

서울특별시 옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업
진흥에 관한 조례

검 토 보 고 서

의 안 번 호	679
------------	-----

2019년 6월 18일
도시계획관리위원회
수 석 전 문 위 원

1. 제안경위

- 2019. 5. 24. 김재형 의원 발의 (2019. 5. 30. 회부)

2. 제안이유

- 불법 현수막을 예방하고, 홍보수단이 취약한 지역의 소상공인 및 전통시장에 홍보기회를 제공하는 전자게시대의 설치 대상 지역에 다중 통행 장소인 지하철역 광장을 추가하고, 전통시장 주변에는 사유지뿐 아니라 국·공유지 등에도 설치할 수 있도록 개선하고자 함.

3. 주요내용

- 전자게시대의 설치 대상지역에 지하철역 광장 추가
(안 제9조제3항제1호가목)
- 전자게시대 설치 대상지역 중 전통시장 주변 100미터 이하의 지역
에서 (단, 주거지역·녹지지역은 사유지에 한한다)를 삭제
→ 국·공유지까지 확대(안 제9조제3항제1호나목)

4. 참고사항

가. 관계법령 : 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률」 및 같은 법 시행령

나. 예산조치 : 비용추계서 미첨부사유서 참조

다. 기 타 : 신·구조문 대비표

5. 검토의견

- 이 개정조례안은 전자게시대 설치 지역을 확대하려는 것으로 2019년 5월 24일 김재형 의원이 발의하여 같은 해 5월 30일 우리위원회에 회부된 사안임.
- 전자게시대의 설치지역은, 옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률 시행령(이하, 시행령)에서¹⁾ 상업지역·공업지역 및 관광특구 등 외에도 조례로 정할 수 있도록 하였고, 이 조례에서 철도역·공항·버스터미널 등 다중이 이용하는 광장과

1) 제16조(지주 이용 간판의 표시방법)

⑤ 제1항 및 제2항에도 불구하고 시장등은 국가, 지방자치단체 또는 제29조제2항 각 호의 법인(이하 "국가등"이라 한다)이 공공의 목적을 위하여 광고를 표시하도록 하거나 관할구역 안에 있는 소상공인·전통시장 등을 홍보하기 위한 광고를 표시할 필요가 있는 경우에는 디지털광고물인 지주 이용 간판(이하 "전자게시대"라 한다)을 다음 각 호의 기준에 따라 설치·운영할 수 있다. <신설 2016. 7. 6.>

1. 전자게시대는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 지역에 설치할 수 있다.

가. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 상업지역·공업지역

나. 「관광진흥법」에 따른 관광지·관광단지·관광특구

다. 그 밖에 시·도 조례로 정하는 지역

2. 전자게시대의 표시방법은 제14조를 따른다.

3. 교통신호기와 가까운 거리에 있는 전자게시대의 경우로서 교통신호 기와 혼동이 되지 아니하도록 관할 경찰서장과 협의하여 설치하는 경우에는 제14조제3항제4호의 기준을 지방자치단체의 조례로 정하는 바에 따라 완화하여 적용할 수 있다.

4. 전자게시대 간 수평거리는 100미터 이상으로서 시·도 조례로 정하는 거리 이상 이어야 한다.

5. 광고내용의 표시면적은 12제곱미터 이내이어야 한다.

전통시장 주변 등에 전자게시대를 설치할 수 있도록 한 가운데, 이 개정조례안은 지하철역 광장과, 전통시장(붙임1) 경계선으로부터 100m 이내 주거지역·녹지지역의 국공유지에도 전자게시대를 설치할 수 있도록 하려는 것임.

- 이 조례에서 다중이용 광장과 전통시장 주변에 전자게시대 설치를 허용한 것은 홍보수단이 취약한 소상공인 및 전통시장에 홍보기회를 제공하기 위한 취지로 이해되고, 또 한편으로는, 전자게시대가 현수막을 대체할 수 있는 광고물로서 현수막 감소와 불법 현수막 방지 등의 효과가 기대되는 측면도 있다 하겠음.
- 이러한 입법 취지에 비추어볼 때, 소상공인의 홍보는 사람들이 빈번히 이용하는 지하철역 광장에서 그 효과가 클 것이고, 전통시장의 경우, 전자게시대는 공공시설물로서 구청장이 설치·운영(직영 또는 민간위탁)하는 사항임에도, 주거지역에는 사유지에만 전자게시대를 설치토록 한 것은 다소 모순된다 할 수 있으므로, 이 개정조례안은 소상공인 및 전통시장의 홍보효과를 높이고 규정의 다소 모순된 점을 치유하는 측면에서 타당하다고 판단됨.
- 다만, 이 개정조례안에서 제시한 전자게시대 추가 설치지역은, '17년 2월 서울특별시장의 제출한 이 조례 일부개정조례안(의안번호 1612)에 포함되어 있었으나, 우리위원회에서 전자게시대의 난립과 도시미관 저해 등을 우려하여 제외한 지역으로서, 이러한 우려 사항을 불식 또는 축소할 수 있는 방안이 숙고되어야 할 것임.

시장 제출안 (의안번호 1612 '17.2. 제출)	위원회 수정안('17.6.) (현 행)	개 정 안 (의안번호 679 '19.5. 발의)
<p>제9조(지주 이용 간판의 표시방법)</p> <p>③ 영 제16조제5항에 따른 전자게시대는 다음 각 호의 기준에 따라 설치·관리하여야 한다.</p> <p>1. 영 제16조제5항제1호 다목에 따른 전자게시대를 설치할 수 있는 지역은 다음 각 목과 같다.</p> <p>가. 철도역·지하철역·공항·항만·버스터미널 및 트럭터미널의 광장</p> <p>나. 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 따른 전통시장 경계선으로부터 100미터 이하의 지역</p> <p>다. (생략)</p>	<p>제9조(지주 이용 간판의 표시방법)</p> <p>③ -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>1. -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>가. 철도역·공항.-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>나. -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>----- 지역 (단, 주거지역 및 녹지지역은 사유지에 한한다)</p> <p>다. (제출안과 같음)</p>	<p>제9조(지주 이용 간판의 표시방법)</p> <p>③ -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>1. -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>가. 철도역·지하철역·공항.-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>나. -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>----- 지역</p> <p>다. (현행과 같음)</p>

○ 좀 더 살펴보면, 뉴욕이나 시카고 등 세계의 주요 도시가 도시경관 및 빗공해 측면에서 디지털광고물을 축소하고 있고, 전자게시대의 무분별한 설치와 이로 인한 도시미관 저해, 그리고,

시각적 자극으로 인한 운전자 등 시민안전문제와 빛공해 피해 등을 고려하면 전자게시대의 설치지역은 꼭 필요한 지역에 국한될 필요가 있으므로, 우리위원회에서 이를 감안하여 당시 개정 조례안을 심사하였다고 사료됨.

- 전자게시대는 설치간격(200m 이상)과 표시규격(12m² 이내), 표시내용(공공목적 광고, 소상공인·전통시장 등 홍보), 표시방법(전기 사용 광고물 표시방법 적용) 등이 시행령 및 이 조례에 규정되어 있고(붙임2), 구 옥외광고심의위원회의 심의도 받게 되므로 전자게시대의 무분별한 설치 등은 어느 정도 방지할 수 있을 것으로 판단되나,

옥외광고물의 총량적 관점에서, 자칫 현수막 수는 감소하지 않은 채 전자게시대만 증가되어, 당초 전자게시대에 기대되었던 현수막의 대체 효과가 무색케 되고 옥외광고물만 증가하는 역효과가 발생할 수도 있으므로, 전자게시대의 현수막 대체 효과가 정량적으로 분석될 필요가 있다고 사료되며,

이 조례를 개정하면, 주거지역에 위치한 지하철역 광장과 전통시장 주변에 전자게시대가 설치되어 빛공해 문제가 발생할 수 있으므로 이에 대한 대책도 고민될 필요가 있다 하겠음.

담당자	도시계획관리위원회 입법조사관 최정희
연락처	02-2180-8206
이메일	rienrien@seoul.go.kr

신 · 구조문대비표

현 행	개 정 안
<p>제9조(지주 이용 간판의 표시방법)</p> <p>① ~ ② (생략)</p> <p>③ 영 제16조제5항에 따른 전자게시대 는 다음 각 호의 기준에 따라 설치· 관리하여야 한다.</p> <p>1. 영 제16조제5항제1호다목에 따른 전자게시대를 설치할 수 있는 지역 은 다음 각 목과 같다.</p> <p>가. <u>철도역·공항·항만·버스터미널</u> 및 <u>트럭터미널의 광장</u></p> <p>나. 「<u>전통시장 및 상점가 육성을</u> <u>위한 특별법</u>」에 따른 전통시장 경계선으로부터 100미터 <u>이하의</u> <u>지역(단, 주거지역 및 녹지지역</u> <u>은 사유지에 한한다)</u></p> <p>다. (생략)</p> <p>2. ~ 4. (생략)</p>	<p>제9조(지주 이용 간판의 표시방법)</p> <p>① ~ ② (현행과 같음)</p> <p>③ ----- ----- -----</p> <p>1. ----- ----- -----</p> <p>가. <u>철도역·지하철역·</u> ----- -----</p> <p>나. ----- ----- ----- <u>이하의 지</u> <u>역</u></p> <p>다. (현행과 같음)</p> <p>2. ~ 4. (현행과 같음)</p>

[붙임1] 전통시장 관련 법령

전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. "전통시장"이란 자연발생적으로 또는 사회적·경제적 필요에 의하여 조성되고, 상품이나 용역의 거래가 상호신뢰에 기초하여 주로 전통적 방식으로 이루어지는 장소로서 다음 각 목의 요건을 모두 충족한다고 특별자치시장·특별자치도지사·시장·군수·구청장(구청장은 자치구의 구청장을 말한다. 이하 "시장·군수·구청장"이라 한다)이 인정하는 곳을 말한다.
 - 가. 해당 구역 및 건물에 대통령령으로 정하는 수 이상의 점포가 밀집한 곳일 것
 - 나. 「유통산업발전법 시행령」 제2조에 따른 용역제공장소의 범위에 해당하는 점포수가 전체 점포수의 2분의 1 미만일 것
 - 다. 그 밖에 대통령령으로 정하는 기준에 맞을 것

전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 시행령

제2조(전통시장의 기준) ① 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」(이하 "법"이라 한다) 제2조제1호가목에서 "대통령령으로 정하는 수"란 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포 50개를 말한다.

② 법 제2조제1호다목에서 "대통령령으로 정하는 기준"이란 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 곳을 말한다.

1. 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포에 제공되는 건축물과 편의시설(주차장·화장실 및 물류시설 등을 포함하며, 도로를 제외한다. 이하 같다)이 점유하는 토지면적의 합계가 1천 제곱미터 이상인 곳
2. 상가건물 또는 복합형 상가건물 형태의 시장인 경우에는 판매·영업시설과 편의시설을 합한 건축물의 연면적이 1천 제곱미터 이상인 곳

[붙임2] 전자게시대 관련 법규

옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률 시행령

제16조(지주 이용 간판의 표시방법)

⑤ 제1항 및 제2항에도 불구하고 시장등은 국가, 지방자치단체 또는 제29조제2항 각 호의 법인(이하 "국가등"이라 한다)이 공공의 목적을 위하여 광고를 표시하도록 하거나 관할구역 안에 있는 소상공인·전통시장 등을 홍보하기 위한 광고를 표시할 필요가 있는 경우에는 디지털광고물인 지주 이용 간판(이하 "전자게시대"라 한다)을 다음 각 호의 기준에 따라 설치·운영할 수 있다.

1. 전자게시대는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 지역에 설치할 수 있다.

가. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 상업지역·공업지역

나. 「관광진흥법」에 따른 관광지·관광단지·관광특구

다. 그 밖에 시·도 조례로 정하는 지역

2. 전자게시대의 표시방법은 제14조를 따른다.

3. 교통신호기와 가까운 거리에 있는 전자게시대의 경우로서 교통신호 기와 혼동이 되지 아니하도록 관할 경찰서장과 협의하여 설치하는 경우에는 제14조제3항제4호의 기준을 지방자치단체의 조례로 정하는 바에 따라 완화하여 적용할 수 있다.

4. 전자게시대 간 수평거리는 100미터 이상으로서 시·도 조례로 정하는 거리 이상 이어야 한다.

5. 광고내용의 표시면적은 12제곱미터 이내이어야 한다.

제14조(전기를 사용하는 광고물등의 표시방법) ① 전기를 사용하는 광고물등은 다음 각 호의 기준에 따라 표시하여야 한다.

1. 전기 자재는 「전기용품 및 생활용품 안전관리법」에 따른 안전인증을 받은 것을 사용하여야 한다.

2. 전기배선은 외부에 노출되지 아니하여야 하며, 전선을 연결하는 부분은 겉을 감싸야 한다.

3. 전기공사의 설계와 시공은 「전기공사업법」에 맞게 하여야 한다.

② 광고물등에 백열등·형광등을 사용하여 표시하는 경우에는 백열등·형광등이 간판의 외부에 직접 노출되지 않도록 하여야 한다.

③ 광고물등에 네온류를 사용하는 경우에는 다음 각 호의 기준에 따라 표시하여야 한다.

1. 제24조제2항 각 호의 광고물등을 표시하는 경우에도 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 전용주거지역·일반주거지역(너비 15미터 이상의 도로변은 제외한다) 또는 상업지역이 아닌 지역에서 지정된 중요시설물보호지구·교육환경 보호를 위한 특정용도제한지구(이하 "중요시설물보호지구등"으로 한다)에서는 사용할 수 없다. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우는 예외로 한다.

가. 의료기관 또는 약국에 표시하는 경우

나. 광원이 직접 노출되지 않도록 덮개를 씌워 표시하는 경우로서 빛이 점멸하지 아니하고 동영상 변화가 없는 경우

2. 시·도지사가 주거환경 등의 보장을 위하여 제1호 각 목 외의 부분 본문에 따른 지역·지구와 이웃한 지역 중 시·도 조례로 정하는 바에 따라 시·도 심의위원회의 심의를 거쳐 고시한 지역에서는 네온류를 사용할 수 없다.

3. 빛이 점멸하거나 동영상 변화가 있는 광고물을 도로와 잇닿은 장소에 차량의 진행방향 정면으로 표시하는 경우에는 그 광고물의 아랫부분까지의 높이는 지면으로부터 10미터 이상이어야 한다.

4. 교통신호기로부터 보이는 직선거리 30미터 이내의 지역에는 빛이 점멸하거나 신호등과 같은 색깔을 나타내는 광고물을 표시해서는 아니 된다. 다만, 지면으로부터의 15미터 이상 높이에 표시하는 경우에는 그러하지 아니하다.

5. 빛의 밝기 및 색깔에 관하여 시·도 조례로 정하는 바에 따라야 한다.

④ 광고물등에 전광류를 사용하거나 디지털광고물인 경우에는 다음 각 호의 기준에 따라 표시하여야 한다.

1. 제3항 각 호의 표시기준을 준용하여 표시하여야 한다.

2. 광고내용을 표시하는 면적이 30제곱미터 이상으로서 타사광고를 표시하는 광고물등은 국가 또는 지방자치단체가 의뢰하는 공공목적의 광고내용을 시간당 표출비율의 100분의 20의 범위에서 시·도 조례로 정하는 비율 이상 표출하여야 한다. 이 경우 국가와 지방자치단체가 의뢰하는 광고내용의 표출비율은 같아야 한다.

3. 제2호에 따라 국가가 의뢰하는 공공목적 광고의 구체적인 표출방법에 관하여 문화체육관광부장관이 정하는 바에 따라야 한다.

4. 제2호에 따라 지방자치단체가 의뢰하는 공공목적 광고의 구체적인 표출방법에 관하여 시·도지사가 시장등의 의견을 수렴하여 정하는 바에 따라야 한다.

5. 제2호에 따라 공공목적의 광고내용을 의뢰하는 국가 또는 지방자치단체는 광고내용의 표출 및 관리에 직접 소요되는 비용을 옥외광고사업자에게 지급하여야 한다.

⑤ 시·도지사는 관계 법령에 따라 전기의 공급 또는 사용이 제한되는 광고물에 대해서는 그 표시를 금지하거나 제한할 수 있다.

서울특별시 옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 조례

제9조(지주 이용 간판의 표시방법)

③ 영 제16조제5항에 따른 전자계시대는 다음 각 호의 기준에 따라 설치·관리하여야 한다.

1. 영 제16조제5항제1호다목에 따른 전자계시대를 설치할 수 있는 지역은 다음 각 목과 같다.

가. 철도역·공항·항만·버스터미널 및 트럭터미널의 광장

나. 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 따른 전통시장 경계선으로부터 100미터 이하의 지역(단, 주거지역 및 녹지지역은 사유지에 한한다)

다. 그 밖에 시장이 특히 필요하다고 인정하여 시 심의위원회의 심의를 거쳐 정한 지역

2. 영 제16조제5항제4호에 따른 전자계시대 간 수평거리는 200미터 이상을 유지하여야 한다. 다만, 시장이 특히 필요하다고 인정하는 경우에는 시 심의위원회의 심의를 거쳐 100미터 이상의 범위에서 별도로 정할 수 있다.

3. 점멸 또는 동영상의 방법으로 표시하여서는 아니 되며, 정지화면으로 표시하여야 한다.

4. 그 밖에 지역적인 여건을 고려한 세부적인 관리기준은 구 조례로 정한다.

제23조(심의위원회의 심의사항 등)

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

1. 시 심의위원회의 심의 대상

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

2. 구 심의위원회의 심의 대상(표시기간 연장 및 제1호에 해당하는 것은 제외한다)

다. 네온류·전광류를 사용하거나 디지털광고물

[붙임3] 전자게시대 설치 현황 (자료: 도시빛정책과)

자치구	설치 위치	설치 비용 (백만원)	크기가로×세로×지주높이(m)	운영 방법	연간 운영비용 (백만원)	운영비용 부담주체	주요 광고 내용	운영성과 (15~18년)
광진	간대입구역 (자양동 227-337)	92	6.2×1.64×5	민간 위탁	25	민간위탁사 (휴안)	상업광고 공익광고	수익 : 621백만원 광고건수 : 622건 ※ '16.10.업체변경
	강변역 (구의동 546-3)	92	6.2×1.64×5		25			
	군자역 (천호대로 553앞)	92	6.2×1.64×6.6		25			
동대문	신설동 92-34	102	6.3×1.5×7.5	민간 위탁	96	민간위탁사 (SK에이앤씨(주))	상업광고 공익광고	수익 : 23백만원 광고건수 : 662건 ※18.5 운영
	용두동 47-1	102	6.3×1.5×7.5					
	장안동 469-10	102	6.3×1.5×7.5					
	답십리동 540	102	6.3×1.5×7.5					
도봉	방화사거리 (방학동 709)	215	4.80×2.56×10	직접 운영	6	도봉구 홍보전산과	공익광고	광고건수 : 390건
	도봉구청사 (방학동 720)	140	8.4×1.5×6		-		공익광고	광고건수 : 38건
노원	하계역 (섭발로 232)	170	6.0×2.0×12	민간 위탁	15	민간위탁사 ((주)쉴리얼이다)	상업광고 공익광고	수익 : 29백만원 광고건수 : 534건
구로	구로동 760-7	58	2.9×0.7×6.1	위탁 (상인회)	0.3 (전기요금)	구로구 지역경제과	전통시장 홍보	-
			0.4*2.0×5.5					
	구로동 1125-12	78	7×0.6×5.1	직접 운영	3	구로구 위생과	구청홍보	-
			7×0.6×5.1(2면)					
서초	교대역 (서초동 1672-3)	88	4.48×2.56×6	민간 위탁	499	민간위탁사 ((주)인풍)	상업광고 공익광고	수익:1,627백만원 광고건수 : 5,882건 ※ '18.6.까지 운영실적임 ('19.1.교체설치)
	강남역 (서초동 1319-3)	88	4.48×2.56×6					
	양재역 (서초동 1366-9)	88	4.48×2.56×6					
	이수역 (방배동 2298)	88	4.48×2.56×6					
	고속터미널사거리 (반포동 128-4)	88	4.48×2.56×6					
	양재동트럭터미널 (양재동 226-4)	88	4.48×2.56×6					
	신사역 (잠원동 87-1)	88	4.48×2.56×6					

