

# 고열량, 저영양 어린이식품 광고 제한 업계 위기감 고조

- 오후 5시~7시 관련 방송광고 금지, 케이블TV 어린이 프로그램 중간광고 금지

지난 1월 19일 어린이식생활안전관리특별법 시행령 일부개정안이 국무회의에서 통과됨에 따라 고열량, 저영양 식품의 방송광고가 오후 5시부터 7시까지 전면 금지되며, 케이블TV 어린이 대상 프로그램의 중간광고도 금지된다. 단 방송광고 시간제한은 어린이 비만에 미치는 영향을 분석 평가한 후 3년 이후 지속 여부를 재심사하게 된다. 보건복지부는 보도자료를 통해 어린이의 비만 및 영양 불균형을 해소하고, 해당 식품을 지속적으로 관리할 수 있는 제도적 기본 틀을 마련했다고 평가했으나, 광고계와 방송계는 이번 결정으로 위기감에 휩싸이게 되었다.

홍현표 | 한국광고주협회 기획조사팀장

<표 1> 광고금지 조항이 포함된 어린이식생활안전관리특별법 시행령 일부

제7조의2(광고시간의 제한 등) ① 법 제10조제2항에 따라 어린이 기호식품을 제조, 가공, 수입, 유통, 판매하는 자에게 고열량, 저영양 식품에 대한 텔레비전방송광고를 제한하는 시간은 오후 5시부터 오후 7시까지로 한다 ② 식품의약품안전청장은 제1항에 따른 텔레비전방송광고 제한시간 외에도 어린이 기호식품을 제조, 가공, 수입, 유통, 판매하는 자에게 어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램의 중간광고에 고열량, 저영양 식품의 광고 금지를 명할 수 있다. ③ 제2항에 따른 어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램의 범위 등에 관하여는 식품의약품안전청장과 방송통신위원회가 협의하여 정한다. ④ 식품의약품안전청장은 제2항에 따라 중간광고를 금지하려는 때에는 법 제25조에 따른 어린이식생활안전관리위원회(이하 "위원회"라 한다)에 심의를 거쳐야 한다.

## 방송사 광고수입 감소 및 광고주 마케팅 제한

금번 시행령이 통과됨에 따라 2시간 동안 광고 제한을 받는 지상파 방송사와 케이블TV 방송사의 광고수입은 각각 약 130억원(KOBACO 추산), 800억원(케이블TV협회 회원사 자체 조사 결과) 정도로 추산된다. 오후 5시부터 7시 사이의 경우 지상파는 비인기 시급인 반면, 케이블TV는 인기 시급이어서 지상파보다 케이블TV의 피해가 더 클 것으로 예상된다.

<표 2> 2008년 지상파 방송3사 광고금지 해당품목 총광고비

: 제과, 제빵, 면류, 비알콜음료, 아이스크림 등 해당 제품에 시간제한 없는 총광고비

방송사	KBS2 TV	MBC TV	SBS TV	총계
광고금액	70억원	113억	49억원	483억원

\* 자료: 한국방송광고

<표 3> 2009년 시간대별 해당 식품 총광고비 추산, 시물레이션

(단위: 백만)

방송사	18시 ~	19시 ~	총계
KBS	1,733	1,023	1,756
MBS	2,311	3,597	5,908
SBS	647	3,541	4,188
총계	4,823	8,218	13,041

\* 분석방법 : 2009년 5월 광고비 \* 0.2(피해예상규모) \* 12(개월) = 연간 광고비 추산  
\* 2009년은 2008년 대비 식품광고비가 약 8% 정도 감소하였으며, 2009년 5월의 해당 시간대 피해예상 품목의 광고비를 조사하여 이를 바탕으로 추산하였음.

방송사뿐만 아니라 해당품목을 생산, 유통하는 광고주들 또한 금번 법령 개정으로 인해 마케팅 활동이 크게 위축될 것으로 전망된다. 오후 5시부터 7시 사이의 방송광고비는 비교적 저렴하여 식품업종의 광고 집중도가 비교적 높은 시간대이기 때문에, 향후 마케팅을 위해서는 7시 이후 가격대가 높은 시간대를 구매할 수밖에 없어 불만이 높아지고 있다. 마케팅이 위축되면 기업의 매출액도 감소할 수밖에 없어 경영활동에도 큰 영향을 줄 것으로 보인다.

한국광고주협회는 향후 회원사의 의견을 수렴해 헌법에서 보장하고 있는 경제활동에 대한 자유를 위해하는지에 대한 여부를 놓고 헌법 소원 등에 대한 방법도 강구하고 있다.

어린이식생활안전관리특별법 시행령 이외 지난해 8월 개정된 특별법 제10조 1항의 프로모션 제한에 대해서도 광고주의 불만이 커지고 있다.

관련 법안은 어린이의 무분별한 구매를 부추길 수 있는 물건을 무료로 제공한다는 내용이 담긴 광고를 제한, 금지하고 있으나, 식품의약품안전청은 업계 알릴 공문을 통해 성인을 대상으로 하는 방송, 인터넷 광고뿐만 아니라 홈

<표 4> 어린이 기호식품 프로모션 제한 내용이 포함된 어린이식생활안전관리특별법 일부

제10조(광고의 제한, 금지 등) ① 어린이 기호식품을 제조, 가공, 수입, 유통, 판매하는 자는 방송, 라디오 및 인터넷을 이용하여 식품이 아닌 장난감이나 그 밖에 어린이의 구매를 부추길 수 있는 물건을 무료로 제공한다는 내용이 담긴 광고를 하여서는 아니된다.

페이지까지로 범을 확대 해석하여 업계의 부담을 가중시키고 있다. **3.3.3**

## 어린이 기호식품 및 고열량, 저영양 식품 기준

### 1. 어린이 기호식품

- 가공식품  
「식품위생법」 제7조제1항 및 「축산물가공처리법」 제4조제2항에 따라 기준 및 규격이 고시된 다음 각 목의 식품  
가. 과자류 중 과자(한과류는 제외한다), 캔디류, 빙과류  
나. 빵류  
다. 초콜릿류  
라. 유가공품 중 가공유류, 발효유류(발효버터유 및 발효유분말은 제외한다), 아이스크림류  
마. 어육가공품 중 어육소시지  
바. 면류(용기면만 해당한다) 중 유방면류 및 국수  
사. 음료류 중 과·채주스, 과·채음료, 탄산음료, 유산균음료, 혼합음료  
아. 즉식섭취식품 중 김밥, 햄버거, 샌드위치

- 조리식품  
「식품위생법 시행령」 제7조제8호에 따른 식품접객업의 영업소에서 조리하여 판매하는 다음 각 목의 식품  
가. 제과·제빵류  
나. 아이스크림류  
다. 햄버거, 피자  
라. 어린이 식품안전보호구역에서 조리하여 판매하는 라면, 떡볶이, 꼬치류, 어묵, 튀김류, 만두류, 핫도그

- 제외 품목
- ① 다른 식품의 원료가 되는 식품(소스류, 팬류, 케찹류 등)
  - ② 어린이가 직접 구매하기 보다는 부모가 구매 조리하여 자녀에게 제공하는 식품(한과류, 떡류, 식육가공품, 어육가공품, 시리얼 등)
  - ③ 동일 식품 유형 식품 중에서도 제품의 특성 및 섭취목적상 소비대상이 성인인 식품
  - ④ 제품의 영양학적 특성과 1회 제공량 등을 고려하여 추임됨 등

### 2. 고열량, 저영양 식품

- 대상 어린이 기호식품  
가. 간식용  
1) 가공식품 : 과자류 중 과자(한과류는 제외한다)/캔디류/빙과류, 빵류, 초콜릿류, 유가공품 중 가공유류/발효유류(발효버터유 및 발효유분말은 제외한다)/아이스크림류, 어육 가공품 중 어육소시지, 음료류 중 과·채음료/탄산음료/유산균음료/혼합음료  
2) 조리식품 : 제과·제빵류 및 아이스크림류  
나. 식사대용  
1) 가공식품 : 면류(용기면만 해당한다) 중 유방면류/국수, 즉식섭취식품 중 김밥/햄버거/샌드위치  
2) 조리식품 : 햄버거, 피자

- 고열량·저영양 식품 영양성분 기준  
가. 간식용 어린이 기호식품의 기준  
1) 1회 제공량당 열량 250kcal를 초과하고 단백질 2g 미만인 식품  
2) 1회 제공량당 포화지방 4g을 초과하고 단백질 2g 미만인 식품  
3) 1회 제공량당 당류 17g을 초과하고, 단백질 2g 미만인 식품  
4) 1)부터 3)까지의 기준 어느 하나에 해당하지 아니한 식품 중 1회 제공량 당 열량 500kcal를 초과하거나 포화지방 8g을 초과하거나 당류 34g을 초과하는 식품  
\* 단, 1회 제공기준량이 30g 미만인 식품의 경우 30g으로 환산하여 적용  
나. 식사대용 어린이 기호식품의 기준  
1) 1회 제공량당 열량 500kcal를 초과하고 단백질 9g 미만인 식품  
2) 1회 제공량당 열량 500kcal를 초과하고 나트륨 600mg을 초과하는 식품. 다만, 면류(용기면만 해당한다) 중 유방면류/국수는 나트륨 1,000mg을 적용  
3) 1회 제공량당 포화지방 4g을 초과하고, 단백질 9g 미만인 식품  
4) 1회 제공량당 포화지방 4g을 초과하고, 나트륨 600mg을 초과하는 식품. 다만, 면류(용기면만 해당한다) 중 유방면류/국수는 나트륨 1,000mg을 적용  
5) 1)부터 4)까지의 기준 어느 하나에 해당하지 아니한 식품 중 1회 제공량 당 열량 1000kcal 초과하거나 포화지방 8g을 초과하는 식품