
2022년 불법광고물 정비방안

2022. 1.



행 정 안 전 부
생활공간정책과

〈 목 차 〉

I . 현황 및 문제점	1
II . 중점 추진방향 및 운영체계	3
III . 세부 정비방안	4
① 불법광고물 점검 및 행정조치 강화	4
② 부동산 분양 현수막 등 대량게시 불법광고물 집중 정비	5
③ 현수막 재활용 및 친환경 현수막 사용 활성화	6
④ 도로변 불법광고물 정비 강화	9
⑤ 옥외광고발전기금 설치 및 집행을 제고	11
⑥ 옥외광고물 사전경유제 시행 확대	13
⑦ 수거보상제 운영 및 게시시설 확충	14
⑧ 협업기반의 정비·소통체계 구축·운영	15
⑨ 옥외광고 담당공무원 역량 제고	16
⑩ 불법광고물에 대한 사회적 인식 개선·확산	17
IV . 행정사항 및 조치계획	18
(붙임 1) 불법광고물 유형	19
(붙임 2) 불법유동광고물 신고방법	23
(붙임 3) 지자체 불법광고물 정비 우수사례	24

I. 현황 및 문제점

□ 지속적인 정비노력에도 불법광고물 난립 계속

- 코로나19의 영향으로 '21년 정비실적은 지방자치단체의 단속과 정비활동 위축에 따라 전년대비 불법광고물 정비실적이 다소 감소

※ 정비실적 : ('20년) 465,727천건 → ('21년) 439,470천건(5.6%↓)

- 지속적 단속에도 불구하고 설치비용 대비 높은 광고효과, 점포주간의 경쟁 등으로 여전히 불법광고물이 난립하고 있는 실정

- 도로변 불법광고물의 경우, '21년말 기준 정비대상 총 811기 중 547기(누계) 철거로 67.4% 정비되었으며,

- 최근 정비실적 감소 추세*및 신규 불법광고물 발생(213기)으로 적극적인 정비가 필요한 상황

※ '17년 220기, '18년 95기, '19년 87기, '20년 67기, '21년 78기

- 철거예산 및 인력확보, 철거 후 모니터링 등을 더욱 강화할 필요

< 2021년 도로변 불법광고물 유형별 정비실적(누계) >

구분	합계		지주이용간판		주파수광고물		옥상간판		기타	
	대상	실적	대상	실적	대상	실적	대상	실적	대상	실적
합계	811	547	603	392	173	138	6	2	29	15
공공용	541	326	513	312	-	-	-	-	28	14
상업용	270	221	90	80	173	138	6	2	1	1

- '21년 기준, 불법 유동광고물 정비 실적은 439,451천건으로 전년 (465,701천) 대비 5.6% 감소되었으며,

- 이는 전체적인 불법광고물 정비실적 감소가 주요 원인임

< 2021년 유동광고물 유형별 정비실적 >

(단위 : 천건, %)

구분	계	현수막	벽보	전단	입간판	기타 (명함 등)
정비실적	439,451	7,601	63,808	305,059	128	62,855
비율	100	1.7	14.5	69.4	0.02	14.3

□ 탄소중립 실현을 위한 수거 현수막 등 재활용 필요

- 2050 탄소중립 실현이 글로벌 아젠다로 부상하여 현수막 재활용 등의 필요성이 증대되고, '21년 국정감사에서 현수막 재활용이 미흡하다고 지적
 - '20년 수거 현수막 127백만건 중 18백만건 재활용(재활용률 14.1%)
 - ※ (재활용) 시멘트 소성용 연료 16백만건 → 폐지 0.8백만건 → 마대 0.6백만건 등
 - 비재활용 현수막 등 소각·매립시 오염 유발에 따라 지자체 재활용 사업 등에 예산지원을 통해 재활용률 제고 필요

□ 옥외광고발전기금 설치 필요

- 옥외광고물법 제6조의2에 따라 지자체의 광고물 정비와 옥외광고 산업 진흥을 위하여 발전기금을 설치·운영하도록 규정하고 있으나,
 - 일부 지자체의 경우 조례를 제정하지 않거나, 조례 제정후 옥외광고물 관련 세입을 기금으로 운용하지 않고 일반회계로 편성하여 사용
 - 옥외광고수익금을 기금 재원으로 지원받아 광고물등의 정비사업에 지속 추진을 위해서는 기금 신설 필요
 - ※ '21년 기준, 옥외광고발전기금 적립·운영 167개 지자체(전체 지자체의 68.7%)

□ 불법광고물 예방·정비를 위한 정책수단 부족

- '21년 기준, 수거보상제 실시 지자체는 총 133개로 전년(136개) 대비 2.2%감소, 수거실적은 전년대비 2.1% 감소하였음
 - 수거보상제 참여 지자체로 감소로 인해 수거실적에도 영향을 미침

< 2021년 수거보상제 운영실적 >

지자체(실시기관)		수거실적	
'20년도	'21년도	'20년도	'21년도
136개	133개(2.2%↓)	397,391천건	388,952천건(2.1%↓)

□ 지자체 담당공무원 전문역량 강화 및 국민적 공감대 미흡

- 악성 민원으로 인한 담당 공무원의 잦은 순환보직 등으로 체계적이고 신속한 정비가 어려움
- 불법광고물에 대한 근원적 해소를 위해서는 국민적 공감대 형성 및 사회적 인식개선이 필요하나 체계적인 정책홍보가 미흡한 실정

II. 중점 추진방향 및 운영체계

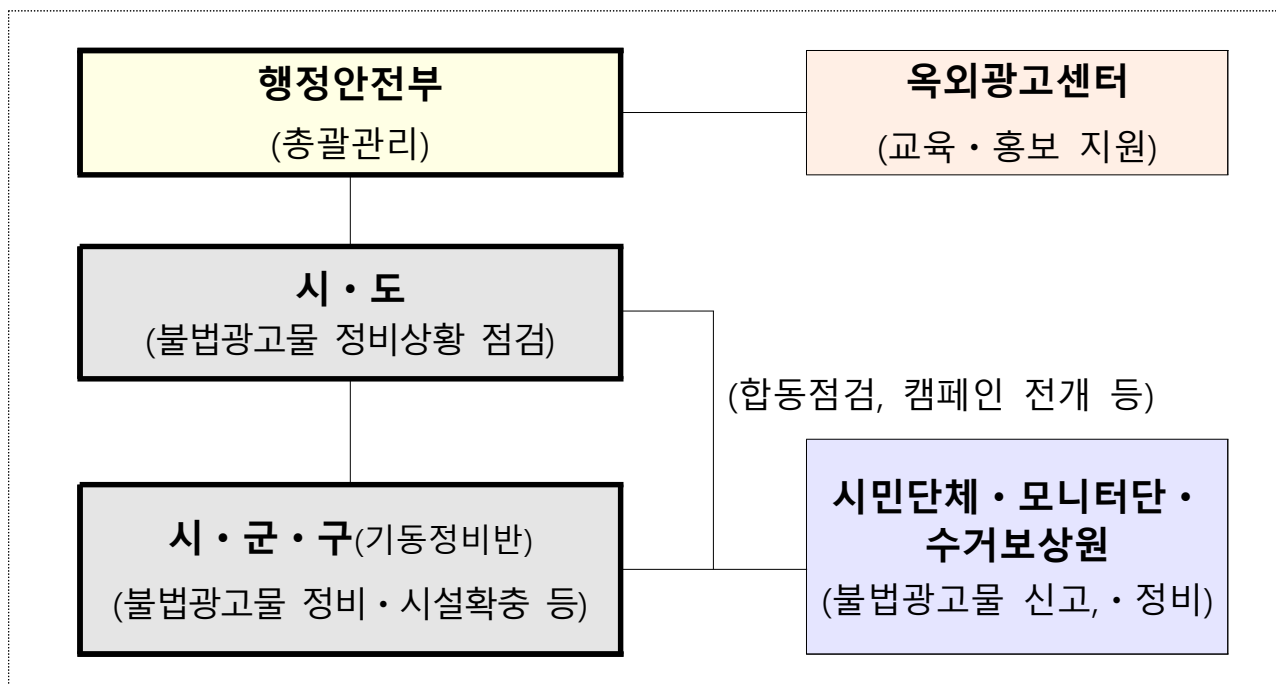
□ 중점 추진방향

- 부동산 분양 현수막 등 대량게시 불법광고물 정비
- 탄소중립 실현을 위한 불법광고물 재활용 및 친환경 현수막 사용 추진
- 도로변 등 지자체 설치 공공목적 광고물 등(이하 “공공용”) 정비
- 불법광고물에 대한 사회적 인식 개선 및 담당공무원 역량 제고

□ 운영체계

- (행안부) 불법광고물 정비지침 시달, 지원 및 모니터링
- (지자체) 정비체계 구축, 불법광고물 정비, 수거보상제 운영, 게시시설 확충 등
- (옥외광고센터) 불법광고물 정비 교육, 매뉴얼 지원, 인식개선사업 등
- (시민단체·모니터단·수거보상원) 불법광고물 정비 캠페인 전개, 불법광고물 신고 및 철거 등

《 불법광고물 정비 운영체계 》



Ⅲ. 세부 정비방안

1

불법광고물 정비 및 행정처분 강화

□ 현황 및 문제점

- 지방자치단체 차원의 지속적인 단속과 정비노력에도 불구하고 도시 미관을 해치는 불법광고물 설치 반복

□ 추진방안

- 불법광고물 점검 및 정비(지자체)
 - 자체 정비계획을 수립하여 불법광고물 현황조사* 및 적절한 행정조치
 - * 고정광고물 : 연 1회 이상, 유동광고물 : 수시
 - 특히, 생활불편(빛공해 등), 경관훼손(부동산현수막 등) 불법광고물에 대해서는 집중 단속기간(연 2회)을 설정, 민간인력과 연계하여 중점 정비
- 옥외광고사업자 등록현황 점검 및 행정조치(지자체)
 - 無 등록사업자 불법광고물 제작 방지를 위해 민간기관 등과 합동점검반을 편성하여 연 1회 이상 사업장을 방문, 적발사항에 대한 행정조치·계도
 - ※ (요건 미구비) 등록취소·영업정지(법 제14조), 과태료 부과(법 제20조) 등 (미등록) 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금(법 제18조)
 - 책임보험 재가입 사항 안내·홍보 철저(4월~)
- 불법행위에 대한 행정처분 강화(지자체)
 - 중복위반자에 대해서는 과태료를 가중하고, 상습위반자·청소년 유해 및 퇴폐 광고주 등에 대해서는 고발 등 엄중조치
- 불법광고물 정비 지원예산의 활용여부 및 실적 점검(행안부)
 - 지자체 예산지원('최근 3년 136.7억원*)에 대한 활용 등 이행사항 점검
 - * 최근 3년 지원예산('19년 84.6억원, '20년 41억원, '21년 11억원)

□ 현황 및 문제점

- 주말, 야간을 이용한 불법 광고물 대량 설치에 대해 지자체 단속 인력이 부족하여 신속한 정비가 어려움
- 불법 분양광고물 근원적 해소를 위한 강력한 법 집행 노력 다소 부족

□ 추진방안

- 시·도 및 시·군·구 합동 정비·단속반 운영(지자체)
 - (광역) 시·군·구 불법광고물 단속반 총괄 및 점검
 - (기초) 불법광고물 단속반 편성, 불법광고물 정비·단속
 - 단속반은 본청 위주로 편성하되 지역여건에 따라 읍면동까지 확대 편성
 - 주·야간 및 주말, 불법광고물 상시 정비체제 유지
 - 교차로 등 취약지역 집중단속을 통해 쾌적한 환경 조성
- 시민참여를 유도하는 불법광고물 ‘주민자율감시단’ 구성* 및 운영(지자체)
 - * 부동산 중개인협회, 음식점중앙회, 옥외광고협회, 상가번영회, 새마을지회 등
 - 행안부 ‘안전신문고 앱’ 활용, 실시간 불법 광고물 신고 활성화
 - ※ 집중단속기간 내 우수 신고자에 대해서 시상 및 포상(수익금 지원예산 사용잔액 등 활용)
- 불법행위에 대한 행정처분 강화
 - 안내 이후 위반자에 대해서 과태료 부과 확행
 - 중복위반자에 대해서는 과태료를 가중하는 등 행정처분 강화
- 대국민 홍보영상물 제작·송출 및 홍보 시안 지원(행안부·센터)
 - 불법광고물에 대한 사회적 인식 개선을 위해 홍보영상물을 온라인 매체(SNS) 등을 통해 송출
 - 홍보용 안내 시안(안전신문고 앱 활용 등) 배포(별첨)
- 불법광고물 근절을 위한 민·산·관 공동 캠페인 등 개최(지자체)
 - 지자체 자체계획을 수립하여 지역주민, 시민단체 및 관련협회 등과 연계, 온라인 또는 소규모 거리 캠페인 전개 등(코로나 여건 감안)

- 탄소중립 실현을 위한 - 현수막 재활용 및 친환경 현수막 사용 활성화

□ 현황 및 문제점

- 수거한 불법 현수막(127.7백만건) 중 14.1%(18백만건)만 재활용
- 비재활용 현수막 등 소각·매립시 환경오염 유발

<'20년 불법광고물 재활용 현황>

- ◆ 재활용 정도 : 전단 70.74% → 현수막 15.78% → 벽보 13.43% → 입간판 에어라이트 0.05%
- ◆ 광고물별 재활용 용도
 - 전 단 : 소성용 연료 96.1% → 폐지 3.9%
 - 현수막 : 소성용 연료 73.4% → 마대 21.4% → 밧줄 2.8% → 농업용 덮개 1.2%
 - * 기타 : 장바구니, 모래주머니, 초등 실내화 등
 - 벽 보 : 소성용 연료 86.9% → 폐지 13.1%
 - 입간판 : 소성용 연료 98.1% → 목재 1.9%
 - 에어라이트 : 소성용 연료 97.9% → 기타 2.1%

□ 추진방안 * 1. 26.(수) 공문 시행

○ 지자체 수거 현수막 재활용 지원사업 추진

- (추진방향) 재활용사례 공유 및 확대를 통한 탄소중립 및 일자리 창출 기여
- (추진목표) 연간 수거실적 대비 50% 재활용 목표
- (공모지원) 총 5~7억원 지원, 공모를 통해 지자체별 최대 1천만원 지원(50:50매칭)
- (실적 우수 지자체) 연말 표창 우대, 일간지·전문지 홍보 지원(2개지자체)

① 사업신청 (~2.18.)	② 사업선정 (2.21.~28.)	③ 사업비지원 (3월)	④ 사업시행 (3~9월)	⑤ 사업비정산 (10월)
▪ 시군구 산하를 시 도에서 취합 제 출(시도)	⇒ ▪ 사업지 심사 선정 (행안부.센터)	⇒ ▪ 사업비 교부 (옥외광고센터)	⇒ ▪ 사업추진 (시·군·구)	⇒ ▪ 사업비 정산 및 보고 (시군구)

○ 친환경(소재, 잉크) 현수막 사용 시범 추진

- (추진방향) 매년 시기별 반복적으로 제작하는 안내용 현수막*을 친환경 현수막으로 시범 대체 사용
 - * (예시) 지방세 납부, 체납액 일제정리, 사업 모집 안내 등
- (추진목표) 시군구 읍면동 수(3,496개)의 30% / 총 1,165개(지자체별 평균 5개)
- (실적 우수 지자체) 연말표창 우대, '23년 현수막 재활용사업 가점부여

참고1

수거한 불법현수막 등 지자체 재활용 사례

□ 스팀 생산용 연료로 활용 ⇒ 경기 화성

- (재활용 대상) 현수막, 벽보, 전단, 에어라이트
- (방법) 관내 환경업체와 단가계약 체결후 제공
- (절차) 현수막, 벽보, 전단 수거 → 환경업체에서 주기적 수거 → 중간연료로 가공 → 스팀공장에 납품 → 제지공장에 스팀 판매
- (예산) 현수막, 벽보, 전단 톤당 300천원 * '18년 소각시 톤당 370천원 발생
- (효과) 초고온에서 연료로 사용시 완전연소로 오염물질 미발생, 소각대비 톤당 70천원 처리비용 절감

□ 시멘트 소성용 연료로 활용 ⇒ 전북 전주

- (재활용 대상) 현수막
- (방법) 관내 환경업체와 단가계약 체결후 제공
- (절차) 현수막 수거 → 환경업체에서 주기적 수거 → 중간연료로 가공 → 시멘트 공장에 납품
- (예산) 현수막 톤당 319천원 * 소각시 톤당 330천원 발생
- (효과) 초고온에서 연료로 사용시 완전연소로 오염물질 미발생, 소각대비 톤당 11천원 처리비용 절감

□ 폐현수막 지지대(목재) 화분 선반으로 활용 ⇒ 경기 동두천

- (재활용 대상) 현수막에 부착된 목재
- (방법) 관내 장애인학교와 협약체결후 지지대(목재) 제공
- (절차) 현수막 수거 → 지지대 분리 → 장애인학교 수거 → 목공예품 제작
- (예산) 비용없음
- (효과) 장애인 재활훈련, 공방체험 등 재료로 자원순환
※ 화분 선반, 컷 타워, 공원 벤치, 욕실 발매트, 우편함 등으로 활용

□ 쓰레기 수거 등 마대 제작 활용 ⇒ 대구 등 다수 지자체

- (재활용 대상) 현수막
- (방법) 공공근로자 활용 마대 제작, 지자체 및 유관기관 사용
- (절차) 현수막 수거 → 마대 제작 → 배포
- (예산) 마대 제작 미싱구입비, 공공근로 인력비용
- (효과) 폐기용 또는 재활용 비닐포대 구입비용 절감, 현수막 소각 비용 절감

참고2 **시도별 재활용 및 친환경 소재 현수막 사용 목표**

1. 수거 현수막 등 재활용 목표 : 수거실적 대비 50%

2. 친환경 소재 현수막 사용 목표

(단위 : 개)

구분	친환경 현수막 사용 목표	
	목표	산출기초(읍면동수/β)
전국	1,165	3,496/3
서울	141	423
부산	70	210
대구	46	139
인천	49	148
광주	32	95
대전	26	78
울산	19	56
세종	4	12
경기	185	554
강원	64	193
충북	51	153
충남	69	207
전북	80	241
전남	99	297
경북	111	332
경남	105	315
제주	14	43

4

도로변 불법광고물 정비 강화

□ 현황 및 문제점

- 법 개정('07.12월) 이후, 지속적으로 철거를 독려하고 있으나 공공목적 홍보 필요성, 방송사 항의(주파수 광고물) 등으로 정비가 미진*한 실정
* '21년말 기준(누계), 정비대상 총 811기 중 547기 정비(67.4%)
- '21년 도로변 광고물 전수조사 결과 불법광고물(213기) 추가 발생으로 정비 강화 필요 ※ '18년 행안부 국정감사 시, 도로변 불법광고물 정비 요구

□ 추진방안

- 기존 미정비(264기) 및 신규발생(213기) 불법광고물 대상 수시 현황 조사 및 이행상황 점검 등 불법광고물 정비 강화(지자체)
 - 기동정비반·모니터인력 등 활용 수시 현황 조사 및 단속
 - 지자체 설치물은 철거예산 확보 등을 통해 즉시 정비하고, 민간 설치물은 이행강제금 부과 및 미 이행시 행정대집행 철거

※ 도로변 불법광고물 관련 규정 및 불법사례

- (관련 규정) 옥외광고물법시행령 제24조(광고물 표시금지 지역)
 - (도시지역 외) 국토계획법 상 고속·일반국도, 지방도, 군도의 도로경계선에서 500미터 이내 설치 금지 (단, 자사광고, 도로경계선에서 직접 보이지 않는 지역 등은 제외)
 - (도시지역 내) 광고물별 표시방법에 따라 설치
- (불법 사례) 주파수광고물, 가설건축물 옥상의 자사광고를 위장한 상업용 옥상간판 등

- 시도 주관 점검회의 개최(분기별), 시도·시군구 합동점검(연 1회 이상)
※ 시도 주관으로 시군구 정기 또는 수시감사 시, 미흡사항 시정조치
- '정비시범구역' 지정 등을 통한 지속적 유지·관리(지자체)
 - 도로변 등 교통안전, 경관조성 등을 위한 중요지역에 대해서는 '광고물등 정비시범구역' 지정 등을 통해 지속 관리
※ 정비시범지구 지정 지자체는 '23년 간판개선사업 선정·'22년 유공자 표창 시 우대
- 지역특구 및 지자체 홍보용 지주간판 설치 시 옥외광고부서 반드시 경유
 - 지자체 도로변 불법광고물 존치는 민간과의 형평성으로 인해 언론의 관심사항이며, 철거 시 예산 낭비 사례로 대두
 - 도로변 광고물 설치 시 법 저촉여부 등 옥외광고부서의 협의 필수
※ '23년 간판개선사업 공모 시 도로변 불법광고물 방치 지자체 감점 부여
- 불법광고물 정비를 위한 시민단체 협업 강화(지자체)
 - 시민감시단 등을 구성·운영 및 참여자 교육 등으로 정비 활성화
※ 정비사례 : ○○단체와 협업으로 철거가 어려운 주파수광고물 정비

참고**도로변 불법광고물 미정비 현황**

('21년말 기준)

구분	계	기존	신규 (추가발생분)
합 계	477	264	213
서 울	24	7	17
부 산	3	2	1
대 구	0	0	0
인 천	17	7	10
광 주	0	0	0
대 전	2	0	2
울 산	13	7	6
세 종	0	0	0
경 기	130	29	101
강 원	12	2	10
충 북	54	40	14
충 남	52	36	16
전 북	37	25	12
전 남	31	23	8
경 북	44	39	5
경 남	58	47	11
제 주	0	0	0

□ 현황 및 문제점

- 현행 법령은 발전기금을 설치·운영하도록 규정하고 있으나, 일부 지자체는 조례를 제정하지 않거나 세입을 일반회계로 편성하여 운영
 - ※ '21년 기준 총 243개 지자체 중, 184개(76%) 지자체가 설치·운영
- 발전기금을 불법광고물 정비 등을 적극 활용하여 집행을 제고 필요

□ 추진방안

- 불법광고물 정비 예산확보를 위해 기금 미조성 지자체는 옥외광고발전기금을 '22년에 설치·운영* 필수(지자체)
 - '23년 부터는 기금 신설·운영 지자체만 지원 추진
- 불법광고물 정비·개선을 위해 옥외광고발전기금 적극 활용(지자체)
 - 자체계획 수립을 통해 적정 적립액 외에는 불법광고물 정비, 간판 개선사업 등에 발전기금을 적극 활용 및 집행을 제고
 - ※ '21년 기준 적립액 : 약 1,206억원(운영 167개 지자체 평균 : 약 7.2억원)
 - 수익금 활용 '불법광고물 정비 및 안전점검' 지원사업의 집행잔액이 과다 발생하지 않도록 사업 적극 추진
- 옥외광고발전기금 적정 운영 및 관리 철저(지자체, 행안부)
 - (시군구) 법령에서 정한 용도*에 적합하게 집행·관리
 - * 옥외광고물법 제6조의2 제3항 : 옥외광고산업 진흥, 광고물등 정비·개선, 옥외광고사업자등 교육·지원, 광고물등 안전관리 등
 - (시도, 행안부) 발전기금 운영실태에 대하여 감사·업무지도 시 점검

참고

옥외광고발전기금 미운용 기관현황

(’21년 기준)

구분	운용* 현황			미운용 기관	
	소계	운용	미운용	광역	기 초
총계	243	167	76	(16)	(60)
서울	26	25	1	서울시	
부산	17	14	3	부산시	해운대구, 금정구(2)
대구	9	6	3	대구시	중구, 달서구(2)
인천	11	10	1	인천시	
광주	6	5	1	광주시	
대전	6	4	2	대전시	대덕구(1)
울산	6	5	1	울산시	
세종	1	1	0	-	
경기	32	25	7	경기도	안양시, 평택시, 안산시, 과천시, 연천군, 양평군(6)
강원	19	14	5	강원도	정선군, 화천군, 양구군, 고성군(4)
충북	12	5	7	충북도	충주시, 제천시, 옥천군, 영동군, 진천군, 단양군(6)
충남	16	8	8	충남도	공주시, 보령시, 아산시, 금산군, 부여군, 서천군, 홍성군(7)
전북	15	7	8	전북도	군산시, 익산시, 완주군, 진안군, 장수군, 순창군, 부안군(7)
전남	23	6	17	전남도	나주시, 광양시, 담양군, 구례군, 고흥군, 보성군, 화순군, 장흥군, 강진군, 영암군, 무안군, 함평군, 영광군, 장성군, 진도군, 신안군(16)
경북	24	18	6	경북도	경주시, 경산시, 군위군, 청송군, 울진군(5)
경남	19	14	5	경남도	의령군, 창녕군, 산청군, 함양군(4)
제주	1	0	1	제주도	※ 행정시 : 제주시, 서귀포시

* 운용 : 조례근거 제정 및 발전기금계좌 운용 기관

□ 현황 및 문제점

- 불법광고물 양산 방지를 위해 광고물 설치 전, 광고물 표시방법 등에 대한 이해가 선행되어야 하나, 체계적인 안내체계 미흡

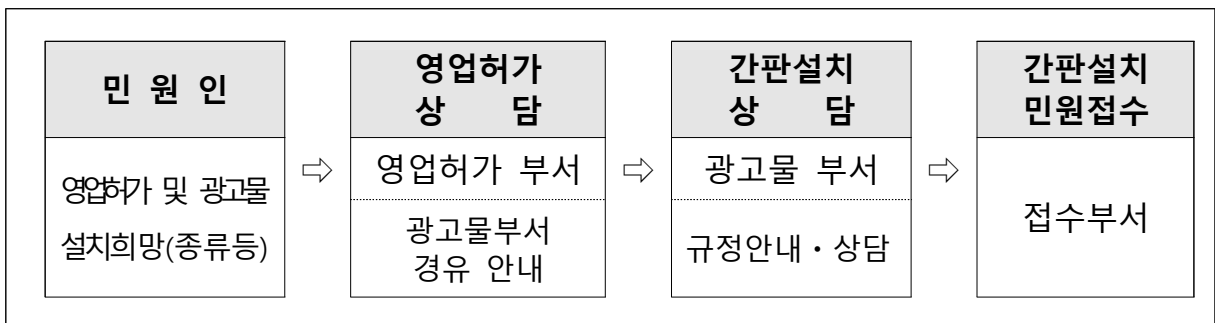
□ 추진 방안

- 옥외광고물 관리조례 개정을 통한 사전경유제 근거 마련(지자체)
 - 각종 영업허가 시, 옥외광고물 설치가 필요한 경우 광고물의 표시 방법 및 수량, 허가·신고방법 등을 안내할 수 있는 근거 마련

※ 사례 : ○○시 옥외광고물관리조례

제8조(옥외광고물 사전경유제) 시장은 다른 법령에 따른 영업이나 그 밖의 행위에 대한 각종 인허가, 신고, 등록 등의 절차에서 옥외광고물 등을 표시 또는 설치하려는 자에게 영 제2장부터 영 제5장까지에 따른 옥외광고물등의 허가 및 신고, 표시방법 등에 대하여 미리 안내하거나 검토할 수 있다

- 지자체별 사전경유제 시행 및 홍보 강화(지자체)
 - 영업허가 시 옥외광고 부서를 경유하도록 안내하고, 사업시행 전 지역신문, 요식업협회, 옥외광고협회 등에 홍보 강화



□ 현황 및 문제점

- 지자체 단속인력 부족에 따른 불법유동광고물 정비 한계
- 현수막, 벽보 등은 지정게시대 에 게시하도록 하고 있으나, 전봇대, 가로등, 가로수 등에 임의 설치하여 안전 및 생활환경 저해

□ 추진 방안

- 수거보상제 제도적 근거(조례) 마련 및 적정 운영(지자체)
 - 수거보상제의 원활한 운영을 위해 근거(조례)를 마련·시행하고, 모집·위촉·교육 등 제반절차를 거쳐 체계적으로 운영
 - ※ 불법광고물 철거 시, 원칙적으로 지자체 담당공무원의 지도하에 정비추진
 - 재물손괴죄 등 법적분쟁이 발생하지 않도록 주의

- (수거보상원 모집) 지자체 홈페이지 등을 통해서 수거보상원 모집 공고 및 선발 ※ 옥외광고 시민단체, 관련 협회, 지역단체 등 적극 활용
- (위촉·교육) 수거보상원을 위촉하여 시·군·구청장 명의 '단속증' 발급하고, 불법 유동광고물 식별 및 수거방법, 안전교육 실시
- (처분 및 보상) 수거 불법광고물에 대한 행정처분 실시 및 지자체 실정에 맞게 보상금 지급기준 마련·시행

- 수거보상금 지급 시, 불법광고물 수량 및 신청자 확인 철저
 - 수거보상 참여 여부, 주민등록시스템 활용한 거소불명자 등 확인
 - ※ (보도사례) ○○시 시민수거보상금 부당수령 사례 발생('21.1.16. SBS보도)
 - ☞ ○○은 노인회장에게 신분증 및 통장 대여하고, 불법광고물 수거보상제에 참여하지 않았으나, 매달 수거보상금 10% 입금(90%는 노인회장 수령)
- 게시시설 확충 및 전자게시대 운영 활성화(지자체)
 - 불법광고물 수요를 대체할 수 있도록 광고효과가 기대되는 장소에 게시대를 확충하되, 교통·보행 및 빗공해 등에 저해되지 않도록 유의
 - 소상공인·전통시장 지원을 위해 전자게시대 설치·운영 확대
 - ※ '21년 10월 교부한 전자게시대 등 공공게시시설 확충 지원예산 적극 활용

□ 현황 및 문제점

- 불법광고물의 효과적 단속을 위해서는 자체 정비체계를 구축하고, 충분한 단속인력이 필요하나 일부 지자체는 체계적 운영에 다소 미흡

□ 추진방안

- 불법광고물 정비 기동정비반 구성·운영(지자체, 민간)
 - 시·군·구(읍면동 포함) 공무원, 옥외광고단체, 정비업체 등으로 점검반을 구성하여 불법광고물 주기적 점검·정비 및 신고 대응
- 모니터인력 확보 및 안전신문고앱 활용 등 신고체계 강화(지자체, 민간)
 - 지자체 공무원, 지역주민, 생활공감정책참여단 등을 모니터요원으로 확보하여 신고앱 등을 활용한 신고체계 활성화

구 분	공무원 모니터단	주민 모니터단
대 상	소속 공무원 희망자	지역주민, 스마트폰 이용자
활동내용	출퇴근 및 관내출장시 불법 유동광고물 발견 시 '안전신문고앱'으로 신고	'안전신문고앱'을 이용하여 지역 내 불법 유동광고물 신고, 등
교 육	불법 유동광고물 식별 및 신고 요령 교육	
행정지원	지자체별 인센티브 방안 및 포상시스템 마련	

- 지자체↔ 시민단체가 연계된 불법광고물 합동점검 강화(지자체, 민간)
 - 시·도 주관으로 합동점검 계획을 수립하여 시·군·구와 함께 정비를 실시하고, 관련 단체*와도 정기적으로 합동 단속
 - * 경찰, 읍·면·동, 관련 시민단체 및 협회, 직능단체 등 참여로 사회적 관심증대
- 정비 역량제고를 위한 지자체 단위 협의회 활성화(지자체, 민간)
 - 코로나19 상황을 고려하여 공무원, 지역 대학, 관련 협회 등으로 구성된 협의회를 운영하여 효율적인 불법광고물 정비방안 등을 논의 및 개선

□ 현황 및 문제점

- 주민생활과 밀접한 옥외광고 업무의 중요성에도 불구하고, 다수 민원에 따른 업무기피, 잦은 순환보직 등으로 전문가 육성에 한계

□ 추진방안

- 옥외광고 담당공무원 전문직위 활성화(지자체)

- 불법광고물 정비 업무를 담당하는 직위를 전문직위로 지정하여 해당분야 전문성을 확보할 수 있도록 관련부서와 협의

※ 지방공무원임용령 제7조의3 및 지방공무원수당규정 별표

- 지자체장은 해당기관의 직위 중 전문성 특히 요구되는 직위를 전문직위로 지정할 수 있으며, 특별한 사유가 없으면 임용된 날로부터 3년이 경과해야 전보 가능
- 전문직위 경력에 대해서는 평정에서 우대할 수 있으며 예산범위내 수당 지급 가능
- * 5급이하 공무원의 경우, 근무경력에 따라 월 7~40만원 지급

- 2022년 지자체 워크숍 및 담당공무원 교육 적극 참여(행안부·센터·지자체)

- (행안부 주관) 옥외광고 담당공무원 워크숍(상·하반기)
- (옥외광고센터 주관) 교육비무료, 집합교육*(연6회), 온라인 교육(상시)

* 코로나19 상황에 따라 실시간 온라인 교육으로 대체

※ (교육내용) 옥외광고법령, 옥외광고 행정실무, 간판디자인, 불법광고물 조치 등

- (지자체 주관) 코로나19 상황에 따라 워크숍, 연찬회 등 담당자 교육 정례화

- 옥외광고 법령해설집 제작 배포 및 주요민원 공유시스템 구축(행안부·센터)

- 법령해설과 지자체 실무편람자료 현행화(배포)로 법령이해 증진(상반기)
- 옥외광고센터 홈페이지 내에 법령해설, 주요민원사항 게시 및 공유(하반기)

□ 현황 및 문제점

- 불법광고물 근절을 위해서는 국민적 공감대 형성 및 참여가 필요하나, 지속적인 대국민 홍보가 부족한 실정

□ 추진방안

- 대국민 홍보영상물 제작 · 송출 및 홍보책자 지원(행안부 · 센터)
 - 불법광고물에 대한 사회적 인식 개선을 위해 홍보영상물을 제작하여 지역 전광판 및 온라인 매체 등을 통해 송출
- 불법광고물 근절을 위한 민·산·관 공동 캠페인 등 개최(지자체)
 - 코로나19 상황에 따라, 자체계획을 수립하여 지역주민, 시민단체 및 관련협회 등과 연계, 홍보책자를 활용한 캠페인 등 전개

<캠페인 예시>

- ▶ 민·산·관 공동 불법현수막 퇴치 선포 퍼포먼스, 단속·정비
- ▶ 민간 불법광고물 자율정비단 결의식
- ▶ 바람직한 옥외광고문화 확산을 위한 가두행진
- ▶ 불법현수막 체험거리 및 바람직한 광고문화 전시물 운영 등
- ▶ “안전신문고앱” 설치 및 신고요령 안내문 배포 등

- 옥외광고 분야 민간종사자 등 교육 참여 독려(센터·지자체)
 - 옥외광고 예비 종사자 및 대학생 등 온라인 교육과정에 참여할 수 있도록 협조(상시 운영)

IV. 행정사항 및 조치계획

- 수거한 불법현수막 등 재활용 지원사업 공모(~'22.2.18.)
 - 시군은 사업계획서를 충실하게 작성하여 전남도에 제출하고, 전남도는 제출받은 자료 전체를 행안부에 제출
- 불법광고물 정비실적 점검(반기별)
 - 자체 정비계획에 따라 불법광고물 정비에 만전을 기하되, 동 계획에 따른 반기별 정비실적 제출, 오류자료가 제출되지 않도록 각별 유념
 - ※ 지자체별 ID, PW 등 관리 철저, 비번 초기화 등 문의 다수
- 옥외광고물 담당공무원 워크숍 개최(반기별 / 미정)
 - 옥외광고 발전 토의, 불법광고물 정비 우수사례 발표 등
- 옥외광고 업무유공(기관·공무원·민간) 표창('22.12월)
 - 기존 정량지표에 의한 선정방식을 광고물 정비 및 산업진흥 우수 공적(기관, 공무원, 민간)으로 구분하여 선정(포상계획은 별도 수립 통보)
 - ※ 지자체 합동평가(지표명 : 옥외광고물 정비 우수사례)는 별도 실시

붙임1

불법 광고물 유형

1

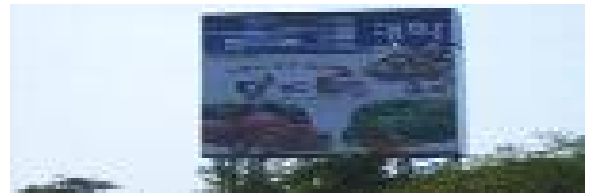
불법 고정광고물 (도로변 불법광고물)

□ 근거법령 : 옥광법 시행령 제24조 제1항 제1호 카목, 제2호 가목

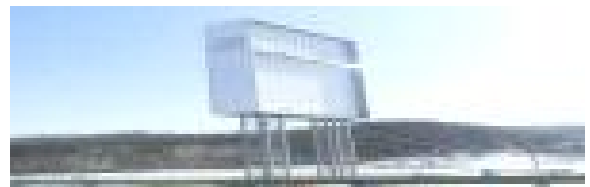
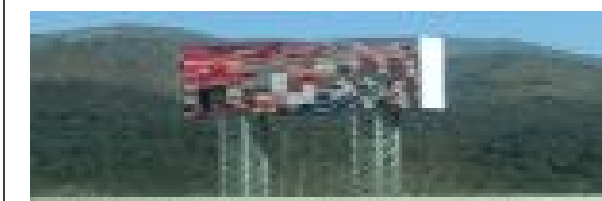
제24조(광고물등의 표시가 금지되는 지역·장소 또는 물건)

- 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 도시지역 외의 지역의 고속국도·일반국도·지방도·군도의 도로경계선 및 철도·고속철도의 철도경계선으로부터 수평거리 500미터 이내의 지역
- 광고물등의 표시가 금지되는 물건
도로표지·교통안전표지·교통신호기 및 보도분리대

(가) 공공목적 위장 광고물 ※관할구역 표기, 지역축제 안내 등 지자체 홍보용

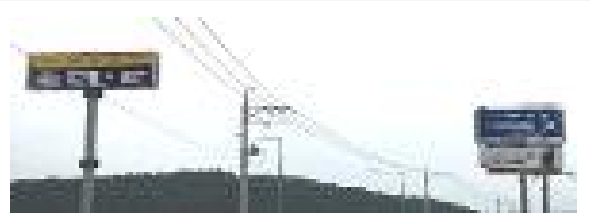


(나) 상업용 광고물

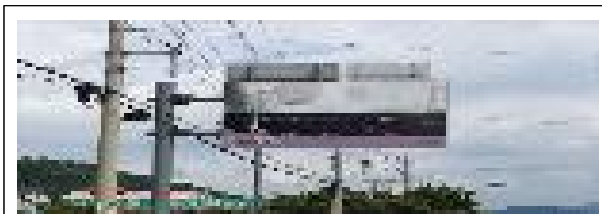


※고속국도·일반국도·지방도·군도의 도로경계선 500미터이내 위치 (기금조성광고물 외)

(다) 주파수 광고물



(라) 도로표지판 이용 광고물



2

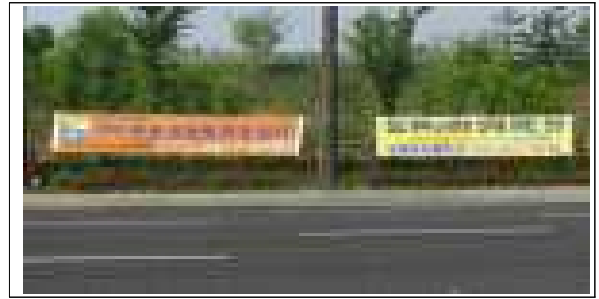
불법 유동광고물

① 현 수 막

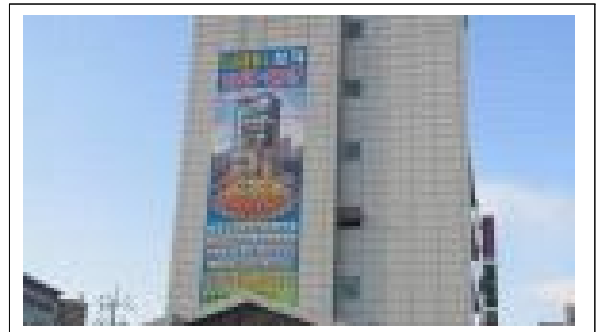
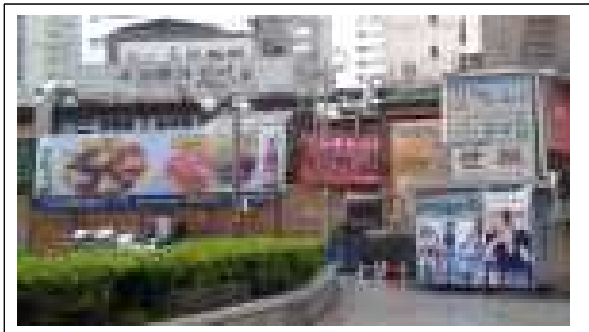
□ 근거법령 : 시도 옥외광고물 등 관리조례안(시·도 표준조례안) 제12조

- 현수막은 벽면 이용, 지정게시대 이용, 지주 이용, 건물의 가림막 이용으로 표시
- 허가·신고 등 절차를 거쳐 적법하게 설치된 게시시설의 규격 이내에서 표시
- 현수막은 떨어지거나 바람에 날려 도시경관을 해치거나 안전을 저해하지 아니하도록 견고하게 고정하여야 하며, 표시기간이 만료되거나 신고의 수리가 반려된 현수막은 즉시 제거 등

(가) 가로수, 전주·가로등주, 교량, 가로시설물 등에 설치된 현수막



(나) 건물 벽면의 적법한 게시시설에 설치하지 않은 현수막

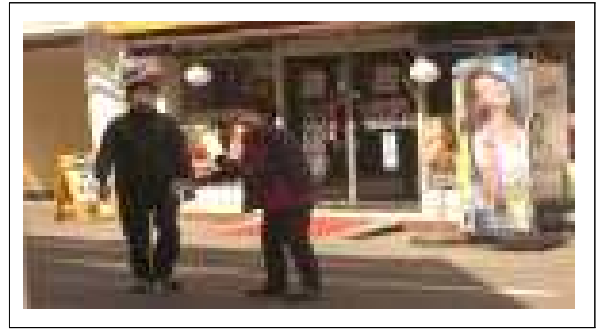
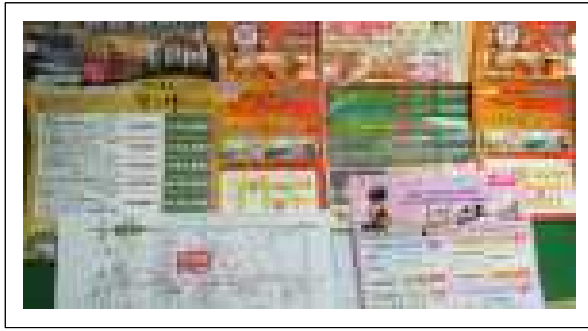


② 전 단

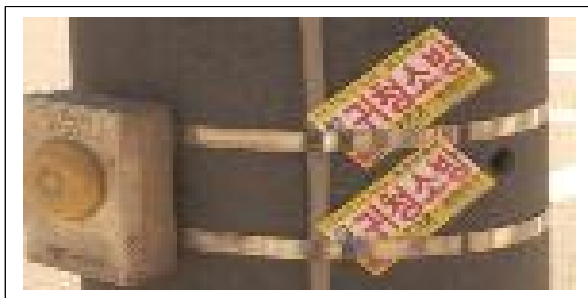
□ 근거법령 : 옥외광고물관리법 제5조 및 시행령 제5조, 시도 옥외광고물 등 관리조례안(시·도 표준조례안) 제15조

- 음란하거나 퇴폐적인 내용 등으로 미풍양속을 해칠 우려가 있는 전단은 금지
- 시장, 군수, 구청장에게 신고하여야 하며, 전단을 직접 나누어주거나 적법하게 설치된 배부시설을 통하여 배부하여야 하며, 공중에 뿌리거나 차량 등의 창문에 끼워 넣거나 차량 내부에 집어넣어서는 안됨.
- 전단은 가로크기는 30센티미터 이내, 세로크기는 40센티미터 이내여야 함

(가) 신고 되지 않은 전단



(나) 음란·퇴폐성 내용의 전단



3 벽보

□ 근거법령 : 시도 옥외광고물 등 관리조례안(시·도 표준조례안) 제14조

- 지정게시판 또는 지정벽보판에 부착하여야 하며, 하나의 지정게시판 또는 지정벽보판에는 동일한 내용의 벽보를 하나만 부착하여야 함
- 벽보의 크기는 적법하게 설치된 게시시설의 규격 이내에서 표시

○ 지정벽보판(게시판) 외에 부착된 벽보

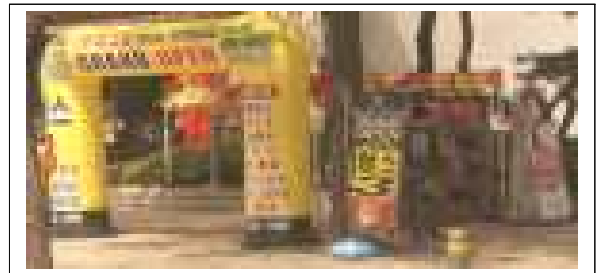


4 입 간 판

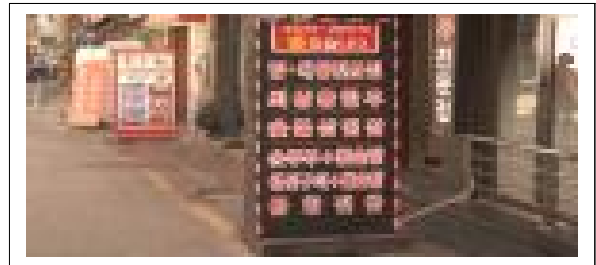
□ 근거법령 : 시도 옥외광고물 등 관리조례안(시·도 표준조례안) 제11조

- 건물의 부지 안에 설치, 자사광고에 한해 표시 가능
- 전기를 사용하거나 조명 보조장치를 하여서는 안됨
- 간판의 윗부분까지의 높이는 지면으로부터 1.2미터 이하, 1면의 면적은 0.6제곱미터 이하, 간판의 합계면적은 1.2제곱미터 이하
- 영업 또는 근무시간 외에는 자기 사업장 또는 건물 안으로 이동

(가) 자기 업소 건물 면으로부터 1미터 밖에 있는 입간판



(나) 전기 혹은 조명을 사용한 입간판



붙임2

불법 유동광고물 신고방법

① 앱 스토어(App Store)에서 “안전신문고(구 생활불편신고)” 설치

② “안전신문고 앱(App)” 접속



③ 생활불편신고-불법광고물 선택

④ 불법광고물 사진 혹은 동영상 첨부



⑤ 내용입력 및 위치정보 전송
(신고하는 위치 자동 등록)

⑥ 불법광고물 조치결과 확인

- ▶ 해당 지방자치단체에서 불법 옥외광고물 조치후 SMS(단문자) 발송
- ▶ 안전신문고앱에서 처리내용 확인 가능

1**경기 안양시****□ 옥외광고물 DB관리시스템 구축 및 전수조사 사업 실시**

- (주요내용) 옥외광고물 DB관리시스템 구축하고 관내 옥외광고물 전체를 전문장비(PDA)를 활용한 옥외광고물 전수조사
- (사업성과) 옥외광고물 전수조사 완료(96,698건), 불법광고물 (21,994건) 양성화 추진

□ 청소년 유해전단 투기 불법광고물 단속

- (주요내용) 주요상권과 주변주택가에 유흥업소전단이 무분별하게 투기되고 있어 경찰서, 지구대, 환경위생과 등 관련 부서와 합동단속을 실시하여 불법 광고주를 적발하고 과태료 부과 및 행정고발 등 강력한 법적조치
- (사업성과) '20년 15회 단속, 85명 참여, 수거전단 891매 수거, 유흥업소 48회 홍보 등

2**경남 김해시****□ 신도시 불법 고정광고물 양성화 추진**

- (주요내용) 신도시 본격 입주시작전 전수조사를 거쳐 372개 간판에 대해 적법간판은 양성화 등록, 불법간판은 자진철거 유도
 - 1:1상담, 양성화 절차안내, 불법광고물 자진철거 등 계도
- (사업성과) 양성화 131건, 자진철거 53건, 적용배제 153건 등 체계적인 정비로 불법광고물 감축

□ 불법 기획광고물 근절을 위한 민관합동 기동반 운영

- (주요내용) 게릴라식 현수막 단속을 위해 김해시광고업협동조합과 협약을 통해 5개 거점지역으로 나누어 5팀(시청3팀, 조합2팀)으로 구성 운영
- (사업성과) 24시간내 제거를 위한 기동반 운영을 통해 2,592건 정비

3

경기 부천시

□ 불법광고물 정비대상 상위 3개 업소 광고주 인식 개선

- (사업내용) 일반음식점, 이·미용업, 부동산중개업 등 18,000개 업소를 대상으로 옥외광고물 허가·신고 관련 홍보 실시
 - 허가·신고 안내문 발송, 양성화 관련 홍보물(6회, 114,700개), 홍보만화(2종) 제작·배포

4

경기 평택시

□ 불법전단지 특별 야간단속반 운영

- (사업내용) 매주 화~토요일 18~23시에 기간제 근로자 6명으로 단속반을 구성하여 중심상업지역에서 야간에 살포되는 불법 전단지 및 벽보 사진촬영 및 정비
- (사업성과) 전단지 47,168장, 벽보 69,098장 수거, 전화번호 이용 중지 : 101건(청소년유해 24, 불법대부 77)

5

부산 동구

□ 불법광고물 없는 “깨끗한 거리” 지정

- (추진배경) 시내 주요 간선도로, 교차로 등 불법광고물 청정지역을 지정하여 불법광고물 즉시 철거 등을 통한 보행친화거리 조성
- (사업내용) 주요 교차로 등 3개소 불법 유동광고물 금지구간 지정
 - 특별단속반 편성, 일 2회이상 순찰, 불법광고물 즉시 철거
 - 청정지역 불법 광고물 삼진아웃제 도입, 2차 제도 후 적발 시 강력한 행정처분

□ 불법광고물 신고 모니터단 운영

- (사업내용) 불법광고물 앱을 활용하여 실시간 신고를 하거나 정책 및 제도개선을 건의하는 모니터단을 운영하여 불편한 생활환경 개선
 - 구성현황 : 공무원 37명 구민(지역단체 등) 40명
- (사업실적) 332건 접수 및 처리 완료

6 부산시 부산진구

□ 옥외광고 허가(신고) 활성화를 위한 홍보물 제작·배부

- (제작물품) 휴대용 손소독제(용량 60ml/ 크기 9.2cm*4.2cm)
- (홍보문안) 무허가 간판은 NO!, 구청에 허가(신고)후 설치하세요~
- (예산/수량) 1,000천원/560개(예산 1,000천원/ 1,620원*560개)
- (배부대상) 업종별 인·허가 신고자, 인·허가신고 부서(경유) 영업주, 옥외광고협회 회원 등

7 경북 안동시

□ 현수막 실명제 시행

- (주요내용) '18.7.1부터 본격적으로 현수막 실명제 시행, 안동시에 게첨하는 모든 현수막에 적용, 옥외광고 업체에서 '내가 만든 광고물은 내가 책임진다'라는 선진 광고문화 확산
- (기대효과) 불법현수막 60%이상 감소 등