

서울특별시 옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 조례

검 토 보 고

의 안 번 호	2186
------------	------

2021년 3월 2일
도시계획관리위원회
수 석 전 문 위 원

1. 제안경위

- 2021. 2. 5. 김달호 의원 대표 발의 (2021. 2. 9. 회부)

2. 제안이유

- 무분별하게 게시되고 배포되는 불법광고물은 도시미관을 저해하고, 시민들의 보행안전에도 심각한 위협이 되고 있으며, 청소년과 시민에게 부정적인 영향을 미칠 수 있음.
- 이에, 서울시와 자치구는 불법 유동광고물 수거보상제, 시구 합동 정비반 등을 운영하며 지속적인 단속을 시행하고 있지만, 오히려 불법광고물은 증가(25만 5천건(2019) → 31만 2천건(2020))하고 있는 상황임.
- 따라서 매년 정기적인 시·구 합동점검과 광고물 실명제, 불법광고물 등에 관한 실태조사를 실시해 불법광고물 등을 체계적으로 관리하고 정비할 수 있는 방안을 마련하고자 함.

3. 주요내용

- 시장·구청장의 불법광고물 정비와 정기적 불법광고물 합동점검 근

거에 관한 사항을 규정함(안 제28조제2항)

○ 광고물등의 효율적 관리를 위해 실태조사를 규정함(안 제28조제3항)

4. 검토의견

○ 이 개정조례안은 불법광고물 저감을 위해 불법광고물 시·구 합동점검 시행과, 광고물실명제¹⁾·불법광고물 실태조사 실시를 규정하려는 것임.

○ 옥외광고물은 벽면이용간판·옥상간판 등의 고정광고물과 전단지·벽보·현수막·입간판 등의 유동광고물로 편의상 구분되고²⁾, 일정 규모 이상의 고정광고물³⁾ 또는 대부분의 유동광고물은 허가 또는 신고 대상인 가운데(붙임²⁾,

서울시의 전체 광고물 현황과 불법광고물 현황은 파악되지 못한 실정에서 집행부는 고정광고물의 80% 내외, 유동광고물의 대부분을⁴⁾ 불법광고물로 추정하고 있음⁵⁾).

1) 실제 광고물에 인증마크를 부착하고 모바일·전자적 방식으로 인식하게 함으로써 현장에서 광고물의 허가·신고사항 등을 확인할 수 있도록 함

2) 옥외광고물은 총 17종으로 분류되나(옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률 시행령 제3조), 편의상 고정·유동으로 구분

3) 벽면이용간판의 경우, 면적 5㎡이 허가·신고대상임

4) 일부 현수막을 제외하고는 대부분의 유동광고물을 불법광고물로 추정

5) '09년 행정안전부의 고정광고물 전국 전수조사 결과, 서울시의 불법광고물은 전체 고정광고물의 67%로 나타났고(적법광고물 435,105개, 불법광고물 874,259개), '12년 서울시 일부 자치구의 고정광고물 전수조사 결과, 불법광고물 비중은 65~86%로 나타남

※ '12년 자치구 고정광고물 전수조사 현황 (자료: 도시빛정책과)

구별	총계	적법광고물 현황('12)			불법광고물 현황('12)		
		허가	신고	허가·신고배제	요건구비	요건불비	비율(%)
중구	52,551	1,164	1,172	8,455	9,182	32,548	79.4
광진	53,351	666	951	8,901	6,157	36,676	80.2
노원	53,211	1,737	743	5,215	8,768	36,748	85.5
양천	46,071	1,350	685	14,018	4,826	25,192	65.1

- 불법광고물은 허가·신고대상임에도 허가를 받지 않거나 신고를 하지 않은 광고물, 위치·표시방법·수량·규격 등을 위반한 광고물로서, 서울시는 기동정비반 운영⁶⁾, 수거보상제 실시⁷⁾, 자치구 자체정비 등을 통해 매년 불법광고물을 정비하고 있으나, 광고물 및 불법광고물 전수조사가 이루어지지 않아, 전체 광고물에서 불법광고물의 비중 그리고 매년 시행되는 불법광고물의 정비 효과 등도 파악되지 못하고 있음.

※ **불법광고물 정비방법 및 현황** (자료: 도시및정책과)

(단위: 건)

연 도	총계 [A+B+C+D]	기동정비반 (시·구합동) [A]	수거보상제 (자치구보조사업) [B]	자치구 자체정비	
				유동광고물 [C]	고정광고물 [D]
계	121,275,115	23,543	86,143,914	35,084,287	23,371
2020년	40,038,867	7,432	26,241,186	13,785,814	4,435
2019년	39,970,412	9,628	32,342,558	7,609,880	8,346
2018년	41,265,836	6,483	27,560,170	13,688,593	10,590

[A] : 현수막 , [B] : 현수막, 벽보, 전단지, [C] : 현수막, 벽보, 전단지, 에어라이트, 입간판, [D] : 간판류(돌출, 옥상, 벽면, 지주)

- 따라서, 불법광고물 실태조사와 시·구 합동점검을 규정하려는 이 개정조례안은, 불법광고물 정비를 보다 체계화하려는 취지로 이해되며, 불법광고물 저감을 위해서 타당하다고 판단됨.

- 다만, 불법광고물 정비의 실효성을 높이고 그 효과를 평가하기 위

6) 공공용·상업용 불법 현수막 정비를 위한 일종의 용역사업으로('21년 시비 4억 5천만원 편성), 자치구·용역원으로 팀을 구성하여 총 3개팀이 연중 점검

7) 불법 현수막·벽보·전단지 정비를 위한 시구 매칭사업으로(시:구=6:4, '21년 시비 7억6천만원 편성) 자치구별 수거보상원을 선정하여(총 750명 정도 활동) 수거 실적에 따라 보상(불법현수막: 건당 1,000~2,000원, 벽보·전단지: 장당 100원 이하)

해서는 불법광고물의 실태 뿐 아니라 전체 옥외광고물의 전수조사가 필요하다고 사료되며, 광고물의 수시적 변동성과 업무 부담 등을 고려할 때 일정 기간마다(예: 5년) 옥외광고물 현황조사와 불법광고물 정비 계획을 마련하는 것이 바람직할 것으로 판단됨. 이를 위해서 옥외광고물 정비계획 수립에 관한 규정을 신설하는 방안도 검토될 수 있을 것임.

- 또한, 옥외광고물 정비 개선을 위해서는 광고물 허가·신고 대상이 확대되어야 할 것으로 사료됨. 고정광고물인 벽면이용간판의 경우, $5m^2$ 이상이 허가·신고 대상이나 전체 간판의 30% 이상이 $5m^2$ 미만으로 추정되어 허가·신고에서 배제됨으로써 광고물 관리에 한계가 있으므로, 허가·신고대상 확대를 위한 법령 개정 건의가 필요하다고 판단됨.
- 더불어, 무분별하게 게시·배포되는 불법광고물을 규제만으로는 방지할 수 없으므로, 홍보와 캠페인 등 불법광고물에 대한 시민 인식과 저항력을 높이는 노력을 통해, 정제된 광고가 사회적 경관과 문화로서 안착되도록 하는 것이 중요하다고 사료됨.

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

〈붙임 1〉 관련 법규

옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률

제10조(위반 등에 대한 조치) ⑦ 시·도지사는 제3조, 제4조, 제4조의2, 제4조의3, 제4조의4 및 제5조를 위반한 광고물등의 정비를 위하여 필요한 경우에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 시장등(특별자치시장 및 특별자치도지사는 제외한다. 이하 제8항 및 제9항에서 같다)과 합동점검을 할 수 있다.

제16조(광고물 실명제) ① 광고물의 설치·표시 허가를 받거나 신고를 한 자는 해당 광고물에 허가 또는 신고번호, 표시기간, 제작자명 등을 표시하여야 한다.

② 제1항에 따라 허가 또는 신고번호 등을 표시하여야 할 광고물의 종류, 표시내용, 위치, 규격, 그 밖에 필요한 사항은 시·도(특별자치시 및 특별자치도를 포함한다) 조례로 정한다.

옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률 시행령

제39조의2(시·도지사와 시장등의 합동점검 절차) 시·도지사는 법 제10조제7항에 따른 합동점검을 하려는 경우에는 다음 각 호의 사항이 포함된 점검계획을 수립하여 해당 시장등(특별자치시장 및 특별자치도지사는 제외한다. 이하 이 조에서 같다)에게 통보하여야 한다.

1. 점검의 필요성
2. 점검 대상 지역
3. 점검 시기·방법 등
4. 점검 인력·장비·물품 등 점검에 필요한 시장등과의 협력사항
5. 그 밖에 점검에 필요한 사항

서울특별시 옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 조례

제28조(불법 유동광고물 방지 및 제거 등) ① 도로변 공공시설물을 소유 또는 설치·유지·관리하는 주체는 벽보, 현수막 등 불법광고물 부착을 방지하는 시설 또는 장치를 설치하여야 한다.

② 시장·구청장은 불법 유동광고물을 제거 또는 수거한 자에 대하여 예산의 범위에서 수거 등에 따른 비용을 지급할 수 있으며, 시장은 구청장에게 예산의 범위에서 비용의 일부 또는 전부를 지원할 수 있다.

〈붙임 2〉 허가 및 신고 대상 (자료: 도시빛정책과)

광고물 종류		허가대상 광고물 (법 제3조, 영 제4조)	신고대상 광고물 (법 제3조, 영 제5조)
유형 광고물	입간판	-	모든 입간판
	벽보·전단	-	모든 벽보와 전단
	애드벌룬	모든 애드벌룬	-
	현수막	-	모든 현수막(가로등 현수기 포함)과 허가대상이 아닌 현수막 게시시설
고정 광고물	벽면이용 간판	다음 중 어느 하나에 해당하는 벽면 이용 간판 ○ 한 변의 길이가 10미터 이상인 것 ○ 건물의 4층 이상 층의 벽면 등에 설치하는 타사광고	다음 중 어느 하나에 해당하는 벽면 이용 간판 ○ 면적이 5제곱미터 이상인 것 ○ 건물의 4층 이상 층에 표시하는 간판 (건물의 출입구 양 옆에 세로로 표시하는 벽면 이용 간판은 제외)
	돌출 간판	신고대상 돌출형 간판을 제외한 모든 돌출형 간판	다음 중 어느 하나에 해당하는 돌출간판 ○ 의료기관·약국의 표지등, 이용업소·미용업소의 표지등 ○ 윗부분까지의 높이가 지면으로부터 5미터 미만인 것 ○ 한 면의 면적이 1제곱미터 미만인 것
	공연 간판	최초로 표시하는 것	최초로 표시하는 공연간판을 제외한 공연간판
	옥상 간판	모든 옥상간판	-
	지주이용 간판	윗부분까지 높이가 지면으로부터 4미터 이상인 것	윗부분까지의 높이가 지면으로부터 4미터 미만인 지주이용간판
	공공시설물 이용	모든 공공시설물 이용 광고물	-
	교통시설 이용	지하도·지하철역·철도역·공항 또는 항만의 시설 내부에 표시하는 것을 제외한 모든 교통시설 이용 광고물	-
	교통수단 이용	사업용자동차, 사업용 화물자동차, 비행선에 표시하는 광고물	허가대상 교통수단 이용 광고물을 제외한 교통수단 이용 광고물
	선전탑·아치	모든 선전탑과 아치 광고물	
	전기 이용	다음 중 어느 하나에 해당하는 전기를 이용하는 광고물 ○ 광고내용의 변화가 없는 네온류(광원이 직접 노출되어 표시) 광고물과 전광류 광고물 ○ 네온류 또는 전광류 등을 이용하여 동영상 등 광고내용을 평면적으로 수시로 변화하도록 한 디지털광고물 ○ 디지털홀로그램, 전자빔 등을 이용하여 광고내용을 공간적·입체적으로 수시로 변화하도록 한 디지털광고물	
	게시 시설	다음중 어느하나에 해당하는 게시시설 ○ 허가대상 광고물을 설치하기 위한 게시시설 ○ 면적이 30제곱미터를 초과하는 현수막 게시시설	신고대상 광고물을 설치하기 위한 게시시설 ⇒ 면적이 30제곱미터를 초과하는 현수막 게시시설은 제외
창문 이용	창문이용 광고물 중 네온류, 전광류 또는 디지털광고물을 이용하여 표시하는 광고물	-	