

제과점 간판, 원색 사용이 제한된다

적색, 바탕색의 1/2로 축소...위반시 1년 이하 징역

■ 취재 / 이경은 kelee@mbakery.co.kr

서울시가 개정, 공포한 조례에 적색 간판 규제가 명시됨에 따라 앞으로 새로 개점하거나 신고를 앞두고 있는 제과점에서는 간판에 적색을 사용함에 있어 제재를 받게 될 것으로 보인다. 서울시는 지난 1999년 11월 15일 붉은 색 간판의 난립으로 도시 및 관광환경개선에 역행한다는 이유를 들어 적색간판을 규제하는 내용을 포함한 옥외광고물 등 관리조례를 새로이 개정·공포했다.

이 조례가 최근 주목을 받는 것은 옥외광고물등관리법에 따라 광고물 설치자는 3년마다 자치단체에 광고물을 신고해 안전도 검사와 재허가를 받아야 하기 때문이다. 따라서 적색간판을 설치해온 점포들은 늦어도 올해 안에는 광고물을 철거 또는 변경할 수밖에 없을 것으로 보인다.

한편 다른 16개 자치 시·도에서도 이 내용의 조례 포함을 검토 중에 있어 적색 광고물 규제 지역이 점차 확대될 것으로 보인다. 만일 광고물 설치자가 이 조례를 위반했을 경우에는 1년 이하의 징역 또는 500만원 이하의 벌금을 물게 된다. 그러나 서울시의 새 조례가 시행된지 1년이 지난 지금까지 원색인 적색의 기준이 명확히 제시되지 않는 등 지역 행정 기관별로 적용 기준이 일관되지 않아 관련 종사자들을 혼란케 하고 있다.

적색 제한, 계통색은 표시 가능해

옥외광고물등관리법 시행령 제13조 제10항에 의해 서울시는 조례 제8조 제3호에서 '광고물 등의 바탕색에 적색 또는 흑색인 원색은 1/2 이내로 한다. 예외적으로 조명을 하지 아니하는 표시면적 5㎡이하인 것과 심의를 거친 광고물은 1/2을 초과하여 표시할 수 있다'고 규정했다. 제한 대상이 되는 색은 적색 또는 흑색 등 원색만 해당되므로 주황색, 분홍색, 자주색 등과 같은 계통색 표시는 가능하다.

개정된 조례에 따르면 적색 간판을 사용해온 제과

점을 비롯해 롯데리아, 맥도날드 등 외식·패스트푸드업체는 물론 코카콜라, 나이키 등은 늦어도 올해까지는 간판을 바꿔 달아야한다. 따라서 적색 간판을 주로 사용해온 제과점들과 롯데리아, 맥도날드 등과 같은 외식·패스트푸드업체들이 가장 크게 영향을 받을 것으로 보인다.

이에 패스트푸드업체들은 신규 점포 개설에 어려움을 겪고 있으며 맥도날드의 경우 기존 간판에 주황색 시트를 붙여 나가고 있다. 피자헛 군자점은 기존의 적색 부분을 흰색으로 바꿔 설치했으며 KFC는 적색이 간판 전체의 1/2을 넘지 않기 위해 위아래를 단층 처리했다.

베이커리업체 특관과의 한 관계자는 "이번 계기로 본사에서는 CI의 바탕색 교체를 고려 중에 있다"며 "그 동안 사용해 온 업체의 고유한 간판을 철거하거나 변경하라는 것은 기업 자율성이 강조되는 현대의 추세에 역행하는 것이 아니냐"며 불만을 토로했다.

이번 옥외광고물 등 관리 조례에서 적색 사용에 대한 예외가 전혀 없는 것은 아니다. 적색 사용 시 바탕색의 1/2을 기준으로 하고 있어 기준 이내에서는 제한을 받지 않고 사용할 수 있다. 1/2을 넘는 경우에도 조명을 하지 않는 표시면적 5㎡이하거나 광고물 심의위원회 심의를 받은 것은 표시가 가능하다.

현재 광고물 심의는 구청별로 광고물 관련 전문가들과 담당 공무원 등 10~15명의 심의 위원들로 구성된 심의위원회에 의해 이루어지고 있다. 심의위원회에서는 사용하고자 하는 적색의 원색 여부에 관해 신청인과 관할 구청의 의견이 다를 경우 해당 색상의 원색 여부를 객관적으로 조정하고 있다. 심의 처리기간은 15일로 정하고 있어 종전보다 빠른 시일 내에 처리된다. 한편 이 조례를 준수하지 않은 업체에 대해서는 1년 이하의 징역 또는 500만원 이하의 벌금에 처할 수 있도록 옥외광고물등관리법 제18조에서 규정하고 있다.

원색, 뚜렷한 기준 없어 관련 종사자들 혼란

서울시 관계공무원에 의하면 조례에서 말하는 적색인 원색은 한국표준색표집(공업진흥청 발행)에 나와있는 한국 표준색 5R이 기준이다. 옥외광고물 등 관리법 제1조에서 밝힌 목적대로 미풍양속 유지와 공중 위해 방지를 위해 조례를 개정한 것까지는 좋았으나 지역 행정 자치 단체별 시행에는 미흡한 부분이 많다는 지적이 제기되고 있다.

서울시가 공포한 조례에는 적색이라고 지칭했을 뿐 적색에 대한 뚜렷한 기준이 제시되어 있지 않다. 서울시 마포구청은 육안으로 판단해서 누구나 인정하는 적색을 기준으로 삼고 있으며 대구시의 경우 적색류 일체를 제한하고 있다. 이처럼 각 구청의 담당자나 심의위원에 따라 그 해석이 천차만별이어서 관련 종사자들에게 혼란을 가중시키고 있는 것이다.

또한, 조례에서 명시한 바탕색의 1/2에 대한 해석도 구청별로 의견이 일치하지 않은 부분이다. 글자를 제외한 간판의 여백 면적만을 바탕색이라고 보는 경우와 글자를 포함한 전체 면적을 바탕색 면적으로 보는 등 논란의 소지가 남아 있기 때문이다.

이 조례가 개정·공포된 이후 각 구청은 해당 관련 업체들에 공문을 발송하지도 않아 대다수의 업체가 신고를 앞두고 조례 개정 사실을 알게 됐다는 것 또한 문제점으로 지적된다. 구청의 일방적인 지시가 아닌 광고물 제작자의 의견을 수렴하거나 관계자들을 교육하는 등의 자율적인 분위기가 조성되었으면 하는 아쉬움이 남는 것이다.

현재 국회에 광고물 적색 사용을 규제하는 것을 포함한 법안이 상정돼 있다. 만일 이 법안이 통과된다면 앞으로 적색 광고물 규제는 전국적으로 더 엄격해질 것으로 보여진다.

지역에 따라 개정·시행 중인 조례가 관련 종사자들로서는 피해갈 수 없는 상황이 된 만큼 광고물 설치 시 원색인 적색의 사용은 삼가는 것이 좋을 듯하다. 불가피하게 사용해야 한다면 주변 여건, 적색 사용이 필요한 사유, 도시 경관이나 시야 장애를 주지 않는 객관적인 입증자료 등 필요한 서류를 갖추어 사전에 심의 신청을 반드시 해야 할 것으로 보여 관련 종사자들의 각별한 주의가 요구된다. [24]

■ 시·도별 옥외광고물 적색 사용 규제 조례 현황(2001년 2월말 현재)

지역	조례시행일시	조례내용	문의처
서울특별시	1999년 11월	광고물 바탕색에 적색 또는 흑색인 원색은 2분의 1 이내로 해야 한다. 다만 5㎡이하인 비조명 광고물, 심의위원회 심의를 거치는 광고물 제외.	02)3707-8251
대구광역시	2000년 4월	적색류와 흑색류의 표시면적은 광고물 등 전체 표시 면적의 2분의 1 이내이어야 한다.	053)429-3443
인천광역시	2000년 3월	광고물등의 바탕색은 적색 또는 흑색인 원색의 사용을 2분의 1 이내로 하여야 한다.	032)440-3366
광주광역시	1999년 12월		062)606-3483
부산광역시	2000년 2월		051)888-2616
대전광역시	1999년 12월		042)600-3836
충청남도	2000년 1월		042)251-2242
충청북도	2000년 1월		043)220-4414
경상북도	1999년 10월		053)950-2243
전라북도	1999년 10월		063)280-3453
울산광역시	2001년 상반기		특정 지역을 선정해 시범 시행 예정
경상남도		향후 시행 예정	055)279-3411
경기도		2001년말 조례 개정 예정	031)249-4910
전라남도		규제 없음	062)607-3444
강원도			033)249-3411
제주도			064)710-2114