

옥외광고 인지도 및 정책 수용성 조사 결과 보고서

2014. 6

(주)마크로밀엠브레인

CONTENTS

Confidential & Proprietary · Copyright © 2013 Macromill Embrain Company

I. 조사 개요	03
1. 조사설계	
2. 조사내용	
3. 조사 응답자 특성	
II. 조사 결과 및 분석	08
1. 옥외광고에 대한 관심 및 인식	09
2. 현재 옥외광고에 대한 평가	14
3. 현재 옥외광고의 문제점	19
4. 좋은 옥외광고의 조건	23
5. 간판개선사업에 대한 인지도 및 인식	25
6. 옥외광고 정책인식도	29
7. 옥외광고 정책인정도	41
8. 옥외광고 정책준수도	60
III. 요약	77



Part I

조사 개요

Confidential & Proprietary • Copyright © 2013 Macromil Embrain Company

1. 조사 설계
2. 조사 내용
3. 조사 응답자 특성

1. 조사 설계

구분	세부내용
조사 목적	<ul style="list-style-type: none"> 본 조사는 우리나라 국민의 옥외광고에 대한 인식과 관련 정책에 대한 수용도를 파악함으로써 향후 옥외광고 정책 개선을 위한 기초 자료를 수집하는데 목적이 있음
조사 대상자	<ul style="list-style-type: none"> 일반인 : 전국 16개 광역시도 거주, 20-59세 남녀 점포주 : 전국 7대 도시 거주, 일반 점포주 (기업/프렌차이즈 제외) 광고업자 : 전국 7대 도시 거주 광고업자 공무원 : 전국 16개 광역시도 지자체 옥외광고 담당 공무원
표본크기	<ul style="list-style-type: none"> 일반인: 총 1,000명 - 주민등록인구통계(2013년, 6월 기준, 안전행정부) 기준 전국 16개 시도 성별, 연령대별 비율에 따라 할당 점포주: 총 300명 광고업자: 총 100명 공무원: 총 155명
자료수집 방법	<ul style="list-style-type: none"> 일반인: 구조화된 웹 설문지를 이용한 온라인 조사 - 제안사가 보유한 전국 조사 패널 99만명을 마스터 샘플로 활용 점포주: 1대1 면접조사 광고업자: 리스트를 통해 전화 컨택 후, 구조화된 웹 설문지를 이용한 온라인 조사 공무원: 자기기입식 설문 - 배포 후 수거 / 웹설문을 통한 온라인 조사 병행
조사 기간	<ul style="list-style-type: none"> 2014년 5월 4주 - 6월 4주

2. 조사 내용

구분	세부내용	대상			
		일반인	점포주	광고업자	공무원
옥외광고에 대한 관심 및 인식	• 옥외광고에 대한 관심	<input type="radio"/>			
	• 옥외광고가 도시경관에 미치는 영향의 변화	<input type="radio"/>			
	• 옥외광고와 도시경관의 관계 인식	<input type="radio"/>			
	• 옥외광고를 안전상태에 대한 인식	<input type="radio"/>			
현재 옥외광고 평가	• 현재 옥외광고의 전반적 수준	<input type="radio"/>			
	• 현재 옥외광고의 관리 수준	<input type="radio"/>			
현재 옥외광고의 문제점	• 현재 옥외광고의 문제점	<input type="radio"/>			
	• 현재 옥외광고의 시급한 개선점	<input type="radio"/>			
좋은 옥외광고의 조건	• 좋은 옥외광고의 조건	<input type="radio"/>			
간판개선사업의 인지도 및 인식	• 간판개선사업 인지도	<input type="radio"/>			
	• 간판개선사업 추진거리 방문 경험	<input type="radio"/>			
	• 간판개선사업 효과 평가	<input type="radio"/>			
정책인식도	• 옥외광고물 정책 인지도	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	• 옥외광고물 정책 명확성		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	• 옥외광고물 정책 불명확 이유		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	• 옥외광고물 설치기준(표시방법) 점포주 안내 여부			<input type="radio"/>	
정책인정도	• 옥외광고물 정책 필요성	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	• 옥외광고 정책 목적부합성	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	• 옥외광고 정책의 목적 부적합 이유		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	• 옥외광고물 정책 적절성		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	• 옥외광고물 정책 부적절 이유		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
정책준수도	• 옥외광고물 정책 준수 실태	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	• 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책이 가장 준수 되지 않는 광고물				<input type="radio"/>
	• 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책이 가장 준수 되지 않는 광고물 사유				<input type="radio"/>
	• 옥외광고물 정책 단속 집행력 평가				<input type="radio"/>
	• 옥외광고물 정책 위반 시 조치에 대한 인식	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	• 옥외광고물 정책 준수율을 높이기 위한 방안		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
배경질문	• 성 / 연령 / 거주지 / 학력 / 직업 / 소속단체(공무원)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. 조사 응답자 특성

- 조사 응답자의 특성은 아래와 같음

<일반인>

		사례수 (명)	백분율
전체		(1000)	100.0
성별	남성	(509)	50.9
	여성	(491)	49.1
연령	20대	(208)	20.8
	30대	(254)	25.4
	40대	(282)	28.2
	50대	(256)	25.6
지역	서울	(209)	20.9
	경인/강원	(332)	33.2
	경남권	(92)	9.2
	경북권	(164)	16.4
	전라권	(105)	10.5
	충청권	(98)	9.8
학력	고졸이하	(200)	20.0
	대재	(111)	11.1
	대졸	(617)	61.7
	대학원졸	(72)	7.2
직업	농/어/임업/기능/숙련/ 일반 작업직	(44)	4.4
	자영업	(77)	7.7
	판매/서비스직	(71)	7.1
	사무/기술직	(424)	42.4
	경영/관리/전문/자유직	(86)	8.6
	전업 주부	(157)	15.7
	학생	(98)	9.8
	무직	(43)	4.3

<점포주>

		사례수 (명)	백분율
전체		(300)	100.0
성별	남성	(152)	50.7
	여성	(148)	49.3
연령	30대 이하	(57)	19.0
	40대	(90)	30.0
	50대	(105)	35.0
	60대 이상	(48)	16.0
지역	서울	(60)	20.0
	부산	(50)	16.7
	대구	(40)	13.3
	인천	(40)	13.3
	광주	(40)	13.3
	대전	(40)	13.3
	울산	(30)	10.0
	전기/전자제품 관련	(9)	3.0
직업	생활용품/화장품 관련	(14)	4.7
	의류/액세서리 관련	(22)	7.3
	식품판매	(27)	9.0
	휴대폰제조/판매 회사	(10)	3.3
	식당/음식점	(49)	16.3
	주점/커피숍	(14)	4.7
	인테리어업	(7)	2.3
	부동산	(24)	8.0
	미용실/エステ틱/네일샵	(21)	7.0
	사진관	(7)	2.3
	약국	(6)	2.0
	꽃집	(5)	1.7
	카서비스/용품 센터	(16)	5.3
	마트/슈퍼	(14)	4.7
	학원	(4)	1.3
	인쇄업	(4)	1.3
	세탁소	(13)	4.3
	자제판매	(6)	2.0
	열쇠제작 업체	(5)	1.7
	기타	(23)	7.7

3. 조사 응답자 특성

- 조사 응답자의 특성은 아래와 같음

<광고업자>

		사례수 (명)	백분율
전체		(100)	100.0
성별	남성	(74)	74.0
	여성	(26)	26.0
연령	20대	(7)	7.0
	30대	(30)	30.0
	40대	(37)	37.0
	50대 이상	(26)	26.0
지역	서울	(15)	15.0
	부산	(15)	15.0
	대구	(14)	14.0
	인천	(14)	14.0
	광주	(14)	14.0
	대전	(14)	14.0
	울산	(14)	14.0

<공무원>

		사례수 (명)	백분율
전체		(155)	100.0
성별	남성	(116)	74.8
	여성	(39)	25.2
연령	30대 이하	(52)	33.5
	40대	(55)	35.5
	50대 이상	(48)	31.0
	서울	(15)	9.7
지역	경인/강원	(47)	30.3
	경남권	(16)	10.3
	경북권	(24)	15.5
	전라권	(25)	16.1
	충청권	(28)	18.1
소속 단체	광역자치단체	(15)	9.7
	기초자치단체	(133)	85.8
	기타	(7)	4.5

Part II

Confidential & Proprietary • Copyright © 2013 Macromil Embrain Company

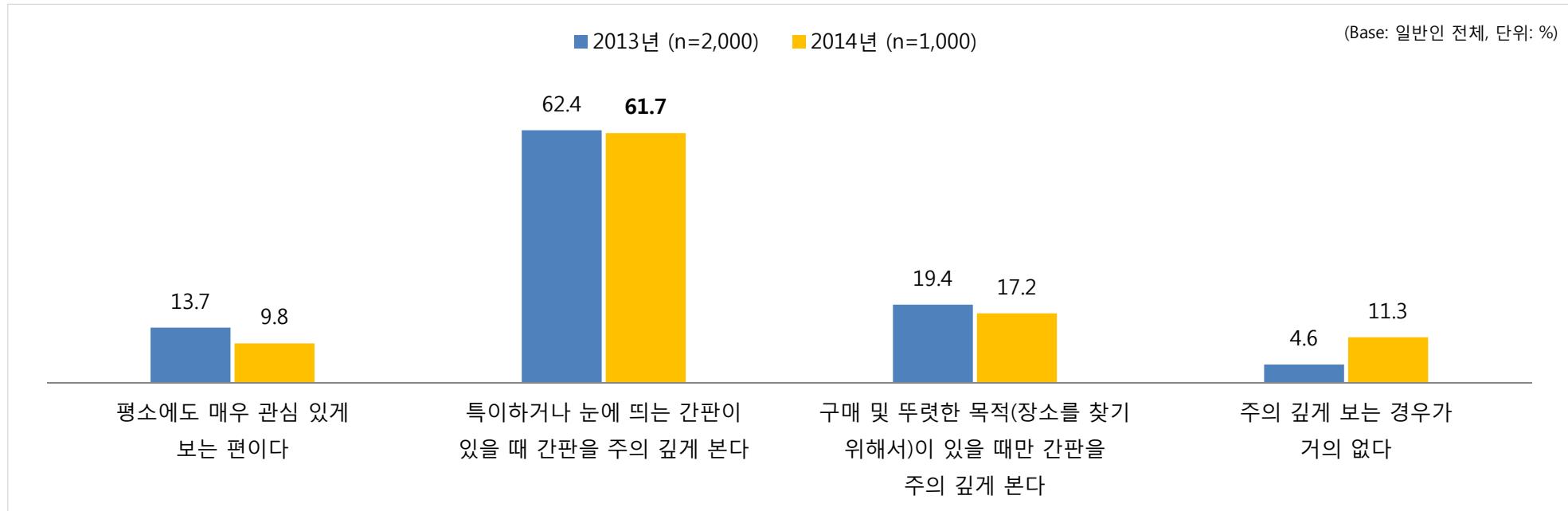
조사 결과 및 분석

1. 옥외광고에 대한 관심 및 인식
2. 현재 옥외광고에 대한 평가
3. 현재 옥외광고의 문제점
4. 좋은 옥외광고의 조건
5. 간판개선사업에 대한 인지도 및 인식
6. 옥외광고 정책 인식도
7. 옥외광고 정책 인정도
8. 옥외광고 정책 준수도

1. 옥외광고에 대한 관심 및 인식

1) 평소 옥외광고물(간판) 관심 정도

- 우리 국민들의 평소 옥외광고 관심 정도는 '특이하거나 눈에 띠는 간판이 있을 때' 가 61.7%로 가장 높고, 이어서 '구매 및 뚜렷한 목적이 있을 때' (17.2%), '주의 깊게 보는 경우가 거의 없다' (11.3%), '평소에도 매우 관심 있게 보는 편이다' (9.8%)로 전년과 비슷한 순으로 나타남
- 일상적으로 관심 있게 보기보다는 대개는 '특이한 간판'이나 장소를 찾기 위한 '목적이 있을 때' 주의 깊게 보고 있음



1. 옥외광고에 대한 관심 및 인식

1-1) 응답자 특성별 평소 옥외광고 관심 정도

- 모든 응답자 특성에서 '특이하거나 눈에 띄는 간판이 있을 때' 가 50% 이상으로 가장 높게 나타남
- 특성별 차이는 크지 않으나, '20대'(14.4%), '경영/관리/전문/자유' (12.8%) 은 다른 응답자에 비해서 '평소에도 관심 있게 보는 편'이라는 응답이 다른 연령대와 직업 대비 상대적으로 높게 나타남

(Base: 일반인 전체, n=1,000, 단위: %)

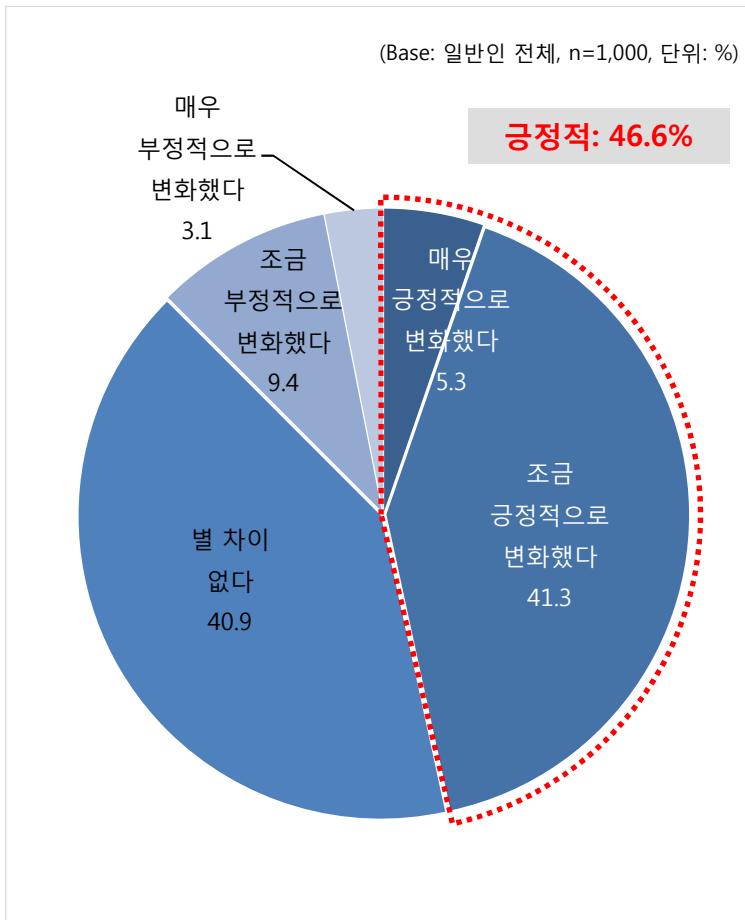
		사례수 (명)	평소에도 매우 관심 있게 보는 편이다	특이하거나 눈에 띄는 간판이 있을 때 간판을 주의 깊게 본다	구매 및 뚜렷한 목적(장소를 찾기 위해서)이 있을 때만 간판을 주의 깊게 본다	주의 깊게 보는 경우가 거의 없다
전체		(1000)	9.8	61.7	17.2	11.3
성별	남성	(509)	8.6	61.1	19.1	11.2
	여성	(491)	11.0	62.3	15.3	11.4
연령	20대	(208)	14.4	65.9	12.5	7.2
	30대	(254)	8.7	63.4	15.0	13.0
연령	40대	(282)	9.2	59.6	19.9	11.3
	50대	(256)	7.8	59.0	20.3	12.9
지역	서울	(209)	6.7	63.2	14.4	15.8
	경인/강원	(332)	12.0	59.9	18.4	9.6
지역	경남권	(92)	6.5	67.4	18.5	7.6
	경북권	(164)	13.4	60.4	15.9	10.4
지역	전라권	(105)	5.7	63.8	20.0	10.5
	충청권	(98)	10.2	59.2	17.3	13.3
학력	고졸이하	(200)	8.0	52.5	20.0	19.5
	대재	(111)	10.8	65.8	17.1	6.3
학력	대졸	(617)	10.5	63.9	15.9	9.7
	대학원졸	(72)	6.9	62.5	20.8	9.7
직업	농/어/임업/기능/ 숙련/일반 작업직	(44)	9.1	52.3	20.5	18.2
	자영업	(77)	9.1	55.8	20.8	14.3
직업	판매/서비스직	(71)	8.5	56.3	25.4	9.9
	사무/기술직	(424)	9.9	63.9	15.3	10.8
직업	경영/관리/전문/자유직	(86)	12.8	53.5	23.3	10.5
	전업 주부	(157)	9.6	63.7	13.4	13.4
직업	학생	(98)	10.2	65.3	16.3	8.2
	무직	(43)	7.0	69.8	16.3	7.0

1. 옥외광고에 대한 관심 및 인식

2) 최근 5년간 옥외광고물이 도시경관에 미치는 영향의 변화

- 최근 5년간 옥외광고가 도시경관에 미치는 영향의 변화로는 '긍정적'(매우 긍정적+조금 긍정적)이라는 응답이 46.6%로 절반을 차지했고, '별 차이 없다'는 40.9%, '부정적'(매우 부정적+조금 부정적)이라는 응답은 12.5%로 긍정적인 의견이 더 많았음
- 특성별 차이는 크지 않으나, 연령대별로는 '30대'(35.8%), 직업별로는 '농/어/임업/기능/숙련/일반 작업직'(31.8%)과 '무직'(32.6%)에서 긍정적으로 변화했다는 응답이 상대적으로 낮게 나타남

(Base: 일반인 전체, 단위: %)

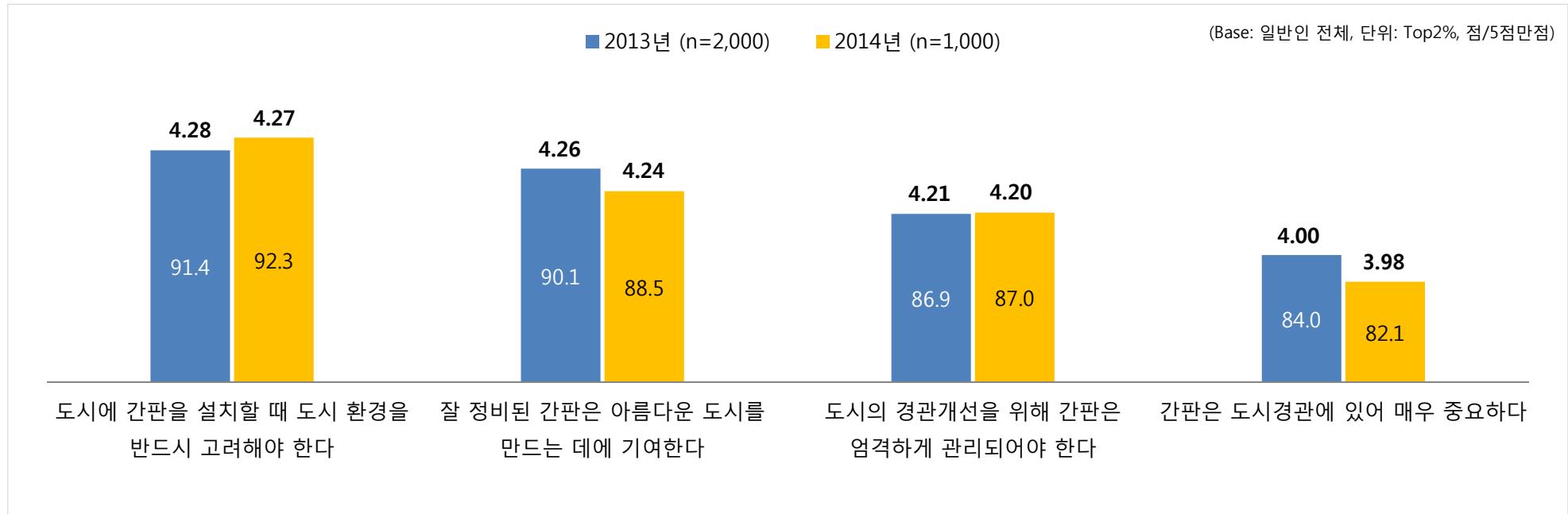


		사례수 (명)	긍정	매우 긍정적	조금 긍정적	별 차이 없다	부정	조금 부정적	매우 부정적
성별	전체	(1000)	46.6	5.3	41.3	40.9	12.5	9.4	3.1
	남성	(509)	44.6	4.3	40.3	41.3	14.1	10.2	3.9
	여성	(491)	48.7	6.3	42.4	40.5	10.8	8.6	2.2
연령	20대	(208)	47.6	6.3	41.3	38.9	13.5	12.0	1.4
	30대	(254)	35.8	2.8	33.1	48.4	15.7	12.2	3.5
	40대	(282)	50.4	4.3	46.1	39.0	10.6	7.8	2.8
	50대	(256)	52.3	8.2	44.1	37.1	10.5	6.3	4.3
지역	서울	(209)	43.5	4.3	39.2	45.0	11.5	9.1	2.4
	경인/강원	(332)	49.4	7.2	42.2	38.6	12.0	9.6	2.4
	경남권	(92)	47.8	3.3	44.6	41.3	10.9	7.6	3.3
	경북권	(164)	48.8	6.7	42.1	37.2	14.0	11.0	3.0
	전라권	(105)	39.0	2.9	36.2	45.7	15.2	10.5	4.8
	충청권	(98)	46.9	3.1	43.9	40.8	12.2	7.1	5.1
학력	고졸이하	(200)	46.0	8.5	37.5	45.5	8.5	6.0	2.5
	대재	(111)	45.9	4.5	41.4	40.5	13.5	11.7	1.8
	대졸	(617)	46.7	4.7	42.0	39.7	13.6	10.4	3.2
	대학원졸	(72)	48.6	2.8	45.8	38.9	12.5	6.9	5.6
직업	농/어/임업/기능/숙련/ 일반 작업직	(44)	31.8	2.3	29.5	59.1	9.1	4.5	4.5
	자영업	(77)	49.4	7.8	41.6	40.3	10.4	7.8	2.6
	판매/서비스직	(71)	47.9	8.5	39.4	39.4	12.7	9.9	2.8
	사무/기술직	(424)	48.6	4.7	43.9	36.6	14.9	11.1	3.8
	경영/관리/전문/자유직	(86)	45.3	4.7	40.7	39.5	15.1	10.5	4.7
	전업 주부	(157)	45.9	6.4	39.5	47.1	7.0	5.1	1.9
	학생	(98)	50.0	5.1	44.9	37.8	12.2	11.2	1.0
	무직	(43)	32.6	2.3	30.2	55.8	11.6	9.3	2.3

1. 옥외광고에 대한 관심 및 인식

3) 옥외광고물(간판)과 도시경관의 관계

- 옥외간판과 도시경관과의 관계의 항목 중 '옥외광고 설치 시 도시 환경을 고려해야 한다'는 응답은 동의(매우 그렇다+그렇다)가 92.3%로 가장 높게 나타나고 있으며, '잘 정비된 간판은 아름다운 도시를 만드는데 기여한다'에 대해서는 88.5%, '도시의 경관개선을 위해 간판은 엄격히 관리되어야 한다'는 87.0%, '간판은 도시경관에 있어 매우 중요하다'는 82.1%로 전년과 비슷한 수준으로 나타남



1. 옥외광고에 대한 관심 및 인식

3-1) 응답자 특성별 옥외광고물(간판)과 도시경관의 관계

- 모든 응답자 특성에서 '도시에 간판을 설치할 때 도시환경을 반드시 고려해야 한다' 가장 높게 나타남
- 연령대가 높을수록 간판은 '엄격하게 관리되어야 한다' 와 '도시경관에 있어 매우 중요하다' 가 높게 나타나 연령대가 높을수록 옥외광고의 도시 경관에 중요성과 엄격한 관리를 강조하고 있음

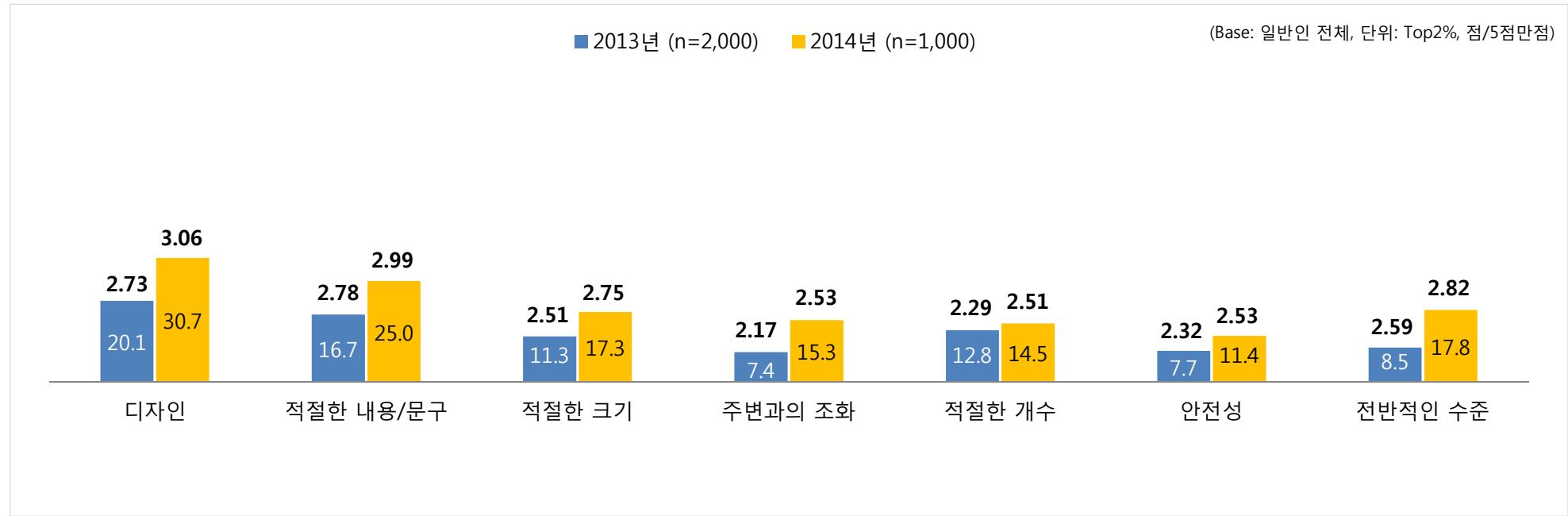
(Base: 일반인 전체, 단위: 점/5점 만점)

		사례수 (명)	도시에 간판을 설치할 때 도시 환경을 반드시 고려해야 한다		잘 정비된 간판은 아름다운 도시를 만드는 데에 기여한다		도시의 경관 개선을 위해 간판은 엄격하게 관리되어야 한다		간판은 도시경관에 있어 매우 중요하다	
			평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)
전체		(1000)	4.27	92.3	4.24	88.5	4.20	87.0	3.98	82.1
성별	남성	(509)	4.25	91.0	4.22	87.2	4.20	86.1	3.93	79.8
	여성	(491)	4.29	93.7	4.26	89.8	4.19	88.0	4.03	84.5
연령	20대	(208)	4.23	89.9	4.21	86.5	4.09	81.3	3.93	76.4
	30대	(254)	4.17	89.0	4.15	85.0	4.13	85.8	3.90	78.7
	40대	(282)	4.30	95.4	4.30	92.6	4.24	89.4	3.99	85.1
	50대	(256)	4.36	94.1	4.29	89.1	4.31	90.2	4.08	86.7
지역	서울	(209)	4.27	92.8	4.22	89.0	4.21	86.6	3.92	79.4
	경인/강원	(332)	4.27	90.1	4.26	87.3	4.22	86.1	3.98	82.5
	경남권	(92)	4.27	94.6	4.14	85.9	4.15	85.9	4.01	82.6
	경북권	(164)	4.28	95.7	4.29	90.9	4.22	89.0	4.01	82.9
	전라권	(105)	4.20	90.5	4.16	86.7	4.11	85.7	3.92	81.9
	충청권	(98)	4.27	92.9	4.29	91.8	4.20	89.8	4.07	84.7
학력	고졸이하	(200)	4.21	89.0	4.16	82.5	4.20	84.5	3.93	79.0
	대재	(111)	4.24	89.2	4.13	83.8	4.07	78.4	3.95	74.8
	대졸	(617)	4.28	93.4	4.26	90.6	4.20	88.3	3.99	83.8
	대학원졸	(72)	4.36	97.2	4.43	94.4	4.36	95.8	4.08	87.5
직업	농/어/임업/기능/ 숙련/일반 작업직	(44)	4.23	93.2	4.07	77.3	4.14	79.5	4.00	79.5
	자영업	(77)	4.19	90.9	4.08	83.1	4.12	87.0	4.01	85.7
	판매/서비스직	(71)	4.20	91.5	4.18	85.9	4.15	87.3	3.90	77.5
	사무/기술직	(424)	4.27	92.7	4.27	89.6	4.24	89.2	3.93	80.2
	경영/관리/전문/자유직	(86)	4.38	95.3	4.43	93.0	4.36	93.0	4.12	86.0
	전업 주부	(157)	4.31	94.9	4.31	94.3	4.20	87.9	4.09	91.1
	학생	(98)	4.31	89.8	4.17	84.7	4.11	78.6	3.96	76.5
	무직	(43)	4.02	81.4	4.02	81.4	3.95	76.7	3.84	76.7

2. 현재 옥외광고 평가

1) 현재 옥외광고물의 수준

- 현재 우리나라의 옥외광고의 수준에 대해서는 전반적으로 낮은 평가를 보이고 있는데, '디자인'이 30.7%(매우 높다+높다)로 가장 높고, 그 다음으로 '적절한 내용/문구' (25.0%), '적절한 크기'(17.3%), '주변과의 조화'(15.3%), '적절한 개수'(14.5%), '안전성'(11.4%) 순으로 나타남
- 전년결과에 비해 전반적으로 높게 평가된 가운데, '디자인'(10.6%)의 상승폭이 가장 크고, '적절한 개수'(1.7%)는 상승폭이 가장 작게 나타나, 간판 디자인의 개선은 있었으나, 간판 개수에 대한 개선은 부족했던 것으로 보임
- 현재 옥외광고의 전반적인 수준은 '높다'(매우 높다+높다)가 17.8%로 전년보다 9.3%p 높게 평가됨



2. 현재 옥외광고 평가

1-1) 응답자 특성별 현재 옥외광고물 전반적 수준

- 대부분의 응답자 특성에서 '디자인'이 가장 높게 평가됨
- 전반적 만족도는 고학력일수록 낮게 나타났으며, 연령별로는 '50대'에서 상대적으로 높게 평가됨

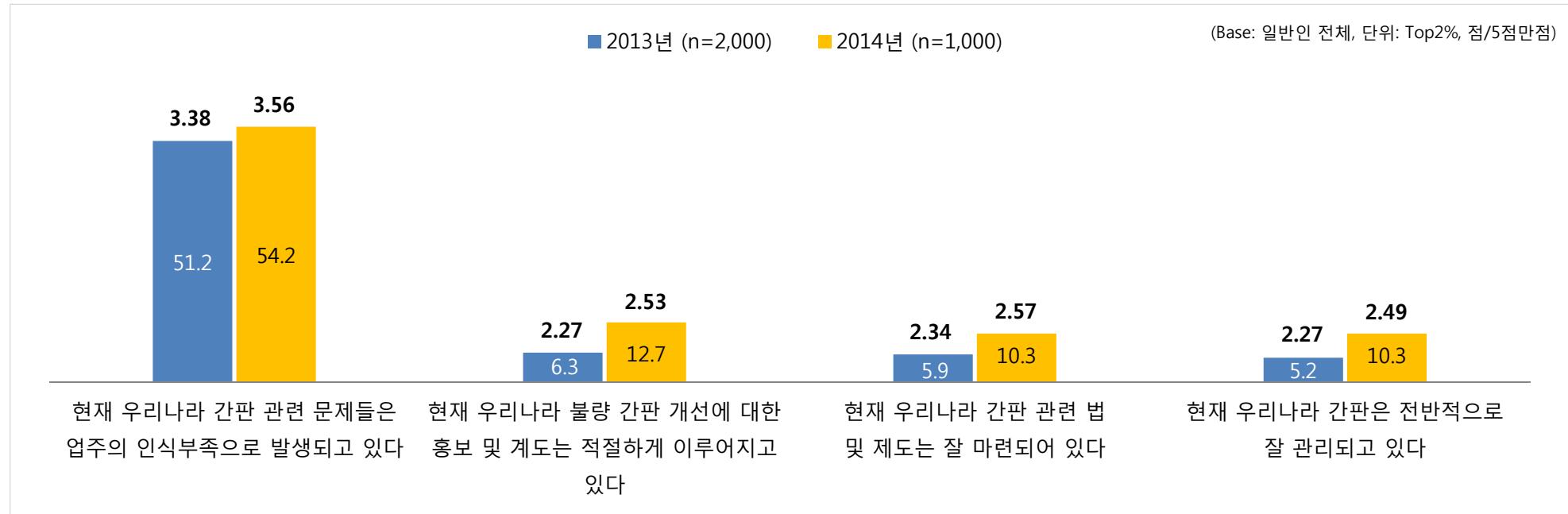
(Base: 일반인 전체, 단위: 점/5점 만점)

		사례수 (명)	디자인		적절한 내용/문구		적절한 크기		주변과의 조화		적절한 개수		안전성		전반적인 수준	
			평균(점)	매우 높다 + 높다(%)	평균(점)	매우 높다 + 높다(%)	평균(점)	매우 높다 + 높다(%)	평균(점)	매우 높다 + 높다(%)	평균(점)	매우 높다 + 높다(%)	평균(점)	매우 높다 + 높다(%)	평균(점)	매우 높다 + 높다(%)
전체		(1000)	3.06	30.7	2.99	25.0	2.75	17.3	2.53	15.3	2.51	14.5	2.53	11.4	2.82	17.8
성별	남성	(509)	3.01	28.7	2.91	22.6	2.69	17.5	2.46	14.5	2.49	14.9	2.49	11.2	2.77	16.7
	여성	(491)	3.12	32.8	3.06	27.5	2.80	17.1	2.60	16.1	2.53	14.1	2.58	11.6	2.87	18.9
연령	20대	(208)	3.01	26.9	2.99	26.0	2.79	16.3	2.47	15.9	2.40	12.0	2.52	8.7	2.76	12.0
	30대	(254)	2.96	26.4	2.93	23.6	2.64	15.4	2.35	11.4	2.37	11.8	2.41	9.1	2.67	12.6
	40대	(282)	3.11	34.0	2.96	22.0	2.70	15.6	2.60	16.3	2.55	13.8	2.50	8.9	2.84	17.4
	50대	(256)	3.15	34.4	3.06	28.9	2.86	21.9	2.68	17.6	2.70	19.9	2.70	18.8	2.98	28.1
지역	서울	(209)	3.09	30.1	2.99	23.4	2.77	19.6	2.61	19.6	2.57	16.3	2.60	15.8	2.88	21.1
	경인/강원	(332)	3.10	33.4	2.98	25.6	2.77	19.0	2.52	16.0	2.54	16.0	2.54	10.2	2.86	19.9
	경남권	(92)	3.07	30.4	3.05	28.3	2.74	13.0	2.43	14.1	2.42	14.1	2.58	10.9	2.80	13.0
	경북권	(164)	3.01	27.4	2.97	25.0	2.70	14.0	2.51	11.0	2.48	12.2	2.50	11.6	2.77	18.3
	전라권	(105)	3.07	31.4	3.04	27.6	2.78	16.2	2.51	8.6	2.56	13.3	2.56	10.5	2.78	12.4
	충청권	(98)	2.98	27.6	2.91	20.4	2.64	17.3	2.53	19.4	2.38	11.2	2.37	7.1	2.70	13.3
학력	고졸이하	(200)	3.14	33.5	3.05	24.5	2.88	20.0	2.64	15.5	2.70	20.0	2.56	13.5	2.90	21.0
	대재	(111)	3.10	31.5	3.13	34.2	2.82	20.7	2.53	20.7	2.44	14.4	2.68	14.4	2.86	17.1
	대졸	(617)	3.03	29.2	2.95	24.0	2.71	16.9	2.51	14.6	2.47	13.0	2.51	11.0	2.80	17.5
	대학원졸	(72)	3.04	34.7	2.89	20.8	2.51	8.3	2.38	12.5	2.42	12.5	2.46	4.2	2.67	12.5
직업	농/어/임업/기능/ 숙련/일반 작업직	(44)	3.07	27.3	2.86	22.7	2.66	13.6	2.50	15.9	2.48	13.6	2.48	6.8	2.80	18.2
	자영업	(77)	2.94	24.7	2.96	24.7	2.71	15.6	2.68	16.9	2.61	13.0	2.62	16.9	2.88	19.5
	판매/서비스직	(71)	3.13	35.2	3.03	25.4	2.83	18.3	2.70	21.1	2.45	12.7	2.65	12.7	2.90	16.9
	사무/기술직	(424)	3.06	31.1	2.97	24.5	2.72	17.7	2.52	15.1	2.52	15.3	2.49	10.6	2.78	17.0
	경영/관리/전문/자유직	(86)	3.02	32.6	2.98	23.3	2.66	16.3	2.44	15.1	2.45	12.8	2.41	7.0	2.77	18.6
	전업 주부	(157)	3.15	33.8	3.01	26.1	2.80	18.5	2.55	12.7	2.54	16.6	2.60	14.0	2.90	22.9
	학생	(98)	3.08	29.6	3.10	32.7	2.85	19.4	2.45	18.4	2.43	13.3	2.61	12.2	2.84	15.3
	무직	(43)	2.93	20.9	2.88	14.0	2.74	11.6	2.37	7.0	2.53	11.6	2.56	9.3	2.72	9.3

2. 현재 옥외광고 평가

2) 현재 옥외광고물의 관리 수준

- 현재 옥외광고 관리수준에 대해서는 먼저 '업주 인식부족이 간편 관련 문제들을 발생시키고 있다'는 의견에는 응답자의 54.2%(매우 그렇다+그렇다)가 동의하고 있고, '불량간판 개선 홍보 및 계도는 적절하게 이루어지고 있다'에 대해서는 12.7%, '관련 법 및 제도는 잘 마련되어 있다'에 대해서는 10.3%, '현재 우리나라 간판이 잘 관리 되고 있다'에 대해서도 10.3%만이 동의하고 있음



※ Top2% : 매우 그렇다+그렇다

2. 현재 옥외광고 평가

2-1) 응답자 특성별 현재 옥외광고물의 관리 수준

- 응답자 특성별로 큰 특징 없이 옥외광고의 관리 수준에 대해서 업주의 인식 부족 문제라고 생각하고 있으며, 관계 법령, 홍보 및 계도, 전반적인 관리 정도 모두 낮게 평가되고 있음

(Base: 일반인 전체, 단위: 점/5점 만점)

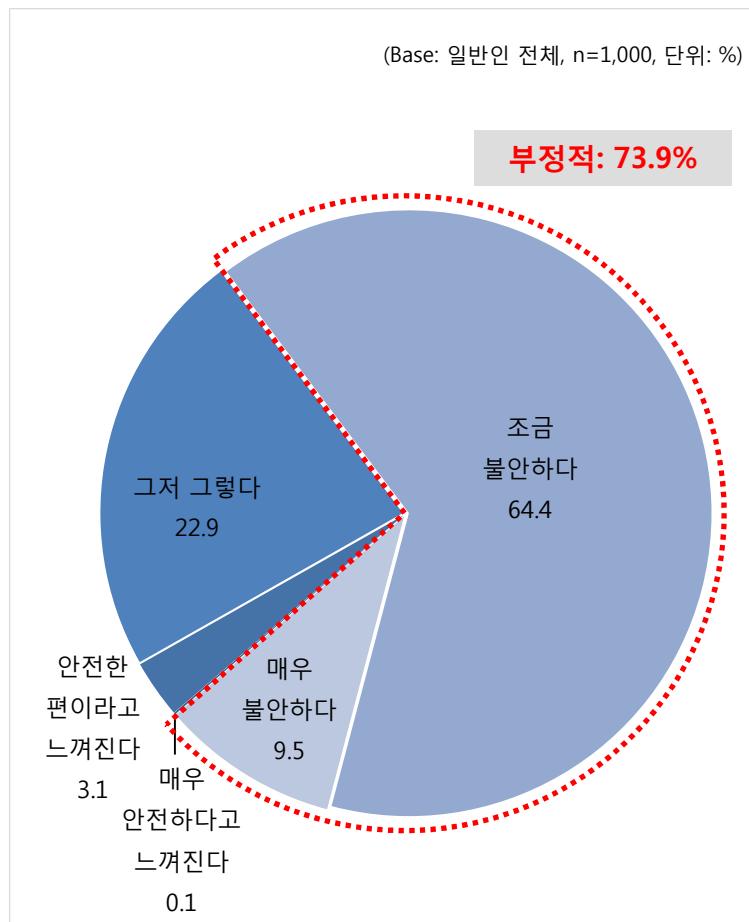
		사례수 (명)	현재 우리나라 간판 관련 문제들은 업주의 인식부족으로 발생되고 있다		현재 우리나라 불량 간판 개선에 대한 홍보 및 계도는 적절하게 이루어지고 있다		현재 우리나라 간판 관련 법 및 제도는 잘 마련되어 있다		현재 우리나라 간판은 전반적으로 잘 관리되고 있다	
			평균(점)	매우 그렇다 + 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다 + 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다 + 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다 + 그렇다(%)
전체		(1000)	3.56	54.2	2.53	12.7	2.57	10.3	2.49	10.3
성별	남성	(509)	3.55	53.0	2.51	13.2	2.60	12.0	2.50	11.4
	여성	(491)	3.56	55.4	2.55	12.2	2.53	8.6	2.49	9.2
연령	20대	(208)	3.59	53.8	2.59	15.9	2.44	6.7	2.57	11.5
	30대	(254)	3.47	48.8	2.47	11.0	2.43	10.2	2.41	9.4
	40대	(282)	3.47	50.7	2.55	11.3	2.61	9.2	2.49	9.6
	50대	(256)	3.71	63.7	2.52	13.3	2.74	14.5	2.52	10.9
지역	서울	(209)	3.52	53.1	2.51	14.4	2.57	11.0	2.49	13.9
	경인/강원	(332)	3.61	56.3	2.52	12.0	2.62	13.0	2.51	10.2
	경남권	(92)	3.47	51.1	2.53	10.9	2.63	9.8	2.49	12.0
	경북권	(164)	3.56	54.9	2.53	12.8	2.55	9.8	2.57	10.4
	전라권	(105)	3.41	47.6	2.52	9.5	2.46	4.8	2.41	6.7
	충청권	(98)	3.69	58.2	2.59	16.3	2.44	7.1	2.38	5.1
학력	고졸이하	(200)	3.59	54.5	2.51	10.5	2.60	11.0	2.51	8.0
	대재	(111)	3.58	50.5	2.74	20.7	2.55	7.2	2.64	15.3
	대졸	(617)	3.53	53.8	2.50	12.2	2.54	10.7	2.47	10.0
	대학원졸	(72)	3.64	62.5	2.51	11.1	2.71	9.7	2.39	11.1
직업	농/어/임업/기능/ 숙련/일반 작업직	(44)	3.07	36.4	2.36	13.6	2.37	13.6	2.34	13.6
	자영업	(77)	3.53	49.4	2.68	18.2	2.88	18.2	2.62	13.0
	판매/서비스직	(71)	3.67	59.2	2.57	14.1	2.47	11.3	2.43	4.2
	사무/기술직	(424)	3.58	55.7	2.52	12.0	2.60	10.4	2.51	10.8
	경영/관리/전문/자유직	(86)	3.66	59.3	2.41	7.0	2.58	8.1	2.40	8.1
	전업 주부	(157)	3.51	54.8	2.48	10.2	2.54	10.8	2.46	10.2
	학생	(98)	3.66	55.1	2.71	19.4	2.41	4.1	2.59	13.3
	무직	(43)	3.40	44.2	2.49	11.6	2.34	7.0	2.43	4.7

2. 현재 옥외광고 평가

3) 옥외광고물(간판)의 안전상태에 대한 인식

- 옥외광고의 안전상태에 대한 인식으로는 '불안'(매우 불안+조금 불안)하다는 응답이 73.9%로 절반 이상을 차지했고, '안전'(매우 안전+안전한 편)하다는 응답은 3.2%로 부정적인 의견이 더 많았음
- 응답자 특성별로는 연령대가 높을수록, 고학력일수록 '불안'하다는 응답이 높게 나타남

(Base: 일반인 전체, 단위: %)

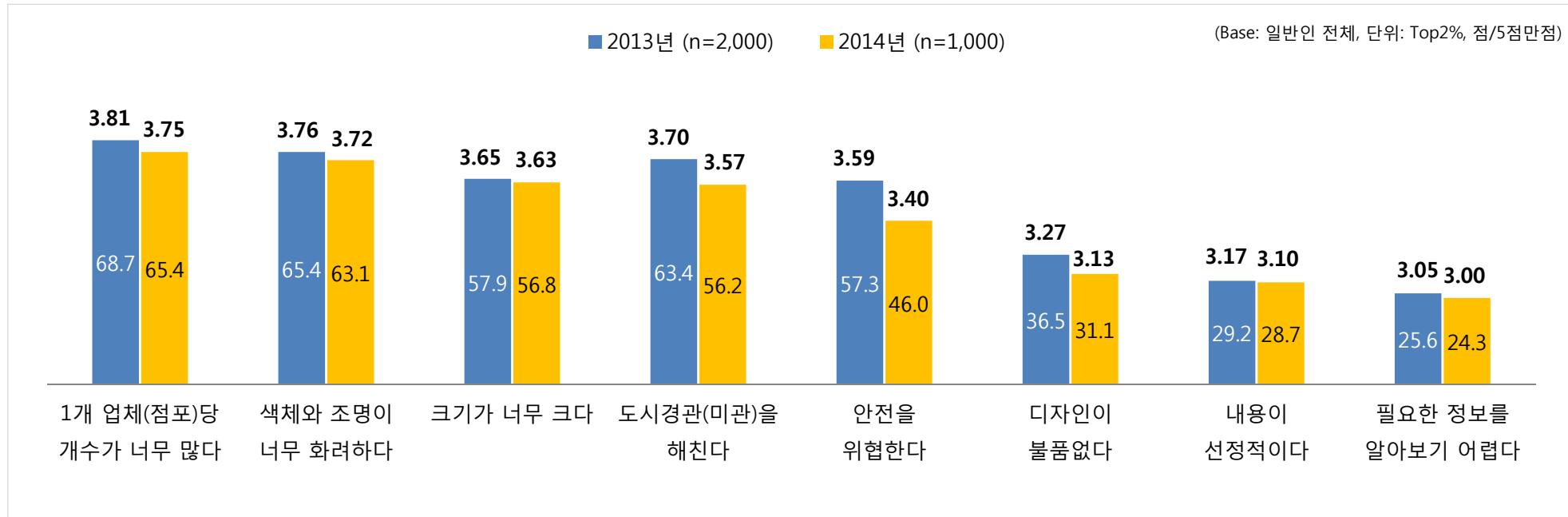


	사례수 (명)	안전 하다고 느껴진다			그저 그렇다	불안 하다	불안	매우 불안
			매우 안전	안전				
전체	(1000)	3.2	0.1	3.1	22.9	73.9	64.4	9.5
성별								
남성	(509)	3.3	0.0	3.3	24.2	72.5	63.3	9.2
여성	(491)	3.1	0.2	2.9	21.6	75.4	65.6	9.8
연령								
20대	(208)	3.8	0.0	3.8	31.3	64.9	59.6	5.3
30대	(254)	1.2	0.0	1.2	22.8	76.0	65.4	10.6
40대	(282)	3.2	0.4	2.8	21.3	75.5	63.1	12.4
50대	(256)	4.7	0.0	4.7	18.0	77.3	68.8	8.6
지역								
서울	(209)	3.3	0.0	3.3	24.9	71.8	64.6	7.2
경인/강원	(332)	3.6	0.3	3.3	21.4	75.0	66.0	9.0
경남권	(92)	0.0	0.0	0.0	37.0	63.0	55.4	7.6
경북권	(164)	4.3	0.0	4.3	18.9	76.8	67.1	9.8
전라권	(105)	3.8	0.0	3.8	21.0	75.2	62.9	12.4
충청권	(98)	2.0	0.0	2.0	19.4	78.6	64.3	14.3
학력								
고졸이하	(200)	4.5	0.5	4.0	25.0	70.5	58.5	12.0
대재	(111)	5.4	0.0	5.4	36.9	57.7	55.0	2.7
대졸	(617)	2.4	0.0	2.4	20.3	77.3	67.6	9.7
대학원졸	(72)	2.8	0.0	2.8	18.1	79.2	68.1	11.1
직업								
농/어/임업/기능/숙련/ 일반 작업직	(44)	4.5	0.0	4.5	25.0	70.5	54.5	15.9
자영업	(77)	2.6	0.0	2.6	24.7	72.7	62.3	10.4
판매/서비스직	(71)	4.2	0.0	4.2	23.9	71.8	62.0	9.9
사무/기술직	(424)	2.6	0.2	2.4	21.5	75.9	66.5	9.4
경영/관리/전문/자유직	(86)	2.3	0.0	2.3	18.6	79.1	67.4	11.6
전업 주부	(157)	3.8	0.0	3.8	18.5	77.7	67.5	10.2
학생	(98)	5.1	0.0	5.1	38.8	56.1	52.0	4.1
무직	(43)	2.3	0.0	2.3	18.6	79.1	72.1	7.0

3. 현재 옥외광고의 문제점

1) 현재 옥외광고물의 문제점

- 현재 옥외광고의 문제점으로는 '1개 업체당 개수가 너무 많다' 65.4%(매우 그렇다+그렇다)는 응답이 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '색체와 조명이 너무 화려하다'(63.1%), '크기가 너무 크다'(56.8%), '도시경관을 해친다'(56.2%), '안전을 위협한다'(46.0%)등의 순으로 나타남
- 반면, '필요한 정보를 알아보기 어렵다'는 24.3%로 가장 낮게 나타나, 현재 옥외광고를 통한 정보 전달이 어렵지는 않은 것으로 나타나고 있음



3. 현재 옥외광고의 문제점

1-1) 응답자 특성별 현재 옥외광고물의 문제점

- 대부분의 응답자 특성에서 '1개 업체당 개수가 너무 많다' 와 '색체와 조명이 너무 화려하다' 가 가장 높게 나타났으며 직업별로는 '전업주부'(73.9%)에서 상대적으로 높게 나타남

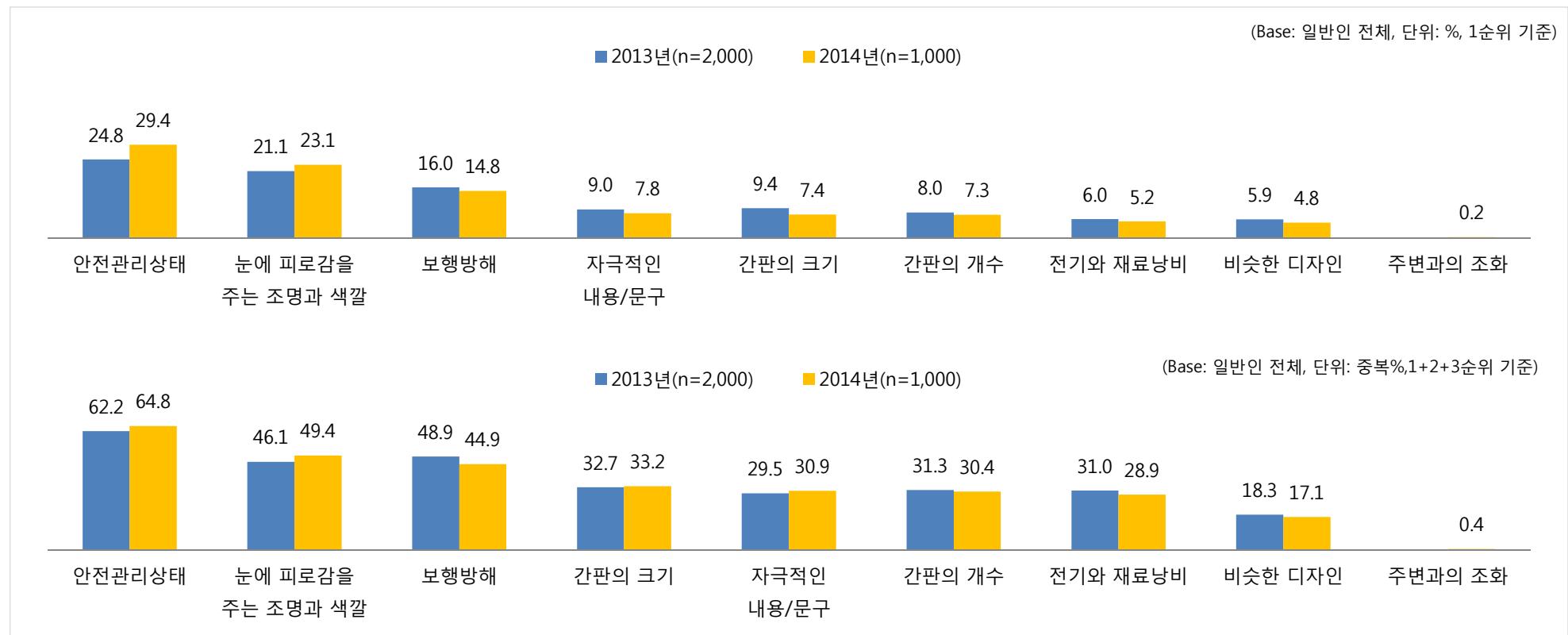
(Base: 일반인 전체, 단위: 점/5점 만점)

		사례수 (명)	1개 업체당 개수가 너무 많다		색체와 조명이 너무 화려하다		크기가 너무 크다		도시경관 (미관)을 해친다		안전을 위협한다		디자인이 불품없다		내용이 선정적이다		필요한 정보를 알아보기 어렵다	
			평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)
		(1000)	3.75	65.4	3.72	63.1	3.63	56.8	3.57	56.2	3.40	46.0	3.13	31.1	3.10	28.7	3.00	24.3
성별	남성	(509)	3.71	63.3	3.71	61.7	3.61	54.4	3.57	56.6	3.38	44.8	3.19	32.6	3.03	26.1	3.01	25.3
	여성	(491)	3.78	67.6	3.74	64.6	3.64	59.3	3.57	55.8	3.43	47.3	3.08	29.5	3.16	31.4	3.00	23.2
연령	20대	(208)	3.56	52.9	3.69	60.1	3.42	43.8	3.58	52.4	3.14	30.8	3.16	36.5	2.92	21.6	2.96	23.1
	30대	(254)	3.72	65.0	3.75	62.2	3.63	58.3	3.59	56.7	3.44	46.9	3.16	31.1	3.13	28.7	3.04	25.2
	40대	(282)	3.80	69.5	3.76	67.7	3.71	61.3	3.53	57.4	3.47	50.4	3.07	27.0	3.13	30.9	2.95	22.3
	50대	(256)	3.86	71.5	3.68	61.3	3.69	60.9	3.58	57.4	3.51	52.7	3.15	31.3	3.17	32.0	3.06	26.6
지역	서울	(209)	3.73	67.5	3.70	63.6	3.65	59.3	3.56	56.5	3.37	44.0	3.25	38.3	3.05	29.7	3.07	29.7
	경인/강원	(332)	3.78	69.3	3.77	67.2	3.64	59.0	3.58	59.0	3.40	47.3	3.10	29.5	3.11	28.6	2.94	21.4
	경남권	(92)	3.61	52.2	3.60	55.4	3.45	46.7	3.43	48.9	3.16	35.9	3.20	33.7	3.04	23.9	3.08	27.2
	경북권	(164)	3.76	63.4	3.69	59.1	3.67	59.1	3.54	52.4	3.46	48.2	3.06	29.3	3.09	29.9	2.98	22.6
	전라권	(105)	3.70	61.0	3.69	58.1	3.54	46.7	3.62	53.3	3.43	47.6	3.06	22.9	3.10	26.7	3.08	23.8
	충청권	(98)	3.82	68.4	3.80	67.3	3.72	60.2	3.71	62.2	3.57	50.0	3.14	30.6	3.19	31.6	2.95	23.5
학력	고졸이하	(200)	3.79	66.5	3.71	64.0	3.63	56.0	3.52	53.0	3.48	49.5	3.05	25.0	3.16	28.5	3.09	25.0
	대재	(111)	3.53	54.1	3.59	56.8	3.42	43.2	3.49	48.6	3.08	29.7	3.13	35.1	2.85	20.7	2.99	27.9
	대졸	(617)	3.78	67.7	3.73	63.0	3.67	59.6	3.59	57.2	3.42	46.8	3.17	32.7	3.12	30.0	2.99	24.3
	대학원졸	(72)	3.68	59.7	3.86	70.8	3.57	55.6	3.64	68.1	3.51	54.2	3.10	27.8	3.10	30.6	2.89	16.7
직업	농/어/임업/기능/ 숙련/일반 작업직	(44)	3.73	61.4	3.66	56.8	3.59	54.5	3.64	59.1	3.36	40.9	3.23	40.9	3.05	29.5	3.07	25.0
	자영업	(77)	3.75	67.5	3.56	50.6	3.58	50.6	3.43	48.1	3.40	49.4	3.18	29.9	3.19	35.1	3.09	28.6
	판매/서비스직	(71)	3.77	67.6	3.73	63.4	3.69	66.2	3.46	49.3	3.39	45.1	2.97	25.4	3.07	25.4	3.11	25.4
	사무/기술직	(424)	3.78	67.5	3.76	64.2	3.66	58.0	3.57	56.1	3.45	47.9	3.14	30.2	3.10	27.8	2.97	23.1
	경영/관리/전문/자유직	(86)	3.64	59.3	3.62	59.3	3.58	55.8	3.74	66.3	3.48	51.2	3.13	32.6	3.05	30.2	3.00	25.6
	전업 주부	(157)	3.90	73.9	3.83	75.2	3.73	65.6	3.61	61.8	3.54	53.5	3.08	29.3	3.25	35.0	3.00	23.6
	학생	(98)	3.55	55.1	3.63	58.2	3.37	38.8	3.57	53.1	3.02	25.5	3.20	36.7	2.90	21.4	2.97	26.5
	무직	(43)	3.49	46.5	3.63	55.8	3.56	53.5	3.49	46.5	3.28	37.2	3.16	32.6	2.98	20.9	2.98	20.9

3. 현재 옥외광고의 문제점

2) 현재 옥외광고물의 가장 시급한 개선점

- 현재 옥외광고의 문제점으로 '안전관리상태'(29.4%, 1순위 기준), '눈에 피로감을 주는 조명과 색깔'(23.1%), '보행방해' (14.8%), '자극적인 내용/문구'(7.8%), '간판의 크기'(7.4%), '간판의 개수'(7.3%) 등의 순으로 나타났으며, 복수응답도 비슷한 순으로 나타남
- 현재 옥외광고의 문제점 '안전관리상태', '눈에 피로감을 주는 조명과 색깔', '보행방해'(67.3%) 등이 주된 문제점으로 지적되고 있음



3. 현재 옥외광고의 문제점

2-1) 응답자 특성별 현재 옥외광고물의 가장 시급한 개선점

- 대부분의 응답자 특성에서 '눈에 피로감을 주는 조명·색깔'이 가장 시급한 개선점이라고 응답함
- 연령별로 '20대'(29.3%), 학력별로 '대재'(33.3%), 직업별로 '농/어/임업/기능/숙련/일반 작업직'(31.8%)에서는 '눈에 피로감을 주는 조명·색깔'이 상대적으로 높게 나타남

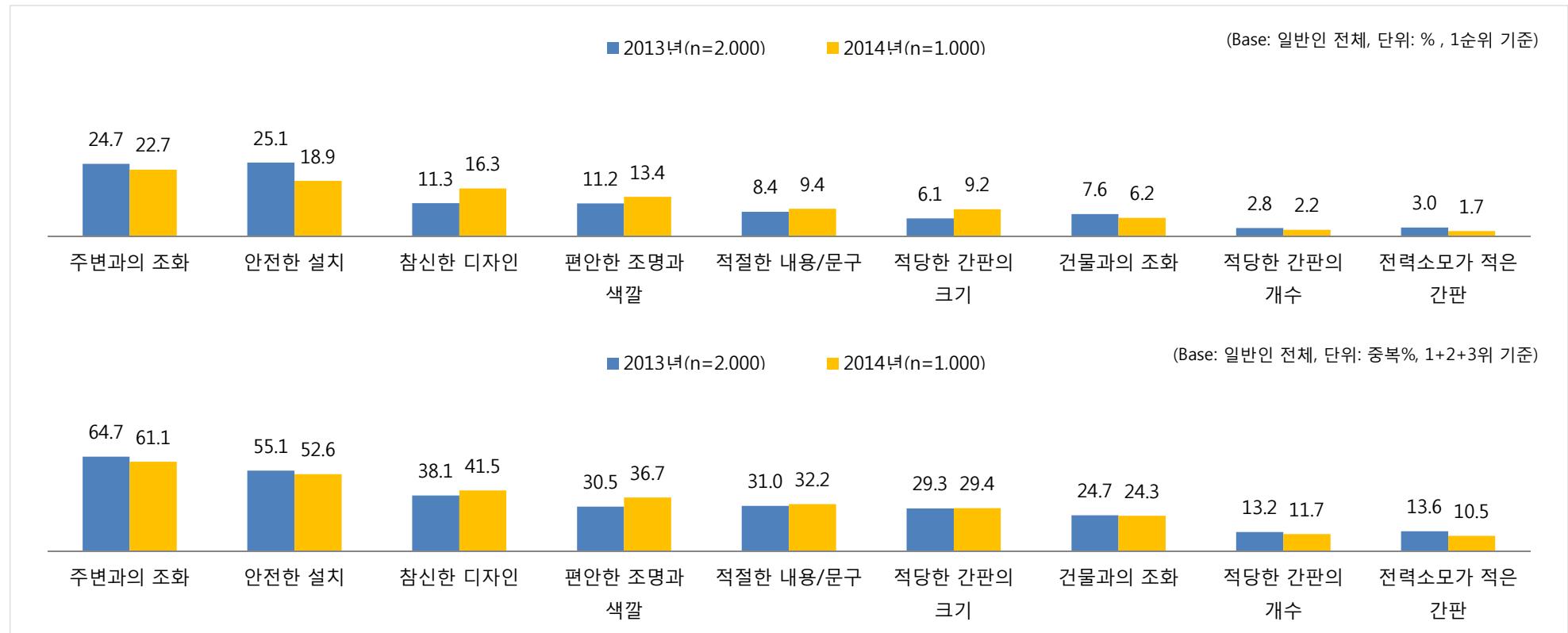
(Base: 일반인 전체, 단위: %, 중복%)

		사례수 (명)	안전관리상태		눈에 피로감을 주는 조명, 색깔		보행방해		자극적인 내용/문구		간판의 크기		간판의 개수		전기, 재료 낭비		비슷한 디자인		기타 (주변파의 조화)	
			1순위	1+2+3 순위	1순위	1+2+3 순위	1순위	1+2+3 순위	1순위	1+2+3 순위	1순위	1+2+3 순위	1순위	1+2+3 순위	1순위	1+2+3 순위	1순위	1+2+3 순위	1순위	1+2+3 순위
전체		(1000)	29.4	64.8	23.1	49.4	14.8	44.9	7.8	30.9	7.4	33.2	7.3	30.4	5.2	28.9	4.8	17.1	0.2	0.4
성별	남성	(509)	27.7	65.4	25.3	51.9	13.2	42.0	7.1	28.3	9.0	35.8	7.3	32.4	3.5	23.6	6.7	20.2	0.2	0.4
	여성	(491)	31.2	64.2	20.8	46.8	16.5	47.9	8.6	33.6	5.7	30.5	7.3	28.3	6.9	34.4	2.9	13.8	0.2	0.4
연령	20대	(208)	19.2	55.3	29.3	51.0	17.3	44.7	8.7	31.3	6.3	33.2	5.8	33.7	4.8	26.4	7.7	23.6	1.0	1.0
	30대	(254)	30.7	65.7	23.6	51.6	16.1	48.8	8.7	36.2	7.1	31.1	5.9	25.2	4.7	25.2	3.1	15.7	0.0	0.4
	40대	(282)	32.6	68.8	22.3	48.9	13.8	44.0	7.1	29.1	7.4	32.6	8.2	31.9	5.0	29.1	3.5	15.2	0.0	0.4
	50대	(256)	32.8	67.2	18.4	46.5	12.5	42.2	7.0	27.3	8.6	35.9	9.0	31.3	6.3	34.4	5.5	15.2	0.0	0.0
지역	서울	(209)	27.8	61.2	26.3	50.7	12.0	45.5	10.5	31.1	6.7	32.5	6.2	32.1	5.3	30.1	5.3	16.7	0.0	0.0
	경인/강원	(332)	26.5	64.5	23.2	47.3	16.0	42.8	6.6	30.4	6.3	35.5	10.2	34.6	5.4	26.8	5.4	17.5	0.3	0.6
	경남권	(92)	26.1	64.1	25.0	54.3	13.0	40.2	9.8	29.3	8.7	33.7	8.7	21.7	5.4	38.0	3.3	18.5	0.0	0.0
	경북권	(164)	34.1	70.7	20.1	47.0	13.4	48.8	7.9	32.3	9.1	29.3	4.9	27.4	4.9	25.6	5.5	18.9	0.0	0.0
	전라권	(105)	33.3	62.9	21.0	53.3	19.0	45.7	7.6	30.5	6.7	30.5	5.7	28.6	4.8	30.5	1.0	16.2	1.0	1.9
	충청권	(98)	33.7	66.3	21.4	49.0	16.3	48.0	4.1	31.6	9.2	35.7	4.1	27.6	5.1	28.6	6.1	13.3	0.0	0.0
학력	고졸이하	(200)	31.5	68.5	23.0	43.5	14.5	41.0	6.0	30.0	7.0	34.5	6.0	29.5	8.5	35.5	3.5	17.5	0.0	0.0
	대재	(111)	16.2	51.4	33.3	53.2	18.9	49.5	9.9	32.4	6.3	32.4	8.1	33.3	0.9	26.1	5.4	20.7	0.9	0.9
	대졸	(617)	31.0	65.8	21.9	51.2	14.3	45.9	8.1	30.1	7.8	33.4	7.6	29.3	4.5	27.1	4.7	16.9	0.2	0.3
	대학원졸	(72)	30.6	66.7	18.1	44.4	13.9	40.3	6.9	37.5	6.9	29.2	6.9	37.5	8.3	30.6	8.3	12.5	0.0	1.4
직업	농/어/임업/기능/ 숙련/일반 작업직	(44)	29.5	63.6	31.8	52.3	4.5	36.4	4.5	29.5	6.8	22.7	11.4	45.5	4.5	25.0	6.8	25.0	0.0	0.0
	자영업	(77)	31.2	62.3	20.8	49.4	14.3	57.1	11.7	36.4	7.8	23.4	7.8	22.1	2.6	33.8	3.9	15.6	0.0	0.0
	판매/서비스직	(71)	31.0	64.8	21.1	47.9	14.1	32.4	9.9	28.2	7.0	43.7	8.5	28.2	2.8	33.8	5.6	21.1	0.0	0.0
	사무/기술직	(424)	31.1	67.5	21.9	49.5	13.9	41.7	7.3	30.7	7.3	32.8	7.1	32.1	6.8	27.6	4.5	17.7	0.0	0.5
	경영/관리/전문/자유직	(86)	33.7	69.8	19.8	47.7	11.6	45.3	7.0	27.9	9.3	37.2	7.0	30.2	7.0	31.4	4.7	10.5	0.0	0.0
	전업 주부	(157)	30.6	65.6	22.9	46.5	18.5	54.8	6.4	30.6	7.6	34.4	7.0	27.4	3.8	29.3	3.2	11.5	0.0	0.0
	학생	(98)	15.3	50.0	28.6	52.0	18.4	45.9	12.2	36.7	7.1	33.7	9.2	32.7	2.0	25.5	6.1	22.4	1.0	1.0
	무직	(43)	25.6	65.1	27.9	55.8	20.9	44.2	2.3	23.3	4.7	34.9	0.0	23.3	7.0	30.2	9.3	20.9	2.3	2.3

4. 좋은 옥외광고의 조건

1) 좋은 옥외광고물의 조건

- 좋은 옥외광고의 조건으로는 '주변과의 조화'(22.7%, 1순위 기준)와 '안전한 설치'(18.9%)가 높게 나타났으며, 이어서 '참신한 디자인'(16.3%), '편안한 조명과 색깔'(13.4%), '적절한 내용/문구'(9.4%) 등의 순으로 나타났으며, 복수응답도 같은 순으로 나타남
- 한편, 설치에 대한 안전성은 앞서 시급한 개선점에서도 '안전관리상태'가 높게 나타나, 옥외광고에 대한 안전성에 대해 많은 사람들이 문제 인식을 하고 있는 것으로 분석됨



4. 좋은 옥외광고의 조건

1-1) 응답자 특성별 좋은 옥외광고물의 조건

- 대부분의 응답자 특성에서 좋은 옥외광고의 조건으로 '주변과의 조화'가 가장 높게 나타남
- 지역별로 경남권(20.7%), 학력별로 '고졸이하'(25.0%)에서는 '안전한 설치'가 더 높게 나타났으며, 학력별로 '대재'(22.5%), 직업별로 '자영업'(22.1%)과 '학생'(24.5%)에서는 '참신한 디자인'이 상대적으로 높게 나타남

(Base: 일반인 전체, 단위: %, 중복%)

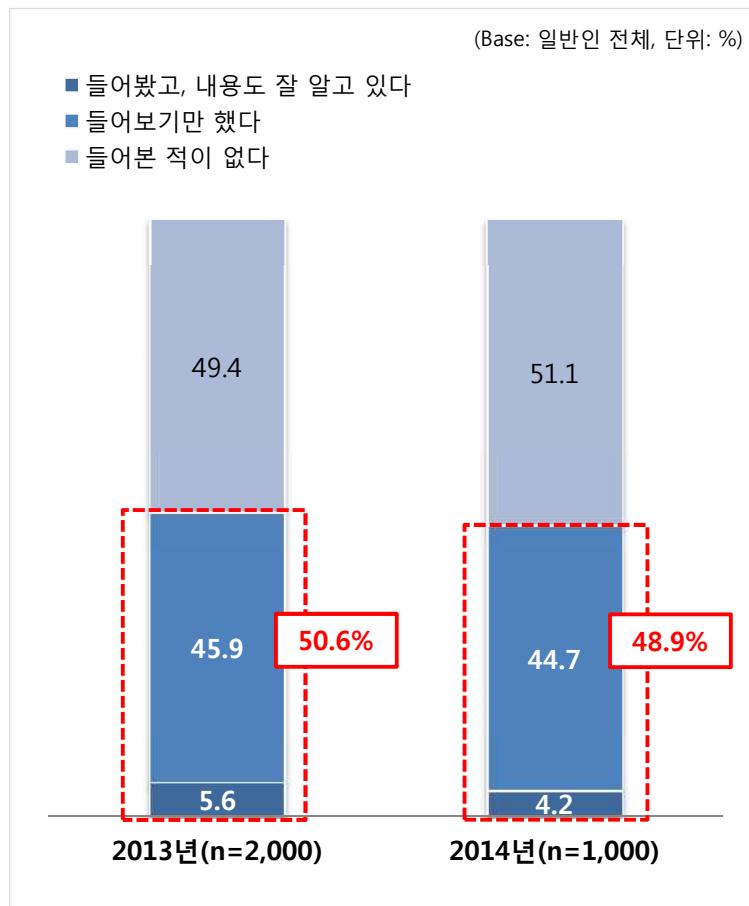
		사례수 (명)	주변과의 조화		안전한 설치		참신한 디자인		편안한 조명, 색깔		적절한 내용/문구		적당한 간판의 크기		건물과의 조화		적당한 간판의 개수		전력소모가 적은 간판	
			1순위	1+2+3 순위	1순위	1+2+3 순위	1순위	1+2+3 순위	1순위	1+2+3 순위	1순위	1+2+3 순위	1순위	1+2+3 순위	1순위	1+2+3 순위	1순위	1+2+3 순위	1순위	1+2+3 순위
전체		(1000)	22.7	61.1	18.9	52.6	16.3	41.5	13.4	36.7	9.4	32.2	9.2	29.4	6.2	24.3	2.2	11.7	1.7	10.5
성별	남성	(509)	25.0	65.2	14.9	49.3	18.9	44.6	14.5	35.8	7.1	30.5	9.4	30.1	5.7	26.3	3.1	11.8	1.4	6.5
	여성	(491)	20.4	56.8	23.0	56.0	13.6	38.3	12.2	37.7	11.8	34.0	9.0	28.7	6.7	22.2	1.2	11.6	2.0	14.7
연령	20대	(208)	22.1	63.0	11.1	39.9	19.2	49.0	19.2	41.3	14.4	39.9	4.3	21.6	7.2	26.0	1.9	10.6	0.5	8.7
	30대	(254)	21.7	60.2	20.5	54.7	16.5	40.2	10.2	34.6	9.8	33.1	10.2	31.1	5.9	22.8	3.1	13.0	2.0	10.2
	40대	(282)	22.3	62.1	22.7	59.6	14.2	39.4	12.8	34.4	8.2	30.5	10.3	30.9	5.3	24.1	2.1	9.2	2.1	9.9
	50대	(256)	24.6	59.4	19.5	53.1	16.0	39.1	12.5	37.5	6.3	27.0	10.9	32.4	6.6	24.6	1.6	14.1	2.0	12.9
지역	서울	(209)	23.4	63.6	21.5	51.7	14.8	43.1	15.8	36.4	10.0	29.7	6.2	29.2	5.3	21.5	1.4	15.3	1.4	9.6
	경인/강원	(332)	23.5	60.2	15.7	51.8	17.5	41.3	12.3	33.4	8.7	33.7	11.1	31.3	6.6	25.3	3.3	12.0	1.2	10.8
	경남권	(92)	15.2	62.0	20.7	55.4	18.5	35.9	14.1	41.3	9.8	39.1	7.6	25.0	12.0	27.2	0.0	6.5	2.2	7.6
	경북권	(164)	25.6	61.6	19.5	50.0	18.9	42.1	11.6	37.8	7.3	32.3	7.9	28.7	3.7	28.7	2.4	9.8	3.0	9.1
	전라권	(105)	17.1	61.9	18.1	50.5	11.4	36.2	15.2	41.0	15.2	33.3	15.2	31.4	4.8	21.9	1.0	10.5	1.9	13.3
	충청권	(98)	26.5	56.1	22.4	61.2	14.3	49.0	12.2	37.8	7.1	24.5	6.1	26.5	7.1	19.4	3.1	12.2	1.0	13.3
학력	고졸이하	(200)	17.0	51.5	25.0	58.5	12.0	35.0	15.0	37.5	9.5	32.5	10.5	33.0	6.5	23.0	1.0	14.0	3.5	15.0
	대재	(111)	19.8	55.9	8.1	39.6	22.5	53.2	17.1	40.5	16.2	45.0	6.3	25.2	8.1	22.5	1.8	7.2	0.0	10.8
	대졸	(617)	24.1	64.7	19.8	53.6	17.3	41.5	11.7	36.6	8.4	29.8	9.4	28.4	5.8	25.0	1.9	11.2	1.5	9.2
	대학원졸	(72)	30.6	65.3	11.1	47.2	9.7	41.7	18.1	29.2	6.9	31.9	8.3	34.7	5.6	25.0	8.3	16.7	1.4	8.3
직업	농/어/임업/기능/ 숙련/일반 작업직	(44)	22.7	59.1	20.5	54.5	15.9	47.7	11.4	25.0	13.6	38.6	11.4	29.5	4.5	27.3	0.0	9.1	0.0	9.1
	자영업	(77)	20.8	57.1	19.5	46.8	22.1	46.8	9.1	36.4	7.8	29.9	10.4	29.9	3.9	28.6	2.6	15.6	3.9	9.1
	판매/서비스직	(71)	22.5	47.9	19.7	54.9	19.7	42.3	14.1	42.3	5.6	31.0	9.9	32.4	5.6	28.2	2.8	12.7	0.0	8.5
	사무/기술직	(424)	20.8	64.2	20.3	53.1	16.0	42.2	14.6	36.3	8.3	30.9	9.7	29.7	6.4	21.5	2.1	10.8	1.9	11.3
	경영/관리/전문/자유직	(86)	33.7	74.4	15.1	55.8	10.5	31.4	14.0	36.0	8.1	25.6	7.0	32.6	5.8	25.6	4.7	10.5	1.2	8.1
	전업 주부	(157)	23.6	52.2	22.3	61.8	14.0	35.0	8.3	36.3	8.9	30.6	12.1	29.3	7.0	26.1	1.3	14.6	2.5	14.0
	학생	(98)	21.4	61.2	7.1	32.7	24.5	56.1	19.4	42.9	16.3	44.9	5.1	26.5	5.1	18.4	1.0	9.2	0.0	8.2
	무직	(43)	23.3	67.4	23.3	58.1	4.7	27.9	14.0	32.6	14.0	34.9	2.3	20.9	11.6	39.5	4.7	11.6	2.3	7.0

5. 간판개선사업에 대한 인지도 및 인식

1) 간판개선사업 인지도

- ‘간판개선사업’에 대한 인지도는 48.9%로 전년과 비슷한 수준으로 나타남
- 응답자 직업 중에서는 ‘판매/서비스직’(59.2%)에서 상대적으로 높고, 연령대별로는 고연령일수록 간판개선사업 인지도가 높게 나타남
- 한편, 지역 중 ‘전라권’에서는 37.1%로 인지도가 가장 낮게 나타남

(Base: 일반인 전체, n=1,000, 단위: %)



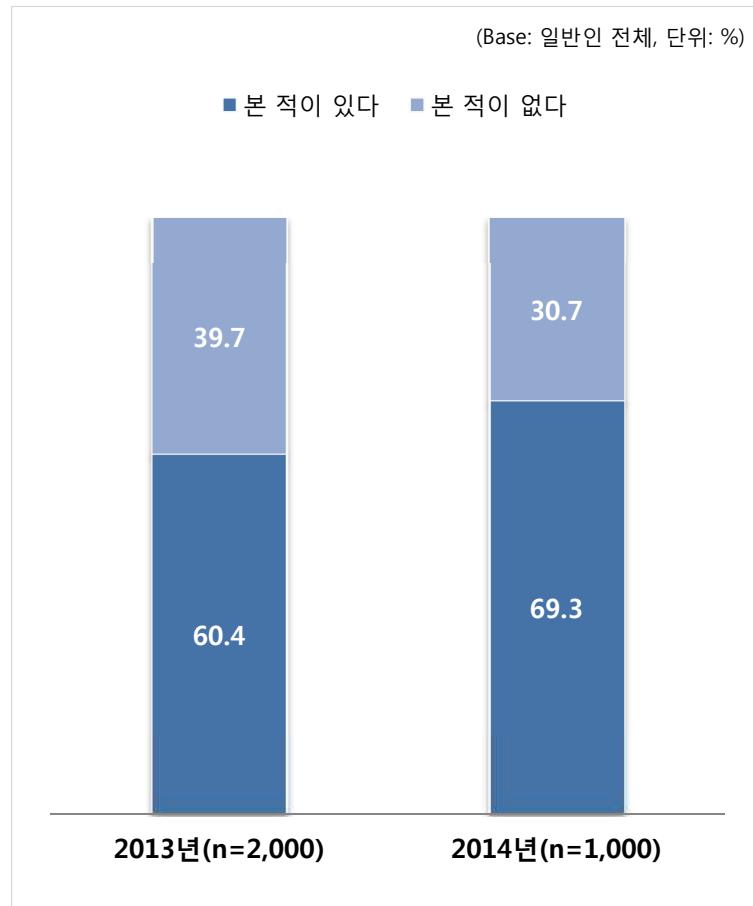
		사례수 (명)	인지	들어봤고, 내용도 잘 알고 있다	들어보기만 했다	들어본 적이 없다
성별	전체	(1000)	48.9	4.2	44.7	51.1
	남성	(509)	47.9	4.1	43.8	52.1
	여성	(491)	49.9	4.3	45.6	50.1
연령	20대	(208)	40.9	4.8	36.1	59.1
	30대	(254)	42.9	4.7	38.2	57.1
	40대	(282)	50.7	5.0	45.7	49.3
	50대	(256)	59.4	2.3	57.0	40.6
지역	서울	(209)	50.7	4.8	45.9	49.3
	경인/강원	(332)	51.5	5.1	46.4	48.5
	경남권	(92)	45.7	1.1	44.6	54.3
	경북권	(164)	48.8	2.4	46.3	51.2
	전라권	(105)	37.1	2.9	34.3	62.9
	충청권	(98)	52.0	7.1	44.9	48.0
학력	고졸이하	(200)	51.0	3.5	47.5	49.0
	대재	(111)	43.2	4.5	38.7	56.8
	대졸	(617)	49.8	4.2	45.5	50.2
	대학원졸	(72)	44.4	5.6	38.9	55.6
직업	농/어/임업/기능/숙련/ 일반 작업자	(44)	36.4	0.0	36.4	63.6
	자영업	(77)	53.2	6.5	46.8	46.8
	판매/서비스직	(71)	59.2	5.6	53.5	40.8
	사무/기술직	(424)	49.8	3.8	46.0	50.2
	경영/관리/전문/자유직	(86)	53.5	3.5	50.0	46.5
	전업 주부	(157)	49.7	5.7	43.9	50.3
	학생	(98)	39.8	5.1	34.7	60.2
	무직	(43)	37.2	0.0	37.2	62.8

5. 간판개선사업에 대한 인지도 및 인식

2) 간판개선사업 추진거리 방문 경험

- 간판개선사업 추진거리 방문 경험은 69.3%로 절반 이상으로 나타나 작년보다 약 9%p 높게 나타남
- 연령대별로는 저연령일수록 방문 경험률이 높게 나타났으며, 지역별로는 '서울'(82.3%)과 '경인/강원'(75.3%)이 비교적 높게 나타남

(Base: 일반인 전체, n=1,000, 단위: %)

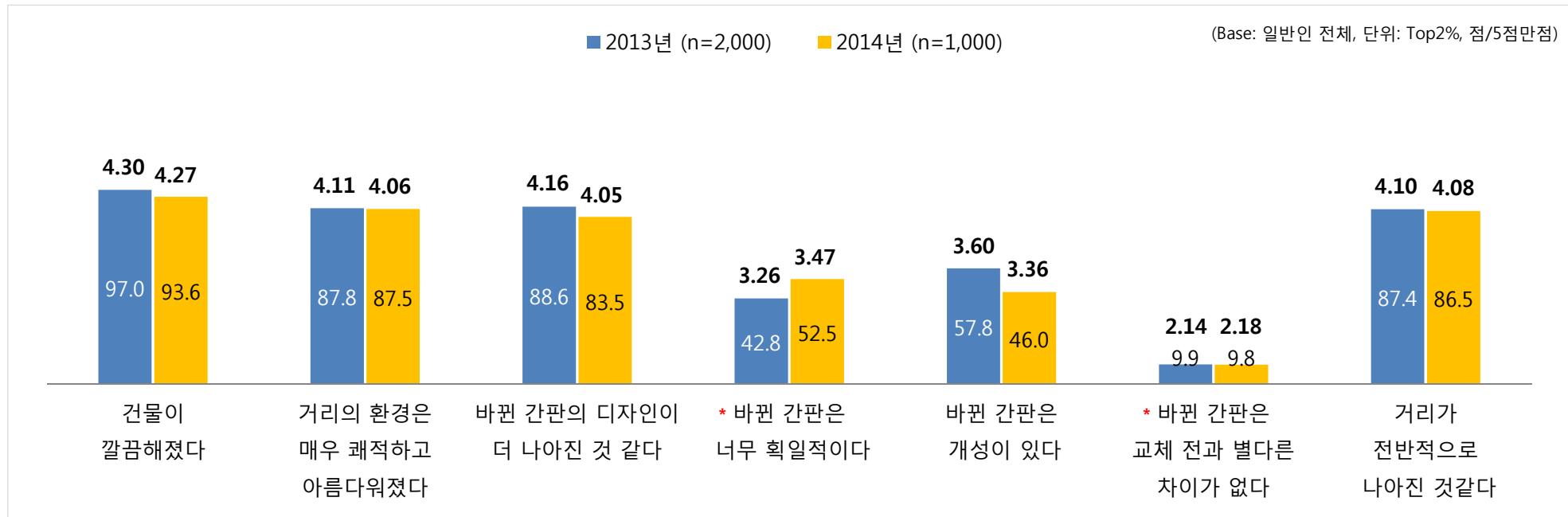


		사례수 (명)	본 적이 있다	본 적이 없다
전체		(1000)	69.3	30.7
성별	남성	(509)	66.8	33.2
	여성	(491)	71.9	28.1
연령	20대	(208)	76.0	24.0
	30대	(254)	75.2	24.8
	40대	(282)	63.8	36.2
	50대	(256)	64.1	35.9
지역	서울	(209)	82.3	17.7
	경인/강원	(332)	75.3	24.7
	경남권	(92)	55.4	44.6
	경북권	(164)	57.9	42.1
	전라권	(105)	56.2	43.8
	충청권	(98)	67.3	32.7
학력	고졸이하	(200)	60.0	40.0
	대재	(111)	73.9	26.1
	대졸	(617)	71.2	28.8
	대학원졸	(72)	72.2	27.8
직업	농/어/임업/기능/숙련/ 일반 작업직	(44)	50.0	50.0
	자영업	(77)	62.3	37.7
	판매/서비스직	(71)	71.8	28.2
	사무/기술직	(424)	71.5	28.5
	경영/관리/전문/자유직	(86)	73.3	26.7
	전업 주부	(157)	66.9	33.1
	학생	(98)	74.5	25.5
	무직	(43)	65.1	34.9

5. 간판개선사업에 대한 인지도 및 인식

3) 간판개선사업 효과 평가

- 간판개선사업 효과 평가에서 '건물이 깔끔해졌다'가 93.6%(매우 그렇다+그렇다)으로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 '거리의 환경은 쾌적하고 아름다워졌다'(87.5%), '바뀐 간판의 디자인이 더 나아진 것 같다'(83.5%) 등의 순으로 나타남
- '바뀐 간판이 너무 획일적'이지 않느냐는 질문에는 52.5% '그렇다'고 응답했고, 11.9%는 '그렇지 않다'고 응답해 획일적이라는 응답이 더 많았음. 또한 '바뀐 간판이 교체 전과 별다른 차이가 없다'는 평가에 대해서는 9.8%만이 '그렇다'고 응답했고, 74.8%는 '차이가 있다'고 응답함
- 한편, '거리가 전반적으로 나아진 것 같다'는 86.5%로 나타나 간판개선사업 효과에 대해 긍정적인 평가를 보이고 있음



* 표시는 부정적인 의미의 평가항목임

※ 평가는 실제 가본 경험이나 정비된 거리의 사전, 사후 그림을 보고 평가함

5. 간판개선사업에 대한 인지도 및 인식

3-1) 응답자 특성별 간판개선사업 효과 평가

- 모든 응답자 특성에서 특성간 차이 없이 대부분 비슷한 평가를 보이고 있으나 '경남권'의 경우 '바뀐 간판은 개성이 있다'는 항목에서 다른 응답자보다 상대적으로 높게 나타남

(Base: 일반인 전체, 단위: 점/5점 만점)

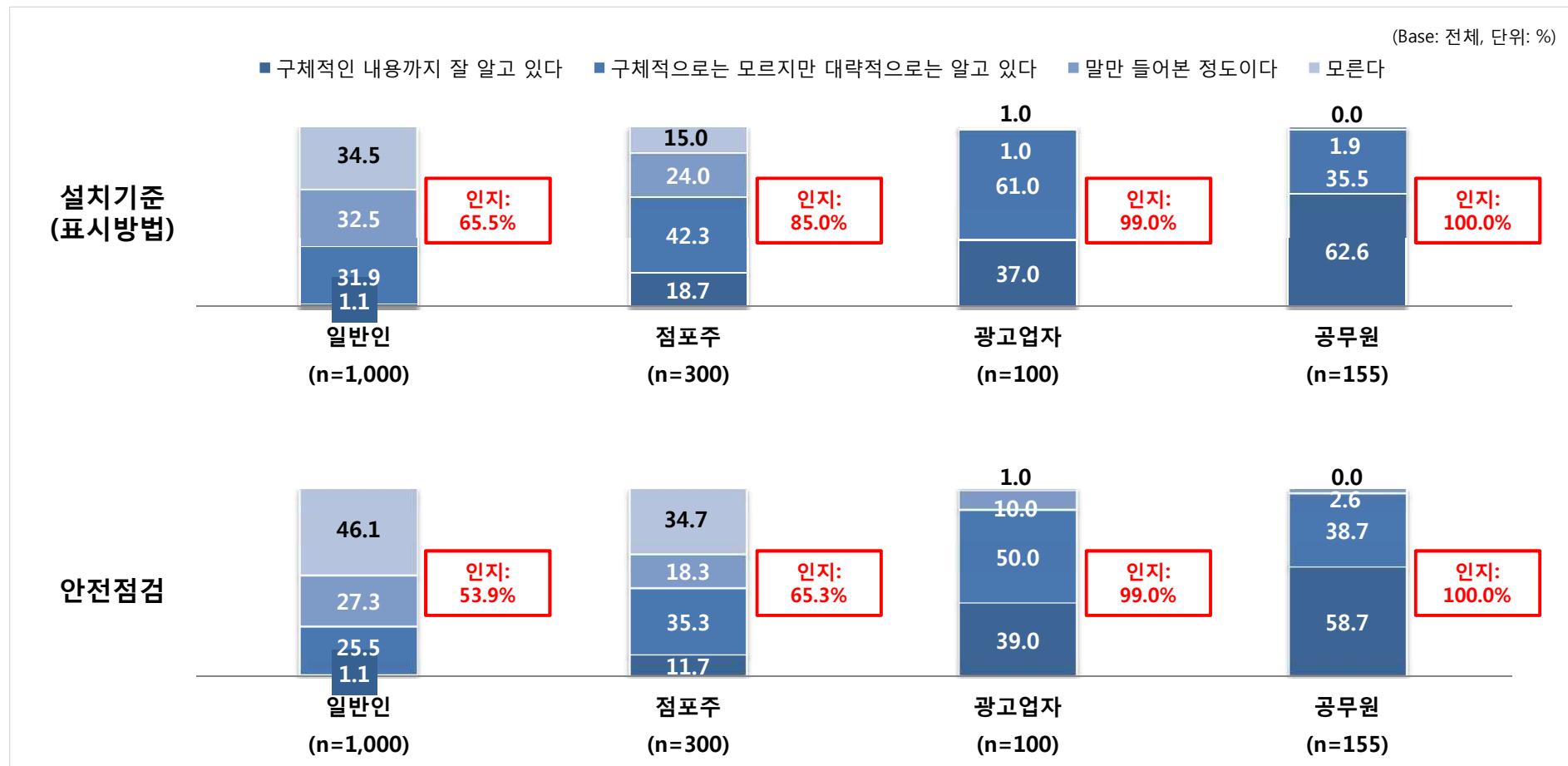
		사례수 (명)	건물이 깔끔해졌다		거리의 환경은 매우 쾌적하고 아름다워졌다		바뀐 간판은 디자인이 더 나아진 것 같다		*바뀐 간판은 너무 획일적이다		바뀐 간판은 개성이 있다		*바뀐 간판은 교체 전과 별다른 차이가 없다		거리가 전반적으로 나아진 것 같다	
			평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)	평균(점)	매우 그렇다+ 그렇다(%)
전체		(1000)	4.27	93.6	4.06	87.5	4.05	83.5	3.47	52.5	3.36	46.0	2.18	9.8	4.08	86.5
성별	남성	(509)	4.23	91.6	4.05	87.4	4.02	81.7	3.50	53.8	3.40	48.1	2.23	12.2	4.06	85.3
	여성	(491)	4.31	95.7	4.08	87.6	4.08	85.3	3.43	51.1	3.31	43.8	2.12	7.3	4.10	87.8
연령	20대	(208)	4.34	95.7	4.08	86.1	4.22	88.0	3.45	50.5	3.27	42.8	2.06	8.7	4.10	84.1
	30대	(254)	4.26	92.5	4.03	86.2	4.00	81.5	3.55	56.7	3.26	40.9	2.20	10.6	4.02	84.3
	40대	(282)	4.32	96.1	4.09	89.4	4.05	85.5	3.46	51.8	3.43	50.0	2.20	8.9	4.12	90.8
	50대	(256)	4.17	90.2	4.05	87.9	3.97	79.7	3.41	50.8	3.44	49.2	2.23	10.9	4.07	85.9
지역	서울	(209)	4.24	94.3	4.04	87.1	3.98	81.8	3.50	54.1	3.22	42.6	2.23	11.5	4.02	87.6
	경인/강원	(332)	4.30	93.4	4.08	88.3	4.10	84.9	3.44	50.9	3.35	44.0	2.14	9.6	4.08	87.0
	경남권	(92)	4.30	93.5	4.13	88.0	4.13	84.8	3.47	53.3	3.55	55.4	2.16	10.9	4.16	88.0
	경북권	(164)	4.24	93.3	4.03	89.6	3.96	81.7	3.45	52.4	3.34	46.3	2.16	7.3	4.05	85.4
	전라권	(105)	4.30	94.3	4.05	81.9	4.09	81.9	3.55	55.2	3.44	45.7	2.34	12.4	4.09	82.9
	충청권	(98)	4.21	92.9	4.08	87.8	4.07	85.7	3.44	51.0	3.42	51.0	2.08	7.1	4.10	86.7
학력	고졸이하	(200)	4.26	90.5	4.03	84.5	4.04	82.0	3.43	46.5	3.44	45.0	2.23	10.5	4.06	81.5
	대재	(111)	4.37	94.6	4.11	87.4	4.19	83.8	3.35	45.9	3.25	45.9	2.03	7.2	4.08	84.7
	대졸	(617)	4.27	94.3	4.08	89.0	4.05	84.9	3.50	55.6	3.36	46.7	2.19	9.7	4.08	88.3
	대학원졸	(72)	4.19	94.4	3.97	83.3	3.85	75.0	3.51	52.8	3.25	43.1	2.21	12.5	4.04	87.5
직업	농/어/임업/기능/ 숙련/일반 작업직	(44)	4.23	90.9	3.98	81.8	3.91	72.7	3.68	56.8	3.39	47.7	2.27	9.1	3.95	79.5
	자영업	(77)	4.14	90.9	3.97	87.0	3.90	77.9	3.62	58.4	3.30	44.2	2.31	16.9	3.99	79.2
	판매/서비스직	(71)	4.27	90.1	4.08	84.5	4.08	80.3	3.34	47.9	3.42	42.3	2.20	8.5	4.04	81.7
	사무/기술직	(424)	4.30	94.6	4.10	89.2	4.08	86.1	3.50	56.6	3.45	50.0	2.22	12.0	4.11	87.7
	경영/관리/전문/자유직	(86)	4.07	88.4	3.88	83.7	3.87	80.2	3.44	48.8	3.07	34.9	2.22	10.5	4.02	88.4
	전업 주부	(157)	4.30	96.2	4.08	89.2	4.06	86.0	3.41	45.2	3.38	47.1	2.12	4.5	4.10	91.7
	학생	(98)	4.43	96.9	4.13	88.8	4.24	85.7	3.38	49.0	3.21	41.8	1.95	7.1	4.11	86.7
	무직	(43)	4.16	90.7	4.02	81.4	4.02	76.7	3.35	46.5	3.28	41.9	2.07	2.3	4.05	79.1

* 표시는 부정적인 의미의 평가항목임

6. 옥외광고 정책인식도

1) 옥외광고물 정책 인지도

- '설치기준' 정책 인지도는 공무원 100.0%(구체적인 내용까지 잘 알고 있다+대략적으로는 알고 있다+말만 들어본 정도이다), 광고업자 99.0%, 점포주 85.0%, 일반인 65.5% 순으로 나타남
 - '안전점검' 정책 인지도는 공무원 100.0%, 광고업자 99.0%, 점포주 65.3%, 일반인 53.9% 순으로 나타남
 - 일반인과 점포주에서는 설치기준 정책 인지도가 안전점검 정책 인지도보다 높게 나타남



6. 옥외광고 정책인식도

1-1) 응답자 특성별 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책 인지도 – 일반인/점포주

- 일반인의 옥외광고물 설치기준 정책 인지도는 절반 수준으로 나타난 가운데, 고연령대, 고학력 일수록 높게 나타났고, 지역별로는 '충청권'(70.4%)에서 인지율이 상대적으로 높게 나타나고 있음
- 점포주의 옥외광고물 설치기준 정책 인지도는 '남성'(89.5%), 연령별로는 저연령대 일수록, 지역별로는 '부산'(92.0%)과 '울산'(100.0%)의 인지율이 상대적으로 높게 나타나고 있음

(Base: 일반인 전체, 단위: %)

(Base: 점포주 전체, 단위: %)

일반인		사례수 (명)	알고 있다	구체적인 내용까지 잘 알고 있다	구체적으로는 모르지만 대략적으로는 알고 있다	말만 들어본 정도이다	모른다
전체		(1000)	65.5	1.1	31.9	32.5	34.5
성별	남성	(509)	65.7	1.2	30.3	34.2	34.4
	여성	(491)	65.4	1.0	33.6	30.8	34.6
연령	20대	(208)	54.4	1.0	22.6	30.8	45.7
	30대	(254)	61.8	1.2	28.7	31.9	38.2
40대	40대	(282)	70.6	1.4	34.8	34.4	29.4
	50대	(256)	72.7	0.8	39.5	32.4	27.3
지역	서울	(209)	63.7	0.5	27.3	35.9	36.4
	경인/강원	(332)	68.9	1.2	35.8	31.9	31.0
지역	경남권	(92)	59.8	1.1	31.5	27.2	40.2
	경북권	(164)	65.2	0.6	26.8	37.8	34.8
지역	전라권	(105)	59.1	2.9	26.7	29.5	41.0
	충청권	(98)	70.4	1.0	42.9	26.5	29.6
학력	고졸이하	(200)	60.5	1.0	30.0	29.5	39.5
	대재	(111)	57.6	0.9	19.8	36.9	42.3
학력	대졸	(617)	67.2	1.1	34.2	31.9	32.7
	대학원졸	(72)	76.4	1.4	36.1	38.9	23.6
직업	농/어/임업/기능/숙련/일반 작업직	(44)	50.0	0.0	25.0	25.0	50.0
	자영업	(77)	70.2	1.3	36.4	32.5	29.9
직업	판매/서비스직	(71)	69.0	2.8	32.4	33.8	31.0
	사무/기술직	(424)	64.6	0.7	31.6	32.3	35.4
직업	경영/관리/전문/자유직	(86)	73.2	2.3	40.7	30.2	26.7
	전업 주부	(157)	73.3	1.3	37.6	34.4	26.8
직업	학생	(98)	55.1	1.0	18.4	35.7	44.9
	무직	(43)	55.8	0.0	25.6	30.2	44.2

점포주		사례수 (명)	알고 있다	구체적인 내용까지 잘 알고 있다	구체적으로는 모르지만 대략적으로는 알고 있다	말만 들어본 정도이다	모른다
전체		(300)	85.0	18.7	42.3	24.0	15.0
성별	남성	(152)	89.5	21.1	43.4	25.0	10.5
	여성	(148)	80.4	16.2	41.2	23.0	19.6
연령	30대 이하	(57)	91.2	17.5	43.9	29.8	8.8
	40대	(90)	87.7	24.4	43.3	20.0	12.2
지역	50대	(105)	82.9	14.3	41.9	26.7	17.1
	60대 이상	(48)	77.2	18.8	39.6	18.8	22.9
지역	서울	(60)	78.4	10.0	41.7	26.7	21.7
	부산	(50)	92.0	10.0	70.0	12.0	8.0
지역	대구	(40)	80.0	2.5	32.5	45.0	20.0
	인천	(40)	82.5	12.5	45.0	25.0	17.5
지역	광주	(40)	80.0	47.5	17.5	15.0	20.0
	대전	(40)	87.5	17.5	42.5	27.5	12.5
지역	울산	(30)	100.0	43.3	40.0	16.7	0.0

6. 옥외광고 정책인식도

1-1) 응답자 특성별 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책 인지도 – 광고업자/공무원

- 광고업자의 옥외광고물 설치기준 정책 인지도는 모든 응답자 특성에서 90% 이상으로 높게 나타난 가운데, 지역별로 '부산'에서는 '모른다'는 응답이 6.7%로 상대적으로 높게 나타남
- 공무원의 옥외광고물 설치기준 정책 인지도는 모든 응답자 특성에서 100% 가까이 높게 나타난 가운데, 지역별로 '경남권'에서는 '말만 들어 본 정도이다'는 응답이 6.3%로 상대적으로 높게 나타남

(Base: 광고업자 전체, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	알고 있다	구체적인 내용까지 잘 알고 있다	구체적으로는 모르지만 대략적으로는 알고 있다	말만 들어본 정도이다	모른다
전체		(100)	99.0	37.0	61.0	1.0	1.0
성별	남성	(74)	100.0	41.9	56.8	1.4	0.0
	여성	(26)	96.2	23.1	73.1	0.0	3.8
연령	30대 이하	(37)	97.3	27.0	67.6	2.7	2.7
	40대	(37)	100.0	32.4	67.6	0.0	0.0
	50대 이상	(26)	100.0	57.7	42.3	0.0	0.0
지역	서울	(15)	100.0	40.0	60.0	0.0	0.0
	부산	(15)	93.4	26.7	66.7	0.0	6.7
	대구	(14)	100.0	71.4	28.6	0.0	0.0
	인천	(14)	100.0	35.7	64.3	0.0	0.0
	광주	(14)	100.0	28.6	71.4	0.0	0.0
	대전	(14)	99.9	21.4	71.4	7.1	0.0
	울산	(14)	100.0	35.7	64.3	0.0	0.0

(Base: 공무원 전체, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	알고 있다	구체적인 내용까지 잘 알고 있다	구체적으로는 모르지만 대략적으로는 알고 있다	말만 들어본 정도이다
전체		(155)	100.0	62.6	35.5	1.9
성별	남성	(116)	99.9	62.9	35.3	1.7
	여성	(39)	100.0	61.5	35.9	2.6
연령	30대 이하	(52)	100.0	69.2	30.8	0.0
	40대	(55)	99.9	61.8	34.5	3.6
	50대 이상	(48)	100.0	56.3	41.7	2.1
지역	서울	(15)	100.0	73.3	26.7	0.0
	경인/강원	(47)	100.0	61.7	38.3	0.0
	경남권	(16)	100.0	62.5	31.3	6.3
	경북권	(24)	100.0	58.3	41.7	0.0
	전라권	(25)	100.0	44.0	52.0	4.0
	충청권	(28)	100.0	78.6	17.9	3.6
소속 단체	광역자치단체	(15)	100.0	66.7	26.7	6.7
	기초자치단체	(133)	100.0	61.7	36.8	1.5
	기타	(7)	100.0	71.4	28.6	0.0

6. 옥외광고 정책인식도

1-2) 응답자 특성별 옥외광고물 안전점검 정책 인지도 - 일반인/점포주

- 일반인의 옥외광고물 안전점검 정책 인지도는 절반 수준으로 나타난 가운데, 고연령대 일수록 높게 나타났고, 직업별로는 '자영업'(61.1%)과 '경영/관리/전문/자유직'(60.4%)에서 인지율이 상대적으로 높게 나타나고 있음
- 점포주의 옥외광고물 안전점검 정책 인지도는 연령별로는 '40대'(73.3%), 지역별로는 '울산'(90.30%)의 인지율이 상대적으로 높게 나타난 반면, 연령대 중 '60대 이상'에서는 '모른다'는 응답이 50.0%로 상대적으로 높게 나타남

(Base: 일반인 전체, 단위: %)

(Base: 점포주 전체, 단위: %)

일반인		사례수 (명)	알고 있다	구체적인 내용까지 잘 알고 있다	구체적으로 는 모르지 만 대략적 으로는 알고 있다	말만 들어본 정도이다	모른다
전체		(1000)	53.9	1.1	25.5	27.3	46.1
성별	남성	(509)	54.8	1.0	27.1	26.7	45.2
	여성	(491)	52.9	1.2	23.8	27.9	47.0
연령	20대	(208)	49.5	1.0	22.1	26.4	50.5
	30대	(254)	49.7	1.2	20.9	27.6	50.4
	40대	(282)	56.0	1.4	28.4	26.2	44.0
	50대	(256)	59.4	0.8	29.7	28.9	40.6
지역	서울	(209)	54.1	1.9	20.1	32.1	45.9
	경인/강원	(332)	53.9	1.2	26.5	26.2	46.1
	경남권	(92)	54.4	0.0	28.3	26.1	45.7
	경북권	(164)	56.1	0.6	26.8	28.7	43.9
	전라권	(105)	45.7	0.0	21.9	23.8	54.3
	충청권	(98)	58.2	2.0	32.7	23.5	41.8
학력	고졸이하	(200)	50.0	0.5	22.5	27.0	50.0
	대재	(111)	56.7	1.8	22.5	32.4	43.2
	대졸	(617)	54.1	1.1	26.7	26.3	45.9
	대학원졸	(72)	58.4	1.4	27.8	29.2	41.7
직업	농/어/임업/기능/숙련/ 일반 작업직	(44)	45.5	2.3	25.0	18.2	54.5
	자영업	(77)	61.1	1.3	32.5	27.3	39.0
	판매/서비스직	(71)	54.9	0.0	32.4	22.5	45.1
	사무/기술직	(424)	54.5	1.2	25.5	27.8	45.5
	경영/관리/전문/자유직	(86)	60.4	2.3	33.7	24.4	39.5
	전업 주부	(157)	51.6	0.6	20.4	30.6	48.4
	학생	(98)	51.0	1.0	19.4	30.6	49.0
	무직	(43)	44.2	0.0	18.6	25.6	55.8

점포주		사례수 (명)	알고 있다	구체적인 내용까지 잘 알고 있다	구체적으로 는 모르지 만 대략적 으로는 알고 있다	말만 들어본 정도이다	모른다
전체		(300)	65.3	11.7	35.3	18.3	34.7
성별	남성	(152)	67.1	14.5	36.2	16.4	32.9
	여성	(148)	63.6	8.8	34.5	20.3	36.5
연령	30대 이하	(57)	61.4	10.5	21.1	29.8	38.6
	40대	(90)	66.7	15.6	38.9	12.2	33.3
	50대	(105)	73.3	10.5	43.8	19.0	26.7
	60대 이상	(48)	50.0	8.3	27.1	14.6	50.0
지역	서울	(60)	60.0	6.7	28.3	25.0	40.0
	부산	(50)	80.0	8.0	60.0	12.0	20.0
	대구	(40)	52.5	2.5	30.0	20.0	47.5
	인천	(40)	60.0	5.0	37.5	17.5	40.0
	광주	(40)	70.0	20.0	30.0	20.0	30.0
	대전	(40)	50.0	15.0	22.5	12.5	50.0
	울산	(30)	90.0	33.3	36.7	20.0	10.0

6. 옥외광고 정책인식도

1-2) 응답자 특성별 옥외광고물 안전점검 정책 인지도 - 광고업자/공무원

- 광고업자의 옥외광고물 안전점검 정책 인지도는 모든 응답자 특성에서 90% 이상으로 높게 나타난 가운데, 지역별로 '울산'에서는 '모른다'는 응답이 7.1%로 상대적으로 높게 나타남
- 공무원의 옥외광고물 안전점검 정책 인지도도 모든 응답자 특성에서 100% 수준으로 높게 나타난 가운데, 연령별로 '50대 이상'(6.3%), 지역별로 '경인/강원'(6.4%)에서는 '말만 들어본 정도이다'는 응답이 상대적으로 높게 나타남

(Base: 광고업자 전체, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	알고 있다	구체적인 내용까지 잘 알고 있다	구체적으로는 모르지만 대략적으로는 알고 있다	말만 들어본 정도이다	모른다
전체		(100)	99.0	39.0	50.0	10.0	1.0
성별	남성	(74)	98.6	44.6	43.2	10.8	1.4
	여성	(26)	100.0	23.1	69.2	7.7	0.0
연령	30대 이하	(37)	100.0	24.3	56.8	18.9	0.0
	40대	(37)	97.3	32.4	59.5	5.4	2.7
	50대 이상	(26)	99.9	69.2	26.9	3.8	0.0
지역	서울	(15)	100.0	60.0	40.0	0.0	0.0
	부산	(15)	100.0	26.7	60.0	13.3	0.0
	대구	(14)	100.0	71.4	28.6	0.0	0.0
	인천	(14)	99.9	57.1	35.7	7.1	0.0
	광주	(14)	100.0	14.3	78.6	7.1	0.0
	대전	(14)	100.0	21.4	50.0	28.6	0.0
	울산	(14)	92.8	21.4	57.1	14.3	7.1

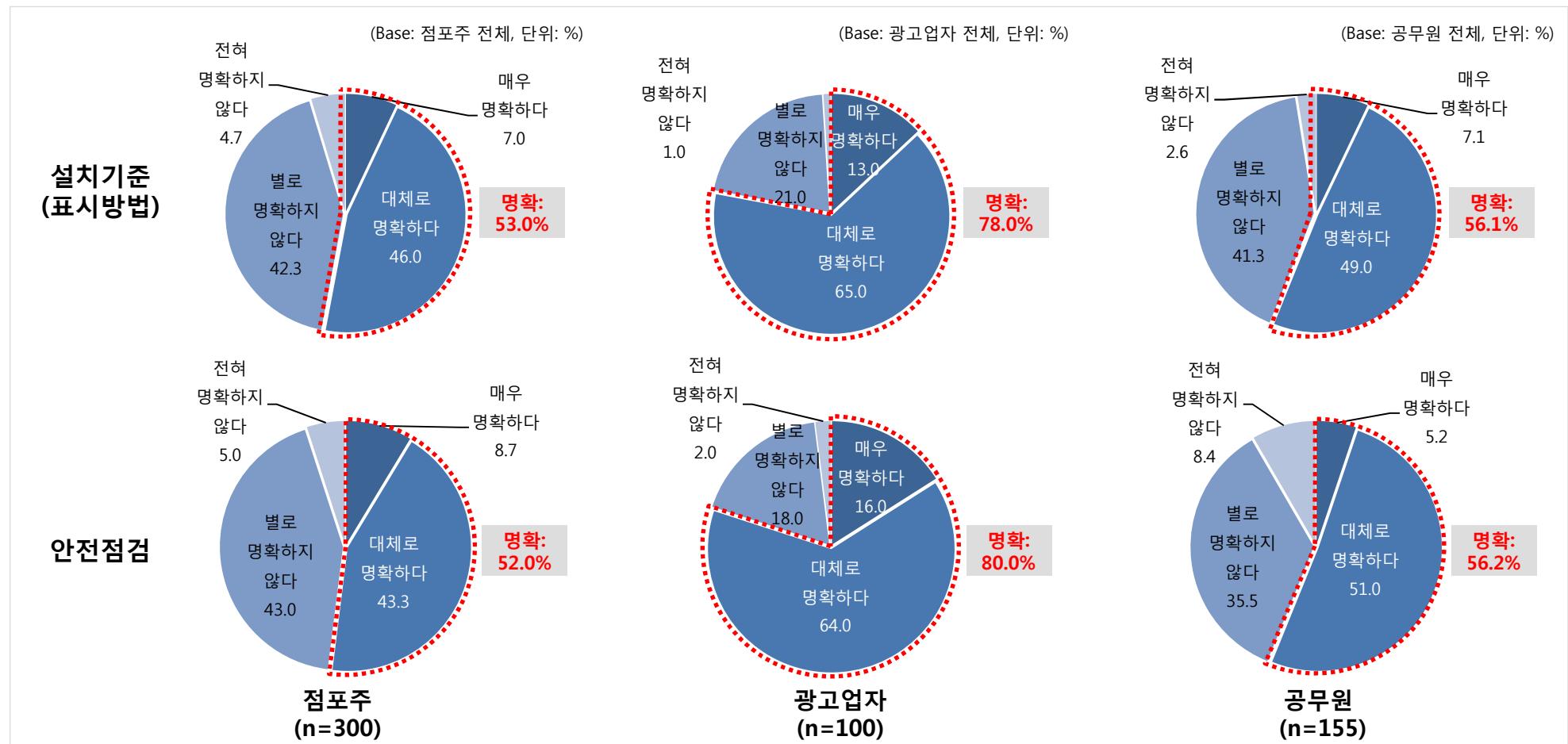
(Base: 공무원 전체, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	알고 있다	구체적인 내용까지 잘 알고 있다	구체적으로는 모르지만 대략적으로는 알고 있다	말만 들어본 정도이다
전체		(155)	100.0	58.7	38.7	2.6
성별	남성	(116)	99.9	58.6	37.9	3.4
	여성	(39)	100.0	59.0	41.0	0.0
연령	30대 이하	(52)	100.0	71.2	28.8	0.0
	40대	(55)	99.9	54.5	43.6	1.8
	50대 이상	(48)	100.0	50.0	43.8	6.3
지역	서울	(15)	100.0	73.3	26.7	0.0
	경인/강원	(47)	100.0	48.9	44.7	6.4
	경남권	(16)	100.0	62.5	37.5	0.0
	경북권	(24)	100.0	54.2	41.7	4.2
	전라권	(25)	100.0	56.0	44.0	0.0
	충청권	(28)	100.0	71.4	28.6	0.0
소속 단체	광역자치단체	(15)	100.0	60.0	40.0	0.0
	기초자치단체	(133)	100.0	59.4	38.3	2.3
	기타	(7)	100.0	42.9	42.9	14.3

6. 옥외광고 정책인식도

2) 옥외광고물 정책 명확성

- ‘설치기준’ 규정 명확성은 광고업자 78.0%, 공무원 56.1%, 점포주 53.0% 순으로 나타남
- ‘안전점검’ 규정 명확성도 광고업자 80.0%, 공무원 56.2%, 점포주 52.0% 순으로 나타나 설치기준 명확성과 비슷한 수준으로 평가됨
- 옥외광고물 제작 실무를 많이 접하는 광고업자에서 옥외광고물 규정이 ‘명확하다’는 응답이 다른 응답자보다 상대적으로 높게 나타남



6. 옥외광고 정책인식도

2-1) 응답자 특성별 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책 명확성

- 점포주 중 옥외간판 설치기준 규정이 '명확하다'는 응답은 '여성'(57.4%), 지역별로는 '부산'(64.0%), '대전'(67.5%), '울산'(70.0%)에서 상대적으로 높게 나타남
- 광고업자 중 옥외간판 설치기준 규정이 '명확하다'는 응답은 '남성'(82.4%), 연령별로는 '50대 이상' (88.5%), 지역별로는 '서울'(86.7%)과 '인천'(85.7%)에서 상대적으로 높게 나타남
- 옥외간판 설치기준 규정이 '명확하다'는 응답은 공무원 중 '남성'(59.5%), 지역별로는 '전라권'(68.0%)에서 상대적으로 높게 나타났으며 '경남권'(31.3%)에서는 상대적으로 낮게 나타남

(Base: 점포주 전체, 단위: %)

점포주		사례수 (명)	명확하다	불명확하다
전체		(300)	53.0	47.0
성별	남성	(152)	48.7	51.3
	여성	(148)	57.4	42.6
연령	30대 이하	(57)	49.1	50.9
	40대	(90)	52.2	47.8
지역	50대	(105)	57.1	42.9
	60대 이상	(48)	50.0	50.0
	서울	(60)	45.0	55.0
	부산	(50)	64.0	36.0
	대구	(40)	40.0	60.0
	인천	(40)	42.5	57.5
	광주	(40)	47.5	52.5
	대전	(40)	67.5	32.5
	울산	(30)	70.0	30.0

(Base: 광고업자 전체, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	명확하다	불명확하다
전체		(100)	78.0	22.0
성별	남성	(74)	82.4	17.6
	여성	(26)	65.4	34.6
연령	30대 이하	(37)	75.7	24.3
	40대	(37)	73.0	27.0
지역	50대 이상	(26)	88.5	11.5
	서울	(15)	86.7	13.3
	부산	(15)	80.0	20.0
	대구	(14)	78.6	21.4
	인천	(14)	85.7	14.3
	광주	(14)	71.4	28.6
	대전	(14)	64.3	35.7
	울산	(14)	78.6	21.4

(Base: 공무원 전체, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	명확하다	불명확하다
전체		(155)	56.1	43.9
성별	남성	(116)	59.5	40.5
	여성	(39)	46.2	53.8
연령	30대 이하	(52)	42.3	57.7
	40대	(55)	63.6	36.4
지역	50대 이상	(48)	62.5	37.5
	서울	(15)	53.3	46.7
	경인/강원	(47)	59.6	40.4
	경남권	(16)	31.3	68.8
	경북권	(24)	62.5	37.5
	전라권	(25)	68.0	32.0
	충청권	(28)	50.0	50.0
	광역자치단체	(15)	53.3	46.7
소속 단체	기초자치단체	(133)	54.9	45.1
	기타	(7)	85.7	14.3

※ 명확하다 : (매우 명확하다+대체로 명확하다)

불명확하다 : (별로 명확하지 않다 + 전혀 명확하지 않다)

6. 옥외광고 정책인식도

2-2) 응답자 특성별 옥외광고물 안전점검 정책 명확성

- 점포주 중 옥외간판 안전점검 규정이 '명확하다'는 응답은 '여성'(56.1%), 지역별로는 '울산'(70.0%)에서 높게 나타난 가운데, 연령대별로 '60대 이상'(39.6%), 지역별로 '광주'(32.5%)에서는 상대적으로 낮게 나타남
- 광고업자 중 옥외간판 안전점검 규정이 '명확하다'는 응답은 지역별로는 '서울'(93.3%)에서 가장 높게 나타난 가운데, 연령별로 '40대'(70.3%), 지역별로 '대전'(64.3%)에서는 상대적으로 낮게 나타남
- 공무원 중 옥외간판 안전점검 규정이 '명확하다'는 응답은 지역별로는 '서울'(73.3%)에서 가장 높게 나타난 가운데, 연령별로 '30대 이하'(42.3%), 지역별로 '경인/강원'(42.6%)에서는 상대적으로 낮게 나타남

(Base: 점포주 전체, 단위: %)

점포주		사례수 (명)	명확하다	불명확하다
전체		(300)	52.0	48.0
성별	남성	(152)	48.0	52.0
	여성	(148)	56.1	43.9
연령	30대 이하	(57)	45.6	54.4
	40대	(90)	57.8	42.2
	50대	(105)	56.2	43.8
	60대 이상	(48)	39.6	60.4
지역	서울	(60)	45.0	55.0
	부산	(50)	68.0	32.0
	대구	(40)	45.0	55.0
	인천	(40)	42.5	57.5
	광주	(40)	32.5	67.5
	대전	(40)	65.0	35.0
	울산	(30)	70.0	30.0

(Base: 광고업자 전체, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	명확하다	불명확하다
전체		(100)	80.0	20.0
성별	남성	(74)	79.7	20.3
	여성	(26)	80.8	19.2
연령	30대 이하	(37)	83.8	16.2
	40대	(37)	70.3	29.7
	50대 이상	(26)	88.5	11.5
지역	서울	(15)	93.3	6.7
	부산	(15)	80.0	20.0
	대구	(14)	78.6	21.4
	인천	(14)	85.7	14.3
	광주	(14)	85.7	14.3
	대전	(14)	64.3	35.7
	울산	(14)	71.4	28.6

(Base: 공무원 전체, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	명확하다	불명확하다
전체		(155)	56.1	43.9
성별	남성	(116)	57.8	42.2
	여성	(39)	51.3	48.7
연령	30대 이하	(52)	42.3	57.7
	40대	(55)	60.0	40.0
	50대 이상	(48)	66.7	33.3
	서울	(15)	73.3	26.7
	경인/강원	(47)	42.6	57.4
	경남권	(16)	56.3	43.8
	경북권	(24)	66.7	33.3
	전라권	(25)	64.0	36.0
	충청권	(28)	53.6	46.4
	광역자치단체	(15)	60.0	40.0
소속 단체	기초자치단체	(133)	55.6	44.4
	기타	(7)	57.1	42.9

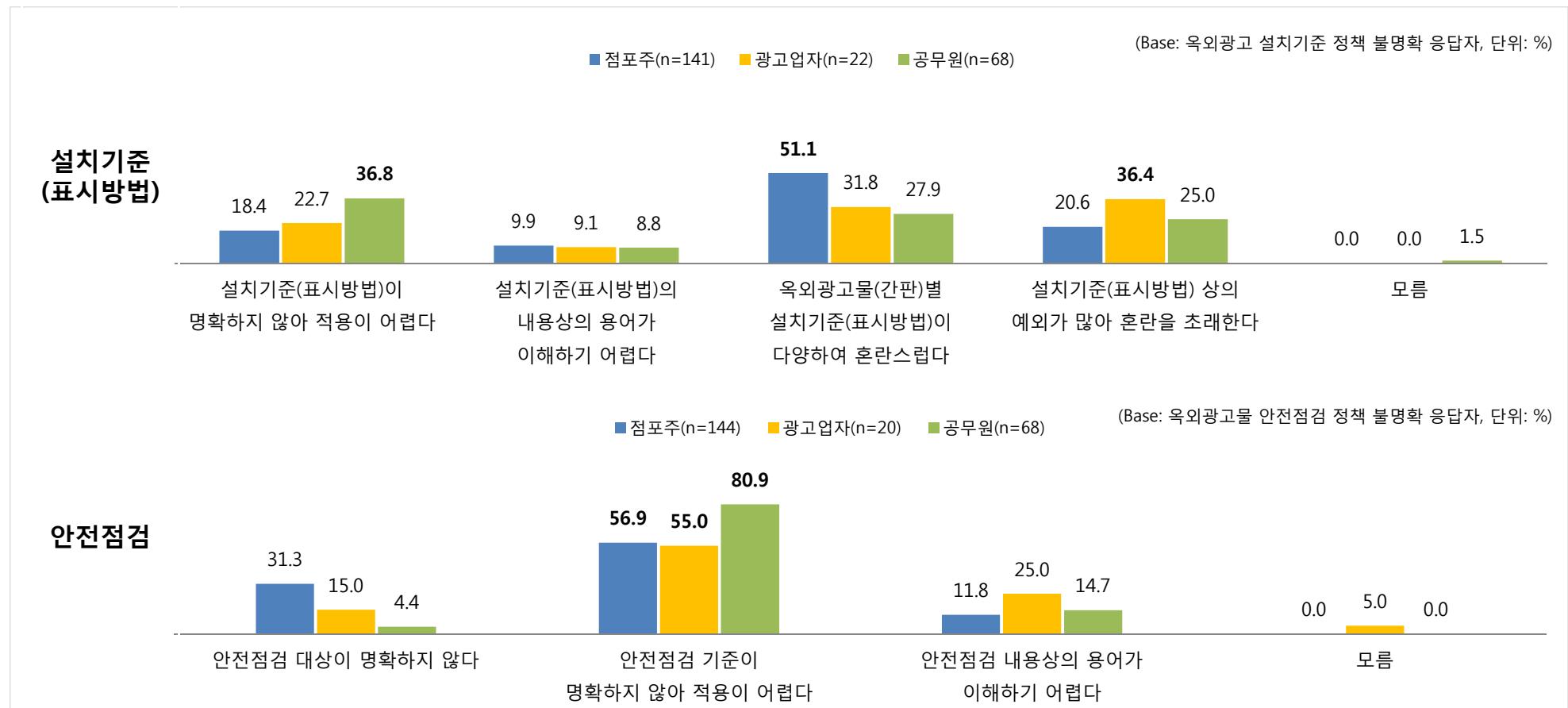
※ 명확하다 : (매우 명확하다+대체로 명확하다)

불명확하다 : (별로 명확하지 않다 + 전혀 명확하지 않다)

6. 옥외광고 정책인식도

3) 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책 불명확 이유

- 옥외광고 설치기준 정책 불명확 이유로 점포주는 '설치기준이 다양하여 혼란스럽다'가 51.1%(1순위 기준), 광고업자는 '설치기준 상의 예외가 많아 혼란을 초래한다'(36.4%), 공무원은 '설치기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'(36.8%)가 가장 큰 이유라고 지적함
- 옥외광고 안전점검 정책 불명확 이유로 점포주(56.9%), 광고업자(55.0%), 공무원(80.9%) 모두 '안전점검 기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'가 가장 큰 이유라고 지적함



6. 옥외광고 정책인식도

3-1) 응답자 특성별 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책 불명확 이유

- 점포주는 대부분의 응답자 특성에서 '옥외간판 별 설치기준이 다양하여 혼란스럽다'는 응답이 가장 높게 나타난 가운데 지역별로 '대구'에서는 '설치기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'는 응답이 45.8%로 가장 높게 나타남
- 광고업자는 대부분의 응답자 특성에서 '옥외간판 별 기준이 다양하여 혼란스럽다'는 응답이 가장 높게 나타남
- 공무원은 대부분의 응답자 특성에서 '설치기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'는 응답이 가장 높게 나타남

(Base: 점포주 옥외광고 설치기준 정책 불명확 응답자, 단위: %)

점포주		사례수 (명)	설치 기준이 명확 하지 않아 적용이 어렵다	설치 기준의 내용 상의 용어가 이해 하기 어렵다	옥외 간판 별 설치 기준이 다양 하여 혼란스 럽다	설치 기준 상의 예외가 많아 혼란을 초래 한다
전체		(141)	18.4	9.9	51.1	20.6
성별	남성	(78)	20.5	7.7	56.4	15.4
	여성	(63)	15.9	12.7	44.4	27.0
연령	30대 이하	(29)	20.7	13.8	58.6	6.9
	40대	(43)	4.7	9.3	55.8	30.2
지역	50대	(45)	28.9	11.1	42.2	17.8
	60대 이상	(24)	20.8	4.2	50.0	25.0
서울		(33)	18.2	9.1	48.5	24.2
부산		(18)	5.6	5.6	77.8	11.1
대구		(24)	45.8	12.5	20.8	20.8
인천		(23)	17.4	17.4	43.5	21.7
광주		(21)	9.5	14.3	61.9	14.3
대전		(13)	15.4	0.0	61.5	23.1
울산		(9)	0.0	0.0	66.7	33.3

(Base: 광고업자 옥외광고 설치기준 정책 불명확 응답자, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	설치 기준이 명확 하지 않아 적용이 어렵다	설치 기준의 내용 상의 용어가 이해 하기 어렵다	옥외 간판 별 설치 기준이 다양 하여 혼란스 럽다	설치 기준 상의 예외가 많아 혼란을 초래 한다
전체		(22)	22.7	9.1	31.8	36.4
성별	남성	(13)	15.4	7.7	30.8	46.2
	여성	(9)	33.3	11.1	33.3	22.2
연령	30대 이하	(9)	11.1	22.2	55.6	11.1
	40대	(10)	20.0	0.0	10.0	70.0
지역	50대 이상	(3)	66.7	0.0	33.3	0.0
	서울	(2)	50.0	0.0	50.0	0.0
부산		(3)	0.0	0.0	66.7	33.3
대구		(3)	33.3	0.0	0.0	66.7
인천		(2)	0.0	0.0	50.0	50.0
광주		(4)	25.0	25.0	25.0	25.0
대전		(5)	0.0	20.0	40.0	40.0
울산		(3)	66.7	0.0	0.0	33.3

(Base: 공무원 옥외광고 설치기준 정책 불명확 응답자, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	설치 기준이 명확 하지 않아 적용이 어렵다	설치 기준의 내용 상의 용어가 이해 하기 어렵다	옥외 간판 별 설치 기준이 다양 하여 혼란스 럽다	설치 기준 상의 예외가 많아 혼란을 초래 한다
전체		(68)	36.8	8.8	27.9	25.0
성별	남성	(47)	40.4	6.4	27.7	23.4
	여성	(21)	28.6	14.3	28.6	28.6
연령	30대 이하	(30)	43.3	10.0	23.3	20.0
	40대	(20)	20.0	15.0	30.0	35.0
지역	50대 이상	(18)	44.4	0.0	33.3	22.2
	서울	(7)	14.3	28.6	28.6	28.6
경인/강원		(19)	42.1	0.0	26.3	26.3
경남권		(11)	27.3	9.1	27.3	36.4
경북권		(9)	22.2	22.2	33.3	22.2
전라권		(8)	50.0	0.0	50.0	0.0
충청권		(14)	50.0	7.1	14.3	28.6
소속 단체	광역자치단체	(7)	42.9	0.0	14.3	42.9
	기초자치단체	(60)	35.0	10.0	30.0	23.3
	기타	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0

6. 옥외광고 정책인식도

3-2) 응답자 특성별 옥외광고물 안전점검 정책 불명확 이유

- 점포주는 대부분의 응답자 특성에서 '안전점검 기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'는 응답이 가장 높게 나타난 가운데 지역별로 '대구'(59.1%)과 '광주'(51.9%)에서는 '안전점검 대상이 명확하지 않다'는 응답이 가장 높게 나타남
- 광고업자는 대부분의 응답자 특성에서 '안전점검 기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'는 응답이 가장 높게 나타남
- 공무원은 모든 응답자 특성에서 '설치기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'는 응답이 가장 높게 나타남

(Base: 점포주 옥외광고물 안전점검 정책 불명확 응답자, 단위: %)

점포주		사례수 (명)	안전점검 대상이 명확하지 않다	안전점검 기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다	안전점검 내용상의 용어가 이해하기 어렵다
전체	(144)	31.3	56.9	11.8	
성별	남성	(79)	35.4	50.6	13.9
	여성	(65)	26.2	64.6	9.2
연령	30대 이하	(31)	29.0	67.7	3.2
	40대	(38)	31.6	52.6	15.8
	50대	(46)	28.3	58.7	13.0
	60대 이상	(29)	37.9	48.3	13.8
지역	서울	(33)	9.1	87.9	3.0
	부산	(16)	31.3	68.8	0.0
	대구	(22)	59.1	31.8	9.1
	인천	(23)	21.7	47.8	30.4
	광주	(27)	51.9	37.0	11.1
	대전	(14)	7.1	64.3	28.6
	울산	(9)	44.4	55.6	0.0

(Base: 광고업자 옥외광고물 안전점검 정책 불명확 응답자, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	안전 점검 대상이 명확 하지 않다	안전 점검 기준이 명확 하지 않아 적용이 어렵다	안전 점검 내용 상의 용어가 이해 하기 어렵다	모름
전체		(20)	15.0	55.0	25.0	5.0
성별	남성	(15)	13.3	53.3	26.7	6.7
	여성	(5)	20.0	60.0	20.0	0.0
연령	30대 이하	(6)	0.0	50.0	50.0	0.0
	40대	(11)	9.1	63.6	18.2	9.1
	50대 이상	(3)	66.7	33.3	0.0	0.0
	서울	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0
지역	부산	(3)	0.0	66.7	33.3	0.0
	대구	(3)	0.0	100.0	0.0	0.0
	인천	(2)	0.0	100.0	0.0	0.0
	광주	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0
	대전	(5)	0.0	40.0	60.0	0.0
	울산	(4)	25.0	25.0	25.0	25.0

(Base: 공무원 옥외광고물 안전점검 정책 불명확 응답자, 단위: %)

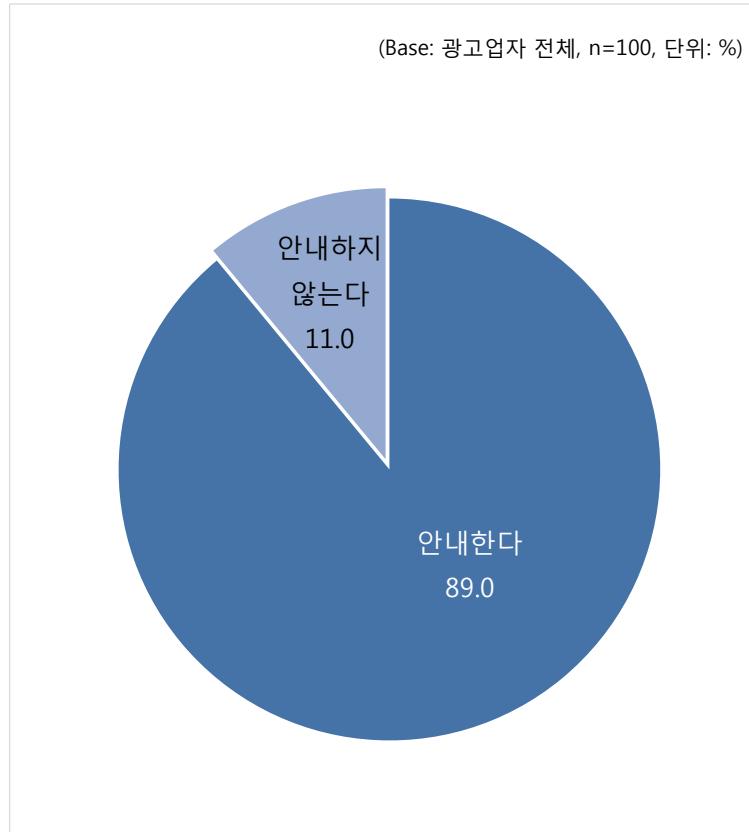
공무원		사례수 (명)	안전점검 대상이 명확하지 않다	안전점검 기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다	안전점검 내용상의 용어가 이해하기 어렵다
전체		(68)	4.4	80.9	14.7
성별	남성	(49)	0.0	87.8	12.2
	여성	(19)	15.8	63.2	21.1
연령	30대 이하	(30)	6.7	76.7	16.7
	40대	(22)	4.5	72.7	22.7
	50대 이상	(16)	0.0	100.0	0.0
	서울	(4)	0.0	100.0	0.0
지역	경인/강원	(27)	0.0	85.2	14.8
	경남권	(7)	14.3	71.4	14.3
	경북권	(8)	0.0	75.0	25.0
	전라권	(9)	11.1	77.8	11.1
	충청권	(13)	7.7	76.9	15.4
	광역자치단체	(6)	0.0	100.0	0.0
소속 단체	기초자치단체	(59)	5.1	79.7	15.3
	기타	(3)	0.0	66.7	33.3

6. 옥외광고 정책인식도

4) 옥외광고물 설치기준(표시방법) 점포주 안내 여부

- 옥외광고물 설치기준 점포주 안내 여부로는 광고업자의 89.0%가 안내한다고 응답함
- 응답자 특성별로는 연령이 높을 수록, 안내한다는 응답이 높게 나타났으며, 지역별로는 '대구'(100.0%)가 가장 높게 나타난 가운데, '대전'은 (71.4%) 안내 비율이 가장 낮게 나타남
- 점포주 안내 여부가 가장 낮게 나타난 대전의 경우 앞서 설치기준 명확성(64.3%)도 타 지역 대비 가장 낮게 나타난 점으로 보아, 설치기준 관련 규정이 명확하지 않아 안내 비율이 낮은 것으로 보임

(Base: 광고업자 전체, n=100, 단위: %)



광고업자		사례수 (명)	안내한다	안내하지 않는다
전체		(100)	89.0	11.0
성별	남성	(74)	91.9	8.1
	여성	(26)	80.8	19.2
연령	30대 이하	(37)	83.8	16.2
	40대	(37)	89.2	10.8
	50대 이상	(26)	96.2	3.8
지역	서울	(15)	93.3	6.7
	부산	(15)	86.7	13.3
	대구	(14)	100.0	0.0
	인천	(14)	92.9	7.1
	광주	(14)	92.9	7.1
	대전	(14)	71.4	28.6
	울산	(14)	85.7	14.3

7. 옥외광고 정책인정도

1) 옥외광고물 정책 필요성

- 일반인, 점포주, 광업자, 공무원 모두 설치기준과 안전점검 정책이 필요하다는 응답이 90% 이상으로 높게 나타난 가운데, 일반인이 가장 높게 나타남



7. 옥외광고 정책인정도

1-1) 응답자 특성별 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책 필요성 - 일반인/점포주

- 일반인의 모든 응답자 특성에서 설치기준 정책이 '필요하다'는 응답이 97% 이상으로 높게 나타남
- 점포주 대부분의 응답자 특성에서 설치기준 정책이 '필요하다'는 응답이 90% 이상으로 높게 나타난 가운데, 지역 중 '대구'에서는 75.0%로 상대적으로 낮게 나타남

(Base: 일반인 전체, 단위: %)

일반인		사례수 (명)	필요하다	필요하지 않다
전체		(1000)	98.5	1.5
성별	남성	(509)	98.0	2.0
	여성	(491)	99.0	1.0
연령	20대	(208)	98.6	1.4
	30대	(254)	98.0	2.0
지역	40대	(282)	99.3	0.7
	50대	(256)	98.0	2.0
학력	서울	(209)	98.6	1.4
	경인/강원	(332)	97.9	2.1
직업	경남권	(92)	97.8	2.2
	경북권	(164)	98.2	1.8
지역	전라권	(105)	100.0	0.0
	충청권	(98)	100.0	0.0
학력	고졸이하	(200)	97.0	3.0
	대재	(111)	97.3	2.7
직업	대졸	(617)	99.2	0.8
	대학원졸	(72)	98.6	1.4
직업	농/어/임업/기능/숙련/ 일반 작업직	(44)	100.0	0.0
	자영업	(77)	98.7	1.3
직업	판매/서비스직	(71)	97.2	2.8
	사무/기술직	(424)	99.3	0.7
직업	경영/관리/전문/자유직	(86)	97.7	2.3
	전업 주부	(157)	98.7	1.3
직업	학생	(98)	98.0	2.0
	무직	(43)	93.0	7.0

(Base: 점포주 전체, 단위: %)

		사례수 (명)	필요하다	필요하지 않다
전체		(300)	90.7	9.3
성별	남성	(152)	86.8	13.2
	여성	(148)	94.6	5.4
연령	30대 이하	(57)	86.0	14.0
	40대	(90)	92.2	7.8
지역	50대	(105)	91.4	8.6
	60대 이상	(48)	91.7	8.3
지역	서울	(60)	91.7	8.3
	부산	(50)	94.0	6.0
지역	대구	(40)	75.0	25.0
	인천	(40)	90.0	10.0
지역	광주	(40)	90.0	10.0
	대전	(40)	97.5	2.5
지역	울산	(30)	96.7	3.3

7. 옥외광고 정책인정도

1-1) 응답자 특성별 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책 필요성 - 광고업자/공무원

- 광고주의 대부분의 응답자 특성에서 설치기준 정책이 '필요하다'는 응답이 95% 이상으로 높게 나타난 가운데, 지역 중 '인천'과 '광주' (각 92.9%)에서는 상대적으로 낮게 나타남
- 공무원 대부분의 응답자 특성에서 설치기준 정책이 '필요하다'는 응답이 90% 이상으로 나타난 가운데, 지역 중 '경남권'(75.0%)에서는 상대적으로 낮게 나타남

(Base: 광고업자 전체, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	필요하다	필요하지 않다
전체		(100)	98.0	2.0
성별	남성	(74)	97.3	2.7
	여성	(26)	100.0	0.0
연령	30대 이하	(37)	100.0	0.0
	40대	(37)	94.6	5.4
지역	50대 이상	(26)	100.0	0.0
	서울	(15)	100.0	0.0
	부산	(15)	100.0	0.0
	대구	(14)	100.0	0.0
	인천	(14)	92.9	7.1
	광주	(14)	92.9	7.1
	대전	(14)	100.0	0.0
	울산	(14)	100.0	0.0

(Base: 공무원 전체, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	필요하다	필요하지 않다
전체		(155)	92.3	7.7
성별	남성	(116)	92.2	7.8
	여성	(39)	92.3	7.7
연령	30대 이하	(52)	92.3	7.7
	40대	(55)	90.9	9.1
지역	50대 이상	(48)	93.8	6.3
	서울	(15)	86.7	13.3
	경인/강원	(47)	93.6	6.4
	경남권	(16)	75.0	25.0
	경북권	(24)	91.7	8.3
	전라권	(25)	96.0	4.0
	충청권	(28)	100.0	0.0
	광역자치단체	(15)	100.0	0.0
소속 단체	기초자치단체	(133)	92.5	7.5
	기타	(7)	71.4	28.6

7. 옥외광고 정책인정도

1-2) 응답자 특성별 옥외광고물 안전점검 정책 필요성 - 일반인/점포주

- 일반인의 모든 응답자 특성에서 안전점검 정책이 '필요하다'는 응답이 97% 이상으로 높게 나타남
- 점포주 대부분의 응답자 특성에서 설치기준 정책이 '필요하다'는 응답이 90% 이상으로 높게 나타난 가운데, 연령대별로 '30대 이하'(12.3%), 지역별로 '대구'(17.5%)에서는 '필요하지 않다'는 응답이 상대적으로 높게 나타남

(Base: 일반인 전체, 단위: %)

일반인		사례수 (명)	필요하다	필요하지 않다
전체		(1000)	99.0	1.0
성별	남성	(509)	98.8	1.2
	여성	(491)	99.2	0.8
연령	20대	(208)	99.5	0.5
	30대	(254)	99.2	0.8
지역	40대	(282)	99.3	0.7
	50대	(256)	98.0	2.0
학력	서울	(209)	98.6	1.4
	경인/강원	(332)	99.4	0.6
직업	경남권	(92)	98.9	1.1
	경북권	(164)	98.8	1.2
지역	전라권	(105)	98.1	1.9
	충청권	(98)	100.0	0.0
학력	고졸이하	(200)	97.5	2.5
	대재	(111)	98.2	1.8
직업	대졸	(617)	99.5	0.5
	대학원졸	(72)	100.0	0.0
직업	농/어/임업/기능/숙련/ 일반 작업직	(44)	100.0	0.0
	자영업	(77)	97.4	2.6
직업	판매/서비스직	(71)	100.0	0.0
	사무/기술직	(424)	99.5	0.5
직업	경영/관리/전문/자유직	(86)	98.8	1.2
	전업 주부	(157)	98.7	1.3
직업	학생	(98)	99.0	1.0
	무직	(43)	95.3	4.7

점포주		사례수 (명)	필요하다	필요하지 않다
전체		(300)	92.3	7.7
성별	남성	(152)	90.8	9.2
	여성	(148)	93.9	6.1
연령	30대 이하	(57)	87.7	12.3
	40대	(90)	96.7	3.3
지역	50대	(105)	91.4	8.6
	60대 이상	(48)	91.7	8.3
지역	서울	(60)	95.0	5.0
	부산	(50)	92.0	8.0
지역	대구	(40)	82.5	17.5
	인천	(40)	95.0	5.0
지역	광주	(40)	92.5	7.5
	대전	(40)	90.0	10.0
지역	울산	(30)	100.0	0.0

7. 옥외광고 정책인정도

1-2) 응답자 특성별 옥외광고물 안전점검 정책 필요성 - 광고업자/공무원

- 광고주의 대부분의 응답자 특성에서 안전점검 정책이 '필요하다'는 응답이 90% 이상으로 높게 나타난 가운데, 지역 중 '광주'와 '대전' (각 14.3%)에서는 '필요하지 않다'는 응답이 상대적으로 낮게 나타남
- 공무원 대부분의 응답자 특성에서 안전점검 정책이 '필요하다'는 응답이 90% 이상으로 높게 나타난 가운데, 지역 중 '경남권'과 '경북권' (각 12.5%)에서는 '필요하지 않다'는 응답이 상대적으로 낮게 나타남

(Base: 광고업자 전체, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	필요하다	필요하지 않다
전체		(100)	95.0	5.0
성별	남성	(74)	94.6	5.4
	여성	(26)	96.2	3.8
연령	30대 이하	(37)	91.9	8.1
	40대	(37)	97.3	2.7
지역	50대 이상	(26)	96.2	3.8
	서울	(15)	93.3	6.7
	부산	(15)	100.0	0.0
	대구	(14)	100.0	0.0
	인천	(14)	100.0	0.0
	광주	(14)	85.7	14.3
	대전	(14)	85.7	14.3
	울산	(14)	100.0	0.0

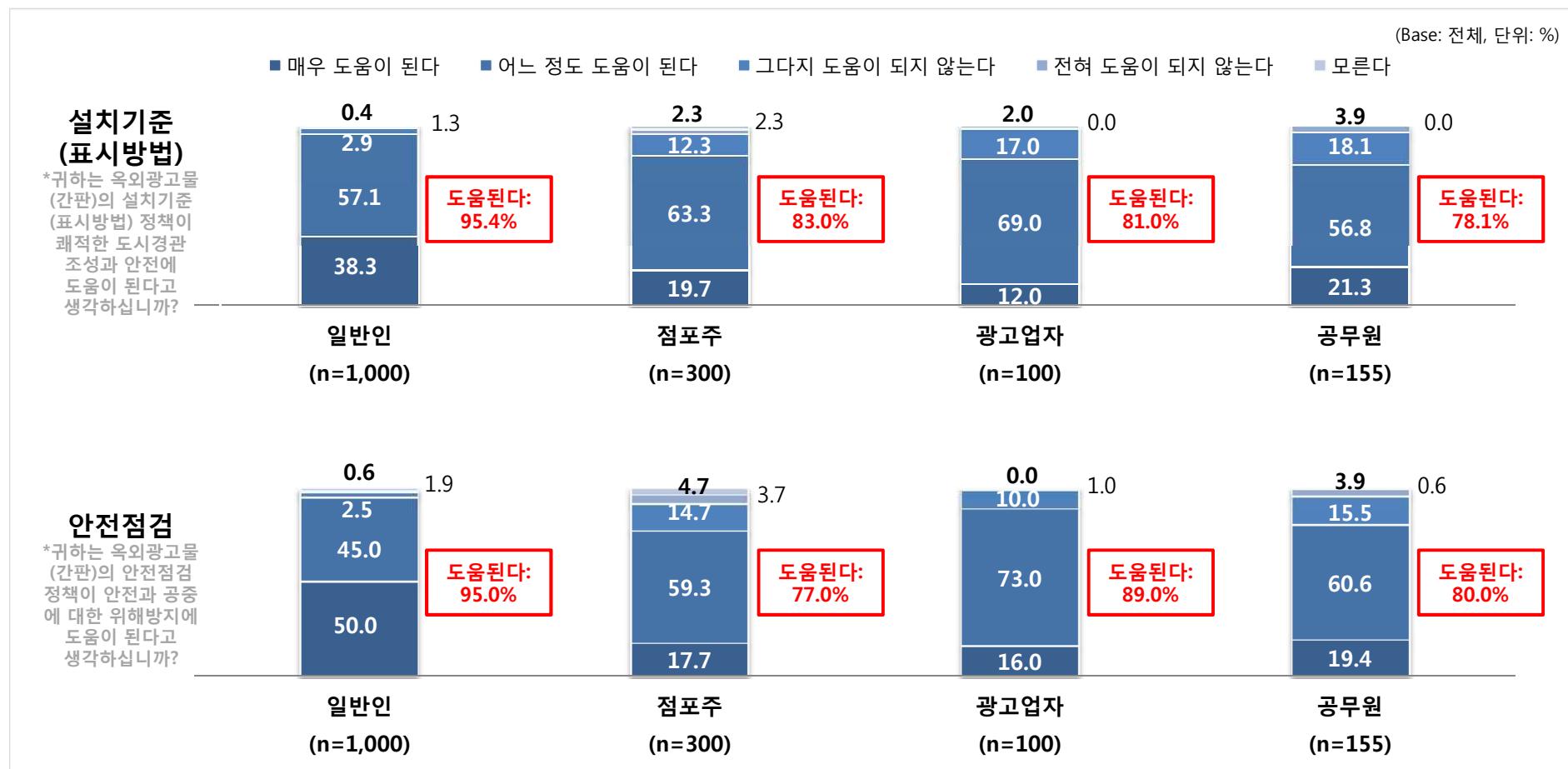
(Base: 공무원 전체, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	필요하다	필요하지 않다
전체		(155)	94.2	5.8
성별	남성	(116)	92.2	7.8
	여성	(39)	100.0	0.0
연령	30대 이하	(52)	94.2	5.8
	40대	(55)	94.5	5.5
지역	50대 이상	(48)	93.8	6.3
	서울	(15)	100.0	0.0
	경인/강원	(47)	93.6	6.4
	경남권	(16)	87.5	12.5
	경북권	(24)	87.5	12.5
	전라권	(25)	96.0	4.0
소속 단체	충청권	(28)	100.0	0.0
	광역자치단체	(15)	93.3	6.7
	기초자치단체	(133)	95.5	4.5
	기타	(7)	71.4	28.6

7. 옥외광고 정책인정도

2) 목적부합성

- ‘설치기준’ 정책이 쾌적한 도시경관 조성과 안전에 ‘도움이 된다’는 응답은 일반인 95.4%, 점포주 83.0%, 광고업자 81.0%, 공무원 78.1% 순으로 나타남
- ‘안전점검’ 정책이 안전과 공중에 대한 위해방지에 ‘도움이 된다’는 응답은 일반인 95.0%, 광고업자 89.0%, 공무원 80.0%, 점포주 77.0% 순으로 나타남
- 광고업자는 ‘안전점검’ 정책이 도움이 된다는 응답이(8.0%) 더 높고, 점포주는 설치기준 정책이 도움이 된다는 응답이(6.0%) 더 높게 나타남



7. 옥외광고 정책인정도

2-1) 응답자 특성별 옥외광고물 설치기준(표시방법) 목적부합성 – 일반인/점포주

- 일반인 모든 응답자 특성에서 옥외간판 설치기준이 도시경관 조성과 안전에 '도움이 된다'는 응답이 90% 이상으로 높게 나타남
- 점포주 대부분의 응답자 특성에서 옥외간판 설치기준이 도시경관 조성과 안전에 '도움이 된다'는 응답이 80% 이상으로 나타난 가운데, 지역 별로 '대구'(75.0%)와 '광주'(67.5%)에서는 상대적으로 낮게 나타남

(Base: 일반인 전체, 단위: %)

일반인		사례수 (명)	도움이 된다	도움이 되지 않는다	모른다
전체		(1000)	95.4	3.3	1.3
성별	남성	(509)	93.7	4.9	1.4
	여성	(491)	97.1	1.6	1.2
연령	20대	(208)	94.2	4.3	1.4
	30대	(254)	93.7	5.1	1.2
지역	40대	(282)	96.8	2.1	1.1
	50대	(256)	96.5	2.0	1.6
학력	서울	(209)	94.7	2.9	2.4
	경인/강원	(332)	94.9	3.6	1.5
직업	경남권	(92)	96.7	2.2	1.1
	경북권	(164)	95.7	3.7	0.6
	전라권	(105)	94.3	4.8	1.0
	충청권	(98)	98.0	2.0	0.0
	고졸이하	(200)	95.5	1.0	3.5
	대재	(111)	97.3	2.7	0.0
	대졸	(617)	95.0	4.2	0.8
	대학원졸	(72)	95.8	2.8	1.4
	농/어/임업/기능/숙련/ 일반 작업직	(44)	90.9	6.8	2.3
	자영업	(77)	96.1	3.9	0.0
	판매/서비스직	(71)	98.6	1.4	0.0
	사무/기술직	(424)	94.6	4.2	1.2
	경영/관리/전문/자유직	(86)	95.3	4.7	0.0
	전업 주부	(157)	97.5	0.0	2.5
	학생	(98)	96.9	2.0	1.0
	무직	(43)	90.7	4.7	4.7

(Base: 점포주 전체, 단위: %)

점포주		사례수 (명)	도움이 된다	도움이 되지 않는다	모른다
전체		(300)	83.0	14.7	2.3
성별	남성	(152)	82.9	15.8	1.3
	여성	(148)	83.1	13.5	3.4
연령	30대 이하	(57)	78.9	21.1	0.0
	40대	(90)	88.9	10.0	1.1
지역	50대	(105)	78.1	18.1	3.8
	60대 이상	(48)	87.5	8.3	4.2
	서울	(60)	80.0	20.0	0.0
	부산	(50)	94.0	6.0	0.0
	대구	(40)	75.0	20.0	5.0
	인천	(40)	90.0	5.0	5.0
	광주	(40)	67.5	30.0	2.5
	대전	(40)	82.5	12.5	5.0
	울산	(30)	93.3	6.7	0.0

※ 도움이 된다 : (매우 도움이 된다+어느 정도 도움이 된다)

도움이 되지 않는다 : (그다지 도움이 되지 않는다 + 전혀 도움이 되지 않는다)

7. 옥외광고 정책인정도

2-1) 응답자 특성별 옥외광고물 설치기준(표시방법) 목적부합성 – 광고업자/공무원

- 광고업자의 모든 응답자 특성에서 옥외간판 설치기준이 도시경관 조성과 안전에 '도움이 된다'는 응답이 70% 이상으로 나타난 가운데, 지역 중 '인천'에서는 92.9%로 상대적으로 높게 나타남
- 공무원 대부분의 응답자 특성에서 옥외간판 설치기준이 도시경관 조성과 안전에 '도움이 된다'는 응답이 70% 이상으로 나타난 가운데, 지역 중 '서울'(60.0%)과 '경남권'(68.8%)에서는 상대적으로 낮게 나타남

(Base: 광고업자 전체, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	도움이 된다	도움이 되지 않는다
전체		(100)	81.0	19.0
성별	남성	(74)	77.0	23.0
	여성	(26)	92.3	7.7
연령	30대 이하	(37)	83.8	16.2
	40대	(37)	73.0	27.0
	50대 이상	(26)	88.5	11.5
지역	서울	(15)	86.7	13.3
	부산	(15)	86.7	13.3
	대구	(14)	78.6	21.4
	인천	(14)	92.9	7.1
	광주	(14)	71.4	28.6
	대전	(14)	71.4	28.6
	울산	(14)	78.6	21.4

(Base: 공무원 전체, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	도움이 된다	도움이 되지 않는다
전체		(155)	78.1	21.9
성별	남성	(116)	76.7	23.3
	여성	(39)	82.1	17.9
연령	30대 이하	(52)	75.0	25.0
	40대	(55)	70.9	29.1
	50대 이상	(48)	89.6	10.4
지역	서울	(15)	60.0	40.0
	경인/강원	(47)	76.6	23.4
	경남권	(16)	68.8	31.3
	경북권	(24)	75.0	25.0
	전라권	(25)	88.0	12.0
	충청권	(28)	89.3	10.7
소속 단체	광역자치단체	(15)	86.7	13.3
	기초자치단체	(133)	77.4	22.6
	기타	(7)	71.4	28.6

※ 도움이 된다 : (매우 도움이 된다+어느 정도 도움이 된다)

도움이 되지 않는다 : (그다지 도움이 되지 않는다 + 전혀 도움이 되지 않는다)

7. 옥외광고 정책인정도

2-2) 응답자 특성별 옥외광고물 안전점검 목적부합성 - 일반인/점포주

- 일반인의 모든 응답자 특성에서 옥외간판 안전점검 정책이 안전과 위해방지에 '도움이 된다'는 응답이 90% 이상으로 높게 나타남
- 점포주 대부분의 응답자 특성에서 옥외간판 안전점검 정책이 안전과 위해방지에 '도움이 된다'는 응답이 70% 이상으로 나타난 가운데, 연령별로 '40대'(82.2%), 지역별로 '울산'(93.3%)에서는 상대적으로 높게 나타난 반면, 지역 중 '광주'(57.5%)에서는 상대적으로 낮게 나타남

(Base: 일반인 전체, 단위: %)

(Base: 점포주 전체, 단위: %)

일반인		사례수 (명)	도움이 된다	도움이 되지 않는다	모른다
전체		(1000)	95.0	3.1	1.9
성별	남성	(509)	94.7	3.5	1.8
	여성	(491)	95.3	2.6	2.0
연령	20대	(208)	94.2	2.9	2.9
	30대	(254)	92.9	4.7	2.4
지역	40대	(282)	96.1	2.5	1.4
	50대	(256)	96.5	2.3	1.2
학력	서울	(209)	94.3	3.3	2.4
	경인/강원	(332)	97.3	1.5	1.2
직업	경남권	(92)	93.5	4.3	2.2
	경북권	(164)	91.5	5.5	3.0
학력	전라권	(105)	94.3	2.9	2.9
	충청권	(98)	96.9	3.1	0.0
직업	고졸이하	(200)	94.0	2.5	3.5
	대재	(111)	93.7	3.6	2.7
직업	대졸	(617)	95.3	3.4	1.3
	대학원졸	(72)	97.2	1.4	1.4
직업	농/어/임업/기능/숙련/ 일반 작업직	(44)	95.5	2.3	2.3
	자영업	(77)	96.1	3.9	0.0
직업	판매/서비스직	(71)	95.8	1.4	2.8
	사무/기술직	(424)	95.5	2.8	1.7
직업	경영/관리/전문/자유직	(86)	94.2	4.7	1.2
	전업 주부	(157)	94.3	3.2	2.5
직업	학생	(98)	94.9	3.1	2.0
	무직	(43)	90.7	4.7	4.7

점포주		사례수 (명)	도움이 된다	도움이 되지 않는다	모른다
전체		(300)	77.0	19.3	3.7
성별	남성	(152)	75.7	21.7	2.6
	여성	(148)	78.4	16.9	4.7
연령	30대 이하	(57)	73.7	26.3	0.0
	40대	(90)	82.2	13.3	4.4
지역	50대	(105)	74.3	21.0	4.8
	60대 이상	(48)	77.1	18.8	4.2
지역	서울	(60)	76.7	21.7	1.7
	부산	(50)	84.0	16.0	0.0
지역	대구	(40)	70.0	25.0	5.0
	인천	(40)	75.0	10.0	15.0
지역	광주	(40)	57.5	40.0	2.5
	대전	(40)	85.0	12.5	2.5
지역	울산	(30)	93.3	6.7	0.0

※ 도움이 된다 : (매우 도움이 된다+어느 정도 도움이 된다)

도움이 되지 않는다 : (그다지 도움이 되지 않는다 + 전혀 도움이 되지 않는다)

7. 옥외광고 정책인정도

2-2) 응답자 특성별 옥외광고물 안전점검 목적부합성 - 광고업자/공무원

- 광고업자 대부분의 응답자 특성에서 옥외간판 안전점검 정책이 안전과 위해방지에 '도움이 된다'는 응답이 80% 이상으로 나타남. 지역별로 '인천'(100.0%)에서는 상대적으로 높게 나타난 반면, '울산'(78.6%)에서는 상대적으로 낮게 나타남
- 공무원 대부분의 응답자 특성에서 옥외간판 안전점검 정책이 안전과 위해방지에 '도움이 된다'는 응답이 80% 이상으로 나타난 가운데, 연령별로 '40대'(72.7%), 지역별로 '경남권'(62.5%)에서는 상대적으로 낮게 나타남

(Base: 광고업자 전체, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	도움이 된다	도움이 되지 않는다	모른다
전체		(100)	89.0	10.0	1.0
성별	남성	(74)	89.2	10.8	0.0
	여성	(26)	88.5	7.7	3.8
연령	30대 이하	(37)	91.9	5.4	2.7
	40대	(37)	86.5	13.5	0.0
지역	50대 이상	(26)	88.5	11.5	0.0
	서울	(15)	93.3	6.7	0.0
	부산	(15)	80.0	13.3	6.7
	대구	(14)	92.9	7.1	0.0
	인천	(14)	100.0	0.0	0.0
	광주	(14)	85.7	14.3	0.0
	대전	(14)	92.9	7.1	0.0
	울산	(14)	78.6	21.4	0.0

(Base: 공무원 전체, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	도움이 된다	도움이 되지 않는다	모른다
전체		(155)	80.0	19.4	0.6
성별	남성	(116)	80.2	19.0	0.9
	여성	(39)	79.5	20.5	0.0
연령	30대 이하	(52)	86.5	13.5	0.0
	40대	(55)	72.7	27.3	0.0
지역	50대 이상	(48)	81.3	16.7	2.1
	서울	(15)	86.7	13.3	0.0
	경인/강원	(47)	74.5	25.5	0.0
	경남권	(16)	62.5	37.5	0.0
	경북권	(24)	79.2	20.8	0.0
	전라권	(25)	88.0	8.0	4.0
	충청권	(28)	89.3	10.7	0.0
소속 단체	광역자치단체	(15)	86.7	6.7	6.7
	기초자치단체	(133)	78.9	21.1	0.0
	기타	(7)	85.7	14.3	0.0

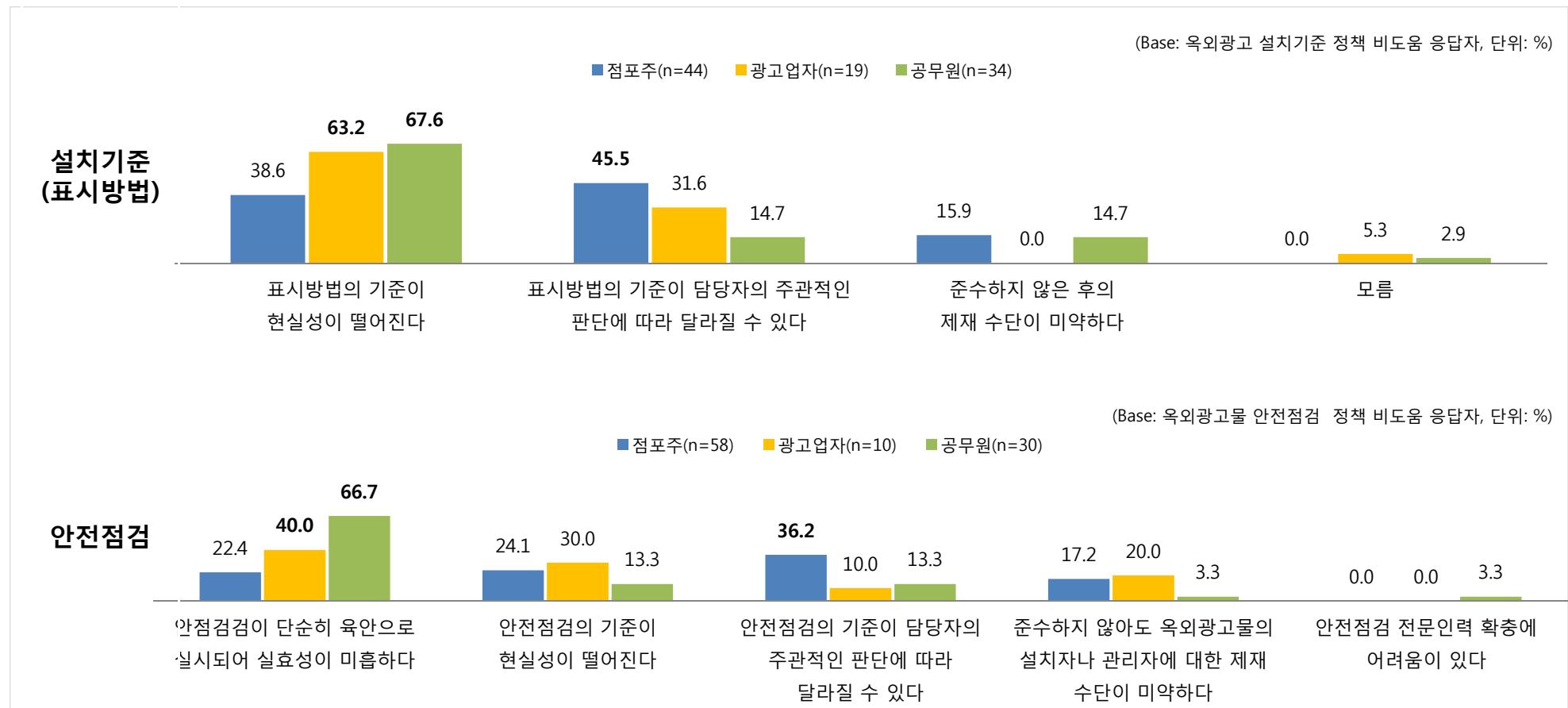
※ 도움이 된다 : (매우 도움이 된다+어느 정도 도움이 된다)

도움이 되지 않는다 : (그다지 도움이 되지 않는다 + 전혀 도움이 되지 않는다)

7. 옥외광고 정책인정도

3) 정책의 목적 부적합 이유

- 옥외광고 설치기준 정책의 목적 부적합 이유로 광고업자와 공무원은 '표시방법의 기준이 현실성이 떨어진다' (각 63.2%, 67.6%), 점포주는 '표시방법의 기준이 담당자의 주관적인 판단에 따라 달라질 수 있다'(45.5%)가 가장 큰 이유라고 지적함
- 옥외광고 안전점검 정책의 목적 부적합 이유로 광고업자와 공무원은 '안전점검이 단순히 육안으로 실시되어 실효성이 미흡하다' (각 40.0%, 66.7%), 점포주는 '안전점검의 기준이 담당자의 주관적인 판단에 따라 달라질 수 있다'(36.4%) 가 가장 큰 이유라고 지적함



7. 옥외광고 정책인정도

3-1) 응답자 특성별 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책의 목적 부적합 이유

(Base: 점포주 설치기준 정책 비도움 응답자, 단위: %)

점포주		사례수 (명)	표시방법 의 기준 이 현실성이 떨어진다	표시방법 의 기준 이 담당 자의 주 관적인 판단에 따라 달 라질 수 있다	준수하지 않은 후 의 제재 수단이 미 약하다
전체		(44)	38.6	45.5	15.9
성별	남성	(24)	50.0	45.8	4.2
	여성	(20)	25.0	45.0	30.0
연령	30대 이하	(12)	41.7	41.7	16.7
	40대	(9)	22.2	55.6	22.2
지역	50대	(19)	47.4	42.1	10.5
	60대 이상	(4)	25.0	50.0	25.0
지역	서울	(12)	8.3	66.7	25.0
	부산	(3)	66.7	33.3	0.0
지역	대구	(8)	100.0	0.0	0.0
	인천	(2)	0.0	100.0	0.0
지역	광주	(12)	25.0	41.7	33.3
	대전	(5)	40.0	60.0	0.0
지역	울산	(2)	50.0	50.0	0.0

(Base: 광고업자 설치기준 정책 비도움 응답자, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	표시방법 의 기준 이 현실성이 떨어진다	표시방법 의 기준 이 담당 자의 주 관적인 판단에 따라 달 라질 수 있다	모름
전체		(19)	63.2	31.6	5.3
성별	남성	(17)	70.6	29.4	0.0
	여성	(2)	0.0	50.0	50.0
연령	30대 이하	(6)	50.0	50.0	0.0
	40대	(10)	60.0	30.0	10.0
지역	50대 이상	(3)	100.0	0.0	0.0
	서울	(2)	100.0	0.0	0.0
지역	부산	(2)	50.0	50.0	0.0
	대구	(3)	66.7	33.3	0.0
지역	인천	(1)	100.0	0.0	0.0
	광주	(4)	50.0	25.0	25.0
지역	대전	(4)	50.0	50.0	0.0
	울산	(3)	66.7	33.3	0.0

(Base: 공무원 설치기준 정책 비도움 응답자, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	표시 방법의 기준이 현실 성이 떨어 진다	표 시 방 법 의 기 준 이 담 당 자 의 주 관 적 인 판 단 에 따 라 질 수 있 다	준 수 하 지 않 은 후 의 제 재 수 단 이 미 약 하 다	모름
전체		(34)	67.6	14.7	14.7	2.9
성별	남성	(27)	66.7	18.5	14.8	0.0
	여성	(7)	71.4	0.0	14.3	14.3
연령	30대 이하	(13)	61.5	15.4	15.4	7.7
	40대	(16)	75.0	12.5	12.5	0.0
지역	50대 이상	(5)	60.0	20.0	20.0	0.0
	서울	(6)	83.3	0.0	16.7	0.0
지역	경인/강원	(11)	63.6	9.1	27.3	0.0
	경남권	(5)	80.0	0.0	20.0	0.0
지역	경북권	(6)	66.7	33.3	0.0	0.0
	전라권	(3)	66.7	33.3	0.0	0.0
소속 단체	충청권	(3)	33.3	33.3	0.0	33.3
	광역자치단체	(2)	0.0	50.0	50.0	0.0
소속 단체	기초자치단체	(30)	76.7	10.0	10.0	3.3
	기타	(2)	0.0	50.0	50.0	0.0

7. 옥외광고 정책인정도

3-2) 응답자 특성별 옥외광고물 안전점검 정책의 목적 부적합 이유

(Base: 점포주 안전점검 정책 비도움 응답자, 단위: %)

점포주		사례수 (명)	안점 검검이 단순히 육안 으로 실시 되어 실효 성이 미흡 하다	안전 점검의 기준이 현실 성이 떨어 진다	안전 점검의 기준이 담당자 의 주관 적인 판단에 따라 달라질 수 있다	준수 하지 않아도 옥외광 고물의 설치 자나 관리자에 대한 제재 수단이 미약 하다
전체		(58)	22.4	24.1	36.2	17.2
성별	남성	(33)	18.2	27.3	36.4	18.2
	여성	(25)	28.0	20.0	36.0	16.0
연령	30대 이하	(15)	13.3	33.3	46.7	6.7
	40대	(12)	16.7	33.3	41.7	8.3
지역	50대	(22)	22.7	18.2	31.8	27.3
	60대 이상	(9)	44.4	11.1	22.2	22.2
서울		(13)	15.4	15.4	38.5	30.8
부산		(8)	37.5	12.5	37.5	12.5
대구		(10)	0.0	60.0	40.0	0.0
인천		(4)	0.0	25.0	75.0	0.0
광주		(16)	37.5	12.5	18.8	31.3
대전		(5)	40.0	40.0	20.0	0.0
울산		(2)	0.0	0.0	100.0	0.0

(Base: 광고업자 안전점검 정책 비도움 응답자, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	안점 검검이 단순히 육안 으로 실시 되어 실효 성이 미흡 하다	안전 점검의 기준이 현실 성이 떨어 진다	안전 점검의 기준이 담당자 의 주관 적인 판단에 따라 달라질 수 있다	준수 하지 않아도 옥외광 고물의 설치 자나 관리자에 대한 제재 수단이 미약 하다
전체		(10)	40.0	30.0	10.0	20.0
성별	남성	(8)	37.5	37.5	12.5	12.5
	여성	(2)	50.0	0.0	0.0	50.0
연령	30대 이하	(2)	50.0	0.0	50.0	0.0
	40대	(5)	20.0	40.0	0.0	40.0
지역	50대 이상	(3)	66.7	33.3	0.0	0.0
	서울	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0
	부산	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0
	대구	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0
	광주	(2)	0.0	0.0	50.0	50.0
	대전	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0
	울산	(3)	66.7	0.0	0.0	33.3

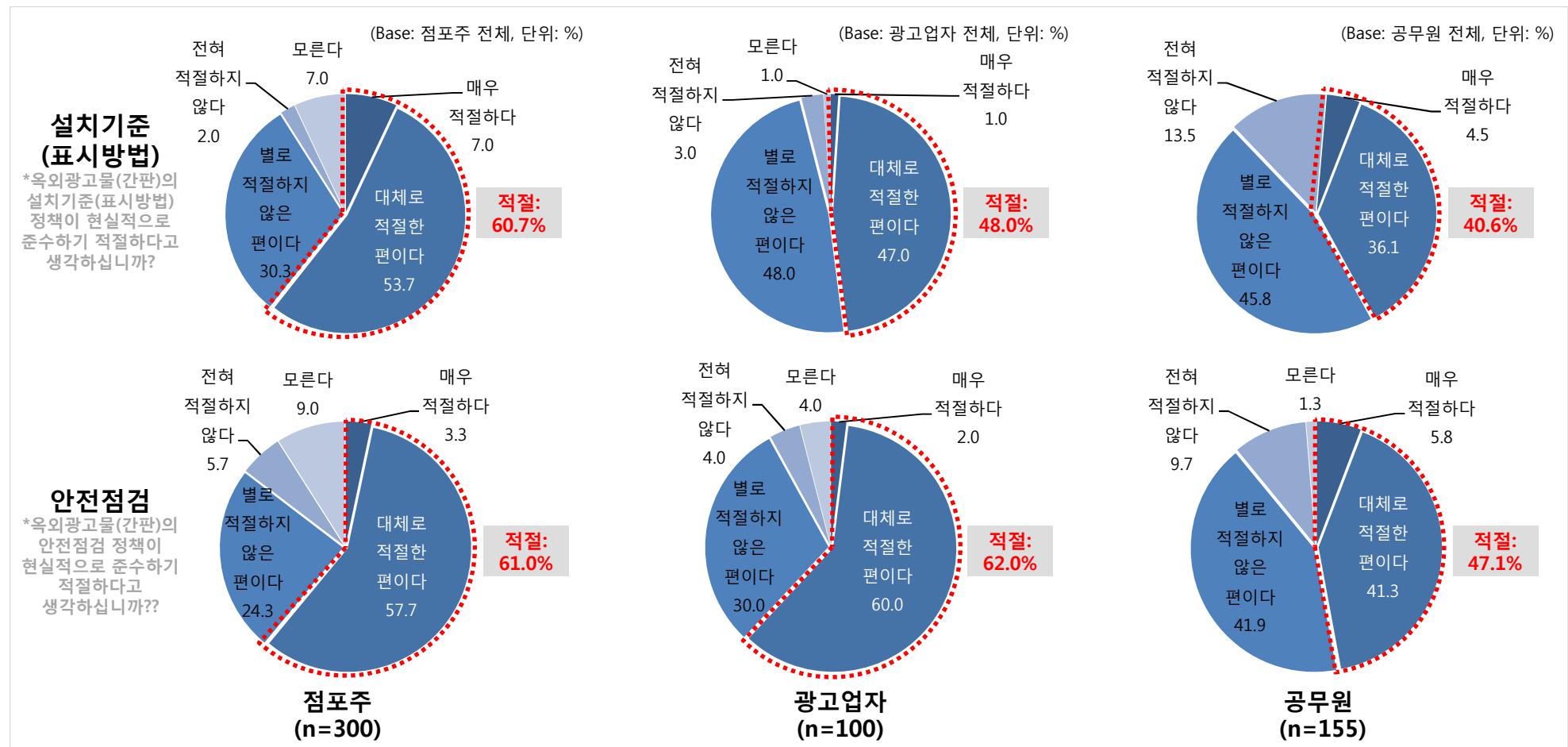
(Base: 공무원 안전점검 정책 비도움 응답자, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	안점 검검이 단순히 육안 으로 실시 되어 실효 성이 미흡 하다	안전 점검의 기준이 현실 성이 떨어 진다	안전 점검의 기준이 담당자 의 주관 적인 판단에 따라 달라질 수 있다	준수 하지 않아도 옥 외 광 고 물 설 치 자 나 관 리 자 에 대 한 제 재 수 단 이 미 약 하 다	안점 점검 전문 인력 충 족 에 어 려 움 이 있 다
전체		(30)	66.7	13.3	13.3	3.3	3.3
성별	남성	(22)	63.6	13.6	18.2	4.5	0.0
	여성	(8)	75.0	12.5	0.0	0.0	12.5
연령	30대 이하	(7)	85.7	0.0	0.0	0.0	14.3
	40대	(15)	66.7	13.3	13.3	6.7	0.0
지역	50대 이상	(8)	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0
	서울	(2)	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0
	경인/강원	(12)	66.7	25.0	8.3	0.0	0.0
	경남권	(6)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	경북권	(5)	40.0	20.0	40.0	0.0	0.0
	전라권	(2)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	충청권	(3)	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0
	광역자치단체	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
소속 단체	기초자치단체	(28)	64.3	14.3	14.3	3.6	3.6
	기타	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

7. 옥외광고 정책인정도

4) 옥외광고물 정책 적절성

- 옥외간판 '설치기준' 정책이 현실적으로 준수하기 '적절하다'는 응답은 점포주 60.7%, 광고업자 48.0%, 공무원 40.6% 순으로 나타남
- 옥외간판 '안전점검' 정책이 현실적으로 준수하기 '적절하다'는 응답은 광고업자 62.0%, 점포주 61.0%, 공무원 47.1% 순으로 나타남
- 전반적으로 '안전점검' 정책이 '설치기준' 정책보다 현실적으로 준수하기에 적절하다는 응답이 높게 나타남



7. 옥외광고 정책인정도

4-1) 응답자 특성별 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책 적절성

- 점포주 대부분의 응답자 특성에서 옥외간판 설치기준 정책은 현실적으로 준수하기 '적절하다'는 응답이 더 높게 나타난 가운데 지역 중 '인천'은 '적절하지 않다'는 응답이 47.5%로 더 높음. 연령별로는 '40대'(70.0%), 지역별로는 '부산'(82.0%), '대전'(70.0%), '울산'(86.7%)에서 '적절하다'는 응답이 상대적으로 높게 나타남
- 광고업자의 여성(61.5%), '30대 이하'(54.0%), '인천'(71.4%), '울산'(64.3%)는 옥외간판 설치기준 정책은 현실적으로 준수하기 '적절하다'는 응답이 더 높고, '남성'(56.8%), '40대'(59.5%), '서울'(66.7%), '부산'(60.0%), '대구'(64.3%)에서는 '적절하지 않다'는 응답이 더 높게 나타남. 그 외 '50대', '광주', '대전'은 각 50.0%로 동일한 수준으로 나타남
- 공무원의 경우 대부분의 응답자 특성에서 '적절하지 않다'는 응답이 더 높게 나타난 가운데, '50대 이상'(52.1%)과 '충청권'(57.1%)에서는 '적절하다'는 응답이 더 높게 나타남

(Base: 점포주 전체, 단위: %)

점포주		사례수 (명)	적절 하다	적절 하지 않다	모른다
전체		(300)	60.7	32.3	7.0
성별	남성	(152)	57.9	36.2	5.9
	여성	(148)	63.5	28.4	8.1
연령	30대 이하	(57)	56.1	42.1	1.8
	40대	(90)	70.0	24.4	5.6
지역	50대	(105)	58.1	34.3	7.6
	60대 이상	(48)	54.2	31.3	14.6
서울	(60)	53.3	40.0	6.7	
부산	(50)	82.0	18.0	0.0	
대구	(40)	45.0	35.0	20.0	
인천	(40)	42.5	47.5	10.0	
광주	(40)	50.0	40.0	10.0	
대전	(40)	70.0	27.5	2.5	
울산	(30)	86.7	13.3	0.0	

(Base: 광고업자 전체, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	적절 하다	적절 하지 않다	모른다
전체		(100)	48.0	51.0	1.0
성별	남성	(74)	43.2	56.8	0.0
	여성	(26)	61.5	34.6	3.8
연령	30대 이하	(37)	54.1	43.2	2.7
	40대	(37)	40.5	59.5	0.0
지역	50대 이상	(26)	50.0	50.0	0.0
	서울	(15)	33.3	66.7	0.0
부산	(15)	33.3	60.0	6.7	
대구	(14)	35.7	64.3	0.0	
인천	(14)	71.4	28.6	0.0	
광주	(14)	50.0	50.0	0.0	
대전	(14)	50.0	50.0	0.0	
울산	(14)	64.3	35.7	0.0	

(Base: 공무원 전체, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	적절하다	적절하지 않다
전체		(155)	40.6	59.4
성별	남성	(116)	40.5	59.5
	여성	(39)	41.0	59.0
연령	30대 이하	(52)	30.8	69.2
	40대	(55)	40.0	60.0
지역	50대 이상	(48)	52.1	47.9
	서울	(15)	40.0	60.0
소속	경인/강원	(47)	29.8	70.2
	경남권	(16)	31.3	68.8
단체	경북권	(24)	45.8	54.2
	전라권	(25)	44.0	56.0
기타	충청권	(28)	57.1	42.9
	광역자치단체	(15)	53.3	46.7
	기초자치단체	(133)	39.8	60.2
기타		(7)	28.6	71.4

※ 적절하다 : (매우 적절하다+대체로 적절한 편이다)

적절하지 않다 : (별로 적절하지 않다 + 전혀 적절하지 않다)

7. 옥외광고 정책인정도

4-2) 응답자 특성별 옥외광고물 안전점검 정책 적절성

- 점포주의 모든 응답자 특성에서 옥외간판 안전점검 정책은 현실적으로 준수하기 '적절하다'는 응답이 더 높게 나타난 가운데, 연령별로는 '40대'(72.2%), 지역별로는 '부산'(76.0%)과 '울산'(80.0%)에서 상대적으로 높게 나타남
- 광고업자 대부분의 응답자 특성에서 옥외간판 안전점검 정책은 현실적으로 준수하기 '적절하다'는 응답이 더 높게 나타난 가운데, 지역별로 '부산'(53.3%)과 '울산'(50.0%)에서는 '적절하지 않다'는 응답이 더 높게 나타남
- 공무원의 경우 대부분의 응답자 특성에서 '적절하지 않다'는 응답이 더 높게 나타난 가운데, 지역별로는 '서울'(53.3%), '전라권'(52.0%), '충청권'(57.1%)에서는 '적절하다'는 응답이 더 높게 나타남

(Base: 점포주 전체, 단위: %)

점포주		사례수 (명)	적절 하다	적절 하지 않다	모른다
전체		(300)	61.0	30.0	9.0
성별	남성	(152)	59.9	30.9	9.2
	여성	(148)	62.2	29.1	8.8
연령	30대 이하	(57)	59.6	40.4	0.0
	40대	(90)	72.2	18.9	8.9
지역	50대	(105)	55.2	31.4	13.3
	60대 이상	(48)	54.2	35.4	10.4
지역	서울	(60)	50.0	41.7	8.3
	부산	(50)	76.0	18.0	6.0
	대구	(40)	52.5	37.5	10.0
	인천	(40)	50.0	22.5	27.5
	광주	(40)	52.5	42.5	5.0
	대전	(40)	72.5	22.5	5.0
	울산	(30)	80.0	20.0	0.0

※ 적절하다 : (매우 적절하다+대체로 적절한 편이다)

적절하지 않다 : (별로 적절하지 않다 + 전혀 적절하지 않다)

(Base: 광고업자 전체, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	적절 하다	적절 하지 않다	모른다
전체		(100)	62.0	34.0	4.0
성별	남성	(74)	64.9	33.8	1.4
	여성	(26)	53.8	34.6	11.5
연령	30대 이하	(37)	54.1	40.5	5.4
	40대	(37)	56.8	37.8	5.4
지역	50대 이상	(26)	80.8	19.2	0.0
	서울	(15)	86.7	13.3	0.0
	부산	(15)	40.0	53.3	6.7
	대구	(14)	78.6	21.4	0.0
	인천	(14)	71.4	28.6	0.0
	광주	(14)	57.1	28.6	14.3
	대전	(14)	57.1	42.9	0.0
	울산	(14)	42.9	50.0	7.1

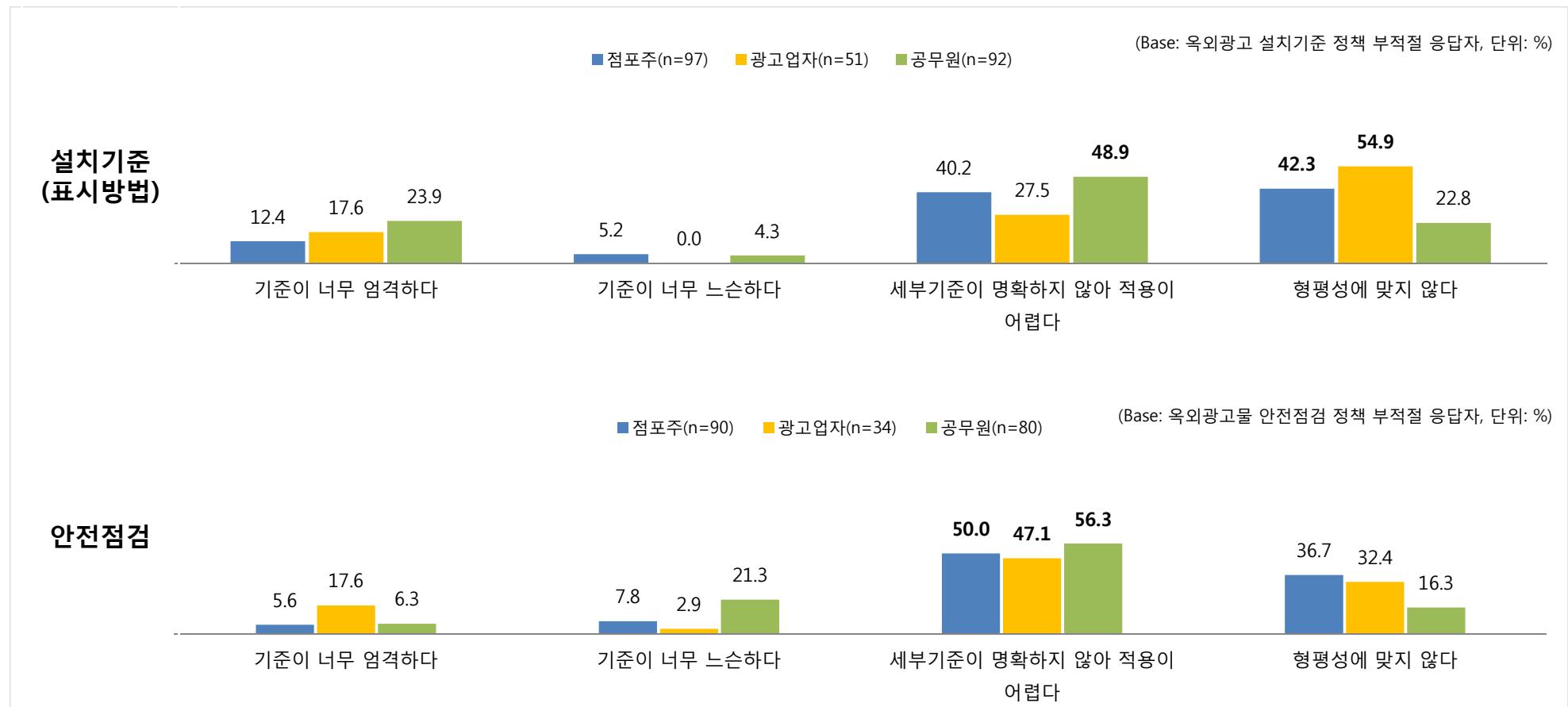
(Base: 공무원 전체, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	적절 하다	적절 하지 않다	모른다
전체		(155)	47.1	51.6	1.3
성별	남성	(116)	47.4	51.7	0.9
	여성	(39)	46.2	51.3	2.6
연령	30대 이하	(52)	50.0	48.1	1.9
	40대	(55)	40.0	60.0	0.0
지역	50대 이상	(48)	52.1	45.8	2.1
	서울	(15)	53.3	46.7	0.0
	경인/강원	(47)	38.3	61.7	0.0
	경남권	(16)	43.8	56.3	0.0
	경북권	(24)	45.8	50.0	4.2
	전라권	(25)	52.0	44.0	4.0
	충청권	(28)	57.1	42.9	0.0
	광역자치단체	(15)	53.3	40.0	6.7
소속 단체	기초자치단체	(133)	46.6	52.6	0.8
	기타	(7)	42.9	57.1	0.0

7. 옥외광고 정책인정도

5) 옥외광고물 정책 부적절 이유

- 옥외광고 설치기준 정책 부적절 이유로 점포주와 광고업자는 '형평성에 맞지 않다' (각 42.3%, 54.9%)(1순위 기준), 공무원은 '세부기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'(48.9%)가 가장 큰 이유라고 지적함
- 옥외광고 안전점검 정책 부적절 이유로 점포주(50.0%), 광고업자(47.1%), 공무원(56.3%) 모두 '세부기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'가 가장 큰 이유라고 지적함



7. 옥외광고 정책인정도

5-1) 응답자 특성별 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책 부적절 이유

- 점포주의 경우, 옥외간판 설치기준이 부적절한 이유로 '형평성에 맞지 않다'와 '세부 기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'는 응답이 높게 나타남
- 광고업자의 경우, 옥외간판 설치기준이 부적절한 이유로 대부분의 응답자 특성에서 '형평성에 맞지 않다'는 응답이 가장 높게 나타남
- 공무원의 경우, 옥외간판 설치기준이 부적절한 이유로 대부분의 응답자 특성에서 '세부 기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'는 응답이 가장 높게 나타남

(Base: 점포주 옥외광고물 설치기준 정책 부적절 응답자, 단위: %)

점포주		사례수 (명)	기준이 너무 엄격 하다	기준이 너무 느슨 하다	세부 기준이 명확 하지 않아 적용이 어렵다	형평성 에 맞지 않다
전체		(97)	12.4	5.2	40.2	42.3
성별	남성	(55)	14.5	3.6	34.5	47.3
	여성	(42)	9.5	7.1	47.6	35.7
연령	30대 이하	(24)	12.5	4.2	37.5	45.8
	40대	(22)	13.6	4.5	40.9	40.9
	50대	(36)	13.9	8.3	33.3	44.4
	60대 이상	(15)	6.7	0.0	60.0	33.3
지역	서울	(24)	16.7	8.3	45.8	29.2
	부산	(9)	22.2	11.1	11.1	55.6
	대구	(14)	7.1	7.1	42.9	42.9
	인천	(19)	5.3	0.0	47.4	47.4
	광주	(16)	12.5	0.0	43.8	43.8
	대전	(11)	18.2	0.0	36.4	45.5
	울산	(4)	0.0	25.0	25.0	50.0

(Base: 광고업자 옥외광고물 설치기준 정책 부적절 응답자, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	기준이 너무 엄격 하다	기준이 너무 느슨 하다	세부 기준이 명확 하지 않아 적용이 어렵다	형평성 에 맞지 않다
전체		(51)	17.6	0.0	27.5	54.9
성별	남성	(42)	19.0	0.0	28.6	52.4
	여성	(9)	11.1	0.0	22.2	66.7
연령	30대 이하	(16)	12.5	0.0	25.0	62.5
	40대	(22)	13.6	0.0	27.3	59.1
	50대 이상	(13)	30.8	0.0	30.8	38.5
지역	서울	(10)	30.0	0.0	30.0	40.0
	부산	(9)	11.1	0.0	11.1	77.8
	대구	(9)	22.2	0.0	44.4	33.3
	인천	(4)	0.0	0.0	25.0	75.0
	광주	(7)	14.3	0.0	42.9	42.9
	대전	(7)	28.6	0.0	14.3	57.1
	울산	(5)	0.0	0.0	20.0	80.0

(Base: 공무원 옥외광고물 설치기준 정책 부적절 응답자, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	기준이 너무 엄격 하다	기준이 너무 느슨 하다	세부 기준이 명확 하지 않아 적용이 어렵다	형평성 에 맞지 않다
전체		(92)	23.9	4.3	48.9	22.8
성별	남성	(69)	18.8	5.8	50.7	24.6
	여성	(23)	39.1	0.0	43.5	17.4
연령	30대 이하	(36)	27.8	2.8	52.8	16.7
	40대	(33)	24.2	6.1	48.5	21.2
	50대 이상	(23)	17.4	4.3	43.5	34.8
지역	서울	(9)	44.4	0.0	11.1	44.4
	경인/강원	(33)	21.2	3.0	54.5	21.2
	경남권	(11)	27.3	0.0	54.5	18.2
	경북권	(13)	30.8	7.7	53.8	7.7
	전라권	(14)	21.4	0.0	50.0	28.6
	충청권	(12)	8.3	16.7	50.0	25.0
소속 단체	광역자치단체	(7)	0.0	0.0	85.7	14.3
	기초자치단체	(80)	22.5	5.0	47.5	25.0
	기타	(5)	80.0	0.0	20.0	0.0

7. 옥외광고 정책인정도

5-2) 응답자 특성별 옥외광고물 안전점검 정책 부적절 이유

- 점포주의 경우, 옥외간판 안전점검 규정이 부적절한 이유로 '세부 기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'와 '형평성에 맞지 않다'는 응답이 높게 나타남
- 광고업자의 경우, 옥외간판 안전점검 규정이 부적절한 이유로 대부분의 응답자 특성에서 '세부 기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'는 응답이 높게 나타남
- 공무원의 경우, 옥외간판 안전점검 규정이 부적절한 이유로 대부분의 응답자 특성에서 '세부 기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'는 응답이 가장 높게 나타남

(Base: 점포주 옥외광고물 안전점검 정책 부적절 응답자, 단위: %)

점포주		사례수 (명)	기준이 너무 엄격 하다	기준이 너무 느슨 하다	세부 기준이 명확 하지 않아 적용이 어렵다	형평성 에 맞지 않다
전체		(90)	5.6	7.8	50.0	36.7
성별	남성	(47)	8.5	8.5	46.8	36.2
	여성	(43)	2.3	7.0	53.5	37.2
연령	30대 이하	(23)	4.3	0.0	60.9	34.8
	40대	(17)	5.9	5.9	41.2	47.1
지역	50대	(33)	9.1	9.1	45.5	36.4
	60대 이상	(17)	0.0	17.6	52.9	29.4
서울		(25)	8.0	4.0	52.0	36.0
부산		(9)	11.1	22.2	22.2	44.4
대구		(15)	13.3	20.0	46.7	20.0
인천		(9)	0.0	0.0	44.4	55.6
광주		(17)	0.0	0.0	58.8	41.2
대전		(9)	0.0	11.1	44.4	44.4
울산		(6)	0.0	0.0	83.3	16.7

(Base: 광고업자 옥외광고물 안전점검 정책 부적절 응답자, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	기준이 너무 엄격 하다	기준이 너무 느슨 하다	세부 기준이 명확 하지 않아 적용이 어렵다	형평성 에 맞지 않다
전체		(34)	17.6	2.9	47.1	32.4
성별	남성	(25)	12.0	0.0	56.0	32.0
	여성	(9)	33.3	11.1	22.2	33.3
연령	30대 이하	(15)	26.7	6.7	33.3	33.3
	40대	(14)	7.1	0.0	57.1	35.7
지역	50대 이상	(5)	20.0	0.0	60.0	20.0
	서울	(2)	0.0	0.0	50.0	50.0
부산		(8)	12.5	0.0	62.5	25.0
대구		(3)	33.3	0.0	66.7	0.0
인천		(4)	0.0	0.0	75.0	25.0
광주		(4)	25.0	0.0	0.0	75.0
대전		(6)	33.3	16.7	33.3	16.7
울산		(7)	14.3	0.0	42.9	42.9

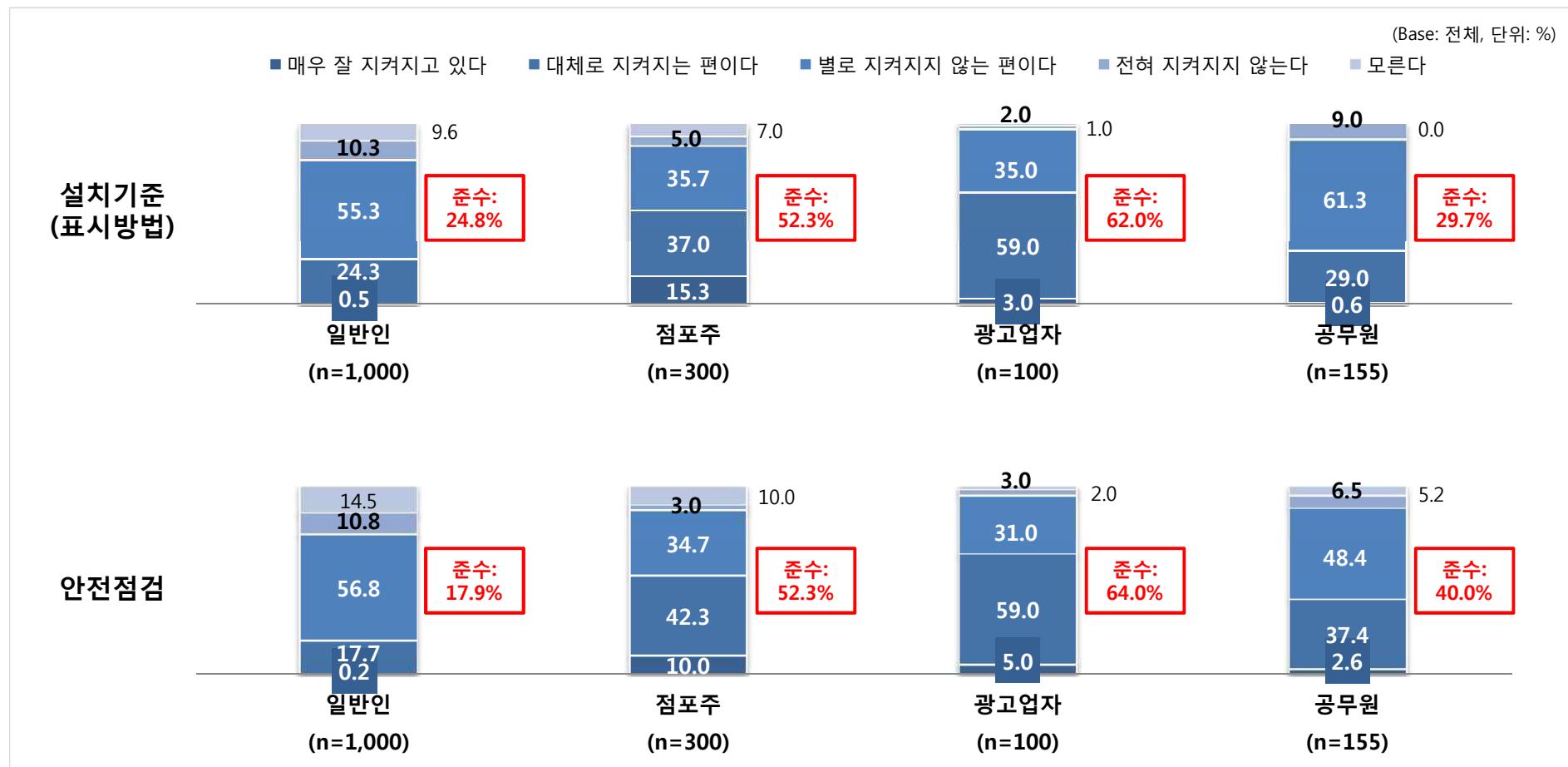
(Base: 공무원 옥외광고물 안전점검 정책 부적절 응답자, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	기준이 너무 엄격 하다	기준이 너무 느슨 하다	세부 기준이 명확 하지 않아 적용이 어렵다	형평성 에 맞지 않다
전체		(80)	6.3	21.3	56.3	16.3
성별	남성	(60)	5.0	25.0	53.3	16.7
	여성	(20)	10.0	10.0	65.0	15.0
연령	30대 이하	(25)	4.0	8.0	72.0	16.0
	40대	(33)	9.1	30.3	48.5	12.1
지역	50대 이상	(22)	4.5	22.7	50.0	22.7
	서울	(7)	0.0	57.1	42.9	0.0
경인/강원		(29)	10.3	13.8	62.1	13.8
경남권		(9)	0.0	22.2	55.6	22.2
경북권		(12)	8.3	16.7	41.7	33.3
전라권		(11)	0.0	9.1	72.7	18.2
충청권		(12)	8.3	33.3	50.0	8.3
소속 단체	광역자치단체	(6)	0.0	33.3	50.0	16.7
	기초자치단체	(70)	2.9	21.4	58.6	17.1
	기타	(4)	75.0	0.0	25.0	0.0

8. 옥외광고 정책준수도

1) 옥외광고물 정책 준수 실태

- 옥외간판 '설치기준' 정책이 '지켜지고 있다'(매우 잘 지켜지고 있다+대체로 지켜지는 편이다)는 응답은 광고업자 62.0%(1순위 기준), 점포주 52.3%, 공무원 29.7%, 일반인 24.8% 순으로 나타남
- 옥외간판 '안전점검' 정책이 '지켜지고 있다'(매우 잘 지켜지고 있다+대체로 지켜지는 편이다)는 응답은 광고업자 64.0%, 점포주 52.3%, 공무원 40.0%, 일반인 17.9% 순으로 나타남



8. 옥외광고 정책준수도

1-1) 응답자 특성별 옥외간판 설치기준 정책 준수 실태 – 일반인/점포주

- 일반인의 경우, 모든 응답자 특성에서 옥외간판 '설치기준' 정책이 '지켜지지 않는다'는 응답이 높게 나타났으며, 고학력일수록, 지역별로는 '경인/강원'(70.2%), 직업별로는 '자영업'(72.7%)에서 '지켜지지 않는다'는 응답이 상대적으로 높게 나타남
- 점포주의 경우, 대부분 응답자 특성에서 옥외간판 '설치기준' 정책이 '지켜지고 있다'는 응답이 더 높게 나타났으며, 지역별로 '부산'(68.0%)과 '울산'(66.7%)에서는 상대적으로 높게 나타남. 한편, '대전'(32.5%)에서는 '지켜지지 않는다'가 55.0%로 더 높게 나타남

(Base: 일반인 전체, 단위: %)

일반인		사례수 (명)	지켜지고 있다	지켜지지 않는다	모른다
전체		(1000)	24.8	65.6	9.6
성별	남성	(509)	25.7	65.8	8.4
	여성	(491)	23.8	65.4	10.8
연령	20대	(208)	21.6	61.1	17.3
	30대	(254)	26.8	63.0	10.2
지역	40대	(282)	25.5	67.4	7.1
	50대	(256)	24.6	69.9	5.5
학력	서울	(209)	26.8	60.3	12.9
	경인/강원	(332)	19.6	70.2	10.2
직업	경남권	(92)	30.4	63.0	6.5
	경북권	(164)	29.9	62.2	7.9
	전라권	(105)	22.9	66.7	10.5
	충청권	(98)	26.5	68.4	5.1
	고졸이하	(200)	23.0	62.0	15.0
	대재	(111)	32.4	53.2	14.4
	대졸	(617)	23.8	68.6	7.6
	대학원졸	(72)	26.4	69.4	4.2
	농/어/임업/기능/숙련/ 일반작업직	(44)	27.3	63.6	9.1
	자영업	(77)	23.4	72.7	3.9
	판매/서비스직	(71)	22.5	64.8	12.7
	사무/기술직	(424)	25.7	65.6	8.7
	경영/관리/전문/자유직	(86)	24.4	69.8	5.8
	전업 주부	(157)	22.9	70.7	6.4
	학생	(98)	28.6	56.1	15.3
	무직	(43)	18.6	51.2	30.2

(Base: 점포주 전체, 단위: %)

점포주		사례수 (명)	지켜지고 있다	지켜지지 않는다	모른다
전체		(300)	52.3	40.7	7.0
성별	남성	(152)	56.6	38.2	5.3
	여성	(148)	48.0	43.2	8.8
연령	30대 이하	(57)	47.4	49.1	3.5
	40대	(90)	57.8	34.4	7.8
지역	50대	(105)	47.6	42.9	9.5
	60대 이상	(48)	58.3	37.5	4.2
	서울	(60)	41.7	53.3	5.0
	부산	(50)	68.0	26.0	6.0
	대구	(40)	50.0	35.0	15.0
	인천	(40)	57.5	37.5	5.0
	광주	(40)	55.0	45.0	0.0
	대전	(40)	32.5	55.0	12.5
	울산	(30)	66.7	26.7	6.7

※ 지켜지고 있다 : (매우 잘 지켜지고 있다+대체로 지켜지는 편이다)
 지켜지지 않는다 : (별로 지켜지지 않는다 + 전혀 지켜지지 않다)

8. 옥외광고 정책준수도

1-1) 응답자 특성별 옥외간판 설치기준 정책 준수 실태 - 광고업자/공무원

- 광고업자의 경우, 대부분의 응답자 특성에서 옥외간판 '설치기준' 정책이 '지켜지고 있다'는 응답이 높게 나타났으며, 지역별로는 '대전'(92.9%)에서 상대적으로 높게 나타남. 한편, '대구'에서는 '지켜지지 않는다'는 응답이 57.1%로 더 높게 나타남
- 공무원의 경우, 모든 응답자 특성에서 옥외간판 '설치기준' 정책이 '지켜지지 않는다'는 응답이 높게 나타남

(Base: 광고업자 전체, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	지켜지고 있다	지켜지지 않는다	모른다
전체		(100)	62.0	37.0	1.0
성별	남성	(74)	59.5	40.5	0.0
	여성	(26)	69.2	26.9	3.8
연령	30대 이하	(37)	67.6	29.7	2.7
	40대	(37)	56.8	43.2	0.0
지역	50대 이상	(26)	61.5	38.5	0.0
	서울	(15)	66.7	33.3	0.0
	부산	(15)	60.0	33.3	6.7
	대구	(14)	42.9	57.1	0.0
	인천	(14)	64.3	35.7	0.0
	광주	(14)	57.1	42.9	0.0
	대전	(14)	92.9	7.1	0.0
	울산	(14)	50.0	50.0	0.0

(Base: 공무원 전체, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	지켜지고 있다	지켜지지 않는다
전체		(155)	29.7	70.3
성별	남성	(116)	34.5	65.5
	여성	(39)	15.4	84.6
연령	30대 이하	(52)	25.0	75.0
	40대	(55)	18.2	81.8
지역	50대 이상	(48)	47.9	52.1
	서울	(15)	26.7	73.3
	경인/강원	(47)	34.0	66.0
	경남권	(16)	31.3	68.8
	경북권	(24)	25.0	75.0
	전라권	(25)	28.0	72.0
	충청권	(28)	28.6	71.4
	광역자치단체	(15)	26.7	73.3
소속 단체	기초자치단체	(133)	30.8	69.2
	기타	(7)	14.3	85.7

※ 지켜지고 있다 : (매우 잘 지켜지고 있다+대체로 지켜지는 편이다)
 지켜지지 않는다 : (별로 지켜지지 않는다 + 전혀 지켜지지 않다)

8. 옥외광고 정책준수도

1-2) 응답자 특성별 안전점검 정책 준수 실태 – 일반인/점포주

- 일반인의 경우, 모든 응답자 특성에서 옥외간판 '안전점검' 정책이 '지켜지지 않는다'는 응답이 높게 나타났으며, 지역별로 '서울'(59.8%) 에서는 상대적으로 낮게 나타남
- 점포주의 경우, 대부분 응답자 특성에서 옥외간판 '안전점검' 정책이 '지켜지고 있다'는 응답이 높게 나타났으며, 지역별로는 '부산'(70.0%) 에서 상대적으로 높게 나타남. 한편, '대전'에서는 '지켜지지 않는다'는 응답이 50.0% 더 높게 나타남

(Base: 일반인 전체, 단위: %)

일반인		사례수 (명)	지켜지고 있다	지켜지지 않는다	모른다
전체		(1000)	17.9	67.6	14.5
성별	남성	(509)	20.8	66.8	12.4
	여성	(491)	14.9	68.4	16.7
연령	20대	(208)	12.0	63.9	24.0
	30대	(254)	20.1	65.7	14.2
지역	40대	(282)	17.0	70.6	12.4
	50대	(256)	21.5	69.1	9.4
학력	서울	(209)	21.5	59.8	18.7
	경인/강원	(332)	14.8	70.5	14.8
직업	경남권	(92)	22.8	68.5	8.7
	경북권	(164)	16.5	70.7	12.8
학력	전라권	(105)	14.3	69.5	16.2
	충청권	(98)	22.4	66.3	11.2
직업	고졸이하	(200)	15.0	65.5	19.5
	대재	(111)	16.2	59.5	24.3
직업	대졸	(617)	18.8	69.5	11.7
	대학원졸	(72)	20.8	69.4	9.7
직업	농/어/임업/기능/숙련/ 일반 작업직	(44)	20.5	65.9	13.6
	자영업	(77)	26.0	64.9	9.1
직업	판매/서비스직	(71)	12.7	67.6	19.7
	사무/기술직	(424)	20.0	67.2	12.7
직업	경영/관리/전문/자유직	(86)	17.4	74.4	8.1
	전업 주부	(157)	14.6	73.2	12.1
직업	학생	(98)	13.3	62.2	24.5
	무직	(43)	11.6	55.8	32.6

(Base: 점포주 전체, 단위: %)

점포주		사례수 (명)	지켜지고 있다	지켜지지 않는다	모른다
전체		(300)	52.3	37.7	10.0
성별	남성	(152)	55.9	36.2	7.9
	여성	(148)	48.6	39.2	12.2
연령	30대 이하	(57)	49.1	43.9	7.0
	40대	(90)	65.6	28.9	5.6
지역	50대	(105)	48.6	40.0	11.4
	60대 이상	(48)	39.6	41.7	18.8
지역	서울	(60)	46.7	50.0	3.3
	부산	(50)	70.0	22.0	8.0
지역	대구	(40)	55.0	37.5	7.5
	인천	(40)	37.5	30.0	32.5
지역	광주	(40)	57.5	42.5	0.0
	대전	(40)	37.5	50.0	12.5
지역	울산	(30)	63.3	26.7	10.0

※ 지켜지고 있다 : (매우 잘 지켜지고 있다+대체로 지켜지는 편이다)
 지켜지지 않는다 : (별로 지켜지지 않는다 + 전혀 지켜지지 않다)

8. 옥외광고 정책준수도

1-2) 응답자 특성별 옥외간판 안전점검 정책 준수 실태 - 광고업자/공무원

- 광고업자의 경우, 대부분의 응답자 특성에서 옥외간판 '안전점검' 정책이 '지켜지고 있다'는 응답이 높게 나타났으며, 지역별로는 '광주'(78.6%)와 '대전'(85.7%)에서 상대적으로 높게 나타남. 한편, '울산'에서는 '지켜지지 않는다'는 응답이 57.1%로 더 높게 나타남
- 공무원의 경우, 대부분의 응답자 특성에서 옥외간판 '안전점검' 정책이 '지켜지지 않는다'는 응답이 높게 나타난 가운데, 지역 중 '서울'(60.0%)에서는 '지켜지고 있다'는 응답이 더 높게 나타남

(Base: 광고업자 전체, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	지켜지고 있다	지켜지지 않는다	모른다
전체		(100)	64.0	34.0	2.0
성별	남성	(74)	60.8	37.8	1.4
	여성	(26)	73.1	23.1	3.8
연령	30대 이하	(37)	70.3	27.0	2.7
	40대	(37)	56.8	40.5	2.7
지역	50대 이상	(26)	65.4	34.6	0.0
	서울	(15)	60.0	40.0	0.0
	부산	(15)	60.0	33.3	6.7
	대구	(14)	57.1	42.9	0.0
	인천	(14)	64.3	35.7	0.0
	광주	(14)	78.6	14.3	7.1
	대전	(14)	85.7	14.3	0.0
	울산	(14)	42.9	57.1	0.0

(Base: 공무원 전체, 단위: %)

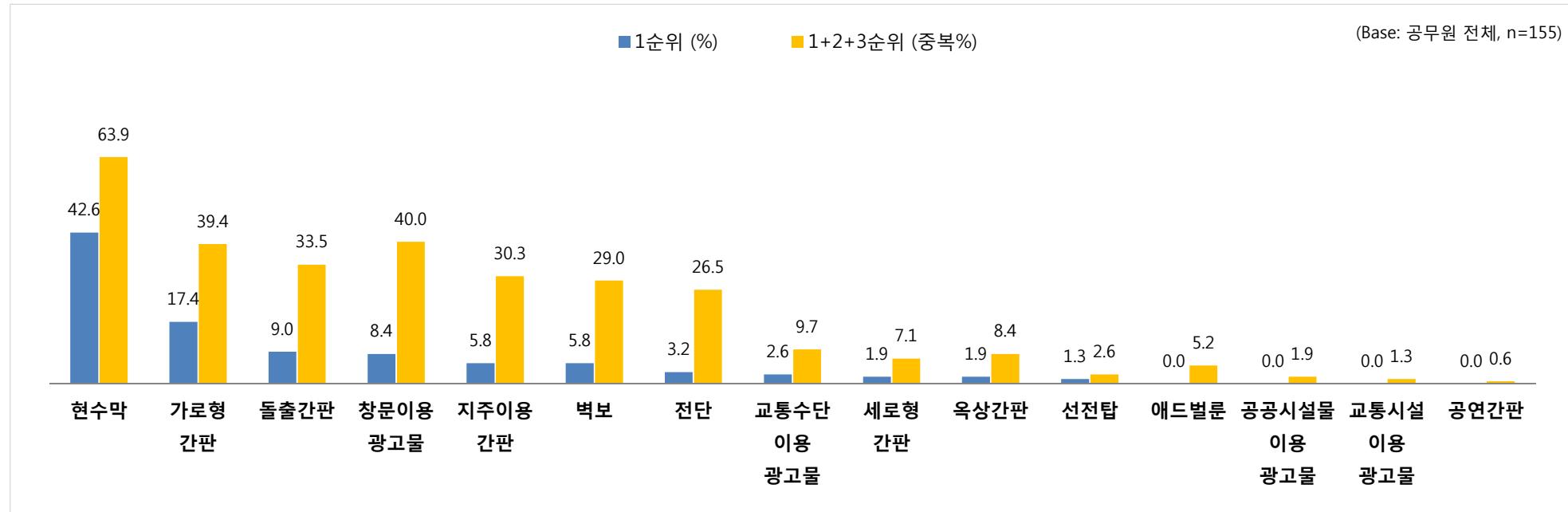
공무원		사례수 (명)	지켜지고 있다	지켜지지 않는다	모른다
전체		(155)	40.0	54.8	5.2
성별	남성	(116)	44.0	51.7	4.3
	여성	(39)	28.2	64.1	7.7
연령	30대 이하	(52)	36.5	55.8	7.7
	40대	(55)	38.2	60.0	1.8
지역	50대 이상	(48)	45.8	47.9	6.3
	서울	(15)	60.0	26.7	13.3
	경인/강원	(47)	27.7	68.1	4.3
	경남권	(16)	31.3	56.3	12.5
	경북권	(24)	41.7	54.2	4.2
	전라권	(25)	44.0	52.0	4.0
	충청권	(28)	50.0	50.0	0.0
	광역자치단체	(15)	46.7	40.0	13.3
소속 단체	기초자치단체	(133)	40.6	54.9	4.5
	기타	(7)	14.3	85.7	0.0

※ 지켜지고 있다 : (매우 잘 지켜지고 있다+대체로 지켜지는 편이다)
 지켜지지 않는다 : (별로 지켜지지 않는다 + 전혀 지켜지지 않다)

8. 옥외광고 정책준수도

2) 옥외광고물 설치기준(표시방법)이 가장 준수되지 않는 광고물

- 현재 옥외간판 설치기준이 가장 준수되지 않는 광고물로는 '현수막'이 42.6%(1순위 기준)로 가장 높고, 그 다음으로 '가로형 간판' (39.4%), '돌출간판'(9.0%), '창문이용 광고물'(8.4%), '지주이용 간판'과 '벽보' (각 5.8%) 등의 순으로 나타남
- 중복을 허락한 복수응답에서는 '창문이용 광고물'이 40.0%(중복응답)로 '가로형 간판'(39.4%)과 '돌출간판'(33.5%)보다 높게 나타났는데, 이는 창문이용 광고물의 설치기준 위반이 가장 심각하지는 않더라도 여러 사람이 공통적으로 지적하는 문제점으로 해석됨



8. 옥외광고 정책준수도

2-1) 옥외광고물 설치기준(표시방법)이 가장 준수되지 않는 광고물

- 모든 응답자 특성에서 '현수막'이 가장 준수되지 않는 광고물로 지목된 가운데, 지역 중 '서울'은 '현수막'과 '가로형 간판'의 비준수 응답율이 동일한 수준으로 나타남 (각 33.3%)
- 지역별로 '충청권'은 '교통수단 이용 광고물' 비율이 타 지역에 비해 높고, '경남권'은 '세로형 간판'이 상대적으로 높게 나타남

(Base: 공무원 전체, 단위: %, 종복%)

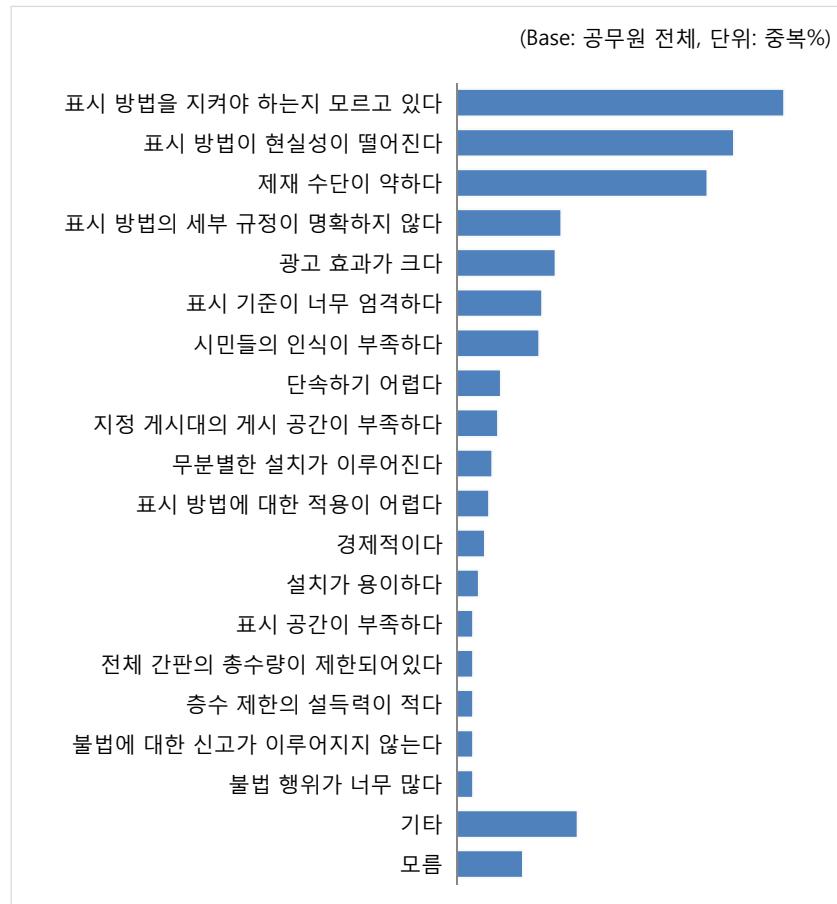
공무원	사례수 (명)	현수막		가로형 간판		돌출간판		창문이용 광고물		지주이용 간판		벽보		전단		교통수단 이용 광고물		세로형 간판		옥상간판		선전탑		애드벌룬		공공시설 이용 광고물		교통시설 이용 광고물		공연간판		
		1순위	1+2+ 3순위	1순위	1+2+ 3순위	1순위	1+2+ 3순위	1순위	1+2+ 3순위	1순위	1+2+ 3순위	1순위	1+2+ 3순위	1순위	1+2+ 3순위	1순위	1+2+ 3순위	1순위	1+2+ 3순위	1순위	1+2+ 3순위	1순위	1+2+ 3순위	1순위	1+2+ 3순위	1순위	1+2+ 3순위	1순위	1+2+ 3순위			
전체	(155)	42.6	63.9	17.4	39.4	9.0	33.5	8.4	40.0	5.8	30.3	5.8	29.0	3.2	26.5	2.6	9.7	1.9	7.1	1.9	8.4	1.3	2.6	0.0	5.2	0.0	1.9	0.0	1.3	0.0	0.6	
성별	남성	(116)	44.8	66.4	18.1	37.9	7.8	28.4	8.6	43.1	3.4	26.7	6.0	32.8	3.4	28.4	2.6	10.3	1.7	7.8	2.6	8.6	0.9	2.6	0.0	4.3	0.0	1.7	0.0	0.9	0.0	0.0
	여성	(39)	35.9	56.4	15.4	43.6	12.8	48.7	7.7	30.8	12.8	41.0	5.1	17.9	2.6	20.5	2.6	7.7	2.6	5.1	0.0	7.7	2.6	2.6	0.0	7.7	0.0	2.6	0.0	2.6	0.0	2.6
연령	30대 이하	(52)	40.4	61.5	17.3	44.2	11.5	42.3	7.7	32.7	7.7	30.8	1.9	21.2	1.9	21.2	3.8	11.5	1.9	5.8	1.9	15.4	3.8	3.8	0.0	1.9	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0	1.9
	40대	(55)	43.6	65.5	18.2	45.5	10.9	41.8	7.3	38.2	5.5	32.7	5.5	27.3	1.8	23.6	3.6	12.7	1.8	7.3	1.8	3.6	0.0	0.0	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	50대 이상	(48)	43.8	64.6	16.7	27.1	4.2	14.6	10.4	50.0	4.2	27.1	10.4	39.6	6.3	35.4	0.0	4.2	2.1	8.3	2.1	6.3	0.0	4.2	0.0	12.5	0.0	2.1	0.0	4.2	0.0	0.0
지역	서울	(15)	33.3	53.3	33.3	60.0	13.3	33.3	13.3	80.0	0.0	20.0	0.0	20.0	6.7	20.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	경인/강원	(47)	44.7	66.0	17.0	38.3	8.5	27.7	8.5	29.8	4.3	34.0	8.5	34.0	0.0	34.0	0.0	8.5	2.1	4.3	4.3	12.8	2.1	4.3	0.0	2.1	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	경남권	(16)	31.3	75.0	6.3	37.5	18.8	37.5	6.3	31.3	0.0	6.3	18.8	37.5	0.0	37.5	0.0	0.0	12.5	25.0	0.0	0.0	6.3	6.3	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	경북권	(24)	50.0	58.3	20.8	50.0	4.2	33.3	12.5	37.5	0.0	25.0	0.0	20.8	4.2	29.2	4.2	8.3	0.0	12.5	4.2	12.5	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	4.2	0.0	0.0
	전라권	(25)	32.0	64.0	28.0	36.0	16.0	44.0	0.0	40.0	12.0	36.0	8.0	20.0	4.0	16.0	0.0	0.0	0.0	8.0	0.0	12.0	0.0	4.0	0.0	8.0	0.0	4.0	0.0	4.0	0.0	0.0
	충청권	(28)	53.6	64.3	3.6	25.0	0.0	32.1	10.7	42.9	14.3	42.9	0.0	35.7	7.1	17.9	10.7	28.6	0.0	0.0	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.6
소속 단체	광역자치단체	(15)	46.7	60.0	26.7	73.3	6.7	33.3	6.7	33.3	6.7	40.0	0.0	13.3	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	13.3	0.0	0.0	6.7	6.7	0.0	13.3	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	기초자치단체	(133)	39.8	63.2	17.3	35.3	9.8	33.1	9.0	39.1	6.0	30.8	6.8	30.8	3.8	30.1	3.0	10.5	2.3	6.8	1.5	9.0	0.8	2.3	0.0	4.5	0.0	1.5	0.0	1.5	0.0	0.8
	기타	(7)	85.7	85.7	0.0	42.9	0.0	42.9	0.0	71.4	0.0	0.0	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

8. 옥외광고 정책준수도

3) 옥외광고물 설치기준(표시방법)이 가장 준수되지 않는 광고물 사유

- 옥외광고물 설치기준이 가장 준수되지 않는 광고물 사유로는 '표시방법을 지켜야 하는지 모르고 있다'(22.2%)는 의견이 가장 많이 나왔으며, 그 다음으로 '현실성이 떨어진다'(18.8%), '제재 수단이 약하다'(17.0%) 등의 순으로 나타남

(Base: 공무원 전체, n=155, 단위: 중복%)



공무원	비율%	사례수(건)
표시 방법을 지켜야 하는지 모르고 있다	22.2	103
표시 방법이 현실성이 떨어진다	18.8	87
제재 수단이 약하다	17.0	79
표시 방법의 세부 규정이 명확하지 않다	7.1	33
광고 효과가 크다	6.7	31
표시 기준이 너무 엄격하다	5.8	27
시민들의 인식이 부족하다	5.6	26
단속하기 어렵다	3.0	14
지정 게시대의 게시 공간이 부족하다	2.8	13
무분별한 설치가 이루어진다	2.4	11
표시 방법에 대한 적용이 어렵다	2.2	10
경제적이다	1.9	9
설치가 용이하다	1.5	7
표시 공간이 부족하다	1.1	5
전체 간판의 총수량이 제한되어있다	1.1	5
총수 제한의 설득력이 적다	1.1	5
불법에 대한 신고가 이루어지지 않는다	1.1	5
불법 행위가 너무 많다	1.1	5
기타	8.2	38
모름	4.5	21

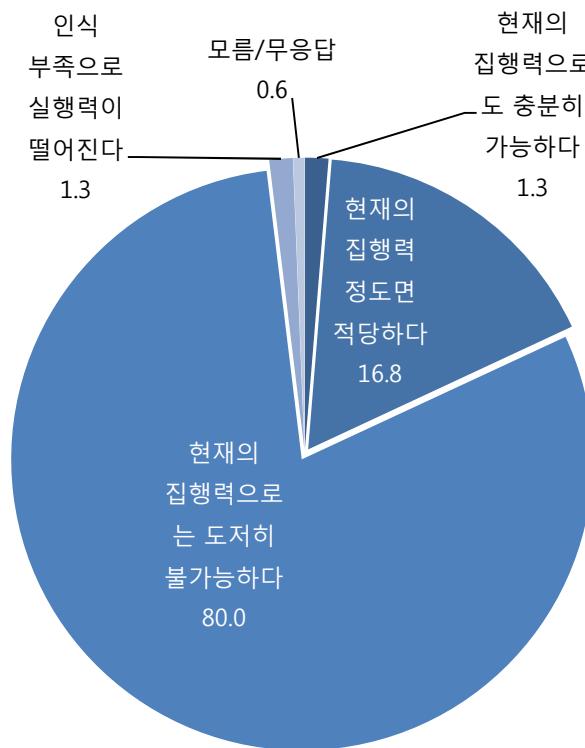
※ 사례수 3 이하(0.6%)는 기타로 처리

기타 의견으로는: '표시 방법이 형평성이 맞지 않다', '4층 이상의 업소는 대체 광고 수단이 없다' 등이 있었음.

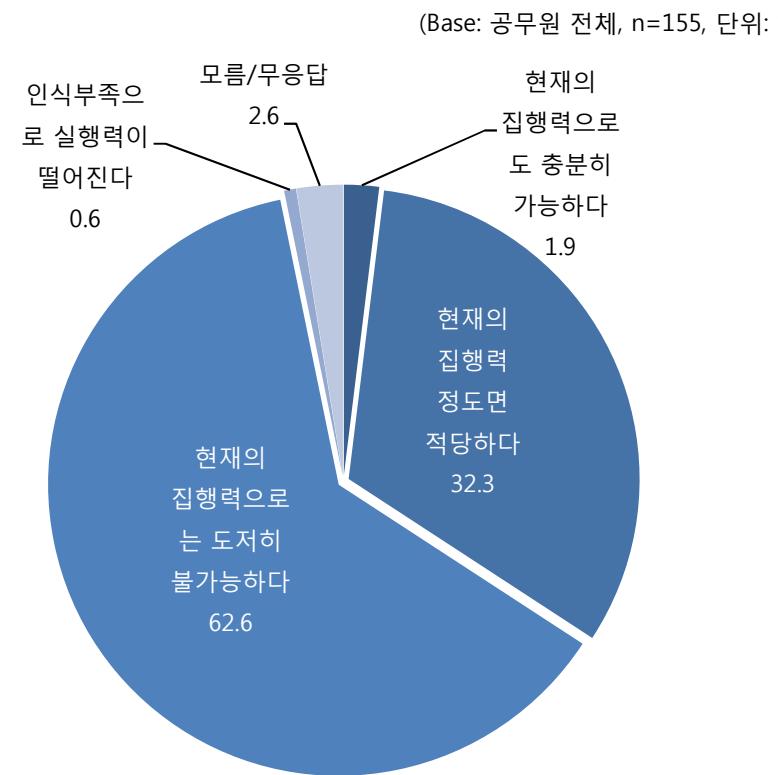
8. 옥외광고 정책준수도

4) 옥외광고물 단속 집행력 평가

- 옥외간판 설치기준 단속은 '현재 집행력으로는 도저히 불가능 하다'는 응답이 80.0%로 가장 높게 나타남
- 옥외간판 안전점검 단속은 '현재의 집행력으로는 도저히 불가능하다'는 응답이 62.6%로 가장 높게 나타남



설치기준 (표시방법)



안전점검

8. 옥외광고 정책준수도

4-1) 응답자 특성별 옥외광고물 설치기준(표시방법) 단속 집행력 평가

- 옥외간판 설치기준 단속이 '현재의 집행력으로는 도저히 불가능하다'는 응답은 지역별로 '서울'(93.3%)과 '경북권'(91.7%)에서 상대적으로 높게 나타남
- 옥외간판 안전점검 단속이 '현재의 집행력으로는 도저히 불가능하다'는 응답은 지역별로 '경인/강원'(70.2%)과 '경남권'(75.0%)에서 상대적으로 높게 나타남

설치기준 (표시방법)

(Base: 공무원 전체, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	현재의 집행력 으로도 충분히 가능하다	현재의 집행력 정도면 적당하다	현재의 집행력 으로는 도저히 불가능하다	인식부족 으로 실행력이 떨어진다	모른다
전체		(155)	1.3	16.8	80.0	1.3	0.6
성별	남성	(116)	1.7	17.2	78.4	1.7	0.9
	여성	(39)	0.0	15.4	84.6	0.0	0.0
연령	30대 이하	(52)	0.0	13.5	84.6	0.0	1.9
	40대	(55)	1.8	18.2	76.4	3.6	0.0
	50대 이상	(48)	2.1	18.8	79.2	0.0	0.0
지역	서울	(15)	6.7	0.0	93.3	0.0	0.0
	경인/강원	(47)	2.1	21.3	74.5	2.1	0.0
	경남권	(16)	0.0	12.5	81.3	0.0	6.3
	경북권	(24)	0.0	4.2	91.7	4.2	0.0
	전라권	(25)	0.0	28.0	72.0	0.0	0.0
	충청권	(28)	0.0	21.4	78.6	0.0	0.0
소속 단체	광역자치단체	(15)	0.0	20.0	80.0	0.0	0.0
	기초자치단체	(133)	1.5	16.5	80.5	1.5	0.0
	기타	(7)	0.0	14.3	71.4	0.0	14.3

안전점검

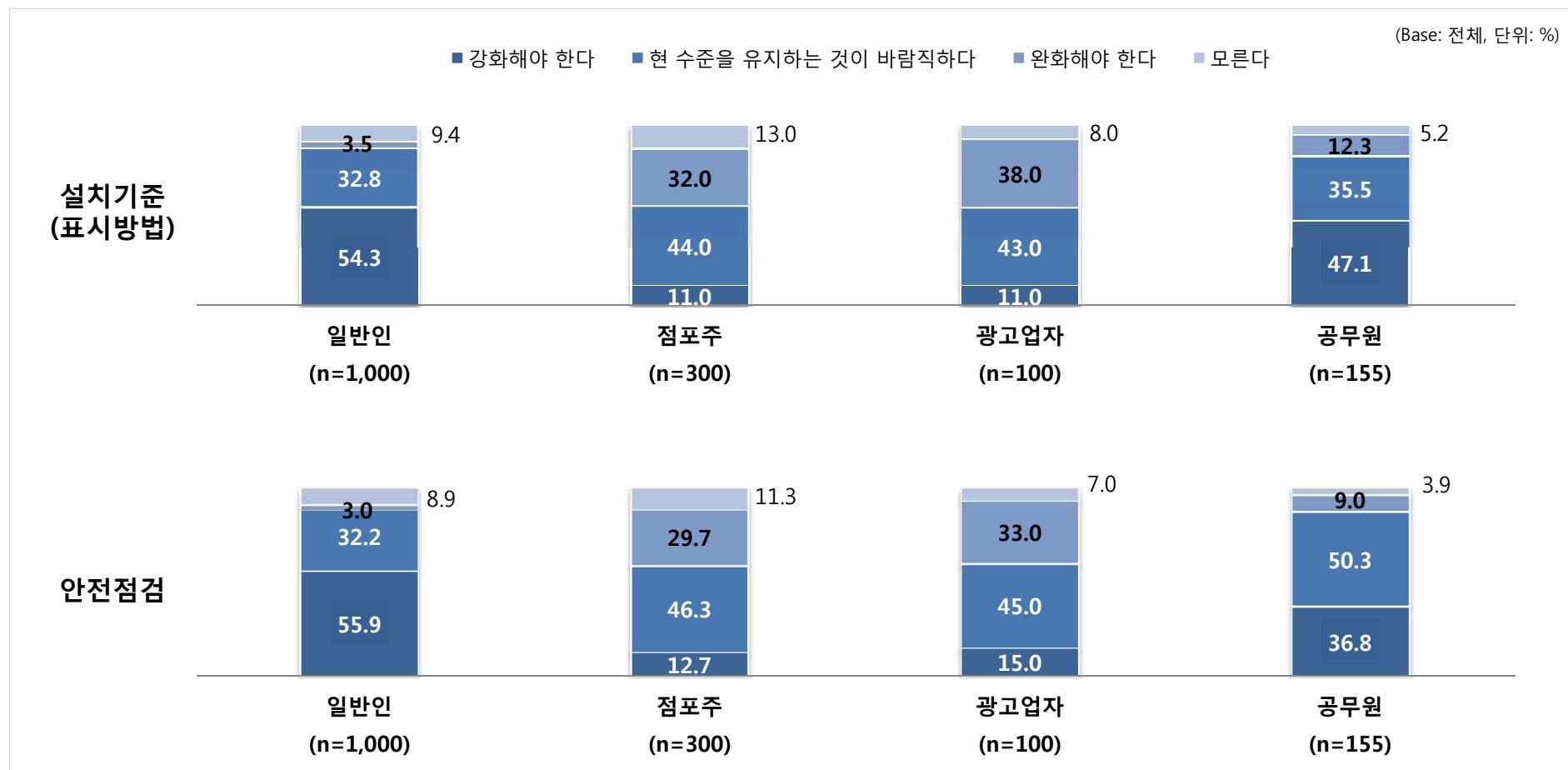
(Base: 공무원 전체, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	현재의 집행력 으로도 충분히 가능하다	현재의 집행력 정도면 적당하다	현재의 집행력 으로는 도저히 불가능하다	인식부족 으로 실행력이 떨어진다	모른다
전체		(155)	1.9	32.3	62.6	0.6	2.6
성별	남성	(116)	1.7	31.9	62.9	0.9	2.6
	여성	(39)	2.6	33.3	61.5	0.0	2.6
연령	30대 이하	(52)	0.0	34.6	63.5	0.0	1.9
	40대	(55)	3.6	27.3	67.3	0.0	1.8
	50대 이상	(48)	2.1	35.4	56.3	2.1	4.2
지역	서울	(15)	0.0	40.0	53.3	0.0	6.7
	경인/강원	(47)	0.0	25.5	70.2	0.0	4.3
	경남권	(16)	0.0	18.8	75.0	0.0	6.3
	경북권	(24)	4.2	37.5	58.3	0.0	0.0
	전라권	(25)	8.0	40.0	48.0	4.0	0.0
	충청권	(28)	0.0	35.7	64.3	0.0	0.0
소속 단체	광역자치단체	(15)	13.3	40.0	40.0	6.7	0.0
	기초자치단체	(133)	0.8	33.1	63.2	0.0	3.0
	기타	(7)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0

8. 옥외광고 정책준수도

5) 옥외광고물 정책 위반 시 조치에 대한 인식

- 옥외간판 '설치기준' 정책 위반 시 조치에 대하여 일반인(54.3%)과 공무원(47.1%)은 '강화해야 한다'는 의견이 가장 많고, 점포주(44.0%)과 광고업자(43.0%)는 '현 수준을 유지하는 것이 바람직하다'는 의견이 가장 많이 나타남
- 옥외간판 '안전점검' 정책 위반 시 조치에 대하여 일반인(55.9%)은 '강화해야 한다'는 의견이 가장 많고, 점포주(46.3%), 광고업자(45.0%), 공무원(50.3%)은 '현 수준을 유지하는 것이 바람직하다'는 의견이 가장 많이 나타남



8. 옥외광고 정책준수도

5-1) 응답자 특성별 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책 위반 시 조치에 대한 인식 – 일반인/점포주

- 일반인의 모든 응답자 특성에서 설치기준 위반 시 조치에 대하여 '강화해야 한다'는 응답이 가장 높게 나타났으며, 학력별로는 고학력일 수록, 직업별로는 '경영/관리/전문/자유직'(62.8%)에서 상대적으로 높게 나타남
- 점포주 대부분의 응답자 특성에서 설치기준 위반 시 조치에 대하여 '현 수준을 유지하는 것이 바람직하다'는 응답이 높고, 연령별로 '30대 이하'(49.1%), 지역별로 '인천'(42.5%)과 '울산'(43.3%)에서는 '완화해야 한다'는 응답이 더 높게 나타남

(Base: 일반인 전체, 단위: %)

일반인		사례수 (명)	강화해야 한다	현 수준을 유지하는 것이 바람직 하다	완화해야 한다	모른다
전체		(1000)	54.3	32.8	3.5	9.4
성별	남성	(509)	57.6	29.3	3.7	9.4
	여성	(491)	50.9	36.5	3.3	9.4
연령	20대	(208)	47.1	38.0	2.9	12.0
	30대	(254)	57.1	28.7	3.1	11.0
지역	40대	(282)	55.3	31.9	4.6	8.2
	50대	(256)	56.3	33.6	3.1	7.0
학력	서울	(209)	54.1	36.8	1.9	7.2
	경인/강원	(332)	55.1	31.6	4.5	8.7
직업	경남권	(92)	46.7	40.2	3.3	9.8
	경북권	(164)	59.1	25.0	3.7	12.2
학력	전라권	(105)	47.6	32.4	5.7	14.3
	충청권	(98)	58.2	34.7	1.0	6.1
직업	고졸이하	(200)	52.0	28.5	3.5	16.0
	대재	(111)	46.8	41.4	3.6	8.1
학력	대졸	(617)	55.3	33.5	3.4	7.8
	대학원졸	(72)	63.9	25.0	4.2	6.9
직업	농/어/임업/기능/숙련/ 일반 작업직	(44)	50.0	27.3	9.1	13.6
	자영업	(77)	44.2	40.3	9.1	6.5
직업	판매/서비스직	(71)	50.7	31.0	4.2	14.1
	사무/기술직	(424)	57.1	32.8	2.4	7.8
직업	경영/관리/전문/자유직	(86)	62.8	26.7	3.5	7.0
	전업 주부	(157)	56.7	29.9	2.5	10.8
직업	학생	(98)	50.0	39.8	2.0	8.2
	무직	(43)	39.5	34.9	4.7	20.9

(Base: 점포주 전체, 단위: %)

점포주		사례수 (명)	강화해야 한다	현 수준을 유지하는 것이 바람 직하다	완화해야 한다	모른다
전체		(300)	11.0	44.0	32.0	13.0
성별	남성	(152)	10.5	40.1	36.2	13.2
	여성	(148)	11.5	48.0	27.7	12.8
연령	30대 이하	(57)	8.8	28.1	49.1	14.0
	40대	(90)	10.0	53.3	26.7	10.0
지역	50대	(105)	13.3	44.8	30.5	11.4
	60대 이상	(48)	10.4	43.8	25.0	20.8
지역	서울	(60)	20.0	43.3	30.0	6.7
	부산	(50)	12.0	64.0	20.0	4.0
지역	대구	(40)	15.0	45.0	25.0	15.0
	인천	(40)	7.5	35.0	42.5	15.0
지역	광주	(40)	7.5	22.5	35.0	35.0
	대전	(40)	5.0	47.5	35.0	12.5
지역	울산	(30)	3.3	46.7	43.3	6.7

8. 옥외광고 정책준수도

5-1) 응답자 특성별 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책 위반 시 조치에 대한 인식 – 광고업자/공무원

- 광고업자의 경우, 대부분 응답자 특성에서 설치기준 위반 시 조치에 대하여 '현 수준을 유지하는 것이 바람직하다'는 응답이 가장 높게 나타났으며, '남성'(45.9%), 연령층은 고연령대일수록, 지역별로 '대구'(50.0%), '대전'(50.0%), '울산'(42.9%)에서는 '완화해야 한다'는 응답이 더 높게 나타남
- 공무원 대부분의 응답자 특성에서 설치기준 위반 시 조치에 대하여 '강화해야 한다'는 응답이 높고, 연령별로 '30대 이하'(40.4%), 지역별로 '전라권'(48.0%)에서는 '현 수준을 유지하는 것이 바람직하다'는 응답이 더 높게 나타남

(Base: 광고업자 전체, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	강화해야 한다	현 수준을 유지하는 것이 바람직 하다	완화해야 한다	모른다
전체		(100)	11.0	43.0	38.0	8.0
성별	남성	(74)	9.5	36.5	45.9	8.1
	여성	(26)	15.4	61.5	15.4	7.7
연령	30대 이하	(37)	13.5	43.2	32.4	10.8
	40대	(37)	8.1	45.9	37.8	8.1
	50대 이상	(26)	11.5	38.5	46.2	3.8
지역	서울	(15)	13.3	46.7	33.3	6.7
	부산	(15)	13.3	53.3	33.3	0.0
	대구	(14)	14.3	28.6	50.0	7.1
	인천	(14)	7.1	57.1	28.6	7.1
	광주	(14)	21.4	42.9	28.6	7.1
	대전	(14)	0.0	42.9	50.0	7.1
	울산	(14)	7.1	28.6	42.9	21.4

(Base: 공무원 전체, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	강화해야 한다	현 수준을 유지하는 것이 바람직 하다	완화해야 한다	모른다
전체		(155)	47.1	35.5	12.3	5.2
성별	남성	(116)	52.6	32.8	11.2	3.4
	여성	(39)	30.8	43.6	15.4	10.3
연령	30대 이하	(52)	30.8	40.4	21.2	7.7
	40대	(55)	50.9	30.9	12.7	5.5
	50대 이상	(48)	60.4	35.4	2.1	2.1
지역	서울	(15)	40.0	40.0	6.7	13.3
	경인/강원	(47)	53.2	29.8	14.9	2.1
	경남권	(16)	62.5	18.8	12.5	6.3
	경북권	(24)	45.8	33.3	8.3	12.5
	전라권	(25)	28.0	48.0	24.0	0.0
	충청권	(28)	50.0	42.9	3.6	3.6
소속 단체	광역자치단체	(15)	66.7	33.3	0.0	0.0
	기초자치단체	(133)	45.1	35.3	13.5	6.0
	기타	(7)	42.9	42.9	14.3	0.0

8. 옥외광고 정책준수도

5-2) 응답자 특성별 옥외광고물 안전점검 불합격 시 조치에 대한 인식 – 일반인/점포주

- 일반인의 모든 응답자 특성에서 안전점검 불합격 시 조치에 대하여 '강화해야 한다'는 응답이 가장 높게 나타났으며, 지역별로 '경남권'에서 '강화'(45.7%)와 '현 수준 유지'(40.2%) 의견이 비슷한 수준으로 나타남
- 점포주의 모든 응답자 특성에서 안전점검 불합격 시 조치에 대하여 '현 수준을 유지하는 것이 바람직하다'는 응답이 높게 나타났으며, 연령별로는 '40대'(63.3%), 지역별로는 '부산'(72.0%)에서 상대적으로 높게 나타남

(Base: 일반인 전체, 단위: %)

일반인		사례수 (명)	강화해야 한다	현 수준을 유지하는 것이 바람직 하다	완화해야 한다	모른다
전체		(1000)	55.9	32.2	3.0	8.9
성별	남성	(509)	59.1	29.3	2.9	8.6
	여성	(491)	52.5	35.2	3.1	9.2
연령	20대	(208)	54.3	34.6	1.0	10.1
	30대	(254)	59.1	27.6	1.6	11.8
지역	40대	(282)	55.3	32.6	4.3	7.8
	50대	(256)	54.7	34.4	4.7	6.3
학력	서울	(209)	55.5	36.4	1.4	6.7
	경인/강원	(332)	56.9	29.5	4.5	9.0
직업	경남권	(92)	45.7	40.2	2.2	12.0
	경북권	(164)	57.3	29.9	3.0	9.8
학력	전라권	(105)	56.2	30.5	2.9	10.5
	충청권	(98)	60.2	30.6	2.0	7.1
직업	고졸이하	(200)	54.5	29.0	4.0	12.5
	대재	(111)	54.1	36.0	2.7	7.2
학력	대졸	(617)	56.9	32.3	2.9	7.9
	대학원졸	(72)	54.2	34.7	1.4	9.7
직업	농/어/임업/기능/숙련/ 일반 작업직	(44)	59.1	22.7	6.8	11.4
	자영업	(77)	44.2	37.7	7.8	10.4
직업	판매/서비스직	(71)	57.7	31.0	0.0	11.3
	사무/기술직	(424)	56.4	33.7	2.1	7.8
직업	경영/관리/전문/자유직	(86)	60.5	27.9	4.7	7.0
	전업 주부	(157)	54.8	29.9	5.1	10.2
직업	학생	(98)	58.2	34.7	0.0	7.1
	무직	(43)	55.8	30.2	0.0	14.0

(Base: 점포주 전체, 단위: %)

점포주		사례수 (명)	강화해야 한다	현 수준을 유지하는 것이 바람 직하다	완화해야 한다	모른다
전체		(300)	12.7	46.3	29.7	11.3
성별	남성	(152)	9.2	46.7	32.9	11.2
	여성	(148)	16.2	45.9	26.4	11.5
연령	30대 이하	(57)	5.3	36.8	45.6	12.3
	40대	(90)	10.0	63.3	20.0	6.7
지역	50대	(105)	19.0	39.0	29.5	12.4
	60대 이상	(48)	12.5	41.7	29.2	16.7
지역	서울	(60)	20.0	48.3	26.7	5.0
	부산	(50)	4.0	72.0	18.0	6.0
지역	대구	(40)	10.0	50.0	30.0	10.0
	인천	(40)	7.5	35.0	30.0	27.5
지역	광주	(40)	22.5	15.0	40.0	22.5
	대전	(40)	7.5	42.5	40.0	10.0
지역	울산	(30)	16.7	56.7	26.7	0.0

8. 옥외광고 정책준수도

5-2) 응답자 특성별 옥외광고물 안전점검 불합격 시 조치에 대한 인식 – 광고업자/공무원

- 광고업자의 경우, 대부분 응답자 특성에서 안전점검 불합격 시 조치를 '현 수준을 유지하는 것이 바람직하다'는 응답이 가장 높게 나타났으며, 지역 중 '광주'(42.9%)에서는 '완화해야 한다'는 응답이 더 높게 나타남
- 공무원 대부분의 응답자 특성에서 안전점검 불합격 시 조치를 '현 수준을 유지하는 것이 바람직하다'는 응답이 높고, 지역 중 '경인/강원'에서는 '강화'와 '현 수준 유지' 의견이 비슷한 수준으로 나타남

(Base: 광고업자 전체, 단위: %)

광고업자		사례수 (명)	강화해야 한다	현 수준을 유지하는 것이 바람직 하다	완화해야 한다	모른다
전체		(100)	15.0	45.0	33.0	7.0
성별	남성	(74)	8.1	45.9	37.8	8.1
	여성	(26)	34.6	42.3	19.2	3.8
연령	30대 이하	(37)	18.9	40.5	32.4	8.1
	40대	(37)	10.8	48.6	35.1	5.4
지역	50대 이상	(26)	15.4	46.2	30.8	7.7
	서울	(15)	26.7	40.0	26.7	6.7
	부산	(15)	20.0	46.7	33.3	0.0
	대구	(14)	7.1	42.9	35.7	14.3
	인천	(14)	14.3	50.0	28.6	7.1
	광주	(14)	14.3	35.7	42.9	7.1
	대전	(14)	7.1	57.1	35.7	0.0
	울산	(14)	14.3	42.9	28.6	14.3

(Base: 공무원 전체, 단위: %)

공무원		사례수 (명)	강화해야 한다	현 수준을 유지하는 것이 바람직 하다	완화해야 한다	모른다
전체		(155)	36.8	50.3	9.0	3.9
성별	남성	(116)	44.0	43.1	9.5	3.4
	여성	(39)	15.4	71.8	7.7	5.1
연령	30대 이하	(52)	25.0	55.8	13.5	5.8
	40대	(55)	38.2	47.3	10.9	3.6
지역	50대 이상	(48)	47.9	47.9	2.1	2.1
	서울	(15)	20.0	53.3	13.3	13.3
	경인/강원	(47)	42.6	46.8	8.5	2.1
	경남권	(16)	50.0	31.3	12.5	6.3
	경북권	(24)	37.5	45.8	12.5	4.2
	전라권	(25)	24.0	64.0	12.0	0.0
소속 단체	충청권	(28)	39.3	57.1	0.0	3.6
	광역자치단체	(15)	66.7	33.3	0.0	0.0
	기초자치단체	(133)	34.6	51.9	9.0	4.5
	기타	(7)	14.3	57.1	28.6	0.0

8. 옥외광고 정책준수도

6) 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책 준수율을 높이기 위한 방안

- 옥외간판 설치기준 정책 준수율을 높이기 위한 방안으로 점포주, 광고업자, 공무원 모두 '단속/규제 강화'와 '교육/홍보 개선'을 가장 중요한 것으로 응답함

(Base: 점포주 전체, n=300, 단위: 중복%)

점포주	비율%	사례수(건)
교육/홍보 개선	28.0	84
단속/규제 강화	12.0	36
정책 강화	10.3	31
정책 명확성 개선	9.0	27
융통성/현실성 개선	4.0	12
관리기관 업무 보조	3.7	11
기타	7.3	22
특별한 의견 없음	37.7	113

※ 사례수 2 이하(1.0%)는 기타로 처리
 기타 의견으로는 '처벌보다는 계도를 해야 한다',
 '광고업자들의 준법정신이 필요하다', '미관에 도움을 주는 간판에 세금을 감면해주었으면 한다' 등이 있었음

(Base: 광고업자 전체, n=100, 단위: 중복%)

광고업자	비율%	사례수(건)
단속/규제 강화	22.0	22
교육/홍보 개선	21.0	21
융통성/현실성 개선	16.0	16
정책 완화	15.0	15
허가/신고 과정 간소화	10.0	10
관련 관공서/협회 등록 의무화	7.0	7
정책 강화	6.0	6
정책 일관성 개선	6.0	6
인식개선	6.0	6
정책 명확성 개선	4.0	4
기타	11.0	11
특별한 의견 없음	22.0	22

※ 사례수 2 이하(2.0%)는 기타로 처리
 기타 의견으로는: '설치기준을 준수한 간판을 선정하여 포상을 했으면 한다', '건축설계시 간판 설치를 고려해야 한다' 등이 있었음.

(Base: 공무원 전체, n=155, 단위: 중복%)

공무원	비율%	사례수(건)
단속/규제 강화	21.3	33
교육/홍보 개선	18.1	28
융통성/현실성 개선	14.8	23
정책 완화	13.5	21
정책 명확성 개선	8.4	13
인식개선	7.7	12
관련 인력 지원	5.2	8
정책 일관성 개선	4.5	7
정책 강화	2.6	4
전문성 개선	2.6	4
기타	18.7	29
특별한 의견 없음	27.7	43

※ 사례수 3 이하(2.0%)는 기타로 처리
 기타 의견으로는: '규제를 완화해야 한다', '표시방법을 네거티브방식으로 전환했으면 한다', '정책 불이행시 규제가 현실적이어야 한다' 등이 있었음.

8. 옥외광고 정책준수도

7) 옥외광고물 안전점검 정책 준수율을 높이기 위한 방안

- 옥외간판 안전점검 정책 준수율을 높이기 위한 방안으로 점포주, 광고업자, 공무원 모두 '단속/규제 강화'와 '교육/홍보 개선'을 가장 중요한 것으로 응답했으며, 공무원은 안전점검의 '전문성 개선'도 중요한 것으로 응답함

(Base: 점포주 전체, n=300, 단위: 중복%)

점포주	비율%	사례수(건)
단속/규제 강화	24.0	72
교육/홍보 개선	20.7	62
정책 강화	3.0	9
전문성 개선	2.7	8
정책 명확성 개선	1.7	5
인식개선	1.7	5
용통성/현실성 개선	1.3	4
기타	6.7	20
특별한 의견 없음	49.3	148

※ 사례수 2 이하(1.0%)는 기타로 처리

기타 의견으로는 '처벌보다는 계도를 해야 한다', '점검을 무료로 해주었으면 한다', '위탁업체에서 사후관리를 해줘야 한다' 등이 있었음

(Base: 광고업자 전체, n=100, 단위: 중복%)

광고업자	비율%	사례수(건)
교육/홍보 개선	23.0	23
단속/규제 강화	22.0	22
인식개선	9.0	9
용통성/현실성 개선	6.0	6
전문성 개선	5.0	5
관련인력 개선	3.0	3
보험 가입 의무화	3.0	3
허가/신고 과정 간소화	3.0	3
기타	19.0	19
특별한 의견 없음	35.0	35

※ 사례수 2 이하(2.0%)는 기타로 처리

기타 의견으로는: '안전 점검 기준을 명확하게 알려주었으면 한다', '모든 광고물에 생산자 표시제를 했으면 한다' 'KS 규격품 사용을 강화해야 한다' 등이 있었음.

(Base: 공무원 전체, n=155, 단위: 중복%)

공무원	비율%	사례수(건)
단속/규제 강화	21.3	33
전문성 개선	12.9	20
교육/홍보 개선	11.0	17
정책 명확성 개선	9.7	15
관련 인력 지원	7.1	11
인식개선	5.8	9
허가 기준에 포함	4.5	7
용통성/현실성 개선	4.5	7
정책 완화	2.6	4
기타	11.0	17
특별한 의견 없음	41.3	64

※ 사례수 3 이하(2.0%)는 기타로 처리

기타 의견으로는: '법령을 강화해야 한다', '수수료를 인상해야 한다', '사후책임보험이 필요하다' 등이 있었음.

Part III

요약

Confidential & Proprietary • Copyright © 2013 Macromil Embrain Company

1. 요약 (1/4)

구분	세부 내용
옥외광고에 대한 인지도 및 인식	<ul style="list-style-type: none"> 일반인의 <u>평소 옥외광고 관심 정도</u>는 '특이하거나 눈에 띠는 간판이 있을 때' 가 62.4%로 가장 높게 나타남 <u>최근 5년간 옥외광고물의 변화</u>에 대해서는 '긍정적'이라는 응답이 46.6%로 나타남 (부정적: 12.5%) <u>옥외광고와 도시경관의 관계 인식</u>은 '옥외광고 설치 시 도시 환경을 고려해야 한다' 는 응답이 92.3% (매우 그렇다+ 그렇다)로 높게 나타나고 있으며, 연령대가 높을수록 옥외광고의 '도시경관에 중요성'과 '엄격한 관리'가 높게 나타남
현재 옥외광고 평가	<ul style="list-style-type: none"> <u>현재 옥외광고의 수준</u>으로는 '디자인'(30.7%) 이 가장 높았고, '안전성'(11.4%)가 가장 낮게 평가됨 <ul style="list-style-type: none"> - 전년에 비해 간판 '디자인'의 개선(10.6%)은 있었으나, 간판의 '적절한 개수'에 대한 개선(1.7%)은 부족했던 것을 보임 <u>현재 옥외광고의 전반적인 수준</u>은 17.8%로 전년보다 9.3%p 높게 평가됨 <ul style="list-style-type: none"> - 특히, 고학력일수록 전반적인 만족도는 낮게 나타났으며, 지역별로는 서울이 타 지역보다 비교적 높게 나타남 <u>현재 옥외광고 관리수준</u>은 '업주 인식부족' 54.2%(매우 그렇다+그렇다)으로 인해 발생한다는 응답이 가장 높게 나타났으며, 전반적인 관리수준은 10.3%로 매우 낮게 평가됨 <u>현재 옥외광고 안전상태</u>에 대해서는 '불안하다'는 응답이 73.9%로 절반 이상으로 나타남 <ul style="list-style-type: none"> - 특히, 고연령, 고학력일수록 '불안하다'는 응답이 높게 나타남
현재 옥외광고의 문제점	<ul style="list-style-type: none"> <u>현재 옥외광고의 문제점</u>으로는 '1개 업체당 개수가 너무 많다'와 '색체와 조명이 너무 화려하다' 가 높게 나타남 (각 65.4%, 63.1%) <u>가장 시급한 개선점</u>으로는 '안전관리상태'(29.4%)와 '눈에 피로감을 주는 조명과 색깔'(23.1%)이 높게 나타남 (1순위 기준) <ul style="list-style-type: none"> - 옥외광고의 수준에서 '안전성'이 가장 낮게 평가된 점과, 옥외광고의 문제점에서 '화려한 색체와 조명'이 높게 나타난 것과 같은 맥락
좋은 옥외광고의 조건	<ul style="list-style-type: none"> <u>좋은 옥외광고의 조건</u>은 '주변과의 조화'가 22.7%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '안전한 설치'(18.9%), '참신한 디자인'(16.3%), '편안한 조명과 색깔'(13.4%) 등의 순으로 나타남
간판개선사업의 인지도 및 인식	<ul style="list-style-type: none"> 일반인의 <u>간판개선사업 인지도</u>는 48.9%로 절반을 차지해 전년과 비슷한 수준으로 나타남 <ul style="list-style-type: none"> - 특히, 고연령 일수록 간판개선사업 인지도가 높게 나타난 반면, 지역별로는 '전라권'(37.1%)에서 가장 낮게 나타남 <u>간판개선사업 추진거리 방문 경험율</u>은 69.3%로 절반 이상을 차지해 전년보다 약 9% 상승함 <ul style="list-style-type: none"> - 특히, 고연령 일수록 높게 나타난 반면, 지역별로는 서울(82.3%), 경인/강원(75.3%)에서 비교적 높게 나타났고, 경남권은 55.4%로 상대적으로 낮게 나타남 <u>간판개선사업 효과 평가에서</u> 간판개선사업 효과 평가에서 '건물이 깔끔해졌다' 가 93.6%(매우 그렇다+그렇다)로 가장 높게 나타남. <ul style="list-style-type: none"> - '거리가 전반적으로 나아진 것 같다' 는 86.5%로 나타나 간판개선사업 효과에 대해 긍정적인 편임

1. 요약 (2/4)

구분	세부 내용
옥외광물 정책 인식도	<ul style="list-style-type: none">• 옥외광고물 정책 인지도는 공무원', '광고업자', '점포주', '일반인' 순으로 나타남 (공무원/광고업자 : 99%~100%, 점포주: 설치기준-85.0%/안전점검-65.3%, 일반인: 설치기준-65.5%/안전점검-53.9%)<ul style="list-style-type: none">- 일반인과 점포주에서는 설치기준 정책 인지도가 안전점검 정책 인지도보다 높게 나타남<ul style="list-style-type: none">→ 일반인은 고학력, 고연령일 수록 높게 나타났으며, 설치기준은 지역별로 '충청'에서 상대적으로 높게 나타남→ 점포주는 지역별로 '부산'과 '울산'에서 상대적으로 높게 나타남→ 광고업자는 설치기준은 '부산'(6.7%), 안전점검은 '울산'(7.1%)에서 '모른다'는 응답이 높게 나타남→ 공무원은 설치기준은 '경남권'(6.3%), 안전점검은 '경인/강원'(6.4%)에서 '말만 들어본 정도이다'라는 응답이 높게 나타남• 옥외광고물 정책 명확성은 '광고업자', '공무원', '점포주' 순으로 나타남 (설치기준과 안전점검 명확성은 비슷한 수준)<ul style="list-style-type: none">→ 점포주는 지역별로 설치기준과 안전점검 모두 '울산'에서 상대적으로 높게 나타난 가운데, 안전점검은 '광주'에서 상대적으로 낮게 나타남→ 광고업자는 옥외광고물 정책 인지도는 설치기준(78.0%)과 안전점검(80.0%) 모두 타 그룹에 비해 20% 이상 높게 나타남<ul style="list-style-type: none">지역별로는 설치기준과 안전점검 모두 '서울'에서 상대적으로 높게 나타난 가운데, 대전에서는 상대적으로 낮게 나타남→ 공무원은 지역별로 설치기준은 상대적으로 '전라권'에서는 높고, '경남권'에서는 낮게 나타났으며,<ul style="list-style-type: none">안전점검은 상대적으로 '서울'에서는 높고, '경인/강원'에서는 낮게 나타남• 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책 불명확 이유로 점포주는 '기준이 다양하여 혼란스럽다', 광고업자는 '기준에 예외가 많아 혼란을 초래한다', 공무원은 '준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'가 가장 큰 이유라고 지적함• 옥외광고물 안전점검 정책 불명확 이유로 '점포주, 광고업자, 공무원 모두 '기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'가 가장 큰 이유라고 지적함• 옥외광고물 정책 점포주 안내 여부는 광고업자의 89.0%가 안내한다고 응답함<ul style="list-style-type: none">→ 지역별로는 '대구'가 가장 높게 나타난 가운데, 앞서 설치기준 명확성이 낮았던 '대전'에서는 안내비율도 타 지역 대비 낮게 나타남

1. 요약 (3/4)

구분	세부 내용
옥외광물 정책 인정도	<ul style="list-style-type: none">• 옥외광고물 정책 필요성은 일반인, 점포주, 광고업자, 공무원 모두 90% 이상으로 높게 나타난 가운데, 일반인이 가장 높게 나타남 (공무원/광고업자 : 90% 이상, 점포주: 약 50~60%, 일반인: 약 30%)<ul style="list-style-type: none">- 네 그룹 모두 '설치기준(표시방법)' 정책 인지도가 '안전점검' 정책 인지도보다 높게 나타남<ul style="list-style-type: none">→ 일반인은 설치기준과 안전점검 정책 모두 '필요하다'는 응답이 97% 이상으로 높게 나타남→ 점포주는 지역별로 '대전'에서는 '필요하지 않다'는 응답이 상대적으로 높게 나타남→ 광고업자는 지역별로 '광주'에서는 '필요하지 않다'는 응답이 상대적으로 높게 나타남→ 공무원은 지역별로 '경남권'에서는 '필요하지 않다'는 응답이 상대적으로 높게 나타남• 옥외광고물 정책 목적 부합성은 일반인은 95% 이상으로 높게 나타났으며, 점포주, 광고업자, 공무원은 약 80% 수준으로 순으로<ul style="list-style-type: none">→ 점포주는 '설치기준'이 도움이 된다는 응답(6.0%)이 '안전점검'보다 높게 나타난 가운데, 지역별로는 '울산'에서 '도움이 되지 않는다'는 응답이 상대적으로 높게 나타남→ 광고업자는 '안전점검'이 도움이 된다는 응답(8.0%)이 '설치기준'보다 높게 나타난 가운데, 지역별로 '인천'에서는 '도움이 된다'는 응답이 상대적으로 높게 나타남→ 공무원은 지역별로 '경남권'에서는 '도움이 되지 않는다'는 응답이 상대적으로 높게 나타남• 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책의 목적 부적합 이유로 광고업자와 공무원은 '기준의 현실성이 떨어진다', 점포주는 '기준이 담당자의 주관적인 판단에 따라 달라질 수 있다'가 가장 큰 이유라고 지적함• 옥외광고물 안전점검 정책의 목적 부적합 이유로 광고업자와 공무원은 '안전점검이 단순히 육안으로 실시되어 실효성이 미흡하다', 점포주는 '기준이 담당자의 주관적인 판단에 따라 달라질 수 있다'가 가장 큰 이유라고 지적함• 옥외광고물 정책의 적절성은 전반적으로 '안전점검'이 '설치기준'보다 현실적으로 준수하기에 '적절하다'는 응답이 높게 나타남<ul style="list-style-type: none">→ 점포주는 설치기준과 안전점검 모두 '적절하다'는 응답이 높게 나타남→ 광고업자는 설치기준은 '적절하지 않다'는 응답이 더 높고, 안전점검은 '적절하다'는 응답이 더 높게 나타남→ 공무원은 설치기준과 안전점검 모두 '적절하지 않다'는 응답이 높게 나타남• 옥외광고물 설치기준(표시방법) 정책이 부적절한 이유로 점포주와 광고업자는 '형평성에 맞지 않다', 공무원은 '세부기준이 정확하지 않아 적용이 어렵다'가 가장 큰 이유라고 지적함• 옥외광고물 안전점검 정책이 부적절한 이유로 점포주, 광고업자, 공무원 모두 '세부기준이 명확하지 않아 적용이 어렵다'가 가장 큰 이유라고 함

1. 요약 (4/4)

구분	세부 내용
옥외광물 정책 준수도	<ul style="list-style-type: none">• 옥외광고물 정책 준수 실태는 광고업자, 점포주, 공무원, 일반인 순으로 나타남<ul style="list-style-type: none">→ 일반인은 설치기준과 안전점검 모두 '지켜지지 않는다'는 응답이 더 높게 나타났으며, 설치기준은 '경인/강원', 안전점검은 '서울'에서 '지켜지지 않는다'는 응답이 상대적으로 높게 나타남→ 점포주는 설치기준과 안전점검 모두 50% 이상으로 나타난 가운데, 지역별로는 '부산'에서 상대적으로 높게 나타남→ 광고업자는 설치기준과 안전점검 모두 60% 이상으로 나타난 가운데, 지역별로는 '대전'에서 상대적으로 높게 나타남→ 공무원은 설치기준과 안전점검 모두 '지켜지지 않는다'는 응답이 높게 나타남• 옥외광고물 설치기준(표시방법)이 가장 준수되지 않는 광고물은 현수막, 가로형 간판, 돌출간판, 창문이용 광고물, 등의 순으로 나타남• 옥외광고물 설치기준(표시방법)이 준수되지 않는 이유로 '표시방법을 지켜야 하는지 모르고 있다'는 응답이 가장 많이 나왔으며, 그 다음으로 '현실성이 떨어진다', '제재수단이 약하다' 등의 순으로 나타남• 옥외광고물 단속 현재 집행력은 설치기준(80.0%)과 안전점검(62.6%) 모두 '현재 집행력으로 도저히 불가능하다'는 응답이 높게 나타남• 옥외광고물 설치기준(표시방법) 위반 시 조치에 대하여 일반인과 공무원은 '강화해야 한다'는 의견이 많고, 점포주와 광고업자는 '현 수준 유지' 의견이 많게 나타남• 옥외광고물 안전점검 불합격 시 조치에 대하여 일반인은 '강화해야 한다'는 의견이 많고, 점포주, 광고업자, 공무원은 '현 수준 유지' 의견이 많게 나타남• 옥외광고물 정책 준수율을 높이기 위한 방안으로는 '교육/홍보 개선'과 '단속/규제 강화' 의견이 많았음. 특히 공무원은 '전문성 개선'이 필요하다는 의견도 많이 있었음



Thank You

Confidential & Proprietary • Copyright © 2013 Macromill Embrain Company

macromill
embrain
Seoul / Tokyo / Shanghai / Taipei

adress. 10-13th fl. woer 837blds. 837, yeoksam-dong, Gangnam-gu, Seoul, Korea, 135-080

Phone. 02.3444-4000

web. www.embrain.com