

[별표 2]

I. 지상파방송사업자의 방송광고판매대행사업자 허가 심사사항별 세부심사기준 및 심사시 고려사항

심사사항	세부 심사항목	배점	심사시 고려사항
1. 방송광고 판매 계획의 공익성·공정성 및 실현 가능성 (20)	1-1. 방송광고판매계획 및 그에 따른 방송광고판매를 위한 거래 조건이 법령에 위반되지 아니하고 방송광고판매시장의 공정한 거래질서를 저해할 우려가 없을 것	10 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 금지행위 위반 방지를 위한 내부지침 및 준수방안 확보 여부 ○ 공정하고 투명한 광고요금 기준, 이용조건, 수수료 등을 규정한 이용약관 마련 및 준수방안 확보 여부
	1-2. 방송사업자와의 방송광고 판매대행 계약 체결 가능성이 높아야 하는 등 방송광고 판매물량 확보 방안이 구체적이고 적절할 것	10 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송사업자와 방송광고판매대행을 위한 계약서, 약정서 등의 구체성 및 실현가능성
2. 네트워크 지역지상파방송사업자 지원방안의 적절성 및 실현 가능성 (20)	2-1. 법 제20조에 따른 방송광고 결합판매 의무를 이행하기 위한 지원방안이 구체적이고 적절할 것	5 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 법 제20조에 따라 고시되는 결합판매 의무를 준수하기 위한 판매계획의 적절성 및 실현가능성 ○ 결합판매와 결합이외의 방송광고 판매의 구분을 위한 기준 마련 및 관련 시스템 구축 여부 ○ 결합판매의 방송사별, 월별, 연도별 이행실적 관리 방안의 적절성 ○ 법 제20조 및 부칙 제7조제2항에 따른 결합판매 이행을 위한 방송사별, 월별 지원실적의 적절성
	2-2. 방송사업자 간 광고매출 배분기준이 합리적이고 공정할 것	10 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 광고매출 배분기준 마련과 관련된 네트워크 내 절차 및 협의의 충분성 ○ 네트워크 내 특성을 감안한 합리적이고 공정한 광고매출 배분기준 마련 여부 ○ 광고매출 배분의 방송사별, 월별, 연도별 이행실적 관리 방안의 적절성
	2-3. 방송광고 결합판매 지원 외의 광고판매(이하 “비결합판매”) 지원계획이 구체적이고 적절할 것	5 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 비결합판매 지원계획의 구체성 및 적절성 ○ 비결합판매 지원 관련 방송사업자와의 협의의 충분성 ○ 비결합판매 지원을 위한 조직 및 인력 운영 방안의 적절성
3. 중소지상파 방송사업자 지원방안의 적절성 및 실현 가능성 (20)	3-1. 법 제20조에 따른 방송광고 결합판매 의무를 이행하기 위한 지원방안이 구체적이고 적절할 것	10 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 법 제20조에 따라 고시되는 결합판매 지원 의무를 준수하기 위한 판매계획의 적절성 및 실현가능성 ○ 결합판매와 결합 이외의 방송광고 판매의 구분을 위한 기준 마련 및 관련 시스템 구축 여부

심사사항	세부 심사항목	배점	심사시 고려사항
			<ul style="list-style-type: none"> ○ 결합판매의 방송사별, 월별, 연도별 이행실적 관리 방안의 적절성 ○ 법 제20조 및 부칙 제7조제2항에 따른 결합판매 이행을 위한 방송사별, 월별 지원실적의 적절성
	3-2. 방송광고 결합판매 지원 외의 광고판매 지원계획이 구체적이고 적절할 것	10 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 비결합판매 지원계획의 구체성 및 적절성 ○ 비결합판매 지원 관련 방송사업자와의 협의의 충분성 ○ 비결합판매 지원을 위한 조직 및 인력 운영방안의 적절성
4.조직 및 인력운영 등 경영계획의 적정성(13)	4-1. 방송광고 판매대행 규모 등에 비추어 적절한 수준의 조직과 인력을 갖출 것	4 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송광고 판매대행 규모 등에 비추어 조직·인력구성의 적정성
	4-2. 인력운영 계획이 방송광고 판매의 전문성을 확보·유지할 수 있도록 적정할 것	4 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송광고 판매계획 실현에 필요한 분야별 전문인력 확보 방안의 적정성
	4-3. 경영의 투명성 확보 등을 위한 경영계획이 적정할 것	5 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사외이사, 감사제도 등 경영 감시기구의 실효성 ○ 방송광고판매대행자의 회계투명성 확보를 위한 내부절차 및 업무처리지침 수립 여부 및 적정성
5.재정능력 및 재정건전성(12)	5-1. 자본금의 규모 및 조달방법 등이 적정할 것	6 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 법 제13조에 따른 광고판매대행자의 주식 또는 지분 소유 규정 준수 여부 등 주요주주의 자본금 조달의 적정성 ○ 방송광고 판매대행 사업의 예상 매출액, 지급보증 규모 등에 비추어 자본금 규모의 적정성 ○ 주요 출자자의 자본금 납입을 확인할 수 있는 계약서, 약정서 등 자본금 납입 담보 방안 등
	5-2. 신청 법인과 주요 출자자의 재무상태 등이 건전할 것	6 (계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 신청법인 및 주요 출자자의 재무구조 건전성 <ul style="list-style-type: none"> - 수익성(총자산 경상이익율) - 안정성(부채비율) - 성장성(매출액 증가율) ○ 신청법인 및 주요 출자자의 신용평가 등급 등
6.방송 및 광고 산업 발전을 위한 지원계획의 적절성(10)	6-1. 광고 표준화, 광고효과 측정, 광고 관련 조사·연구, 공익광고 제작·방영 등 방송통신광고산업 진흥을 위한 지원계획이 적절하고 구체적일 것	10 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 광고 표준화 지원계획의 적절성 및 실현가능성 ○ 광고효과 측정을 위한 지원계획의 적절성 및 실현가능성 ○ 광고산업 조사·연구를 위한 지원계획의 적절성 및 실현가능성 ○ 공익광고의 제작·방영 등 지원계획의 적절성 및 실현가능성 ○ 기타 방송통신광고산업 진흥사업 지원계획의 적절성
7.그 밖에 사업수행에 필요한 사항	7-1. 방송광고판매대행 사업 개시 시기 등 그 밖에 사업수행에 필요한 사항이 적	5 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업개시를 위한 계획의 구체성 및 실현가능성 ○ 방송광고판매시스템 구축 등 광고판매사업

심사사항	세부 심사항목	배점	심사시 고려사항
항 (5)	정할 것		수행을 위한 방안 마련의 적절성 등
계		100	

- ※ 네트워크 지역지상파방송사업자 지원방안의 적절성 및 실현가능성의 심사는 지상파방송사업자의 방송광고 판매를 대행하려는 광고판매대행사업의 경우만 해당한다
- ※ 중소지상파방송사업자 지원방안의 적절성 및 실현가능성의 심사는 지상파방송사업자의 방송광고 판매를 대행하려는 광고판매대행사업의 경우만 해당한다

II. 지상파 방송광고 결합판매 지원을 하도록 고시되지 않는 방송광고 판매대행사업자의 허가 심사사항별 세부심사기준 및 심사시 고려사항

심사사항	세부 심사항목	배점	심사시 고려사항
1. 방송광고 판매 계획의 공익성·공정성 및 실현 가능성 (30)	1-1. 방송광고판매계획 및 그에 따른 방송광고판매를 위한 거래 조건이 법령에 위반되지 아니하고 방송광고판매시장의 공정한 거래질서를 저해할 우려가 없을 것	15 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 금지행위 위반 방지를 위한 내부지침 및 준수방안 확보 여부 ○ 공정하고 투명한 광고요금 기준, 이용조건, 수수료 등을 규정한 이용약관 마련 및 준수방안 확보 여부
	1-2. 방송사업자와의 방송광고 판매대행 계약 체결 가능성이 높아야 하는 등 방송광고 판매물량 확보 방안이 구체적이고 적절할 것	15 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송사업자와 방송광고판매대행을 위한 계약서, 약정서 등의 구체성 및 실현가능성
2. 조직 및 인력운영 등 경영계획의 적정성 (30)	2-1. 방송광고 판매대행 규모 등에 비추어 적절한 수준의 조직과 인력을 갖출 것	10 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송광고 판매대행 규모 등에 비추어 조직·인력구성의 적정성
	2-2. 인력운영 계획이 방송광고 판매의 전문성을 확보·유지할 수 있도록 적정할 것	10 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송광고 판매계획 실현에 필요한 분야별 전문인력 확보·유지 방안의 적정성
	2-3. 경영의 투명성 확보 등을 위한 경영계획이 적정할 것	10 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사외이사, 감사제도 등 경영 감시기구의 실효성 ○ 방송광고판매대행사업자의 회계투명성 확보를 위한 내부절차 및 업무처리지침 수립 여부 및 적정성
3. 재정 능력 및 재정건전성 (20)	3-1. 자본금의 규모 및 조달방법 등이 적정할 것	10 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 법 제13조에 따른 광고판매대행자의 주식 또는 지분 소유 규정 준수 여부 등 주요 주주의 자본금 조달의 적정성 ○ 방송광고 판매대행 사업의 예상 매출액, 지급보증 규모 등에 비추어 자본금 규모의 적정성 ○ 주요 출자자의 자본금 납입을 확인할 수 있는 계약서, 약정서 등 자본금 납입 담보방안 등
	3-2. 신청 법인과 주요 출자자의 재무상태 등이 건전할 것	10(계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 신청법인 및 주요 출자자의 재무구조 건전성 <ul style="list-style-type: none"> - 수익성(총자산 경상이익율) - 안정성(부채비율) - 성장성(매출액 증가율) ○ 신청법인 및 주요 출자자의 신용평가 등급 등

심사사항	세부 심사항목	배점	심사시 고려사항
4.방송 및 광고 산업 발전을 위한 지원계획의 적절성(10)	4-1. 광고 표준화, 광고효과 측정, 광고 관련 조사·연구, 공익광고 제작·방영 등 방송통신광고산업 진흥을 위한 지원계획이 적절하고 구체적일 것	10 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 광고 표준화 지원계획의 적절성 및 실현가능성 ○ 광고효과 측정을 위한 지원계획의 적절성 및 실현가능성 ○ 광고산업 조사·연구를 위한 지원계획의 적절성 및 실현가능성 ○ 공익광고의 제작·방영 등 지원계획의 적절성 및 실현가능성 ○ 기타 방송통신광고산업 진흥사업 지원계획의 적절성
5.그 밖에 사업 수행에 필요한 사항(10)	5-1. 방송광고판매대행 사업 개시 시기 등 그 밖에 사업 수행에 필요한 사항이 적정할 것	10 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업개시를 위한 계획의 구체성 및 실현가능성 ○ 방송광고판매시스템 구축 등 광고판매사업 수행을 위한 방안 마련의 적절성 등
계			100

Ⅲ. 지상파방송사업자의 방송광고판매대행사업자 재허가 심사사항별 세부심사기준 및 심사시 고려사항

심사사항	세부 심사항목	배점	심사시 고려사항
1. 방송광고 판매계획의 공익성·공정성 이행 실적 및 계획의 적정성(27)	1-1. 방송광고 판매계획의 공익성·공정성 이행 실적 및 계획	15 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 금지행위 위반 방지를 위한 내부 업무지침, 업무절차, 모니터링 체계, 교육 계획, 이용약관 반영내역 등의 구체성 및 준수방안 확보 여부 ○ 공정하고 투명한 광고요금 기준, 이용조건, 수수료 등을 규정한 이용약관 마련 및 준수방안 확보 여부
	1-2. 방송광고판매시장의 공정거래 질서 실현 실적 및 계획	12 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송사업자와 방송광고판매대행을 위한 계약서, 약정서 등의 구체성 및 실현가능성
2. 네트워크 지역 지상파 방송사업자 및 중소 지상파 방송사업자 광고매출 지원 실적 및 계획의 적정성(30)	2-1. 법 제20조에 따른 결합판매 의무 이행 실적 및 계획	10 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 법 제20조에 따라 고시되는 결합판매 의무를 준수하기 위한 판매계획의 적절성 및 실현 가능성 ○ 결합판매와 결합이외의 방송광고 판매의 구분을 위한 기준 마련 및 관련 시스템 구축 운영 ○ 결합판매의 방송사별, 월별, 연도별 이행실적 관리 방안의 적절성 ○ 법 제20조에 따른 결합판매 이행을 위한 방송사별, 월별 지원 실적의 적절성
	2-2. 방송사업자 간 광고매출 배분 실적 및 계획	15 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 광고매출 배분기준 마련과 관련된 네트워크 내 절차 및 협의의 충분성 ○ 네트워크 내 특성을 감안한 합리적이고 공정한 광고매출 배분기준 마련 여부 ○ 광고매출 배분의 방송사별, 월별, 연도별 이행실적 관리 방안의 적절성
	2-3. 방송광고 결합판매 지원 외의 광고판매(비결합판매) 지원 실적 및 계획	5 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 비결합판매 지원계획의 구체성 및 적절성 ○ 비결합판매 지원 관련 방송사업자와의 협의의 충분성 ○ 비결합판매 지원을 위한 조직 및 인력 운영방안의 적절성

심사사항	세부 심사항목	배점	심사시 고려사항
3.조직·인력운영 등 경영계획의 적정성 및 재정건전성(18)	3-1. 방송광고 판매대행 규모 등에 비추어 적정한 수준의 조직과 인력 운영 실적 및 계획	5 (비계량)	○ 방송광고 판매대행 규모 등에 비추어 조직·인력구성의 적정성
	3-2. 인력운영 등 방송광고 판매의 전문성 확보 여부 및 계획	5 (비계량)	○ 방송광고 판매계획 실현에 필요한 분야별 전문인력 운영의 적정성
	3-3. 경영의 투명성 확보 등 적정한 경영계획의 이행 실적 및 계획	5 (비계량)	○ 사외이사, 감사제도 등 경영 감시기구의 실효성 ○ 방송광고판매대행자의 회계투명성 확보를 위한 내부절차 및 업무처리지침 수립 여부 및 적정성
	3-4. 방송광고판매대행사업자의 재무상태 등 재정 건전성	3 (계량)	○ 방송광고판매대행사업자의 재무구조 건전성 - 수익성 (총자산 경상이익율) - 안정성(부채비율) - 성장성 (매출액 증가율)
4.방송 및 광고산업 발전 이행실적 및 계획의 적절성(5)	4-1. 광고 표준화, 광고효과 측정, 광고 관련 조사·연구, 공익광고 제작·방영 등 방송 및 광고산업 진흥 실적 및 이행 계획	5 (비계량)	○ 광고 표준화 지원계획의 적절성 및 구체성 ○ 광고효과 측정을 위한 지원계획의 적절성 및 구체성 ○ 광고산업 조사·연구를 위한 지원계획의 적절성 및 구체성 ○ 공익광고의 제작·방영 등 지원계획의 적절성 및 구체성 ○ 기타 방송통신광고산업 진흥사업 지원계획의 적절성
5.허가·재허가 조건 이행여부 및 그 밖에 사업수행에 필요한 사항(20)	5-1. 허가·재허가 당시 부과한 조건에 대한 이행실적	15 (비계량)	○ 허가·재허가 당시 부과한 조건에 대한 이행실적의 적정성
	5-2. 그 밖에 사업 수행에 필요한 사항	5 (비계량)	○ 방송광고판매시스템 유지 및 개선의 적정성 ○ 방송광고시장 환경 변화에 대응하고자 하는 계획의 적정성
6.관계법령 위반정도	6-1. 관계법령 위반에 따른 감점 평가	최대 감점 한도 10점	○ 과태료, 시정명령, 시정명령 불이행 사항별 감점 ○ 법 제38조 과징금, 제40조·제41조·제42조·제43조에 따른 형사처벌 사항별 감점 ○ 세부감점 기준은 심사위원회에서 결정
계		100	

IV. 지상파 방송광고 결합판매 지원을 하도록 고시되지 않은 방송광고 판매대행사업자의 재허가 심사사항별 세부 심사기준 및 심사시 고려사항

심사사항	세부 심사항목	배점	심사시 고려사항
1. 방송광고 판매계획의 공익성·공정성 이행실적 및 계획의 적정성(40)	1-1. 방송광고 판매계획의 공익성·공정성 이행 실적 및 계획	20 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 금지행위 위반 방지를 위한 내부 업무지침, 업무절차, 모니터링 체계, 교육 계획, 이용약관 반영내역 등의 구체성 및 준수방안 확보 여부 ○ 공정하고 투명한 광고요금 기준, 이용조건, 수수료 등을 규정한 이용약관 마련 및 준수방안 확보 여부
	1-2. 방송광고판매시장의 공정거래 질서 실현 실적 및 계획	20 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송사업자와 방송광고판매대행을 위한 계약서, 약정서 등의 구체성 및 실현가능성
2. 조직·인력운영 등 경영계획의 적정성 및 재정건전성 (30)	2-1. 방송광고 판매대행 규모 등에 비추어 적절한 수준의 조직과 인력 운영 실적 및 계획	10 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송광고 판매대행 규모 등에 비추어 조직·인력구성의 적정성
	2-2. 인력운영 등 방송광고 판매의 전문성 확보 여부 및 계획	5 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송광고 판매계획 실현에 필요한 분야별 전문인력 운영의 적정성
	2-3. 경영의 투명성 확보 등 적절한 경영계획의 이행 실적 및 계획	12 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사외이사, 감사제도 등 경영 감시기구의 실효성 ○ 방송광고판매대행자의 회계투명성 확보를 위한 내부절차 및 업무처리지침 수립 여부 및 적정성
	2-4. 방송광고판매대행사업자의 재무상태 등 재정 건전성	3 (계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송광고판매대행사업자의 재무구조 건전성 <ul style="list-style-type: none"> - 수익성 (총자산 경상이익율) - 안정성 (부채비율) - 성장성 (매출액 증가율)
3. 방송 및 광고산업 발전 이행실적 및 계획의 적절성(10)	3-1. 광고 표준화, 광고효과 측정, 광고 관련 조사·연구, 공익광고 제작·방영 등 방송 및 광고산업 진흥 실적 및 이행 계획	10 (비계량)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 광고 표준화 지원계획의 적절성 및 구체성 ○ 광고효과 측정을 위한 지원계획의 적절성 및 구체성 ○ 광고산업 조사·연구를 위한 지원계획의 적절성 및 구체성 ○ 공익광고의 제작·방영 등 지원계획의 적절성 및 구체성 ○ 기타 방송통신광고산업 진흥사업 지원계획의 적절성

심사사항	세부 심사항목	배점	심사시 고려사항
4. 허가·재허가 조건 이행여부 및 그 밖에 사업수행에 필요한 사항(20)	4-1. 허가·재허가 당시 부과한 조건에 대한 이행실적	15 (비계량)	○ 허가·재허가 당시 부과한 조건에 대한 이행실적의 적정성
	4-2. 그 밖에 사업 수행에 필요한 사항	5 (비계량)	○ 방송광고판매시스템 유지 및 개선의 적정성 ○ 방송광고시장 환경 변화에 대응하고자 하는 계획의 적정성
5. 관계법령 위반정도	5-1. 관계법령 위반에 따른 감점 평가	최대 감점 한도 10점	○ 과태료, 시정명령, 시정명령 불이행 사항별 감점 ○ 법 제38조 과징금, 제40조·제41조·제42조·제43조에 따른 형사처벌 사항별 감점 ○ 세부감점 기준은 심사위원회에서 결정
계		100	