

‘규제의 숲’에 갇혀 있는 광고 산업... 혁신 통해 성장 이어가야

광고계, 광고시장 활성화를 위한 ‘14개 개선방안’ 제안

올해 우리 경제는 코로나19로 마이너스 성장이 예상되는 가운데 한국광고총연합회, 한국광고주협회, 한국광고산업협회 등 광고 3단체는 지난 2월 25일 ‘2020년 광고시장 활성화를 위한 규제 혁신 방안’을 마련해 방송통신위원회와 문화체육관광부에 적극적인 규제 개선을 건의했다.

광고계는 “현재 국내 광고산업은 광고 거래·형식·양적 규제는 물론 내용 규제에 이르는 전방위적인 ‘규제의 숲’이라는 울타리에 갇혀 있는 우려스러운 상황”이라며 “광고시장 활성화와 미래 광고산업의 지속가능한 발전을 위한 토대를 마련하기 위해 ‘규제개선 3원칙(규제의 실효성 여부·비대칭 규제 해소·광고산업의 성장 기여)’에 입각해 14개 규제 개선방안을 건의한다”고 밝혔다.

이에 14개 정책 과제로 △이종매체 광고영업 금지 개선 △지상파 결합판매 해소 △정부광고 제도 개선 △지상파 중간광고 허용 △포괄적 네거티브 규제로의 전환

△광고총량규제 일원화 △협찬 및 협찬고지 완화 △라디오광고 개선 △방송광고금지품목 개선 △업종별 자율심의 제도 개선 △전문인 모델 제한 개선 △광고기본법 제정 △글로벌 사업자의 데이터 제출 의무화 △미디어데이터 허브 구축 등을 제시하고, 정책 변화와 개선을 통한 기대 효과를 강조했다.

광고3단체는 건의문에서 이종매체간 광고 판매 행위를 법으로 규제한 미디어법 제15조는 폐지해 지상파 미디어법의 역차별을 해소하고, 지상파 광고판매 시 중소방송 광고를 끼워팔도록 한 결합판매 제도로도 장기적으로 폐지하되, 한시적 일몰제를 도입 중소방송사를 위한 재정 지원이 필요하다고 밝혔다.

또 대표적 비대칭 규제인 지상파의 중간광고는 허용하고, 광고총량 규제 및 협찬·협찬고지는 유료방송과 일원화 할 것을 주장했다. 방송광고 규제 패러다임도 선진 광고기술 및 신유형 광고 도입이 용이하도록 포괄적 네거티브

브 규제에 전환해야 한다고 강조했다.

아울러 전문의약품, 조제분유 등 방송광고 금지 품목을 허용하고, 광고의 창의성 및 전문성 제고를 위해 전문의약품 및 식품 등에 전문가 모델을 금지하는 내용도 개선할 필요가 있다고 주장했다.

이밖에도 방송통신위원회, 문화체육관광부 등 부처별로 흩어져있는 광고 관련 법률 통합을 위해 광고기본법을 제정할 필요가 있으며, 유튜브 등 OTT 사업자의 공정경쟁을 위해 글로벌 사업자의 데이터 제출 의무화 및

미래 광고산업 발전을 위한 인프라 구축을 위해 미디어 데이터 허브 구축이 필요하다고 건의했다.

한국광고주협회 광혁 상무는 “미디어별로 상이한 성 장률을 보이고 소비행태가 빠르게 변화하는 시점에서 정부가 적극적으로 규제를 점검하고 공정한 경쟁을 위한 기반을 만들어야 한다”며 “이를 통해 광고 산업의 효율성을 제고하고 글로벌 경쟁력을 강화해 4차 산업혁명에 맞는 기업의 자유로운 마케팅 환경을 조성하길 기대한다”고 말했다. **K A A** 이순임 lee.soonim@gmail.com

광고시장 규제 개선 3원칙(규제의 실효성 여부/비대칭 규제 해소/광고산업 성장 기여)에 기반한 14개 제도 개선 방안

구분		개선방향
거래규제	이중매체 광고영업금지개선	•미디어협의 판매대행 광고 매체 제한 폐지
	자상파 결합판매 해소	•결합판매의 일몰제 도입 및 중소방송사 지원방안 강구 •초기(1~2년) 종교방송 제외/중기(3~4년) 네트워크방송사 외 중소방송사 제외/완성기(5년) 완전 해소
	정부광고 제도개선	•정부광고법상 용어 정비 •방송사 협찬을 대상에서 제외 •정부광고 업무를 위탁받는 수탁기관을 복수로 개선
형식 및 양적 규제	지상파 중간광고 허용	•방송법상 지상파 방송의 중간광고 금지 조항 삭제
	포괄적 네거티브 규제로 전환	•규제 패러다임 전환 •광고 유형 단순화 - 프로그램내 광고, 프로그램외 광고 및 중간광고로 구분
	광고총량 규제 일원화	•매체별 총량 규제 차별 폐지 •방송광고 시간 총량제, 유료방송 기준으로 일원화 •어린이 광고표시 자막 삭제
	협찬 및 협찬고지 완화	•협찬 허용 단서 조항 폐지 •협찬주명을 제목광고로 활용할 수 있도록 허용
내용규제	라디오 광고 제도 개선	•라디오방송에 한해 '라이브 리드' 허용 * Live Read : 제품/서비스에 대한 방송 중 안내 멘트
	방송광고 금지 품목 개선	•전문의약품의 방송/신문 광고 허용 •조제분유/조제우유 등 방송광고 허용 •독주(알콜성분 25도 이상)에 한해 방송 광고 금지
	업종별 자율심의 제도 개선	•업종별 사전 광고심의 절차 축소, 사후 심의 위주로 개편 •표준화된 사전 심의 규정 제정
	전문인 모델 제한 개선	•전문인 모델 금지 규정 폐지(허가받은 효능, 효과 외 메시지 전달 금지) •전문인 모델 분장 금지 규정 폐지
혁신을 위한 제도 지원	광고기본법 제정	•광고관련 법률 통합 - 광고 정의, 광고규제 기본원칙, 포괄적 네거티브 규제, 광고진흥기금 징수 및 관리방안 등
	글로벌 사업자의 데이터 제출 의무화	•정보통신망법 개정으로 광고 등 매출 상황 자료 제출 조항 추가
	미디어데이터 허브 구축	•미래 광고산업 발전을 위한 인프라 구축 - 민관 합동 추진위원회 구성 및 설립