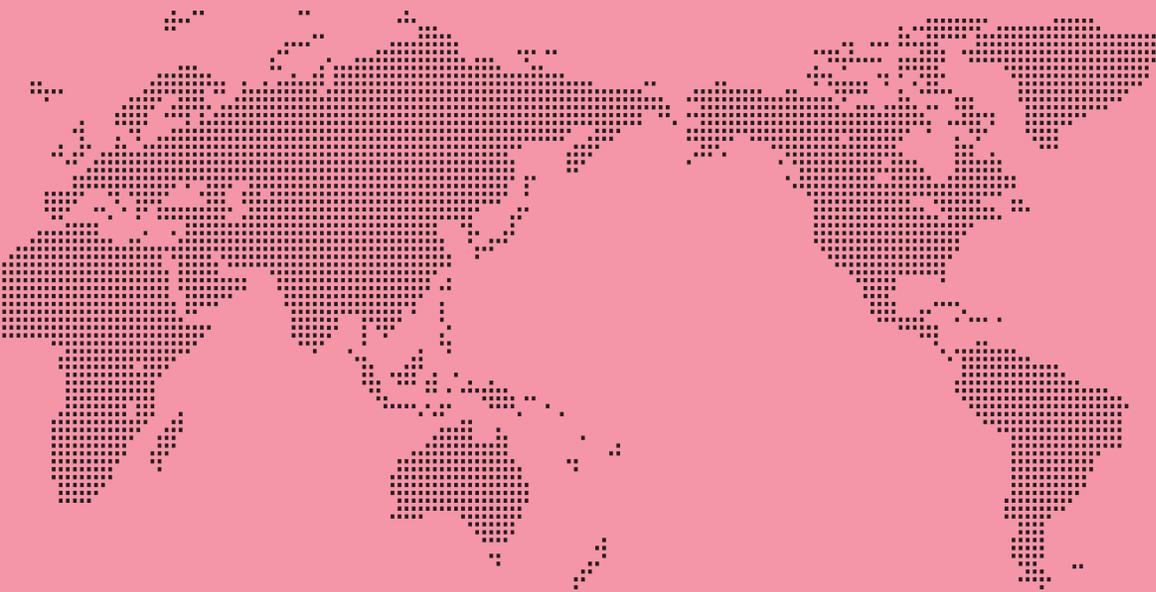




Mission 03

옥외광고 안전관리 · 점검 해외사례 및 제도

우리 주변에는 다양한 옥외광고물이 설치되어 있다. 형태나 설치방법, 설치한 시기 등에 따라서 상황은 다르겠지만 옥외광고물은 비나 바람 등 자연환경에 의해서 부식이나 느슨해짐, 균열 등이 발생한다. 이러한 옥외광고물은 그대로 방치할 경우 광고물 낙하사고 등이 발생해 인명에 피해를 줄 수 있다. 이에 각 나라에서는 옥외광고 안전관리 · 점검 시스템을 어떻게 운영되고 있는지 살펴본다.



OOH safety management and regulations in Foreign country



일본 _ 옥외광고물 안전 관리 관심 증대,
'간판 안전관리 가이드북' 발간

박미경 해외통신원

중국 _ 옥외광고시설 안전관리 강화 추세

이지행 해외통신원

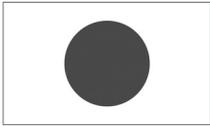
독일 _ 옥외광고구조물이 건축물로서 엄격히 규제

장성준 해외통신원

미국 _ 안전관리 시스템 각 주 상황에 맞춰 운영

오소혜 해외통신원

옥외광고물 안전 관리 관심 증대, ‘간판 안전관리 가이드북’ 발간



일본

일본에서는 올해 초 삿포로에서 간판 낙하 사고가 일어나면서 옥외광고물의 안전 점검에 대한 관심이 그 어느 때보다 높다. 실제 옥외광고물의 안전 관리 및 규제는 지방자치단체 조례 등에서 정하여 독자적으로 실시하고 있으며, 최근에는 옥외광고물 적정화추진위원회에서 ‘간판 안전관리 가이드북’을 발간하였다.

글 _ 박미경 해외통신원 (일본 오사카대학 법학연구과 박사후기과정)

1. 서론

도시의 경관은 자연이나 건물뿐만 아니라 도시의 여러 가지 활동과 정책에 따라 일변한다. 우리 주변에서 쉽게 볼 수 있는 옥외광고물 역시 이러한 도시활동에서 파생된 경관 중 하나이다. 실질적으로 우리 주변에는 다양한 옥외광고물이 설치되어 있다. 각각의 형태나 설치방법, 설치한 시기 등에 따라서 상황은 다르겠지만 비나 바람, 강한 일일 변화율 등 엄격한 자연환경에 따라 자기도 모르는 사이에 부재의 부식이나 느슨해짐, 균열 등이 발생하게 되는 경우가 있다.

이를 그대로 방치해 두면 옥외광고물의 ‘낙하’나 ‘쓰러짐’, ‘날아감’과 같은 사고로 이어져 때로는 사람들에게까지 위험을 초래할 우려가 있다. 이러한 옥외광고물 사고는 기업의 입장에서도 수년간 쌓아온 기업이나 가게의 신뢰를 일순간 잃을 수도 있다. 또한 많은 금액의 배상금으로 인하여 사업의 계속에 위협이 되는 사태에 처할 위험성도 있다.

일본에서는 옥외광고물에 대한 기준을 옥외광고물법에 근거하여 각 도도부현(都道府県)에서 제정하는 옥외광고물 조례를 통해 설정해 놓고 있다. 그러므로 안전관리에 관한 내용도 도도부현의 옥외광고물 조례를 참고해야 하지만, 옥외광고물 조례에는 안전과 관련하여 구체적인 규정을 두고 있지는 않다. 그러나 올해 삿포로에서의 간판 낙하 사고 이후 각 도도부현은 전면적으로 옥외광고물의

2. 일본 옥외광고물 안전관리 · 점검 내용

안전 점검을 실시하게 되었으며, 지속적인 안전관리가 필요하다는 논의가 계속 이어지고 있다.

이하에서는 일본의 각 도도부현에서 실시하고 있는 옥외광고물의 안전 점검 및 관리의 내용과 최근 발간된 '간관의 안전관리 가이드북'의 내용을 기초로 일본에서 이루어지고 있는 옥외광고물의 안전관리 및 점검에 관한 전반적인 내용에 대해 살펴보고자 한다.

상술한 바대로 옥외광고물은 무엇을, 어디에, 어떻게 설치하느냐에 따라 시민의 안전과도 연관되어 있다. 일본에서는 올해 2월 15일 삿포로시에서 빌딩 벽면에 설치되어 있는 간관의 일부가 떨어져 보행자가 의식 불명의 중태에 이르게 된 사고가 발생한 바 있다. 이에 국토교통성은 옥외광고물의 노후로 인하여 낙하나 붕괴 등의 위험이 발생할 수 있음을 지적하면서 각 지방자치단체에 공문을 보내어 옥외광고물 안전성에 대하여 실효성 있는 점검을 실시해 줄 것을 요구하였다. 특히 대형태풍이나 게릴라성 호우와 같은 자연재해로 인한 옥외광고물 사고에 대해 예방할 필요가 있음을 강조하고 있다.

이하에서는 일본에서 옥외광고물에 대해 이루어지고 있는 안전관리 · 점검의 절차와 실시 내용에 대해 살펴본다.

1) 옥외광고물 안전관리 의무의 주체

일본의 옥외광고물법은 옥외광고물 행정규제의 기준을 정한 법률이며, 실제 옥외광고물의 관리 및 규제는 지방자치단체가 옥외광고물법에 근거한 조례 등에서 정하여 독자적으로 실시하고 있다.

간관 등의 옥외광고물에 대해서는 안전관리 의무가 있다. 이러한 안전관리 의무는 광고물의 안전을 확보하고, 옥외광고물 조례의 목적 중의 하나인 '대중에 대한 위해방지'를 위해 원칙적으로 허가를 필요로 하는 모든 광고물에는 이를 관리하는 관리자를 두고 있다. 즉, 1차적으로 옥외광고물의 안전관리의 의무의 주체는 옥외광고물의 광고주, 소유자 등에게 부여하고 있다.

예를 들어 그 내용을 살펴보면 도쿄도의 경우, 간관 등(광고물 등)의 광고주와 소유자, 광고주 등으로부터 의뢰받아 광고물 등을 설치하는 자 등에게는 보수 등 기타 필요한 관리를 행하여 옥외광고물을 양호한 상태로 유지할 의무가 있다. 또한 안전한 설치를 위하여 광고물 등을 설치할 때에는 옥외광고물 관리자가 설치해야

함이 의무로 부과되어 있다. 그리고 구조 또는 설치 방법이 위험한 광고물을 설치하거나, 낙하나 붕괴의 우려가 있는 광고물 등에 대해 관리 의무를 소홀히 하는 것은 조례로 금지되어 있다(도쿄도 옥외광고물 조례 제20조(관리의무)).

이하에서는 도쿄도 이외의 지방자치단체의 옥외광고물 안전관리 및 점검의 내용을 구체적으로 살펴본다.

2) 지방자치단체의 안전관리 및 점검의 실태

① 삿포로시

삿포로시의 경우에도 도쿄도와 유사하게 ‘삿포로시 옥외광고물 조례’ 제16조에 “광고물의 관리자는 광고주(광고물의 설치자)와 함께 광고물을 양호한 상태로 유지하기 위해 보수 기타 필요한 관리를 태만해서는 안 된다”고 규정하고 있다. 특히 최근의 사고 이후, 건물의 중·고층부에 설치하는 광고물에 있어서는 강풍 등으로 인하여 낙하하는 경우 막대한 피해를 일으킬 위험이 있기 때문에, 옥외 광고물을 설치할 때 시설의 안전관리에 충분히 유의하여 적정하게 설치 및 관리할 것을 요구하고 있다. 실제 삿포로시의 ‘옥외광고물의 안전관리 철저에 대하여’라는 공문에서는 “옥외광고물을 게시 또는 관리하는 주체들에게 이러한 사고가 다시 일어나지 않도록 정기적으로 설치 부분의 오류(나사나 볼트 등의 풀림, 녹슨 상황 등), 노후화 등에 대해서 안전점검을 해줄 것”과 “정기적인 점검과 함께 강풍, 지진 이후 등에는 즉각적인 점검을 실시할 필요가 있음”을 강조하고 있다. 또한 “눈으로 확인하는 것 이외의 적절한 방법에 따른 점검을 실시하고 노후화에 따른 붕괴, 낙하 등의 우려가 있는 옥외광고물은 신속하게 철거 및 개수하는 등의 적절한 조치를 취할 것”을 요구하고 있다.

그리고 삿포로 ‘옥외광고물 조례’의 규칙 제4조에서는 관리자가 필요 없는 광고물을 제외한 옥외광고물의 경우, 관리자가 갱신허가를 신청할 때 안전점검을 실시하여 보고서를 제출할 것을 규정하고 있다. 즉, 광고물의 안전점검을 실시한 후 ‘광고물 등 안전점검보고서’를 작성해야 한다. 또한 간판의 설치 이후 설치자에게 3년에 1회 안전점검을 실시한 후 그 결과를 보고할 것을 의무로 부과하고 있다. 안전점검의 실시와 보고서의 제출은 관리자의 자격 유무와 관계없이 요구한다. 안전점검 실시 결과 이상이 있는 경우, 관리자는 광고주(광고물 설치자)에게 그 사실을 보고하고 신속하게 개선조치를 실시해야 하며, 이 경우 해당

조치를 완료한 후 안전점검보고서를 제출할 것을 규정하고 있다. 또한 안전점검을 실시하여 이상이 있음이 인정된 경우, 동 조례 제6조의 광고물의 미관이나 안전성을 확보할 수 없는 금지 광고물에 해당하는 경우에는 해당 광고물의 허가를 취소하거나 갱신 신청을 불허하는 등의 필요한 조치를 명할 수 있다.

② 후쿠오카시

후쿠오카시 역시 좋은 경관과 안전·안심한 마을을 만들기 위해, 옥외광고물의 크기와 높이 등의 기준이나 표시 금지 지역 등을 정하여 ‘후쿠오카시 옥외광고물 조례’에서 규정하고 있다. 또한 올해 2월 삿포로시의 옥외광고물 낙하 사고로 인한 국토교통성의 ‘옥외광고물에 대한 안전점검 실시 및 철저한 지도’에 대한 통지 이후, 후쿠오카시도 옥외광고물에 대해서 점검을 실시할 것을 안전관리 의무를 부담하고 있는 광고주와 옥외광고물 관리자들에게 요청하였다.

옥외광고물을 설치한지 10년이 경과한 것에 대해서는 안전점검 등의 실시 보고서를 제출해 줄 것을 요구하면서, 옥외광고물 설치된 이후의 안전점검에 대해 관심을 가지고 정책을 시행하고 있다. 후쿠오카시는 공문에서 ① 설치한 후 전문업자에게 점검받은 적이 없는 옥외광고물 ② 부착 부분이 녹슬어 있는 옥외광고물 ③ 약한 바람에도 비틀거리는 등의 옥외광고물 ④ 광고물의 최하부와 지상과의 간격이 충분히 닿지 않는 경우 등에 대해서는 특히 주의가 필요하다고 하면서 전문업자에게 상담해 줄 것을 요청하고 있다. 그리고 설치한 후 5년이 경과한 옥외광고물에 대한 갱신허가 신청 시에는 ‘안전점검 확인서’를 첨부해야 하며, 자주점검을 실시하여 그 결과보고서를 제출해야 함을 요구한다.

3) 옥외광고물 안전관리와 관련한 일본 내 비판

일련의 사건들로 인하여 옥외광고물 안전관리 소홀에 대한 비판이 제기되면서 지방자치단체에서는 대대적인 옥외광고물 안전관리 및 점검이 이루어졌다. 그러나 옥외광고물에 대해 일시적으로 이루어지는 안전관리 및 점검은 문제 해결에 크게 도움이 되지 못한다는 지적이 계속되고 있다. 이하에서는 옥외광고물의 안전관리 및 점검과 관련하여 일본에서 지적되고 있는 문제점에 대해 살펴본다.

무엇보다 가장 큰 문제는 옥외광고물의 안전관리가 광고주나 설치자에게 의무로 부과되고 있다고 조례상 규정되어 있지만, 결과적으로 자율적인 안전관리에 의존

하고 있다는 점이다. 삿포로시의 사고 이후 국토교통성은 지방자치단체에 옥외광고물의 안전관리를 당부하고 안전점검을 실시해줄 것을 요청하였지만, 이 역시 어디까지나 의무가 아닌 임의로 부탁하는 것이었다. 즉 유사한 사고의 발생을 방지하기 위해 실시한다는 취지를 이해하고 가능한 한 잘 대응해줄 것을 요구하는 것에 불과하였다. 대부분의 지방자치단체에서 실시하는 ‘자가 점검상황표’보다는 상세하고 다양한 내용의 점검 항목이 포함되어 있지만, 의무로 안전점검을 실시하는 것이 아니었기 때문에 형식적인 점검이라는 비판이 제기되었다.

또한 지방자치단체마다 설치된 후 3년 이상, 5년 이상, 10년 이상의 옥외광고물에 대해 허가를 갱신하는 경우 ‘안전점검 보고서’를 제출할 것을 요구하고 있다. 상술하였지만, 예를 들어 삿포로시 옥외광고물조례에는 그 형태나 상태에 따라 게시기간이 다르긴 하지만 15일에서 3년 이내에 게시해야 한다고 규정되어 있다. 이후 설치갱신 신청 시에는 기초 및 부착부분, 조명장치의 노후화와 부식과 같은 20개의 항목을 옥외광고업 등의 자격을 가지고 있는 사람이 점검해야 하며 그에 대한 결과보고서를 제출해야 한다. 점검 시 이상이 발견되는 경우 갱신허가는 이루어지지 않으며 보수 등을 반드시 실시해야 한다. 그러나 이때 지적할 수 있는 두 번째 문제점은 안전점검 방법 등에 대한 구체적인 지침이 설정되어 있지 않다는 점이다. 구체적으로는 높이가 4m 이하의 옥외광고물의 경우 담당 행정기관이 심사해야 한다는 등 구체적인 기준이 규정되어 있지 않기 때문에 관련된 기준 설정이 이루어져야 한다는 주장이 제기되고 있다. 안전점검 방법 등에 대한 기준이 없기 때문에 간판의 점검은 주로 육안으로 검사하거나 해머를 두드려서 소리를 확인하는 등의 방법으로 주로 이루어지는 데, 이를 통해 볼트의 이완 및 접촉부분의 부식이나 간판의 변형, 파손 정도를 조사한다고 한다. 구체적으로 설명하지 않아도 알 수 있듯이 육안으로는 간판 등의 표면의 부식이나 파손 정도는 확인할 수 있다. 그러나 간판의 내부 손상과 부식을 찾아낼 수는 없을 것이다. 이러한 점을 해결하기 위해 가고시마현은 ‘옥외광고물안전기준(안)’을 통하여 옥외광고물의 안전기준을 설정하려고 시도하였다. 동 안전기준 안에는 적용범위, 구조강도, 광고물에 사용하는 재료의 품질 등 설치시의 안전기준에 대해서는 구체적으로 규정하고 있으나, 유지와 관리의 경우에는 예전의 실시내용과 마찬가지로 광고물의 소유자와 관리자에게 적절한 관리와 안전성 확보의 노력이 필요하다고 제시되어 있을 뿐이다. 그리고 점검비용에 대한 보조가 제대로 이루어지지 못하고 있다는 점도 문제로 지적되고 있다. 대부분의 옥외광고물은 높은 장소에 설치되어 있는 경우가 많지만, 이때에도 대부분의 지방자치단체들은 안전점검의 모든 항목을 점검할 것을 요구하고 있다. 이는 시간 및 비용이 들기 때문에 광고업자나 소유자들은 일부 항목

만 점검해도 될 것을 요구하고 있지만, 안전기준은 상향되었기 때문에 인정되지 못하고 있다. 또한 상술한 바대로 안전점검의 대응이 임의인 경우에는 비용도 지방자치단체에서 보조되지 않으며 모두 자기부담으로 안전점검을 실시해야 하기 때문에 안전점검 및 관리가 소홀해 질 수밖에 없다는 지적이 이루어지고 있다.

마지막으로 지적되는 문제는 안전관리 위반에 대한 제재가 제대로 이루어지지 못한다는 점이다. 예로 들어 샷포로시는 음식점이나 술집 등의 시설에 간판 등 옥외광고물에 대해 매년 11월 말까지 안전점검 보고서를 제출할 것을 요구하고 있다. 이를 위반하는 경우에는 100만원 이하의 벌금을 부과하지만, 샷포로시는 한 번도 벌금을 부과하지 않았다.

지적한 바대로 간판의 안전관리를 소홀히 하는 경우 큰 사고로 이어질 수도 있을 것을 잘 알고 있지만, 안전점검에 드는 많은 비용 및 시간과 제대로 이루어지지 않는 제재, 광고주나 소유자의 'שלמה'하는 안일한 생각 등이 복합적으로 작용하여 안전점검이 제대로 이루어지지 못하고 있는 것이다. 이에 대한 비판은 일본 사회에서도 끊임없이 지적되고 있는 바, 이후 어떻게 대응해 나가는 지에 대해 주목할 필요가 있다.

3. 옥외광고 안전관리 가이드북

간판이란 기업이나 가게 등의 상징이며, 소비자에 대해서 브랜드나 상품 등의 메시지를 전달하는 커뮤니케이션 도구이다. 간판이 기업 등의 제품이나 서비스의 '신용·신뢰', '브랜드', 나아가서는 기업의 '수익'과 관계가 있기 때문에 간판의 '안전'은 절대 간과해서는 안 된다는 것이라는 점은 모두 인정하고 있다고 생각된다.

이러한 관점에 근거하여 옥외광고물 적정화추진 위원회(새로운 시대의 옥외광고물에 대한 적절한 고려를 위한 목적으로 전국의 옥외광고물을 연구하는 학술연구자, 국토교통성·지방자치단체의 옥외광고행정 담당자 및 업계관계자로 조직한 산학관연대 네트워크)는 기업이나 가게 등의 경영자가 옥외광고물의 위험에서 사람들을 보호하고 안심하며 사업을 전개할 수 있도록 '옥외광고의 안전관리 가이드북'을 최근 발간하였다. 이하에서는 그 내용을 간략하게 요약한다.

1) 옥외광고물의 '안전'을 위협하는 것

① 자연환경에 의한 요인

간판 등 옥외광고물은 비나 바람, 강한 햇빛 등 심한 자연 변화에 따라 안전이 위협되는 경우가 많다. 또한 강한 태풍, 게릴라 폭우, 심한 고온 등 이상 기상도 위협의 요인이 된다. 예를 들어 비의 경우 산성비에 의해서 금속의 부식이 진행되어 간판의 상태가 급속하게 나빠지며, 그 외에도 게릴라성 폭우로 인하여 간판 내부에 물이 스며들어 누수가 이루어지는 경우도 있다. 일본의 경우에는 진도 5강 이상의 지진의 경우, 벽이나 천장이 흔들리면서 간판이 떨어지는 경우가 빈번하게 발생하고 있다.

② 인위적인 요인

자연적인 요인 외에도 설계불량, 시공불량 등 인위적인 요인으로 옥외광고물 사고가 발생할 수 있다. 예를 들어 강도계산을 잘못하거나 설계도에 따라 시공되지 못하는 등의 경우 충분한 강도를 견디지 못하여 사고가 발생된다. 이와 같은 설계, 시공불량을 방지하기 위해서는 신뢰할 수 있는 전문업자를 선택해야 할 것이다.

③ 노후화에 의한 요인

노후화된 간판은 사고의 위험이 당연히 증가한다. 전문업자에게 의뢰하여 내부 구조까지 상세하게 점검하고, 보수나 교환 등의 대책을 시행해야 할 것이다. 도장(塗裝)의 경우에는 적외선, 열, 비 등의 영향을 받아 노후화되어 부식이 이루어진다. 또한 장기간으로 사용하고 있는 아크릴면 등은 적외선 등의 영향을 받아 낙하하거나 날아가는 경우도 발생하고 있다.

2) 간판 유형별 체크 포인트

① 돌출간판

건물의 벽면에 돌출하여 설치되어 있기 때문에 높이가 낮은 곳에 설치하는 경우 통행하는 사람 등에게 낙하하는 등의 위험 요소가 발생할 경우가 있다. 그러므로 특히 간판의 외면은 깨끗하더라도 내부 철골 등에 금이 가는 등의 침식이 이루어져 강도를 견디지 못하는 경우가 있기 때문에 정기적으로 고층 작업차 등

을 이용하여 내부 점검을 시행하는 것이 중요함을 강조하고 있다. 또한 간판의 높이가 4m를 초과하는 경우에는 건축기준법에 근거한 ‘공작물확인신청’이 필요하지만, 높이 4m 이하의 경우에도 강도 계산을 한 후 설치하는 등의 안전대책을 할 것을 권고하고 있다.

② 벽면간판

대형 체인점에서 가장 많이 사용하고 있는 벽면간판은 출입구의 크기에 따라 다양한 사이즈로 설치가 이루어지고 있다. 따라서 건물벽면의 종류나 상황에 맞추어 더욱 좋은 시공방법을 선택할 수 있도록 주의하는 것이 필요하다. 벽면에 접착한 후에는 벽면과의 상반되는 부분에 반드시 코팅을 하여 빗물이 들어가는 것을 방지해야 한다.

③ 야립간판

야립간판의 경우에는 간판의 지지부분(기둥)의 노후에 주의해야 한다. 특히 간판 본체와 간판의 지지부분의 접합 부분에 녹이 슬어있지는 않은지 확인할 필요가 있다.

3) 소유자의 일상점검과 초동 조치

일반적으로 일상 속에서 설치자가 소유자가 옥외광고물의 안전을 확인하는 것은 한계가 있다. 정기점검은 전문업자에게 맡겨서 진행하겠지만, 영업일 등에는 자율적으로 안전점검을 실시하는 것이 중요하다. 그래서 위험하다고 생각된다면, 먼저 ‘출입금지’의 처치를 행하고 ‘점검 중’이라는 표시를 설치하는 것이 중요하다. 다음으로 전문업자에게 연락하여 점검을 받는 것이 중요하다. (표 1)은 옥외광고물 소유자의 안전관리 일상점검 항목이다.

표 1 옥외광고물 소유자의 일상점검 항목

	점검 항목	대상 간판
1	지지하는 기둥에서 녹이 발생하지 않았는가?	아립간판, 장대간판 등
2	간판이 한쪽으로 쓸려있지는 않은가?	아립간판, 장대간판 등
3	전기기구 부분에 녹이 발생하지 않았는가?	돌출간판
4	간판은 벽에서 수직으로 설치되어 있는가?	돌출간판
5	아크릴판에 금이 생기지 않았는가?	공통
6	아크릴판이 벗겨지지 않았는가?	공통
7	판넬(표시면)이 덜렁대고 있지 않은가?	아립간판, 벽면간판
8	조명이 들어오지 않는 부분은 없는가?	공통
9	조명기구가 쓸려있거나 다른 곳에 걸려있지는 않은가?	외조명식 간판
10	간판부자재가 떨어져 있지는 않은가?	공통

4) 전문업자에 의한 정기안전점검

전문업자에 의뢰하면 일상점검에서는 파악할 수 없었던 상세한 부분에 대한 점검이 가능하다. 정기점검에서 발견한 문제점, 대응방법, 필요한 경비에 대해서 사진이나 자료 등을 제시하고 알기 쉽게 설명해 줄 전문업자를 선택하는 것이 중요하다. (표 2)는 전문업자의 안전 점검 항목이다.

표 2 옥외광고 전문업자의 점검 항목

	점검 항목	대상 간판
1	용접부분의 균열이나 절단	공통
2	볼트, 나사의 느슨해짐	공통
3	구조체의 부식이나 녹 슨 상황	공통
4	전기배선의 상태 점검	공통
5	개폐기구	공통

4. 결론

6	외부조명식의 기구 · 설비기구	아립간판, 벽면간판 옥외광고판
7	방수	벽면간판, 돌출간판
8	조명기구의 교환	공통
9	간판청소	공통
10	내부철골의 보수 등	공통
11	부품교환	공통
12	신청서류의 작성	공통
13	정기점검의 스케줄 관리	공통
14	점검보고서의 작성	공통
15	※간판 관리수첩의 작성	공통
16	※점검기구를 사용한 점검	공통
17	※임시점검(진도 5강 이상의 지진이나 대형태풍 이후)	공통

일본에서는 2004년 경관법이 제정되고 옥외광고물법의 개정 등이 이루어지고 난 이후 각 지방자치단체에서 양호한 경관 형성을 위한 대응이 진전되고 있다. 그러나 옥외광고물에 대해서는 여전히 경관과의 조화를 잃은 채 설치된 것도 많이 있으며, 적절한 안전점검 역시 이루어지지 않은 채 관리가 이루어지고 있다는 점에 비판이 제기되고 있다.

적정화된 옥외광고물에 대해서는 지방자치단체에서 독자적으로 다양한 대응이 이루어지고 있지만, 국가의 입장에서 전국적으로 기업이나 국민들의 의식 계발을 도모하기 위해서 2010년도부터 9월 1일부터 9월 10일까지를 ‘옥외광고물 적정화 기간’으로 설정하고 있다. 이러한 기간을 설정한 후 전국적으로 관련 단체와 연계해서 옥외광고물 법 및 동법에 근거한 조례의 보급 및 계발, 위반 옥외광고물에 대한 국민과 기업의 의식 계발, 옥외광고물의 안전성 향상에 관한 대응을 추진하고 있다.

물론 처음부터 올바르게 옥외광고물을 설치하는 것도 중요하지만, 이미 설치한 옥외광고물을 어떻게 유지하여 안전을 관리하느냐도 중요하다고 생각된다. 그러므로 지방자치단체의 지속적이고 실질적인 관리도 필요하며, 옥외광고물에 대한 구체적인 점검 방법을 제시하는 것도 필요하다고 생각된다.

국내에서는 기본적으로 '옥외광고물 등 관리법'에 안전점검 의무 및 대상 광고물 등에 대해 명시하여 옥외광고물을 설치한 옥외광고물업자의 안전 확보를 요구하고 있다. 그러나 법에 명시되어 있는 조항으로만 옥외광고물로 인한 사고를 예방할 수 없다. 따라서 안전의 책임을 정확히 물을 수 있는 제도마련 및 각 지방자치단체 안전점검 전문가의 실질적인 검사를 통해 안전점검 위반 시에는 확실하게 제재가 이루어져야만 옥외광고물이 안전하게 유지되고 올바른 관리가 이루어질 수 있을 것이다. ☺

참고문헌

- 屋外広告物適正化推進委員会, 『看板の安全管理ガイドブック』 (2015.09).
- 鹿児島, “屋外広告物安全基準(案)” 『鹿児島県屋外広告物関係法令集』 (2014).
- 東京都 都市整備局, “屋外広告物の安全管理義務”
http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/kenchiku/koukoku/kou_anzen.htm
- 北海道, “屋外広告物の安全管理の徹底について”
<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kn/tki/mdr/koukoku/enzenkanrinotettei.htm>
- 札幌市, “屋外広告物の管理・管理者”
<http://www.city.sapporo.jp/kensetsu/dokan/kokoku/kanrisha.html>
- 札幌市, “屋外広告物の安全点検について”
<http://www.city.sapporo.jp/kensetsu/dokan/kokoku/anzentenken.html>
- 札幌市, “屋外広告物の安全管理の徹底について”
<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kn/tki/mdr/koukoku/enzenkanrinotettei.htm>
- 福岡市, “安全で美しいまちを保つための屋外広告物のルール”
<http://www.city.fukuoka.lg.jp/jutaku-toshi/toshikeikan/okugaikoukokubutsu/adver.html>
- 長崎市, “屋外広告物関係様式集”
www.city.nagasaki.lg.jp/sumai/.../p024044.html
- 広島市, “屋外広告物許可申請等様式”
<http://www.city.hiroshima.lg.jp/www/contents/1118364493943/index.html>
- 横浜市, “屋外広告物による事故の防止について”
<http://www.city.yokohama.lg.jp/toshi/keicho/okugaikoukoku/tenken.html>
- 国土交通省, “平成27年度「屋外広告物適正化旬間」(9月1日~9月10日)の実施について”
http://www.mlit.go.jp/report/press/toshi10_hh_000205.html

옥외광고시설 안전관리 강화 추세



중국

최근 중국에서는 낙후된 옥외광고나 간판들이 무너지거나 추락해 옥외 광고물에 관련한 사고들이 빈번하게 일어나고 있다. 이에 중국정부는 '옥외광고시설 안전관리 강화 대책'을 재정하는 등 강화 조치를 마련하여 안전사고를 예방하고 있다.

글 _ 이지행 해외통신원 (중국 남개대학교 주은래정부관리학원 박사연구생)

1. 서론

지난 8월 12일 발생한 천진(天津) 폭발 사고는 중국인들에게 큰 충격을 주었으며, 안전불감증이란 오명을 씻기 위해 부단히 노력해왔던 중국정부의 노력은 아직 갈 길이 멀다는 것을 단적으로 보여준 사례라고 할 수 있다. 중국의 각종 안전사고는 어제 오늘의 일이 아니다. 정부주도의 경제성장, 특정지역 중심의 경제성장, 성과위주의 경제성장은 부정부패, 빈부격차 등 많은 사회문제를 야기하였으며 가끔씩 터지는 자연재해를 제외한 대형 인명, 재산 사고는 걸 보습만 화려하게 빛나는 중국사회의 어두운 면을 보여주고 있다.

옥외광고시설 및 간판 역시 도시 내 발생하는 안전사고의 한 원인으로 매년 그 수가 증가하고 있다. 특히 태풍, 폭우 등 기상악화현상으로 그 피해는 더욱더 증가하고 있다.

따라서 중국의 각 시정부는 인민이 생명과 재산을 보호하기 위해 옥외광고시설물의 안전검사 및 점검을 강화하고 있으며 사고발생 후 책임자처벌, 피해자배상 등에 관한 법률 또한 과거에 비해 명확히 명시하여 이에 따른 분쟁을 줄이고자 노력하고 있다.

2. 중국 옥외광고시설 안전관리 현황 및 정부대책

1) 옥외광고 시설 안전사고의 증가

최근 중국에서는 낙후된 옥외광고 및 간판 등이 무너지거나 추락해서 지나가는 행인이 다치는 사고가 빈번하게 발생하고 있다. 특히 태풍이 불거나 폭우가 내리는 등 기상악화로 옥외광고 안전사고 피해건수가 매년 증가하는 것으로 나타나고 있다. 지난 2012년 광저우일보(广州日报)는 사실을 통해 해당법률에 근거하여 옥외광고 및 간판에 대한 정기적인 안전점검의 필요성에 대해 역설하였다.

광저우 일보는 당시 베이징에서 발생한 옥외광고 추락사고를 언급하며 정부의 안전불감증을 강하게 비판하였다. 당시 베이징뿐만 아니라 남경(南京), 윈저우(温州)등 중국 전역에서 옥외광고, 간판 안전사고가 빈번히 발생하였다. 특히 안전사고 이후 보상에 대한 갈등이 빈번히 발생하였고, 이로 인해 피해자와 옥외광고 설치자, 해당 시 정부 간 불신은 점점 커지게 되어 사회갈등으로 확산되고 있다.

2) 선전시(深圳市)태풍기간 옥외광고시설에 대한 안전관리 강화조치 제정

지난 2013년 9월 선전시 도시관리행정·법집행부는 태풍으로 인한 옥외광고 및 광고시설의 안전사고를 예방하기 위해 다음과 같은 통지문을 공포하였다.

“기상청의 기상예보에 근거하여 21일 17시부터 동남부 약 630킬로미터 부근에서 15~20킬로미터의 속도로 서북쪽으로 이동하는 태풍에 대비하여 본 시는 다음과 같은 안전관리 대책을 제정하여 공포한다.

옥외광고의 안전관리강화 및 태풍기간 옥외광고시설의 추락사고를 방지하여 인민들의 생명과 재산을 보호하기 위해 ‘중화인민공화국 민법통칙’, ‘중화인민공화국 광고법’, ‘선전경제특별시 환경위생부 관리조례’, ‘선전시 기상재해 경고신호 발포 규정’등 법률, 법규, 규정에 의거하여 본 조치를 제정한다.”

① 옥외광고시설의 안전책임

옥외광고시설의 안전책임은 “누가 설치했는가?”, “누가 책임지는가?”의 원칙에 따라 옥외광고의 설치자가 안전관리에 대한 책임을 진다.

설치자는 옥외광고설치의 관련기술규범에 따라 시공을 진행하고, 설치 후 정해진 기간 내 안전검사 및 점검을 실시해야 한다. 태풍 혹은 기상악화에 따른 경고신호 방송 후 즉시 옥외광고시설에 대한 대대적인 안전검사를 실시하며, 효과적이고 탄탄한 조치를 채택하여 안전에 대한 잠재 위험요소를 사전에 제거한다.

옥외광고시설의 추락 혹은 무너지는 사고로 인체의 해를 입거나 재산상의 손해가 발생한 경우 설치자는 법에 의거하여 보상책임을 져야 하며 안전관리에 대한 위반 및 불법행위가 심각한 경우 관련법에 의거하여 형사상 책임을 진다.

② 종합도로 법집행기관

종합도로 법집행기관은 태풍 혹은 강풍이 분다는 경고신호 방송 후 관할 구역 내 위법시설 및 안전상 잠재위험요소가 존재하는 옥외광고시설에 대해 조사 및 점검을 실시하고 위험요소 발견 즉시 이를 제거하여 안전사고를 사전에 예방한다.

옥외광고시설이 낡거나 일부가 손상되고 추락의 위험이 있는 경우 심사요구에 따라 설치자는 즉시 해당시설물을 보수, 교체해야 한다. 만약 보수, 교체를 적절한 시간 내에 하지 않을 경우 강제철거 조치를 내리며 법에 의한 처벌을 받는다.

③ 각급 옥외광고시설 설치관리부

각급 옥외광고시설 설치관리부는 옥외광고시설의 검사, 점검의무에 대한 책임을 진다. 옥외광고시설에 대한 심사과정 중 심사부가 해당 옥외광고시설이 설치에 대한 요구사항에 부합하지 않다고 판단할 경우 설치에 대한 승인 및 허가를 내리지 않는다.

시설 승인, 허가 후 평소 관리감독 중 해당관리부서는 옥외광고 설치자에게 안전의식에 관한 사항을 적극적으로 알려 옥외광고 안전의식 수준을 높이고 안전사고를 사전에 미리 예방한다.

④ 안전관리 예방 및 대응체제

모든 옥외광고시설의 안전관리 예방 및 대응체제를 설립한다. 각 구역 거리에 태

풍 및 강풍이 부는 기간 옥외광고시설의 안전예방 업무체제를 설립한다. 해당 거리를 관할하는 부서는 옥외광고시설의 등기부를 만들고, 관할구역 내 각종 광고판, 간판, 네온사인, 등(형광)의 시설에 대해 각각 전문적으로 안전조사를 실시한다. 또한 이와 관련한 경영단체와 주택단지관리단체 책임자 전화번호를 조사하여 책으로 만들어 놓는다. 태풍 혹은 강풍이 분다는 경고신호 방송 후 관련책임자는 즉시 해당시설에 대한 안전점검을 실시하여 안전사고를 미연에 방지한다.

⑤ 태풍과 강풍이 부는 기간

태풍과 강풍이 부는 기간에는 시민이 옥외광고시설물의 위험요소를 발견한 경우 즉시 도시관리부에 신고를 해야 한다.

3) 베이징시(北京市) 옥외광고시설 안전관리 강화

2015년 6월 베이징 시 정부는 “옥외광고시설 안전관리 강화”라는 대책을 제정하여 공포였다. 그 내용을 살펴보면 다음과 같다.

옥외광고시설의 설계, 시공과 보호 및 관리는 국가 및 지방의 해당 표준규정에 부합해야 한다. 옥외광고시설의 모든 안전책임자는 설계, 시공, 검수, 관리, 운행 및 보호 등 모든 과정의 안전에 대한 책임을 진다. 옥외광고 시설의 설치시기 안전에 관한 사항은 건설시공 회사가 책임지며 운행 및 관리 시기는 운행회사 혹은 안전 책임자가 모든 옥외광고 시설안전에 대해 책임지고 관리한다.

옥외광고시설은 그에 상응하는 자격을 갖춘 옥외광고 설계회사가 설계한다. 옥외광고시설 설치를 맡아서 처리하는 시공업체는 시공과 관련된 자질을 갖추고 있어야 한다.

옥외광고시설의 위치선정, 지반기초, 재료, 구조, 전기, 조명, 낙뢰장치, 방전, 방화, 시공 등 방면의 업무는 ‘옥외광고시설 계획 및 건설 안전관리 요구’에 부합해야 한다.

옥외광고시설설치를 담당하는 회사 혹은 안전책임자는 광고시설 운행 및 안전보호 제도를 수립해야 한다. 대형 콘솔형(console) 옥외광고시설, 지면과 10미터 이상 부착식 옥외광고, 대형 전자디스플레이어와 고층건축물 옥상에 설치된 단독 글

자가 높이 2미터 이상의 간판표지시설일 경우 지속적인 안전관리 및 점검을 받아야 한다. 태풍, 폭우, 번개 등 기상악화가 발생한 경우 관할범위 내 옥외광고시설에 대한 점검검사, 순찰 등을 통해 사고를 미연에 방지해야 한다. 시설운영에 관한 안을 수립하고자 할 경우 근거자료를 확보해야 한다.

옥외광고시설의 운행기간, 시설구조의 안전이 확보되어야 하고 모든 시설이 손상되지 않고 기능이 갖추어져 있어야 한다. 만약 옥외광고 시설 화면을 사용하지 않고 방치해 두거나 손상, 오염, 퇴색 혹은 전자디스플레이어, 네온사인, 등(형광)의 밝기가 파손되는 상황이 발생한 경우 신속히 해당 문제점에 대한 조치를 내려 원래의 상태로 복원, 개조시켜 전기사고 등과 같이 잠재되어 있는 위험요소를 사전에 제거한다. 옥외광고시설 설치회사 혹은 책임자는 관련 사항에 대하여 신속해 관할 시 정부 부서에 보고하며 관련시설의 수리 및 보수, 철거기간을 정한다. 잠재적 위험요소를 제거하기 전 해당 시설의 사용을 중지시켜야 하며 경고표지를 설치하여 대형 사고를 미연에 방지한다.

옥외광고시설 안전관리 및 옥외광고 화면교체를 담당하는 전기용접공, 전기공 등 특수업무에 종사하는 직원들은 반드시 해당 업무에 대한 교육을 받고 자격요건을 취득한 후 해당 업무를 수행할 수 있다. 앞서 설명한 특수보직에 종사하는 직원들은 관련 안전규정요구에 제시된 방호조치, 금지 및 위반조치를 따라야 한다.

옥외광고설치 행정주관부서는 정해진 기간 충분한 자질을 갖춘 전문 검사기관에 모든 관할 구역 내 옥외광고시설에 대한 안전검사를 위탁하여 실시하고 안전검사 결과를 보고받는다. 대형 콘솔(console)형 옥외광고시설, 지상으로부터 10미터 이상 부착식 옥외광고, 대형 전자디스플레이어와 고층건축물 옥상에 설치된 단독 글자가 높이 2미터 이상의 간판표지시설일 경우 2년이 지난 후 먼저 안전검사를 실시하며 이후 2년에 한 번씩 안전점검 및 검사를 실시한다. 옥외광고시설 점검 및 검사기관은 안전점검에 대한 보고서를 발행하고 보고의 진실성에 대한 법적 책임을 진다. 아울러 안전평가, 인증, 검사결과 및 검사의견 등에 대해서도 그 진실성에 대한 법적 책임을 진다. 안전상 문제가 있는 시설이 계속 존재하는 경우 검사기관의 검사 의견에 근거하여 해당 시설을 수리하거나 철거해야 한다.

이와 같은 베이징시 옥외광고시설 안전점검 및 관리 강화정책의 시행은 최근 중국에서 옥외광고 시설의 안전에 대한 관심이 높아졌다는 것을 의미하며 지속적인 점검을 통해 잠재되어 있는 위험요소를 제거함으로써 도시미관뿐만 아니라 시민의 안전에도 일익을 담당하고 있다.

3. 중국옥외광고시설 안전관리에 대한 법률제도

중국의 각 시(市)는 「중화인민공화국 광고법」 과 시 자체의 법규, 조례를 바탕으로 옥외광고 관리조치 및 관리조례를 제정하여 옥외광고시설을 관리하고 있다.

1) 중화인민공화국광고법

· 제33조

옥외광고의 설치계획과 관리방법은 해당 구역 현급(县级) 이상의 지방인민정부 조직의 광고 관리감독, 도시건설, 환경보호, 공안 등 관련부서가 제정한다.

- 「중화인민공화국광고법」 제33조

이 법에서 알 수 있듯이 중국정부는 옥외광고시설의 설치 및 관리에 대해 시 정부에 모든 권한을 위임하고 있으며 동시에 그에 대한 책임 또한 전적으로 각 시 정부에 전가하고 있다.

2) 광둥성(广东省)옥외광고 관리규정

· 제12조

옥외광고시설 설치자는 정해진 기간 옥외광고시설 안전검사를 진행하며, 옥외광고시설의 안전을 보장해야 한다. 검사 불합격 시 즉각 수리 혹은 철수해야 한다. 태풍, 폭우 등 자연재해를 만났을 경우 옥외광고시설 설치자는 적합한 안전예방 조치를 채택해야 한다.

3) 선전시(深圳市)옥외광고 관리조치

· 제31조 2항

설계와 시공은 관련 안전기술표준 규정, 건설하중한도, 피뢰, 방풍, 방화, 전기안전 등의 요구에 부합해야 한다.

· 제34조

외광고 설치자는 옥외광고시설 안전관리의 책임자이며, 정해진 기한 옥외광고시

설의 안전점검을 실시하고 옥외광고 신청, 설치의 안전보증서 규정의 의무와 안전 건설문서를 이행한다. 점검에 불합격한 경우 즉시 보수, 정비하거나 철거해야 한다. 기상관측소에서 태풍, 황사비랍, 폭우, 적색경보 신호가 있을 때 옥외광고 설치자는 즉시 옥외광고시설의 안전점검을 실시하고 강화하거나 옥외광고 철거 등 안전예방에 대한 조치를 취한다. 옥외광고시설이 설계사용연한에 도달한 경우 설치자는 새롭게 옥외광고시설을 교체한다. 도시관리부는 옥외광고시설의 관리감독 및 검사를 강화하고 옥외광고시설에 잠복해 있는 위험요소 및 직접 대중과 관련 있는 안전 위험요소를 발견한 경우 신고, 고발하며, 옥외광고 설치자에게 관련 설치시설을 정리 개혁하도록 책임을 지게 한다.

· 제39조

제34조 규정, 옥외광고 설치자가 옥외광고시설의 안전보호관리 책임을 이행하고 않고 위반한 경우 기한 내 개정에 대한 책임을 지게하며 기한을 초과하여서도 개정하지 않은 경우 벌금 약1만 위안(한화 약 160만원)을 부과한다.

4) 베이징시 옥외광고 설치 관리조치

· 제15조

옥외광고시설의 경영자는 옥외광고시설을 유지, 보호, 관리하는 책임자(이하 관리책임자라 함)는 옥외광고시설의 유지, 보호, 안전, 청결, 미관 유지를 위해 정해진 기간 지속적으로 점검, 순찰을 해야 한다. 옥외광고시설의 안전에 잠복해 있는 위험이 있거나 손실발생, 얼룩 혹은 심하게 퇴색한 경우 즉각 수리 보수, 교체하여야 한다. 옥외광고시설의 지면을 사용하지 않고 방치해서는 안 된다.

옥외광고시설에 잠재되어 있는 위험요소가 사람의 인체와 재산상 안전에 해를 끼칠 수 있을 경우 시 정부 관리행정주관부서는 관리 책임자에게 즉각 위험잠재요소 제거에 대한 책임을 지게 해야 한다. 즉시 잠재위험요소의 제거가 불가능할 경우 기한 내 제거, 독촉, 위험잠재요인 제거 업무 시행에 대한 책임을 지도록 한다. 철거기간 동안 관리책임자는 안전 위험에 잠재요소가 있는 현장에 경고 표지판을 설치하도록 하고 현장에 사람을 파견해 당직을 세워 사고의 발생을 방지한다.

· 제30조

옥외광고시설의 경영자가 본 조치의 법규정을 위반, 유지보호에 대한책임, 안전사

고 책임을 이행하지 않은 경우 법에 의거하여 법률책임을 지게 해야 한다.

5) 남경시(南京市) 옥외광고 설치 관리조치

· 제28조

옥외광고 설치의 설치기술규범과 부합해야 하고, 안전기술표준과 관리표준, 시설의 안전을 보증하고 견고하게 한다. 공공안전과 연관된 옥외광고시설 설치 기간이 2년이 되면 설치자는 위탁을 통해 재질과 구조에 대한 안전검사를 실시한다. 안전검사에 불합격한 경우 설치자는 즉시 수리보수 하거나 관련시설을 철거한다; 검사에 합격한 경우에는 15일 이내(주말, 국 공휴일 제외)도시관리 행정주관부서에 검사 보고를 해야 한다. 옥외광고시설이 설계사용기한에 도달한 경우 설치자는 새로운 옥외광고 시설로 교체해야 한다. 옥외광고시설을 설치, 인테리어, 새롭게 교체하거나 철거할 경우 현장위치를 정확히 표시하고, 경고 표지가 설치된 안전 조치를 채택해야 한다. 옥외광고시설의 설치, 보호관리가 소홀하여 타인에게 상해를 입히거나 재산상 손해를 입힌 경우 설치자는 법에 의거하여 책임져야 한다.

· 제31조 4항

옥외광고시설의 순찰, 감독관리에 대해 설치자 옥외광고 시설의 유지 보호에 대한 책임을 재촉하며 안전상 잠재 위험요소가 있을 경우 철거한다.

· 제36조 6항

본 규정을 따르지 않고 옥외광고시설의 안전측량 혹은 안전예방 의무를 이행하지 않은 경우 개정에 대한 책임을 지게하며, 기간 만료 후 개정하지 않은 경우 5천 위안(한화 약 82만 원) 이상 2만 위안(한화 약 331만 원) 이하의 벌금에 처해진다.

6) 서안시(西安市) 옥외광고 및 간판설치 관리조례

· 제38조

옥외광고 설치권자는 옥외광고시설을 보호하고 관리해야 하며 안전에 대한 책임을 진다. 옥외광고 설치권자는 옥외광고시설에 대해 평소 보호관리 및 정해진 기간 안전검사를 실시해야 하며 만약 위험요소가 발견될 경우 즉시 수리보수하며

4. 결론

시설의 안전, 정리, 미관을 보증해야 한다. 해당 옥외광고시설이 사용기한을 다한 경우 설치권자는 새로운 옥외광고로 교체해야 한다.

· 제39조

옥외광고의 글자, 사진이 부적격 하거나 손실, 퇴색, 혼탁 등 변형된 경우 설치권자는 즉시 해당 옥외광고물을 수리하거나 새로운 것으로 교체해야 한다.

· 제40조

태풍, 폭우 혹은 기타 자연재해가 발생한 경우 설치권자는 옥외광고시설을 더욱 강화하고 전기가 끊기는 등 안전예방 조치를 실시해야 한다.

· 제41조

5평 이상의 옥외광고시설의 설치권자는 매년 2회 위탁하여 광고물에 대한 안전점검을 실시한다. 안전점검 후 15일(주말, 공휴일 제외)내 옥외광고 행정관리 부서에 보고서를 제출해야 한다. 만약 안전점검에 불합격한 경우 설치권자는 즉시 수리보완 하거나 광고물을 철거해야 한다.

· 제56조 4항

5평방미터 이상 옥외광고 시설의 안전검사를 실시하지 않거나 옥외광고 설치 행정관리부에 안전검사 보고서를 제출하지 않은 경우 도시관리 법 집행부는 기한 내 개정에 대한 책임을 물으며 만 위안 이상 3만 위안(한화 약 540만원) 이하의 벌금을 부과한다.

앞서 설명한 것과 같이 중국은 과거 무분별한 옥외광고시설의 설치에서 벗어나 과학적이고 전문적인 관리를 위해 관계 법령, 법규, 규칙을 수정·보완하고 있으며 그 성과가 조금씩 나타나고 있다. 각 시(市)에서 제정한 옥외광고시설 관리 조치를 살펴보면 옥외광고시설 안전점검을 하지 않거나 부정한 방법으로 점검을 한 경우 처해지는 벌금 및 행정처벌 수위가 가장 높다는 것을 알 수 있다.

또한 선전시(深圳市)와 베이징시(北京市)에서 새롭게 제정한 옥외광고시설 안전점검제도를 살펴보면 과거에 비해 책임자 처벌 및 관리가 명확하게 명시되어 있어 안전사고 발생 시 발생할 수 있는 책임자와 피해자간의 분쟁을 최소화시키고 있다. 특히 기상악화로 인한 자연재해가 발생할 가능성이 있는 경우 옥외광고시

참고문헌

설에 대한 관리 및 안전점검은 더욱 강화된다는 것을 알 수 있다.

향후 중국의 옥외광고 정책은 이러한 안전점검 및 관리 분야에 초점이 맞추어 질 것으로 예상되며 2015년 9월 1일부터 새롭게 시행되는 「중화인민공화국 광고법」 과 더불어 각 시의 옥외광고 정책은 좀 더 전문적인 관리체계를 갖추게 될 것으로 예상된다. ☺

- ◎ 차이나 뉴스 광저우일보(广州日报)
<http://www.chinanews.com/fz/2012/08-21/4121114.shtml>
- ◎ 헤어쑤 뉴스 <http://news.hexun.com/2013-09-22/158207025.html>
- ◎ 중국 구이양(贵阳)시 신문
http://www.gygov.gov.cn/art/2015/6/19/art_10688_783200.html
- ◎ 법률 도서관http://www.law-lib.com/law/law_view.asp?id=548
- ◎ 광둥성(广东省)옥외광고 관리규정
http://zwgk.gd.gov.cn/006939748/201304/t20130417_372369.html
- ◎ 선전시 옥외광고 관리조치
http://baike.baidu.com/link?url=qlKSVhM_cZWP-HpXyKYNFLGTN6KfSnGL6GGyJSTVBY2Vf_RaCBXeTIA3Nis6MfJx2Tt_Bmvyioi-3EK9jvu5Ua
- ◎ 베이징시 옥외광고 설치규범 <http://baike.baidu.com/view/4980669.htm>
- ◎ 난경시 옥외광고 설치 관리조치 <http://baike.baidu.com/view/7052360.htm>
- ◎ 서안시(西安市)옥외광고 및 간판설치 관리조례
<http://baike.baidu.com/view/8205993.htm>

옥외광고구조물이 건축물로서 엄격히 규제



독일

독일은 일반적으로 옥외광고구조물을 하나의 건축물로 간주한다. 그래서 모든 옥외광고구조물은 건축법에 따라 허가된 지역과 규모를 초과할 수 없으며 변경과 변형이 불가능하다. 설치지역도 주(州)정부에서 인가한 특정한 장소에 국한되며, 주거지역은 원칙적으로 설치할 수 없다.

글 _ 장성준 해외통신원 (독일 라이프치히 대학 커뮤니케이션학 박사과정)

1. 서론

독일은 일반적으로 옥외광고구조물을 하나의 건축물로 간주하여 건축지역과 설치방식, 여타시설 및 자연환경과 조화 등을 고려하여 허가를 받는다. 옥외광고구조물 설치지역은 주(州)정부에서 인가한 특정한 장소에 국한되며, 주거지역은 원칙적으로 설치불가다. 인가된 장소에서 옥외광고구조물을 설치하기 위해서는 관할지역의 허가(Genehmigung)를 받아야 한다. 허가를 위해서는 설치하고자하는 옥외광고구조물 콘셉트와 주변 환경과의 조화정도를 보여주는 가상시안 등의 서류들을 제출해야하는데, 해당지역에 따라서 필요한 서류와 수수료, 운영비용이 다르다. 뮌헨(München)시(市)에서는 옥외광고구조물을 설치하기 위해서는 축적 1:1,000의 지도에 위치를 표시한 서류와 설치가상도를 1:100의 비율로 제작하여 제출해야하고, 주위건물구조와 신규 옥외광고구조물의 배치를 포함한 가상합성도 등의 서류를 준비해야한다.

독일의 옥외광고구조물 설치와 관련된 규정을 보면 16개 주(州)에서 자동판매기(Warenautomaten)와 옥외광고구조물을 동일한 기준을 적용한다. 이 기준이 의미하는 바는 옥외광고구조물은 기본적으로 지면에 고정된 형태로 운영되어야 한다는 사실이다. 예로 바이에른(Bayern) 주(州)의 건축규정을 보면 옥외광고구조물은 지면과 연결되어 고정된 구조물로, 건축자재로 제조된 형태의 모든 조형물로 규정

2. 독일 옥외광고 구조물 설치규정

한다. 벽면부착형 옥외광고구조물은 별도의 제한을 받는다. 부착되는 부분이 외부인지 내부인지에 따른 규정이 있고, 부착되는 방식에 따라서 건물의 크기와 형태에 따라서 설치여부가 결정된다. 플래카드 형식으로 부착되는 경우 화재예방과 건물 외관·내관 경관에 미치는 영향, 사람들의 동선이나 시선을 훼손하는 경우에 따라서 설치여부가 결정된다. 외관에 부착되는 옥외광고구조물의 모든 방식이 허용되는 것은 아니다. 브레멘(Bremen) 주(州)는 모든 형태의 옥외광고구조물이나 옥외광고구조물은 돌출된 형태를 금지하고 있다.

독일에서 규정하는 옥외광고구조물의 간략한 설명에서 추론 가능하듯이, 상기한 내용들은 옥외광고를 집행하기 위한 장소와 구조물을 세우는데 필요한 조건이다. 옥외광고대행사들은 주(州)나 시(市)에서 허가된 장소들에 옥외광고구조물을 설치하고, 이 구조물을 통해서 광고주들에게서 광고를 유치 받는다. 독일에서 가장 많이 사용되는 옥외광고구조물인 도시조명광고(City Light Board)도 하나의 구조물이며, 대부분의 규제는 주(州)의 건축법을 준용한다. 이상의 내용들에 대해서 본 글은 독립된 구조물로서 규정되는 옥외광고구조물에 대한 안전관리 방식에 대해서 간략하게 소개하는데 목적을 둔다.

옥외광고구조물은 상기한 것처럼 건축물로서 규제를 받는다. 그래서 모든 옥외광고구조물은 허가된 지역과 규모를 초과할 수 없으며 변경과 변형이 불가능하다. 또한 광고물이라는 특성에 따라 도시경관과 자연환경을 훼손하는 수준의 빛의 세기 등도 제한된다. 옥외광고구조물에 적용되는 건축규정을 작센-안할트(Sachsen-Anhalt) 주(州)와 슐레스비히-홀슈타인(Schleswig-Holstein) 주(州)의 건축법을 통해 살펴본다.

먼저 옥외광고구조물의 건축(설치)규정을 살펴본다. 작센-안할트 주(州) 건축법(Bauordnung des Landes Sachsen-Anhalt: BauO LSA) §10조, 슐레스비히-홀슈타인(Landesbauordnung für das Land Schleswig-Holstein: LBO) 주(州) 건축법 §11조에 따라 ‘옥외광고와 자동판매기 설치규정’(Anlagen der Außenwerbung und Warenautomaten) 허가 내용이 명시되어 있다.

- 광고구조물은 건축물이 법에 규정된 요구사항을 바탕으로 구조가 설계되어야 하며, 이를 따르지 않는 구조물들은 지역경관과 도로 교통순환의 피해를 야기할 수 있기 때문에 규제대상이 된다. 또한 광고구조물의 불완전한 축적은 허가되지 않는다.(BauO LSA §10의 2; LBO §11의 2)

해당 조항에 따라 옥외광고구조물은 '건축과 건축자재의 가연성, 건축자재에 대한 일반규정'(Allgemeine Anforderungen an die Bauausführung und das Brandverhalten von Baustoffen und Bauteilen)을 적용받는다(BauO LSA; LBO의 Abschnitt 2). 작센-안할트 주(州)와 슐레스비히-홀슈타인 주(州)의 건축규정에서 공통적으로 명시하고 있는 내용들을 간략하게 정리하면 다음과 같다.

· 안정성(BauO LSA §12; LBO §13)

모든 시설의 부분들은 단독적으로 안정성을 확보해야 한다. 또한 인접한 건축물과 구조물들의 지면에 대해서 적재부담을 가해서는 안 된다. 사용하는 공법이 보증되어 있을 경우 일부는 허용 가능하다.

· (건축물이 야기할 수 있는) 유해한 영향에 대한 보호(BauO LSA §12; LBO §13)

건축물은 물과 습기, 식물과 동물, 곤충에 대해 화학적·물리적·생물학적 또는 기타 등의 유해한 영향을 미쳐서는 안 된다. 부작용이 발생할 것에 대비한 검사가 이뤄져야 한다.

· 화재예방

구조물은 화재 및 연기(화재확산)를 방지하고, 화재 시 사람과 동물을 효율적으로 구조할 수 있도록 설계되어야 한다. 장애를 가진 사람들의 문제도 고려되어야 한다(LBO §15). 건축물은 불연성/난연성/인화성요구를 충족한 성분으로 건축되어야 한다. 내부구조물은 불연성재료/불연성재료의 보강/절연·절전재료/가연성재료로 만들어진 건축자재들로 구축되어야 한다(BauO LSA §14).

· 열·소음·지진에서의 보호(BauO LSA §15; LBO §16)

건축물은 기후조건, 방음, 흔들림·지진 등에 적절하게 보호기능을 가져야 한다.

· 교통안전(BauO LSA §16 LBO §17)

건축물은 교통운행과 대중교통의 안전 및 이용을 방해해선 안 된다.

관련규정은 건축물에 대한 내용이지만 옥외광고구조물 설치기준이 동일조항으로 같음되고 있어, 옥외광고구조물 역시 하나의 건축물로서 가져야 할 안전기준들이 까다롭게 요구됨을 알 수 있다. 도시조명광고를 예로 해당조항을 적용해보면 이해는 쉽다. 건축법에 의거하여 도시조명광고는 지면에 고정되어야하기 때문



에 지면의 적재부담이 높을 경우 구조물로서 역할이 불가능하다. 또한 도시조명광고는 상시 도로 위에 설치되어 있기 때문에 자연재해·화재의 위험이 있어 절연·절전 자재가 사용되지 않았을 경우 피해는 커질 수밖에 없다. 위에서 요약한 조항들은 ‘일반사항’이며, 각각의 내용들에 대한 세부규정들은 각 조항들을 통해서 별도로 정하고 있다. 한편, 옥외광고구조물이 건축(설치)되면 건축법에 따라서 인증을 위한 단계를 거치게 된다. 이 역시 일반건축물의 기준이 동일하게 적용된다. 인증방식은 건축물의 이용목적, 건축방식 및 건축자재 등의 기준에 따라 일곱 가지가 있다.¹⁾

옥외광고구조물에 해당하는 승인 방식은 ‘일반건설승인’(Allgemeine bauaufsichtliche Zulassung)이며, 해당내용을 요약하면 다음과 같다.

· 일반건설승인(BauO LSA §18; LBO §19)

비 규제건물에 대해서 독일건축기술연구소(Das Deutsche Institut für Bautechnik)는 일반적인 승인을 허가한다. 승인을 위해서는 건축물에 대한 서류들이 필요하며, 샘플을 요구받을 수도 있다. 승인에 따른 허가기간은 5년이며, 요청에 따라 기간은 연장될 수 있다. 건축물허가승인에 대한 근거와 평가내용은 공개한다.

옥외광고구조물을 포함한 건축물 심사는 독일연방에서 설립한 독일건축기술연구소(Das Deutsche Institut für Bautechnik)의 기관들에서 참여하게 된다. 독일건축기술연구소는 독일연방정부에서 설치한 기관으로서 건축물 및 건축자재에 대한 승인과 건축공법 등을 심사하는 단체다. 독일 전역 3,000개의 단체가 매년도 선정되며, 각 기준들은 독일표준협회(Deutsches Institut für Normung)의 표준규정에 의거하여 평가 내린다. 독일건축기술연구소의 건축물 심사에 통과된 구조물들은 일반건설승인서를 부여받으며, 이를 근거자료로 최종승인은 주(州)나 시(市) 등의 관할구역 청(廳)에서 내리게 된다.

작센-안할트 주(州)와 슐레스비히-홀스타인 주(州)의 건축법에는 시설물 심사와 승인을 위해 필요한 비용 또는 위반사안 시 징수하는 범칙금에 대해서는 명시되어 있지 않다. 대부분 주(州)의 규정에서도 동일하다. 함부르크(Hamburg)의 상공회의소(Handelskammer) 홈페이지에서는 간략하게 옥외광고구조물 심사비용을 게재하고 있다.²⁾ 비용을 보면 공식허가를 받는 수수료는 옥외광고구조물 개수 당 서류등록비용 1,000유로(약 135만원), 사업자수수료 54~110유로(약 20,250

1) 일반건설승인(Allgemeine bauaufsichtliche Zulassung), 일반건물검사인증 (Allgemeines bauaufsichtliches Prüfzeugnis), 추가 건물유용성증명검사(Nachweis der Verwendbarkeit von Bauprodukten im Einzelfall), 건축양식(Bauarten), 적합성평가 (Übereinstimmungsnachweis), 생산자적합성평가 (Übereinstimmungserklärung der Herstellerin oder des Herstellers), 준수증명서 (Übereinstimmungszertifikat).
 2) https://www.hk24.de/servicemarken/branchen/handelsplatz_hamburg/handelsrecht/Aussenwerbung/1156810

3. 시설 별 옥외광고구조물 안전규정

원~148,500원)가 부과된다. 연장계약은 옥외광고구조물 개수 당 600유로(약 81만원)이다.

옥외광고구조물이 설치되는 지역에 따라서 적용되는 규정들도 있다. 공통적으로 적용되는 기준은 연방정부와 주(州) 도로법에 의거 고속도로 인근지역에서는 옥외광고구조물이 설치될 수 없고, 제방과 수로(水路), 교량, 나무 등에도 광고물 설치가 불가하다. 이는 옥외광고구조물이 발산하는 조명 및 사진변경이 운전자에게 어지러움·눈부심을 야기할 가능성이 있기 때문이다. 또한 옥외광고구조물의 밀집된 설치도 불가능하다. 통행자가 한 시야에서 3개 이상의 옥외광고구조물을 접했을 때 광고효과를 상쇄되며, 주변 환경 역시 훼손될 여지가 있어 적용되는 조항이다. 이 외에도 일반규정으로 지역을 대표하거나 건축적으로 보존의 가치가 있는 공공건물과 자연보호구역, 문화재보호구역 등에서도 옥외광고구조물 설치는 불허된다. 또한 공항의 경우 비행을 방해하거나 주변경관을 훼손하지 않는 수준에서 옥외광고구조물 설치가 허가된다. 한편, 기타 특수시설로 분류되는 항구와 경기장의 옥외광고구조물 설치규정을 간략하게 사례로 정리하면 다음과 같다.

· 항구

함부르크 항구의 옥외광고구조물 설치의 함부르크 건축법에 따르지 않고 함부르크 항구관리소(die Hamburg Port Authority)에서 관리한다. 항만지역에 설치되는 옥외광고구조물은 항구운영계획이 변하지 않는 한, 산업지역에 허용되는 범위보다 주변 환경과의 조화를 엄격하게 적용한다. 엘베 강에 설치된 옥외광고구조물은 맞은편 강가에서 인식할 수 있도록 설치 가능하다. 하지만 항구의 가장자리나 엘베 강의 남쪽과 북쪽지역은 항만운행에 영향을 끼칠 수 있기 때문에 옥외광고구조물 설치는 불허된다. 기타 조항으로 LED를 이용한 광고전송은 불허된다(Bauprüfdiene, BPD).

· 경기장

바덴-뷔르템부르크 주(州)의 콘스탄츠(Konstanz) 시(市)의 스포츠경기장 광고에 대한 일반규정(Allgemeine Bestimmungen für Werbung in Sportstätten)은 영내 경기장의 광고운영원칙을 상세히 명기하고 있다. 먼저 스포츠시설의 옥외광고구조물에서는 맥주와 삼페인, 와인을 제외한 주류광고, 담배광고가 금지된다. 고정/이동형 옥외광고구조물 계약은 구단주가 주최로 계약하며, 임대료는 평방미터 당 10유

3) <http://www.konstanz.de/rathaus/ortsrecht/03650/00057/index.html>

4. 결론

로(약 13,500원) 이상 책정되고 이 중 10%는 세금으로 부과되는데, 최종세금은 계약금액에 따라 결정된다. 고정형 옥외광고구조물이용은 연간 최소 4,000유로(약 540만원)이상의 계약을 맺어야 한다. 이동형 옥외광고구조물 이용은 연간 경기장 내 광고계약은 최대 3년까지만 가능하다. 여기서 의미하는 고정형 옥외광고구조물은 경기장 외곽의 간판광고(벤스터광고)이며, 그 외의 구조물을 설치하는 것은 불가능하다.³⁾

독일의 옥외광고구조물 설치에 엄격한 절차를 거쳐서 승인된다. 허가된 장소에 허가된 유형으로만 옥외광고구조물이 설치되어야 하고, 연방정부에서 운영하는 독일건축기술연구소에서 매년도 선정한 기관의 건축물승인을 받아야 운영가능하다. 독일의 옥외광고구조물, 범위를 확대하여 전체 건축물이나 구조물은 자연경관과 도시경관을 중시하는 차원에서만 허가된다. 이는 몇 차례 큰 전쟁을 거친 독일의 문화적 특성에 기반을 두고 있다. 전후 도시재건과정과 산업화에 따른 자연훼손의 복원과정에서 습득한 교훈이다. 한편, 옥외광고구조물에 건축물과 동일한 기준을 적용함으로써 발생 가능한 재해들을 방지하는데 힘을 쏟는 것도 특징이다. 건축자재와 모든 규격은 독일표준협회의 해당 조항들에 따라 적용되는바, 사회 전반적으로 안정된 시스템을 구축할 수 있었던 것으로 보인다.

독일 사례를 간략하게 살펴봄으로 도출되는 의의들을 정리하면 다음과 같다. 옥외광고구조물이 상업적 성격을 가진 특수한 건축물이지만, 이를 도시 속 하나의 구조물로 정의함으로써 조화를 강조하는 분위기다. 또한 각기 다른 방식으로 광고물을 운영하는 것이 아닌 정리된 규격을 적용하여 정돈된 상태로 운영하도록 규제하고 있는 것도 흥미롭다. 마지막으로 자연에 대한 독일인들의 합의가 옥외광고구조물 설치와 운영에도 잘 적용되고 있음이 발견된다. 이러한 특성들을 통해서 독일의 옥외광고구조물은 상업적 가치보다는 공동체적 가치를 중시하고, 조화를 강조하는 독일의 특성이 반영된 하나의 문화가 되지 않았나 생각해본다. ☺

참고문헌

- ◎ Bauordnung des Landes Sachsen-Anhalt.
<http://www.landesrecht.sachsen-anhalt.de/jportal/?quelle=jlink&query=BauO+ST&psml=bssahprod.psml&max=true&aiz=true>
- ◎ Landesbauordnung für das Land Schleswig-Holstein
<http://www.gesetze-rechtsprechung.sh.juris.de/jportal/jsessionid=B1DBCEAEF77207312999DA21C00160E1.jp17?quelle=jlink&query=BauO+SH&psml=bsshoprod.psml&max=true&aiz=true#jlr-BauOSH2009pP11>

Mission 03

안전관리 시스템 각 주 상황에 맞춰 운영



미국

미국은 각 주마다 각 주의 상황에 맞는 각기 다른 안전관리 체계를 갖고 있다. 샌프란시스코에서는 시민단체와 주 정부가 공동협력하여 옥외광고물 안전 관리를 실시하고, 펜실베이니아에서는 법을 통해 안전에 대한 책임소재를 확실히 물으며, 콜로라도에서는 안전모니터링 시스템을 운영하고 있다.

글 _ 오소혜 해외통신원 (미국 듀크대학 경제·통계 통합 석사연구생)

1. 서론

도시의 경관은 자연이나 건물뿐만 아니라, 도시의 여러 가지 활동과 정책에 따라 일변한다. 우리 주변에서 쉽게 볼 수 있는 옥외광고물 역시 이러한 도시 활동에서 특성 상 외부 환경에 노출되기 때문에 환경적 요인에 큰 영향을 받는다. 옥외광고물은 강풍, 열, 수분, 자외선 등의 영향으로 시간이 지남에 따라 외관 손상 및 기능 저하가 일어난다. 따라서 설치 후에 지속적인 점검 및 관리가 반드시 뒤따라야 한다. 본 보고서에서는 미국 내 옥외광고에 대한 안전관리가 어떻게 시행되고 있는지 살펴보고자 한다.

2. 미국 옥외광고 안전관리·점검 실태

1) 미국 옥외광고물 안전관리·점검 주체

미국은 자치주들의 연합 국가로서 연방 법 및 주 법에 명시된 사항에 따라 각각 연방정부와 주 정부의 소관의 옥외광고물 담당 주체가 있다. 그러나 옥외광고물 안전관리 및 점검의 경우 대부분 주 정부의 운송국(Department of Transportation) 또는

건설·안전국(Department of Building and safety)이 주체가 되어 옥외광고와 관련된 허가, 관리 및 점검 등의 행정업무를 처리하고 있다.

손상되거나 제대로 기능하지 못하는 옥외광고에 대한 점검 및 단속은 대체적으로 주 정부 산하 또는 시 정부의 계획실(Planning)에서 담당하고 있다.

실제로 텍사스 주와 같은 경우에는 정기적인 단속 및 점검 외에도 누구나 손상되거나 불법 옥외광고물에 대해 민원을 제기할 수 있다. 텍사스에서는 불법 옥외광고물이 안전을 위협하는 경우, Outdoor Advertising Complaints Form을 작성하여 해당 기관에 민원을 제기할 수 있다.

또한 샌프란시스코 시의 경우 시민단체와 주정부가 공동으로 옥외광고물을 점검 및 관리하는 독특한 경우이다. 샌프란시스코에서는 Citizen-action Group(CAG)과 샌프란시스코 주의 시 계획실(City Planning Department; CPD)이 공동으로 불법 옥외광고물이나 손상된 옥외광고물을 점검한다. 점검은 샌프란시스코 시 계획실에 배당된 예산으로 운영되며, 단순히 시 데이터베이스에 등록된 옥외광고물만을 대상으로 점검하는 것이 아니라 시민들을 대상으로 길거리 설문조사 등을 시행하여 시민들의 안전에 저해되는 옥외광고물, 불법 옥외광고물들을 조사한다. 한편 미국에서는 옥외광고 매체 소유주들이 자체적으로 관리 회사를 고용하여 옥외광고물이 손상되지 않고 제대로 기능하는 상태를 유지하도록 하는 경우가 많다.

2) 미국 옥외광고 안전관리 점검 관련 법적 근거 및 가이드라인

미국 운수부 연방 고속도로국(United States Department of Transportation Federal Highway Administration)에서는 2009년 메모랜덤을 통해 ‘손상된(Destroyed) 옥외광고물’에 대한 정의를 내렸다. 손상된 옥외광고물이란 지주 구조의 40~60% 혹은 그 이상이 물리적으로 손상되어 목재 광고물의 경우 부서진 부분에 대한 교체가 필요하고 철재 광고물의 경우 지면 위로 올라온 부분의 20~30% 이상의 길이가 부러지거나 구부러지거나 휘어진 것을 뜻한다.

펜실베이니아주의 경우 ‘파손되거나 부분적으로 손상된 옥외광고물의 복구’(Restoration of damaged or partially destroyed nonconforming sign)에 관련된 법률을 제정해 두고 있다. 해당 법 조항에서는 옥외광고물이 손상되었을 경우의 절차 및 책임 소재 여부를 규정하고 있다.

한편 옥외광고물의 손상된 비율은 주 또는 시 당국 관계자의 결정에 따른다. 반달리즘과 같은 불법행위로 인해 손상되거나 파손된 옥외광고물의 경우 옥외광

고물 소유주에 의해 수리 및 보수 되어야 하며, 자연재해나 불법이 아닌 행위로 인해 50% 미만으로 손상되거나 파손된 옥외광고물의 경우 옥외광고물 소유주에 의해 수리 및 보수 되어야 한다. 또한 손상되거나 파손된 옥외광고물의 경우 시 당국이 통보한 60일 이내에 교체되거나 수리되어야 하고, 그렇지 않은 경우 유기된 옥외광고물로 간주한다.

3) 미국 옥외광고 안전관리 점검 절차 및 규제 사례

미국 콜로라도 주의 경우 '옥외광고 모니터링 시스템'을 구축하여 옥외광고물의 안전관리를 시행하고 있다. 관리 대상이 되는 모든 옥외광고물에 허가증 발급(Permit) 후 설치된 위치, 크기 등을 데이터베이스에 보관한다. 또한 주 내에 지역을 6개의 구역으로 나누고 각 지역의 담당자들이 옥외광고물이 안전하게 설치되고 허가 신청한 대로 제작되었는지 확인한다. 이후 허가 과정에서 축적된 데이터베이스를 바탕으로 해당 지역 담당자들이 주기적으로 실제 옥외광고물과 데이터베이스의 정보가 일치하는 지 순찰한다. 만일 담당자가 데이터베이스의 정보와 일치하지 않는 손상된 옥외광고물이나 불법 옥외광고물을 발견할 경우 가장 먼저 옥외광고물 소유주에게 이 사실을 통보하고 시정명령을 보낸다.

콜로라도주 정부 감사보고서에 따르면 2013년 안전관리 점검에서 적발된 옥외광고물은 아래와 같으며, 주 정부는 시민의 안전과 도시의 미관을 해칠 수 있다고 판단되는 적발된 옥외광고물의 소유주에게 시정명령을 내렸다.

- 총 30개의 허가증 없이 설치된 옥외광고물
- 총 88개의 허가증을 갱신하지 않은 옥외광고물
- 총 46개의 손상된 옥외광고물
- 총 41개의 데이터베이스에 기록된 내용에서 변경된 옥외광고물

3. 결론

미국의 안전관리·점검 실태에서 알 수 있듯이 미국의 옥외광고물 안전관리 체계는 첫째, 정확한 데이터베이스 구축 둘째, 지속적인 점검 및 순찰, 셋째, 시정명령 집행이 제대로 이루어져야함을 알 수 있다. 또한 미국은 각 주마다 각 주의 상황에 맞는 각기 다른 안전관리 체계를 갖는다. 앞서 언급한 샌프란시스코 시의 경우에는 시민단체와 주정부가 공동으로 협력하여 옥외광고물 안전을 관리하는 반면, 텍사

스의 경우에는 시 정부의 옥외광고물 담당 계획실이 주도적으로 옥외광고물 안전을 관리한다. 따라서 국내에서는 미국의 주마다 다르게 실행하고 있는 안전점검 및 관리 시스템을 국내 상황에 적용 가능한 부분만을 취사선택하여 참조하는 것이 바람직할 것이다. ☺

참고문헌

- ◎ 샌프란시스코 주 Outdoor Advertising Sign Enforcement Document
http://civilgrandjury.sfgov.org/2001_2002/Billboards.pdf
- ◎ 미국 운수부 연방고속도로국 웹페이지
http://www.fhwa.dot.gov/real_estate/oac/guiddessign.cfm
- ◎ 펜실베이니아 주 주법 중 옥외광고물 관련 페이지
<http://www.pacode.com/secure/data/067/chapter445/s445.7.html>
- ◎ 콜로라도 주 Outdoor Advertising Program Department of Transportation Performance Audit Report
<http://www2.cde.state.co.us/artemis/may/ga/ga21001021952013internet.pdf>