효성 있는 관리 방안 필요

- 교통 안전 시설물과 인접한 위치에 대형 디지털 불법광고물이 설치되어 운영되고 있으나 단속 및 고발 조치 등의 관리가 이루어지고 있지 않음



횡단보도등

※ 고덕 상일동역 사거리 사례

10



## 의견 2. 일관된 법 기준 적용과 법 체계 정비

전국적으로 통일되고 공정한 법 적용이 될 수 있도록 시행령을 강화

지자체 일선에서의 과도한 법 해석과 규제 문제 해소

- 현재 시·도에서 광고물의 허가 기준 완화 및 공공시설물 별도 지정 가능 (법 제3조, 제3조의2)
  - 특수집단과 로비 의한 광고물 허가 및 명분 없는 공공시설물 지정 사례 발생
  - 사업용 옥외광고물의 과도한 난립을 방지하기 위해 시행령에서 일괄 규정토록 함
- 공중에 대한 위해를 방지하며 건강하고 쾌적한 생활환경 조성을 위해 특정구역을 지정하여 허가, 신고기준을 강화할 수 있음 (법 제4조)
  - 과도한 법 해석으로 법에도 없는 주류 및 대부업광고 등을 실제 규제하여 광고 유치가 어려운 상황
  - 선거관리법 개정을 통해 선거 관련 옥외광고 허용 (현재 신문, 방송에서는 제한적으로 허용)

11

## 의견 2. 일관된 법 기준 적용과 법 체계 정비

- 벽면이용 간판의 허가 기준이 지자체 조례별로 상이하여 사업자와 간판주들의 불만을 야기
  - 서울은 3층 이하, 전남은 7층 이하, 제주는 Free
  - 간판 설치 불가에 따라 창문 이용 래핑광고가 증가하고 있으나 처벌 기준이 없음



- 법 제도 보다 지자체별 운영 가이드라인을 더 우선시하는 경향
  - 강남구, 서초구 등에서 약 10년 이상 대형 옥외광고 신규허가 미 접수 (구의 방침)

12

## 의견 2. 일관된 법 기준 적용과 법 체계 정비

옥외광고물의 목적성 등에 맞게 분류체계를 재 정비하여

디지털 광고물에 대한 난립과 관리 혼선을 방지

- 옥외광고물의 분류에서 디지털 광고물이 별개 광고물처럼 분류됨 (법 제3조, 제3조의2)
  - 디지털 광고물은 표시방법의 차이로서 별도의 광고물로 분류해서는 안되며 전기를 사용하는 광고물에 포함되어야 함
- 16종의 광고물 종류 및 표시방법 규정, 그 중 8종에 대해 디지털 광고물 허용(시행령 제3조의2, 14조~20조)
  - 자사광고, 타사광고 구분 없는 법 체계 상황에서 지자체 일선에서 관리 혼선 발생 (자사,타사 분류 필요)
  - 자사광고는 아날로그 광고방식만, 타사광고는 아날로그와 디지털이 상호 공존토록 시행령에 규정

12



### 의견 3. 법 규제의 완화와 관리 정책 개선

신기술 디지털 광고 활성화와 새로운 옥외광고 시도를 위해 네거티브 법 제도 도입

전국권 심의, 허가 및 옥외광고 표시 연장허가 등에 대한 효율적 개선

- 전기이용 및 16종의 광고물 종류에 대해 표시방법 규정 (시행령 제3조의2, 14조~20조)
  - 새로운 옥외광고 표시 방법을 시도하고 싶어도 광고주에게 제안을 하지 못하는 상황
  - 상업, 관광지역 등에는 광고물 표시규제를 완화하고 탄력적인 법 적용이 필요
- 법 제3조의 2 조항이 있음에도 불구하고 시행령 제9조(변경허가 및 변경신고의 절차)조항 적용
  - 버스 및 버스쉘터광고의 광고 교체 시 전국권이 같은 형태임에도 여러 기초 지자체의 심의가 필요한 상황
  - 같은 유형, 같은 디자인일 경우 빠르고 일괄적인 심의 프로세스 필요
- 옥외광고 표시허가 연장 시 최초 허가와 같은 서류 필요 (법 제3조, 시행령 제4조, 7조)
  - 안전도검사에 합격한 옥외광고는 표시기간 자동 연장 (단, 허가 취소조건 강화하여 문제광고물 관리)



### 의견 4. 중소기업 지원 및 신기술 광고물의 점진적 확대

광고자유표시구역 내 중소형 옥외광고 허용 및 중소기업 참여 기회 부여

신기술, 신소재, 새로운 표시방법은 시범사업 실시 후 제도권으로 수용

- 광고물등 자유표시구역의 지정 (시행령 제28조의 2)
  - 광고자유표시구역이 몇 개의 대형광고물 표시위주로 결정된 상황
  - 해당 지역에 중소형 옥외광고물의 표시가 가능하도록 하고 다양한 신소재, 신기술이 적용된 광고물을 운영하도록 하여 중소기업이 참여할 수 있는 기회 부여 필요
- 산업 진흥·발전을 위해 신기술, 신소재 또는 새로운 표시방법 등이 적용된 시범사업 가능(시행령 30조 5항)
  - 신기술 광고물은 교통안전, 빛공해 등의 문제를 고려하여 소규모 지역에서 시범적으로 실시
  - 시범사업 결과를 토대로 확대 적용이 가능하면 제도권에 수용하여 점진적으로 확대
  - 사회적으로 논란이 되는 광고물을 신기술 광고물로 인정하거나, 기금조성 사업으로 추진되는 것은 문제



## 의견 5. 공공 안전성 확보를 위한 법제도 개선

공공 안전성 확보를 위해 전기이용 광고물 전체를 안전도검사 대상으로 확대 적용 필요

광고물에 대한 사업자의 책임보험 가입을 의무화 하도록 법제화

- 벽면은 가로 10m 미만, 돌출은 면적 1㎡ 미만 허가 예외, 면적 5㎡ 미만은 신고 예외 (시행령 제4조, 5조)
  - 전기이용, 전광 광고물들은 허가 대상임에도 실제 이 기준이 적용되어 허가, 신고가 배제되고 있는 상황
  - 허가, 신고 없이 설치됨에 따라 안전점검 대상에서 제외  
( 5㎡ 는 매우 큰 간판, 지자체 관리대상에서 빠질 경우 안전사고 등의 문제 발생 가능 )
- 옥외광고물 추락 사고를 대비한 사업자의 책임보험 가입 의무 조항이 없음
  - 옥외광고업 등록업체는 의무적으로 생산물배상책임보험에 가입토록 법제화 추진
  - 법제화 될 경우 업체당 보험료 연간 약 10만원씩 절감 (옥외광고협회 6,000여 전회원사 찬성)

15



## 의견 6. 동반성장과 스타트업 육성을 위한 정책적 지원

대기업, 중소기업이 동반 성장할 수 있도록 광고 사업권 입찰제도 개선

창의적인 광고물 개발과 건전한 사업 풍토 조성을 위한 스타트업 기업 육성 정책 필요

- 국가의 세입이 되는 경쟁입찰에서는 예정가격 이상 최고가 입찰자를 낙찰자로 결정 (국가계약법 제10조, 시행령 41조)
  - 상대적으로 중소기업 보다 자금력이 풍부한 대기업의 사업 참여가 용이한 구조
  - 별도의 옥광법 개정을 통해 최고가가 아닌 '적정가 입찰 제도' 등을 제도화
- 최고가 경쟁 입찰이 일반화 되면서 새로운 옥외광고 아이디어를 제안하는 풍토가 사라지고 있음
  - 커피숍 진동벨, 버스 돌출번호판 등 아이디어 매체 개발이 활성화될 수 있는 계기를 부여
  - 경쟁력 있는 스타트업 기업에게 지원금, 특허등록 및 법령자문, 공익광고 집행 등의 지원 정책 필요

16



## 의견 7. 기타 의견

### ✓ 옥외광고업 등록제도에서 옥외광고 외 타 업종 사업자의 등록 가능성이 문제

- 광고도장기능사, 컴퓨터그래픽스운용기능사, 전기공사기사, 전기공사산업기사, 시각디자인기사, 시각디자인산업기사, 제품디자인기사, 제품디자인산업기사, 컬러리스트기사, 컬러리스트산업기사 (10종의 자격)
- 타 업종의 사업자가 옥외광고 입찰에 참여하여 수주 -> 재하청 되는 유통구조, 업계 생존 위협

### ✓ 옥외광고정책위원회 (법7조의 2)의 전문화, 옥외광고산업진흥 위원회의 신설

- 실효성을 가질 수 있는 업계 전문가가 옥외광고정책위원회에 참여해야 함
- 산,관,학 등 옥외광고 전문가들이 모여 옥외광고산업진흥위원회를 구성하고 정기적인 의견수렴을 거쳐 정책에 반영하도록 해야 함

### ✓ 일선 공무원의 전문화가 필요, 순환보직제 공무원을 위한 업무 지원책 필요

- 옥외광고 업무는 가장 인기 없는 직무로 저 평가되기에 따라 전문성 있는 공무원들이 승진급을 위해 타 분야에서 근무
- 옥광법 해설서, 유권해석사례집, 사건사고사례집 등 다양한 업무 지원 간행물 발간, 배포가 필요

## II. 옥외광고 산업 진흥 방안

## 산업 진흥 방안 요약

### 제도 개혁을 통한 시장 안정화와 선진 옥외광고 문화 정착

	전략	정책 과제		기대효과
I	산업 진흥을 위한 법제 개선	법체계 개편 및 명확화	효율적 관리 제도 개발	시장 안정화 기반 마련
II	법 집행 및 관리 실효성 확보를 위한 제도 마련	정부 전담조직 강화	단속 민간 위탁제도 및 처벌 강화	원칙이 지켜지는 광고문화 정착
III	규제 완화를 통한 신기술 적극 도입	신성장 사업 지원 정책 마련	규제 샌드박스 사업 실시	국내시장 활성화 및 성장 동력 확보

주도기관 및 관계기관 - 행정안전부, 한국옥외광고센터, 지자체 (시,도)

17

## 추진방안 1. 산업 진흥을 위한 법제 개선

### 【법 체계 개편 및 명확화】

- ① 자사, 타사 광고 구분
  - 생활형과 사업형 광고를 구분하여 적정 규제와 완화 조항 별도 반영
  - 불법 대형 현수막은 타사광고로서 고발 대상화
- ② 시행령 강화
  - 통일성 확보 위해 허가 기준을 시행령에서 규정 (표시방법의 완화와 강화 기준 정비)
  - 시행령에서 공공시설물 지정
- ③ 명확한 법령 정비
  - 쉽게 이해할 수 있도록 법 조항 개정

원칙과 기준 확보

### 【효율적인 관리 제도 개발】

- ① 옥외광고 Big Data 구축
  - 광고물 실명제 사업 기반 조성
  - 불법광고물 퇴출 및 관리 효율성 제고
- ② 옥외광고 통합 디자인 심의제도 실시
  - 전문 광고 심의 대행사와 온라인심의시스템 구축을 통해 지자체 심의 업무 대행
  - 심의 누락, 전문성 부족 문제 해소, 업무 간소화
- ③ 인허가 프로세스 간소화
  - 온라인 인허가 시스템 개발, 검증된 사항은 심의 생략

통제와 관리 업무 간편화

시장 안정화 기반 마련

18



## 추진방안 2. 법 집행 및 관리 실효성 확보를 위한 제도 마련

### 【정부 전담 조직 강화】

- ① 행안부 내 전담조직 신설 또는 기존 조직 확대
  - 산업진흥 및 불법광고 관리를 위한 조직 "가칭 옥외광고산업진흥과"
- ② 한국옥외광고센터에 전담 수행(대행)조직 설치
  - 전국 광고물 조사 및 불법광고물 단속 업무 지원
  - 불법광고물 관리 통계 및 실천사례집 발간
- ③ 불법광고물 근절 홍보 및 교육 민간 위탁
  - 전문성 있는 민간 조직 활용하여 적극적 홍보 및 교육 진행

업무 추진 컨트롤타워 확보

### 【단속 민간 위탁제도 및 처벌 강화】

- ① 불법광고물 단속 민간기관 위탁
  - 민간기관에서 고발 예고장을 광고주, 건물주, 대지주 등에 발송
  - 수거보상제 등을 민간 기관이 주도
- ② 위반광고물 처벌 기준 강화
  - 사업형 현수막에 대한 벌칙 강화 (과태료2배, 장당 부과)
  - 이행강제금을 1일 단위로 부여 (공정거래법 및 해외사례 벤치마킹)

불법광고물 근절 및 양산 방지

원칙이 지켜지는 광고문화 정착

\* 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률(약칭: 공정거래법) 제17조의3

\* 프랑스의 경우 「광고물 간판 및 유도·간판에 관한 법률」 및 「환경법」에 의해 위법한 광고물에 최대 187만원의 벌금을 부과하고 매일 25만원 추가로 부과하며 직권집행 행정벌 및 사법적 강제부과 가능  
영국의 경우 지역의 「도시 및 지역계획(광고관리) 규정」 및 「반사회적 행위법」을 근거로 위법 광고물의 고발조치, 철거가 가능하며, 최대 375만원 벌금 부과에 매일 1/10의 추가 부과 가능

## 추진방안 3. 규제 완화를 통한 신기술 적극 도입

### 【신성장 사업 지원 정책 마련】

- ① 신 옥외광고 유형 시범사업 추진
  - 우수 해외 사례 벤치마킹
  - 효과성 높은 옥외광고의 시장 진입 지원
- ② 신기술 적용 규제프리존 설치
  - 광고자유표시구역에 드론, 그래피티, 임시조형물 등 창의적인 광고 운영 허용

옥외광고 경쟁력 확보

### 【규제 샌드박스 사업 실시】

- ① 규제 샌드박스 심사위원회 설치 (행안부 주도)
  - 신기술 적용, 성장 가능성 높은 사업을 대상
  - 규제 해소 및 임시허가
  - 특히 대상 광고물만 적용
- ② 시범사업 및 규제프리존과 차별화하여 관리
  - 산.학.연.관이 참여하여 사업 적정성 판단
  - 공정한 평가 및 적정 사업기간 제시
  - 특히 미보유 사업은 시범사업이나 규제프로존에서 추진

신기술 융합 옥외매체 개발 촉진

국내시장 활성화 및 성장 동력 확보

### III. 옥외광고 업계 상생 방안

#### 업계 상생 방안 요약

협력과 연합이 자유롭게 구성되는 건전한 산업 생태계 조성

	전략	정책 과제		기대효과
I	발전적 자유 경쟁 유도	균형발전위원회 설치	적정가 입찰 제도 실시	중견기업 확대 및 일자리 창출
II	공공 지원 사업 확대	광고물 개선사업 지원	솔루션 업그레이드 및 디지털 전환 교육 실시	제작 시장 활성화
III	지속 가능한 스타트업 육성	중소기업 지원 정책 실시	신사업 발굴 및 지원	창의 인재 육성 및 업계 저변 확대

주도기관 및 관계기관 - 행정안전부, 중소벤처사업부, 한국옥외광고센터

## 추진방안 1. 발전적 자유 경쟁 유도

### 【옥외광고 균형발전위원회 설치】

- ① 협의체적 위원회 구성
  - 산·학·연·관 포함, 정기적인 운영 조직으로 운영
  - 정책 발굴 및 주요 안건 의결
- ② 신 유형 광고물 개발 및 법 개정 제안
  - 신유형 매체 발굴 및 추진 제안
  - 문제점 제시 및 개선책 제안
- ③ 업계 발전을 위한 상생 방안 제안

업계 발전을 위한 정책 제시

### 【적정가 입찰제도 실시】

- ① 옥광법 개정을 통한 법적 근거 마련
  - 국가계약법 상 최고가입찰 원칙을 옥외광고 시장 활성화를 위해 변경 가능토록 함
  - 공공기관 입찰에 대한 입찰제도 변경 추진
- ② 적정가 입찰 제도 실시
  - 적정한 예가를 정하고 입찰사들의 평균 투찰 금액에 근접한 사업자가 낙찰토록 함
- ③ 적정 입찰 심사를 통해 공정성 여부 판단

중소기업 사업 기회 확대

중견기업 확대 및 일자리 창출

22

## 추진방안 2. 공공 지원 사업 확대

### 【광고물 개선사업 지원】

- ① 간판 디자인 컨설팅 지원
  - 우수 디자인 확산을 위한 컨설팅 조직 가동
  - 차별성, 다양성 확보를 위한 디자인 툴 개발
- ② 지자체 간판 개선 사업 지원
  - 간판 개선 필요 지자체에 대한 예산 지원
  - 성공 사례 확보로 자발적 확산 유도
- ③ 노후 및 방치 광고물 철거 및 개선 사업 지원

생활형 광고 수요 확대

### 【사업 역량 강화 및 디지털 전환 교육 실시】

- ① 사업 역량 강화를 위한 교육 지원
  - 디자인 제작 수준 업그레이드를 위한 교육 지원
  - 다양한 소재, 기기 사용 경험 제공
  - 성공사례 공유
- ② 디지털 전환 교육 실시
  - 디지털기기에 대한 설치 및 관리 기술 교육
  - 운영 솔루션, 운영서비스 교육

기존 사업자 성장 기회 제공

제작시장 활성화

23

### 추진방안 3. 지속 가능한 스타트업 육성

#### 【중소기업 지원 정책 실시】

- ① 스타트업 기업 지원
  - 창의적 매체 개발을 한 기업 중 자립과 성장이 필요한 기업 등을 일정기간 자금 지원
- ② 공공장소 매체 개발 시 중소기업 우선 배려
  - 규모가 작은 공공장소의 광고사업은 중소기업 대상으로 지정하여 입찰 실시
- ③ 특허, 분쟁 등의 법률 지원

중소 사업자의 시장 진입 지원

#### 【신사업 발굴 및 지원】

- ① 신규 사업 모델 개발 유도
  - 시범사업 채택 시 사업 우선권 부여
  - 선정된 사업자와 공동으로 사업 진행
- ② 신규 아이디어 매체 개발 공모
  - 대학생 대상 매체 개발 공모전 실시
- ③ 기존 사업자 대상 매년 우수 매체 선정 시상

옥외광고 인재양성 및 취.창업 확대

창의 인재 육성 및 업계 저변 확대

24

감사합니다