

광고물 자유표시구역 성과와 과제

2019.11.8

한국옥외광고미디어협회
이시 최병용

광고물 자유표시구역 법률적 배경

□ 옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률

제4조의4(광고물등 자유표시구역) ① 행정안전부장관은 시·도지사(특별자치시장 및 특별자치도지사를 포함한다. 이하 이 조에서 같다)의 신청을 받아 제3조제1항 각 호의 지역 등으로서 대통령령으로 정하는 지역 등을 광고물등 자유표시구역(이하 "자유표시구역"이라 한다)으로 지정할 수 있다. 이 경우 국제행사 또는 연말연시 등 특정시기에 개최되는 행사를 위하여 특성화된 환경을 조성하는 경우에는 기한을 정하여 자유표시구역을 지정할 수 있다.

② 시·도지사는 제3조제3항에도 불구하고 자유표시구역에서 광고물등의 모양·크기·색깔, 표시 또는 설치의 방법 및 기간 등에 관하여 별도의 기준을 정할 수 있다.

③ 시·도지사는 제1항에 따라 자유표시구역의 지정에 신청하려는 경우에는 다음 각 호의 사항이 포함된 자유표시구역 운영기본계획(이하 "기본계획"이라 한다)을 작성하여 행정안전부장관에게 제출하여야 한다.

1. 자유표시구역의 운영 취지
2. 자유표시구역의 위치·범위
3. 자유표시구역의 운영 기간
4. 광고물등의 모양·크기·색깔, 표시 또는 설치의 방법 및 기간 등에 관한 기준
5. 그 밖에 자유표시구역의 운영에 필요한 사항

④ 시·도지사는 제3항에 따라 기본계획을 제출하려는 경우에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 **주민, 옥외광고사업자 또는 관련 전문가 등과의 협의 및 제7조제1항에 따른 특별시·광역시·특별자치시·도·특별자치도 옥외광고심의위원회의 심의를 거쳐야 한다.** 이 경우 주민, 옥외광고사업자 또는 관련 전문가 등과의 협의 절차와 방법 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

⑤ 제3항에 따라 기본계획을 제출받은 행정안전부장관은 제7조의2에 따른 옥외광고정책위원회의 심의를 거쳐 기본계획을 확정한다.

⑥ 제5항에 따라 확정된 기본계획을 변경하려는 경우에는 제3항부터 제5항까지의 규정을 준용한다. 다만, 대통령령으로 정하는 경미한 사항을 변경하는 경우에는 제4항 및 제5항에 따른 협의 및 심의를 생략할 수 있다.

⑦ 행정안전부장관은 시·도지사의 요청이 있거나 자유표시구역이 지정 취지에 적합하게 운영되지 아니한다고 인정되는 경우에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 자유표시구역의 지정을 취소할 수 있다.

⑧ **행정안전부장관과 시·도지사는 자유표시구역의 효율적인 운영을 위하여 필요한 지원을 할 수 있다.**

⑨ 제1항부터 제8항까지에서 규정한 사항 외에 자유표시구역의 지정·운영에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

광고물 자유표시구역 법률적 배경

□ 옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 시행령

제28조의2(광고물등 자유표시구역의 지정)

① 법 제4조의4제1항에서 "대통령령으로 정하는 지역"이란 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 지역을 말한다.

1. 법 제3조제1항 각 호(제6호는 제외한다)의 지역 - 도시지역, 문화재보호구역, 산지보전지역, 자연공원, 도로, 철도, 공항, 항만, 하천 부근지역, 그밖의 지역, 장소 및 물건

2. 제21조제1항제1호부터 제4호까지의 지역 - 상업지역 및 경관지구, 지구단위계획구역, 30미터 이상의 도로변, 관령단지 및 특구

② 시·도지사는 법 제4조의4제1항에 따라 자유표시구역의 지정을 신청하는 경우 법 제4조의4제3항에 따른 자유표시구역 운영기본계획(이하 "기본계획"이라 한다)을 행정안전부장관에게 제출하기 전에 **공청회를 개최하여 주민, 옥외광고사업자 및 관련 전문가 등과 협의하여야 한다.**

③ 행정안전부장관은 법 제4조의4제1항에 따라 자유표시구역을 지정하였을 때에는 관보 또는 행정안전부 인터넷 홈페이지 등에 다음 각 호의 사항을 게재하여야 하며, 관할 시·도지사 및 시장등에게 지체 없이 이를 통지하여야 한다.

1. 지정된 자유표시구역의 명칭, 위치 및 면적

2. 자유표시구역의 지정 사유

3. 자유표시구역 지정일

④ 시·도지사 및 시장등은 제3항에 따른 통지를 받으면 해당 기관의 인터넷 홈페이지 등에 제3항 각 호의 사항을 14일 이상 게재하여야 한다.

□ 서울특별시 옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 조례

제23조(심의위원회의 심의사항 등)

② 법 제7조제1항제3호 및 영 제33조에 따라 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 광고물등은 표시 또는 설치와 관련하여 시 또는 구 심의위원회의 심의를 거쳐야 한다.

1. 시 심의위원회의 심의 대상

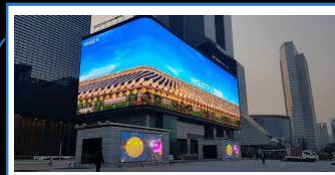
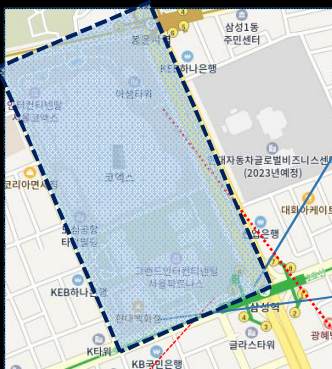
가. 최초로 표시하는 높이 180센티미터를 넘는 옥상간판(규격·위치·장소 변경을 포함한다)

나. 최초로 표시하는 표시면적 30제곱미터 이상인 벽면 이용 간판·네온류·전광류 또는 디지털광고물(규격·위치·장소 변경, 사용 지재변경을 포함한다)

다. 둘 이상의 자치구에 걸쳐 설치되는 공공시설물에 최초로 표시하는 공공시설물 이용 광고물

라. 법 제3조의2 및 제4조의4에 따른 **자유표시구역의 기본계획에 따라 표시·설치하는 광고물등의 허가·신고에 관한 사항**

광고물 자유표시구역 현황



SM타워 전광판
사업자 : CJP



현대백화점 전광판
사업자 : CJP

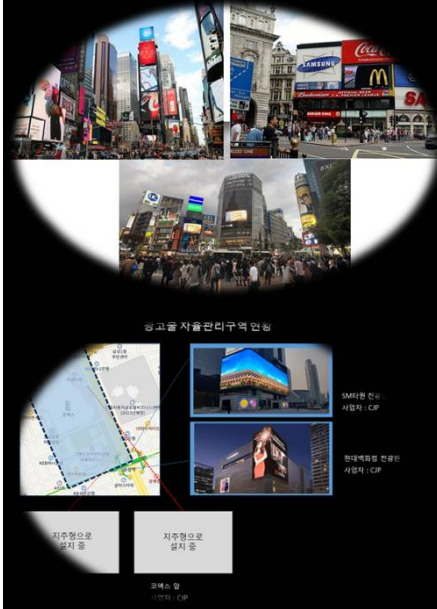
지주형으로
설치 중

파르나호텔 앞
사업자 : 중앙일보

지주형으로
설치 중

영동대로변(봉은사쪽)
사업자 : 중앙일보

광고물 자유표시구역 현황



제1조(목적) 이 법은 옥외광고물의 표시·설치 등에 관한 사항과 옥외광고물의 질적 향상을 위한 기반 조성에 필요한 사항을 정함으로써 안전하고 쾌적한 생활환경을 조성하고 옥외광고산업의 경쟁력을 높이는 데 이바지함을 목적으로 한다.

제4조의4(광고물등 자유표시구역)
 ④ 시·도지사는 제3항에 따라 기본계획을 제출하려는 경우에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 **주민·옥외광고사업자 또는 관련 전문가 등과의 협의** 및 제7조제1항에 따른 특별시·광역시·특별자치시·도·특별자치도 **옥외광고심의위원회의 심의**를 거쳐야 한다. 이 경우 주민·옥외광고사업자 또는 관련 전문가 등과의 협의 절차와 방법 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
 ⑤ 제3항에 따라 기본계획을 제출받은 행정안전부장관은 제7조의2에 따른 옥외광고정책위원회의 심의를 거쳐 기본계획을 확정한다.

○ 현황

- 세계적인 옥외광고 자유표시구역은 자생적으로 발생하여 여러 종류의 광고물이 표시되어 있으나,
- 정부 주도로 현재 추진하고 있는 무역센터 주변의 옥외광고 자유표시구역은 입안 및 제안(설계 등)에서까지 대형 옥외광고물을 표시토록 함으로써 다양한 광고매체의 표시는 원천적으로 불가하도록 하였고,
- 광고물의 자유표시구역에 대한 기본적인 역할을 하지 못하고 영세한 옥외광고사업자의 영업범위를 침탈하여 대기업(계열사 등) 또는 언론사 등에 광고사업을 할 수 있도록 만들어 주었음.

광고물 자유표시구역 문제점

주요매체 대기업, 언론사 보유 현황			
매체사	발주처	보유매체	연간 매출액
KT	서울시(시설공단)	가로변월터	90억
CJP	지방배정공제회	2권역 야탑	약 200억
CJP	지방배정공제회	3.4권역 야탑	약 180억
CJP	주)디블유티씨서울	SM타워전광판	약 100억
CJP	주)디블유티씨서울	현대백화점 전광판	약 60억
한국경제	서울시(버스조합)	서울버스외부 광고	480억
한국경제	서울시(시설공단)	잠실야구장	170억
동양일보	인천공항공사	인천공항 광고매체	440억
중앙일보	주)디블유티씨서울	파르나호텔 전광판	미설치
중앙일보	주)디블유티씨서울	코엑스앞 전광판	설치중(19.11)
소계			1,720억

○ 문제점

- 안전하고 쾌적한 생활환경을 조성하고 옥외광고산업의 경쟁력을 높이는 데 이바지함을 목적으로 하는 옥외광고물등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률에 반하여, 대형광고물을 설치하여 빛공해방지법에 저촉은 물론 민원의 폭주 등 자유표시구역 역할에 위배되고 있음
- 현재 자유표시구역의 옥외광고물은 투자비가 50~100억에 이르는 대형광고물 중심으로 개발하고 있음(SM타워 100억, 현대백화점 50억) 위와 같은 대형광고물은 대기업(계열사 등) 언론사 등이 참여할 수 있도록 하였음
- 대형광고물 설치를 위한 과도한 투자비는 옥외광고시장에서 기존 사업을 영위하던 옥외광고사업자를 철저히 배제하는 결과를 초래함
- 대기업, 언론사는 자유구역표시의 대형광고물의 뛰어난 경쟁력을 바탕으로 그들이 보유한 기타매체와 패키징 하여 판매함으로써 지하철등 기존 옥외광고사업자의 매체판매에 막대한 피해를 주고 있음

광고물 자유구역 전광판 현황			
매체사	매체명	사이즈(광고화면 기준)	투자비
CJP	SM 타워	1,620㎡ (가로 81m, 세로 20m)	약 80~100억
CJP	현대백화점	1,350㎡ (가로 37.4m, 세로 36.1m)	약 40억
중앙일보	파르나호텔	253.5㎡ (가로 11.9m, 높이 21.3m)	공정회(미허가)
중앙일보	코엑스앞(영동대로)	220㎡ (가로 37.4m, 높이 20m)	약 25억

광고물 자유표시구역 관련 건의

○ 옥외광고 자유표시구역 확대 불가

- 현제 추진중인 자유표시구역에 대하여 중소기업이 참여할 수 있도록 제도적 보완과 시행에 따른 문제점을 제거하고, 도입의 취지에 맞는 정책을 보완 하여야 할 따라서 **새로운 지역에 자유표시구역을 만들어 확대하고자 하는 것은 반대함.**
- 특히, 현재 추진중인 자유표시구역이 안정적인 제도권으로 진입하기에는 상당한 기간이 필요하다고 생각됨으로 제2의 자유표시구역 등으로 확대 하는 방안에 대하여는 시기상조라고 생각함.

○ 중소기업 참여를 위한 컨소시엄 도입

- 자유표시구역내 옥외광고물에 대한 사업자 선정을 위한 입찰공고의 자격기준에 **주사업자가 될 수 있는 대형 업체는 (대기업, 언론사 등) 매체별 참여 비율을 50% 이내로 제한** (대기업 등 50%, 중견기업 30%, 중소기업 20%)
- 기존의 중소기업인 옥외광고사업체는 5~10개사가 주사업자(대기업)와 컨소시엄을 구성하여 입찰에 참여할 수 있도록 보완하여야 하며, 컨소시엄으로 입찰에 참여한 중소기업이 대기업의 계열사(자회사, 손회사)에 포함될 경우 사업권의 박탈과 과징금을 부과하는 제도를 도입

○ 중소기업 참여용 중소 옥외광고매체 개발

- 현재 자유표시구역에 대형매체의 개발에 편중하여 결과적으로 영세한 중소기업이 참여할 수 없도록 하고 있으나,
- 대형 매체와 공존할 수 있는 중소형 지주이용간판·벽면이용간판 등의 매체를 개발하여 **중소기업만 참여할 수 있도록 보완하고,**
- 매체를 개발한 중소기업인 옥외광고업체에는 입찰 자격조건을 완화하여 낙찰 받을 수 있도록 제도개선 등 혜택부여 하여야 함**

○ 적절한 예정가격 및 사업자금 일부 지원

- 자유표시구역은 특별성 혜택이 부여된 지역임을 감안하여 옥외광고사업이 활성화 될 수 있도록 당해 지역의 건물 및 토지의 임대료 등 수수료를 대폭 완화해서 예정가격을 적절한 범위 내에서 경하도록 하고,
- 낙찰받은 중소기업에 사업주관사인 WTC서울에서 사업자금 일부를 낮은 금리로 지원토록 제도화 요청(법률 4조의 4 ⑥ 참조 및 별첨 참조)

○ 입찰방법의 개선 등

- 「국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률」에 따라 세입의 원인이 되는 경쟁입찰에서 대부분 최고가 입찰을 하고 있으나,
- 자유표시구역은 국가 및 지방자치단체에서 대상지역을 선정하여 옥외광고물의 표시를 자유롭게 표시할 수 있도록 제도상 완화된 지역임으로
- 영세한 중소기업이 참여할 수 있도록 입찰방법도 최고가 입찰을 지양하고 적정가, 제한입찰 등을 실시하여 중소기업에 가점을 부여토록 개선**

별첨(법률)

제5조의2(국가와 시·도의 지원 및 시·군·자치구 등의 책무)

① 국가와 지방자치단체는 광고물등의 집적 향상과 옥외광고산업의 진흥을 도모하기 위하여 필요한 예산을 확보하고 관련 정책을 수립·추진하여야 한다.

② 행정안전부장관은 관계 중앙행정기관의 장 및 시·도지사(특별자치시장 및 특별자치도지사를 포함한다)와 협의하여 다음 각 호의 사항이 포함된 광고물 및 관련 산업의 발전을 위한 종합계획을 수립·시행하여야 한다.

1. 광고물 및 관련 산업 발전의 기본방향과 추진체계에 관한 사항
2. 지방자치단체의 광고물등에 대한 자율적 정비체제 구축에 관한 사항
3. 광고주 및 옥외광고사업자 등에 의한 협력적 자율규제 기반 조성에 관한 사항
4. 주민참여와 민간단체활동의 활성화를 위한 제도 및 그 기반 조성에 관한 사항
5. 옥외광고산업의 시설과 기술능력 향상을 위한 지원 및 교육에 관한 사항
6. 필요한 예산의 확보, 법령 및 제도 개선에 관한 사항
7. 우수 광고물 **모범 옥외광고사업자 및 제11조의3에 따른 옥외광고 사업자단체 등에 대한 지원 등 옥외광고산업의 발전을 위하여 필요한 사항**

③ 시·도지사는 제2항의 종합계획에 따라 시·군·자치구의 광고물등의 전반적인 수준 향상과 특색 있는 발전을 종합적으로 지원하기 위하여 시장 등(특별자치시장 및 특별자치도지사는 제외한다. 이하 이 항에서 같다)과의 협의 및 제7조제1항에 따른 특별시·광역시·도(이하 "시·도"라 한다) 옥외광고심의위원회의 심의를 거쳐 시·도 단위의 지원계획을 수립·시행한다. 이 경우 시·도지사는 시장등에게 지원계획의 효율적 추진과 종합적 조정을 위하여 지도·조언 및 권고를 하거나 기준을 제시할 수 있다.

- 중략 -

제6조의2(옥외광고발전기금의 설치)

① 시·도지사 및 시장등은 광고물등의 정비와 **옥외광고산업의 진흥을 위하여 옥외광고발전기금**(이하 "기금"이라 한다)을 설치·운영한다.

② 기금은 다음 각 호의 재원으로 마련한다.

1. 제6조제4항에 따른 옥외광고사업 수익금 중 시·도(특별자치시 및 특별자치도를 포함한다. 이하 이 조에서 같다) 또는 시·군·자치구에 배분되는 수익금
2. 제17조에 따른 수수료
3. 제20조에 따른 과태료
4. 제10조의3에 따른 이행강제금
5. 일반회계 또는 다른 기금으로부터의 전입금
6. 국가 또는 시·도로부터의 보조금

③ 기금은 다음 각 호의 용도로 사용한다.

1. 옥외광고산업의 진흥

1. 광고물등의 정비·개선
2. 옥외광고사업자 등에 대한 교육 및 지원
3. 광고물등의 안전관리에 관한 사항
4. 그 밖에 제1호부터 제4호까지의 사업과 관련하여 시·도 또는 시·군·자치구 조례로 용도를 정하여 지방자치단체가 추진하는 사업

④ 기금의 운용 및 관리에 필요한 사항은 시·도 또는 시·군·자치구 조례로 정한다.