

주류광고 금지 법안 철회 바란다

지난 4월 박준선 한나라당 국회의원은 비롯한 29명의 국회의원은 주류의 방송광고를 금지(제9조의3항 주류에 관한 광고의 금지 및 제한)하는 국민건강증진법 일부개정법률안을 발의했다. 내용은 영업장소 내부에 광고물을 부착하거나 연간 60회 이내의 잡지광고만을 허용하고, 일체의 전파광고 및 부가지를 포함한 주요일간지의 광고를 전면 금지한다는 것이다. 즉 현재의 담배광고와 동일한 수준으로 제한한다는 내용이다.

광고업계에서는 '현재도 국민건강증진법 시행령을 통해 17도 미만의 주류에 대해서만 방송광고를 하고 있는데 이를 전면 금지시키는 것은 과잉규제 아니냐'며 반발하고 있다. 또 '지난 2006년도에도 주류광고를 금지하는 법안이 발의된 적이 있었는데 잊을 만하면 다시 나오니 이래서야 어디 마음 놓고 마케팅 활동을 할 수 있겠냐'는 반응이다.

주류광고 금지 과잉예방과 관계 없어

일각에서는 '국민건강 증진을 위해 지나친 음주행위를 방지한다는 취지에서 이번 개정안이 나왔는데, 지금까지 세계 각국의 연구결과에 따르면 주류광고와 음주량은 상관관계가 없음이 밝혀졌다'며 "과잉방지는 주류광고 규제가 아닌 음주예방캠페인을 비롯한 대국민 홍보, 교육을 통해 풀어야 할 문제"라고 지적한다.

실제로 주류광고 금지가 과잉예방에 효과가 없다는 것은 미국, 캐나다, 이탈리아 등에서 이미 밝혀진 바 있다. 미국 연방무역위원회(FTC)는 주류광고가 술 소비량과 관계가 없다는 것을 분명히 하고 있고(Crawford와 Gramm, 1985), 미국 보건성(DHHS) 역시 주류광고가 술 소비량과 관계가 있음을 찾지 못했다고 주류광고를 금지하거나 추가적 규제를 강화하는 것은 바람직하지 않다고 밝힌 바 있다(U.S. DHHS, 1990).

세계보건기구(WHO)도 담배에 대해서는 강력한 규제정책을 펼치고 있지만 주류에 관해서는 합리적인 방법을 견지하고 있다. 2003년 세계적인 흡연을 감소를 위해 담배규제협약(FCTC:Framework Convention on Tobacco Control)을 채택, FCTC에 명시된 강력한 규제를 각국에서 시행할 것을 요청하고 있는 WHO는 주류에 대해서만은 확실화된 강력 규제가 아닌 각국 실정과 문화를 반영한 자체 규제정책을 수립해 시행할 것을 권고하고 있다.

OECD 회원국 중에서도 미국, 일본, 영국, 독일, 호주, 캐나다 등 소위 광고 선진국으로 꼽히는 국가들은 대개 주류의 TV광고를 허용하거나 자율규제에 맡기고 있는 상황이다.



<표> 주류의 TV방송광고 규제관련 OECD국가 현황

규제방식	해당국가
허용	캐나다 체코 그리스
자율규제	미국 영국 호주 일본 오스트리아 독일 아일랜드 룩셈부르크
일부금지	뉴질랜드 네덜란드 멕시코 이탈리아 포르투갈 핀란드 헝가리 한국
금지	노르웨이 덴마크 스페인 스웨덴 스위스 슬로바키아 아이슬란드 터키 폴란드 프랑스

<출처> : KOBACCO

외산맥주 점유율 증가 국산 주류산업 보호 절실

한 대행사 관계자에 따르면 '우리나라 방송광고비에서 주류광고가 차지하는 비율은 약 1% 내외로 금액으로는 약 200억 원 정도'라며 '만약 주류의 방송광고가 금지되면 광고시장에 큰 악영향을 미칠 것'이라고 말했다. 또 '이 업계에서는 공익광고캠페인을 비롯해 다양한 방법으로 음주예방캠페인을 하고 있고, 경고 문구 표시 등을 통해 자체 노력을 하고 있음에도 불구하고 법률로 강제하는 지나친 규제는 시장을 위축시키고 시장 불균형을 초래할 수 있다'고 지적했다. 지금도 매년 외국인 맥주의 시장점유율이 높아지고 있는 상황에서 마케팅 활동을 제한하는 이런 규제조항은 국내 주류산업 보호 측면에서도 결코 바람직하지 않다고 설명했다.

김상훈 인하대 교수는 '광고는 기업의 합법적 활동으로 자유시장경제 체제를 유지하는 매우 효율적인 수단'이라며 '이런 합법적 활동을 제한하는 것은 반시장경제적 발상이며 헌법에서 보장하고 있는 경제활동의 자유를 침해하는 것'이라고 지적했다. 김 교수는 '근본적으로 주류광고는 음주행위 조장이 아닌 브랜드 이미지 구축과 제품홍보를 목적으로 하는 건전한 기업 활동'임을 강조했다.

광고주협회를 비롯한 광고단체연합회, 광고업협회 등 광고3단체는 지난 6월 7일 박준선 의원실을 방문, 광고업계의 의견을 전달하고, 해당 법 개정안을 삭제, 현행법을 유지해줄 것을 요구했다. 이에 박준선 의원측은 시간을 갖고 보다 심도 깊게 연구를 해보겠다는 입장을 밝혔다.

이수지 기자 susie@kaa.or.kr

