

# 기금조성용 옥외광고물 디자인심의 가이드라인



한국지방재정공제회  
한국옥외광고센터  
KOREA OUT OF HOME ADVERTISING CENTER

# 기금조성용 옥외광고물 디자인심의 가이드라인



# CONTENTS

KOREA OUT OF HOME ADVERTISING CENTER

1	개요	배경 및 목적.....	5
		추진방법 및 방향.....	6
		범위 및 내용.....	6
2	기금조성용 옥외광고사업 관련 법령	사업근거.....	9
		기금조성용 옥외광고물의 종류 및 정의.....	9
		광고물 등의 설치기준.....	10
3	기금조성용 옥외광고물 현황	권역별 고속도로 및 광고물 수량.....	13
		권역 지도.....	14

## 4 광고물 외형 디자인 가이드라인

규격, 형태 및 디자인 .....	17
설치장소 및 방법 .....	20
광고물 (구조물) 색상 .....	21
광고물 (구조물) 재질 .....	21
광고물 (구조물) 기둥 재질 .....	22
조명 방식 .....	23

## 5 광고면 그래픽 디자인 가이드라인

그래픽 및 이미지의 표현 .....	25
문자의 표현 .....	25
색채의 표현 .....	27

## 6 광고 표시 및 금지내용

광고 표시내용 .....	29
광고 금지내용 .....	29

## 7 디지털 광고물 디자인 가이드라인

화면의 밝기 .....	31
화면 변환 .....	32
심의신청 및 기타사항 .....	32

## 8 디자인심의 기타사항

심의 생략 광고 .....	35
심의기준의 예외 적용 .....	35

## 별첨

신청서식 .....	36
관련 법령 .....	40

# 1

## 개요

- 배경 및 목적
- 추진방법 및 방향
- 범위 및 내용



## 배경 및 목적

주요 고속도로변에 설치 운영되고 있는 기금조성용 옥외광고물(지주이용광고물)은 접근성이 용이하고 노출빈도, 주목성이 높아 광고효과가 매우 우수한 옥외광고매체이다. 또한 국가적 자산으로 인식 될 정도로 옥외광고매체로서의 위상이 높은 공공재로서 옥외광고사업자뿐만 아니라 국민들의 관심도 점차 커져 가고 있다.

한국옥외광고센터(이하 '센터')는 이러한 기금조성용 옥외광고물을 보다 효과적으로 관리하기 위하여, 주변 경관과의 조화로운과 더불어 광고의 창의성과 다양성, 심미성 등을 구현할 수 있도록 기금조성용 옥외광고물 디자인 가이드라인(이하 '디자인 가이드라인')을 개발하여 제시해 왔고, 무엇보다 공공재로서의 공익적인 측면을 고려하여 관리에 힘쓰고 있다.

그런데 2008년 기금조성용 옥외광고사업의 시작과 함께 만들어진 디자인 가이드라인에 대하여 그동안 옥외광고사업의 환경변화에 부합한 수정·보완의 필요성이 꾸준히 제기되어 왔다.

옥외광고물 등 관리법 및 시행령은 사업 초기부터 현재까지 열 차례나 개정되었고, 2016년에는 <옥외광고물 등 관리법>에서 <옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률(이하 '옥외광고물법')>로 법률 명칭도 변경되었다. 이는 옥외광고물을 산업의 하나로 인식하고 옥외광고산업의 경쟁력을 높이는데 이바지하겠다는 취지가 컸다.

산업계에서는 옥외광고산업 진흥을 위하여 표현의 자유 등 규제개혁에 대해 지속적으로 요구하였고, 이에 정부도 불필요한 규제를 혁파하기 위해 부단히 노력해 왔다.

또한 기금조성용 옥외광고사업 초기에 센터에서 집합·대면방식으로 진행되어 오던 옥외광고 디자인 심의위원회 운영방식이 온라인 심의제도로 바뀌면서, 신속하고 정확한 심의를 위해 현 시점에 적합한 객관적이고 일관된 운영 규정인 기금조성용 옥외광고물 디자인심의 가이드라인(이하 '디자인심의 가이드라인')이 요구되었다.

특히 2019년에는 국내 최초로 기금조성용 디지털 옥외광고물이 도입됨에 따라 아날로그에서 디지털로 옥외광고 생태계는 또 한 번 크게 변화하였고 이에 맞는 세부규정도 필요하게 되었다.

이에 따라 기존 디자인 가이드라인을 개정하여, 규제 완화와 함께 현 시점에 맞고 미래를 담는 보다 합리적인 디자인심의 가이드라인을 제시함으로써 디자인 심의의 편의성과 합목적성을 높이고자 한다.

## 추진방법 및 방향

이번 디자인심의 가이드라인 개선 방안은 2008년에 제정된 디자인 가이드라인을 바탕으로, 5차에 걸친 관련분야 전문가들의 자문회의를 통해 만들어졌다.

먼저 해당 옥외광고 사업자를 통하여 제도개선 필요사항에 대한 의견을 수렴하였고, 자문회의를 통해 기존 디자인 가이드라인의 문제점을 분석하고 항목별 개선사항을 도출하는 방식으로 진행하였다.

디자인심의 가이드라인은 기금조성용 옥외광고물 설치(표시)를 위해 선행하는 디자인심의 운영에 있어 실질적으로 필요한 기준이니만큼 개념적이거나 철학적인 내용이 아닌 실용적이고 구체적인 가이드라인을 제시하고자 하였다.

또한 사업 초기보다 규제 완화의 관점으로 접근하여 수용성을 높이고자 하였고, 옥외광고사업의 환경변화와 트렌드를 반영하여 현 시점에 맞는 디자인심의 가이드라인을 제시하는 것과 함께 향후 지속발전 가능성을 염두에 두었고, 또한 공익적 측면에서 개선 방향을 찾았다.

## 범위 및 내용

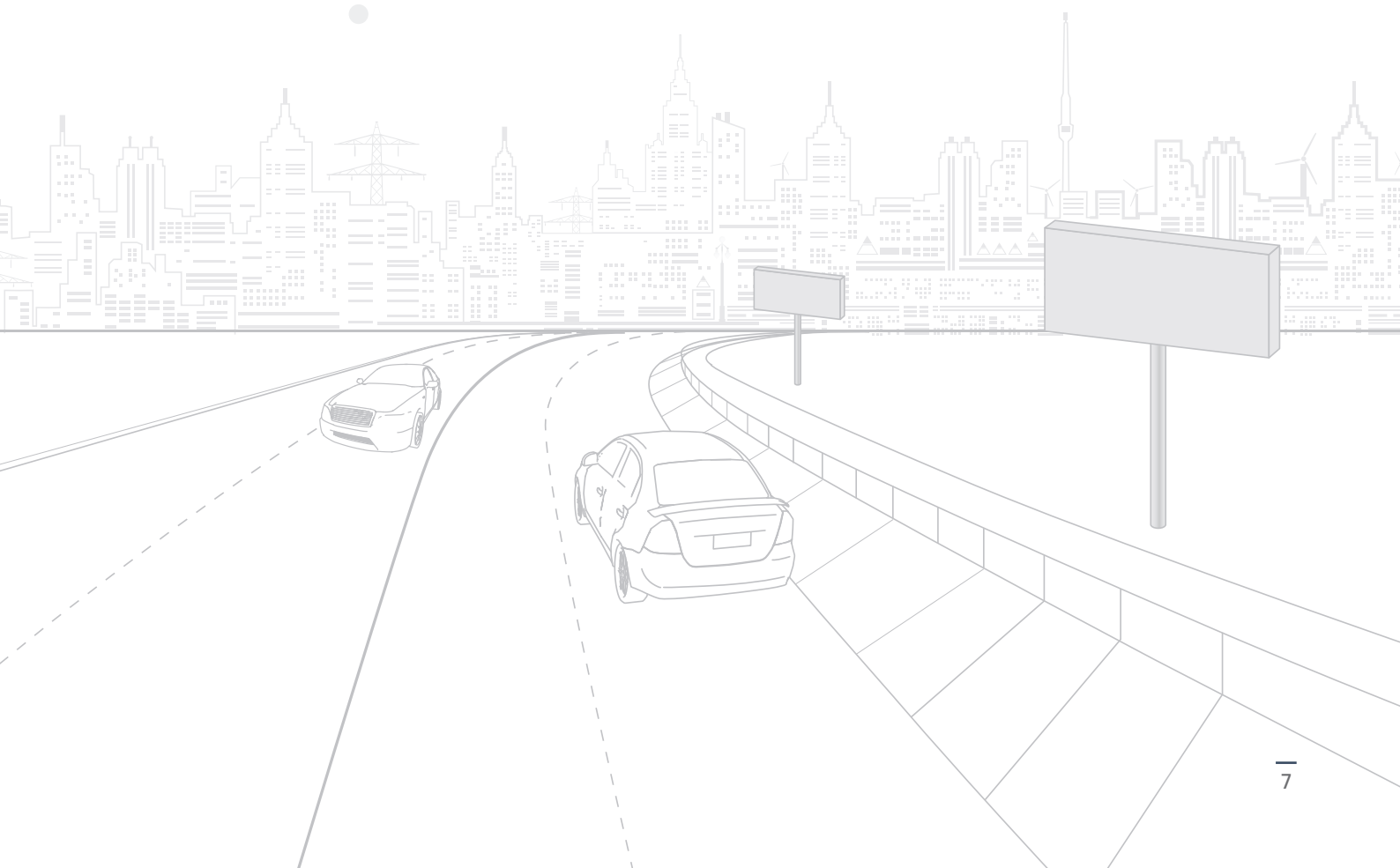
옥외광고물법에서 규정하는 기금조성용 옥외광고물의 종류로는 지주이용간판, 홍보탑, 옥상간판이 있다. 그러나 현재 운영되고 있는 기금조성용 옥외광고물은 모두 지주이용 간판이므로 이 점을 고려하여 이번 디자인심의 가이드라인에서는 지주이용간판에 대한 내용만을 담아 혼란을 방지하고 이용자의 편의성을 높이고자 했다.

기존 디자인 가이드라인에는 홍보탑과 옥상간판에 대한 설치기준과 내용도 포함되어 있었으나 두 종류의 광고물은 실제 설치될 시점에 현실에 맞게 운영되어야 할 것으로 판단하여 기존 디자인 가이드라인에 담겨 있었던 내용도 배제하였다.

이번 디자인심의 가이드라인의 모든 내용은 옥외광고물법을 근거로 하여 법규의 테두리 안에서 작성되었다.

주요 내용은 기금조성용 옥외광고물의 종류 및 정의, 현황, 광고물 외형 디자인, 광고면 그래픽 디자인, 디지털 광고물 디자인 가이드라인으로 구분하여 작성되었으며, 각 항목별 디자인에서 권장 또는 지양하는 내용으로 다루었다.

광고·디자인의 창의적 측면에서 볼 때 디자인심의 가이드라인에서 권장하는 디자인(안)을 구체화하여 제시하는 것은 창의적 발상에 제한을 둘 수 있으므로, 우수 광고안의 사례를 별도로 만들어 참고자료로 제시할 계획이다.





# 2

## 기금조성용 옥외광고사업 관련 법령

- 사업근거
- 기금조성용 옥외광고물의 종류 및 정의
- 광고물 등의 설치기준

기금조성용 옥외광고물 디자인심의 가이드라인



## 사업근거

법 제6조 제3항,  
제4항, 제6항

- 광고물 정비 및 주요 국제행사의 성공적 개최를 위한 자원마련을 목적으로 추진
- 옥외광고사업은 대통령령으로 정하는 설치기준 등에 따라 제7조의2에 따른 옥외광고 정책위원회 심의 및 행정안전부장관의 승인을 받아 제11조의4에 따른 한국옥외광고센터가 수행하며, 광고물등의 설치 기준·방법 등에 관하여 시장등과 협의하여야 함
- 광고물등의 위치·규격·디자인 등 설치기준과 그 밖의 옥외광고사업을 위하여 필요한 사항은 대통령령으로 정함

## 기금조성용 옥외광고물의 종류 및 정의

기금조성용 옥외광고물의 종류는 크게 지주이용간판, 홍보탑, 옥상간판으로 나뉜다. 또한, 지주이용 간판은 표현방법에 따라 평면형, 입체형, 복합형으로 구분한다. 옥외광고물법(이하 '법')과 시행령(이하 '령')에서 규정하고 있는 각 유형별 정의는 다음과 같다.

### - 지주이용간판(영 제3조제6호)

문자·도형 등을 표시한 목재·아크릴·금속재·디지털 디스플레이 등의 판을 지면에 따로 설치한 지주에 붙이거나, 문자·도형 등을 따로 설치한 삼각기둥·사각기둥·원기둥 등의 게시시설 기둥면에 직접 표시하는 광고물로 기금조성용 지주이용간판은 3가지 종류의 형태가 있다.

#### · 평면형 광고물(영 별표3)

광고판의 한 면 이상을 이용하여 광고내용을 문자, 그림, 이미지 등 평면적 형태로 표시하는 광고물

즉, 광고내용 전달을 목적으로 광고면(판)을 이용해 문자, 그림, 사진 등의 시각이미지를 평면적 형태로 표시하는 광고물을 말한다. 주로 실사출력에 의하거나 직접 도장하는 방법으로 제작됨

#### · 입체형 광고물(영 별표3)

원형, 사각기둥 등 입체적 도형이나 그 조합형태 또는 실물모형 등을 이용하여 광고형태를 입체적·조형적 형태로 표시하는 광고물

즉, 광고내용 전달을 목적으로 구, 기둥, 뿔 등 입체형 도형이나 그 조합형태 또는 실물모형 등을 이용해 광고내용을 입체적으로 표시하는 광고물을 말함

· 복합형 광고물(영 별표3)

평면형과 입체형을 조합한 형태로 광고내용을 표시하는 광고물

즉, 광고내용 전달을 목적으로 하며 광고면(판)의 평면적 형태를 기본으로 광고면(판)에서 상하좌우로 돌출하거나 부조나 환조처럼 입체적인 형태의 시각이미지를 복합적으로 사용해 광고내용을 표시하는 광고물을 말함

- 홍보탑(영 제30조 제2항 제1호, 영 별표3)

구조물을 설치하고 구조물을 직접 이용하거나 그 구조물에 목재·아크릴·금속재 등의 판을 부착해 문자·도형 등을 표시하는 광고물로 하나의 광고면의 크기는 가로 10m, 세로 5m(총 광고면적은 100㎡) 이내여야 하고, 광고물 윗부분까지의 높이는 10m 이내로 하되, 입체형·복합형 광고면적의 산정은 최대 외곽선을 사각형으로 가상연결한 면적 또는 단면적의 70%에 면수를 적용한다.

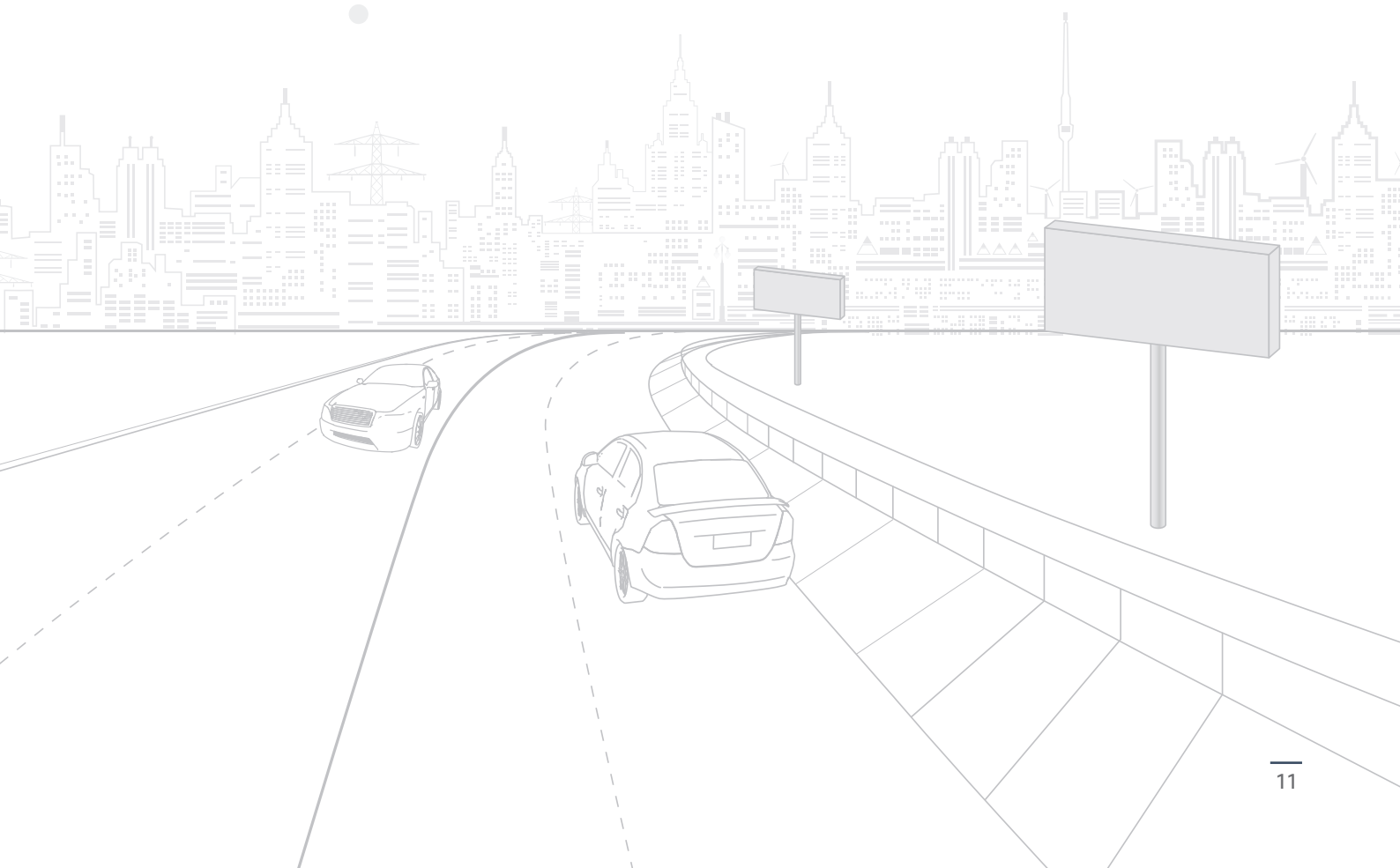
- 옥상간판(영 제3조 제5호, 영 별표3)

건물의 옥상에 따로 삼각형·사각형 또는 원형 등의 게시시설을 설치하여 문자·도형 등을 표시하거나 승강기탑·계단탑·망루·장식탑·옥탑 등 건물의 옥상구조물에 문자·도형 등을 직접 표시하는 광고물로, 고속도로변 기금조성용 지주이용간판의 설치가 어려운 지역의 50미터 이내에 인접한 건물에만 설치해야 한다.

## 광고물 등의 설치기준

영 제30조 제2항

- ① 광고물등의 종류·규격 및 설치장소 등 표시방법은 별도로 규정(영 별표3)
  - ② 광고물등의 표시기간은 별표1에 따라 3년 이내임
  - ③ 한국옥외광고센터는 옥외광고사업을 수행하려면 다음의 서류를 첨부하여 해당 지역의 시장등과 미리 협의하여야 함
    - 광고물등을 표시하려는 장소의 주변 원색사진 및 광고물등의 원색도안
    - 광고물등의 모양·규격·재료·구조·디자인 등에 관한 설명서 및 설계도서
    - 다른 사람이 소유하거나 관리하는 토지나 물건 등에 광고물등을 표시하려는 경우에는 그 소유자 또는 관리자의 승낙을 받았음을 증명하는 서류
    - 토지 또는 건물의 구조안전확인서류
- ※ 시장·군수·구청장과 미리 협의한 경우에는 허가 또는 신고한 것으로 인정



# 3

## 기금조성용 옥외광고물 현황

- 권역별 고속도로 및 광고물 수량
- 권역 지도

기금조성용 옥외광고물 디자인심의 가이드라인



## 권역별 고속도로 및 광고물 수량 (4차사업 기준)

권역	도로구간명	계획수량(기)		
		설치승인	설치완료	미설치
1	인천공항고속국도(인천계양구~인천중구)	21	21	0
	영동고속국도(기점~종점)	22	20	2
	경부고속국도(대구동구~부산금정구)	7	6	1
	광주원주간고속국도(기점~종점)	0	0	0
2	88올림픽대로(서울강남구~강서구)	18	18	0
	서해안고속국도(기점~종점)	9	9	0
	남해고속국도(기점~종점)	6	6	0
	호남고속국도(기점~종점)	6	5	1
3	경부고속국도(경기성남시)	6	6	0
	경부고속국도(청주시, 청원군, 옥천군, 영동군)	6	3	3
	제2경인고속국도(기점~종점)	3	3	0
	수도권제1순환고속국도(경기성남시)	3	3	0
	자유로(고양시~파주시)	1	1	0
	동부간선도로, 강변북로(기점~종점)	1	1	0
4	경부고속국도(서울서초구)	10	10	0
	대구부산고속국도(동대구JC~삼락IC)	5	2	3
	신공항고속국도(경기김포시)	2	2	0
6	경부고속국도(경기용인시)	9	9	0
	경부고속국도(경기오산시)	2	2	0
	경부고속국도(대전대덕구·동구)	1	1	0
	경부고속국도(경북김천시~구미시)	6	1	5
	제주도 공항로, 평화로 등(기점~종점)	0	0	0
7	경부고속국도(경기평택시~충남천안시)	11	8	3
8	88올림픽대로(서울강동구)	0	0	0
	수도권제1순환고속국도(서울송파구~경기구리시)	2	2	0
	중부고속국도(경기하남시~경기이천시)	6	6	0
	서울양양고속국도(기점~종점)	4	4	0
	수도권제1순환고속국도(경기남양주시~의왕시)	4	4	0
	경부고속국도(경북칠곡군~대구북구)	2	2	0
	88올림픽대로(송파구)	0	0	0
합 계		173	155	18

## 권역지도 (4차사업 기준)

★표는 전체 수량과 다를 수 있음

### 1권역 47

A	인천공항고속국도(인천 계양구~인천 중구)	21
B	영동고속국도(기점~충점)	20
C	경부고속국도(대구 동구~부산 금정구)	6

### 2권역 38

D	88올림픽대로(서울 강남구~강서구)	18
E	서해안고속국도(기점~충점)	9
F	남해고속국도(기점~충점)	6
G	호남고속국도(기점~충점)	5

### 3권역 17

H	경부고속국도(경기 성남시)	6
I	경부고속국도(청주시, 청원군, 옥천군, 영동군)	3
J	제2경인고속국도(기점~충점)	3
K	수도권제1순환고속국도(경기 성남시)	3
L	자유로(교양시~파주시) / 동부간선, 강변북로	2

### 4권역 14

M	경부고속국도(서울 서초구)	10
N	대구부산고속국도(동대구JC~삼척IC)	2
O	인천공항고속국도(경기 김포시)	2

### 6권역 13

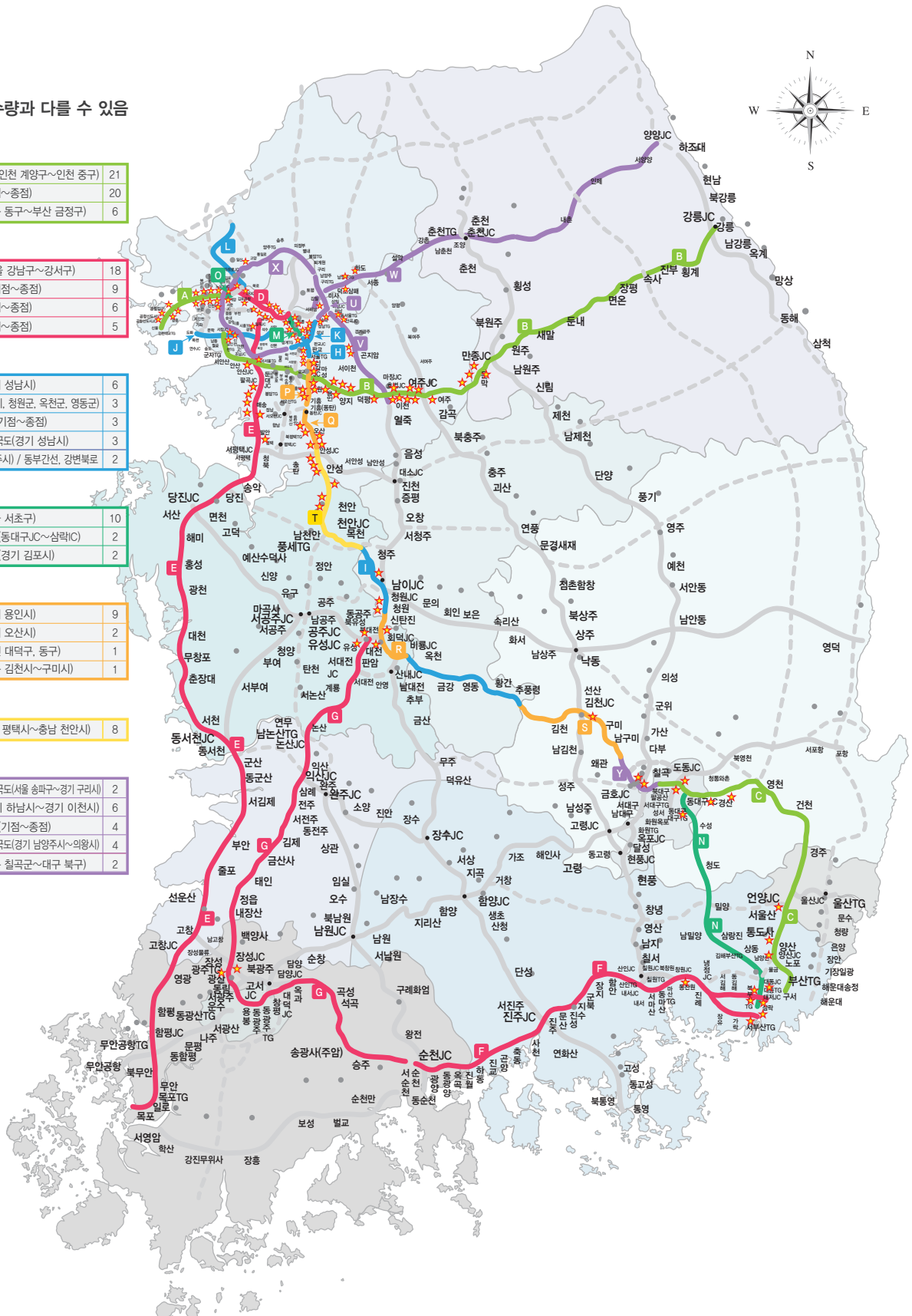
P	경부고속국도(경기 용인시)	9
Q	경부고속국도(경기 오산시)	2
R	경부고속국도(대전 대덕구, 동구)	1
S	경부고속국도(경북 김천시~구미시)	1

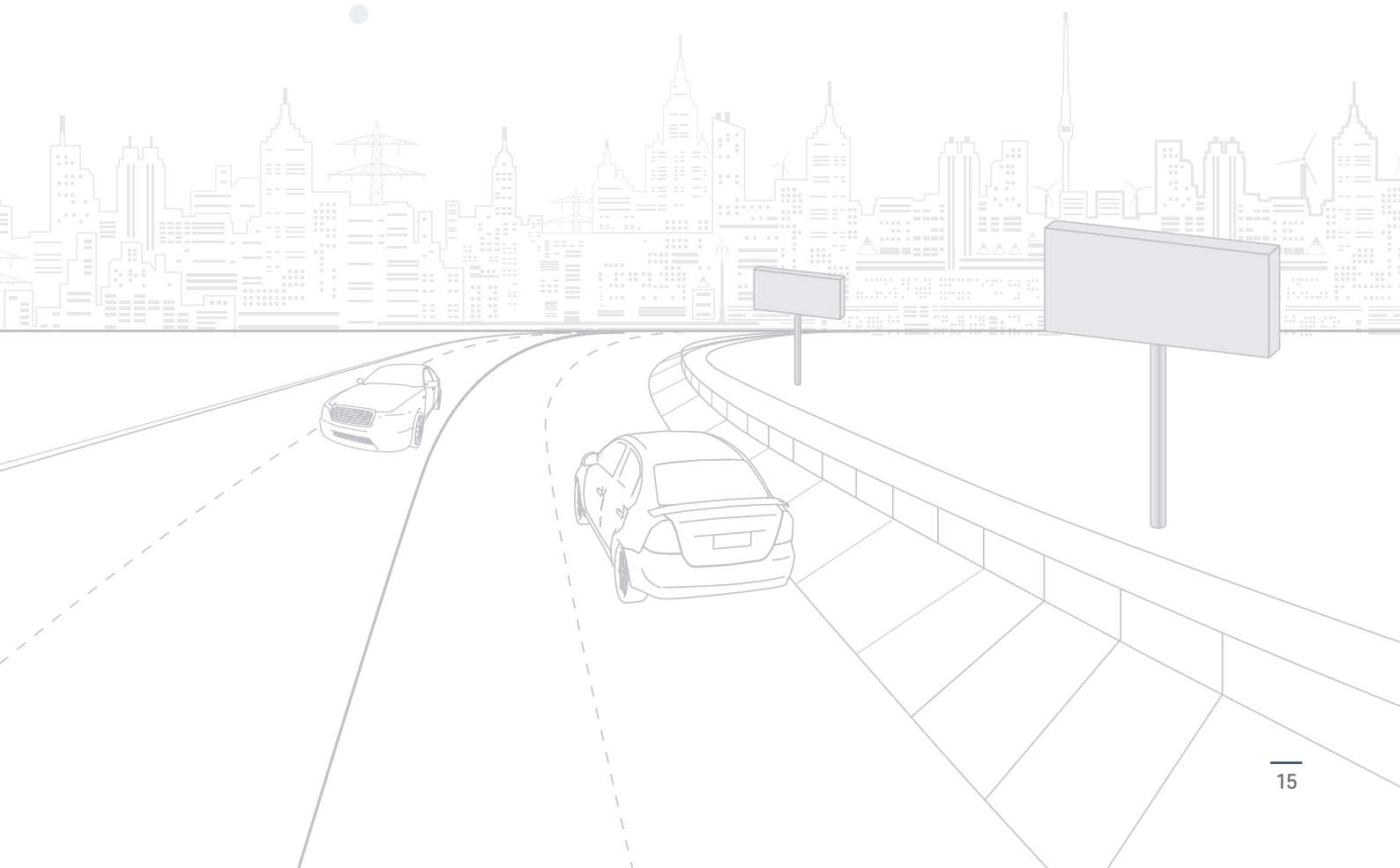
### 7권역 8

T	경부고속국도(경기 평택시~충남 천안시)	8
---	-----------------------	---

### 8권역 18

U	수도권제1순환고속국도(서울 송파구~경기 구리시)	2
V	중부고속국도(경기 하남시~경기 이천시)	6
W	서울양양고속국도(기점~충점)	4
X	수도권제1순환고속국도(경기 남양주시~의왕시)	4
Y	경부고속국도(경북 칠곡군~대구 북구)	2







# 4

## 광고물 외형 디자인 가이드라인

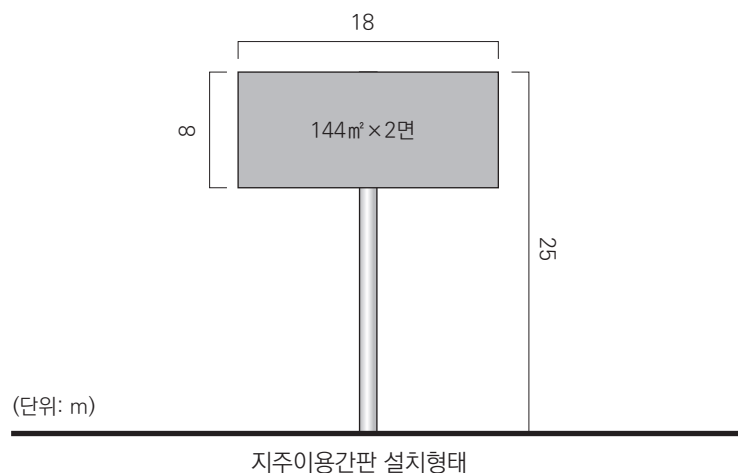
- 규격, 형태 및 디자인
- 설치장소 및 방법
- 광고물 색상
- 광고물 재질
- 광고물 기동 재질
- 조명방식



## 규격, 형태 및 디자인

### 1 평면형 광고물

- 크기 : 가로 18m × 세로 8m=144m<sup>2</sup> 이내
- 총 광고면적 : 288m<sup>2</sup> (144m<sup>2</sup>×2면) 이내
- 높이 : 도로면 수평 높이로부터 25m이하(게시시설의 높이 포함)  
※ 게시시설의 위치가 도로면 수평높이보다 낮은 경우에는 해당 높이만큼 더 높게 할 수 있음
- 지지구조 : 철골구조 노출 불가



### 2 입체형 광고물 \* 2020년 기준 입체형 광고물 없음

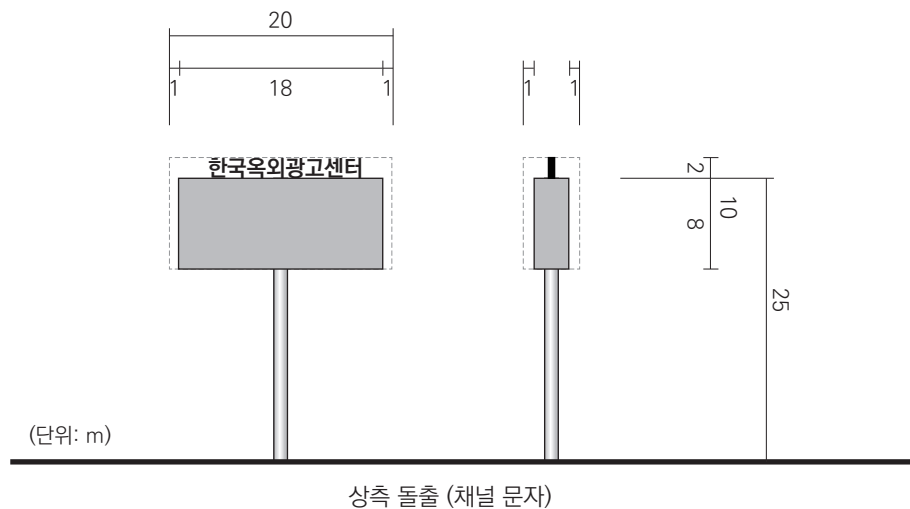
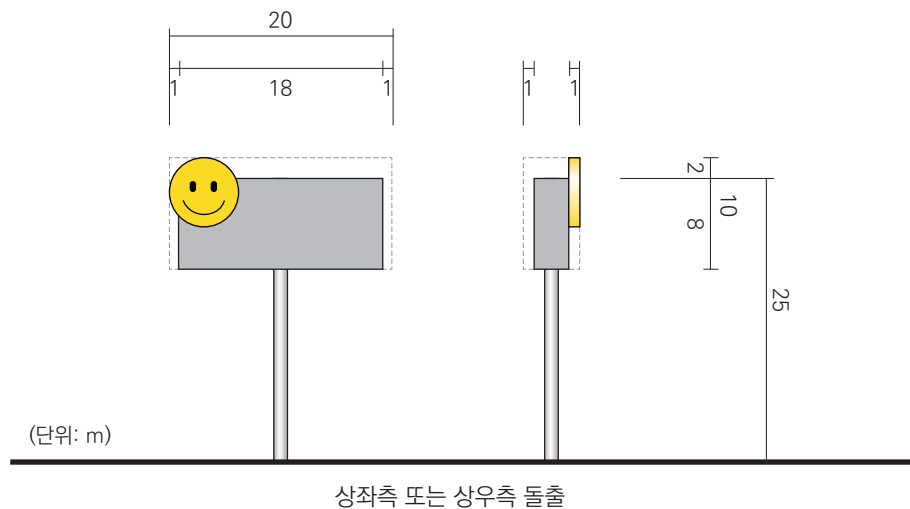
- 총 광고면적 : 최대 외곽선을 사각형으로 가상 연결한 길이가 가로 20m, 세로 10m 이내
- 형태 : 원형, 사각기둥 등 입체형 도형이나 그 조합형태 또는 실물모형 등을 이용하여 광고내용을 입체적·조형적 형태로 표시하는 광고물
- 높이 : 도로면 수평 높이로부터 25m이하
- 지지구조 : 철골구조 노출 불가

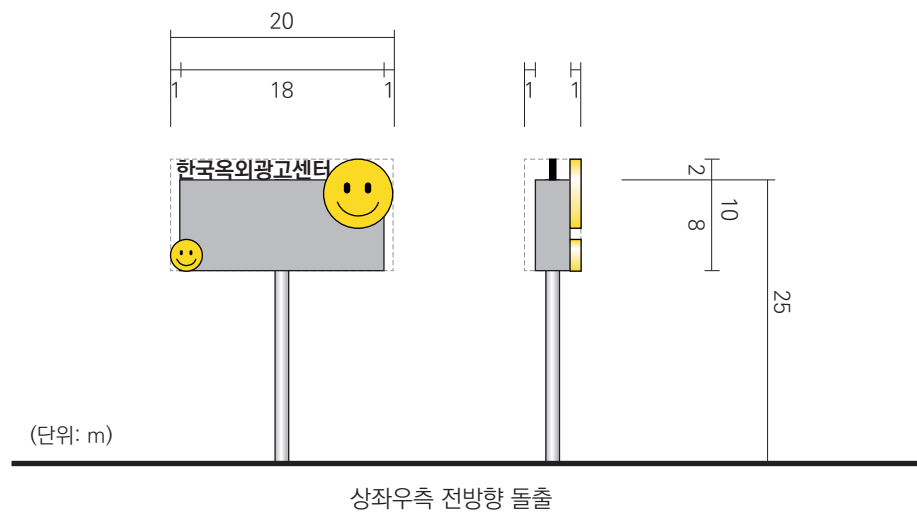
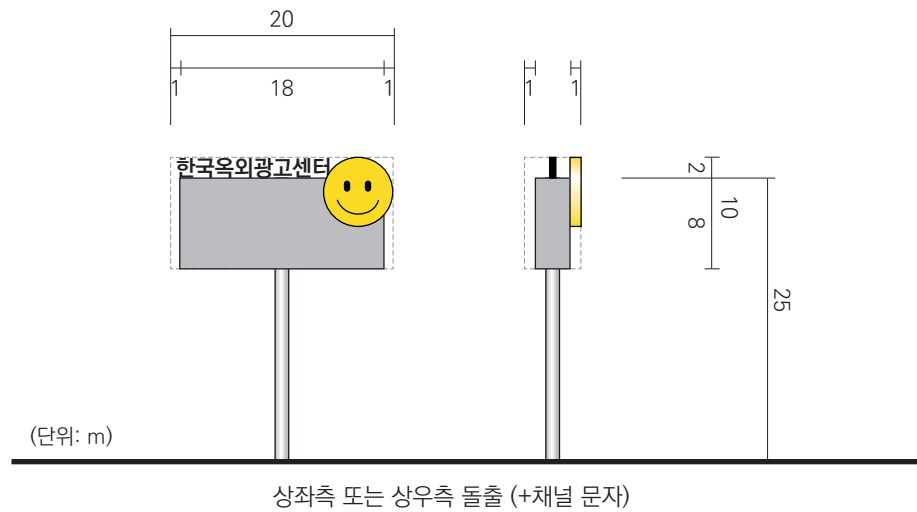
### 3 복합형 광고물

- 크기 : 기본 규격(가로 18m × 세로 8m)에서 돌출의 표현 가능
- 총 광고면적 : 최대 외곽선을 사각형으로 가상 연결한 길이가 가로 20m, 세로 10m 이내
- 높이 : 도로면 수평 높이 기준 최대 25m 이하

## - 돌출 기준

- 광고면을 기준으로 상, 하, 좌, 우, 전면으로 돌출 할 수 있다.  
※ 단, 광고물 설치형태에 따라 광고물 하단부의 돌출은 제한 될 수 있다.(광고물 하단부에 작업대가 있는 경우 방해되지 않는 선에서 돌출 가능)
- 상·하면 돌출은 총 최대 2m, 좌·우면돌출은 최대 2m, 전면돌출은 최대 1m를 초과할 수 없다.  
※ 디자인 측면에서 가변성이 있는 상단의 돌출 조형물은 광고물 윗부분까지의 높이 산정에서 예외로 한다.
- 복합형 광고물의 심의를 받고자 할 시에는 돌출부분, 규격, 범위, 소재를 기재한 도안을 제출한다.
- 심의위원회에서 복합형 광고물의 돌출사항에 관하여 구조안전검토자료 요청 시 전문 기관의 구조안전검토를 받고 서류를 제출해야 한다.

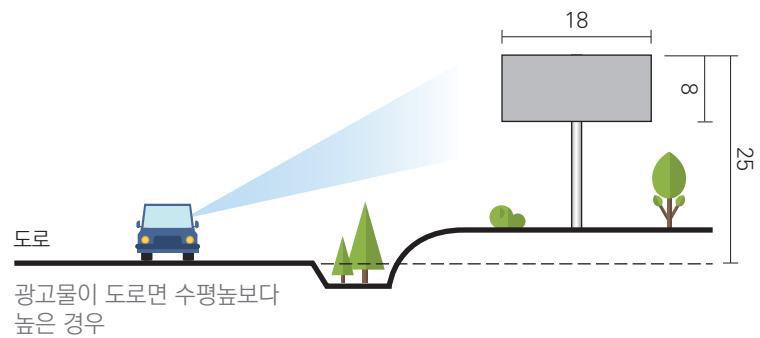
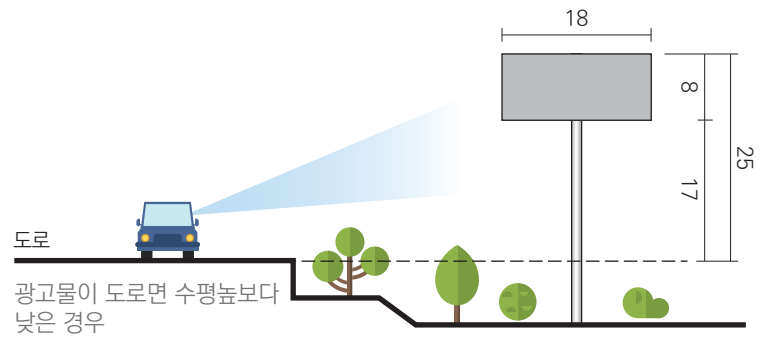
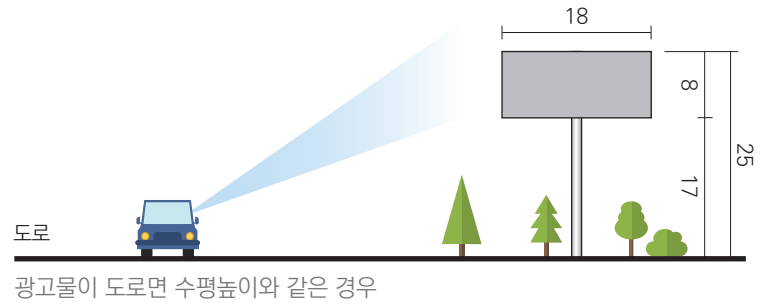




- 지지구조 : 철골구조 노출 불가

- 광고물 디자인

- 전체적인 조형성을 고려하여 창의성과 다양성을 구현 할 수 있도록 한다.
- 안전성에 지장이 없는 범위에서 표현할 수 있다.
- 연막 · 연기 · 안개 등 기체를 사용하여 표시하여서는 아니 된다.(서울시 조례 제2조제3항 제2호)



광고물 높이 예시

## 설치장소 및

### 방법

평면형, 입체형,  
복합형 공통사항

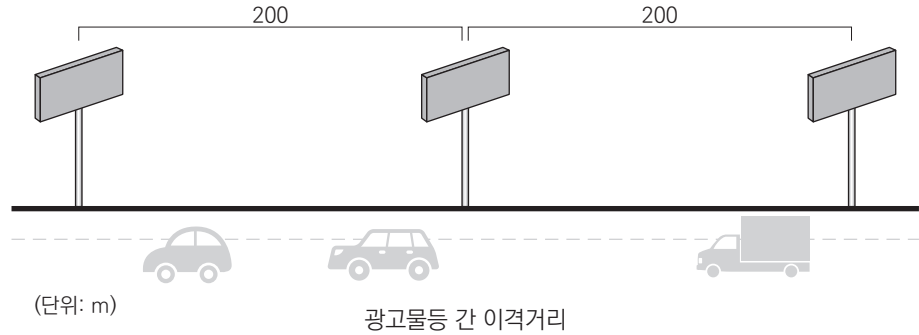
## 1 설치장소

- 도로 · 제방 · 하천 등 시설물의 기능이 유지되고, 자연수목이나 농작물의 생육에 지장이 없으며, 자동차 등의 운전 시계(視界)에 장애가 되지 않는 곳으로서 다음 각 목의 기준에 따라야 함

- 1) 고속국도, 일반국도, 특별시도 · 광역시도의 접도구역을 침범하지 않는 곳에 설치해야 하며, 접도구역이 없는 경우에는 도로의 갓길을 침범하지 말아야 함(도로법 제10조)
- 2) 철도보호지구로부터 30m 밖의 지역에 설치해야 함(철도안전법 제45조)
- 3) 개발제한구역 및 녹지지역(국토의 계획 및 이용에 관한 법률), 하천구역(하천법) 에도 설치할 수 있음

## 2 설치방법

- **이격거리** : 광고물등 간 이격거리는 주행방향을 기준으로 하여 200m 이상이 되게 설치해야 한다.



※ 지역적 특성 등을 감안한 설치특례(영 별표3)

나들목과 분기점, 올림픽대로, 인천국제공항고속국도, 경부고속국도(서울~안성 구간)에 대해서는 정책위원회의 심의를 거쳐 광고물등에 대한 안전성과 주변경관과의 조화가 충분히 확보되는 범위에서 도로 및 광고물간의 거리·높이 제한을 완화할 수 있다.

## 광고물 (구조물) 색상

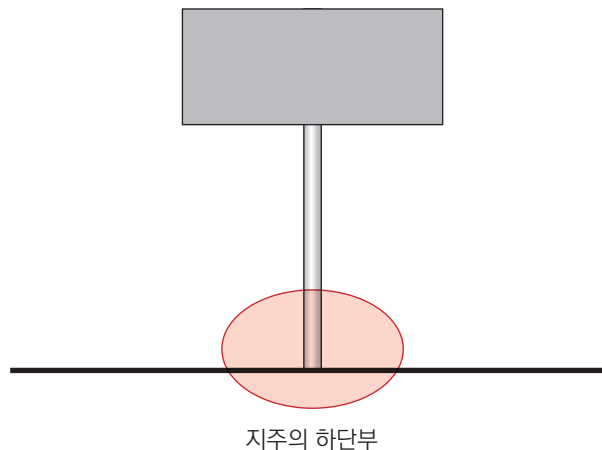
- 저채도의 색상을 사용한다.
- 어두운 계열의 단일색조를 권장한다.
- 주변 환경에 순응하는 색상을 권장한다.
- 녹이나 오염물에 의한 훼손이 적은 색상을 권장한다.
- 광고면을 돋보이게 하고 시각적 장애를 일으키지 않아야 한다.

### - 권장색상

PANTONE Black 6c	PANTONE Black 3c	PANTONE Black 5c
PANTONE Black 7c	PANTONE 5467c	PANTONE 4975c
암회색	암녹색	암갈색

## 광고물 (구조물) 재질

- 기후 및 계절변화, 자연재해에도 버틸 수 있는 견고한 재질을 사용한다.
- 구조적으로 안정된 재질을 사용한다.
- 불안정한 부착물, 문자 등의 표기물, 오염 등에도 부식되지 않는 재질을 사용한다.
- 광택소재의 사용을 금지한다.
- 구리 등 환경에 유해한 소재의 사용을 금지한다.
- 지주의 하단부 재질은 다음에 유의한다.
  - 하단 지지 부분과 지면이 닿는 부분에는 풍화에 의한 부식을 방지하는 재질을 사용해야 한다.
  - 하단 지주 지지고정부(일반적으로 콘크리트)는 지주이용간판을 견딜 수 있는 재질이어야 한다.
  - 하단 지주 지지고정부와 연결되는 볼트와 너트 부분은 보수가 용이한 재질이어야 한다.



## 광고물 (구조물) 기둥 재질

- 크리에이티브 관점에서 주 광고와 연관성이 있는 경우 광고물 기둥에 래핑 또는 도색을 할 수 있다. 단, 광고 폐첨 및 변경 시 원상복구를 원칙으로 한다.
- 광고의 특성에 어울리는 색상 및 디자인을 사용한다.
- 광고물의 기둥에 문자, 심볼 등 직접적인 표현을 금한다.
- 심의 시 지주의 표현(도색, 래핑 등)에 대한 세부 계획서(표시기간, 시물레이션 자료, 소재 및 방법 등이 표기된 시방서)등을 제출하여야 한다.

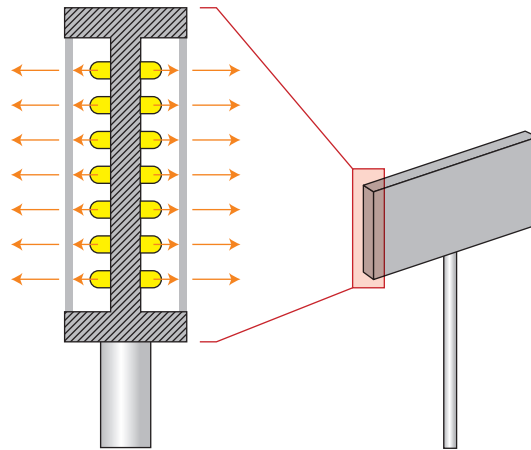
## 조명 방식

- 광고물 조명의 표현은 내부조명\* 방식을 원칙으로 한다.

\* 내부조명방식

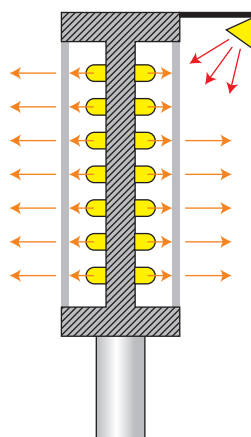
광 투과형 소재를 이용해 표면의 광고내용을 내부의 광원으로 투과시켜 표출하는 조명방식

- 내부에 사용하는 조명은 LED를 사용한다.
- 전기안전인증을 받은 제품을 사용하여야 한다.(KC인증 필수)

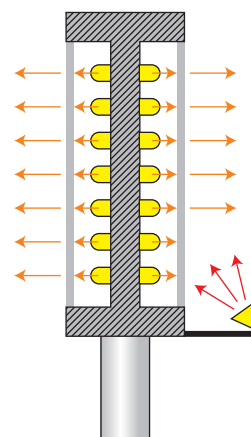


내부조명방식

- 광고 효과 향상을 위한 크리에이티브 표현일 경우 포인트 조명을 이용하여 표현할 수 있으며, 광고안 변경 시 원상복구를 원칙으로 한다.



포인트조명: 상부



포인트조명: 하부



# 5

---

## 광고면 그래픽 디자인 가이드라인

- 그래픽 및 이미지의 표현
- 문자의 표현
- 색채의 표현



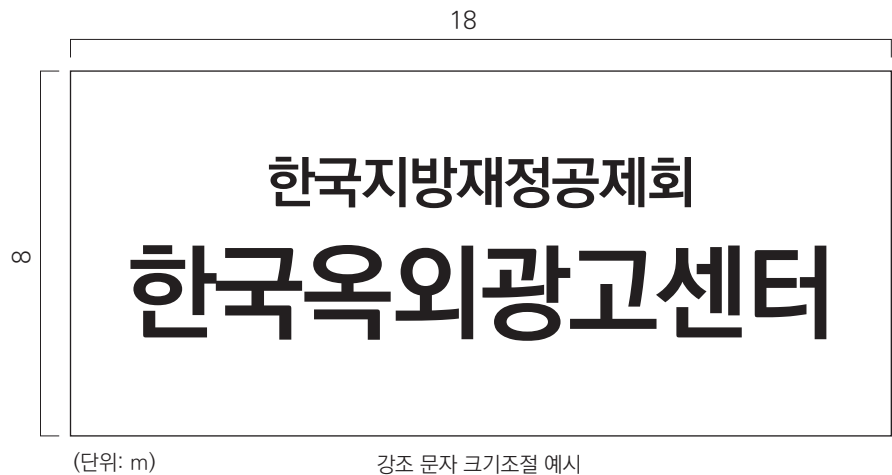
## 그래픽 및 이미지의 표현

- 광고의 시인성과 주목성을 높일 수 있는 디자인을 권장한다.
- 문자의 나열보다는 조형적이고 간결한 형태의 그래픽 및 이미지를 권장한다.
- 단순 문자표기보다는 로고나 이미지를 혼용한 디자인을 권장한다.
- 입체적인 그래픽 및 이미지를 권장한다.
- 복잡하거나 이해하기 어려운 그래픽 및 이미지 사용을 지양한다.
- 안전에 지장이 있는 디자인을 표시하여서는 아니 된다.

## 문자의 표현

### 1 표현방법

- 문자는 간결하고 단순하게 표현한다.
- 가독성과 심미성을 고려한 서체를 사용한다.
- 충분한 여백을 확보하고 문자의 굵기, 문자 폭과 간격을 조절하여 쉽게 읽을 수 있도록 한다.
- 글자 수가 지나치게 많지 않도록 한다.
- 글자의 모양을 같은 크기나 굵기로 나열하기보다 강조하고자 하는 부분의 모양을 크거나 굵게 하여 광고내용이 효과적으로 전달되도록 권장한다.



## ② 한글 표시방법(영 제12조제2항, 제3항)


- 광고물의 문자는 원칙적으로 한글맞춤법, 국어의 로마자표기법 및 외래어표기법 등에 맞추어 한글로 표시하여야 한다.
- 외국문자로 표시할 경우에는 특별한 사유가 없으면 한글과 병기(併記)하여야 한다.  
※ 특별한 사유는 「상표법」에 의거 특허청에 등록된 상표(한글 또는 외국문자가 포함된 내용)를 그대로 표시하는 경우
- 특별한 사유에 해당되더라도 글자 수가 지나치게 많거나 상표만으로 이해하기 어려운 경우는 부연설명을 권장한다.
- 한글을 병기하는 경우 문자의 크기는 최소 광고면 바탕 높이의 10%이상(보조표기 기준)으로 권장한다.

## ③ 문자의 크기

- 문자의 최대 크기는 바탕 높이의 2분의 1을 초과하지 않도록 권장한다.
- 크기가 작아 가독성을 저해하는 문자의 사용을 지양한다.
- 이미지 범주에 속한 작은 문자는 이미지로 볼 수 있다.

(단위 : m)

문자크기 정도	예시 이미지	사용여부	부연설명
광고면 바탕 높이의 60%		조정 필요	· 50% 이내로 크기 조정 필요
광고면 바탕 높이의 50%		사용 가능	· 주로 주표기에 사용 권장
광고면 바탕 높이의 40%		권장	· 주로 주표기에 사용 권장

문자크기 정도	예시 이미지	사용여부	부연설명
광고면 바탕 높이의 30%		권장	· 주표기에 사용 권장
광고면 바탕 높이의 20%		권장	· 주표기 및 보조표기에 사용 권장
광고면 바탕 높이의 10%		사용 가능	· 보조표기에 사용 권장
광고면 바탕 높이의 5%		조정 필요	· 보조표기 사용시 10% 이상으로 크기 조정 필요 · 이미지 범주에 속한 문자일 경우에는 허용

## 색채의 표현

- 색의 조화와 균형감, 시각적 · 심리적 안정감을 중시한다.
- 바탕색과 내용색이 조화를 이루도록 한다.
- 광고의 품격을 고려하여 색채를 사용한다.
- 광고물등의 바탕색에 적색류 또는 흑색류를 사용할 경우 톤을 조정한다.
- 광고물등의 바탕색에 지나치게 자극적인 원색의 사용은 지양한다.
- 원색사용을 남용하게 되면 오히려 주목성이 떨어지므로 강조하려는 부분에만 포인트 색상을 사용한다.

# 6

---

## 광고 표시 및 금지내용

- 광고 표시내용
- 광고 금지내용

기금조성용 옥외광고물 디자인심의 가이드라인



## 광고

### 표시내용

- 안전에 지장이 없는 범위 안에서 표시할 수 있다.
- 광고의 내용은 진실해야 하며, 허위, 과대, 과장 광고가 될 수 있는 문구나 이미지 사용을 금한다.
- 난해한 문구나 이해하기 어려운 디자인은 지양한다.
- 공공성을 저해하는 문구나 이미지 사용을 지양한다.
- “최고”, “최상” 또는 “가장 좋은” 등의 최상급 표현을 사용하는 때에는 다음의 사항을 준수하여야 한다. (방송광고심의에 관한 규정 제18조제3항)
  - 최상급 표현은 합리적인 근거나 객관적인 자료를 통해 입증되어야 하며, 그 근거가 명확하게 명시된 자료를 센터에 제출하여야 한다.

## 광고

### 금지내용

법 제5조2항

- 범죄행위를 정당화하거나 잔인하게 표현하는 것을 금지한다.
  - 음란하거나 퇴폐적인 내용 등으로 미풍양속을 해칠 우려가 있는 것을 금지한다.
  - 청소년의 보호·선도를 방해할 우려가 있는 것을 금지한다.
  - 인종차별적 또는 성차별적 내용으로 인권침해의 우려가 있는 것을 금지한다.
  - 그 밖에 다른 법령에서 광고를 금지한 것을 표시해서는 아니된다.
- ※ 일반적인 주류 광고는 금지하나, 공익적 내용의 메시지를 담고 있거나, 청소년의 보호·선도를 방해할 우려가 없는 경우에는 표시할 수 있다.

# 7

## 디지털 광고물 디자인 가이드라인

- 화면의 밝기
- 화면 변환
- 심의 신청 및 기타사항

기금조성용 옥외광고물 디자인심의 가이드라인



## 화면의 밝기

- 화면의 밝기(발광표면 휘도)는 빛방사허용기준\*을 따른다.

\* 인공조명에 의한 빛공해방지법 시행규칙 [별표1], 비교의'사항에 의해 제4종의 빛방사허용기준을 적용함

- 디지털 광고물 바탕색이나 이미지, 글자 등에 백색을 사용할 경우 눈부심 방지를 위하여 '일몰시간 1시간 이전'부터 '일출시간 1시간 이후'까지 명도를 90% 이내로 조정한다.

밝기 정도	예시 이미지	가능여부
백색 바탕색 명도 100%		조정 필요
명도 95%		조정 필요
명도 90%		권장
명도 80%		권장



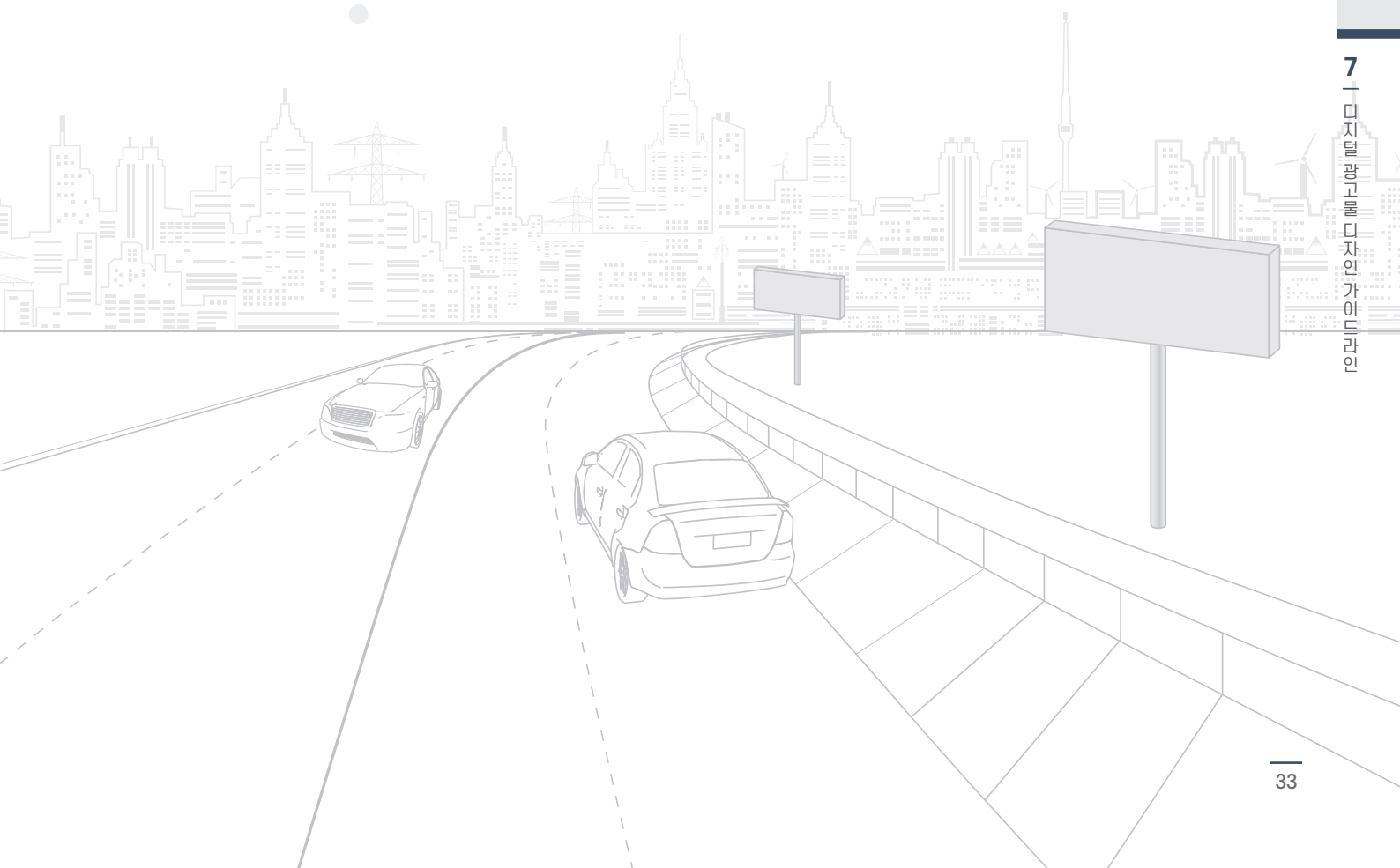
- 주·야간 빛의 눈부심을 고려하여 색상을 변화시켜 표현할 수 있으나 경미한 사항이 아닌 것은 모두 심의위원회의 심의를 받아야 한다.(주·야간 광고안 모두 심의를 받아야 함)
- 사업자는 디지털 광고물 신규 설치 시 광고물의 위치, 계절에 따른 날씨변화, 날씨, 미세먼지 등을 종합적으로 고려하여 테스트 후 도출된 데이터를 토대로 최적의 화면 밝기 기준을 센터와 협의하여 결정한다.(센터는 필요에 따라 사업자에게 해당 업무를 추가 요청할 수 있다.)

## **화면 변환**

- 정지화면 형태로 표출되어야 한다.
- 정지화면은 한 화면의 지속시간이 9초 이상이고 다른 화면으로의 전환시간은 1초 이내인 것을 말한다. 다만, 전체 화면의 일부 요소(그래픽, 문자 등)만 변환되고 교통안전에 방해가 없다고 판단될 경우, 심의위원회를 통해 표출여부를 결정할 수 있다.

## **심의신청 및 기타사항**

- 디지털 광고물의 광고 도안에 대하여 심의를 신청할 경우에는 [붙임 1]의 서식을 작성하여 담당자 메일로 제출 하여야 한다.
- 디지털 광고 중 데일리 이슈, 검색어 등 매일 변경되는 콘텐츠를 포함하는 경우 반드시 센터와 사전 협의 후 진행하도록 하고, 최초 심의를 득한 이후 매일 변경되는 콘텐츠나 텍스트는 광고 표시 전 센터와 공유한다.



# 8

---

## 디자인심의 기타사항

- 심의 생략 광고
- 심의기준의 예외 적용



## 심의 생략 광고

- 오픈API\*가 연동된 공공정보 및 공익광고의 경우 심의 절차를 생략 할 수 있으며, [붙임 2]의 서식을 작성하여 메일로 제출 하여야 한다.
  - 기존 심의 완료된 광고안에 대하여 경미한 사항\*\* 으로 판단되는 수정사항 발생 시 심의 위원회 재심의 없이 센터 내부 판단 후 결정할 수 있다. 이 경우 [붙임 3]의 서식을 작성하여 메일로 제출 하여야 한다.(센터는 필요에 따라 사업자에게 공문을 요청할 수 있다.)
- \* 오픈 API(Open Application Programming Interface, Open API, 공개 API)  
누구나 사용할 수 있도록 공개된 API를 말하며, 개발자에게 사유 응용 소프트웨어나 웹 서비스에 프로그래밍적인 권한을 제공함
- \*\* 일부 문자, 배열, 서체 및 색채 등 소량 변경의 경우

## 심의기준의 예외 적용

- 경관훼손을 하지 않는 한도 내에서 규제 완화가 필요하거나 경관관리를 위하여 규제 강화가 필요한 경우에는 심의위원회에서 별도로 정할 수 있다.

# 별첨 신청서식

---

- 디지털 광고물 심의신청 서식
- 공익광고 심의생략 신청 서식
- 유사광고 심의생략 신청 서식

**붙임 1** 디지털 광고물 심의신청 서식

**디지털 광고물 디자인 심의 신청 내역(2000년 0월 0주차)**

신청자		사업자명			
권역 (고속도로)	광고물 위치	광고주	광고내용	수량	비고
○권역 (○○고속도로)	○○시○○동 ○-○번지	(예시) 현대자동차	(예시) 제네○스	0	(예시) - 흰색 바탕사용으로 명도 조절
			그랜○		(예시) - 상표권 등록 등
			소나○		
:	:	:	:	:	:
합계		○개 광고주		○개	

**붙임 2** 공익광고 심의생략 신청 서식

**공익광고 신청 내역(2000년 0월 0주차)**

신 청 자	사업자명	요청기관	〇〇부, 〇〇청 등
광고내용		광고수량	〇개
송출기간	00.00.00 ~ 00.00.00	운영방식	00초+00초
예시 1.		예시 2.	
(광고수 만큼 작성)			
예시 3.		예시 4.	
비 고			
필요 시 부연설명(내용 없을 시 ‘비고’란 삭제 가능)			

**붙임 3** 유사광고 심의생략 신청 서식

**기 심의통과 광고 유사도안**

신 청 자	사업자명	광고물 위치	
광고주		광고 내용	
기존심의일자		계첨 기간	
기존심의안		유사도안	
1			
2			
비 고			
필요 시 부연설명(내용 없을 시 ‘비고’란 삭제 가능)			



# 별첨 관련 법령

---

- 옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률 시행령
- 인공조명에 의한 빛공해 방지법 시행규칙

옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률 시행령 **별표 3****기금조성 옥외광고물의 종류 등(제30조제2항제2호 관련)**

&lt;개정 2016. 7. 6.&gt;

종류	규격, 형태 및 디자인	설치장소 및 방법
1. 지주 이용 간판	<p>가. 광고면의 면적 또는 크기는 다음의 기준에 따른다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 평면형: 하나의 광고면의 크기는 가로 18m, 세로 8m 이내여야 하고, 총 광고면적은 288㎡ 이내로 해야 한다.</li> <li>2) 입체형, 복합형: 최대 외곽선을 사각형으로 가상 연결한 길이가 가로 20m, 세로 10m 이내</li> </ol> <p>나. 광고물 윗부분까지의 높이는 게시시설의 높이를 포함하여 도로면 수평높이로부터 25m 이하여야 한다. 다만, 게시시설의 위치가 도로면 수평 높이보다 낮은 경우에는 해당 높이만큼 더 높게 할 수 있다.</p> <p>다. 광고물의 형태는 다음 각 목과 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 평면형: 광고판의 한 면 이상을 이용하여 광고 내용을 문자, 그림, 이미지 등 평면적 형태로 표시하는 광고물</li> <li>2) 입체형: 원형, 사각기둥 등 입체형 도형이나 그 조합형태 또는 실물모형 등을 이용하여 광고내용을 입체적·조형적 형태로 표시하는 광고물</li> <li>3) 복합형: 평면형과 입체형을 조합한 형태로 광고 내용을 표시하는 광고물</li> </ol> <p>라. 게시시설은 구조확인 및 안전검사를 거쳐 하나 이상의 철골 또는 파이프 등 지주로 광고물을 지탱할 수 있도록 설치되어야 하고, 철재 게시 시설은 주변 환경 및 자연경관과 조화될 수 있도록 철골모양이 외부로 드러나지 않게 해야 하며, 안전성에 지장이 없는 범위에서 입체적·조형적 형태의 게시시설을 설치할 수 있다.</p> <p>마. 광고물의 디자인은 도시미관 및 자연환경과 조화될 수 있도록 하되, 광고의 창의성과 다양성을 구현할 수 있도록 해야 한다. 이 경우 한국옥외광고센터는 광고물 디자인에 관하여 관계 전문가 등에게 자문해야 한다.</p>	<p>가. 도로·제방·하천 등 시설물의 기능이 유지되고, 자연수목이나 농작물의 생육에 지장이 없으며, 자동차 등의 운전 시계(視界)에 장애가 되지 않는 곳으로서 다음 각 목의 기준에 따라야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 「도로법」 제10조에 따른 고속국도, 일반국도, 특별시도·광역시도의 접도구역을 침범하지 않는 곳에 설치해야 하며, 접도구역이 없는 경우에는 도로의 갓길을 침범하지 말아야 한다.</li> <li>2) 「철도안전법」 제45조에 따른 철도보호지구로부터 30m 밖의 지역에 설치해야 한다.</li> <li>3) 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 개발제한구역 및 녹지지역, 「하천법」에 따른 하천구역에도 설치할 수 있다.</li> </ol> <p>나. 광고물등 간 이격거리는 주행방향을 기준으로 하여 200m 이상이 되게 설치해야 한다.</p> <p>다. 「하천법」 제2조제2호에 따른 하천구역에 광고물을 설치하는 경우에는 다음 각 목의 사항에 유의해야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 홍수시 유수(流水)의 소통 및 하천관리에 지장이 없는 장소에 설치해야 하며, 광고물의 기초 바닥은 「하천법」 제10조제1항제4호에 따른 계획홍수위보다 낮아서는 안 된다.</li> <li>2) 제방에 설치하는 경우에는 「엔지니어링산업 진흥법」 제2조제4호에 따른 엔지니어링사업자 또는 「기술사법」 제6조에 따라 기술사사무소 개설등록을 한 기술사가 작성한 안전검토서를 첨부하여 하천관리청으로부터 하천점용허가를 받아야 하며, 제방이 도로 등 다른 기능을 겸하는 경우에는 다른 기능에 지장을 주지 않도록 설치해야 한다.</li> </ol>

종류	규격, 형태 및 디자인	설치장소 및 방법
2. 홍보탑	<p>가. 하나의 광고면의 크기는 가로 10m, 세로 5m(총 광고면적은 100㎡) 이내여야 하고, 광고물 윗부분까지의 높이는 10m 이내로 하되, 입체형·복합형 광고면적의 산정은 최대 외곽선을 사각형으로 가상연결한 면적 또는 단면적의 70%에 면수를 적용한다.</p> <p>나. 고속국도 휴게소 부지 안에서만 광고물 면적이 12㎡ 이내, 광고물등의 윗부분까지 높이가 지면으로부터 8m 이내인 전광류 간판을 설치할 수 있다.</p> <p>다. 그 밖의 사항에 대해서는 제1호 지주 이용 간판의 제3호부터 제5호까지의 규정을 준용한다.</p>	<p>가. 공항·철도역사·버스 및 항만터미널, 고속국도 휴게소(휴게소 진입로 및 출입로는 제외한다) 부지 안에만 설치할 수 있다.</p> <p>나. 도로경계선으로부터 1m 이상의 거리를 두어야 하며, 보행자 및 차량 등의 통행에 방해가 되지 않아야 한다.</p> <p>다. 적색·녹색·청색 등 각종 도로표지·교통안전 표지 등의 색상과 혼동될 우려가 있는 색상은 사용할 수 없다.</p> <p>라. 광고물등 간의 이격거리는 두지 않되, 이미 설치된 광고물과의 경합으로 인한 민원이 발생하지 않도록 해야 하며, 도시경관을 고려하여 설치해야 한다.</p>
3. 옥상간판	<p>표시규격은 제15조제6호를 준용한다.</p>	<p>가. 표시를 할 수 있는 건물 층수는 제15조제3호를 준용한다.</p> <p>나. 광고물등 간 이격거리는 주행방향기준 200m 이상이어야 한다. 다만, 자기의 건물에 그 건물명이나 자기의 성명·주소·전화번호·상호 또는 이를 상징하는 도형을 표시하는 광고물과 공업지역에 있는 공장 및 그 부속건물에 표시하는 광고물은 이 목에 따른 광고물 간의 이격거리를 적용할 때 광고물로 보지 않는다.</p> <p>다. 옥상간판은 고속국도변 지주 이용 간판의 설치가 어려운 지역의 50미터 이내에 인접한 건물에만 설치해야 한다.</p>

## • 비 고

- 전기를 이용하여 표시하는 경우에는 광원이 직접 노출되지 않도록 덮개를 씌워 표시해야 하며 빛이 점멸하지 않아야 한다. 다만, 정지화면 형태로 표출되어 한 화면의 지속시간이 9초 이상이고 다른 화면으로의 전환시간이 1초 이내인 디지털광고물은 제외한다.
- 지역적 특성 등을 감안한 설치특례
  - 나들목과 분기점, 올림픽대로, 인천국제공항고속국도, 경부고속국도(서울~안성 구간)에 대해서는 정책위원회의 심의를 거쳐 광고물등에 대한 안전성과 주변경관과의 조화가 충분히 확보되는 범위에서 도로 및 광고물간의 거리·높이 제한을 완화할 수 있다. 다만, 평면형 광고물등의 높이는 도로와의 이격거리를 초과할 수 없다.
  - 나. 산지지역에 설치하는 광고물의 총 광고면적 또는 크기는 지주 이용 간판 형태별 면적 또는 크기기준의 3분의 2 이내로 한다.
  - 다. 산지지역에 설치된 광고물등의 높이는 설치지점부터 산정한다.

## 인공조명에 의한 빛공해 방지법 시행규칙 별표 1

## 빛방사허용기준(제6조제1항 관련)

&lt;개정 2020. 5. 26.&gt;

## 1. 영 제2조제1호의 조명기구

측정기준	구분	적용시간	기준값	조명환경관리구역				단위
				제1종	제2종	제3종	제4종	
주거지 연직면 조도		해진 후 60분 ~ 해뜨기 전 60분	최대값	10 이하			25 이하	lx (lm/m <sup>2</sup> )

## 2. 영 제2조제2호의 조명기구

가. 점멸 또는 동영상 변화가 있는 전광류 광고물

측정기준	구분	적용시간	기준값	조명환경관리구역				단위
				제1종	제2종	제3종	제4종	
주거지 연직면 조도		해진 후 60분 ~ 해뜨기 전 60분	최대값	10 이하			25 이하	lx (lm/m <sup>2</sup> )
발광표면 휘도		해진 후 60분 ~ 24:00	평균값	400 이하	800 이하	1000 이하	1500 이하	cd/m <sup>2</sup>
		24:00:00 ~ 해뜨기 전 60분		50 이하	400 이하	800 이하	1000 이하	

나. 그 밖의 조명기구

측정기준	구분	적용시간	기준값	조명환경관리구역				단위
				제1종	제2종	제3종	제4종	
발광표면 휘도		해진 후 60분 ~ 해뜨기 전 60분	최대값	50 이하	400 이하	800 이하	1000 이하	cd/m <sup>2</sup>

## 3. 영 제2조제3호의 조명기구

측정기준	구분	적용시간	기준값	조명환경관리구역				단위
				제1종	제2종	제3종	제4종	
발광표면 휘도		해진 후 60분 ~ 해뜨기 전 60분	평균값	5 이하		15 이하	25 이하	cd/m <sup>2</sup>
			최대값	20 이하	60 이하	180 이하	300 이하	

## · 비 고

가. 조도 및 휘도의 뜻은 한국산업표준 KS A 3012(광학용어)에 따른다.

나. “주거지 연직면 조도”란 해당 조명기구로부터 방사되는 빛이 「건축법 시행령」 제3조의4에 따른 단독주택 또는 공동주택의 창면을 비출 때 그 창면에서의 연직면(鉛直面) 조도를 말한다. 이 경우 측정 대상 창면이 해당 조명기구가 설치된 조명환경관리구역 바깥에 위치할 때에는 조명기구가 설치된 조명환경관리구역의 빛방사허용기준을 적용한다.

다. “전광류 광고물”이란 영 제2조제2호에 따른 조명기구 중 발광(發光) 다이오드, 액정표시장치 등 전자식 발광기구 또는 화면변환의 특성을 이용하여 표시내용이 수시로 변하는 문자 또는 모양을 나타내는 조명기구를 말한다.

라. 점멸 또는 동영상 변화가 있는 전광류 광고물의 주거지 연직면 조도는 연출주기, 휘도 변화정도 등을 고려하여 2회 이상 측정한 연직면 조도 중 최대값을 기준으로 한다.

마. “발광표면”은 조명기구 및 그 조명기구가 광고 또는 장식을 목적으로 비추는 사물의 바깥면을 말한다. 이 경우 점멸 또는 동영상 변화가 있는 조명의 경우에는 연출주기 동안 발광하는 모든 부위를 포함한다.

바. 빛공해의 측정 및 평가 기준은 「환경분야 시험·검사 등에 관한 법률」 제6조에 따른 환경오염공정시험기준에서 정하는 바에 따른다.

사. 「옥외광고물 등 관리법」 제6조제3항 단서에 따른 옥외광고사업에 의해 설치되는 조명기구에 대해서는 설치지역에 관계없이 제4종의 빛방사허용기준을 적용한다.

## 연구책임

---

**박상배** 한국옥외광고센터장

**김승일** 한국옥외광고센터 광고사업부장

**정주애** 한국옥외광고센터 광고사업부 선임연구원

## 참여 자문위원

---

**김민기** 한국광고자율심의기구 회장, 전 송실대 교수

**김형은** CJ파워캐스트 매체운영팀 과장

**문철수** 한신대학교 미디어영상광고홍보학부 교수

**박진애** 종로구청 총무과 능력개발팀 팀장

**양지윤** 명지대학교 건축대학 공간디자인전공 교수

**정규상** 협성대학교 시각조형디자인학과 교수

**진삼기** (주)대한전광 상무

# 기금조성용 옥외광고물 디자인심의 가이드라인



발행처 한국지방재정공제회 한국옥외광고센터 광고사업부  
주소 04212 서울특별시 마포구 마포대로 136 지방재정회관 18층  
대표번호 02)3274-2842  
발행일 2020년 12월  
인쇄처 경성문화사 02)786-2999