

화물차광고 기금징수는 구시대적 발상



박 효 신
한국광고주협회 상무

나는 10년 넘게 경인고속도로를 이용하여 출퇴근하고 있다. 경인고속도로는 유독 대형 화물차가 많은 도로다. 출퇴근 길, 늘 조그만 내 차를 둘러싸고 질주하는 탱크로리, 레미콘, 대형화물차에 두려움과 위협을 느끼면서 운전을 한다. 더구나 수많은 차가 내뿜는 매연으로 길은 언제나 검고 칙칙하다. 나는 늘 색깔 없는 그 길이 싫었다.

그런데 몇 년 전 아침 출근 길, 검고 칙칙한 고속도로 위에 그림동화책 같은 예쁜 그림이 등장했다. 깨끗한 흰색 바탕에 노랑 나비, 파란 나뭇잎, 빨간 꽃이 너무나도 예쁘고 환하게 그려진 그림. 정유사의 탱크로리였다. 그렇게 전체를 아름답게 꾸민 정유사의 탱크로리는 칙칙한 고속도로를 환하게 채색하며 지나 다녔다.

나는 그 정유회사가 정말로 고마웠다. 아마도 수

천대의 탱크로리를 그렇게 다 채색하자면 몇억원의 비용이 들었을 것이다. 무지막지한 탱크로리에 어떻게 저런 예쁜 그림을 그리겠다는 생각을 했을까? 나는 그것이 정유사의 고객에 대한 배려였다고 생각한다. 그 정유사 차는 늘 깨끗하고 예뻐다. 그 예쁜 그림이 그려진 차를 어떻게 청소도 안하고 몰고 다닐 수 있겠는가? 나는 화물차에 저런 그림들이 많이 생겼으면 좋겠다고 생각했다. 매일 아침 그 그림을 보면서 마음은 따뜻해지고 운전의 짜증은 덜어낸 운전자들이 왜 나뿐이었겠는가?

개인재산에 난데 없는 기금 징수

요새 각종 화물차에 그려진 표시들은 개성있고 다양하다. 거리의 이러한 화물차들은 우리 사회의 자

유로움과 다양함과 산업의 역동성을 상징하고 있다. 그런데 최근 이런 정유사 탱크로리를 비롯한 화물차의 표시들이 불법광고라 하여 단속을 당하고 있다. 부산아시아경기대회조직위원회가 기금을 마련하기 위해 화물차 광고 영업을 시작하면서 화물차 광고를 불법으로 고발하고 있는 것이다. 정부는 지난해 11월 22일 옥외광고물등관리법 시행령을 바꿔 버스·화물차 등 모든 사업용 자동차의 외부 광고에 대해 각 시·군·구청의 허가를 받게 하면서 다만, 올해 말까지 한시적으로 아시아경기대회조직위원회(이하 조직위원회)에 허가권을 주어 기금을 거둘 수

있도록 허용했다. 그에 따라 영업용 화물차의 외부표시는 아시아경기대회조직위원회에서 지정한 대행사와 계약하여 월 10~15만원을 내든지 아니면 지워야 한다.

한국광고주협회 회원들은 이에 대해 '영업용화물차 광고를 금지할 타당한 이유가 없음에도 불구하고 이를 규제하고 있는 옥외광고물관리법 자체가 잘못된 것이며, 이 문제점에 대한 업계의 건의를 받아들여 허가나 신고를 통해 광고할 수 있도록 옥외광고물관리법시행령을 개정하여 이를 완화하였음에도 불구하고 부산아시아경기대회조직위원회의 기금 마련을 위해 해당조항을 부산아시아경기대회가 끝난 뒤 적용기로 유보한 것은 더더욱 부당하다'고 주장하고 화물차 외부광고를 지우기로 결의하는 등 강하게 반발하고 있다.

광고주들이 이같이 강하게 반발하는 것은 조직위원회가 '까미옹애드'를 독점업체로 선정 올해 1월부터 기금을 거둬들이고 있으며, 까미옹애드의 영업을 위해 시·군·구청을 통해 고발조치를 취하고 있기

때문이다. 이미 일부 구청에서는 까미옹애드의 제공 자료를 근거로 시정명령 및 고발을 계고한 상태이다.

이번 아시아경기대회 뿐 아니라 각종 국제경기대회는 기업들의 협조 없이 불가능하다. 기업들은 88 서울올림픽 때에는 88올림픽기금으로, 그후 다시 체육진흥기금이란 이름으로 지금까지 상당한 기금을 지불하고 있다. 이 기금의 일부는 이미 아시아경기대회 기금으로 전환되어 지원되고 있는 실정임에도 불구하고 다시 무리한 법 적용을 하면서까지 기업에게 추가부담을 주는 일은 적절치 못한 일이다.

특히 이번 화물차 광고의 기금부과는 여러 가지

문제점을 안고 있다.

첫째, 특별법을 만들어 기금을 징수하는 것은 구시대적 발상이다. 규제를 만들어 놓고 한시적 허용으로 기금을 조성하는 수법은 정부의 규제완화정책과 기금축소 정책에 어긋나며 기업의 부담만 가중시키는 악습이다. 조직위원회에서 자금이 필요하다면 대회 성공을 위한 노력과 홍보를 통해 정상적인 스폰서쉽을 추진하여야 할 것이다.

둘째, '기금을 걷기 위한 규제'는 법 정신에도 어긋난다. 금번 화물차광고 규제는 화물차광고가 국민의 안전이나 소비자생활에 지장을 주기 때문이 아니라 '돈'을 거두기 위한 것이 목적이란 것에 문제가 있다. 이는 목적과 과정이 모두 정부정책으로 합당치 않다. 특히 정유사 탱크로리 등의 사업자 표시는 국민안전과 소비자생활에 도움을 주는 것으로 사업자 표시나 내용물 표시를 삭제한다면 오히려 소비자보호에 지장을 주게 될 것이다.

셋째, 광고주는 이미 아시안게임 조직위원회에 상당 기금을 제공하고 있다. 지난 88서울올림픽 때 특

이번 아시아경기대회 뿐 아니라 각종 국제경기대회는 기업들의 협조 없이 불가능하다. 기업들은 88 서울 올림픽 때에는 88올림픽기금으로, 그후 다시 체육진흥기금이란 이름으로 지금까지 상당한 기금을 지불하고 있다.

별법을 만들어 거두기 시작한 올림픽광고물(네온과 빌보드)의 체육진흥기금 중 일부가 부산아시아게임 지원으로 편성되고 있다. 또한 버스광고 사업권도 아시아게임조직위원회로 넘어간 상태이다. 조직위원회는 이미 광고로부터 연간 약 100억원의 기금을 걷고 있다.

넷째, 조직위원회의 대행업체인 '까미옹애드'가 요구하는 광고비 명목의 월 10~15만원은 설득력이 없다. '광고비 월 10~15만원'의 성격이 분명치 않다. 광고비라고 하지만 차주와의 차량광고대행 계약도 없으며, 광고를 관리해주면서 받는 광고관리비도 아니고 허가대행수수료도 아니다. 이는 불법을 합법화하는 대가로 조직위원회와 대행회사가 나누어 갖는 비용이라고 해석할 수밖에 없다.

다섯째, 88서울올림픽 때 허가된 네온, 빌보드, 버스, 택시광고와 이번 경우는 사정이 다르다. 88서울올림픽 때도 당시 금지되어 있던 네온광고와 고속도로 변의 빌보드 광고를 허용하면서 조직위원회에서 기금을 부과하였지만 그때는 조직위원회와 대행회사가 새로운 매체를 개발하여 광고주에게 판매한 경우다. 즉 조직위원회의 광고대행사가 비용을 들여 네온 광고판과 고속도로 변에 빌보드를 세워 광고주를 유치하고 광고주에게 광고비를 받아 건물주나 땅주인에게 임대료를 내고 그 일부를 올림픽기금으로 내었다. 버스나 택시 광고도 마찬가지였다. 광고대행사가 버스회사, 택시회사와 계약을 하고 광고주를 유치하여 광고비를 받아 운수회사에 매체비를 지급하고 일부를 기금으로 내었다. 이번 2002부산아시아경기대회의 화물차외부광고사업 허가건은 권리주장을 할 수 없는 타인 소유의 화물자동차를 대상으로 중계수수료를 요구하고 있어 개인재산권마저 침해하고 있다. 조직위원회와 대행회사는 새로운 매체를 개발하여 광고주에게 판매하여야 마땅하다.

규제를 위한 규제는 안된다

정부의 규제란 가능한 한 최소화되어야 하며 이는 현 정부정책이기도 하다. 만약 정부의 규제가 꼭 필요하다면 그것은 국민의 안전이나 공익을 위해서 꼭 필요할 때에만 타당성을 인정받을 수 있다. 금번 화물차광고와 관련된 규제와 단속은 국민의 안전이나 공익을 위해서가 아니라 순전히 정부가 돈을 걷기 위해 행해지고 있다는 것에 문제가 있다. 아시아경기조직위원회는 '기금마련을 위해 단속이 필요하니 협조해 달라'는 내용의 공문을 행정자치부에 보냈고 행정자치부는 그 공문을 첨부하여 각 시·군·구청에 단속을 지시했다. 현행법대로라면 화물차 광고가 불법은 불법이다. 그러나 수년 동안 단속을 하지 않았던 것은 화물차광고가 국민 안전이나 소비자 보호에 아무런 지장을 주지 않았기 때문이다. 그렇다면 그 규제는 풀어야 마땅한 것이고 업계의 건의를 받아들여 완화되었음에도 불구하고 기금을 걷기 위해 아시아경기대회가 끝난 후에 적용키로 한 것은 납득이 가지 않는다.

특히 정유사 탱크로리의 경우 겉에 표시를 광고라 하여 단속하는 것은 또다른 문제가 있다. 즉 탱크로리 표면에 내용물과 정유사 표시를 하는 것을 광고로 볼 수 없다는 것이다. 공정거래위원회의 표시광고공정화에 관한 법률에는 상품의 용기에는 반드시 사업자에 대해 표시하게 되어 있다. 탱크로리는 제품을 담아 나르는 일종의 용기인 것이다. 광고효과를 보고 탱크로리에 정유사 표시를 하는 광고주는 없다.

그리고 정유사 유조차는 사업자나 내용물에 대해 눈에 잘 뜨이게 표시해주는 것이 소비자 보호를 위해 필요하다. 탱크로리의 경우에는 내용물이 위험물이기 때문에 사업자나 소유주를 분명히 잘 볼 수 있도록 표시해주어 확연히 구별하게 해주어야 한다. 표시광고공정화에 관한 법률이 개정되어 이제는 한 주유소에서 한 회사의 기름만 파는 것이 아니라 여러 회사의 기름을 파는 것이 허용되었다. 어느

주유소에 어떤 회사의 기름이 들어가는지 국민들이 쉽게 판별할 수 있게 하는 것이 소비자를 위한 일이다. 만약 탱크로리 표면에 멀리서도 볼 수 있도록 소속 정유사 표시가 없다면 어느 회사 기름이 들어가는지 쉽게 구별할 수 없다. 탱크로리의 표시는 정유사에게 제품 운반에 책임을 느끼게 하며 소비자는 감시를 할 수 있게 하는 중요한 표시인 것이다.

또 한가지, 이번에 문제가 된 ‘지입차의 표시는 불법’이라는 것도 타당하지 않다. 오래 전에는 기업들이 물류차량들을 직접 소유하고 있었다. 그러나 IMF 이후 구조조정 과정에서 물류부분을 아웃소싱하거나 매각하여 경비를 줄이고 있다. 그래서 현재 기업의 물류차량들은 대부분이 계약에 의해 사용되고 있다. 지입차는 정유사와 계약에 의해 정유사가 빌려쓰는 것이다. 아시아경기조직위원회에는 정부 부처나 지방자치단체에서 파견나온 직원들이 있다. 그들은 조직위원회의 명함을 갖고 조직위원회의 일을 하고 책임을 지는 조직위원회 직원이다. 정유사 지입차의 경우도 이와 같다. 지입차의 차량 소유주가 누구던 그것은 정유사의 차량으로 보아주어야 한다.

금번 화물차광고와 관련된 규제와 단속은 국민의 안전이나 공익을 위해 서가 아니라 순전히 정부가 돈을 걷기 위해 행해지고 있다는 것에 문제가 있다.

SK, LG, S-Oil, 현대정유 등 정유사 차량들은 국민들에게 위협감을 주지 않기 위해 탱크로리 디자인에 신경을 쓰고 있다. 탱크로리는 가만 있어도 주변에 위협을 느끼게 하기에 충분하다. 크기도 크기려니와 위험물까지 실어 나르고 있으니 말이다. 정유사들이 이렇게 탱크로리 디자인에 신경을 쓰고 있는 것은 국민들에 대한 서비스가기도 하다. 이를 지우게 한다거나 불법이라 하여 적절치 못한 방법으로 기금을 거두어간다면 이는 기업을 위해서도 국민을 위해서도 옳지 않은 일이다.

국민들에게 지장을 주지 않는다면 굳이 규제할 이유가 없으며 더더욱 한시적으로 특정업체에 독점권을 주어 불법을 담보로 영업을 하게 하는 것도 적절치 못한 일이다. 국민들에게 해가 되지 않는 일이라면 누구라도 허거나 신고를 통해 표현할 수 있어야 함이 마땅하다.

정부는 지금이라도 잘못된 것은 과감히 시정하여 더 이상 물의가 일어나지 않도록 하여야 할 것이다. 옥외광고물관리법 시행령에 아시아경기대회가 끝난 후 적용토록 한 화물차 광고 부분을 지금부터라도 허용하여 화물차 소유주 광고주 모두를 범법자로 만드는 일이 없도록 하여야 할 것이다. ♣

