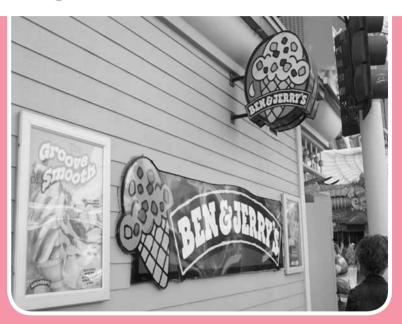
Mission 04

해외 생활형 간판 디자인 가이드라인

생활형 간판은 소규모 자영업 상점에 설치되는 광고물을 의미한다. 상점주들은 오래 전부터 다양한 디자인의 간판과 옥외광고물을 설치하고 있는데, 독특하고 눈길을 끄는 건판은 점포 매출에 크게 기여한다. 하지만 무분별하게 설치된 상점간판은 도시미관을 하치는 주범이 되기도 한다. 대부분의 나라들은 주변경관과 조화를 이루면서 지역 특성에 맞는 생활형 간판 디자인 가이드라인을 운영중인데, 세밀하게 운영규정을 정해놓은 나라가 있는 반면 옥외광고 관련 포괄적 규정으로 생활형 간판을 관리하고 있는 나라도 있다. 각 나라별 생활형 간판 설치에 관한 디자인 가이드라인을 살펴본다.



Design guidelines of store signs in Foreign countries



프랑스 _ 지방광고규정으로 지역특성에 맞는 간판 디자인 수행 김동옥 해외통신원 독일 _ 생활형 간판 설치 디자인 마련 ; 예버시 사례를 중심으로 장성준 해외통신원 미국 _ 지역에 맞는 맞춤식 디자인 관리 ; 솔트레이크 사례를 중심으로 오소혜 해외통신원 호주 _ 주변 경관과 조화 이루는 간판 디자인 이대원 해외통신원 중국 _ 옥외광고 및 간판표지 관리규정으로 생활형 간판 관리 이지행 해외통신원 일본 옥외광고목 조례로 간판 디자인 규제 : 교투시 사례를 중심으로 방미경 해외통신원

IIII Missinn **04**

지방광고규정으로 지역특성에 맞는 간판 디자인 수행



프랑스는 각 지방자치단체가 간판의 관리집행을 담당하고 있다. 간판 설치와 디자인 가이드 라인을 정하는 것 역시 지자체의 몫, 각 지자체는 환경부에서 제정한 국가광고규정을 근간으 로 해서 각 지역 특성에 맞춘 지방광고규정을 정해 시행중이다. 이는 국가 전체적으로 어느정 도 간판의 통일성을 갖추면서 지방만의 특색을 살릴 수 있는 장점이 있다.

글 김동옥 해외통신원

1. 서론

프랑스의 생활형 간판에 대한 규정은 옥외광고 규정과 마찬가지로 '환경법'(Loi Grenelle II)에 기록되어 있는데, 이는 프랑스 각 지역에 있는 모든 간판에 적용될 수 있는 일반적이고 공통적인 규정이다. 이를 국가광고규정(RNP)이라고 한다. 이 와 더불어 간판에 적용되는 또 다른 법이 있는데, 이는 지방자치단체가 그 지역의 특성에 맞게 제정한 지방광고규정(RLP)이다

보통 지방광고규정은 국가광고규정보다 구체적이고 엄격한 편이다. 프랑스의 각 지방자치단체에서는 국가광고규정을 근간으로 하여 자신의 지역에 부합하는 규 정을 제정하고. 이는 간판 관리 및 간판에 관하 법 집행을 할 때 국가광고규정에 우선한다. 그러나 지방광고규정을 제정할 수 있는 지방의회가 존재하지 않거나 여력이 없는 지역에서는 국가광고규정이 적용된다.

따라서 국가광고규정은 프랑스 영토 내에서 간판을 관리하는 뼈대가 되는 법이 고, 지방광고규정은 그 뼈대에 각 지역의 실정에 맞게 살을 붙인, 보다 지방 중심 적이고 실질적인 간판 관리법이라고 할 수 있다.

2. 간판의 정의 및 관리 집행 주체

'화경법' 제581 조 제3항에 따르면 가파은 점포 건물이나 점포 근처에 설치되어 해당 상업 활동을 글자나 이미지, 형태 등으로 설명하는 것을 말한다. 이러한 간판 규정 은 간판 설치 장소의 조건에 따라 각각 다르게 적용된다.

환경법에서는 간판의 재질이 영구적인 것이어야 한다고 강조하며, 간판을 설치한 점포에서는 양호하고 청결한 간판 상태를 유지하여 도시의 미관을 해치지 않도록 주의해야 한다고 명시하고 있다. 또한 간판이 교통의 흐름을 방해하거나 교통신호 및 도로안전을 저해해서는 안 된다고 규정하고 있다.

한편 합법적으로 간판 설치가 가능한 장소를 아래와 같이 밝히고 있다

'환경법'에서 합법적으로 인정하는 간판 설치 장소

- · 점포의 전면(벽에 수평 혹은 수직으로 부착 가능)
- 옥상
- 담장
- · 높이 1m 이하의 차양
- 발코니 혹은 창문의 난간
- · 지면 위(지주간판 혹은 입간판)

프랑스에서 간판의 설치와 관리를 맡고 있는 행정기관은 지방광고규정의 적용을 받는 지역인가 아닌가에 따라 다르다. 지방광고규정의 적용을 받는 지역은 시청에 서 가판을 관리하고, 지방광고규정이 없는 지역에서는 내무부 산하 지방관청에서 간판 관리를 담당한다. 간판은 규정만 준수하면 자유롭게 설치를 할 수 있지만 아 래의 경우에는 반드시 사전 허가를 받아야 한다.

'환경법'에서 규정하는 사전에 설치허가가 필요한 간판

- 레이저 범을 사용하는 간판
- · 지방광고규정의 적용을 받는 지역에 설치하고자 하는 간판
- 역사 유적으로 지정된 건물에 설치하고자 하는 가파
- · 자연 유적지, 국립공원, 자연보존지구, 국가의 보호를 받는 건물 인근 100m 이내 에 설치하고자 하는 간판

3. 종류에 따른 간판 디자인 매뉴얼

1) 전면간판

전면간판은 상점의 정면 출입구 벽에 상업 활동을 나타내는 글자나 이미지를 직접

그려 넣거나 이를 삽입한 장치를 부착형으로 설치하는 간판으로, '환경법' 제581조 제6항에는 전면가팎은 가팎이 설치되는 벽의 경계선을 넘어서는 안 된다고 규정되 어 있다.

또한 전면간판의 크기는 상점 정면 면적의 15% 이상을 넘어서는 안 되고, 사업장 정면 면적이 50제곱미터 이하로 작을 경우에 간판의 크기는 그 면적의 25%까지 설 치가 가능하다. 또한 전면간판을 평평한 벽 위에 직접적으로 부착하거나 벽과 수평 으로 부착하는 경우 벽으로부터 0.25미터 이상 돌출되어서는 안 된다. 한편 옥외광 고는 건물 발코니에 설치할 수 없는 것에 반해. 전면간판은 아래의 사항을 준수하 면 발코니나 차양에도 설치가 가능하다.

전면간판의 발코니 및 차양 설치 시 준수사항

- · 차양에 설치되는 간판은 크기가 1m² 이내이어야 한다.
- 간판은 발코니 정면에 설치되어야 한다.
- 간파 크기가 발코니 난간 크기를 초과하지 않고. 간판을 발코니 난간에 부착했을 때 0.25m 이상 돌출되지 않으면 발코니 난간에도 설치가 가능하다.

2) 지붕간판

특정 상업 활동이 점포가 입주한 건물의 반 이상을 사용하고 있는 경우 지붕에 간 판을 설치할 수 있다. 건물 정면의 면적이 15제곱미터 이하일 경우 지붕간판의 높 이는 3미터를 초과할 수 없고, 건물 정면 면적이 15제곱미터 이상일 경우에는 지붕 간판의 높이는 건물 정면 면적의 5분의 1 혹은 최대 6미터까지 가능하다. 여러 개 의 지붕간판이 설치되는 경우 간판들의 합산 면적이 60제곱미터를 초과해서는 안 된다.

▶ 고정가능한 지지대가 없는 문자 지붕간판



※ 출처: 간판 및 옥외광고 규정 가이드 (프랑스 환경부 발행)

그림 2 - 지붕 위에 직접적으로 페인팅한 지붕간판



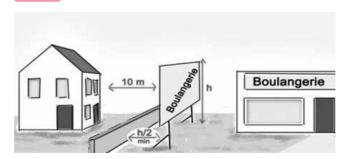
※ 출처: 간판 및 옥외광고 규정 가이드 (프랑스 환경부 발행)

그림 1의 지붕간판은 문자들을 지지하는 장치가 눈에 띄지 않아야 하며, 이를 지지 하기 위한 간판 하단 보조프레임 크기는 50센티미터를 넘지 않아야 한다. 그림 2와 같이 지붕 위에 직접 페인트로 상업 활동을 설명하는 글자나 이미지를 그려 넣는 경우에도 일반적인 지붕간판과 같은 것으로 간주하여 간판 규정을 동일하게 적용 하다.

3) 지상간판

지상간판은 점포 부지 내에 세우는 간판으로, 지주를 이용하거나 직접 지면 위에 세운다. 좀 더 세부적으로 종류를 나눠보면 깃발 형태, 기둥 형태, 풍선 형태, 자동 차나 수영장을 오브제로 이용한 간판이 있다.

그림 3 - 지상간판 설치 규정



※ 출처: SYNAFEL(프랑스 간판 및 표지판 제작 협회)

그림 3의 지상간판은 이웃에 피해를 주지 않기 위해 다른 간판들에 비해 규정이 까다롬다 크기 1제곱미터 이상의 간팎을 지상 위에 설치하고자 할 때에는 위의 그림에 나타난 지상간판 설치 규정과 같이 이웃한 건물과 10미터 이상 떨어져 있 어야 한다. 또한 이웃 부지와의 경계선으로부터도 일정 간격의 거리를 유지해야 하는데, 지면으로부터 측정한 간판 높이의 2분의1 길이만큼 이웃 부지로부터 떨 어져 있어야 한다. 예를 들어 간판 높이가 2미터인 경우 이웃 부지로부터 1미터 이상 떨어진 곳에 지상간판을 설치할 수 있다.

가팎의 최대 크기는 도시 규모에 따라 두 가지로 나뉜다. 인구가 I만 명 이하의 도시에서는 최대 6제곱미터의 지상간판을 설치할 수 있고, 인구가 1만 명 이상의 도시에서는 최대 12제곱미터의 지상간판을 설치할 수 있다. 한편 간판의 높이는 간파의 폭에 따라 최대 허용치가 달라진다(표 1 참조)

표 1 간판의 폭과 높이에 관한 규정

간판의 폭	간판 최대 높이
1m 이상	6.5m
1m 이하	8m

4) 조명간판

'환경법' 제581조 제59항에는 간판 조명의 소등 시간이 규정되어 있다. 일반 상점 의 조명간판은 새벽 1시에서 6시까지 조명을 소등해야 한다. 만약 영업 시작 시간 이 자정에서 오전 7시 사이인 상점이라면 적어도 영업 종료 후 1시간 내에 간판 조 명을 소등해야 하고, 영업 시작 한 시간 전에 다시 조명을 점등할 수 있다. 조명이 깜박거리는 점멸 조명은 원칙적으로 설치가 금지되지만 약국이나 응급 서비스 시 설에서는 예외적으로 허용된다

4. 파리 시의 간판 설치 매뉴얼

프랑스 최대 도시인 파리 시는 국가의 상업 및 관광이 집중되어 있는 만큼 가판 숫 자도 다른 도시에 비해 많다 더욱이 역사적 유적지와 보존 가치가 높은 건물들이 많고, 세계 최고의 관광 도시이기 때문에 간판 관리를 엄격히 함으로써 도시 미관 을 지키려는 노력을 부단히 한다.

1) 간판 설치 및 디자인에 관한 일반적인 규정

간판을 설치할 때에는 점포의 주요 부분들이 가려지지 않도록 설치해야 하고, 전면 간판의 경우 지면에서 최소 2.5미터 높이에 설치해야 한다. 상점 책임자는 간판의 유지 및 보수, 청결에 주의해야 한다. 또한 간판의 스타일과 색, 그래픽은 주변 경관 과 조화를 이뤄야 한다. 조명은 약국의 녹색 십자가나 담배 가게의 당근 문양을 제 외하고는 금색이 선호되는데, 간판의 조명은 가능한 약하고, 번쩍거리지 않도록 하 며 이웃에 방해가 되지 않아야 한다. 간판 조명의 소등 시간은 국가광고규정과 동 일하다

▶ 파리 시의 잘못 설치된 간판 예 : 같은 형태의 간판 중복 설치 금지.



※ 출처: 파리시 간판 및 옥외광고 규정서

하나의 상점에서 간판을 설치할 때에는 형태별로 하나의 간판만 설치할 수 있다. 그림 4에서는 안경점을 나타내는 수직 간판이 중복적으로 설치되어 있어 하나는

불법으로 간주된다. 또한 하나의 간판에는 오로지 한 개의 로고만 담을 수 있으 며, 조명 광고의 경우 조명이 깜박 혹은 움직임 혹은 스크롤되거나 여러 가지 밝기 를 띄어서 안 되고, 스크린을 이용한 광고를 건물 정면에 설치하는 것은 금지된 다. 한편 외국어로 표기된 간판의 경우 반드시 프랑스어 번역도 함께 간판에 들어 가 있어야 한다

2) 간판 종류에 따른 매뉴얼

① 수평간판(띠간판)

수평간판을 설치할 때에는 위의 그림에서처럼 건물 외벽으로부터 40센티미터, 간 판 설치대로부터 20센티미터까지 돌출되게 설치할 수 있다. 또한 간판 높이는 최 대 80센티미터까지 설치가 가능하다. 간판 디자인의 경우 설치되는 장소가 어디 냐에 따라서 허용되는 종류가 다르다. 파리 시는 간판 및 옥외광고 설치에 있어서 A에서 D까지 존을 나누고 별도로 금지구역을 두고 있어 총 5개의 존으로 나눈다. 가판 설치가 가장 까다로운 D존과 금지구역에서는 오직 글자와 기호를 양각으로 새긴 디자인만 가능하며, 간판 배경색이 설치대와 조화를 이루어야 한다. 반면 비 교적 설치가 관대한 A, B C 존에서는 거의 모든 디자인의 간판이 허용된다(표2, 그림5 참조).

상점 위치	간판 설치 위치
1층에 위치한 상점	건물 정면에 설치
1층과 2층을 함께 사용하는 상점	1층과 2층 사이 또는 2층에 설치
2층 이상에서 한 층만 상점으로 사용하는 경우	유리창 밖에 설치된 차양에만 설치 가능
건물 전체를 사용 하는 상점의 경우	1.판자 모양 지붕아래 생기는 삼각형 벽 2.꼭대기 중 가장 높은 곳

그림 5 프랑스 시 수평가판의 모습



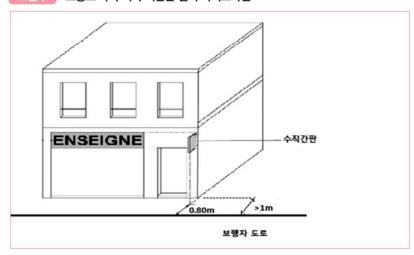


※ 출처 : 파리 시 간판 및 옥외광고 규정서

② 수직간판(깃발형 간판)

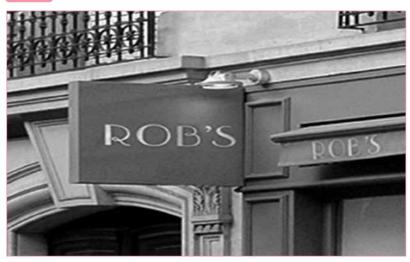
수직간판은 점포 정면 폭의 10분의1, 최대 1.5미터까지 돌출되게 설치할 수 있다. 또한 인도로부터 0.8미터 들여서 설치해야 하는데, 만약 인도의 폭이 1미터 이하인 경우 수직간판 설치는 허용되지 않는다.

그림 6 > 프랑스 파리 시 수직간판 설치 가이드라인



※ 출처 : 파리시 간판 및 옥외광고 규정서

프랑스 시 수직간판의 모습



※ 출처: 파리시 간판 및 옥외광고 규정서

③ 옥상간판

옥상간판은 상점이 한 건물을 모두 사용할 때에만 설치가 허용된다. 한 옥상에 최 대 2개까지 설치할 수 있고, 조명장치를 사용할 수도 있다. 그러나 간판 설치대는 눈에 보이지 않도록 해야 한다. 간판의 높이는 20m 이하 건물의 경우 건물 정면의 6분의1, 최대 2m까지 설치가 가능하고, 20m 이상 건물의 경우에는 건물 정면의 10 분1, 최대 5m까지 설치가 가능하다.

5. 결론

프랑스에서 간판의 관리집행은 기본적으로 각 지방자치단체에 있다. 간판의 설치 및 디자인 가이드라인을 정하는 것 역시 지자체의 몫으로, 환경부에서 제정한 국가 광고규정을 근간으로 해서 각 지방의 특성에 맞춘 지방광고규정을 정해 시행한다. 만약 지방광고규정을 제정할 수 없는 지역의 경우에는 국가광고규정을 그대로 적 용해 시행한다. 이러한 간판 관리 체계는 국가 전체적으로 어느 정도 통일성을 갖 추면서도 지방의 특성을 살릴 수 있는 장점을 갖는다.

그러나 이러한 체계가 너무 복잡하다는 의견도 많다. 주로 간판 제작과 관련한 사 업자들의 불만인데, 이들은 국가광고규정만으로도 이미 법이 상당히 까다로운데 이보다 더 복잡하고 까다로운 지방광고규정까지 두는 것은 이해할 수 없다는 의견 이다. 또한 간판 하나를 설치하려고 할 때, 그것을 설치하는 지역에 지역광고규정

이 적용되는지 국가광고규정이 적용되는지부터 확인해야 하는 등 과정이 번거로 운 것도 사실이다. 이와 관련해 프랑스 간판 및 표지판제작협회에는 간판관리 체계 의 개선을 도모하고 있는데, 앞으로 어떤 변화가 있을지 두고 볼 일이다. 😉

참고문헌

- ⊙ 옥외광고 규정 가이드, 프랑스 환경부, 2014
- 프랑스 법률 정보 제공 사이트 www.legifrance.gouv.fr
- ⊙ 프랑스 공식 행정 정보 제공 사이트 www.service-public,fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F24357
- ⊙ 프랑스 간판 및 표지판제막자협회 synafel www.synafel.fr
- 시사주간지 '폴리티스'
- ⊙ 파리시 간판 및 옥외광고 규정 가이드 next.paris.fr/pro/du-autorisations-d-occupation-du-domaine-public/reglement-dela-publicite-et-des-enseignes/rub_9554_stand_22739_port_23456

IIII Mission 04

생활형 간판 설치 디자인 마련; 예버시 사례를 중심으로



독일에서는 생활형 간판에 대해서 각 주와 시마다 따로 규정들이 운영되고 있다. 이 글에서는 대표적인 시인 예버시의 경우를 예로 들며, 예버시가 생활형 간판에 대해 세부적으로 허용방 식들을 규정하고 있어 광고 집행에 실질적으로 유용하게 활용하고 있음을 보여준다. 건물의 외곽과 도시경관을 보호하는 예버시 생활형 간판 디자인 가이드라인을 알아보자.

글 장성준 해외통신원 (독일 라이프치히 대학 커뮤니케이션학 박사과정)

1. 서론

일반적으로 독일 내에서 상가들의 입간판 설치규정은 0.5~1.0제곱미터까지 사 전 등록 없이 무료로 설치 · 운영이 가능하다. 일부 시에서는 상점 입간판이 도 시경관을 저해한다고 보고 허용범위를 제한하며 사전 등록제로 바꾸는 방안을 검토 중이긴 하지만 아직 명확하게 규정된 바는 없다.

독일의 특성상 주(州)와 시(市)마다 별도의 규정들이 운영되고 있기 때문에 본 보고서에서는 예버(Jever)시의 '예버시(市) 시내 옥외광고물 설치규정 개정안; 니더작센 주 건축법 §84에 의거함'(Begrundung zur Neufassung der Satzung der Stadt Jever zur Regelung der Außenwerbung in der Innenstadt gemaß §84 der Niedersachsischen Bauordnung; 2012년 개정안)을 통해 생활형간판 설치규정을 살 펴보도록 한다.

2. 예버시(市) 옥외광고물 설치규정

1) 계기. 목적과 규정의 목표

예버시(市)는 오래전부터 광고 설치에 대한 규정을 운영해왔는데, 이 법은 예버 시

내중심가 건물들의 역사적 외관과 도시의 매력요소들을 보존하는데 목표를 두고 있다. 특히 건물에 광고물을 설치하면서 건물 기존구조를 변경하는 것을 방지하 기 위해 광고설치규정을 제정, 운영하고 있다. 법령은 역사적 공간에서 광고공간 의 활용 촉진과 시민 및 방문객들의 미적요구를 충족하는데 필요한 균형을 유지하 는 역할을 담당하고 있다. 상점들과의 경쟁에서 더 크고 더 눈에 띄도록 유도하는 광고물을 설치하려는 자영업자들의 이익에 충분한 제한이 필요하다.

옥외광고물 설치제한 규정은 건축물의 손상을 방지하는 역할뿐만 아니라 미적기 주을 정하고 있다. 건축물에 광고물을 설치하는 것은 신중하고 주의 깊게 실행하 여 거리풍경과 같은 건물의 본질에 따른 시야보호를 유지하도록 해야 한다. 또한 디자인 제한을 통해서 현존하는 예외 항목들을 규제하는 것은 불가능하다. 광고 규정의 설립과 광고구조물 유형을 정립하는 것은 건물의 건축규정에 맞도록 점차 적으로 광고물을 설치하는 것을 목표로 한다. 1996년에 처음 제정된 예버시(市)의 옥외광고규정은 니더작센주의 건축법에 의거하여 결정되었다. 하지만 이 법을 시 행하는데 있어서 허용되는 광고시스템을 광고 투자사업 단위별로 제한하고 있어 실질적인 집행이 어려웠다. 2012년 규정안은 지역사회의 대표들과 도시 마케팅 및 협회 그룹의 '예버 활성화(Jever Aktiv)' 논의를 통해서 제정되었으며, 그룹 별 요 구를 최대한으로 반영했다. 특히 음식점들의 요구들을 적극적으로 고려하였다.

2) 적용범위

상점들의 광고물 설치범위는 개정을 통해서 과거에 비해 허용범위가 축소되었다.

3) 실제 적용범위(Sachlicher Anwendungsbereich)

실제적용범위는 '니더작센 주(州)건축법' \$50에서 규정하고 있는 범주와 준한다. 그 밖의 간판(das Schild)들에 대해서는 각각 다음의 규정에 따른다. 상호를 명시하 고 있는 간판은 새로운 규정에서 명시하고 있는 의미 내에서 적용된다. 상호간판 은 법에서 규정하고 있는 근거에 따라 크기와 그 밖의 규정들이 적용된다. 이는 집 이 구성하고 있는 외관에 영향을 미치지 않는 한도에서만 설치가 가능하다(그림 1 참조).

그림 1 > 상호간판의 예시







※ 출처: 에버시 옥외광고물 규정

또한 옥외광고물은 구획에 따라 규정이 적용되는데, 이번 개정안에서는 공공도로 와 차량, 공터의 특별사용 및 기념건축물의 광고물부착 규칙 등을 하나로 통합하 였다. 예버시(市)에는 보호 기념건축물들이 많이 있고, 니더작센 주(州)의 법에 따 라서 보호지역으로 정해진 장소들이 있다. 이러한 공간들의 인근에 상점의 광고 물을 운영하기 위해서는 별도의 승인이 필요하다.(그림 2 참조).

그림 2 기념건축물 인근의 광고판 운영 예시





※ 출처: 에버시 옥외광고물 규정

4) 광고운영을 위한 기본사항 및 예외조항(3 Grundsätzliche Anforderungen und Ausschlüsse für Werbeanlagen Gestaltung)

건축물의 광고물구조는 실제 건축물과 동일하게 건축 비율이 적용된다. 여러 상 점이 위치한 건축물에서는 광고물들의 연결이 가능하지만, 이는 허가된 지역에서

만 실시될 수 있다. 작은 크기의 간판(0.65 × 0.60미터)까지는 그 외의 장소에서도 가능하다(그림 3 참조)

그림 3 > 상호간판의 예시







※ 출처: 에버시 옥외광고물 규정

광고건축규정은 다양한 측면에서 고려된 사안이지만, 일반적인 원리로는 광고구 조를 건축물에 포함시키는 것이 전제이다. 광고물의 변경 또는 조명의 강도 조정 은 허용되지 않는다. 이는 건물이나 도로에 불필요하게 빛을 전송하는 것을 방지 하기 위함이며, 사람들에게 자극을 주는 행위 자체를 금하기 위함이다. 조명은 어 두운 상태에서 상호를 밝게 표시하는 것으로만 허용되며, 건축물 외관과의 조화 역시 고려되어야 한다. 조명색상은 색상변경(네온사인) 방식을 이용해서는 안 된 다. 네온사인의 사용은 외관의 전체적인 분위기를 저해하는 것이기 때문이다. 한 편 카페나 레스토랑의 야외운영(노천)이 가능해지면서 옥외광고로 사용되기 시작 했다. 이들의 야외운영은 허용되지만 과도한 광고운영이 도시의 미관을 저해한다. 또한 인접도로와 카페, 레스토랑의 구획을 위해 설치된 칸막이는 은밀한 광고형 식으로 사용되어 왔다. 따라서 야외서비스를 허용하는 한 기본주택의 목적에 부정 적인 영향을 미치지 않는 투명칸막이는 허용된다(그림 4 참조).

허용된 투명 칸막이 예시



※ 출처: 에버시 옥외광고물 규정

투명카막이는 인근 주택들과의 연결은 불가능하다. 이는 도시의 간결한 구조를

유지하기 위함이며 시각적으로 지면이 분리되지 않도록 인식되어야하기 때문이 다. 한편, 플래카드나 현수막의 설치는 일반적으로 금지되지만 승인을 통해서 설 치는 가능하다. 하지만 사람들에게 자극을 주거나 불안함을 유발하는 방식은 배 제되어야 하며, 주변의 경관들을 저해하는 색상은 불허한다.

5) 양식, 개수, 시행방식 및 크기(Arten, Anzahl, Ausfuhrung und Große)

건축물을 이용한 광고의 양식, 개수, 시행방식 및 크기를 규정하여 긍정적이고 구 체적인 건축물 운영을 장려한다. 다음의 사례들을 참조해야 한다.

① 평행광고구조물(Parallelwerbeanlagen)





②설명형 구조물(Ausleger)



③ 게시판형 광고물(Schaukasten)

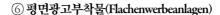


④ 독립형 종합광고구조물(freistehende Gemeinschaftswerbeanlagen)



⑤ 광고차양(Markisen als Werbetrager)







가판은 평면으로 건물외관의 2/3까지만 설치가능하며, 크기는 최소 0.60미터에서 7미터까지 설치가능하다(그림 5 참조)

그림 5 > 정면 간판 설치 예시



※ 출처: 에버시 옥외광고물 규정

⑦ 벽면 및 소형보드광고(Schaukasten und Tafeln)

벽면과 소형보드광고는 개정이전의 규정에서 광고구조물로 지정되지 않았기 때 문에 원칙적으로 운영이 불가능했다. 하지만 음식점이나 기타상업시설에서는 가 격명시에 대한 의무가 있어 상가 입구에 가격정보를 제공하고 이를 운영하고 있었 다. 이에 따라서 신규논의를 통해 지정된 크기를 허용하기 위한 방안을 모색했다. 요식업체들의 요구에 따라서 원칙적으로 1제곱미터를 초과하지 않을 경우 허용하 기로 했으며, 최대 2개까지 설치가능하다. 하지만 이 역시 건물 외관에 영향을 미 치지 않는 선에서만 가능하다(그림 6 참조).

그림 6 > 벽면 및 소형보드광고 예시





※ 출처 : 에버시 옥외광고물 규정

3. 결론

예버시(市)의 생활형광고 규정은 세부적으로 허용되는 방식들을 규정하고 있어 실제 광고 집행에도 유용하게 적용될 것으로 보인다. 독일의 옥외광고 설치 규정 에서 가장 강조하고 있는 것과 동일하게 건물의 외곽과 도시경관을 보호하기 위한 방법으로 주요내용들이 구성되어 있다는 것이 흥미롭다. 또한 한 상가나 기업이 활동함에 있어서 가장 유용한 광고매체가 '도시'라고 강조하고 있다는 사실도 눈 여겨볼 필요가 있다. 생활형간판은 작은 상점들이 밀집해있는 국내 상황에서 특별 하게 노출시키는 것이 일반적이지만, 간판이 난립하고 있어 도시의 특생은 사라 지는 것이 사실이다. 생활형간판 정비 사업에서 중요한 점은 지역에 대한 홍보가 자신들의 상권과 연관된다는 것을 강조하고, 그 이해를 공유하는 것이 아닐까 생 각해본다. 6

참고문헌

⊙ 예버시 시내 옥외광고물 설치규정 개정안

Mission **04**

지역에 맞는 맞춤식 디자인 관리; 솔트레이크시 사례를 중심으로



미국은 광역적인 가이드라인보다 지역사회 특징에 맞고 특정구역의 특성을 반영하는 생활형 간판 디자인 매뉴얼을 제작 및 배포하고 있다. 특히 솔트레이크 시의 경우 서부 개척 역사에 서 중요한 의미를 갖는 도시이기에 옛 모습을 보존하기 위한 다양한 노력을 기울이고 있다. 간판 디자인 또한 역사도시에 걸맞은 맞춤식 관리를 하고 있는 것이다.

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

생활형 간판은 소규모 자영업 점포에 설치되는 광고물을 의미한다. 영업장 건물 에는 전통적으로 다양한 디자인의 간판과 옥외광고물이 설치되어 왔고, 독특하고 눈길을 끄는 간판은 영업장의 매출에 큰 기여를 하기도 했다. 따라서 상점주들은 각자 영업장의 특색을 반영하는 개성 있는 간판을 제작하여 설치하려고 하지만 무분별하게 설치된 옥외광고물은 도시미관을 해치는 주범이 되기도 한다. 따라서 미국 내 대부분의 도시에서는 가판과 옥외광고물 디자인에 관한 규칙을 정해 놓고 있다. 본 보고서에서는 미국 내에서 생활형 간판이 어떻게 관리되고 있는지 현황 및 구체적인 관리 가이드라인을 미국 유타 주의 솔트레이크 시의 예를 통해 알아 보았다

2. 생활형 간판 디자인 관리 현황

1) 담당기관

현재 법으로 규정된 연방 정부 · 주 정부 차원의 간판 디자인에 관한 통일된 가이 드라인은 찾아보기 힘들지만 대다수의 지역사회에서 생활형 간판의 디자인 관하 조례를 정해놓고 있다. 따라서 생활형 간판의 디자인의 관리는 주로 시 정부(City Council) 차워에서 이루어진다.

2) 근거법령

생활형 간판 디자인 관리는 주로 시 의회에서 제정한 도시계획법, 도시구획 정비 법 등의 시 단위 조례에 의거한다. 미국 유타(Utah) 주의 주도인 솔트레이크 시 (Salt Lake City)의 경우 'Salt Lake City Zoning Ordinance'에 의거하여 생활형 간판 들의 디자인을 규제하고 있다. 미국 캘리포니아(California) 주의 데이비스(Davis) 의 경우 'City of Davis Citywide Development'에 의거하여 생활형 간판 디자인 매 뉴얼을 배포하고 있다.

3. 생활형 간판 디자인 가이드라인: 미국유타주 솔트레이크시

솔트레이크 시는 미국 유타 주의 주도로 인구 19만 1,180명 정도의 도시이다. 솔 트레이크 시는 미국의 서부 개척 역사에서 매우 중요한 의미를 갖는 도시이기 때문에 도심의 대부분을 역사적 거리(Historic District)를 지정해서 옛 모습을 보 존하기 위한 다양한 노력을 기울이고 있다.

1) 명칭과 적용 대상

① 명칭

역사적 거리 간판 디자인 가이드라인(Design Guidelines for Signs in Historic Districts)

② 제작

솔트레이크시 정부 (Salt Lake City Council)

③ 적용 대상

본 디자인 가이드라인은 솔트레이크 시의 역사적 거리에 위치한 건물 외관의 생 활형 간판만을 대상으로 한다.



2) 주요 가이드라인

- 일반적으로 적합한 간판(Generally Appropriate Types of Signs)
- 설치에 적합하지 않은 간판(Generally Inappropriate Types of Signs)
- 가판 설치 시 필요한 가이드라인 20개를 정리하였다

① 가이드라인 1

간판은 설치된 건물의 건축 구성요소들을 보존, 보완하거나 강화해야 한다. 건물 의 중요한 건축 구조물을 가리거니 훼손하는 것을 삼가야 한다.

②가이드라인 2

건물 외벽과 조화를 이루는 가파을 설치해야 한다. 새로운 가파을 설치할 경우 기 존에 설치된 가팎과 조화를 이루도록 설치해야 한다. 가팎은 건물의 크기에 비례 하여 제작 및 설치되어야 하고 건물 외관을 압도하는 간판 설치는 지양해야 한다.

③ 가이드라인 3

해당 건물의 간판 설치에 대한 마스터플랜을 제작해야 한다. 이는 하나의 건물에 다수의 영업장이 위치할 경우에 특히 중요하다. 마스터플래은 간판이 설치될 위 치, 개수, 크기 등을 포함해야 한다. 이러한 마스터플랜은 서로 통합된 느낌의 건 물 외관을 만드는데 일조를 한다.

④ 가이드라인 4

간팎은 건물의 크기와 비율에 맞게 제작되어야 한다 건물 외벽의 20% 이상을 가 리는 간팎은 지양해야 한다.

⑤ 가이드라인 5

간판은 건물의 전체 구성요소 중 하나로써 디자인 되어야 한다. 간판은 건물 외벽 의 건축적 특징을 잘 살리는 위치에 설치되어야 하며 간판 형태는 거리에서 보았 을 때 건축물과 조화를 이루어야 한다.

⑥ 가이드라인 6

간판은 보행자를 타깃으로 제작되어야 한다. 도보에서 간판을 보았을 때 간판을 읽을 수 없거나 보행자의 눈높이보다 지나치게 높은 곳에 설치되는 것을 지양해 야 한다 가파은 보했자의 시선을 끄는 위치에 설치되어야 한다

⑦ 가이드라인 7

간판은 건물의 창 배치를 고려하여 설치되어야 한다. 또한 건물의 돌출된 벽기둥 등의 구조를 고려하여 설치되어야 하며 돌출된 간판은 건물의 창문이나 건축 구 조물을 가리지 말아야 한다.

⑧ 가이드라인 8

빌딩 내의 다수의 간판들은 건물의 출입구 외관에 설치되어야 하고 보행자들이 도 보에서 바라보았을 때에 적절한 높이에 설치되어야 한다.

⑨가이드라인 9

건물의 상위 층에 설치되는 가파은 그 수를 제한해야 한다. 일반적으로 도보 높이 에서 20피트 이상의 위치에 가파을 설치하는 것을 지양해야 한다. 상위층에 설치 되는 간판의 조도 또한 지상 층에 설치된 간판의 조도보다 밝아서는 안 된다.

⑩ 가이드라인 10

돌출된 간판은 그 튀어나온 정도를 최소화해야 하며 보행에 지장을 주지 않아야 하다.

⑪ 가이드라인 13

간판의 조명은 건축물과 구획 내의 전반적 분위기와 조화를 이루는 선에서 이용 되어야 한다 가파의 조명이 건축물의 외관을 압도해서는 안 된다 비간접 조명 을 사용하는 것을 권장한다. 조명의 색과 강도는 건물 및 간판과 조화를 이루어 야 하다.

② 가이드라인 14

간헐적으로 깜박이거나 플래시 조명을 사용하는 것을 지양해야 한다. 간판의 조 명으로 인해 보행자들의 시야가 제한되거나 가시범위를 제한시켜서는 안 된다.

⑬ 가이드라인15

간판 조명장치가 건물의 건축구조물을 손상시키거나 가려서는 안 된다.



⑩ 가이드라인16

광워이 직접적으로 노출되어서는 안 되며 적당한 투과성을 지닌 재료로 커버되어 야 한다. 및 번집이 심하거나 후광효과가 강한 조명을 사용해서는 안 된다.

⑤ 가이드라인17

네온 조명은 선택적으로 사용해야 한다. 네온사인이 건물의 외관에 지배적인 영 향을 끼쳐서는 안 된다.

⑩ 가이드라인19

내부 조명을 이용하는 경우 단어 하나 당 개별적인 내부조명을 사용해야 한다. 넓 은 면적의 패널 사인에 전체적인 내부 조명을 사용하는 것은 권장되지 않는다. 플 라스틱이나 비닐 소재로 패널 간판을 제작 설치하는 것을 지양해야 한다. 내부 조 명을 이용하는 경우 그 색은 백색으로 제한한다.

⑰ 가이드라인20

가판의 색은 건물의 색과 조화를 이루도록 한다. 일반적으로 강조 색을 제외하고 는 3개 이상의 색을 하나의 간판에 사용하는 것을 지양해야 한다. 간판에 이용되 는 색은 눈에 띠고 간판의 메시지를 효과적으로 전달할 수 있어야 한다.

® 가이드라인 21

강한 원색은 강조를 위해서 사용되어야 하고 과도하게 사용되는 것을 지양해야 한다. 또한 지나치게 넓은 면적이 흰색 또는 크림색으로 칠해지는 것을 지양해야 한다 워색은 드물게 사용하여야 한다

⑩ 가이드라인 22

글자체와 글자 크기는 건물의 외관과 화합되도록 선정해야 한다. 간판 내의 글자 는 차도가 아닌 도보에서 보았을 때 일정 수준 이상의 가독성을 갖는 글자체와 글 자 크기로 제작해야 한다.

② 가이드라인 23·24

역사적 거리와 해당 건물의 특성에서 지나치게 벗어나는 내용을 포함하는 간판은 지양해야 하며, 기업의 로고나 대표 색은 건물의 디자인과 잘 화합되고 건물을 압 도하지 않도록 캐노피, 지붕 구조물 등에 한정하여 설치되도록 한다.

3) 행정 절차

구역내의모든간판은 Salt Lake City Zoning Ordinance 규정에따르고 또한 'Certificate of Appropriateness' 인증을 받아야 한다.

4. 결론

미국의 경우 광역적인 가이드라인보다 지역사회의 특징에 맞고 특정 구역의 특 성을 반영하는 생활형 간판 디자인 매뉴얼을 제작 · 배포하고 있다. 따라서 국내 에서 관광 지역, 상업 지역, 녹지 및 공원 지역 등 지역의 특성에 맞는 가이드라 인을 제작해서 간판을 관리한다면 지역의 특성에 부합하는 간판 관리가 가능할 것으로 생각된다. 서울의 인사동 및 북촌과 전주의 한옥마을 등에서 영업장들이 자체적으로 한글만을 이용한 간판을 제작하여 설치해서 그 지역의 아이덴티티 를 공고히 하는 것에 일조하듯이 지역의 특성에 맞는 맞춤식 디자인관리가 필요 하다 💪

참고문헌

- ⊙ 미국 솔트레이크시티 (Salt Lake City) Historic District Sign 가이드라인
 - www.slcdocs.com/planning/projects/historicpreservationupdates/signguidelines12.8.11.pdf
- ⊙ 미국 데이비스 시 간판 디자인 가이드라인

www.cityofdavis.org/home/showdocument?id=1779



주변 경관과 조화 이루는 가파 디자인



호주의 생활형 간판 디자인은 각 지방자치단체가 자율적으로 제정한 자치단체 규정에 의해 디자인과 설치가 규제된다. 이에 따라 주변 전망과 환경에 조회를 이루어야 한다는 점은 공통 적이지만, 여러 지방자치단체가 자기 실정과 지역적 특성에 맞춰 제각각 생활형 간판 디자인 규정을 두고 있다.

글 _ 이대원 해외통신원 (호주 퀸즈랜드 주 보건복지부 담당)

호주에서 생활형 간판의 디자인은 주정부가 제정하는 주법과 각 지방자치단체가 제정하는 조례에 의해 규제된다. 이에 따라 생활형 간판에 대한 규제 내용은 각 주 그리고 지방자치단체에 따라 별도의 규정이 적용되며 전국적인 단일 규제는 존재 하지 않는다. 호주에서는 주정부 소유의 토지인 공공토지와 사유지의 생활형 간판 디자인 가이드라인이 다르다. 본 보고서에서는 호주 뉴사우스웨일즈 주의 살리스 버리 시와 포트필립 시, 빅토리아 주 멜버른 소재 데어빈 시의 사유지 및 공유지의 생활형 간판 설치 가이드라인에 대해 알아보았다.

2. 호주 뉴사우스웨일즈 주 살리스버리 시

생활형 간판 규제는 각각 지방의 실정에 맞게 '생활형 간판 디자인 매뉴얼'을 제작 하여 광고주에게 안내하고 있다. 호주 뉴사우스웨일즈 주 살리스버리 시의 생활형 간판 디자인은 다음의 사항을 준수하여야 한다.

· 단순하고 명확하며 간결한 언어, 상징, 레이아웃 등을 표현해야 하며, 사용되는

색상 역시 한정적이어야 한다.

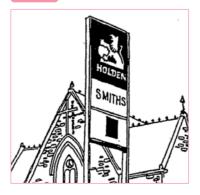
- 주변 환경에 맞는 크기와 위치에 설치되어야 하며, 인접한 지역 혹은 건물의 외 양을 가리지 않아야 한다.
- •광고 설치를 위해 사용되는 지지대 등 보조 장치는 최대한 보이지 않도록 은폐 하여야 하다
- · 동일한 건물, 지역에 설치되는 광고는 통일된 색상, 스타일을 이용하여 일관된 테마를 제공할 수 있어야 한다.
- ㆍ제작에 사용되는 재질은 고급품을 사용해야 하며, 항상 고품질의 상태가 유지되 도록 유지 보수에 힘써야 한다.
- 주변 환경(나무 등)의 전망을 방해하여서는 안 된다.

1) 생활형 간판의 크기와 설치 위치

생활형 간판이 설치되는 건물과 조화를 이룬 예



그림 2 → 생활형 간판이 주변 건물과 환경에 어울리지 않는 예



2) 건물에 부착되지 않은 생활형 광고

- 한 건물 당 한 개의 광고판만 설치가 가능하다.
- 다른 광고물과 디자인 형태 등에 있어서 일관성을 주어야 한다.

그림 3 > 설치의 좋은 예



※ 정돈되고 통일된 디자인으로 간판이 설치되어 있다.

설치의 나쁜 예



※ 전개와 디자인에 일관성 및 통일성이 없으며, 상점이 입주한 빌딩의 이름이 맨 위에 표시되어 있지 않다.

3. 뉴사우스웨일즈 주 포트필립 시

거리에 설치되는 벤치 등 스트리트퍼니처(Street Furniture)는 문화재 보존지구가 아닌 장소에서는 별도의 허가가 필요하지 않다. 하지만 상업적 목적으로 설치되는 스트리트퍼니처는 설치 위치와 디자인이 시 조례로 규제된다.

상업적 목적의 광고와 단순히 사업장의 위치를 알리려는 목적으로 설치하는 안내

판을 구별하기는 쉽지 않다. 단순히 사업장의 위치를 알리는 알림판의 경우 광고로 규제되지 않는 경우가 있다. 한편 상점 전면 유리면적의 20%를 초과해 설치되는 광고의 경우 규제 대상이 되나 이를 규제하기는 쉽지 않다

1) 스트리트퍼니처

스트리트퍼니처는 버스 정거장, 노천카페 주위의 가림막, 휴지통, 공중전화 부스 등을 이용한 광고이다. 설치와 관련한 허가 절차는 아래와 같다.

- · 문화재 보존구역 중 일반인과 지역거주민에게 공개된 장소 : 설치 불허
- · 문화재 보존구역 중 상업지구에 속하면서 주요 도로에 연결된 지역:설치 불허
- · 문화재 보존구역 중 상업지구지만, 주요 도로에 연결되지 않은 지역: 설치 허가 검토
- · 일반 지역 중 대규모 생활편의시설에 인접한 지역:설치 불허

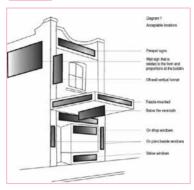
이외의 지역은 시 광고심의위원회의 결정에 따라 생활형 간판의 설치가 허가될 수 있다.

2) 생활형 광고와 주변 경관

생활형 광고는 다음의 사항을 고려하여 디자인 및 설치되어야 한다.

- · 주변 문화재, 빌딩, 그리고 경관을 보호해야 한다.
- · 교통흐름 및 교통신호의 조망을 방해해서는 안 된다.
- · 광고판은 건물의 높이 혹은 외곽선 이상의 위치에 설치되어서는 안 된다.
- · 광고판은 중요한 도로 표시, 공공장소를 가려서는 안 된다.





광고가 설치되어서는 안 되는 위치



3) 건물 외벽에 설치되는 광고

10미터 이상의 벽면에 설치되는 간판의 경우 다음의 조건을 만족할 경우 설치가 허 가될수있다.

- •전체 벽면의 10% 이상의 면적을 점유하지 않으면서 3층 이상의 높이에 설치되 지 않는 경우
- · 광고판과 광고판 지지대가 빌딩 벽면으로부터 30센티미터 이내에 설치되 는 경우
- · 측면에 설치되는 경우 최대한 건물 정면에 가깝게 설치된 경우
- · 상업적 용도의 광고
- · 문화재 보존지구에 위치하지 않은 경우

4) 창문이용광고물(Window advertisement)

창문이용광고물은 권장되지 않는다. 특히 1층에 위치한 건물의 창문에 설치되는 광 고는설치 금지를 원칙으로 한다. 다만 유리에 직접 쓴 글씨, 유리 뒷면에 지지대를 설 치하여 위치한 광고의 경우 허용될 수 있다.

5) 빌딩 전면 혼은 후면에 부착되는 광고

- · 빌딩 전면 혹은 후면에 부착될 수 있는 광고는 7미터 이상의 높이에는 설치될 수 없다.
- · 빌딩에 부착되는 광고는 지면으로부터 최소한 2.7미터 이상의 높이에 설치되 어야 하다

6) 네온사인 광고(Illuminated & Animated Signs)

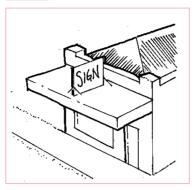
- · 문화재 보존지구에서 네온사인 광고는 금지된다.
- 광고에 사용되는 빛은 광고를 표출하기 위한 목적으로만 사용되어야 하면, 다 른 지역에 빛이 도달하는 면적은 최소한도로 유지되어야 한다.
- · 움직이는 영상 등은 사용할 수 없다.
- 전기 공급에 사용되는 일체의 설비 및 장비는 노출되어서는 안 되며, 부득이한 경우 빌딩의 색상에 맞춰 도색되어야 한다.

4. 빅토리아 주 멜버른 소재 데어빈 시

1) 베란다 위에 설치되는 광고

- · 지면으로부터 3 7미터, 빌딩 벽면으로부터 0 3미터 이내에 설치되는 광고
- ·설치허가여부: 베란다 위에 설치되는 광고는 권장되지 않으며, 빌딩의 사용 목 적에 비추어 필요한 경우 검토될 수 있다. 즉, 병원 등에 설치되는 광고 등으로 사용된다.
- · 광고 형태: 그림 7 참조





2) Animated or Flashing Signs

- · 메시지 혹은 화면이 움직이는 광고
- · 설치허가여부 : 보행자의 시선과 다른 주변 경관의 경치를 방해함으로 설치가 권 장되지 않는다.
- · 광고 형태:그림 8 참조

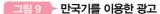
메시지 혹은 화면이 움직이는 광고

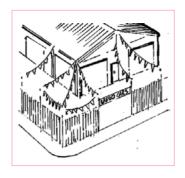


3) Bunting Sign

- 만국기를 이용한 광고
- · 설치허가여부: 권장되지 않는다.

· 그림 9 참조



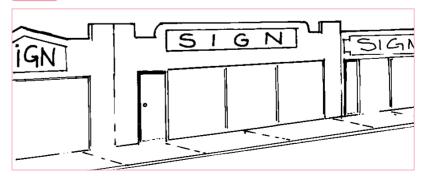


4) 사업장 광고

사업장 소재지를 알리는 것을 주목적으로 하는 광고. 비즈니스 이름, 주소, 사업종 류,로고등을 포함함.

- 설치허가여부
- 지구단위 개발 계획에 저촉되지 않는 경우
- -불필요하며 반복적인 내용이 기재되지 않은 경우
- -사업자에 대한 정보를 제공할 뿐, 제품에 대한 정보는 제공하지 않는 경우
- -사업자가 위치한 건물에 설치되는 경우
- 광고가 설치되는 건물 위치의 30% 이상을 점유하지 않는 경우
- 건물 외벽에서 30센티미터 이내에 설치
- · 광고 형태 : 그림 10 참조

그림 10 - 사업장 소재지 광고



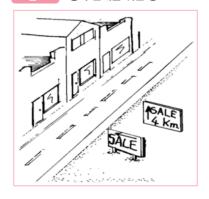


- 0.3제곱미터 내의 크기로, 차량이나 보행자에게 사업장으로의 위치를 안내하기 위해 설치된 광고판이며 상업적 목적의 정보가 포함되지 않아야 한다.
- ·설치허가여부: 지구단위 개발 계획에 저촉되지 않는 경우에 한 업체 당 2개 까 지 허용. 위치 정보만을 제공할 뿐 제품에 대한 정보는 제공하지 않아야 함.

6) Promotion Signs

- 18제곱미터 내의 면적에 제품, 서비스 혹은 행사 등의 안내를 위해 제작한 광고
- ·설치허가여부: 프로모션 광고는 권장되지 않는다. 이런 형태의 광고는 제품 혹 은 사업장의 위치에 대한 적절한 정보가 누락돼 있는 경우가 많고, 대부분의 경 우 보행자의 시선에 방해가 되기 때문이다. 다만 부동산 등의 판매 광고, 제품 혹은 서비스가 판매되는 바로 그 장소에 설치되는 경우 허가될 수 있다. 부동산 광고의 경우 8m를 초과할 수 없으며, 사업장 소재지에 설치되는 경우 2m를 초 과할 수 없다. 부동산 판매 광고의 경우 1km 이상의 거리를 둔 상태에서 최대 2 개까지 허용된다.
- · 광고 형태: 그림 11 참조

그림 11 🤝 행사 안내를 위한 광고



7) Sky Sign

- · 건물 지붕에 설치된 광고로서, 지상으로부터 7m 이내에 설치되는 광고
- · 설치허가여부 : 권장되지 않음.
- · 광고 형태 : 그림 12 참조

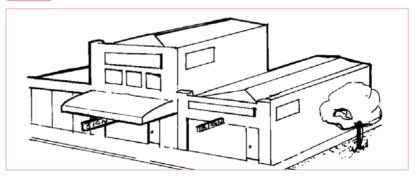
그림 12 - 지붕에 설치된 광고



8) Under Verandah & Verandah Fascia Signs

- 건물 베란다 아래에 설치되는 광고
- 설치허가여부
- 지면으로부터 2.4미터 이상인 높이에 설치되는 경우
- 내부 전원을 이용하여 조명 사용 가능
- 높이 0.5미터, 폭 0.3미터 이내의 크기 시 설치 가능
- 광고 형태 : 그림 13 참조

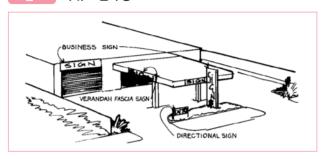
그림 13 > 건물 베란다 아래에 설치한 광고





- 주유소에 설치되는 각종 광고의 면적은 최대 30제곱미터를 초과해서는 안 되 며, 가격 아내파은 2미터 이내의 높이에서 한 개만 허용된다.
- · 광고 형태 : 그림 14 참조

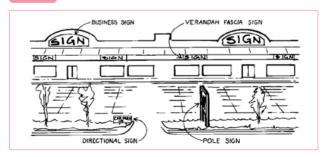
그림 14 > 주유소 설치 광고



10) 상점가에 설치되는 광고

- · 한 점포 당 허용되는 광고의 면적은 12제곱미터이며, 다른 상가와 연결되지 않 은 단독 상가의 경우, 전면 길이가 40미터를 초과하는 경우 최대 20제곱미터까 지 허용된다.
 - 상점가의 경우 6미터 높이의 폴(Pole)에 최대 3제곱미터의 광고를 통해 사업장 안내를 할 수 있다.
 - 광고 형태 : 그림 15 참조

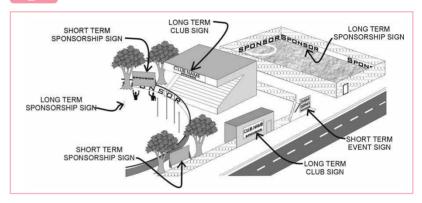
그림 15 - 상점가 설치 광고



11) 시 소유 공유지에 설치되는 간판(체육시설, 근린공원 등)

- · 장기 혹은 단시 스폰서 광고를 다음과 같은 위치에 설치할 수 있다.
- · 광고 형태 : 그림 16 참조

그림 16 - 체육시설에 설치하는 간판 예

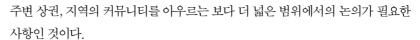


5. 결론

위에서 살펴본 바와 같이 호주의 생활형 간판 디자인은 각 지방자치단체가 자율 적으로 제정한 자치단체 규정에 의해 디자인과 설치가 규제된다. 이에 따라 여러 지방자치단체가 자기 실정과 지역적 특성에 맞춰 제 각각 생활형 광고 디자인에 대한 규정을 제정하고 있지만, 아래의 사항은 대부분 지역이 공통적으로 적용하 고 있는 것으로 보인다.

- · 문화재 보존지구 내 생활형 광고 금지
- · 네온사인 등 점멸식 광고 금지
- · 빌딩 외부에 광고가 허용되는 위치 지정
- 광고판의 크기 및 지상으로부터의 높이 관련 규정 존재
- · 주변 환경과의 조화를 중시하며, 광고로 인해 주변 조망 및 인접 건물의 외양을 가리는 것을 금지

이와 같은 호주의 생활형 간판 관련 규제 원칙 중에서 특히 주목할 점은 인근 지역 전체를 대상으로 일관된 테마를 제공할 것이 요구된다는 점으로써, 호주의 생활 형 간판은 단순히 건물주, 혹은 상가 임차인과 지방자치단체 간의 문제가 아니라



또 하나 특이한 점은 생활형 간판의 규제 대상은 건물 외부에 부착하는 광고뿐만 아니라, 건물 내 진열장 내부에 설치되는 광고까지 확장시킨 것으로서, 일부 지역 의 경우 외부에서 상점 내의 조망이 확보될 수 있도록 최대 20% 하도 내에서만 유 리 진열장을 사용할 수 있도록 한 점이다.

이처럼 호주식 생활형 간판 규제는 한국에 바로 적용하는 데 있어 다음과 같은 사 항을 유념해야 할 것으로 보인다. 호주와 한국의 도시 형태가 매우 다르다는 점 과 함께, 특히 한국에서는 음식, 숙박 등 서비스 업종의 경쟁이 매우 치열하다는 점을 인식할 필요가 있다. 이와 같은 경쟁 심화로 인해 생활형 간판 디자인이 점 점 더 자극적인 것으로 변화하고, 크기 역시 대형화하며, 경우에 따라 네온사인 등 보행인의 시선을 방해하는 생활형 광고가 증가하는 점 등을 감안해야 할 필요 가 있을 것이다.

디자인과 관련하여서는 호주의 경우 주변 전망과 환경에 조화를 이루어야 한다 는 점을 강조하기 때문에 색상과 글씨 폰트, 크기 등에 대범한 변화를 주기 어려 우 점이 있고, 단순하고 간결한 정보 전달 중심의 광고가 오래 기간 동안 생활형 광고의 주된 디자인이었던 이유로 소비자들이 복잡하고 현란한 광고에 오히려 거부감을 보이는 경향이 있다. 특히, 주변 경관과의 조화라는 다소 주관적인 규제 에 대해 대부분의 시민, 업주들이 상식적인 선에서 타협하고 인정하는 자율적 자 기 규제가 존재하는 등 명시적인 규제와 더불어 지역시민과 커뮤니티가 함께 참 여하는 전통이 자리 잡고 있는 점은 한국에 시사하는 바가 크다고 보인다.

한국에서는 간판개선사업이 각 지방자치단체의 주관으로 많은 긍정적인 효과를 내고 있으나, 간판개선 사업이 디자인의 다양성 측면에서 다소 획일화 된 느낌을 준다는 점, 그리고 지역 상권을 포괄하는 전체적인 도시 디자인 레이아웃이 부재 함으로써 도시 전체의 이미지를 고려하는 보다 더 넓은 범위에서의 생활형 광고 디자인이 어렵다는 점 등은 향후 개선되어야 할 것으로 보인다. 이를 위해 호주 의 커뮤니티 중심형, 생활형 광고 디자인 자율규제 방식은 한국 생활형 간판 디자 인에 시사하는 바가 있을 것이다. 📞

참고문헌

⊙ Outdoor Advertising Policy and Guidelines in Australia (2001.1.), Department of Sustainability and Environment

IIII Mission **04**

옥외광고 및 간판표지 관리규정으로 생활형 간파 관리



중국에서는 각 지역마다 특생에 걸맞은 간판 제작 제도와 매뉴얼을 자체적으로 제정하여 시행하고 있지만, 아직까지 소규모 상점은 따로 매뉴얼이 없다. 각 지역의 옥외광고와 간판 표지 관리규정이란 큰 범위의 규정을 통해 소규모 상점의 간판을 관리하고 있다. 그러나 관 련 법령 및 규정으로 엄격한 통제를 받고 있는 건 사실이다.

글 **이지행** 해외통신원(중국 남개대학교 주은해정부관리학원 박사연구생)

1. 서론

중국의 간판제작 디자인 매뉴얼은 각 지역마다 특색에 걸맞은 제도 및 매뉴얼을 자체적으로 제정하여 시행하고 있다. 하지만 조사결과 아직까지 소규모 상점의 간판 제작을 별도의 매뉴얼로 지정하여 시행하고 있지 않고 있으며, 각 지역의 옥외광고 및 간판표지 관리규정이란 큰 범위의 규정을 통해 소규모 상점의 간판 을 관리하고 있는 실정이다.

본 보고서는 중국의 여러 지역 중 관리규정이 비교적 엄격한 북경시를 예로 들 어 중국 간판제작에 대한 규제 및 규정을 통해 간접적으로 중국의 간판제작 매뉴 얼을 분석하고자 한다. 따라서 '북경시 옥외광고 및 간판표지 관리규정', '북경시 간판표지 설치관리규정'을 통해 중국의 간판제작에 대한 전체적인 틀을 분석해 보고, '북경 창평구 옥외광고 및 간판 표지 실행계획'을 통해 세분화(색상, 재료 등)된 간판 관리매뉴얼을 알아보고자 한다. 마지막으로 '북경시 시 미관환경위 생조례'를 통해 법률책임, 즉 위반 시 가해지는 법률상 책임을 알아보고자 한다.

2. 본론

1) 관리주체(북경시 옥외광고 및 간판관리 관리규정)

'북경시 옥외광고 및 간판관리 관리규정' 제3조를 살펴보면 중국의 간판은 해당 시 정부 행정관리 위원회에서 옥외광고 및 간판시설의 허가 및 관리감독을 실시한다 고 명시하고 있다. 아울러 옥외광고 및 가파설치의 모든 계획은 시의 햇젓관리위 원회, 교통관리, 공상, 원림, 공안교통관리부가 제정하며 시의 인민정부는 이를 허 가한 후 실시한다(제4조). 또한 옥외광고 및 간판표지 시설의 표준은 시의 시행정 관리위원회가 소속된 시 행정관리부가 제정한다

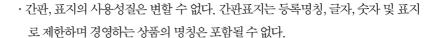
2) 설치준칙

옥외광고 및 가판 표지의 설치는 본 시의 옥외광고 설치 안전기술 표준에 부합해 여 하다(제7장) 옥외광고 및 간파표지설치는 도시미관표주, 의식강화, 고품격 창 의성, 높은 기술력, 고품질 재료, 높은 수준의 작업능력 등의 요구치에 부합하여 도 시미관의 수준을 높여야 한다(제8장).

3) 간판관리

간판의 설치는 다음 아래의 규정에 부합해야한다(제28조).

- ·설치되는 간판표지는 건축물 문미(門楣)혹은 지붕 끝 이하, 간판의 무게 및 크기 는 건축물 주위 화경과 조화를 이루며 도시의 미관과 밝기 등의 시각효과를 동시 에 고려해야 한다.
- 간파표지는 워칙상 하나의 상점에 한 개의 간파을 설치하는 것이며, 특수한 상황 인 경우라도 하나의 상점에 두개 이상의 간판을 설치할 수 없다.
- · 북경시내의 장안가 및 기타(서우강 동문에서 퉁저우(通州) 동관대교), 천안문광 장, 중남해(中南海), 고궁, 댜오위타이 구역 등 범위 내 건축물, 구조물 및 국가당 정기관, 문물보호단위, 외국대사관, 영사관, 국제조직북경기구 구조물 등에는 간 판을 설치할 수 없다.
- · 본 회사(단체)의 자유공간 혹은 임대한 건축물 규제지역 외 장소 및 공간에는 간 파을 설치할 수 없다



가판 및 표지설치를 신청할 경우 서면상 신청하며 설치할 수 있는 자격증명, 색감 효과도, 방향안내도, 사용권증명서, 안전설치를 증명할 수 있는 관련 재료를 제출 해야 한다.

4) 간판명칭 및 구조물 명칭 표기 규정(북경시 간판표지 설치관리 규정)

북경시 간판표지 설치관리 규정에는 대표적으로 제8조와 제9조가 있다. 제8조에 서는 "상점명칭 간판표지 및 건축물 명칭 간판표지는 관련규정 혹은 전통관습에 따라 설치되어야 하며 건축물 처마 끝 아래, 저층 문미(문틀 위에 가로로 대는 나 무)위의 방향, 건축물의 거리와 가까운 방향의 벽면 위 혹은 건축물 옥상에 설치한 다"고 되어있고, 제9조에서는 "상점명칭 간판표지 및 건축물 명칭 간판표지의 중 량과 규격은 건축물 크기와 비교해 볼 때 적당해야 하며 아래의 규정에 부합해야 한다"고 명시하고 있다.

- 벽면에 설치되는 간판표지는 벽면의 전체 면적 20%를 넘어서는 안 되며 벽면 가 장자리를 초과해서는 안 된다.
- · 같은 건축물 벽면에 설치되는 간판표지의 높이, 크기 규격 등은 건축물과 조화를 이루어야 하다.
- · 같은 도로 혹은 같은 거리와 인접한 건축물 상에 설치되는 간판표지는 형식, 무게, 색상, 등광 효과 등 모두 해당 지역의 미관과 조화를 이루어야 한다.
- · 대대로 내려오는 전통 상업가게의 현판은 전통역사 양식과 부합해야 하며 체인점 일 경우 통일된 양식으로 설치한다.
- · 건출물 옥상에 설치되는 간판표지는 '독자체'의 형식으로 다음의 요구에 부합해야 한다. 독자체는 '합체자'와 구별하여, '木', '止' 등의 글자처럼 다시 다른 글자로 나 눌수 없는 한자를 가리킨다.
 - -4미터 이하의 건출물 옥상에 설치되는 독자체의 간판은 고도 0.5미터에서 1미 터 사이로 설치를 규제한다.
- 4미터에서 12미터 사이의 건축물 옥상의 설치되는 독자체 간판은 고도 1미터에 서 1.5미터 사이로 설치를 규제한다.

- 12미터에서 18미터 사이의 건축물 옥상에 설치되는 독자체 간판은 고도 1.5미터 에서 2미터 사이로 설치를 규제한다.
- 18미터 이상 고층 건축물 옥상에 설치되는 독자체 간판은 고도 2미터에서 3미터 사이로 설치를 규제한다. 아울러 건출물의 명칭도 규제대상에 포함된다.
- 독자체 아랫부분에서 건축물 옥상의 수직거리는 독자체 길이의 2분의 1 내로 규 제하다

5) 북경 창평구 옥외광고 및 간판 표지 실행계획

간판에는 상점의 명칭, 숫자와 표지를 나타낼 수 있으며, 상업적인 내용은 간판에 담을 수 없다. 부가적인 상업홍보 내용은 '북경시 옥외광고 설치 관리조치'의 집행 규정을 따른다. 간판의 설치는 비교적 단정하고 통일되어야 한다. 간판의 설치는 정상적인 생활, 교통, 주민의 생활에 부정적인 영행을 미쳐서는 안 된다. 관련규정 혹은 전통적인 관습에 따라 1층 문지방 위, 2층 창문틀 아래, 간판과 지표면과의 고도는 3미터 보다 작아서는 안 되며 간판의 윗부분은 처마를 통과할 수 없다. 건 축물 옥상부분은 건축물을 알리는 간판이외, 어떠한 형식의 간판표지도 설치될 수 없다. 상점명칭의 간판표지와 건축물을 알리는 간판표지의 무게, 규격은 건물물 의 크기 및 형태와 비교적 부합해야 한다.

①색상및재료

가판의 색상은 건축물의 색상, 건축양식과 조화를 이뤄야 한다. 우아하고 독특 한 풍격을 나타내야 하며 큰 면적의 단색은 사용될 수 없다.

간판의 글자와 배경색상 역시 대비되어야 한다. 배경은 보통 흰색, 베이지색 등 단아하고 우아한 색을 사용해야 하고 간판의 글자는 등황색, 검 붉은색, 짙은 녹 색 등 비교적 튀지 않고 안정된 느낌을 주는 색을 사용한다. 만약 간판의 배경색 을 어두운 색으로 사용할 경우 글자는 밝은 빛이 나는 색으로 제작해야 한다. 하 지만 포화도가 높은 색상의 사용은 피해야 한다.

간판 배경색을 연한 색으로 사용할 경우 글자는 저명도 색상으로 제작해야 한 다. 간판의 야간 조명 효과를 높이기 위해 조명간판이 정지상태일 경우 따뜻한 느낌을 주는 색상 위주로 사용해야 한다. 조명간판 설치에 필요한 전기기구(전 기선, 콘센트 등)는 간판의 처마 끝, 베란다 등의 시설에 보이지 않게 설치하여 조명간판 사용 시 보이지 않게 해야 한다.

건축 간판 시설은 신재료, 신기술, 예를 들어 석재, 유리섬유강화 플라스틱, 알 루미늄, 아크릴판 등 우수한 재료를 사용해야 하며, 내구성 및 지속성을 가지고 있어야 한다. 건축색상 및 외부재질은 금속판, 알루미늄 플라스틱, 석재, 페이싱 (facing), 막대 걸이판 등 동일한 간판이어야 하며 원래의 건축물과 조화를 이루 어야 한다.

② 글자

간판의 글자는 국가규범의 언어 및 문자 순서배열 규칙을 준수해야 한다. 아울러 대대적인 내려오는 상점의 간판은 전통관습규범에 따라 제작된다.

간판의 글자는 간단하고 빨리 이해할 수 있어야 하며 상점의 고유 업무와 부합해 야 하고 예술성을 겸비하며 영문 혹은 병음 등 알파벳 형식에 부합해야 한다.

간판 글자의 전체 높이 : c, 간판높이 : C 라고 할때 1/3≤c/C≤3/5를 만족시켜야 하다.

③ 법률책임(북경시 시 미관환경위생 조례)

기관, 단체, 군부대, 학교, 기업과 사업단위 및 기타 조직이 제작하여 사용하는 간 판은 본 시의 간판표지 설치 규정에 부합해야 하며 위치, 무게, 수량 등의 요구치 와 주위환경과 조화를 이루어야 한다. 위 사항을 위반한 경우 도시관리종합집행 부는 기한 내 개정에 대한 책임을 물으며 지정 기한 내 기를 개정하지 않은 경우 강제 철거하며, 500위안 이상 5,000위안 이하의 벌금을 부과한다.

아울러 간판의 설치는 안전하고 잘 정돈되어야 하며 조명시설은 조명이 끊어지거 나 파손된 상태가 되어서는 안 된다. 간판화면이 오염되거나 글자가 부족하며, 등 광 밝기에 문제가 생겨 도시 미관에 영향을 주는 경우 신속히 수리하거나 교환해 야 한다. 이를 위반한 경우 간판사용 정지명령을 내리며 기한 내 수리 · 복구해야 하며 500위안 이상 5000위안 이하 벌금을 부과한다(제40조).

3. 결론

위에서 보았듯이 중국에서는 아직까지 소규모 상점의 간판 제작을 별도의 매뉴얼 로 지정하여 시행하고 있지 않고 있으며, 각 지역의 옥외광고 및 간판표지 관리규 정이란 큰 범위의 규정을 통해 소규모 상점의 간판을 관리하고 있다.

그러나 '북경시 옥외광고 및 간판표지 관리규정', '북경시 간판표지 설치관리규 정', '북경 창평구 옥외광고 및 간판 표지 실행계획', '북경시 시 미관환경위생조례' 를 통해 북경에 간판을 설치했을 경우 설치규격 및 관리, 설치조항 위반 시 법적책

임 등이 있음을 알 수 있었다. 중국을 대표할 수 있는 북경시의 사례를 통해 중국 에서는 현재 생활형 간판에 관한 가이드라인은 없지만, 관련 법령 및 규정으로 엄 격한 통제를 하고 있음을 파악할 수 있었다. 📞

참고문헌

- ⊙ 북경시 옥외광고 및 간판관리 관리규정 wenku_baidu_com/view/d35d3400a6c30c2259019e47.html 북경시 간판표지 설치관리 규정 wenku_baidu_com/view/d4282b7002768e9951e7382d_html?from=related
- ⊙ 북경 창평구 옥외광고 및 간판 표지 실행계획 www.doc88.com/p-5136823155574.html
- ⊙ 북경시 시 미관환경위생 조례 szj.bda.gov.cn/cms/srzcfg/3181.htm
- ⊙ 북경 시 정부 www.beijing.gov.cn/
- ⊙ 북경 공상행정관리국 www.bidcenter.com.cn/newssearch-14352590.html
- ⊙ 중국 공상행정관리국 www.saic.gov.cn

IIII Mission **04**

옥외광고물 조례로 간판 디자인 규제; 교토시 사례를 중심으로



일본

일본 중에서도 교토시는 가장 엄격한 옥외광고물 조례를 가지고 있다. 교토시 간판 디자인 가이드라인은 크기, 높이, 색채, 명도에 이르기까지 세세하게 규정되어 있다. 이는 생활형 간판이 주변의 경관을 저해하고 주민생활의 불편함을 줄이기 위해서다. 교토시 간판 디자 인 가이드라인을 통해 엄격한 일본의 간판 설치 규제를 알아보자.

글 박미경 (일본 오사카대학 법학연구과 박사후기과정)

도시의 경관은 여러 가지 요소들이 함께 어우러져 형성되고 있다. 또한 지금까지 축적되어 온 역사문화, 기후 등도 영향을 미친다. 그 속에서 옥외광고물은 이러 한 시대성이나 살아가고 있는 사람들의 분위기를 표현하면서 도시의 개성도 함 께 표현할 수 있는 중요한 역할을 담당하고 있다. 이러한 점에서 옥외광고물을 게시할 때에는 경관 전체의 관련성을 고려할 필요가 있다. 일본에서는 광고물을 설치하는 목적에 따라 옥외광고물을 표 1과 같이 분류하고 있다.

옥외광고물의 분류

옥외광고물의 종류	정의
자기용 광고물	자신의 부지나 건물에 자신의 이름이나 사업 또는 영업에
(自己用 廣告物)	관하여 표시하거나 설치한 광고물
비자기용 광고물	부지나 건물에 자신 이외의 이름이나 사업 또는 영업에 관하여
(非自己用 廣告物)	표시하거나 설치한 광고물
관리용 광고물	자신의 부지나 물건에 관리상 필요로 하는 광고물로 영리목적이 아닌 것

표 1에서 제시된 비자기용 광고물은 우리가 쉽게 생각할 수 있는 안내용 광고물을 의미하다 비자기용 광고물은 옥외광고물 조례의 규제지역에 따라 설치에 있어 금 지장소가 있으며, 설치 내용에 따라 기준이 정해져 있기 때문에 주의가 필요한 것 이 특징이다. 관리용 광고물의 경우에는 규제지역의 종류에 관계없이 허가를 받지 않고도 설치하는 것이 가능하기 때문에 특별히 주의할 내용이 없다. 하지만 이번 조사 주제의 대상이 되는 자기용 광고물은 각 도도부현(都道府県)의 옥외광고물 조례에 따라 문자의 크기, 사용가능한 색 등이 규정되어 있기 때문에 주의가 필요 하다 본 고에서는 현재 옥외광고물에 대해 가장 엄격한 옥외광고물 조례를 가지고 있는 교토시의 자기용 광고물의 디자인과 관련한 가이드라인의 내용을 살펴본다.

2. 자기용 광고물의 의의 상술한 바대로 자기용 광고물(自己用 廣告物)이란 일반적으로 자신의 부지나 건 물에 자신의 이름이나 사업 또는 영업에 관하여 표시한 것 혹은 설치한 광고물을 의미한다 그러나 모든 영업주가 자신의 부지나 건물에서 가게 등을 유영하는 것 은 아니기 때문에 이외의 경우 자기용 및 비자기용을 어떻게 구분하는지 교토시 의 가이드라인의 내용을 살펴본다.

1) 부지, 건물이 모두 동일한 소유자인 경우

- · A씨의 부지, 건물에서 가게 이름과 영업 내용을 표시하는 광고물은 자기용 광 고물이다.
- · A씨의 부지, 건물에서 A씨에 관계없는 내용 등을 표시한 광고물, 즉 타인이나 타사를 광고하는 경우 비자기용 광고물이다.

2) 부지, 건물의 소유자가 다른 경우

- · A씨의 부지에 B씨의 건물이 있는 것으로 B씨의 건물의 가게 이름과 영업 내용 등을 표시한 광고물 즉, 부지를 빌려 영업하는 경우에는 자기용 광고물에 해당 된다.
- · A씨의 부지에 B씨의 건물이 있는 것으로 B씨의 영업과 관계없는 내용 등을 표 시한 광고물은 비자기용 광고물이다



- · A씨의 부지지만 동 부지에는 건물이 없다. 그러나 B씨의 건물의 가게 이름 과 영업 내용 등을 표시한 광고물 즉, 안내 간판 등은 비자기용 광고물에 해 당된다
- · 동일한 상황에서 A씨가 관리하고 있는 것 등을 표시한 광고물, 예를 들어 A씨 가 관리하고 있는 부동산 등을 광고하고 있는 것은 교토시 옥외광고물 조례 제 6조 제5항에서 규정하고 있는 관리용 광고물에 해당하므로 적용이 제외된다.

4) 부지와 건물 모두 동일한 소유자의 것이지만 창고 등으로 사용하는 경우

- · A씨의 부지, 건물(창고)에 건물의 가게 이름이나 사업 내용 등을 표시하는 광 고물은 자기용 광고물이다
- · A씨의 부지, 건물(창고)에 건물의 사업 내용(이 경우에는 창고 등) 이외의 영업 등을 표시한 광고물 즉, 별도의 부지 등에서 영업하고 있는 경우 등에는 비자기 용 광고물이다

5) 부지와 건물 모두 동일한 소유자의 것이지만 주차장으로 사용하는 경우

- ① A씨의 부지 내 주차장에서 A씨의 건물의 가게 이름과 영업 내용 등을 표시한 광고물은 비자기용 광고물이다.
- ② 또한 A씨의 주차장에 B씨의 건물의 가게 이름과 영업 내용 등을 표시한 광고 물도 비자기용 광고물이다.

3. 자기용 광고물의 디자인 가이드라인

1) 개요

자기용 광고물 역시 옥외광고물의 한 종류이기 때문에 자기용/비자기용/관리용 에 관계없이 공통적으로 규제되는 내용이 있다. 일반적으로 옥외광고물 조례에 는 다음과 같은 형식으로 규정이 이루어져 있다.

· 면적 O제곱미터 이하일 것, 높이 Om 이하일 것

- · 돌출가파의 폭은 O미터 이내일 것
- · 바탕색은 O색 또는 O색일 것
- 형광색을 사용하지 않을 것
- · 깜빡거리는 광원을 사용하지 않을 것

교토시 옥외광고물조례에는 옥외광고물에 간판, 광고탑, 포스터 등뿐만 아니라, 건축물의 벽면 등에 직접 표시하는 것도 포함시키고 있다. 또한 표시 내용에 대 해서 문자뿐만 아니라 상표, 심벌마크, 사진 등 일정한 이미지를 사용한 것이나 상술한 바대로 관리용 광고물과 같이 상업광고 이외의 영리를 목적으로 하지 않 는 것도 포함된다고 규정되어 있다.

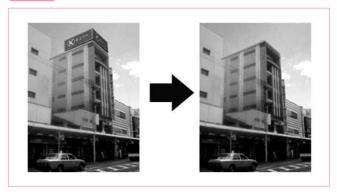
교토시는 일반적으로 공원이나 하천, 사적명승지의 장소 외에도 전봇대, 아케이 드 기둥, 도로표식, 인도와 차도 사이의 펜스 등에 옥외광고물의 표시 등을 워칙 적으로 금지하고 있다. 시내는 전 구역을 21개 종류의 규제지역으로 지정하고 있 다 특히 전통적 건축물군 보존지구 등은 동 지구의 특성을 감안하여 옥외광고물 등에 관한 특별 규제지구로 지정하고 있다.

그러나 상업 · 업무의 중심지구인 도심부를 모두 통제하는 것은 불가능한 바. 거 리경관과의 조화를 고려하여 일정 조건의 높이, 면적, 형태, 의장을 규정하여 이 에 적합한 옥외광고물의 게시는 인정하고 있다.

2) 가이드라인 내용

교토시는 양호한 스카이라인의 형성과 아름다운 도시경관 창출을 위하여 옥상에 옥외광고물을 설치하는 것을 교토시 전역에서 금지하고 있다. 또한 점멸식 조명 이나 움직이는 조명(빛이 움직이는 회전등 등) 등 자극적으로 강한 빛을 방출하 는 옥외광고물의 경우 도시 경관에 지장을 준다고 하여 전역에서 금지하고 있다. (그림 1~2 참조)

교토시의 옥상간판 설치 금지 사례



점멸식 조명 옥외광고물 설치 금지 사례



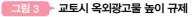
3) 높이의 규제

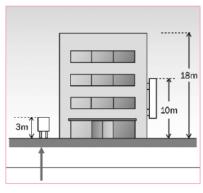
지역특성이나 건축물의 높이에 따라 표시 가능한 높이의 기준을 규정하고 있다.

① 높이의 일반원칙

돌출간판이나 벽면에 평평하게 부착하는 간판 등, 건축물에 정착하는 옥외광고물 을 표시할 수 있는 높이(규제높이)는 이하의 A, B 중 낮은 쪽이 된다.(A: 각각 지역 에 따라 규정한 높이의 기준, B: 건축물 등 높이의 2/3의 높이(2/3의 높이가 10미터 이하의 경우는 1미터)

다만 '교토시 조망경관 창생조례'에 규정한 조망공간보전 구역에서는 옥외광고물 의 높이 상한을 A, B에 추가하여 해당조례에서 규정하는 건축물 등의 최고부의 표 고 이하로 할 필요가 있다(그림 3 참조).



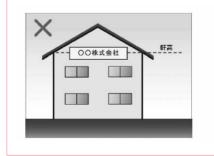


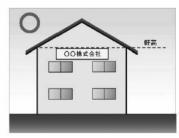
※ 제4종지역에 있는 높이 18m의 건물의 경우 A 제4종지역에서의 높이 기준 = 10m, B 건물 높이의 2/3(18m × 2/3) = 12m, A(10m) 〈 B(12m)이다. 따라서 규제 높이는 10미터

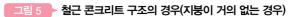
② 광고탑이나 복수 지주형 간판 등 독립형 옥외광고물

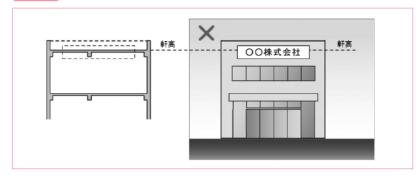
각각의 지역에 따라 표시 가능한 높이의 기준을 규정하고 있다(광고형태에 따라 높이의 기준은 다름). 다만 건축물의 벽면에 정착하는 옥외광고물의 경우 규제 높이에 따르더라도 건물처마의 높이를 초과하여 표시해서는 안 된다(그림 4~5 참조).

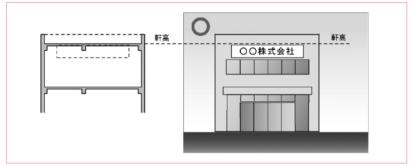
그림 4 > 맞배지붕의 경우











※ 일반적으로 난간은 처마의 높이를 초과하게 되므로 옥외광고물을 설치할 수 없다.

4) 면적의 규제

① 표시율의 규제

표시율이란 벽면면적(앞에서 산출했던 높이규제를 초과하는 부분 제외)에 대한 옥 외광고물 면적의 비율을 다음과 같이 산정한다.

건축물의 높이가 10미터를 초과하는 경우, 표시율을 건축물 높이의 10미터 이하와 10미터 초과로 나누어 산정한다. 또한 높이 10미터를 초과하는 부분은 표시율의 제한을 강화한다(5%감축). 10미터의 라인을 넘는 옥외광고물이 있는 경우, 표시율 을 산출할 때에는 10m보다 위에 있는 범위의 면접과 10미터 보다 아래의 범위에 있는 면적으로 나누어 고려한다.



②아케이드가 있는 경우

아케이드이가 있는 경우 표시율을 그 상하로 나누어 산정한다(그림 6 참조).

□리 6 → 표시율 25% 지역, 규제높이 10m이상 건축물에서의 구체적 예

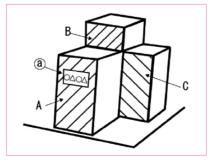
표시가능한 옥외광고물의 면적		
아케이드 아래	아케이드 위	
정면의 폭 × 아케이드 둑마루 높이 면적에 대해 25%이하	정면의 폭 × 10m 아케이드 둑마루 높이 면적에 대해 25% 이하	



③동일 건축물

동일 건축물의 동일한 방향의 벽면이라고 하더라도(건축물이 L자형인 등) 하나의 형태로 보이지 않는 경우에는 각각의 벽면에 표시율을 산정한다(그림 7 참조).

그림 7 - 표시율의 제한이 25%인 지역의 경우



※ @의 면적/벽면 A의 면적 ≦ 25/100(표시율의 상한). 벽면 B와 C는 옥외광 고물이 정착한 벽면 A와 일체로 보이지 않기 때문에 대상 외



5) 총면적의 규제

지역 경관 특성에 따라 한 개 벽면의 총면적의 상한 및 부지 내 총면적의 상한 을 규정하고 있다(표 2 참조).

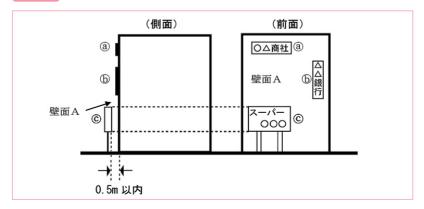
표 2 총면적 규제 내용

규제구역	건축물 등 정착형 옥외광고물	독립형 옥외광고물
	한 개 벽면의 총면적의 상한	부지내 총면적의 상한
제1종지역	5m²	3m²
제4종지역	20m²	10m²
제7종지역	_	15m²

6) 건축물 등에서 0.5미터 이내에 설치된 독립형 옥외광고물

건축물 등이 0.5미터 이내에 설치된 독립형 옥외광고물에 대해서는 독립형 옥외광고물의 총면적의 제한과 함께 건축물 등 정착형 옥외광고물의 총면적 과 표시율의 규제의 대상이 된다(그림 8 참조).

그림 8 > 표시율의 상한이 20%, 총면적의 제한이 20제곱미터 지역의 경우



※ 표시율에 대하여 : @ⓒ의 면적 합계 ≦ 20/100 (벽면 A의 면적), 총면적에 대하여: @~ⓒ의 면적 합계 ≤ 20제곱미터



광고물 1개당 면적의 상한을 규정하고 있다. 각각 규제 지역이나 광고물의 종 류에 따라 면적의 상한은 다르다(표 3 참조).

표 3 기개당 면적규제의 예

규제지역	건축물 등 정착형 옥외광고물	독립형 옥외광고물
	1개 당 면적제한	1개 당 면적제한
제1종지역	3m²	1.5m²
제4종지역	15m²	5m²
제7종지역	50m²	8m²

8) 면적의 산정방법

① 장방형 이외의 옥외광고물

원칙적으로 외접하는 장방형의 면적으로 산정

②돌출형간판의 횡단면

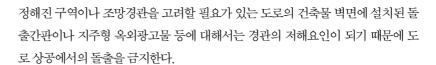
횡단면에 광고물의 표시가 있는 경우 횡단면의 면적도 광고물의 면적에 산입된 다 또한 돌출형간판의 횡단면에 금지색의 라인을 표시하는 경우도 표시면에 포 함된다

③**노보리**(のぼり)

노보리에 대해서는 단면에 인쇄되어 있더라도 뒷면의 표시내용을 알 수 있기 때문 에 편면인쇄, 양면인쇄라도 양면에 표시가 되어 있는 것으로 면적을 산정한다. 단, 나일론천 등의 소재를 이용하는 경우에는 이에 해당되지 않는다.

9) 형태 등의 규제

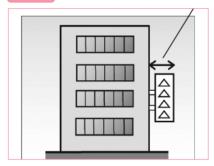
①도로로돌출금지



②돌출간판 등의돌출폭

돌출간판 등의 돌출폭에 대해서는 1미터 또는 1.5미터 이내로 제한하고 있다(그림 9 참조).

그림 9 > 돌출간판의 돌출폭



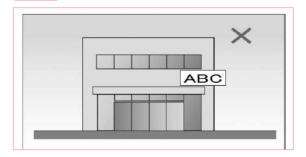
③돌출간판 등의 2열설치 금지

돌출간판을 한 개의 벽면에 복수 설치하는 경우 형태를 통일하고 지반면에 대해서 수직으로 1열로 설치해야 한다. 단, 최상부의 높이가 4미터 이하의 경우 2열 설치 가 가능하다.

④ 벽면에서의돌출금지

벽면 등에서는 돌출시킨 형태로 옥외광고물을 표시해서는 안 된다(그림 10 참조).

그림 10 **>** 벽면 돌출 금지

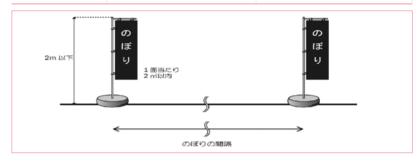


10) 노보리의 설치에 대해

노보리에 대해서는 높이나 면적, 설치의 간폭 및 구획 내 총면적이 결정되어 있다. (그림 11 참조).

그림 11 > 노보리 설치 규제 내용

규제구역	구획 내에서 다른 노보리와의 거리	구획 내에서 노보리의 총면적
제1종지역	10m	2m²
제4종지역	10m	4m²
제7종지역	5m	8m²



11) 특정 옥외광고물의 규제

①정의

특정 옥외광고물이란, 건축물의 창문 등 개구부(開口部)에 설계된 창문 등의 내측 에 직접 · 간접적으로 상시 또는 일정 기간 계속하여 옥외의 대중에게 표시하는 광 고물을 말한다. 구체적으로는 창문의 내측에 포스터나 시트를 붙이는 경우나 창문 단위로 건축물의 내측 등에 문자 등을 표시하는 경우이다. 또한 건축물의 2층 이상 에 대해서는 건축물의 창문 등의 내측이라고 하더라도 옥외의 대중에게 표시하는 광고물을 설치하기 위해 내벽 등을 설치하여 옥내에 광고물을 설치하는 경우 해당 내벽 등을 외벽으로 간주하여 옥외광고물 규정을 적용한다.

② 신고제도

건축물의 1개면에 특정 옥외광고물의 면적 합계가 5제곱미터를 초과하는 경우, 사 전에 교토시장에게 신고해야 한다.



③ 규제내용

특정 옥내광고물에 대해서는 개구부에 표시할 수 있는 면적의 규제와 색채의 규제 가 있다.

④ 면적

창문 부분에 표시하는 경우, 건축물의 1층 이하의 경우 개구부의 50% 이하, 2층 이 상의 경우에는 개구부의 30% 이하

(5) 색채

광고물 밑바탕 색의 채도가 표 4와 같은 수치 이하여야 한다. 또한 건축물 등 및 주 변의 경관과 조화를 이루어야 한다

표 4 > 광고물 밑바탕 색의 채도 기준

색상이 Y, YR인 색	기타 색
10 이하	8 이하

4. 결론

옥외광고물은 멀리서도 인식할 수 있는 것인지, 내용을 확인할 수 있는 것인지 등 을 충분히 배려하여 설치할 필요가 있다. 이는 정보를 전달해야 하는 옥외광고물의 목적과도 관련이 있는 것이기 때문에 전달하고 싶은 정보를 확실하게 전달할 수 있 도록 디자인되는 것 역시 중요하다고 생각된다. 즉, 옥외광고물은 배경으로 있는 경관 속에서 어떻게 조화하면서 게시되어 있는가 그리고 공존하면서 어떻게 효과 적으로 정보를 전달하고 있는가가 규제를 하는 도도부현의 입장에서도 광고업자 나 광고주 모두에게 중요한 사항이다.

상술한 교토시의 옥외광고물 디자인 가이드라인은 크기, 높이, 색채, 명도에 이르 기 까지 세세하게 규정이 이루어져 있음을 알 수 있다. 이처럼 세세한 규정이 이루 어진 배경에는 옥외광고물의 정보 전달 기능에만 지나치게 중시하여 설치되는 경 우 경관을 저해할 우려가 있음을 알기 때문에 최소한의 기준을 설정해 놓고 있는 것이라 생각된다. 하지만 모든 규정은 규정을 지켜야 하는 사람들이 지키지 않는다. 면 무용지물에 불과할 것이다. 그러므로 옥외광고물을 설치하는 광고업자나 광고 주는 옥외광고물 조례의 내용과 디자인 가이드라인 등을 숙지한 후, 광고물을 게시 하는 장소의 배경과의 관련성, 특히 인접하여 설치되어 있는 옥외광고물과의 관련 성을 함께 고려하여 설치할 것이 필요할 것이다.

참고문헌

- 교토시 도시계획국, 京都の景観ガイドライン(広告物編), 2013. 12. 10일 www.city.kyoto.lg.jp/tokei/cmsfiles/contents/0000146/146248/guide_koukoku(L).pdf
- 교토시 도시계획국, 屋外広告物の制度 www.city.kyoto.lg.jp/tokei/cmsfiles/contents/0000015/15678/koukoku-seido.pdf
- ⊙ 교토시, 自己用・非自己用の区分 www.town.ine.kyoto.jp/pub_rela/chiikiseibi/doboku/okugaikoukokubutu/kubun.pdf