

의안번호	제 호	의결사항
의결 연월일	20 . . (제 회)	

방 송 법 시 행 령 일 부 개 정 령 안

제 출 자	국무총리 (방송미디어통신위원회 소관)
제출 연월일	20 . .

법제처 심사 전

1. 의결주문

방송법 시행령 일부개정령안을 별지와 같이 의결한다.

2. 제안이유

미디어 환경의 급격한 변화에 따라 방송광고 시장의 침체가 지속되고 있어 방송시장 활성화와 양질의 콘텐츠 제작재원 확충 등을 위하여 방송광고 허용시간 규제 등을 개선·보완하려는 것임

3. 주요내용

가. 방송프로그램광고, 중간광고 등의 허용범위·시간·횟수 또는 방법 등에 대한 사항을 개선(안 제59조)

- 1) 방송광고 허용 시간에 대한 방송프로그램 편성 시간당 규제를 폐지하고, 1일 총량은 1일 방송 시간의 100분의 20 이하로 완화하되 주시청시간대의 경우 해당 시간대의 100분의 20 이하로 제한
- 2) 중간광고 허용 방송프로그램의 최소 길이를 45분에서 30분으로 단축, 방송프로그램 길이별 허용 중간광고 횟수 확대

<방송프로그램 길이별 중간광고 최대 허용 횟수>

기존	개정안
45분 이상 60분 미만: 1회	30분 이상 45분 미만: 1회 이내
60분 이상 90분 미만: 2회	45분 이상 60분 미만: 2회 이내
90분 이상 120분 미만: 3회	60분 이상 90분 미만: 3회 이내

120분 이상 150분 미만: 4회	90분 이상 120분 미만: 4회 이내
150분 이상 180분 미만: 5회	120분 이상 150분 미만: 5회 이내
180분 이상인 경우: 6회	150분 이상인 경우: 6회 이내

3) 중간광고 시작 전 자막고지 시 크기 규제 폐지

4) 자막광고의 크기 제한을 화면의 4분의 1 이하에서 3분의 1 이하로
완화

5) 데이터방송채널 광고의 최초화면에서의 자막광고 크기 제한을
최초화면의 4분의 1 이하에서 3분의 1 이하로 완화

나. 가상광고의 허용범위·시간 등에 관한 사항을 개선(안 제59조의2)

1) 가상광고가 가능한 프로그램 범위를 어린이, 보도(스포츠 제외)·
시사·논평 등을 제외한 모든 프로그램으로 완화

2) 가상광고의 크기 제한을 화면의 4분의 1 이하에서 3분의 1 이하로
완화

다. 간접광고의 크기 제한을 화면의 4분의 1 이하에서 3분의 1 이하로
완화(안 제59조의3)

4. 주요토의과제

없 음

5. 참고사항

가. 관계법령 : 생 략

나. 예산조치 : 별도조치 필요 없음

다. 합 의 : OOOO부 등과 합의되었음

라. 기 타 : 1) 신·구조문대비표, 별첨

2) 입법예고(9999. 12. 31. ~ 12. 31.) 결과, 특기할 사항
없음

3) 행정규제 : 규제개혁위원회와 협의 결과, 이견 없음
- 규제 신설·폐지 등, 없음

방송법 시행령 일부개정령안

방송법 시행령 일부를 다음과 같이 개정한다.

제59조제2항제1호가목을 다음과 같이 하고, 같은 호 나목1)가) 중 “45분 이상 60분”을 “30분 이상 45분”으로, “1회”를 “1회 이내”로 하며, 같은 1) 나) 중 “60분 이상 90분”을 “45분 이상 60분”으로, “2회”를 “2회 이내”로 하고, 같은 1) 다) 중 “90분 이상 120분”을 “60분 이상 90분”으로, “3회”를 “3회 이내”로 하며, 같은 1) 라) 중 “120분 이상 150분”을 “90분 이상 120분”으로, “4회”를 “4회 이내”로 하고, 같은 1) 마) 중 “150분 이상 180분”을 “120분 이상 150분”으로, “5회”를 “5회 이내”로 하며, 같은 1) 바) 중 “180분”을 “150분”으로, “6회”를 “6회 이내”로 하고, 같은 목 2)나) 중 “것. 이 경우 자막의 크기는 화면의 32분의 1 이상이어야 한다”를 “것”으로 하며, 같은 호 마목 후단 및 같은 항 제4호가목 중 “4분”을 각각 “3분”으로 한다.

가. 채널별로 1일(방송미디어통신위원회가 정하여 고시하는 방송 개시 시점부터 방송 종료 시점까지를 말한다. 이하 이 목에서 같다) 동안 편성되는 방송광고 시간은 1일 방송시간의 100분의 20 이하로 할 것. 다만, 제50조제3항에 따른 주시청시간대에 편성되는 방송광고 시간은 해당 시간대 방송시간의 100분의 20 이하로

할 것

제59조의2제1항 각 호 외의 부분을 다음과 같이 한다.

다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방송프로그램의 가상광고는 허용되지 아니한다.

제59조의2제1항제1호 및 제2호를 각각 다음과 같이 하고, 같은 항 제3호를 삭제하며, 같은 조 제4항제1호 본문 중 “4분”을 “3분”으로 하고, 같은 호 단서를 삭제한다.

1. 어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램
2. 보도·시사·논평·토론 등 객관성과 공정성이 요구되는 방송프로그램. 다만, 스포츠 분야의 보도에 관한 방송프로그램은 허용한다.

제59조의3제1항 각 호 외의 부분을 다음과 같이 한다.

다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방송프로그램의 간접광고는 허용되지 아니한다.

제59조의3제4항제1호 본문 중 “4분”을 “3분”으로 하고, 같은 호 단서를 삭제한다.

부 칙

제1조(시행일) 이 영은 공포 후 1개월이 경과한 날부터 시행한다.

제2조(방송광고에 대한 적용례) 이 영은 시행일 0시부터 방송되는 방송광고부터 적용한다.

제3조(과태료 부과처분 등에 관한 경과조치) 이 영 시행 전의 위반행위에 대한 과태료 부과처분에 관하여는 종전의 규정에 따른다.

신 · 구조문대비표

현행	개정안
제59조(방송광고) ① (생략)	제59조(방송광고) ① (현행과 같음)
②법 제73조제2항에 따른 방송광고(비상업적 공익광고, 가상광고 및 간접광고는 제외한다. 이하 이 항에서 같다)의 허용범위·시간·횟수 또는 방법 등은 다음 각 호의 기준에 따른다.	②----- ----- ----- ----- -----.
1. 텔레비전방송채널(텔레비전방송채널의 텔레비전방송프로그램에 부가되는 데이터방송은 제외한다)과 라디오방송채널의 경우	1. ----- ----- ----- -----
<u>가. 매 방송프로그램 편성시간(해당 방송프로그램을 안내하는 고지가 시작되는 시간부터 다음 방송프로그램을 안내하는 고지가 시작되기 전까지의 시간을 말하며, 방송광고 시간 및 방송사업자의 명칭 고지 시간 등을 포함한다. 이하 이 호에서 같다)당 방송광고 시간은 해당 방송프로</u>	<u>가. 채널별로 1일(방송미디어통신위원회가 정하여 고시하는 방송 개시 시점부터 방송 종료 시점까지를 말한다. 이하 이 목에서 같다) 동안 편성되는 방송광고 시간은 1일 방송시간의 100분의 20 이하로 할 것. 다만, 제50조제3항에 따른 주시청시간대에 편성되는 방송광고 시간은 해당 시</u>

그럼 편성시간의 최대 100
분의 20 이하가 되도록 하
며, 채널별로 1일(방송미디
어통신위원회가 정하여 고
시하는 방송 개시 시점부
터 방송 종료 시점까지를
말한다) 동안 방송되는 각
방송프로그램의 편성시간
당 방송광고 시간의 비율
의 평균이 100분의 17 이
하가 되도록 할 것

나. 중간광고의 횟수, 시간 또
 는 방법 등은 다음의 기준
 에 따를 것

1) 중간광고의 횟수는 다음
 의 구분에 따르며, 중간
 광고의 시간은 매회 1분
 이하로 할 것. 다만, 운동
 경기, 문화·예술 행사
 등 그 중간에 휴식·준비
 시간이 있는 방송프로그
 램의 경우 휴식·준비 시
 간으로 한정하여 중간광
 고를 할 수 있으며, 이 경
 우 중간광고의 횟수와 매
 회 광고시간은 제한을 두

간대 방송시간의 100분의
20 이하로 할 것

나. -----

1) -----

지 않는다.

가) 방송프로그램의 시간
[중간광고 시간을 포
함한다. 이하 1)에서
같다]이 45분 이상 60
분 미만인 경우: 1회

나) 방송프로그램의 시간
이 60분 이상 90분 미
만인 경우: 2회

다) 방송프로그램의 시간
이 90분 이상 120분
미만인 경우: 3회

라) 방송프로그램의 시간
이 120분 이상 150분
미만인 경우: 4회

마) 방송프로그램의 시간
이 150분 이상 180분
미만인 경우: 5회

바) 방송프로그램의 시간
이 180분 이상인 경
우: 6회

2) 중간광고의 방법은 다음
의 기준에 따를 것

가) (생략)

나) 중간광고[1] 단서에

-----.

가) -----

----- 30분 이상 45
분 ----- 1회 이
내

나) -----
- 45분 이상 60분 ---
----- 2회 이내

다) -----
- 60분 이상 90분 ---
----- 3회 이내

라) -----
- 90분 이상 120분 --
----- 4회 이내

마) -----
- 120분 이상 150분 -
----- 5회 이내

바) -----
- 150분 -----
- 6회 이내

2) -----

가) (현행과 같음)

나) -----

것

다. (현행과 같음)

[illegible]

4. _____

4. _____

4. _____

가. 방송사업자가 데이터방송 채널을 안내하고 선택할 수 있도록 구성하는 최초 화면(이하 이 항에서 “최초 화면”이라 한다)에서의 방송광고는 자막광고에 한 하고, 자막의 크기는 최초 화면의 4분의 1을 초과할 수 없다.

나. (생략)

5. (생략)

③ ~ ⑤ (생략)

제59조의2(가상광고) ① 가상광고는 다음 각 호의 방송프로그램에만 허용된다.

1. 운동경기를 중계하는 방송프로그램

2. 오락에 관한 방송프로그램.
다만, 오락에 관한 방송프로그램 중 어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램은 허용되지 아니한다.

3. 스포츠 분야의 보도에 관한 방송프로그램

②·③ (생략)

가. -----

----- 3분 -----
-----.

나. (현행과 같음)

5. (현행과 같음)

③ ~ ⑤ (현행과 같음)

제59조의2(가상광고) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방송프로그램의 가상광고는 허용되지 아니한다.

1. 어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램

2. 보도·시사·논평·토론 등 객관성과 공정성이 요구되는 방송프로그램. 다만, 스포츠 분야의 보도에 관한 방송프로그램은 허용한다.

<삭제>

②·③ (현행과 같음)

④ 가상광고의 방법은 다음 각 호의 기준에 따른다.

1. 가상광고의 크기는 화면의 4분의 1을 초과하지 아니할 것. 다만, 이동멀티미디어방송의 경우에는 화면의 3분의 1을 초과할 수 없다.

2. ~ 4. (생략)

⑤ (생략)

제59조의3(간접광고) ① 간접광고는 교양 또는 오락에 관한 방송 프로그램에만 허용된다. 다만, 교양 또는 오락에 관한 방송 프로그램 중 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방송프로그램은 허용되지 아니한다.

1. · 2. (생략)

② · ③ (생략)

④ 간접광고의 방법은 다음 각 호의 기준에 따른다.

1. 간접광고의 크기(간접광고로 노출되는 상표, 로고 등 상품을 알 수 있는 표시의 크기를 말한다)는 화면의 4분의 1을 초과하지 아니할 것. 다만, 이동멀티미디어방송의 경우에는

④ -----
-----.

1. ----- 3
분-----.
<단서 삭제>

2. ~ 4. (현행과 같음)

⑤ (현행과 같음)

제59조의3(간접광고) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방송프로그램의 간접광고는 허용되지 아니한다.

1. · 2. (현행과 같음)

② · ③ (현행과 같음)

④ -----
-----.

1. -----

----- 3분-----
----- <단서 삭제>

화면의 3분의 1을 초과할 수
없다.

2. ~ 5. (생략)

2. ~ 5. (현행과 같음)

< 의안 소관 부서명 >

방송미디어통신위원회 방송광고정책과	
연 락 처	(02) 2110 - 1264