

미디어광고산업진흥법안

(양문석의원 대표발의)

의안 번호	11810
----------	-------

발의연월일 : 2025. 7. 29.

발 의 자 : 양문석 · 전용기 · 임오경
이기현 · 허성무 · 이광희
김동아 · 이언주 · 조계원
김주영 의원(10인)

제안이유

한국 광고산업은 코로나19와 디지털 플랫폼의 급속한 발전으로 인해 극심한 변화를 겪고 있음. 디지털 광고의 비중이 급격히 증가하면서 이러한 시장환경에 적응하지 못한 광고산업분야의 심각한 위기가 초래되고 있음. 글로벌 환경에 발맞춰서 한국 광고산업의 체질 개선 및 진흥을 위해 광고산업진흥법의 제정이 절실히 필요함.

현재 광고산업을 재정의하고 체계적이며 총괄적으로 지원할 수 있는 기본 법률이 없어 조사·연구, 인력 양성, 공정한 유통환경 조성이나 산업 생태계 보호 등 산업 진흥체계 마련에 대한 시장과 업계의 요구가 높아지고 있는 상황임.

이에 광고산업 진흥을 위한 기본적인 사항을 규정하여 광고문화를 진흥하는 기반을 마련함과 동시에 디지털 기술 발전, 글로벌화 등 시장 변화에 능동적으로 대응하고 시장 수요에 맞는 전문인력 육성 및

광고산업분야의 지원을 통해 건강한 산업 생태계를 조성함으로써 산업 경쟁력을 강화하고 국민경제 발전에 이바지하려는 것임.

주요내용

- 가. 이 법은 광고산업 진흥에 관한 기본적인 사항을 정함으로써 광고 산업을 효과적으로 진흥할 수 있는 기반을 구축하고 건전한 광고문화 확산과 국민경제 발전에 이바지함을 목적으로 함(안 제1조).
- 나. 문화체육관광부장관은 광고산업 진흥을 위하여 광고진흥종합계획을 수립하고 이를 시행·관리할 수 있음(안 제4조).
- 다. 문화체육관광부장관은 광고산업의 진흥에 필요한 사업을 체계적으로 수행하기 위하여 광고산업 진흥 업무를 전담(가칭 ‘미디어광고진흥재단’)하는 기관을 지정할 수 있음(안 제6조).
- 라. 정부는 광고산업을 진흥하기 위하여 필요한 관련 분야 전문인력의 양성을 지원할 수 있음(안 제7조).
- 마. 문화체육관광부장관은 개발된 광고기술이나 광고서비스의 이용·보급을 촉진하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 시범사업을 실시할 수 있음(안 제11조).
- 바. 문화체육관광부장관은 광고산업의 균형발전과 광고산업 활성화를 위하여 미디어광고산업균형발전 기본계획을 수립·시행해야함(안 제13조).
- 사. 문화체육관광부장관은 미디어광고산업의 균형발전을 위한 광고사

업자에 대한 지원 및 이행실적 평가 등을 수행하기 위하여 미디어
광고균형발전위원회를 설치·운영해야함(안 제14조).

미디어광고산업진흥법안

제1장 총칙

제1조(목적) 이 법은 광고산업 진흥에 관한 기본적인 사항을 정함으로써 광고산업을 효과적으로 진흥할 수 있는 기반을 구축하고 건전한 광고문화 확산과 국민경제 발전에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “미디어”란 정보나 의견을 전달하기 위하여 사용되는 도구, 수단·행위 또는 그 내용 전반을 말한다.
2. “광고”란 광고주가 상품·서비스 또는 그 밖의 알리고자 하는 정보를 광고매체 등을 통해 광고수용자에게 나타내거나 알리는 행위를 말한다.
3. “광고주”란 광고를 시행하는 주체를 말한다.
4. “광고수용자”란 광고주가 광고를 통해 상품, 서비스 또는 그 밖의 알리고자 하는 정보를 전달하고자 하는 대상을 말한다.
5. “광고매체”란 상품·서비스 또는 그 밖의 알리고자 하는 정보를 전달하기 위한 수단을 말한다.
6. “광고산업”이란 광고와 관련된 재화와 서비스를 통하여 부가가치

를 창출하는 산업을 말한다.

7. “광고사업자”란 광고의 제작·유통 등과 관련된 경제활동을 영위하는 자로서 다음 각 목을 제외한 자를 말한다.

가. 광고의 제작 또는 업무 대행을 의뢰하는 광고주

나. 광고매체를 운영하는 광고매체사업자

8. “광고매체사업자”란 광고매체를 운영하는 자를 말한다.

제3조(다른 법률과의 관계) 광고산업 진흥 및 광고 규제에 관하여 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 법에서 정하는 바에 따른다.

제2장 광고산업진흥 기본계획 등

제4조(광고진흥종합계획의 수립 및 시행) ① 문화체육관광부장관은 광고산업 진흥을 위하여 광고진흥종합계획(이하 “종합계획”이라 한다)을 수립하고 이를 시행·관리할 수 있다.

② 종합계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 광고산업 진흥의 기본방향
2. 광고산업 발전을 위한 제도 개선 사항
3. 광고산업의 기반 구축에 관한 사항
4. 광고산업 진흥을 위한 조사·연구 등에 관한 사항
5. 광고 전문인력 양성에 관한 사항

6. 광고사업자의 지원에 관한 사항
7. 광고 관련 단체의 육성에 관한 사항
8. 광고수용자의 권리 보호에 관한 사항
9. 광고산업의 국제협력 및 해외시장 진출 등에 관한 사항
10. 그 밖에 광고산업 진흥에 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항

③ 문화체육관광부장관은 종합계획의 수립 및 광고산업 진흥 등에 관하여 광고 관련 중앙행정기관의 장과 광고산업정책협의회를 구성·운영할 수 있다.

④ 문화체육관광부장관은 종합계획의 수립 및 광고산업 진흥 등에 관하여 필요한 경우 광고사업자, 광고 관련 단체 및 전문가 등에게 자문을 받을 수 있다.

제5조(광고산업 진흥 사업에 대한 지원) 정부는 광고산업 진흥에 관한 사업을 효율적으로 추진하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 사업시행자에게 필요한 경비를 지원할 수 있다.

제6조(전담기관의 지정 및 업무) ① 문화체육관광부장관은 광고산업의 진흥에 필요한 사업을 체계적으로 수행하기 위하여 광고산업 진흥 업무를 전담하는 기관(이하 “전담기관”이라 한다)을 지정할 수 있다.

② 전담기관은 다음 각 호의 사업을 한다.

1. 광고산업 진흥을 위한 정책 및 제도의 연구·조사·기획

2. 광고산업 실태조사 및 통계작성
 3. 광고 전문인력 양성
 4. 광고기술 및 광고서비스 등의 표준화 및 개발 지원
 5. 광고산업의 공정한 유통환경 조성
 6. 광고산업의 국제협력 및 해외진출 지원
 7. 광고수용자 권익보호
 8. 건전한 광고문화 확산을 위한 지원
 9. 광고표현물의 데이터베이스 및 종합정보시스템의 구축·유통·체계적 관리
 10. 광고산업 진흥에 관하여 문화체육관광부장관이 위탁한 사업
 11. 그 밖에 전담기관의 지정 목적을 달성하기 위하여 필요한 사업
- ③ 국가는 예산의 범위에서 전담기관의 운영 등에 필요한 경비를 지원할 수 있다.
- ④ 전담기관의 지정 및 운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제3장 미디어광고산업의 진흥 기반 구축

제7조(전문인력 양성의 지원) ① 정부는 광고산업을 진흥하기 위하여 필요한 관련 분야 전문인력의 양성을 전담기관을 통해 지원할 수 있다.

② 문화체육관광부장관은 제1항에 따른 전문인력 양성을 지원하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 전문기관을 통해 교육 및 훈련에 필요한 비용의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

제8조(공정한 유통환경 조성) ① 정부는 광고주와 광고사업자 간, 광고사업자 상호간 또는 광고사업자와 광고매체사업자 간에 공정한 유통환경을 조성하도록 노력해야 한다.

② 문화체육관광부장관은 광고주, 광고사업자 또는 광고매체사업자 등 이해당사자가 공정한 거래질서를 현저하게 침해한다고 판단하는 경우에는 공정거래위원회에 그에 대한 조사를 의뢰할 수 있다.

제9조(국제협력 촉진) ① 정부는 외국의 정부·단체 및 광고사업자와 광고산업에 관한 국제협력을 촉진하기 위하여 노력해야 한다.

② 문화체육관광부장관은 광고산업의 국제협력 및 해외시장 진출을 활성화하기 위하여 전담기관을 통해 다음 각 호의 사업을 지원할 수 있다.

1. 광고산업의 국제협력을 위한 조사·연구
2. 전문인력의 국제교류
3. 광고사업자의 해외시장 진출
4. 국제 및 국내 광고제 개최
5. 그 밖에 광고산업의 국제협력 및 해외시장 진출을 촉진하기 위하여 필요한 사업

제10조(표준화 지원) 문화체육관광부장관은 국내에서 개발되었거나

개발 중인 광고기술·광고서비스 등의 표준화에 관한 지원을 할 수 있다.

제11조(시범사업의 실시) ① 문화체육관광부장관은 개발된 광고기술이나 광고서비스의 이용·보급을 촉진하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 시범사업을 실시할 수 있다.

② 문화체육관광부장관은 제1항에 따른 시범사업에 참여하는 자에게 필요한 지원을 할 수 있다.

제12조(실태조사) ① 문화체육관광부장관은 광고산업 진흥을 위하여 필요한 경우 광고산업의 실태 및 광고 효과에 관한 조사를 할 수 있다.

② 문화체육관광부장관은 제1항에 따른 조사를 위하여 필요한 경우 광고사업자, 광고매체사업자, 그 밖의 관계 기관이나 관련 단체에 필요한 자료 제출이나 의견 진술 등을 요청할 수 있다.

제4장 미디어광고산업의 균형발전

제13조(광고산업 균형발전 기본계획 수립) 문화체육관광부장관은 광고산업의 균형발전과 광고산업 활성화를 위하여 노력하여야 하며, 이를 위하여 미디어광고산업균형발전 기본계획을 수립·시행하여야 한다.

제14조(미디어광고균형발전위원회) ① 문화체육관광부장관은 미디어광

고 균형발전을 위한 광고사업자에 대한 지원과 이행실적 평가 등을 효율적으로 수행하기 위하여 미디어광고균형발전위원회(이하 “위원회”라 한다)를 설치·운영한다.

② 위원회는 위원장 1명을 포함하여 11명의 위원으로 구성하되, 다음 각 호에 해당하는 사람을 포함하여야 한다.

1. 광고사업자가 추천하는 사람 3명
2. 광고매체사업자가 추천하는 사람 3명
3. 판사·검사 또는 변호사 근무기간을 합산하여 5년 이상 재직한 사람 1명
4. 공인회계사로 5년 이상 재직한 사람 1명
5. 「고등교육법」 제2조에 따른 학교에서 광고, 미디어, 행정, 경제, 경영, 법학 관련 학과의 교수로 5년 이상 재직한 사람 1명
6. 그 밖에 광고, 광고매체에 관한 지식과 경험이 풍부한 사람 2명

③ 위원회 위원은 문화체육관광부의 동의를 받아 위촉한다.

④ 위원회 위원장은 위원회 위원 중에서 문화체육관광부장관이 임명한다.

⑤ 위원회의 위원 임기는 3년으로 하되, 한 차례만 연임할 수 있다.

⑥ 위원회는 다음 각 호의 사항을 심의한다.

1. 미디어광고산업균형발전 기본계획
2. 미디어광고사업자 지원 이행실적 평가
3. 미디어광고 균형발전을 위한 지원사업의 성과

4. 그 밖에 미디어광고 균형발전을 위하여 필요한 사항

⑦ 위원회 운영에 따른 비용은 지원할 수 있다.

⑧ 위원회의 구성과 운영에 필요한 세부사항은 대통령령으로 정한다.

제15조(공익적 프로그램 제작 지원 등) ① 문화체육관광부장관은 미디어광고산업 발전을 위해 관련된 공익적 광고프로그램 제작 등을 지원할 수 있다.

② 문화체육관광부장관은 공익적 광고프로그램 제작 등을 위하여 방송통신발전기금의 활용에 관해 과학기술정보통신부장관과 방송통신위원회와 협의할 수 있다.

제5장 보칙

제16조(권한의 위임·위탁) 문화체육관광부장관은 이 법에 따른 권한의 일부를 대통령령으로 정하는 바에 따라 지방자치단체의 장에게 위임하거나 제6조에 따라 지정된 전담기관 또는 광고 관련 법인이나 단체에 위탁할 수 있다.

제17조(벌칙 적용 시의 공무원 의제) 제16조에 따라 권한을 위탁받은 사무에 종사하는 자는 「형법」 제129조부터 제132조까지의 규정을 적용할 때에는 공무원으로 본다.

부 칙

이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다.