

“정직한 협회, 투명한 협회,
봉사하는 협회,
업계를 발전시키는 협회,
모두가 하나되는 협회”

KOAA

Korea Outdoor Advertising Association

회보

2007년
7/8월
제125호

한국옥외광고협회 서울특별시 관악구 신림본동 10-626 TEL : 02-889-8855 FAX : 02-888-2177 www.koaa.or.kr

비즈마스터 서비스, MOU 체결

일반전화 대비 최고 60~70% 이상 절감 예상



하나로텔레콤에서 제공하는 통합형 카드체크기 사용에 따른 초고속 회선과 인터넷 사용에 대한 특별 지원행사를 하여 이사회에서 의결을 받아 8월24일 협회와 MOU체결을 하였다.

하나로텔레콤 비즈마스터란 초고속인터넷 서비스는 물론 신용카드 거래승인, 현금영수증 발행 및 인터넷 회선을 통해 제공되는 각종 부가서비스를 별도의 회선비 추가 부담 없이 이용할 수 있는 패키지형 자영업(소기업 전용) 서비스이다.

이 서비스는 카드 체크 시에도 추가 통신료가 발생하지 않고 인터넷도 사용할 수 있다. 22,428원이라는 월정액으로 한꺼번에 처리되며, 설치비는 무료이다. 또한 인터넷 전

화까지 사용이 가능하다.

신규사업자에게는 가입 시 카드체크기도 무상으로 지급한다.

이 서비스에 가입하면 협회와 회원사간, 회원사와 회원사간의 통화료를 무료로 제공받을 수 있는 시스템이 가능하여 저렴한 금액으로 협회와 회원들에게 여러 장점을 제공할 것으로 기대된다.

기업이벤트 특별 할인을 적용하면 월정액 16,100원(비즈마스터 기본형, 3년 약정, VAT 별도)이 된다.

상품명 (VAT별도)

상품	통신속도	약정별 이용요금				프로모션사(1%)(1,000회선 이상)
		무약정	1년(3%)	2년(5%)	3년(10%)	
베이직	최대 4M	20,100	19,497	19,095	18,090	16,100
스피드	최대 10M	28,000	27,160	26,600	25,200	22,428
광 랜	최대 100M	33,000	32,010	31,350	29,700	26,433

* 모뎀대료는 3,000~8,000원 / 캔버터, 무선랜카드는 2,000원/월

* 스피드 신청시 카드체크기 변경없이 그대로 사용하며 PC와 함께 추가 비용 없이 사용이 가능함

이 서비스는 프랜차이즈(제인망 기업, 대리점 운영 기업 등의 전국 점포망 사업체, 카드체크기 사용이 많이 발생하는 점포, 인터넷을 따로 쓰면서 이용료를 추가로 내는 점포 등)이 이용 대상에 포함된다.

즉, 세븐일레븐, 한국정보통신, 스포츠도토, 한국전자금융, 청호컴넷, KIS, 해대음료, 카포스 등 다수가 비즈마스터를 사용 중이다.

자세한 사항은 협회 홈페이지(www.koaa.or.kr)에 문의하면 된다.

대한상사중재원 광고표준계약서 마련

협회와 대한상사중재원은 광고업체의 편의를 도모하고자 광고업계에 주로 사용하는 계약서에 대해 공동으로 표준계약서를 마련하였다.

이 계약서는 광고업체의 이익을 대변하는 협회와 한번의 중재로 법원의 확정판결과 동일한 효력으로 분쟁을 해결하는 분쟁해결전문기관인 대한상사중재원에서 공동으로 작성하고, 법무법인 해마루의 오재창

대표변호사, 서진권 변호사의 감수를 거쳐 작성되었으므로 안심하고 사용할 수 있다.

광고물제작계약서(약식계약서), 광고물제작계약서(정식계약서), 광고계시계약서(약식계약서), 광고계시계약서(정식계약서), 광고용임대계약서(약식계약서), 광고용임대계약서(정식계약서)의 양식을 협회 홈페이지(www.koaa.or.kr) 자료실에 게재되어 있어, 실무에 도움이 많이 될 것으로

기대된다.

위의 대한상사중재원은 국내외 상거래에서 발생하는 분쟁을 해결 또는 예방함으로써 상거래 질서를 확립하여 국민의 편익을 증진하기 위해 설립한 중재기관으로서 주요 상담내용은 분쟁예방을 위한 계약서 작성 안내, 분쟁의 합리적 해결방안 모색, 외국중재기관 및 외국중재법규 정보제공, 중재 및 알선제도 소개 등이다. 알선은 당

사자의 의뢰에 따라 중재원이 해결책을 모색하는 업무로 무료이며, 중재인이라는 제3자에게 판단을 맡겨 그 판단에 복종할 것을 약속하는 자치해결제도이다. 선적 전 검사 관련 분쟁 조정은 유료로, 수출자와 검사기관 사이에 문제가 발생할 경우 조정하여 분쟁을 해결하는 제도이다. 여기서 합의되지 않으면 국내 법원의 중재나 소송 또는 WTO의 분쟁해결제도를 이용할 수 있다.

신임 KOSIGN위원장 서영진

◎ **이종석 홍보위원장** : 우선 코사인위원장으로 취임되신 것을 축하드립니다. 이 인터뷰는 홍보위원회 주관으로 신임 코사인위원장의 소견,포부, 이후 코사인이 나아가야 할 여러 가지 방향이나 비전을 제시받으자 마련한 자리입니다. 이렇게 좋은 분이 코사인위원장으로 오셔서 기쁘게 생각합니다.

◎ **서영진 코사인위원장** : 먼저 협회장님께 감사를 드립니다. 지금까지 난항속에서도 협회를 이끌어 주신 회장님은 우리 옥외광고협회의 광고분회를 정착시키고, 협회 회원들의 권익보호에 불철주야 애써주심을 깊이 감사드립니다. 저에게 KOSIGN위원장의 사명을 주신 것에 깊은 감사를 드립니다. 심은 제가 오래전부터 협회를 위해 이러한 역할을 했으면 했었지만, 그동안 여러가지 연유로 할 수 없었던 점이 무척 안타까웠습니다. 이제 제가 하고 싶은 일을 맡았으니 이전에도 훌륭한 코사인전이 치뤄졌습니단말 올 해의 코사인전은 보다 큰 도약을 위해 제가 가지고 있는 역량을 모두 발휘해 보고 싶습니다.

◎ **이종석 홍보위원장** : KOSIGN2007을 어떤 방향으로 이끌어 나가실지 계획을 말씀해 주십시오.

◎ **서영진 코사인위원장** : 제가 가지고 있는 풍부한 경험을 바탕으로 참가업체의 성향에 따라서 부스를 최대한 늘릴 수 있는 방향으로 할 것입니다.

둘째 참가업체의 성향에 따라서 부스배치를 적절히 하겠습니다.

셋째 관련업종 및 관련 학생 및 일반인을 중심으로 유익한 전시회를 개최하도록 하겠습니다. 예를 들어서 특별관, 특별기획관을 마련하여 운영하는 것이 좋을 것 같습니다.

넷째 판이 주도하여 행사기간 내에 단계적으로 옥외광고업종사자 교육을 실시하겠습니다.

다섯째 2007 대한민국옥외광고대상 출품작을 엄정한 심사를 통해 선정하도록 하겠습니다. 그리고 특히 우리 협회가 주관하는 코사인전시회는 인지도는 물론이고, 옥외광고분야에서는 단연 으뜸인 전시회라고 알고 있습니다. 이러한 코사인전을 더욱 발전시켜 옥외광고 문화정착에 더욱 힘쓰겠습니다.

또한 협회가 많은 이익을 창출할 수 있는 방안을 모색하겠습니다.

◎ **이종석 홍보위원장** : 말씀 감사합니다. 코사인위원장님 말씀은 특별 테마관을 비롯, 대한민국옥외광고대상 등 광고대회를 중심으로 코사인전 준비 상황을 진행해오셨다고 하셨습니다. 이전까지는 코사인전이 기자제전과 함께 병행하다보니 기자제전의 비중이 커, 대한민국옥외광고대상전은 한쪽에서 부스 몇 개를 이용하여 수상작품 전시를 해, 홍보위원장으로서는 안타까운 마음을 금치 못했습니다. 이러한 점을 코사인위원장님께서는 잊지 마시고 이번 수상작품들은 조금 더 멋진 곳에 전시하여 수상된 우수한 작품들이 더욱 빛을 발휘할 수 있도록 힘써 주시기 바랍니다.



서영진 코사인위원장

또한, 성공적인 KOSIGN2007 개최를 위해 홍보는 어떤 방법으로 진행할 계획이십니까?

◎ **서영진 코사인위원장** : 전시형태에 따라서 업체를 발굴하여 참가안내문을 발송할 계획입니다. 그리고 참가업체의 규모에 따라서 부스를 안내드리도록 하겠습니다.

현재 공동개회 약정서를 보면 "전시회 개최 및 운영을 위한 전시장지공사, 인쇄물/홍보자료 등의 디자인 및 기획 제작, 전시장운영 등 본 행사와 관련된 일체 사항은 "코엑스"가 일괄 운영한다."고 되어 있습니다. 그래서 지금까지 참가 업체 발굴이나, 업체의 부스 규모를 선정하는 것을 코엑스에서 전적으로 담당하고 있었습니다. 그러나 제 생각에는 우리 협회에서 이것을 직접 관여할 때에 더 많은 이익을 창출할 것이라고 생각합니다만 과연 그 길이 타당할지 염려하고 있습니다.

그리고 신문, 방송 매스컴을 통해 홍보할 계획입니다. 전시회 개최 한달 전에 참가업체를 소집하여 홍보를 할 것입니다. 참가업체들에게 홍보부스에 참여하기 전에 사전 교육을 하는 것도 좋은 아이디어인 것 같습니다.

지난 4월, 대한민국옥외광고대상의 시행계획을 행정자치부에 공문과 함께 발송하였고, 지난 6월부터 회원 및 일반인들에게 홍보를 하고 있습니다.

◎ **이종석 홍보위원장** : 코엑스에서 코사인전 포스터를 발행합니다. 여러 전시회를 기획하고, 진행하는 코엑스는 홍보팀이 체계적으로 잘 짜여져 행사를 진행하고 있습니다. 국내뿐만 아니라 국외 또한 바이어 위주로 초청장 등을 보내고 홍보하고 있습니다. 보다 더 많은 국외의 관련단체에도 초청장 등을 보내고, 홍보를 해서 이제까지 자국민, 외국인들이 많은 참여를 했지만, 지금도 많이 오고 있지만, 바이어 뿐만 아니라 관련단체에서도 많은 참여를 할 수 있도록 노력해 주시기 바랍니다. 일례로 일본에서는 니코텐에서 매년 오고 있습니다만, 가능하다면 일본이외에도 중국, 동남아 등의 관련 단체, 협회를 중심으로 홍보를 해서 많은 외국 협회에서 방문할 수 있도록 위원장님께서 노력해주시기 바랍니다.

KOSIGN2007이 지향해야 할 목표가 있다면, 무엇이라고 생각하십니까?

◎ **서영진 코사인위원장** : 우리 옥외광고협회가 더욱 성장하려면 코사인전을 더욱 활성화 시켜야 한다고 생각합니다. 작년같은 경우 650부스였습니다만 올해는 750부스 내지 800부스 정도 마련하여 전시회를 개최해야 할 것 같습니다. 매년 마친가지지만 국제적인 코사인전을 위해 국외에 있는 관련 단체, 협회에서 많이 참석할 수 있도록 저 자신부터 노력을 할 것입니다. 우선 일본과 중국을 대상으로 더욱 적극적인 홍보를 하고 점차 지역을 넓혀가며 국제적인 사인 전시회가 될 수 있도록 할 예정입니다.

또한, 코사인전시회가 옥외광고협회 행사 중 가장 큰 몫을 차지하고 있다고 해도 과언이 아닐텐데, 협회이익 창출 부분만큼은 코사인위원장으로서는 더 노력하겠습니다.

◎ **이종석 홍보위원장** : 바쁘신 가운데에도 장시간 동안 인터뷰에 응하여 주셔서 대단히 감사합니다. 코사인위원장님께서 협회의 더 많은 이익 창출과 위상을 더욱 높일 수 있도록 노력해 주시기 바랍니다.

각 단체의 공모전 등을 보면 대통령상을 수여하는 곳은 별로 없다고 들었습니다. 그런데, 우리 협회에서는 대한민국 옥외광고대상전에서는 최고상인 대통령상을 포함하여 국무총리상까지 수여하고 있습니다.

Tokyo Sign & Display Show 참가



오는 8월30일부터 9월1일까지 3일간 일본 동경 빅사이트 3,4홀에서 개최되는 2007 Tokyo Sign & Display Show(이하 동경 사인쇼)에 참가한다. 이는 KOSIGN2007의 성공적인 개최를 위하여 일본협회

로부터 매년 지원받는 부스에서 홍보를 하게 된다. 30일 동경 사인쇼의 커팅식을 시작으로 니코텐, 동경사인쇼의 주최측인 동경옥외광고 미술협동조합의 임원들과 미팅을 갖는 등 한국과 일본의 정보 교류는 물론이고, KOSIGN2007에 많은 일본의 옥외광고 업체들이 참여할 수 있도록 독려할 예정이다.

광주광역시지부 제2회 광주옥외광고대상전 8월 30일 개최



광주광역시지부와 광주광역시가 공동주최하는 제2회 광주옥외광고대상전이 오는 8월30일부터 9월1일까지 3일동안 김대중컨벤션센터에서 개최된다.

이번 행사를 통하여 옥외광고물의 수준을 더욱 향상시키고 바람직한 광고문화를 정착시키기 위하여 아름다운 간판 창작 작품 공모 및 기존 설치 광고물을 선정하여 시상함으로써 옥외광고물에 대한 시민들의 인식제고와 관심을 유도하고자 한다.

또한, LED, 실사 및 출력시스템, 조각기, 방부목을 이용한 간판소재, LED전광판등 기타 첨단기자재 시스템 및 재료 등을 전시하여 옥외광고업자 뿐 아니라 일반시민들에게도 유용한 정보 제공의 장이 마련될 예정이다.

제2회 광주옥외광고대상전의 출품 자격은 접수일 현재 광주광역시 거주(주민등록상)하는 시민, 접수일 현재 광주광역시에 소재한 업체에 재직중인 자, 학생인 경우 호남지역에 소재한 학교에 재학중인 자이다.

작품은 8월23일부터 25일까지 3일간 광주시지부 사무국으로 방문 접수하면 된다.

심사는 조형성, 독창성, 소재활용성, 상품성을 기준으로 주변경관과의 조화, 건전하고 선진적인 광고문화 창달 기여도에 따라 우수한 점수를 획득할 수 있다.

대상 1점을 포함하여 총 34점이 수상될 예정이며, 출품자에 대해서는 유관기관 및 언론, 인터넷을 통한 홍보, 동상 이상 수상자는 2007대한민국 옥외광고대상전에 출품 추천 및 지원을 할 예정이다. 또한 출품 회원 전체에게 수상작품 전시 기회가 부여된다.

시상식은 8월 30일 동 센터 전시실에서 진행될 예정이다.

또한 주요행사로는 옥외광고업 대표자 교육, 불법광고물 자율명예감시단 발대식 및 캠페인, 제1회 광주광역시 좋은 간판 공모전, 특별테마전시관 운영, 특별세미나 개최, 첨단기자재 전시회가 진행될 예정이다.

옥외광고업대표자교육은 광주광역시에 신고(등록)된 업체로서 신규 등록된 업체를 포함하여 800여 업체를 대상으로 기본교육과 보수교육이 동 센터 4층 컨벤션홀에서 실시된다.

폐적한 문화수도를 위한 불법광고물 자율명예감시단 발대식 및 가두 캠페인은 행사당일 시상식 개최 후 1시간동안 상무지구에서 진행된다.

또한 제1회 광주광역시 좋은 간판 공모전도 개최된다. 출품할 해당 광고물의 광고주 또는 옥외광고업자면 누구나 응모할 수 있고, 광주시에 설치된 광고물로서 불법광고물이 아니어야 한다.

공모대상물은 옥외광고물등관리법 시행령 제3조에 규정된 가로형간판, 세로형간판, 돌출간판, 공연간판, 옥상간판, 지주이용간판이다. 자세한 사항은 해당 자치구광고물담당부서로 문의하면 된다.

특별테마전시관에는 총장로, 상무지구, 광주천 주변 등 중심상가지역 간판개선방안 연구, 서울종로 프로젝트 및 전국지자체 간판정비사업 전시, 해외 선진 간판문화 비교 전시, 공공시설물지정 벽보판, 공공현수막절대, 베너게시대등 디자인 연구, 옥외광고물별 시행령개정에 따른 광고물 표시방법등이 전시될 예정이다.

그리고, 특별세미나는 "문화수도 기반조성을 위한 옥외광고물 문제점 및 발전방안"이라는 주제로 광주광역시지부장을 비롯하여 광주시 건설국장, 광주발전연구원, 무등일보 문화담당자, 옥외광고 전문가, 건축학자, 디자인교수 등 10여 명이 참석하여 김대중컨벤션센터 회의장에서 진행될 예정이다.

충청북도지부 제13회 하계수련 대회 개최



충청북도지부에서는 지난 8월 17일부터 18일까지 양일간 음성군 봉곡골 산림욕장에서 제13회 하계수련대회를 개최하였다.

내빈으로는 이형수 회장을 비롯하여 류인택 부회장, 이오근 부회장 겸 인천시지부장 직무대행, 문운호 전 부회장, 이만식 이사, 강홍석 부انش지부장, 이대인 광주시지부장, 조규식 대전시지부장, 김기택 경기도지부장, 권순원 충북도지부장, 한창상 충남도지부장, 이호근 전 제주도지부장 등 참석하였고, 외빈으로는 김종률 국

회의원, 박노성 충청북도 교육의원, 박수광 음성군수, 육종각 충청북도청 지역개발팀장 등 참석하여 이번 행사를 더욱 빛내주었다. 이번 수련대회는 화합과 상생이라는 슬로건아래 각 지회 회원뿐만 아니라 회원 가족들이 함께 모여 제주 등 각종 경기, 레크리에이션이 진행되었다.

또한 옥외광고업자 신규 및 보수교육도 함께 실시하여 체력단련하는 행사에 그치지 않고, 지식 정보도 전달하는 등 회원들에게는 일거양득의 행사가 되었다.

대구광역시지부 대구 사인디자인전 개최

대구광역시지부는 대구 사인디자인전 작품 접수를 오는 9월 13일 오전 9시부터 12시까지 3시간동안 받는다. 신청은 9월 4일부터 13일 당일까지 대구광역시지부 사무국으로 하면 된다.

우수광고물 제작, 설치로 아름다운 도시경관조성에 실질적으로 기여하고, 다양한 소재의 제작 기법으로 대구 시민의 옥외광고에 대한 인식을 제고하고자 마련한 이번 행사는 일반인, 학생 누구나 독자 출품이나 2-3인의 공동출품 모두 가능하다.

심사는 9월13일 당일 오후1시부터 독창적인 크리에이티브 능력 평가, 건전한 광고문화 창달의 기여도, 도시경관 향상을 위한 기여도에 따라 엄정한 심사를 거쳐 수상작이 선정될 예정이다.

또한 이번 수상작은 10월12일부터 14일까지 3일간 대구 엑스코에서 개최되는 "Color & Design Week 2007"에 전시될 예정이다.

자세한 사항은 대구광역시지부 사무국(053-604-4383)으로 문의하면 된다.

~ 축하합니다 ~

[지회 설립]

충청북도지부 음성군지회(지회장 최인규(팔팔공사))

제주도지부

2007 제주특별자치도 옥외광고대상 개최



제주특별자치도내 옥외광고인 및 일반인(도민), 학생들의 자질향상과 디자인을 기초로 한 옥외광고의 신기술, 신기자재, 광고물 질적 향상을 통한 개성있고 아름다운 도시미관 창출을 위해 2007 제주특별자치도 옥외광고대상을 개최한다.

일반 출품은 오는 9월3일부터 4일까지, 학생은 9월6일부터 7일까지로 제주도지부 사무국에서 접수 받는다.

현재 제주도에 거주하는 제주특별자치도 및 한 학생이면 누구나 응모할 수 있다.

모든 작품은 표현 방식이나 소재를 가리지 않는다. 다만, 특정 국가 및 종교·공공성에 저해되지 않고, 옥외광고물등관리법, 동법 시행령 및 시군구 조례, 건축법령에 위배되지 않는 작품이어야 한다.

또한 기존의 디자인이나 마크, 로고타입 등을 무단 도용하거나 표절한 작품은 제외하고, 독창성, 편리성, 시장성(실용성) 등을 고려하여 제작하면 된다.

자세한 사항은 제주도지부(064-752-3888)로 문의하면 된다.

울산광역시

제7회 울산광역시 우수광고물 공모전 9월1일부터 작품접수

제7회 울산광역시 우수광고물 공모전의 작품접수가 9월1일부터 10일까지 진행된다.

이는 아름다운 도시 사인문화 정착을 위한 디자인 개발, 창의적인 사인, 디자인을 연구 개발하는 분위기를 조성하여 도시미관을 개선하고, 우수광고물 전시 및 홍보로 시민 광고인식 수준을 제고하기 위해 마련한 행사이다.

작품접수는 폐널작품의 경우 9월6일까지, 폐널 사용 외 작품의 경우는 9월10일 12시까지 당일 현장접수 가능하다.

9월10일 공정하고 엄정한 작품 심사를 거쳐 작품을 선정하여 9월11일부터 15일까지 울산광역시 문화예술회관 2·3전시실에 전시한다.

그리고 초청강연회가 9월12일 11시30분부터 시작된다.

자세한 문의사항은 울산광역시지부 사무국(052-266-0535)로 문의하면 된다.

경기도지부

화재 발생으로 고양시지회회원에게 성금 전달



지난 8월 16일 경기도지부는 고양시지회 회원의 업소가 화재로 전소되어 어려움을 겪고 있다는 사실을 접하고, 이를 위모하기 위하여 실시일만 뜻을 모은 성금을 전달하는 뜻깊은 자리를 마련하였다.

이 자리에 참석해 모든 회원들은 안타까운 마음을 전하면서, 용기를 북돋우는 말도 아끼지 않았다.

또한 이날은 경기도지부 체육대회 준비를 위한 지부장단 회의도 개최되었다.

대전광역시지부

2007 대전옥외광고 대상전 공모

대전광역시지부는 우수 옥외광고물의 발굴·보급과 광고물의 수준향상을 위한 '2007 대전옥외광고대상의 출품작을 8월22일 접수한다.

대전광역시지부와 대전소비자시민모임이 공동 주최하고 대전광역시지부 KOSIGN 위원회가 주관하며, 대전광역시와 관내 언론사가 후원하는 이번 옥외광고대상은 이미 설치되어 있는 상외광고물과 아직 실용화되지 않은 예술광고부분 2개 부문으로 나눠 추진된다.

출품자격은 옥외광고종사자, 대학생, 시민 등 대전시 관내에 거주하는 시민이면 누구나 가능하고 8월22일 하루동안 작품을 접수하고

대학교수 및 시민단체, 전문가 등으로 구성된 심사위원회의 심사를 거쳐 27일 수상작을 발표할 예정이다.

이번 옥외광고대상에서는 주변경관과의 조화와 독창적인 예술성 등에 초점을 두고 조형성, 독창성, 소재활용성, 상품성 등의 평가항목별로 심사하여 부분별 각각 금상 1명, 은상 1명, 동상 1명, 장려상 2명을 비롯해 입상작품을 선정하게 된다.

이번 옥외광고대상의 수상작은 오는 9월 전시회를 열어 일반시민에게 선보이고 본상 수상자에게는 대한민국 옥외광고대상전에 출품하는 특전이 주어진다.

경상남도지부

창원시지회 “재해방재단

발대식 및 불법 옥외광고물 추방 캠페인” 개최



경상남도 창원시지회는 지난 6월30일 ‘옥외광고물 반·관 합동 재해방재단 발대식 및 불법 옥외광고물 추방 캠페인’을 개최하였다.

오전 10시부터 진행된 창원시 만남의 광장에서 하절기를 맞아 재해나 태풍 내습시 발생할 수 있는 각종 옥외광고물의 사고로 인한 시민의 인명손실과 재산을 보호하고 긴급한 사태 수습과 응급복구에 신속하고 능동적으로 대처하기 위하여 경남지부 창원지회 회원과 창원시와 민, 관합동으로 옥외광고물 재해방재단을 구성하고 이날 발대식을 갖고 사전점검 등의 활동을 전개하기로 했다.

이날 양원호 창원시청 도시디자인과장을 비롯한 공무원 15명과 김성락 경상남도지부장을 비롯 성영호 재해방재위원장, 박기서 창원지회장, 창원시지회 회원 등 30여명이 상호 비상연락체계를 도상으로 점검하는 등 위기대처를 위한 결의를 다졌으며 사전역을 3개 권역으로 구분하여 3개반으로 구성, 각자의 역할분담과 동원장비 확보등을 점검했다.

이날 차량 20여대를 동원하여 불법광고물 추방 캠페인을 전개하고 시 전역에 설치된 총 78개의 현수막 게시대의 기간경과한 현수막과 도로변에 설치된 불법현수막을 철거하는 작업을 벌였으며 창원시지회 회원들은 아름다운 간판들기에 앞장설 것을 결의 했다.

경상남도지부

진해시지회 “불법광고물 추방 캠페인” 벌여



경상남도 진해시지회는진해시에서 마땅한 아름다운 간판 부각으로 관광도시로서의 위상을 더 높이기 위한 대책의 일환으로 지난 6월 30일 사환경보호국국민운동본부 시지회, KT진해사랑의 봉사단 등 유관기관단체 회원 30여명이 참여한 가운데 시민왕래가 많은 석동사루소 앞에서 캠페인 활동을 전개하였다.

이날 행사는 좋은 간판달기 홍보와 아울러 진해시지회에서 준비한 고가차량 등 장비를 활용하여 시가지 곳곳의 전주, 담벽 등지에 무분별하게 부착된 불법현수막과 인근도시의 유혹주점 등에서 부착한 선정적인 불법벽보 등에 대한 정비활동도 펼쳤다.

한편, 진해시는 캠페인활동을 일과성에 그치지 않고 주기적으로 실시할 계획으로 있으며, 이와 별도로 불법광고물에 대한 단속도 지속적으로 실시하고 불법광고물에 대하여는 그에 상응하는 법적인 조치도 병행해 나갈 계획이다.

경상북도지부

제12회 경상북도 옥외광고물 대상전 개최

경상북도지부에서는 오는 8월21일부터 28일까지 제 12회 경상북도 옥외광고물 대상전의 작품 접수한다.

옥외광고물 대상전을 통하여 우수한 창작 작품을 발굴, 보급함으로써 옥외광고 산업의 육성 발전 및 수준 높은 광고문화의 정착에 이바지하고자 개최되는 이 행사는 접수일 현재 주민등록상 주소지 또는 사업장 주소지가 경상북도에 있는 개인 및 업체면 누구나 출품할 수 있다.

작품은 경상북도지부 사무실이나, 도내 시, 군지회 사무실에서 접수할 수 있다.

창작광고물 부문(모형, 디자인·설계분야)은 옥외광고물등관리법 시행령 제3조 규정에 의한 16종의 옥외광고물로서 직접 제작한 창작광고물이어야 하고, 기설치 광고물 부문은 시·군 관내 업체에 기설치되어 광고 및 홍보 활동이 진행중인 옥외광고물이면 출품할 수 있다.

자세한 문의는경상북도지부 사무실(054-857-2532)로 문의하면 된다.

방염필증 의무화 시대 열린다

광고용 방염 소재 시장 활성화 전망



최근 소방법이 강화되면서 실사 출력물에도 방염필증을 발부하는 시대가 도래했다. 소방시설 설치 유지 및 안전관리에 관한 법률 시행령에 따라 5월까지 다중이용업소의 방염 물품사용이 의무화 된 것. 실사 출력물도

실내 장식물도 분류되면서 방염필증의 확보가 필요할 상황이다. 아직은 수요가 적지만, 개정 소방법이 본격적으로 시행되면 앞으로는 시장이 더욱 확대될 전망이다. 현행 소방법에서 정한 특정 소방 대상물은 다중이용

업소뿐만 아니라 아파트를 제외한 11층 이상의 건물, 노유자 시설, 청소년 시설 등이 있으며, 여기에 포함되는 모든 시설에는 방염 물품을 사용하도록 의무화 되어 있다. 방염 대상물품은 커튼류, 무대 스크린을 포함한 암막과 무대막, 합성수지류나 섬유류를 사용한 실내 장식물, 카세트, 벽지류 등이며 실사출력물은 실내장식물의 범주에 포함된다.

최종 출력물의 방염 필증을 발부하기 위해서는 우선 방염처리업 등록이 필수적이다. 한국소방검정공사 임상학 팀장은 “광고용 소재를 사용해 실사 출력을 하는 것도 일종의 생산의 개념으로 본다”며 “따라서 방염 필증을 확보한 출력물을 납품하기 위해서는 처리업체로 등록하는 것이 필수사항”이라고 설명했다. 현재 전국 만에 개로 추진되는 실사출력업체 중에서 방염처리업체로 정식 등록된 업체는 삼화네코와 금풍아트, 대구 탑길라 시스템, 부산 고려폴리머, 천성애드캡 등이며 이외 일부 업체들도 방염처리업 등록 준비를 진행 중인 것으로 알려졌다.

출력물 방염소재에 대한 관심은 다가오는 한국국제 사인·디자인전(KOSIGN 2007)에서도 읽을 수 있을 전망이다. 오는 11월 8일부터 11일까지 나흘간 서울 코엑스 태평양홀과 대서양홀에서 개최되는 KOSIGN2007은 Sign Industry Show, LED/Lighting Show, Shop Interior & Expo Design Show로 부분별 전시장 구성을 더욱 세분화하여 개최된다.

새로운 출력아이템과 기술트렌드

KOSIGN 2007에서 찾아라

과당경쟁으로 출력단가 하락이 지속되는 등 출력업체들이 고초를 겪는 가운데 한편에서는 새로운 시장 활로를 개척하기 위한 움직임도 활발해지고 있다. 소재에 제한받지 않는다는 강점을 바탕으로 성장세를 타고 있는 UV시장을 비롯하여 움직이는 실사 이미지의 표현이 가능한 렌티큘러 시장 등 부가가치가 높은 사업영역에 관심이 높아지고 있는 것이다.

최근 일리정공 Neo-TITAN을 도입한 여름기획은 단가 하락으로 인한 매출 부진을 개선하고, 신규 수요 창출을 위해 UV시장으로 눈을 돌렸다. UV시스템은 목재, 아크릴, 건물 내부 마감재 등에 적용하여 소재 고유의 질감을 살릴 수 있어 인테리어용으로 큰 활용이 기대되고 있는 아이템이다.

여름기획 강태형 대표는 “이전에는 장비의 성능보다 오퍼레이터의 역할이 중요했지만 최근 몇 년 사이 장비의 성능이 획기적으로 업그레이드되면서 경험이 많고 노하우를 갖춘 업체들의 경쟁력이 약화되기 시작했다”면서 “특히 지난해부터는 가격에 대한 시장 압박이 커지면서 마진 폭이 많이 줄어들게 됐고, 새로운 시장을 개척할 필요성을

느꼈다”며 UV시스템 출력사업을 시작하게 된 배경을 밝혔다.

또 고정된 평면이미지가 아닌 입체적 이미지로 시선을 끄는 렌티큘러도 관심 끄는 아이템 중의 하나이다.

최근 렌티큘러 사업을 시작한 이미지박스 박병철 대표는 “플렉스 간판을 대체한 LED 채널간판이 늘어나면서 옥외용 실사출력물의 물량이 점차 줄어드는 추세”라면서 “인테리어적인 요소가 가미되면서도 시선을 끌 수 있는 광고물이 필요하다고 판단해 렌티큘러 사업을 시작하게 됐다”고 설명했다.

렌티큘러는 실사장비와 렌티큘러 렌즈, 인쇄영상으로 변환시켜주는 프로그램이 필요하며 렌티큘러 렌즈의 제작, 코팅 작업, 커팅 작업의 기술력만 확보되면 소규모 작업장에서도 얼마든지 사업화할 수 있는 것이 특징이다. 렌티큘러 렌즈가 연질과 경질 소재 등 다양하게 발달하면서 회전간판, 배너 등 여러 매체에 적용이 가능하고 움직이는 이미지를 구현할 수 있기 때문에 참신한 발상을 통한 상품개발이 가능하다.

이처럼 독특하고 시선을 끌 수 있는 매체를 선호하는 소



비자의 수요와 맞물려 앞으로 고부가가치 사업에 대한 관심도 더욱 높아질 전망이다. 점차 고급화되고 고부가가가치화 되는 출력 특새시장과 새로운 출력트렌드를 확인하고 싶다면 한국국제사인·디자인전(KOSIGN 2007)가 바로 그 답을 제시해줄 것이다. KOSIGN 2007은 오는 11월 8일부터 11일까지 나흘간 서울 코엑스 태평양홀과 대서양홀에서 개최되며 지난해보다 대폭 성장한 모습으로 선보일 예정이다.

2007 대한민국옥외광고대상

I. 목 적

- 미관정리, 미풍양속 유지 및 공중의 위생방지와 건강하고 쾌적한 도시환경 조성
- 디자인 중심의 옥외광고제작 환경 조성
- 디자인을 기초로 한 옥외광고 신기술, 신기재 개발 보급
- 기능과 기술을 가진 자가 사업할 수 있는 산업으로 지도·육성

II. 주 최 : 한국옥외광고협회

III. 출품개요

1. 출품부문

코 드	부 문	내 용	비 고	
S 01	생활형 간판·광고물	가설치 광고물	가로형간판/등축간판/자주간판 등의 출력물	A0출력
		창 작	가로형간판/등축간판/자주간판 등의 시안 출력물·모형	A0출력·모형
S 02	대형광고물	가설치 광고물	옥상간판/벽면간판/아파트간판 등의 출력물·동영상	A0출력·동영상
		창 작	옥상간판/벽면간판/아파트간판 등의 시안 출력물	A0출력
S 03	고통광고물	가설치 광고물	역사/대행사/실/영차인택 포스터 등의 인쇄물·동영상	A0출력·동영상
S 04	공공시설 이용광고물	가설치 광고물	택시·버스승차대/조영탑/시면기시판 등의 출력물·동영상	A0출력·동영상
		창 작	택시·버스승차대/조영탑/시면기시판 등의 시안 출력물	A0출력
S 05	공공사인 시스템	가설치 광고물	공공장소/국가나 지방자치 단체 행사 등의 출력물(행사 조형물 포함)	A0출력·동영상
		창 작	공공장소/국가나 지방자치 단체 행사 등의 시안 출력물	A0출력

2. 출품방법

가. 가설치광고물

- 가설치광고물은 실제로 부착되어 광고 및 홍보활동이 진행 중인 광고물 및 설치물을 말한다.
- (1) 출력표현은 출력물이어야 하나, 컴퓨터 등을 이용한 임의 변경은 인정하지 아니함.
- (2) 주간/야간/근거리/원거리 등으로 다양한 표현방법이 가능함
- (3) 고통광고물에서 기존 인쇄물은 위에 하도 보드나 스티로폼을 같은 사이즈로 부착하여 제출할 단 기재 물은 출력물이나 동영상으로 제출해야 함.
- (4) 내온사인이나 전광판광고물 등 동영상 표현의 광고물은 촬영(20초)하여 VHS나 CD-ROM으로 제출해야 함.

나. 창작광고물(디자인/모형)

- 창작광고물은 실제로 부착되지 않아 아직은 광고 및 홍보활동을 하지 않는 광고물을 말한다.
- (1) 출력표현은 실제 및 시안의 프린트출력에 의한 것도 있으며, 직접 손으로 표현한 그림이나 만들어진 모델도 가능함.

다. 공동사항

- 배넌 사이즈는 A0사이즈 (1,899mm×841mm)임. • 모든 작품은 표현 방식이나 소재를 가리지 아니함.
- 광고주의 수상자는 실무부서 책임자나 실무 담당자로 함.
- 제작자·기획사의 수상자는 광고물을 직접 기획·제작·설치한 업체의 대표자 또는 실무 담당자로 함.
- 해외 전국 시·도지부에서 지방예심을 거친 수상작품에 한하여 본심에 접수 가능함. 단, 지방예심이 없는 지 부의 경우 본심에 바로 접수 가능함.

3. 출품지역

가. 가설치광고물

- (1) 광고주와 제작사 기획사 2~3인의 공동출품이 가능함.
- (2) 국내 광고주나 제작사 기획사 표현에 의해 제작되어 국내에서 게재, 방송, 설치된 광고물에 한함.
- (3) 광고주 변경이나 화면(광고내용)의 변경에 해당하는 경우, 신규광고물로 인정함.

나. 창작광고물(모형)

- 제작자 1인의 영의로 출품함.

다. 창작광고물(디자인·설계)

- 제작자 1인의 영의로 출품함. • 학생부문은 1~2인의 영의로 공동출품함.

라. 공동사항

- 대한민국 옥외광고대상전에 출품되었던 광고물이나 타 기법에서 시행하는 공모전의 수상작은 출품할 수 없음.
- 광고주의 수상자는 실무부서 책임자나 실무 담당자로 함.
- 제작자·기획사의 수상자는 광고물을 직접 기획·제작·설치한 업체의 대표자 또는 실무 담당자로 함.
- 해외 전국 시·도지부에서 지방예심을 거친 수상작품에 한하여 본심에 접수 가능함. 단, 지방예심이 없는 지 부의 경우 본심에 바로 접수 가능함.

4. 출품요령

가. 가설치광고물

- (1) 광고주·제작사 기획사 등 출품작품에 관련된 회사들이 2~3인이 공동으로 출품하는 것을 원칙으로 하 며, 이 중 출품하고자 하는 회사의 대표자 영의로 출품하되 수상자를 지명하여야 함.
- (2) 출품하고자 하는 회사는 관련 회사의 동서(별도양식)를 작성하여 제출해야 함.
- (3) 출품하고자 하는 작품이 2작품 이상이고 출품일이 동일할 때 동의서는 1부만 작성함.
- (4) 출품작 주권을 촬영한 사진 1매를 첨부해야 함.
- (5) 특정 국가 및 종교·공공성에 저해되지 않으며 옥외광고물등관리법, 동법 시행령 및 조례, 건축법령에 위반되지 않는 작품이어야 함.

나. 창작광고물

- (1) 모형의 경우
 - 가로·세로·높이가 2m를 넘지 않아야 함.

- 전기사용일 경우에는 절전형으로 제작하되 220V용으로 만들어야 함.
- 벽면게시가 불가능한 작품은 전일대를 제작하고, 파손 우려 작품은 안전장치를 해야 함.
- 무게가 30kg을 넘는 작품은 이동(운반)이 가능한 장치를 해야 함.
- (2) 디자인 시간 및 설계도의 경우
 - 컴퓨터 작업이나 손작업이나 가리지 않음.
 - 실제 제작 가능한 작품으로 디자인이나 설계를 해야 함.
- (3) 특정 국가 및 종교·공공성에 저해되지 않아야 하며, 옥외광고물등관리법, 동법 시행령 및 조례 등을 감 안, 환경에 적응할 수 있도록 제작하여 출품해야 함.

다. 공동사항

- (1) 기존의 디자인이나 마크, 로고타입 등을 무단 도용하거나 표절한 작품은 제외함.
- (2) 독창성, 안전성, 편리성, 시장성(실용성) 등을 고려하여 제작해야 함.
- 광고주의 수상자는 실무부서 책임자나 실무 담당자로 함.
- 제작자·기획사의 수상자는 광고물을 직접 기획·제작·설치한 업체의 대표자 또는 실무 담당자로 함.
- 해외 전국 시·도지부에서 지방예심을 거친 수상작품에 한하여 본심에 접수 가능함. 단, 지방예심이 없는 지 부의 경우 본심에 바로 접수 가능함.

5. 출 품 료

- 가. 가설치광고물 : 작품당 5만원
- 나. 창작광고물 : 작품당 5만원 / 대학생 및 학원생은 작품당 3만원

6. 구비서류

- 가. 가설치광고물 : 출품신청서 / 출품동의서 / 작품설명서 / 광고물 설치 허가증 사본(원본대조필) 또는 설치 물 신고필증(사본) / 출품자 사업등록증 / 작품 주변사진 1컷
- 나. 창작광고물
 - 일반인 : 출품신청서 / 작품설명서
 - 대학생 및 학원생 : 출품신청서 / 작품설명서

7. 접수기간

- 가. 접수기간 : 2007년 9월 13일(목) ~ 9월 14일(금) 나. 접수시간 : 접수기간 중 10:00 ~ 17:00까지

다. 주의사항

- 직접 방문 접수를 원칙으로 함. • 작품이 훼손되었을 경우에는 접수하지 아니함
- 본인 또는 대리인이 접수하여도 무방함.
- 라. 출품신청서 배부 : 접수기간 한달 전 협회 홈페이지(www.koaa.or.kr) 공지사항 참조

8. 접 수 처

- 가. 본 협회 지정 장소 : 접수기간 한달 전 협회 홈페이지(www.koaa.or.kr) 공지사항 참조

9. 작 품 반 출

- 가. 일시 : 2007. 11. 12일(월) 09:00 ~ 12:00까지
- 나. 주의사항 : 작품 반출 일시 경과 후 작품을 반출 하지 않을 경우 수상임대 문제로 인하여 작품은 폐기함.
- 다. 반출 안내 : 코엑스 개회 1주일 전 협회 홈페이지(www.koaa.or.kr) 공지사항 참조

IV. 심사내용

1. 심사방법

- 가. 지방 예심과 본심으로 구분하여 심사함.
- 지방 예심 : 0000지부 2007대한민국 옥외광고대상전
- 지방 예심 기간 : 2007년 5월~10월 기간 중
- 본 심 : 2007 대한민국옥외광고대상전
- 나. 지방 예심에서 수상한 작품은 시·도지부별 대한민국 옥외광고대상전 이후에 본심에 참가할 수 있음.
- 다. 체험기준에 의해 심사위원 전원이 체험하고 평균점수의 순위에 따라 해당(적성순)을 결정함

2. 심사위원

- 가. 지방 예심은 시·도지부 KOSIGN위원회에서 심사위원을 선정함.
- 나. 본심에서는 사계(期界)의 권위자로 심사위원을 위촉하여 지역별로 안배할 수 있음

3. 심사방향

- 가. 주변경관과의 조화에 역점을 둔. 나. 독창적인 크리에이티브 능력을 평가함.
- 다. 건전한 광고문화 창달 기여도에 주목함.

4. 채점기준

가설치광고물		• 창작광고물	
항 목	비 율	항 목	비 율
조형성	30%	조형성	30%
독창성	30%	독창성	30%
법규준수성	20%	윤리성	20%
소재활용성	10%	소재활용성	10%
상품성	10%	상품성	10%
계	100%	계	100%

5. 본심심사

- 가. 심사 일자 : 2007년 9월 18일(화) 나. 심사결과 발표 : 9월 19일(수) 협회 홈페이지(www.koaa.or.kr) 공고

V. 시상내역

1. 부문별 시상 내역

구 분	상인종류	시상내용
가설치 광고물	대상(대통령상), 최우수상(국무총리상)	상장, 상금 외
창작광고물(모형)	우수상(행정부장관상) 및 협회장상	
창작 광고물(인쇄부문)	우수상(행정부장관상) 및 협회장상	

- 광고주의 수상자는 실무부서 책임자나 실무 담당자로 함.
- 제작자·기획사의 수상자는 광고물을 직접 기획·제작·설치한 업체의 대표자 또는 실무 담당자로 함.

2. 시상식

- 가. 시상 일시 : KOSIGN2007 전시회 개막일(11. 8. 목), 11:00-
- 나. 시상 장소 : KOSIGN2007 전시장 (코엑스 개회 1주일 전 협회 홈페이지(www.koaa.or.kr) 공지사항 참조)

K O S I G N 2 0 0 7

2007 대한민국 옥외광고대상

KOREA SIGN DESIGN AWARDS 2007

1. 출품부분

생활형 간판 광고물, 대형 광고물, 교통 광고물, 공공시설 이용 광고물, 공공사인시스템 5개 부문

2. 출품자격 및 출품방법

각 부문 공히 기설치 광고물 및 창작광고물 구분 운영

3. 접수기간

2007년 9월 13일 ~ 9월 14일

4. 심사방법

지방예심과 본심으로 구분하여 심사함.
(시,도지부 지방 예심에서 수상한 작품은 본심에 참가할 수 있음)

5. 시상

구 분	상의 종류	시상내용
기설치 광고물	대상(대통령상), 최우수상(국무총리상) 우수상(행정부장관상)	상장, 상금 외
창작광고물(모형)	및 협회장상	
창작 광고물 (학생부문)	우수상(행정부장관상) 및 협회장상	상장, 상금 외

6. 문의처

- 협회주소 : 서울 관악구 신림본동 10-626 한국옥외광고협회
- 전화 : 02)889-8855 FAX : 02)888-2177

옥외광고사 Q&A

1. 옥외광고사 필기시험문제 질의 기간

Q 시험시행 후 필기시험 문제에 대한 이의신청 기간은?

A 자격시험 시행 후 다음 날 시험종료 후 7일동안 문제에 대한 의견을 전화, 홈페이지를 통해 접수받은 후 각 문제에 대하여 제시한 의견을 각 분야 전문가를 통해 의견 수렴 후 결과를 홈페이지 [옥외광고사]란의 [필기시험 정답확인]에 공고합니다. 의견에 대한 개별 회신은 하지 않습니다.

< 이의제기에 대한 검토기준 >

대법원 판례(대법원 2001.4.10. 선고 99다33960 판결)에 의하면, 객관식 문제에 조금 미흡하거나 정확하지 못한 표현이 사용되었다 하더라도 평균적인 수험생으로 하여금 문제의 의미 파악과 정답분류의 선택을 그르치게 할 정도는 아니어서 그 출제행위에 재량권을 일탈하거나 남용한 위법이 없다는 것이 판례이다. 또한 국어학이나 논리학 과목이 아닌 전문분야 시험의 출제기법으로서 문항과 정답분류 구성에서의 다의적 용어의 사용은 어느 정도 불가피한 면이 있어서 전문용어가 아닌 일반용어를 사용하는 과정에서 엄밀하게 정확한 용어를 사용하지 아니함으로써 생긴 모든 출제상의 잘못을 예외 없이 잘못됨이라 할 수는 없다는 것이다. 그리고 대법원 판례(대법원 2002.10.22.선고 2001두 236 판례)에 의하면 수험생으로서는 명시적, 묵시적 지시사항에 따라 문항과 정답분류의 내용을 상호 비교, 검토하여 가장 적합한 하나만을 정답으로 골라야 하는 것이라 할 것이다.

2. 옥외광고사 자격증내의 주소변경

Q 한국옥외광고협회에서 시행하는 국가공인 옥외광고사 자격증을 등록한 지입니다. 그런데 제가 살고있는 주민등록상의 주소가 바꿨습니다. 어떻게 하면 되는지 알려주세요.

A 주민등록상의 주소가 변경되었군요. 먼저 저희 협회 홈페이지 [옥외광고사]란의 [검정자료실]로 들어가 14번에 있는 자격등록 변경 신고서라는 양식을 다운로드하시고요. 거기에 변경된 주소를 기입하시고 협회 FAX (02-888-2177)로 넣어주시고 전화 (02-889-8855)를 주시기 바랍니다. 또한, 주소의 변경으로 자격증을 재발급 받고자 하시는 분은 동 홈페이지 [검정자료실]의 공지사항에 나와있는 자격증 교부신청서를 다운받고 재발급 기재란에 기입하신 후 첨부서류와 함께 협회 중앙회에 방문또는 우편으로 신청을 하시면 됩니다.

3. 자격증 유효기간에 대해서

Q 국가공인 옥외광고사 자격증을 받아보았습니다. 그런데 자격증에 유효기간이 적혀있더라구요. 그 유효기간이 지나면 자격시험을 다시 봐야 되는 건가요?

A 국가공인 옥외광고사 자격증에 나와 있는 유효기간에 대하여 질의하신거 같은데요. 민간자격은 자격기본법시행령(제16조(갱신등록 및 보수교육) ① 다음 각 호의 1에 해당하는 민간자격의 취득자로서 관계 중앙행정기관의 장이 공인증서에서 정하는 자는 법 제25조제1항 및 제3항의 규정에 의하여 등록한 날부터 5년마다 관계 중앙행정기관의 장이 공인증서에서 정하는 바에 따라 갱신등록을 하여야 한다)에 의거 갱신보수교육을 실시하게 되어 있습니다. 자격증에 명기되어 있는 기간이 만료되기전에 각 자격등록자에게 갱신보수

교육통지가 안내될 예정이고 자격등록자는 그 당해 보수교육기간안에 오셔서 교육을 이수하셔야 됩니다. 그렇지 않을 경우에는 자격기본법시행령 제17조(자격의 정지에 의거 국가공인 옥외광고사 자격이 정지될 수 있으나 갱신보수교육기간에 교육이수 후 특정신등목을 하여 불이익을 당하는 일이 없도록 각별히 유의하시기 바랍니다.

4. 필기시험을 볼려면 실기시험 채점이 들어가요?

Q 필기시험에 볼려면 실기시험 채점이 들어간다고 하던데요.

A 네. 그렇습니다. 옥외광고사 자격시험은 시험시행일에 10:00부터 12:00까지 필기시험 13:30분부터 16:00까지 실기시험을 시행하고 있습니다. 옥외광고사 2급은 같은 날자에 필기와 실기시험을 연속적으로 실시에 따른 시험방법으로 1차시험에 볼려면 2차시험을 재접할 수 있도록 규정되어 있습니다.

5. 인터넷 접수시 수수료가 왜 붙나요?

Q 방문접수나 우편접수시 안 붙는 수수료가 인터넷 접수시 왜 붙나요?

A 인터넷접수는 결제과정에 대해서 말씀드리면 전자결제시스템을 이용해서 전자결제를 하시게되면 전자결제 요청사항이 각 은행시스템으로 전달되어 계좌번호, 주민등록번호, 잔액 등을 확인하여 처리되도록 되어 있습니다. 따라서 위의 사항을 기본으로 다루고 있는 은행 상호간에는 수수료가 인하될 수가 있으나, 본 협회는 위와 같은 전자시스템을 갖출 수가 없으므로 국내에서 전자결제망을 갖추고 있는 이니시스를 통해서 위와 같은 업무를 대행하고 있습니다. 따라서 인터넷 접수 수수료는 이니시스 전자결제망 이용 및 전자결제에 따른 계좌이체 송금수수료 등입니다. 이 수수료에는 이니시스가 각 은행에 지불하는 수수료와 인터넷 접수 서버 운영 비용이나 회선, 장비 비용이 포함될 것이며, 이러한 장비나 운영비용은 한해 유지비용이 많이 들어가므로 외부 용역을 해야 효율적입니다.

6. 옥외광고사 1급은 없나요?

Q 옥외광고사 2급은 있는데 1급은 없나요?

A 현재 국가공인 옥외광고사 2급으로만 협회에서 시행하고 있으며, 1급을 시행하게 되면 국가공인 되지 않을 자격증으로 국가에서 인정하지 않을 자격증이 되어 별 효용성이 없습니다. 그래서 협회는 옥외광고사 재공인 신청시 옥외광고사 2급을 공인중개사처럼 옥외광고사로 운영하는 것을 행정자치부와 검토중에 있으니 결과가 나오는 대로 홈페이지에 공지하도록 하겠습니다.

7. 시험시행전 수검표를 분실했습니다

Q 시험시행일 전에 수검표를 분실하였습니다.

A (인터넷접수일 경우)
수검표 출력은 본 홈페이지(<http://www.koaa.or.kr>)에서 [옥외광고사]란의 [수검원서조회]에서 조회하신 후 수검표를 출력하시기 바랍니다.

<방문접수나 우편접수일 경우>

1. 시험장과 시험시간을 알고 계신 경우

시험 당일 입실시간보다 조금 빨리 시험장에 가서 시험본부로 가시면 신분증 확인 후 입시 수검표를 발급받으시거나 수검확인을 받으시면 됩니다.

2. 시험장과 시험시간을 모르는 경우
먼저 협회로 전화연락을 통해 시험장과 시험시간을 확인한 뒤, 신분증을 지참하시고 시험 당일 시험본부로 가서 입시 수검표를 발급 받으시거나 수검확인을 받으시면 됩니다.
수검표를 잃어버리셨을 경우, 시험당일 고사장에 반드시 신분증을 지참하시기 바라며, 참고로 수검표와 신분증 둘다 지참하지 않으실 경우에는 시험응시가 불가능하니 가급적 분실하지 않으시기 바랍니다.

8. 시험 접수 후 장소변경이 가능한가요?

Q 시험 접수 후에 장소를 변경할 수 있나요?

A 시험 접수기간이 끝나면 시험장소변경이 불가능합니다. 점수를 하고 수험번호를 부여받게 되면 수험번호별로 시험장 시설, 장비, 시험장 출입무형편 등을 감안하여 시험계획을 수립하고 일정별 수검인원 수에 맞추어 시험장을 준비하며 시험문제지 인쇄 및 접수한 지역으로의 배포 등 이미 수립된 수검현황을 사후 변경할 경우에는 시험집행에 차질이 있어 장소변경이 불가능하니 양지하시기 바랍니다.
다만, 갑작스런 전근, 이사 등 불가피한 사정으로 접수하신 시험장에 갈 수 없을 정도의 원거리로 이동하신 경우는 입출 가능하신 서류(출장명세서, 주민등록등본을 제출하시면 두 지역 시험장의 협의에 따라 가능할 수도 있으나 먼저 협회로 전화주시기 바랍니다.
※ 수험자 부주의로 지역을 잘못선택하여 잘못 접수하셨거나 개인적인 사정(결혼식 참석등)에 의한 장소변경은 증명서류로서 입증하실 수가 없기 때문에 변경이 불가능합니다.

9. 접수한 시험을 다음 회차로 연기할 수 있나요?

Q 시험이 생겨서 다음 회차로 연기할 수 있나요?

A 다음 회차로 연기가 불가능합니다. 수험료는 관련 법령의 의해 정부의 승인을 받아 책정되고 있으며, 동 수험료는 시험에 필요한 문제 출제비, 인쇄비, 시설사용료, 감독수당 등 시행경비 등에 대부분이 소요됩니다. 동 경비는 수험자가 원서를 접수하여 수험번호를 부여받음으로서 수험자의 시험응시여부와 관계없이 발생하는 제경비로서 시험을 다음회차로 연기할 경우에는 타수험자에게 동 비용이 전가됨을 고려하여 관련 법령으로 제한하고 있습니다.
또한 시험일정은 시험장 시설, 장비, 시험장 출입무형편 등을 감안하여 수립되고 일정별 수검인원 수에 맞추어 시험장을 준비해야 하는 등 이미 수립된 수검인원을 사후 변경할 경우에는 시험집행에 차질이 있어 회차변경이 불가능하니 양지하시기 바랍니다.

10. 신분증으로 인정되는 것에는 어떤 것이 있나요?

Q 신분증으로 인정되는 것에는 어떤 것들이 있나요?

A 시험에 응시하실때에는 반드시 신분증이 필요합니다. 신분증으로는 주민등록증, 운전면허증, 학생증, 공무원증, 국가기술자격증, 여권 및 사진이 붙어있는 생활기록부사본(학교직인이 찍혀 있어야 함)입니다.

2007년 제2회 국가공인 옥외광고사 자격시험 시행안내

국가공인 옥외광고사 2급 자격증을 취득 시 다음과 같은 대우와 혜택이 주어짐을 알려드립니다.

- ▶ 옥외광고물 등 관리법에 의거 옥외광고업 등록시 동 자격증 취득자
필히 보유 의무(2006. 6. 24. 시행)
- ▶ 자격기본법 제27조①항, 동법 시행령 제8조 : 국가자격과 동등한 대우인정
- ▶ 국가기술자격법 시행령 제30조, 제31조 : 국가지방자치단체, 정부투자기관, 정부부처소관 기업체, 단체에서 채용, 보수, 승진, 진보, 신분보장 등에서 우대
- ▶ 직업교육훈련촉진법 제11조 : 직업교육훈련기관에서 학생 선발시 우대
- ▶ 학점인정 등에 관한 법 시행령 제9조 : 자격취득 시 12학점 인정
- ▶ 공무원 임용령 제36조 및 공무원 평정규칙 제21조 : 승진 시 우대
- ▶ 고등교육법 시행령 제39조, 제40조 : 산업대학, 전문대학 입학과 선발 시 우대

1. 시행 일정

시험회수	시험구분	원서 접수	시험일시	합격자 발표
제2회	필기 및 실기시험	2007. 9. 12 ~ 9. 19	10. 21	11. 26

2. 응시자격

필기시험 시행일에 만 18세이상인 내·외국인

3. 시험과목

구분	시험과목
필기시험	1. 관계 법규 2. 광고디자인 3. 광고 경관 4. 옥외광고물의 설계 및 시공
실기시험	옥외광고물의 설계·디자인

* 과목별 시험범위는 우리 협회 홈페이지에 공고된 출제기준을 참조하시기 바랍니다.

4. 시험방법

필기, 실기시험을 구분하여 같은 날짜에 시행하고 필기시험은 객관식 4지 택1형으로 과목당 20문 제씩 출제하고, 실기시험은 수기작업에 의한 설계·디자인 작업임. 단, 2급이상 필 장애자는 수기 작업 대신 컴퓨터에 의한 실기 작업

5. 시험시간

구분	시험시간
필기시험	10:00 ~ 12:00 (120분)
실기시험	13:30 ~ 16:00 (150분), 2급이상 필 장애자는 120분정도 부여

6. 합격 결정기준

구분	합격 결정 기준
필기시험	매과목 100점을 만점으로 하여 40점이상이며, 전과목 평균 60점이상 득점한 자
실기시험	100점을 만점으로 하여 60점이상 득점한 자

7. 수검원서 교부 및 접수

가. 장소

한국옥외광고협회 전국 16개 시·도 지부 사무국

지부	담당자	전화번호	FAX	주소
서울특별시 지부	이병근	(02)882-9500	(02)882-0557	서울특별시 관악구신림동 10-626 2층
부산광역시 지부	최호석	(051)166-8736	(051)166-8737	부산광역시 중구 중앙동4가 76-21 동도빌딩 4층
대구광역시 지부	이현수	(053)604-4387-2	(053)604-4383	대구광역시 북구 신갈동 1629 신인용재민발명 4층
인천광역시 지부	이현수	(032)427-4111	(032)429-6672	인천광역시 남동구 간석동 316-4 대우빌라 2층
광주광역시 지부	기대호	(062)228-6464-5	(062)228-6060	광주광역시 북구 임동316 무등 주강1층 129-2
대전광역시 지부	박만규	(042)254-2393	(042)254-2394	대전광역시 중구 선화동 187-16 JH빌딩 2층
울산광역시 지부	김해원	(052)266-0535	(052)266-0536	울산광역시 남구 신장동 308-12층
경기도 지부	장성수	(031)251-8600	(031)251-2777	경기도 수원시 장안구 송죽동 506-7 3층
강원도 지부	이금소	(033)261-9210	(033)262-9209	강원도 춘천시 동면 학곡리 306-9 새마을금고 2층
충청남도 지부	김은수	(043)266-4302	(043)266-4303	충청남도 청주시 흥덕구 은천동 1366-1 3층
충청남도 지부	박계산	(041)235-6522	(041)235-9966	충청남도 예산군 예산읍 예산리 261
전라북도 지부	조미경	(063)221-1691	(063)221-1601	전라북도 전주시 덕진구 우아동 3가 762-57 4층
전라남도 지부	박지현	(061)245-4004	(061)243-0330	전라남도 목포시 신장동 1080-738 새마을금고 2층
경상북도 지부	박한기	(054)857-2533	(054)857-2532	경상북도 안동시 대성동 267-10
경상남도 지부	윤해원	(055)237-4343	(055)237-8686	경상남도 창원시 도계동 303-5
제주특별자치도 지부	김인재	(064)762-3888	(064)762-7891	제주특별자치도 제주시 오라동 1163-4

* 수검원서 접수는 거주지 소속 지부와 관계없이 응시하고자 편리한 가까운 지부에 접수하여야 함

나. 수검원서 교부

- 년중 교부 (공휴일 및 행사일은 제외)
- 한국옥외광고협회 홈페이지(www.koaa.or.kr)에서도 출력하여 사용할 수 있음

다. 수검원서 접수

- ① 방문 또는 우편접수 • 평일 : 09:00 ~ 18:00
 - * 단, 토요일 및 공휴일은 원서접수를 하지 않으며, 우편접수를 할 경우 접수 기간내에 도착한 것에 한하여 유효하며 반드시 등기우표가 첨부된 반신용 봉투 (우편물 받을 수 있도록 주소 필히 기재) 1매를 동봉하여야 함.
- ② 인터넷 접수 : 협회 홈페이지(www.koaa.or.kr) 참조

라. 제출서류 및 응시수수료

- ① 방문 및 우편 접수자
 - 수검원서 1통 (협회 소정 양식으로 작성하되 접수일전 6개월이내에 촬영한 동일 원판의 탈모 상반신 반명함판 사진 2매 부착)
 - 주민등록증 또는 공인된 신분증 사본(원본대조필) 1부
 - 시험과목 면제자는 관련자격증 사본(원본대조필) 1부
 - 본인 명의의 응시수수료 입금 증명서
 - 장애자는 2급이상 장애 증명서 (필 장애자에 한함)
- 응시수수료 : 70,000원 (필기 전과목 또는 실기시험 면제자는 45,000원)
 - * 응시수수료 납부방법
 - 응시수수료를 본인 명의로 금융기관에 납부하고 입금증명서를 원서접수시 제출
 - 입금계좌번호 : 국민은행 : 041301-04-013503, 농협 : 074-17-007022, 우체국 : 012401-01-004709 (예금주 : 한국옥외광고협회)
- ② 인터넷 접수자는 협회 홈페이지 (www.koaa.or.kr) 참조
 - * 인터넷 접수자는 응시료 전자결제시 소정의 수수료가 부과됨

8. 시험 면제 과목 및 면제 대상자

- 필기시험 중 설계 및 시공과목과 실기시험 면제자 : 건축시공기술사, 건축구조기술사, 건축기계설비기술사, 건축설비기술사, 건축기사, 실내건축기사, 건축산업기사, 실내건축산업기사
- 필기시험 중 설계 및 시공과목 면제자 : 토목구조기술사, 토목시공기술사, 수자원개발기술사, 농업토목기술사, 토질 및 기초기술사, 토목기사, 토목산업기사, 토목제도기술사, 전산응용 토목제도기술사
- 필기시험 중 광고디자인 과목 면제자 : 제품디자인 기술사, 제품디자인 기사, 제품디자인 산업기사, 시각디자인 기사, 시각디자인 산업기사, 광고도장기술사
- 실기시험 면제자 : 건축제도기술사, 전산응용 건축제도기술사, 실내건축 기술사
- 필기시험 면제자 : 국가공인 옥외광고사 자격시험에서 필기시험만 합격자
 - * 실기 자격증과 명칭이 다른 자격증은 일체 면제받을 수 없음
 - * 명칭이 변경된 자격증은 해당 기관에서 재발급 받아 제출하여야 함

9. 합격자 발표

- 협회 홈페이지 (www.koaa.or.kr)
- 전국 시·도 지부 및 지회 게시판 공고

10. 시험장소

수검원서 접수 후 시험시행일 일주일전에 협회 홈페이지 및 전국 시·도 지부에 게시 공고

11. 기타

- 가. 접수된 응시원서, 수수료, 응시자격서류 등은 일체 반환하지 않음
- 나. 접수된 서류가 허위 또는 위조한 사실이 발견될 경우에는 불합격 처리 또는 합격을 취소한다. 필기시험만 합격한 자는 당해 필기시험 합격자 발표일로부터 2년간 유효함.
- 라. 시험시 수검자 준비물 등 수검자가 유의해야 할 사항은 응시원서 접수시 공고할 것임. (장애자 검증신청자는 개별 통지함)
- 마. 자격시험과 관련하여 궁금하신 사항은 한국옥외광고협회 자격관리처로 문의바랍니다. (TEL : 02-889-8856)

충남도청, 인권침해 현수막 등 불법광고물 집중단속

충청남도와 충남경찰청은 인권침해 국제결혼 현수막 및 교통수단 이용 불법광고물(레핑버스 등)에 대해 지난 7월2일부터 오는 13일까지 홍보계도기간을 거쳐 오는 7월27일까지 일제 합동단속을 실시한다고 밝혔다.

이번 단속의 중점대상은 최근 미국우부 인신매매 보고서에 인권침해 사례로 보도되어 사회문제로 대두된 '베트남(여성) 절대 도망가지 않습니다.' 등 인종차별적 내용을 담고 있는 국제결혼 현수막과 차량전체를 광고로 도배한 불법 레핑차량이다.

이번 단속은 전국적으로 실시되는 것으로 자치단체와 경찰관서가 합동 단속반을 편성, 주말·공휴일과 야간에도 실시하며, 단속결과 불법광고물 광고주 등에 대해서는 옥외광고물 등 관리법과 시행령에 의거 1년이하 징역 또는 1천만원 이하의 벌금과 함께 해당 불법광고물을 설치한 옥외광고업자에 대해서도 영업정지 처분 등 강력한 제재조치가 가해진다.

앞으로 충청남도는 불법광고물 정비·단속과 함께 아름다운 거리 조성사업을 통해 도시미관을 고취한 간판 개선사업도 병행추진할 계획이다.

불법광고물 전수조사 대대적 정비 추진 충청남도는 행정자치부의 2007 옥외광고물 전수조사 실시 방침에 따라 지난 2일부터 오는 9월 21일까지 유동광고물을 제외한 고정식 광고물의 종류별 현황과 불법광고물에 대한 전수조사를 시·군별로 실시하고있다.

이번 조사는 지난 2001년 이후 6년만에 전국적으로 동시에 실시되는 것으로, 16개 시·군별로 자체 조사반을 편성하여 가로형·세로형·돌출·옥상·지주이용·공공시설물 이용·창문이용·아취형 간판 등 고정식 광고물에 대해 표시위치, 광고자, 광고내용, 규격, 조명사용여부 등을 조사하고, 허가·신고여부 및 수량·규격·위치 및 장소, 표시방법 등에 대한 불법여부까지 조사대상에 포함된다.

각 시·군은 조사원에 대한 사전 교육을 통해 준비를 마쳤고, 정확한 조사를 위한 담당공무원의 샘플링 검증도 실시할 계획이다.

충청남도는 이번 조사 결과가 불법광고물 근절을 위한 기초자료로 활용되기를 기대하고 있으며, 조사 결과를 토대로 불법광고물 정비계획을 시·군별로 수립, 깨끗한 거리를 만들어 나간다는 방침이다.

인천시청, 고품격 옥외광고 문화 조성 나섰다

인천시는 명품 도시 창출의 일환으로 옥외광고물의 질적 향상 및 효율적인 광고물 관리를 위하여 공인중개사 협회, 음식점 협회 및 건축사 협회를 통하여 아름다운 옥외광고물 설치를 위한 대신 홍보에 나섰다.

신개빌지를 비롯한 구도심내 상가 대부분은 공인중개업소 및 음식점의 입주하여 서로 경쟁하듯 설치하는 '판류형의 무조건 큰 간판'은 건물 외관을 훼손할 뿐만 아니라 명품도시를 지향하는 시의 목표에 지장을 초래하고 있어 시에서는 공인중개인협회, 음식점협회 및 건축사협회와 민·관 공동협정 체결을 통한 광고문화의 개선을 도모하고, 공인중개사사무소 개설등록 및 음식점 영입허가시 아름다운 간판에 대한 기준을 제시하여 명품 간판을 설치하도록 권장하기로 했다.

건축인·허가시 옥외광고게시시설을 설계도면에 표기하여 건축물 준공전 간판 위치를 미리 선정하여 간판을 일정한 위치에 부착하도록 유도함으로써 광고물의 난립으로 도시경관을 저해하는 요소를 사전에 배제할 수 있도록 추진하는 등 다양한 시책을 추진중으로 앞

으로 인천시내 가로경관의 새로운 모습이 기대된다.

시는 또한 고품격 옥외광고문화의 조기 정착을 위하여 간판이 아름다운 거리를 대대적으로 조성하여 "고품격 광고물에 대한 표준모형을 거리에 직접 현장 제시"함으로써 소규모의 디자인된 입체형 간판이 보행자의 시선을 집중시키고, 상품 가치를 높여 오히려 광고효과가 뛰어남을 알리기 위한 대신민 교육의 장으로 활용할 예정이다.

아울러 시는 "2009년 인천세계도시엑스포", "인천방문의해" 및 2014아시아국제기 "을 개최하는 『세계일류 명품도시』에 걸 맞는 고품격 옥외광고 문화를 정착시켜 나가기 위하여 신개빌지 중심으로 옥외광고물특별정규역을 지속적으로 지정할 계획이다.

시는 깨끗한 도시를 만들기 위해서는 시민들의 새로운 광고문화 의식이 절실히 필요함을 강조하면서, 전철 역사 및 아파트 관리사무소를 비롯한 유관 단체 등에도 아름다운 옥외광고문화정착에 시민 자율적으로 참여토록 홍보할 계획이다.

서울시, 9월 10일까지 일반시민 등을 상대로 좋은 간판 공모



서울시는 광고물에 대한 시민들의 인식을 제고하는 한편 우수간판 제작설치를 유도, 도시미관 수준을 향상시켜 나가기 위하여 서울시에 설치된 좋은 간판

을 광고주 등 일반시민을 대상으로 9월 10일까지 공모한다.

광고물 개선은 시민들의 의식개선을 통한 자발적인 참여가 무엇보다 중요한 사안으로 일반시민은 물론 시민단체 등이 참여하는 좋은 간판 공모로 시민들이 간판이 어떤 것인지 느낄 수 있는 계기를 마련하고자 하며 이번 행사를 통해 좋은 간판을 설치한 광고주와 옥외광고업자에게 상패와 상장을 수여하는 한편 수상작품은 서울광장에 전시한 후 전 자치구를 순회하며 전시할 예정이다.

이번 서울시 좋은 간판 공모대상은 서울시에 설치된 적법한 간판으로 가로형간판, 세로형간판, 돌출간판, 공면간판, 옥상간판, 지주이용간판으로 입지적인 특성과 건축물 사용용도와의 적정성 등을 주관점으로 대상 1점, 금상 2점, 은상 3점, 동상 5점, 장려상 10점을

좋은 간판으로 선정할 예정이다.

응모자격은 광고주 및 옥외 광고업자(광고물 디자이너 포함)이나 광고물에 관심이 많은 일반시민 또는 단체에서도 평소 눈여겨본 좋은 간판을 추천할 수 있다.

응모하고 싶은 시민들은 2007.08.23일부터 서울시홈페이지(<http://www.seoul.go.kr>)에서 2007년 서울시 좋은 간판 공모신청서를 작성하여 디지털카메라 또는이동통신 수단을 이용하여 촬영한 jpg 파일을 첨부하여 제출하거나 서울시 자치구(광고물 담당부서)에 인편 또는 우편으로 제출이 가능하다.

아울러 서울시는 금번 좋은 간판 공모·전시회를 비롯하여 앞으로도 계속하여 서울시내 광고물 수준을 획기적으로 향상시켜 고품격 디자인 도시를 만들어 나갈 예정이다.

경북도, '살고싶은 도시만들기' 토론회 개최

경상북도도지사 김관용은 건설교통부 주관 2007년도「살고싶은 도시만들기」시범사업에 대해 관계 전문가와 공무원, 국민의 의견을 수렴하는 토론회의 장을 마련하여 시범사업의 발전방향을 제시하고, 시범사업의 추진상 문제점을 사전 진단하여 해결방안을 모색함으로써 시범사업이 우수 사례로 정착, 널리 확산될 수 있도록 지원하기 위한 토론회를 2007.8.1(수) 경상북도 주최로 김천문화예술회관에서 관계 전문가, 공무원 및 주민 등 100여명이 참석한 가운데 성황리에 개최하였다.

「살고싶은 도시만들기」시범사업으로 선정된 남산동은 과거 급증군정이 소재하던 지역으로 오랫동안 체계적인 도시계획 없이 들어서 주택으로 인해 주거환경 및

교통여건이 열악하고 시청사 이전 등으로 인해 도시 슬럼프에 빠진 지역에 도시이미지 개선과 주민의 삶의 질 향상을 위해 건설교통부에서 주관하는 2007년도「살고싶은 도시만들기」시범사업 응모하여 우리도 내에서는 유일하게 선정되었으며, 시범마을사업은 주거환경개선사업 등과 병행하여 추진할 계획이다.

토론회는 건설교통부 관계자의「살고싶은 도시만들기」에 대한 정책 설명과 남산동 시범마을사업 추진협의회 김영조 부위원장장의 추진상황에 대한 발표가 있었으며, 영남대학교 김갑수 교수의 사회로 구미 금오공대 김익환 교수, 건설교통부 김명준 사무관, 경북도정 신장하 도시계획과장, 김천시 박용환 건설교통국장, 대한주택공사

안상욱 도시환경팀장의 토론이 이어졌다.

토론에서는 시범사업의 지속적인 추진을 위한 제도적 장치마련과 참지공원 조성, 노천카페 설치 등의 필요성이 제시되고, 시범사업 선정지 특정지역에 편중되지 않도록 지역연배 고려, 원활한 사업추진을 위한 국비지원 규모 확대, 남산동 시범마을사업 추진협의회 구성시 교수 등 관계 전문가와 기업, NGO 조직 등을 포함, 국제적인 안목 배양과 살고싶은 도시만들기」에 대한 개선·발전방안을 마련하기 위한 담당공무원의 외국 선진지 견학이 필요성 등이 논의되었으며, 시범사업의 추진상 문제점과 해결방안을 제시하는 등 열띤 토론이 이어져 지역주민 및 각 시·군에서 참석한 담당공무원들의 많은 관심이 끌었다.

또한「살고싶은 도시만들기」는 모든 지방자치단체가 지향하는 필수적인 정책과제인 만큼 각 시·군에서 참석한 담당공무원에게 2008년도 시범사업에 대한 적극적인 참여를 당부하였다.

남산 시범마을사업의 주요내용은 주거환경개선사업 부분으로 도로개설 3개소 417미터, 공가정리 및 공동주차장 설치 3개소, 옥외간판 및 거리정비 470미터, 어린이 안전보호거리조성 1개소 등이며, 소요사업비는 25억원으로서 2007년부터 2년간 추진할 계획으로 시범마을사업이 완료되면, 현진도시로서의 도시이미지 개선과 함께 주민들의 참여확대로 시민의 공동체의식 회복은 물론 주민의 삶의 질 향상과 도시문화 창출에 크게 기여할 것으로 보인다.

대전시, 불법 유동광고물 대대적 정비 나서

대전광역시가 도심 가로변에 즐비하게 늘어서 도시경관과 보행환경을 크게 해치고 있는 일간판, 에어라이트, 현수막, 벽보, 전단지 등 불법 유동광고물에 대한 대대적인 정비에 들어간다.

대전시는 이달 13일부터 10월까지 11주간 5개 지구와 합동으로 불법 유동광고물이 집중 발생하는 야간 및 휴일을 이용해 특별정비에 들어간다고 밝혔다.

특히, 이번 정비기간중 불법 유동광고물의 광고

주에게는 과태료 부과와 함께 사적당국에 고발하는 등 강력한 행정조치를 취한다는 방침으로 300만원 이하의 과태료 부과 및 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금형을 받을 수 있다.

시 관계자는 "행정기관의 지속적인 단속 및 정비에도 불구하고 휴일과 야간 시간대를 이용, 불법 유동광고물이 지속적으로 증가하고 있어 이번 특별정비기간을 운영하게 됐다"며, "광고주들의 적극적인 관심과 협조를 당부한다"고 덧붙였다.

전주시청, 간판이 아름다운 거리 조성

전주시 교통국국장 라민섭에서는 오는 7월 2일부터 9월 21일까지 (80일간) 관내 가로형 간판 등 고정광고물 13종, 약 4만3천건에 대하여 옥외광고물의 종류별 현황을 파악 옥외광고물의 관리개선·정비등의 정책자료로 활용하기 위하여 행정자치부 주관으로 전국적으로 동시에 전수조사가 실시된다.

금번 우리시의 전수조사는 총 4개조 27명으로 조사반을 편성 각 동별 조사구역을 담당하여 광고물 허가신고 대상상 가로형, 세로형, 돌출옥상, 지주이용간판 등에 대한 전산자료를 출력하여 현지 건물에 부착된 간판과의 실사를 통하여 적법광고물과 불법광고물을 분류하고, 불법광고물에 대해서는 간판수량 초과, 위치·장소위반, 규격위반, 표시방법위반 등을 조사할 계획이다.

또한, 시는 전수조사와 병행하여 불법광고물 대한 양성화를 실시하기로 하고, 신고허가필자를 거쳐 적법하게 설치되었으나, 연장허가를 받지 않은 광고물과 허가신고 없이 광고주가 임의로 부착한 불법광고물 중 요건을 구비할 수 있는 광고물에 대해서는 금년말까지 한시적으로 이행강제금 부과 등을 하지 않고, 광고주로부터 신고허가를 접수받아 적법한 광고물로 양성화를 실시하고, 그 대신 옥외광고물 관리법 등 법적 요건을 충족하지 못한 광고물과 신규로 발생하는 불법광고물에 대해서는 대대적인 정비를 통해 올바른 광고문화를 정착해 나갈 계획이다.

이와 같이 시는 도시경관을 해치는 불법광고물의 철저한 조사와 체계적인 정비를 통해 불법광고물이 없는 거리, 간판이 아름다운 거리 조성을 통해 깨끗하고 쾌적한 전주시가 될 수 있도록 최선의 노력을 경주해 나갈 계획이다.

강원도, '디자인 강원 자문단' 내달부터 본격 활동에 나선다

강원도는 도의 디자인 업무 조직역량을 보완하고, 정책의 기본방향 정립 및 추진과정에서 전문적 시각의 자문을 구하기 위해 사제 전문가들로「디자인 강원 자문단」을 구성·운영하기로 하였다.

「디자인 강원 자문단」은 우선 28명(남 24, 여 4)으로 구성하고, 앞으로 필요할 경우 추가로 위촉해 나갈 계획이며 이번 위촉한 자문위원은 디자인, 건축계획, 도시설계, 토목설계, 조명, 옥외광고물, 환경 및 조정, 화장실, 교통안전시설 등 분야의 전문가들이다.

자문위원들은 도의「디자인 강원」정책 수립에 관한 사항, 「디자인 강원」정책발전 방안, 제도적 장치

(가이드라인, 지침 등) 마련에 관한 사항, 기타 도시사가 자문이 필요하다고 인정하는 사항 등에 대해 자문활동을 하게 되며 형식보다는 내실을 기하기 위해 정기회의는 연간 1회 개최하고 수시회의는 필요할 경우 언제든지 개최하며 업무분야별 소규모 회의, 방문협의 등 다양한 방법을 통해 실질적 자문활동을 하게 된다.

첫번째 자문회의는 오는 9월 3일 개최할 예정이며, 이 때 자문위원 위촉장을 수여하고, 디자인 강원 추진계획에 대한 설명과 함께 발전방안을 도의할 계획이다.

대전시내 현수막이 유니폼을 입는다

- 전국 첫 현수막제작안 도입 10월부터 시범운영 -

대전시내 각 곳에 어수선하게 제각각으로 내걸린 현수막이 유니폼을 입는다.

대전시는 도심 가로변 지정 계시대내 내걸리는 현수막이 광고주의 경쟁심리로 제각각의 색채, 글자체, 디자인을 사용함으로써 현란한 분위기를 연출, 도시미관을 저해한다는 판단에 따라 통일성을 기하기 위해 전국에서 처음으로 현수막 제작 및 색채개선 지침을 마련해 시행에 들어간다고 밝혔다.

대전시의 현수막 개선지침에 따라 가로변에 내걸리는 현수막은 크기가 종전 가로 600cm, 세로 90cm에서 세로길이가 70cm로 축소되고 글자 크기는 가로 34cm, 세로 40cm 이하로 사용해야 하며 현수막을 가로 3단으로 나누어 광고내용은 상하 10cm, 좌우 15cm 여백을 두고 1·2단은 광고문구와 업체명, 3단은 연락처 등으로 구분하여 표시해야 한다.

대학교수, 전문가, 광고협회 등의 자문을 거쳐 이번 개선안을 마련한 대전시는 오는 9월까지 시민 홍보기간을 거쳐 10월부터 11월까지 시범운영한 후 12월에 자치구 관련조례를 개정, 근거규정을 마련한 후 내년부터 본격적인 시행에 들어간다는 방침이다.

시 관계자는 "현수막등 옥외광고물이 도시의 얼굴로 지칭될 만큼 도시경관을 좌우하고 있다"며 "쾌적하고 정돈된 현수막 게시공간 조성으로 도심경관을 크게 개선할 것으로 기대한다고 밝혔다.

< 대전시 현수막 변화 비교 >



기존 현수막



최종 개선안

행정자치부, 사전 계도기간을 거쳐 인권침해 현수막 등 불법광고물 집중단속 실시

행정자치부와 경찰청은 인권침해 국제결혼 현수막 및 교통수단 이용 불법광고물(레핑버스) 등에 대해 오는 7월 2일부터 7월 13일까지 홍보계도기간을 거쳐 7월 27일까지 전국적으로 일제 합동단속을 실시했다.

이번 단속의 중점대상은 최근 미 국무부 인신매매 보고서에 인권침해 사례로 보도되어 사회문제로 대두된 '베트남여성' 절대 도망가지 않습니다.' 등 인종차별적 내용을 담고있는 국제결혼 현수막과 차량전체를 광고로 도배한 불법레핑 차량이다.

이번 단속은 전국 자치단체와 경찰관서가 합동 단속반을 편성, 주말·공휴일과 야간에도 실시했다.

단속결과 불법광고물 광고주 등에 대해서는 옥외광고물등 관리법에 의거 1년이하 징역 또는 1천만원 이하의 벌금과 함께 해당 불법광고물을 설치한 옥외광고업자에 대해서도 영업정지 처분 등 강력한 제재조치가 가해진다.

앞으로도, 행정자치부는 일회성 단속이 머무는 것이 아니라, 지속적 점검을 통해 불법 광고물 재설치를 방지하고, 연중홍보 및 계도활동과 함께 지속적인 단속과 정비를 통해 쾌적하고 아름다운 가로경관을 조성해 나갈 계획이다.

부산시청, 인권침해 국제결혼 현수막, 차량래핑 광고 등 '불법광고물 집중단속'

부산시청은 최근 사회문제로 대두되고 있는 '국제결혼 현수막 광고'와 '교통수단이용 광고물(레핑버스) 등에 대한 집중 단속을 실시한다고 밝혔다.

7월2일부터 13일까지 홍보계도 기간을 가진 후 7월14일부터 27일까지 14일간 실시될 이번 단속은 자치구·군 과 경찰청 합동으로 펼쳐진다.

부산시청 관계자에 따르면 "주요 단속대상은 베트남 여성 국제결혼 현수막광고 및 차량래핑 광고 등" 이라고 말하고 최근 불법

광고 행위도 자치구·군 및 경찰청의 단속이 있으나 계절리성 현수막 설치와 차량이동에 따른 단속 한계로 단속효과가 미흡하다는 여론에 따라 공조체제를 구축하게 된 것이라고 밝혔다.

특히 국제결혼 현수막 광고의 경우 인권침해 및 인종차별적 내용 포함으로 국가이미지 실추 우려가 있어 이번 단속을 통해 상습 위반자에 대해서는 형사처벌, 행정처분 등 엄정 조치할 예정이다. 또한 차량래핑 광고도 차량의 창문을 제외한 좌우측면의 1/2 초과

시 관련 법규에 따라 단속 대상이 된다.

한편, 현수막 광고 위반의 경우 1년이하 징역 또는 1천만원 이하 벌금, 차량래핑 광고 위반시 사업용 자동차는 위반시 1년이하 징역 또는 1천만원 이하 벌금, 자가용 차량은 500만원 이하 벌금이 부과된다.

부산시청은 집중단속 기간 중 자치구·군 과 경찰청의 합동단속을 주1회 이상 실시하는 등 유기적 공조체제 구축으로 단속효과를 높인다는 계획이다.

대구시청, 인권침해 등 불법광고물 집중단속

대구시와 시경찰청은 인권침해 국제결혼 현수막 및 교통수단 이용 불법광고물(레핑버스) 등에 대해 오는 7월 13일까지 홍보계도기간을 거쳐 7월 27일까지 전국적으로 일제 합동단속을 실시했다.

이번 단속의 중점대상은 최근 미 국무부 인신매매 보고서에 인권침해 사례로 보도되어 사회문제로 대두된 '베트남여성' 절대 도망가지 않습니다.' 등 인종차별적 내용을 담고 있는 국제결혼 현수막과 차량전체를 광고로 도배한 불법 레핑 차량이다.

단속결과 불법광고물 광고주 등에 대해서는 옥외광고물등 관리법에 의거 1년 이하 징역 또는 1천만 원 이하의 벌금과 함께 해당 불법광고물을 설치한 옥외광고업자에 대해서도 영업정지 처분 등 강력한 제재조치가 가해진다.

앞으로도 대구시는 일회성 단속이 머무는 것이 아니라 지속적 점검을 통해 불법 광고물 재설치를 방지하고, 연중홍보 및 계도활동과 함께 지속적인 단속과 정비를 통해 쾌적하고 아름다운 가로경관을 조성해 나갈 계획이다.

서울시, '행정 현수막 없는 서울' 선언

서울시는 무절제하고 무분별한 가로 광고물 정비에 솔선수범하기 위해 12일 행정 현수막 없는 서울'을 선언하고, 앞으로 서울시 내 광고물 수준을 획기적으로 향상시켜 고품격 디자인 도시 서울을 만들어 나갈 것이라고 밝혔다.

오세훈 서울시장은 당일 오전 11시에 서울광장에서 '행정 현수막 없는 서울' 선포식 행사를 갖고 '행정 현수막을 모두 철거하여 깨끗한 거리, 고품격의 선진도시를 건설해 나갈 것'을 선언하고, 시청 앞 도로에 설치된 행정현수막이 붙어있는 시정 홍보선전탑을 시범적으로 철거하였다.

서울시는 이번 행사를 통해 서울시가 솔선수범하여 행정 광고물을 자진 철거함으로써 광고물 정비를 위한 범 시민적 공감대 형성을 기대하고 있다.

아울러 서울시는 앞으로 광고물 수준향상을 위한 7대 방안을 마련하여 중점적으로 추진해 나갈 것이라고 밝혔다.

작업자 약 4,200개 업체와 시민들을 대상으로 바깥쪽의 광고 문화, 도시공간 구성에 있어 광고물의 중요성, 좋은 간판의 기준 등에 대한 특별교육을 실시하고 민화 등을 이용한 시민제도용 리플릿을 제작하여 시민과 점포주 등에 배포할 계획이다.

아울러 간판의 문제점에 대한 개선방안을 도출하고, 광고문화 개선을 위해 학계, 업계, 시민단체 등이 참여하는 '워크숍'과, '좋은 간판 공모 · 전시회'도 개최할 예정이다.

1. 가로환경 개선을 위한 '행정 현수막 없는 거리' 선정

깨끗한 가로경관 조성을 위해 8차로 이상 주요 간선도로를 '행정 현수막 없는 거리'로 선정하여 서울시, 자치구 등 행정기관부터 광고물 개선에 솔선수범할 계획이다.

서울시내 8차로 이상 도로155개 노선 331km를 '행정 현수막 없는 거리'로 선정하여 금년 8월 1일부터 서울시 · 25개 자치구 · 서울시교육청 등이 우선적으로 참여하도록 계획이다.

또한 2008. 1. 1부터는 참여대상을 경찰서, 세무서 등 중앙행정 기관과 정부신속단체 등으로 확대하고, 2008. 7. 1부터는 6차로 이상 도로144개 노선 680km까지 확대할 계획이다. (단, 공직선거법 등 법령에 의해 허용된 현수막은 제외)

서울시는 이를 효율적으로 추진해 가기 위해 현수막 지정제시대를 증설하고 계시대의 디자인을 다양하게 개선하여 계시대 이용을 활성화시키는 한편, 공익광고 전광판 시민게시판, 시 · 구정홍보지, 교통방송, 케이블TV, 아파트 엘리베이터 광고 등 다양한 광고매체 활용 방안을 마련하고 서울시와 자치구의 필요불급한 행정현수막 제작을 억제하기 위해 관련 예산의 집행 및 편성을 제한할 방침이다.

2. '불법 유동광고물 없는 거리' 조성

서울시내 10차로 이상 주요 간선도로를 '불법 유동광고물 없는 거리'로 조성하고, 단계적으로 확대하여 시민들에게 밝고 깨끗한 가로환경을 제공할 계획이다.

우선적으로 금년 12월까지 불법 유동광고물(현수막, 벽보, 전단, 일간판 등) 금지를 위한 시민홍보와 계도를 실시하고, 2008. 1. 1부터 10차로 이상 도로18개 노선 83km)와 자동차 전용도로(7개 노선 198km) 총 25개 노선 281km를 '불법 유동광고물 없는 거리'로 조성하며 2008. 7. 1부터는 8차로 이상55개 노선 331km)으로 확대해 나갈 계획이다.

'불법 유동광고물 없는 거리'에 대한 정비와 관리 강화를 위해 자치구별 관리 및 단속 · 정비실태를 시민단체 등과 함께 평가하여 인센티브에 반영하고, 집중적인 순찰활동을 실시하여 점검을 강화하며 자치구에 지원하는 불법 광고물 정비예산도

2008년부터 총 5억원에서 10억원으로 확대할 계획이다.

3. '권역별 간판 가이드라인' 제정 운영

조화로운 도시경관 조성을 위해 역사 · 문화구역, 관광특구, 상업중심지역 등 지역별 특성에 적합한 '권역별 간판 가이드라인'을 금년 12월까지 제정하여 2008년부터 은평 · 양신휘 뉴타운 등 25개 재정비촉진지구와 청량리촉진지구 등 8개 균형발전촉진지구에 우선 적용하고 2008년 시행하는 '간판이 아름다운 거리' 조성사업에도 적용할 계획이다.

4. 무질서한 '불법간판 단속' 강화

'행정 현수막 없는 거리'와 '불법 유동광고물 없는 거리'에 대한 불법 광고물 단속과 더불어 앞으로 '간판이 아름다운 거리' 조성지역과 종로 · 청계천 등 간판 업그레이드 시행지역에 대한 사후관리를 강화해 나갈 계획이다.

이를 위해 금년 7월부터 12월까지 점포주 · 건축주 · 간판제작사 등에 대한 계도와 홍보를 실시하고, 2008. 1월부터 집중 단속을 실시하여 위반자에 대한 과태료 · 이행강제금 부과, 고발조치 등 행정처분을 강화해 나간다.

또한 서울시 세외수입 종합 징수시스템과 연계하여 사후관리에 철저를 기하고, 용역정비에 의한 불법간판 철거비용에 대한 원인자(점포주) 부담제도 실시할 방침이다.

5. 도시경관을 저해하는 '옥외 간판개선'

동대문운동장 주변 등 시책사업과 연계된 거리, 역사문화 · 관광거리 등 특화거리, 대학이 소재한 구의 유동인구가 많은 거리 등을 우선 선정하여 점포주(건물주, 대학디자인연구소, 공무원 등이 공동 참여하여 가로환경을 저해하는 '옥외간판 개선'을 추진할 계획이다.

우선 '간판이 아름다운 거리' 5개소(개소당 평균 4억원 지원)를 금년도에 시범 조성한 후 2008년부터 연차적으로 10개소씩 확대 추진하고, 외국에서 실시하고 있는 '주민 자율점검제'를 우리 현실에 맞게 도입하여 시민사회가 주체가 되는 간판개선 사업을 추진할 계획이다.

은평 · 주유소 · 자동차영업소 · 이동물

신대리점 · 프랜차이즈점 등 점포 수가 많고 인지도가 높은 기업의 간판부터 우선 개선토록 하여 범시민적으로 확산시켜 나가는 '기업이 선도하는 간판개선'을 단계적으로 추진한다.

금년 9월부터 은평 · 주유소 · 자동차영업소 · 이동통신대리점에 대한 간판을 개선하고, 2008. 1월부터는 프랜차이즈점으로 확대해 나갈 계획이다.

또한, 간판이 아름다운 거리 등 간판개선 지역에 대한 사후관리 강화를 위해 교차간판 사전심의제를 실시하고, 주기적인 점검과 집중관리로 불법광고물 발생을 사전 예방할 계획이다.

6. 광고문화에 대한 '시민의식 개선'

광고물 개선은 점포주 · 건축주 · 일반시민 등의 광고문화에 대한 의식개선을 통한 사회적 공감대 형성이 우선되어야 하며, 서울시는 시민의식 개선을 위해 광고물 제

7. 옥외광고물 관리제도 및 행정시스템 개선

효율적인 옥외광고물 관리를 위해 불합리한 옥외광고물 관련법령 개정 추진과 '광고물 관리 DB' 및 시 · 자치구의 전담 관리체제를 구축하는 등 각종 '제도 및 행정시스템을 개선'해 나갈 계획이다.

행정처분, 광고관련 학회, 옥외광고협회 등과 협력하여 '옥외광고물등 관리법령' 개정을 추진함으로써 광역자치단체의 광고물 관리 권한을 강화하여 불법광고물 등에 대한 효율적인 단속이 이루어지도록 하고 2008년에는 광고물 전수조사를 통해 '광고물 관리 DB'를 구축하고 온라인 · 허가 시스템을 도입함으로써 효율적인 광고물관리도 행정력 낭비를 최소화할 수 있는 물론 시민편의를 도모하며 자치구 동통합회에 따른 잉여 인력 등을 활용하여 자치구의 광고물 관리 전담조직을 보강하고 상설단속반을 확대 운영하여 옥외광고물 관리에 철저를 기해 나갈 계획이다.

행정 현수막 현황



은평구 은평터널길



금천구 금천로

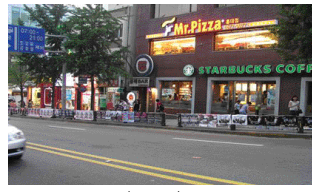
불법 유동광고물 현황



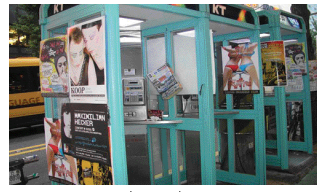
양천구 남부순환로



경서구 남부순환로



마포구 서교동



마포구 서교동

이기만 교수의 간판은 문화이다

간판공동체 (2)



‘안녕하십니까. 오늘 국가 경쟁력 제고를 위한 간판문화개선 방안 심포지엄에 큰 기대를 갖고 김해시청 도시계획과에서 참석하였습니다. 가게의 투명성을 강조함으로써, 몇 가지 간판의 문제를 해결할 수 있다는 말씀이 가장 인상 깊었습니다. 제가 궁금하게 여기는 질문은 우리 실정에 맞는 간판에 관한 문제입니다. 환경과 조화를 이루는 간판에 관한 말씀을 알겠지만 그럴 수 없는 여건에 놓인 간판들, 특히 간판 밀집 지역의 간판 문제를 해결할 수 있는 방안을 선생님의 논지인 환경디자인으로서의 간판 방향에 맞춘다면 어떤 해결책이 있을까요.’



김판돌 씨는 시작 전에 만난 제주도청의 옥외광고물정비과 이쪽지 씨를 떠올리며 청중의 숫자가 적지만 각 지방 관청의 해당 부서에서 대표자들이 여럿 참석하였다는 사실을 다시 실감하였다. 김판돌 씨처럼 간판 가게를 꾸리고 있는 간판장자들을 볼 수 없어서 이상하다고 생각하면 좋았는데, 짧은 질문 시간이 주어져서 공무원들, 그 중에서도 전국 관청의 도시계획과 외 옥외광고물관리담당자들을 위한 발표회임을 확인할 수 있었다. 지난 5월의 발표회에서 느낀 목마름이 아직도 채 가지지 않은 때에 펼쳐지는 발표회라서 남은 일정에

관한 관심이 더 커졌다. 더욱이 질문하는 사람들이 전문가와 비전문가를 떠나서 현실적인 질문에 초점을 둔지라 훨씬 값진 자리일 것이 틀림없었다.

‘안녕하십니까. 강서구청 옥외광고물관리과 김홍수입니다. 강서구청에서는 지난 1년 동안 관내의 간판 정비를 위하여 힘썼습니다. 오늘 들은 좋은 정보를 살려서 앞으로 좋은 간판 환경을 만드는 데에 더 힘쓰겠습니다. 조금 전 보여주신 자료를 잘 보았습니다. 그런데 현실의 어려움을 해결하는 데에 있어서 모자란 느낌을 떨칠 수가 없습니다. 이러한 뜻을 가지고 조금 전 김해시청에서 하신 질문과 관련이 있는 질문을 하겠습니다. 좋은 간판문화를 이루기 위한 환경을 만드는 일이 중요한 것은 알고 있습니다. 하지만 넓은 마당, 이웃과 서로 여유롭게 나눌 수 있는 공간이 어려운 실정에서 적용할 환경디자인은 따로 있다는 생각이 듭니다. 한국의 간판 환경을 보신 소감, 그리고 보여주신 일본 및 다른 나라의 간판들과 다른 주제로 도쿄의 간판들에 관한 이야기를 들려주신다면 고맙겠습니다.’

사회자의 이야기와 통역하는 사람의 목소리에 가려서 일본에서 온 와타나베 교수는 더 깊고 넓은 대답을 하지 못한 채 발표를 마쳤다. 다만 한국에 온 지 딱 만나질 만에 문제를 느낄 만한 여유가 없었고, 오늘 주어진 발표 시간이 짧아서 준비한 자료와 이야기가 많았음에도 다 하지 못한 게 매우 아쉽다는 이야기를 남겼다. 토론자도 많고, 발표자의 숫자를 살펴보니 그럴 가능성은 없어보였으나, 사회자는 토론 시간에 또 질문할 수 있다는 말을 덧붙이고 다른 발표자들로 차례를 넘겼다. 실제로 와타나베 교수는 토론 맨 끝에 한 마디 덧붙이는 것으로 발표회 참가를 마무리하였고, 더 이상 청중과 문제를 나눌 기회는 없었다.

‘무엇을 그렇게 열심히 적어요?’ 잊자녀에 전화를 걸어서 발표회 참석을 권유하였던 현수대발전소의 문 대표가 궁금하다는 듯 귀엣말로 물었다. 김판돌 씨는 말하는 대신 끼적거리던 종이를 들어보였다. 아침에 아이의 책상위에 두고 온 12가지 수수께끼에 대한 또 하나의 답안이었다. 이한글 교수의 전국 간판기행과 간판문화운동에 참가하여 함께 일한 지 십 수년이고, 간판장이나 산 세월도 만만치 않은데, 아이가 내민 12가지 문제들의 절반 이상이 낮

선 들음이며, 이는 문제들도 짙막한 결론뿐 더 깊이 있게 생각할 능력이 없음을 깨달은 터이니 김판돌 씨가 답안지를 들고 간판발표회에 참석한 것은 당연한 일이었다. 그는 오늘 발표회가 수수께끼들을 풀 좋은 기회일 것이라는 생각까지 하였다.

1부가 끝난 뒤, 차를 마시고 돌아온 문 대표가 나가서 사람들과 이야기 나누자며 팔을 잡아줬었고, 영접결에 명함을 주고받

비가 여전히 내리고 있는 어둡해진 길을 나서며 흥민수 씨가 이야기를 꺼냈다. ‘문화회를 시작하려는 간판과 이를 위한 환경디자인, 일본의 간판 사례와 관점, 프랑스 사례로 본 간판문화 개선을 위한 건축적 제안들 3가지 발표는 일본과 프랑스의 간판을 답지는 이야기였고, 건축비평가, 몇몇 관청의 옥외광고물 담당자, 번역회 회장, 몇몇 시민 단체의 사무장들이 벌인 토론은



는 자리가 벌어졌다. 문화운동을 펼칠 때를 빼고는 명함을 즐겨 쓰지 않은 탓에 어색하게 명함을 나눈 뒤 김판돌 씨는 광고 대학교 박 교수의 이야기에 귀를 기울였다. 사람을 아는 일이야 좋다. 더욱이 이런 발표회에서 만나는 사람들은 대부분 다른 갈래이지만 같은 뜻을 가진 동지일 때가 많으니 새로운 생산성도 생긴다. 그런데 발표회의 흐름이 석연찮은 곳에서 급세 친하게 된 조금 털털한 사람들은 입을 모아 발표회 꼬집기에 앉아서 끝까지 경청한 뒤에 가능하는 게 몸에 밴 김판돌 씨로서는 부담스러운 이야기였다. 물론 발표회가 내건 거창한 꿈지, 그리고 발표자들의 구성, 사회자의 독단이 마음에 들지 않는 것은 사실이었다. 이러한 문제점이 저마디의 문제 해결을 방해할 것이고 참가자들, 특히 각 지역 관청의 옥외광고물 담당자들에게 더 큰 집만 안길 수도 있으며, 첫 뜻과 달리 제자리걸음만 걷게 하는 걸림돌로 작용할 수 있는 것이다.



제 입장을 이야기 하나씩 꺼내고 끝냈으니 정말 심포지엄이었네요.’ 문 대표가 맞장구를 쳤다. ‘발표하는 사람의 밑두도 문제가 있더군요. 게다가 글 제목 좀 봐요. 발표글 제목으로는 맞지 않는 듯해요. 저희 나라라는 표현을 쓰는 사회자나 통역자도 꼴 불견이었지만, 전체 발표자, 토론자들의 이야기를 들으면서 이토록 어리비리한 문화가치관으로 간판문화를 바르게 세우는 일이 가능할까 하는 생각이 들더군요. 어떻게 생각하세요. 이 선생님.’ 사회자가 말이 좀 길었다는 이야기, 어떻게 한국 간판이 끔찍하다는 표현을 쓸 수 있는지, 목표가 불분명한 진행, 주제를 정한 사람이 주제를 부정하는 발표 방식들의 이야기를 나누는 문 대표와 이행들에게 인사를 마치고 김판돌 씨는 경북공역을 향하여 걸음을 옮겼다.

문 대표와 발표회장에 들어서기 전 김판돌 씨는 수수께끼를 보여주며 간판문화에 관한 이야기를 나누었다. 발표 글들이 실





린 책자를 본 뒤, 발표 시작 전에도 이야기를 나누었다. 문 대표도 김판돌 씨와 자주 간판에 관한 소통을 하며 마을, 지역의 간판과 현수막에 관한 광고문제를 들춰내곤 하면 더워서 발표회에 대한 기대는 결국 문화공동체로서의 핵심 중 하나인 간판에 관한 실마리를 기대하는 것으로 이어졌다. 하지만 발표는 이상적인 간판에 관한 흔한 이야기들과 이국적인 간판이야기로 끝을 맺었다. 행정자치부가 한창 힘쓰고 있고, 문화관광부에서도 공간문화화를 두어 힘차게 일을 벌이고 있는 중임에도 우리의 간판공동체, 문화공동체로서의 현실 문제에 관한 인식의 넓이나 깊이가 좁고 얕다고 느끼는 간판자들이 많은 것은 정말 심각한 일이다. 비전문가로서 딱딱한 지표를 찾고 있는 관청 담당자들의 한숨과 그들이 어떠한 방식이든 무엇인가 일구어야 한다는 실절이 답답한 환경이라고 김판돌 씨는 생각하였다. 며칠 전 김판돌 씨는 조카가 안동에 공무원으로 발령이 나서 가게 되었다는 소식을 들었을 때, 거기서 함께

사는 문화와 지역문화를 올바르게 세우는 일을 함께 고민하자고 덕담 대신 건넸다. 오늘 발표회에서 간판에 관한 수수께끼는 12가지가 아니라 백 가지, 만 가지가 되었고, 참가한 모든 사람들을 향하여 조카에게 건넨 밀과 같은 의견을 밝힐 기회도, 마음도 일어나지 않았다는 생각을 하며 김판돌 씨는 토론자들이 던진 밀의 향연을 메아리처럼 다시 귀에 담았다.

‘모깃월에 달 그습달라, 달이 잠긴 연못, 예쁜 글씨, 사람과 지혜, 큰웃 전문점, 별나라 사진관, 숯불 떡장어, 김천정월농장, 토리촌 건강약국, 우리떡집, 머리하는 날, 두레유통, 화다달, 참맛나, 웃는 치과, 고흥마루, 인사동 전기, 열기구 마당, 열립 필방, ??고을, 나무사이로, 가보세 그집, 시골집, 친구네 숯불구이와 같은 말들이 어떤 의미가 있습니까?’, ‘지역 문화를 잘 내세워야 합니다’, ‘공공성이 중요합니다’, ‘문화를 생각하지 않고 간판 자체를 보면 안 됩니다’, ‘국가 경쟁력 제고를 위한 간판문화



개선 방안은 불가능합니다.’

김판돌 씨는 지난 달 ‘결판’ 지에 실어달라며 문 대표가 보냈던 글을 떠올렸다. 정부가 ‘국가 경쟁력 제고’를 위하여 갖가지 간판 사업에 돈을 쓰고 있는데, 과연 생산성 있는 일인지, 무엇인가 거두기는 하겠지만, 알맞게 하고 있는 것인지, 그 방향은 맞는 것인지와 같은 수많은 질문을 쏟아놓고, 문 대표는 이렇게 결론을 맺었다. ‘얼마 전에 우리 가게로부터 세 칸 건너에 있는 맥주집 사장님이 간판을 바꾸셨으니 이름을 지어달라는 말씀을 하셨습니다. 김판돌 대표를 염두에 두고, 이름을 짓는 일을 잘

발표회장에서 토론자 두 사람이 좋은 이름을 실리자며 본보기로 내놓은 것들 중에 문 대표가 소개한 이름들이 반 이상이 있었다. 김판돌 씨는 간판공동체에 관한 또 다른 실마리로서, 아이에게 받았던 12가지 수수께끼, 국가 경쟁력 제고를 위한 간판 문화 방안 발표회장, 문 대표의 글을 놓고, 지난 밤 거침없었던 가족들의 의견을 들어야겠다는 생각을 하며 결음을 재촉하였다. 그의 어깨 위에 걸린 빨간 ‘꽃’ 간판 옆으로, 우리나라 간판이 끔찍하다며 폄소리치던 발표자들과 다른 나라 간판의 우수성을 알아야 한다고 외치는 사람들의 목소리가 깃발처럼 펄럭였다.



하는 사람이 있으니 소개하겠다고 하였으나 꼭 제가 지어주었으면 좋겠다는 말씀을 덧붙였습니다. 저는 맥주집이니 도란도란 나누라는 뜻으로 도란도란이면 좋겠다는 말을 한 뒤, 왜 굳이 제가 지어야 한다는 것인지 되물었습니다. 그랬더니 하신 말씀은, 제가 이름을 지어준 우리 마을 가게들이 다 돈을 잘 벌고 있기 때문이라는 것이었습니다. 맥주집 사장님이 문을 열기 전에 나름대로 조사를 하였는데, 쉽고 정감 어렸으며 이 마을의 문화가 잘 나타난 이름들을 모아보니 사업도 번창하였는데, 모두 제가 지어준 이름이더라는 것이었습니다. 저는 많은 공부를 하지 못한 처지이나 여러 사람과 돈도 벌며 좋은 문화를 일구는 일에 동참하면서 겪고 느꼈던 많은 고민들에 대한 해답을 자랑삼아 이렇게 말씀드리고자 합니다.’ 문 대표는 그 끄트머리에 자신이 지어준 가게 이름들을 덧붙이는 것으로 글을 끝맺었다. 그리고 보니 오늘



이기간 평론가, 한글문화기획자, 문화예술감독, 한글학회, 움직이는말글문화, 한글문화연대, 세종대왕 박물관컨설팅위원 심군관대학교

국내 최초 개발 주야간 컬러 변환 아크릴 듀라이트

(주)씨디디스플레이는 국내 최초 주야간 컬러가 변환되는 아크릴 듀라이트, 컬러아트, 파스텔을 개발하여 출시하였다.

듀라이트는 아크릴의 충격 강도를 높여 분자 가공시 깨짐 현상을 크게 개선한 제품으로 한면은 무광으로 다른 한면은 유광 처리가 되어 있어 선택이 자유로운 제품이다. 또한 친환경 소재로 제작하였지만 타사 제품보다 가격 면에서 45%~35%정도 저렴하고, 발광 면에 있어서도 타사 제품과는 비교할 수 없을 정도로 매우 밝아 광고효과를 극대화시킨 제품이다.

이 제품은 특히 건물 층수에 구애 받지 않는 등 응용범위가 넓어 여러 분야

에도 사용이 용이할 것으로 기대된다.

컬러아트는 주야간 선풍한 컬러를 보여주고, 친환경 소재로 제작하였다.

듀라이트 차림 한면은 무광으로, 다른 한면은 유광으로 처리하여 고객이 자유롭게 선택할 수 있다.

또한 가격이 저렴하고 건물 층수에 구애받지 않아, 응용범위가 넓은 장점을 가지고 있다.

파스텔도 주야간 컬러가 변환이 가능하며 고급스러운 실내 분위기를 연출할 수 있다. 이 제품도 듀라이트나 컬러아트처럼 한면은 무광, 다른 한면은 유광 처리되어 있어 고객이 선택할 수 있는 폭이 넓다.

(주)씨디디스플레이 : 041)530-1596

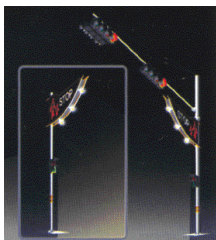


비조명주간



조명(야간)

교통사고 예방 효과 기대, LED 횡단보도안정등 출시



보행자 횡단 시에만 점등되므로 기존 제품에 비해 에너지 절약의 효과가 뛰어난 것이 특징이다.

(주)창조에서는 횡단보도에서는 횡단보도 교통사고 예방에 효과가 기대되는 LED 횡단보도안정등을 출시하였다. (주)창조 관계자는 "이 제품은 기존의 신호등과 조명등, 안전등을 한 개의 지주에 설치하는 것으로서 원가 절감의 효과가 있을 것"이라며 "디자인 또한 깔끔해 아름다운 도시미관 조성에도 기여할 수 있을 것"이라고 장점을 설명했다. 이번에 출시하는 LED 횡단보도안정등은 전용투광기(점진형)를 적용하였으며, 신호등과 연동 작동되어

(주)창조061)792-4114

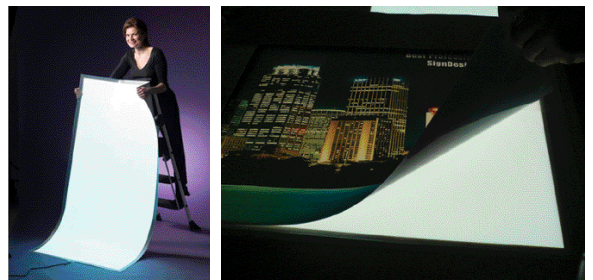
다산정밀, 사용이 간편한 이동용 에어프레스 선보여



다산정밀에서는 이동용에어프레스(이일렛) 자동 압착기를 선보인다. 기존의 모터식 자동 기계가 많은 공간을 차지한 것에 비해 이동용 에어프레스는 크기가 작고 8.5kg으로 무게를 최소화하여 크기가 큰 출력물의 작업에도 사용이 간편하다. 또한 이일렛(하도메시) 압착소음이 거의 없으며 콤팩트해서 1대로 4인이 작업 가능하며, 폴드는 기존 전동기계나 손기계 모두에 호환이 가능하며, 이일렛 압착 외 다른 용도로 사용할 때는 해당 폴드만 바꿔 사용하면 된다.

다산정밀 : 02)261-3280

곡면시공 가능 CeeLite 면발광 시트



CeeLite(미국)의 LEC Panel은 LEELight Emitting Capacitor 기술을 세계 최초로 상용화한 'Time' 지 선정 2006년 최고의 발광품으로 선정된 제품이다.

CeeLite(미국)는 특허기술에 의한 면발광소재로서 자유로운 곡면연출이 가능한 차세대 광원입니다. 전기적 특성이 안정적이며 간단한 시공 및 편리한 유지보수, 형광등 대비 약 30%의 저전력 소비로 경제성 또한 탁월하다. 축전 발광기술을 이용하여 이제껏 적용이 힘들었던 바다, 벽, 천장은 물론 실외의 각종 조명용으로 활용되고 있다.

CeeLite 기술은 세계지 기술의 집합체로서 OSRAM사의 고품질 발광물질을 집인 Sylvania, 일정한 밝기와 프로그래밍이 가능한 인버터 기술 그리고 냉발광·발광물질의 보호·정전기차폐를 가능하게 한 기술의 유기적 집합체이론 제품입니다.

CeeLite의 LEC Panel의 특성을 살펴보면 기존 유기 EL 제품이 가졌던 단점들을 획기적으로 보완하여 두 배 이상의 수명 및 밝기가 가능하고 그에 비해 백열등, 네온, 형광등 보다는 월

등히 낮은 전력을 소비하며, 뛰어난 전자파 차폐와 같은 전기적 안전성을 보장하며, 부드럽고 자연스러운 조명으로 눈에 피로감을 줄인 자연친화적인 제품이며, 진동과 같은 외부충격에 강합니다.

LEC Panel은 유연한 곡면연출이 자유로워 실내, 열린 공간 또는 옥외용으로 공간적인 제약 없이 사용이 가능하고 다양한 크기로 공급됩니다. 제품의 크기는 가장 작은 가로·세로 6cm~9cm에서 91cm~188cm까지 다양하며 더 큰 크기도 가능합니다. 패널의 켈빈도(조명의 색온도) 단위는 7500~11,000K로 옥·내외용으로 폭 넓게 적용되고 있습니다.

CeeLite의 LEC Panel은 옥외조명 간판 및 광고물은 물론 전시회·패션쇼·스튜디오·Bar테이블과 같은 실내용 광고물, 쇼룸용 외벽광고물, 차량부착용 광고물, 도로표식 및 공무집행용 발광표시물, 휴대폰 백라이트 등 다양한 쓰임새로 사용되고 있으며 그 적용범위는 계속해서 확대되고 있습니다.

(주)오른텔레콤 : 02)838-5033

Book

데카르트의 비밀노트

400년 동안 침묵하던 데카르트의 노트가 열린다. 서양 철학과 수학의 토대를 세운 서양 근대 철학의 아버지 데카르트에게는 아무에게도 보여주지 않은 비밀 노트가 있었다. 이 노트는 그의 사후에 금고에서 발견되었는데, 복잡한 수학 공식과 도형이 적혀 있었으며 증명 과정이 모두 암호로 되어 있었다. 당대 최고의 수학자였던 라이프니츠가 데카르트의 죽음 후 파리로 건너가 그의 비밀 노트를 찾아 몇 장을 베껴내어 암호를 해석해냈는데, 이것이 바로 오늘날 전해지는 데카르트의 비밀 노트다. <데카르트의 비밀 노트>는 조금은 낯설었던 수학자 데카르트의 삶을 통해 17세기 유럽의 어두운 지식 사회를 그려낸다. 비밀 노트에는 무엇이 담겨 있는지 데카르트가 그 노트를 비밀로 한 이유는 무엇인지, 그리고 비밀 노트의 내용이 무엇인지 그 미스터리를 파헤치

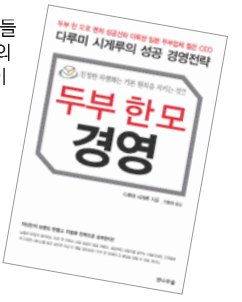
고 있다. 자라는 비밀 노트, 은밀한 연애, 신비주의 단체 장 미상사회와의 교류, 의문의 죽음 등 흥미로운 주제들을 던지며 이야기를 풀어낸다. 이를 바탕으로 다양한 단서들을 이리저리 꿰맞춰보면서 데카르트가 삶과 죽음을 걸고 찾아냈던 '자식의 궁극'이 담긴 비밀 노트의 진실을 이야기하고 있다. 아울러 데카르트의 출생에서부터 죽음에 이르기까지의 일대기에 걸친 역사적 조사를 토대로, 데카르트에 대한 충실한 전기적 정보를 함께 제공한다.



두부 한 모 경영

이 책은 일본 두부회사 '시노자카야'의 CEO 다루미 시게루의 성공 전략을 다룬 책이다. 작은 두부 가게에서 시작해 도쿄 증시에 주식을 상장한 데 이어 M&A를 통해 기업을 키우고, 세계화 전략을 전개해 성공 가도를 달리고 있는 두부기업 CEO의 성공 경영 스토리를 담고 있다. 1만2천명의 CEO 중에 단 한명도 생각하지 못했던 다루미 시게루만의 유일한 경영전략을 볼 수 있다. 이 책을 굳이 '경영지침서'라고 이름 붙이는 것은 이 책이 막연한 성공론을 다루는 것이 아니라 철저한 경영 현장의 체험을 바탕으로 하나하나 성공을 성취해 온 다루미 시게루의 전략을 낱알이 밝히고 있기 때문이다. 그의 발상을 자신의 사업에 응용할 수 있고, 또한 그의 전략을 통해 현재보다 더 나은 미래에 대한 대안을 확실하게 제시해주고 있다는 이 야기다. <시노자카야>의 성공 신화는 무려 1만2천개의 일본 두부회사 중에서 유일하게 상장되었다

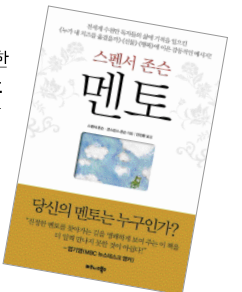
는 점에서 여실히 드러난다. 최소한 1만명 2천명의 CEO들이 엄두도 내지 못했고, 알 수도 없었던 다루미 시게루만의 '독특한 사업 수완'이 있다는 것을 증명하고 있는 대목이기 때문이다. 그렇다면 작은 두부 가게가 일본 재계의 주목을 받는 기업으로 성장하게 된 이유는 무엇일까? 첫째, 두부 사업의 기본인 두부의 품질을 지켜온 열정이다. 둘째, 항상 남들과 다른 방식으로 새로운 실험을 반복하는 도전정신이다. 셋째, 끊임없이 배우고 적극적으로 실천하는 자세이다. 넷째, 더 큰 성공을 위해 대가를 지불하는 결단력이다.



내 삶의 진정한 멘토를 찾아가는 감동적인 우화 전격 출간!

전 세계 42개 언어로 자신의 작품을 번역 출간하여 아마존닷컴에서만 4,000만 부라는 기록적인 판매고를 올린 글로벌 밀리언셀러 작가 스펠서 존슨 <누가 내 치즈를 옮겼을까> <선물> <선택> 등의 작품을 통해 전 세계적으로 사랑받아 온 우리 시대 가장 위대한 스토리텔러이자 <뉴욕 타임스> 선정 최고의 베스트셀러 상 수상자, 미국의 유일한 전국 일간지 <USA 투데이/USA Today>에 의해 '경영우화의 황제 The King of Parables'라는 평가를 받기도 했던 그가 또 하나의 역작 <멘토>를 들고 다시 우리를 찾아왔다. 복잡한 주제에 대해 지혜롭고도 단순명쾌한 해결책을 제시하는 데 천부적인 재능을 지닌 스펠서 존슨은 일상에 지친 우리를 일으켜 세우고 격려하며, 인생의 해답은 평범하고 단순한 진리에 있음을 깨닫게 해준다. 고되고 험난한 인생에서 삶의 등불이 되어 줄 진정한 멘토를

찾아가는 여정을 그린 이 책 <멘토>에서도, 그 특유의 간결한 문체와 철학 그리고 상상을 뛰어넘는 통찰력은 빛을 발한다. <멘토>는 삶의 목적과 방향을 이끌어 줄 진정한 멘토를 만나는 방법에 대한 구체적이고 설득력 있는 실마리를 제공한다. '스스로 자신을 가르치는 멘토'가 되어 '목표'를 명확히 설정하고 나를 정진하고 나의 행동을 성찰하라는 단순하면서도 강력한 멘토의 가르침은 인생의 등불이 되어 줄 멘토 찾기의 전형을 제시한 이 시대의 가장 고귀한 선물이다.



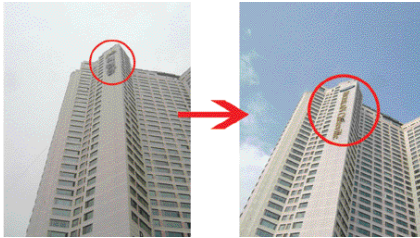
Exhibition Info

8월	9월
<ul style="list-style-type: none"> Media Expo-Delphi <ul style="list-style-type: none"> 기간 : 2007년8월4일~8월6일 장소 : 인도 뉴델리 내용 : 실내·외 광고, 사인 관련 기자재, 디스플레이 등 문의 : 91-11-9312285/42 http://www.themediexpo.com 제4회 국제특수인쇄산업전시회 <ul style="list-style-type: none"> 기간 : 2007년8월22일~8월25일 장소 : 서울 코엑스 내용 : 디지털프린팅, 스크린인쇄, 조각기, 포장관련 기기 등 문의 : 02-551-0102 http://www.prinkor.org 제2회 광주옥외광고대상전 <ul style="list-style-type: none"> 기간 : 2007년8월30일~9월1일 장소 : 광주 김대중컨벤션센터 내용 : 디지털프린팅 관련 소재 장비, LED/Display/조명, 미디어 및 링크 등 문의 : 051-466-8736 http://www.busarkoaa.org 	<ul style="list-style-type: none"> Sign Business and Digital Graphics Show <ul style="list-style-type: none"> 기간 : 2007년8월9일~8월11일 장소 : 미국 캘리포니아 내용 : 사인, 배너, 섬유관련 신업, 디지털프린팅, P.O.P 등 문의 : 800-669-0424 http://www.nbmsshows.com 2007 국제정보디스플레이 전시회 <ul style="list-style-type: none"> 기간 : 2007년8월29일~8월31일 장소 : 대구 엑스코 내용 : LCD, PDP, LED, 전자디스플레이 관련 부품 등 문의 : 02-563-7963 http://www.imidex.org 동경 사인 & 디스플레이쇼 <ul style="list-style-type: none"> 기간 : 2007년8월30일~9월1일 장소 : 일본 동경 내용 : 옥외광고물, 시공 및 전자장식 기자재, 기계 및 기구, 공구, 서적 문의 : 81-3-3626-2251 http://www.snikkoren.or.jp
	<ul style="list-style-type: none"> 대구 표면실장 및 인쇄회로기판 생산 기자재 <ul style="list-style-type: none"> 기간 : 2007년9월12일~9월14일 장소 : 대구 엑스코 내용 : 인쇄회로기판(PCB) 관련 장비 등 문의 : 02-555-7153, http://www.smtpcb.org Viscom Europe Germany 2007 <ul style="list-style-type: none"> 기간 : 2007년9월20일~9월22일 장소 : 독일 뒤셀도르프 내용 : 네온, 디지털프린터, 옥외광고제작 관련 기기 등 문의 : 49-0-211-90191-197, http://www.viscom-europe.com Sign Slovakia <ul style="list-style-type: none"> 기간 : 2007년9월26일~9월28일 장소 : 슬로바키아 브라티슬라바 내용 : 디지털 인쇄, POP, 사인제작관련 기기 등 문의 : 421-2-6727-1111, http://www.eventseye.com
	<ul style="list-style-type: none"> Printech India <ul style="list-style-type: none"> 기간 : 2007년9월15일~9월18일 장소 : 스리랑카 콜롬보 내용 : 디지털매체, 인쇄매체 관련 장비 등 문의 : 91-422-557728, http://www.britradeshows.com International Graphics Art Show <ul style="list-style-type: none"> 기간 : 2007년9월21일~9월27일 장소 : 일본 동경 내용 : 프린팅 관련 인쇄 장비 등 문의 : 81-3-3434-2656, http://www.igas-tokyo.jp Viscom France 2007 <ul style="list-style-type: none"> 기간 : 2007년9월26일~9월29일 장소 : 파리핀 마닐라 내용 : 네온, 디지털프린터, 옥외광고제작 관련기기 등 문의 : 33-(0)1-47-56-5000, http://www.viscom-paris.com

안전 시공 안전시공교실 19

한눈에 보는 고층 채널 시공방법

글 / 변 기 원 시공전문가



좌측의 건물 상단에 시공되어 있는 채널거품을 철거하고 우측의 채널문자를 시공할 것이다. 두벌의 채널이 있고 하나는 좀 더 작은 채널이지만 높이는 같다. 건물의 높이는 39층이고 실제로는 40층이 훨씬 낫는다. 특히 거리를 재었을 때는 120미터 정도 되었으며 작업조건은 이천과 채벽으로 작업공구나 장비를 정리해야 한다. 매일 정리되어야 하는 작업은 매우 어려운 작업 중에 하나다. 물론, 고층이므로 생명을 걸어야 하는 기본적인 안전장치는 빠지지 않는다.



채널문자가 크고, 현장주변의 적정수준의 장소가 마련되어 보다 빠른 조립과 시공을 위해 현장 조립을 결정. 알뜰로 정렬하면 거의 37미터정도 나온다.



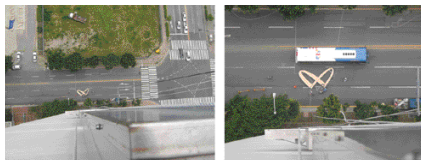
네온 조립을 시작한다. 오랜 시간의 채널조명에 문제가 없도록 세심한 작업이 관건이다. 문자채널 중에 작은 글자를 조립 중.



이 채널은 반대편의 건물에 시공될 작은 채널. 조립이 끝나면 마무리로 커버를 씌운다.



우선 철거를 하기 위해 삼발이 트러스를 제작한다. 이와 같은 일은 일반적이지 않다. 또한 삼발이를 건물에 맞도록 제작하는 일도 거의 없다. 이 건물주변을 통해 크레인을 사용할 수도 없고, 철거 시공을 위해 윈치나 도르래는 불가능하다. 윈치를 사용하기에는 대형 윈치를 제작해서 사용해야 하고 큰 차량의 있어야 한다. 철거는 무게에 의한 주의가 가장 우선적이어서 이걸 무시할 수는 없었다. 따라서 안전을 위한 작전을 변경하여 5톤 크레인을 이용한 삼발이 작업을 하기로 결정하고 대형 삼발이를 준비하였다. 삼발이 제작에 대한 주의 할 점은 거품과 강철외이어의 무게로 인해 옥상의 턱이 주저앉지 않도록 해야 한다. 철거할 문자 채널은 스텐인리스로 제작된 60터 각의 크기이다.



좌측에 잔디밭에 있는 차량이 5톤 크레인이다. 이 거리에서 크레인의 드럼에 준비된 외이어를 교체하여 유압의 힘으로 거품을 견인파 철거를 하는 것 우선 마크를 제거 하였다. 마크의 무게나 크기를 보면 지나는 버스에 비교해 보면 알 것이다. 120미터를 내려오면서 바람에 의해 벽에 부딪치거나 좌우로 요동을 치지 못하도록 보조로프를 달아 조정하면서 빠른 속도로 하강, 이때 안전을 위한 주변의 정리도 철저히 해야 한다. 정식대로 작업을 하려면 이런 방법으로는 힘들어진다. 문제는 이 채널이 내려오는 중에도 인도가 사람이 아무렇지 않게 통행한다는데 있다. 그만큼 행인들의 안전의식이 낮아 있으므로 간장을 늦추지 말고 안전을 확보하도록 한다.



철거된 채널문자. 장정 8명이 들고도 했지만 움직이지도 않아 지게 차로 운반하였다. 각종자재들은 정식대로 제작, 시공한 상태였다.

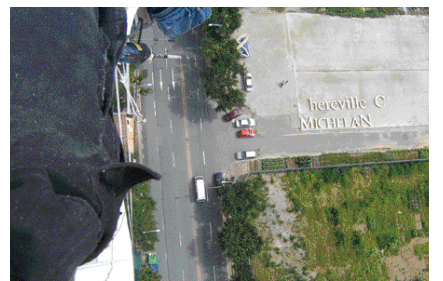


시공을 하기위해 볼트심기(프링)를 시작한다. 타원의 마크 같은 경우는 불규칙한 볼트구멍을 맞추려면 볼트심기 비드판을 만든다.

다. 과거에는 움직이지 않게 하기 위한 방법으로 얇은 베니어판이나 딱딱하고 가벼운 소재를 사용했지만 지금은 적당한 수축작용이 되는 플렉스 원단을 사용하기도 한다. 조금 불편하기는 하지만 사용하는데 장점도 많다.



360터의 채널트러스 모두 구멍을 한 번에 채워치며 볼트심기를 작업한다. 볼트심기를 끝내기 위험이다. 물론, 이 방법은 여기에 책임자와 작업기술자의 조율에 따른 결정이 가장 적절하다.



광고물의 고정방법 중에 가장 중요한 볼트심기. 360터의 채널 문자트러스의 볼트 수는 상상으로 많다. 작게 보아도 속히 60개 이상은 넘어야 한다.



시공 전에 마무리 조립과 안전을 위해 확인 점검이 시작된다. 전 원도 켜보고 견인 중에 트랜스의 낙하나 다른 이상이 없는지 확인한다. 특히, 문제가 발생하는 부분에 대해 보수를 할 수 있도록 트랜스 위치를 잡아주는 것도 중요한 조립방법이다.



안전한 견인을 위해 많은 사람들이 조율을 한다. 사진 상으로는 알다 안 나가는 크거나 무게일 것을 보이지만 그와 반대로. 저렇게 세우는 것만으로도 크레인이 아니면 불가능하다.



간판견인이 시작된다. 도로사정과 간판의 좌우의 조정을 위해 프리로프를 달아 조심스럽게 올라간다. 사진의 망원으로 잡아서 건물 높이가 높지 않은것 같지만 프리로프가 작정으로 조정하기 위해 약 150미터로 후진한 상태다. 그래도 다행이 프리로프를 조정할 수 있는 기기가 있어서 작업에 도움이 되었다.



작업 중간의 정도의 시공 상태.



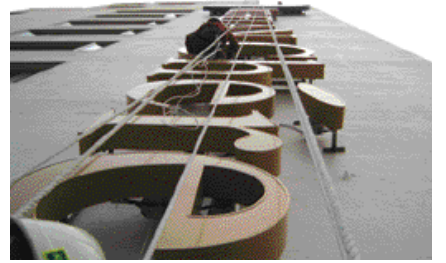
견인되어 오는 채널문자를 고정하는 기사. 정지와 올림, 내림에 대한 조정은 수신호도 힘들다. 따라서 이정도 높이에는 통신기가 필수 조건이다.



마지막 확인을 하게 된다. 만약에 대비한 보강조치도 이루어진다. 이와 같은 작업은 일반 작업에서 보기 힘들지만 약하거나 위험하다고 판단되면 바로 보강작업을 해야 한다.



마무리를 위한 배선 작업. 전기 용량과 선의 길이, 고정, 등을 고려하여 강한 바람에도 이상이 없도록 단단하게 배선을 한다.

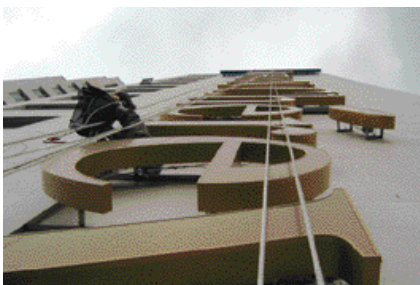


전체배선의 점검 및 마무리 중.



전체 점검이 끝나고 있다. 작업자가 하강만 하면 시공완성.

고층 채널시공 (1부)



▲ 고층의 작업은 안전과 더불어 사고와 전염이다. 준비하는 과정에서부터 마무리 작업까지 시간이 많이 걸릴수도 있다. 따라서 이러한 일 때문에 인원을 추가적으로 증가시키기도 한다. 높은 건물의 특성상 채널이라 할지라도 대형화하여 사적 효과를 보기 때문에 큰 광고물이 보통이다.

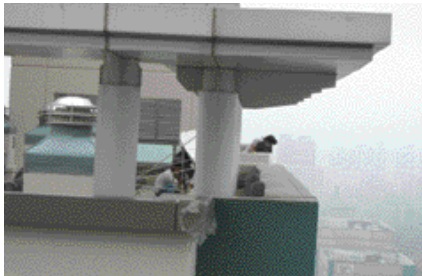
도심을 건다보면 고층에 걸린 대형 간판대신 채널로 된 광고물을 흔히 볼 수 있다. 이러한 채널작업은 우리가 가지고 있는 방법으로는 시공하기 힘들다는 판단을 내리게 되고 어떤 방법으로 작업을 하는지 궁금해 할 것이다. 우리가 말하는 흔히 고층이라고 하는 건물의 층수는 어디서 부터일까? 건물의 고층이라 불리면 보통, 10층이 넘어가

는 것을 말하지만 시공자가 말하는 고층이란 20층 이상의 모든 건물의 층수를 지칭한다. 이런 고층이기 때문에 문자 채널사인이나 광고물은 크고 대형이어야 원거리에서도 육안으로 들어오게 되는 것은 상식이다. 따라서 다른 저층의 간판시공과 달리 안전을 위해 설치하기 위한 방법으로 보통이상의 기술과 작업이 행하여져야 한다. 2-3미터 각의 채널문자는 말할 것도 없고 6미터를 넘어가는 채널 문자의 광고물을 시공하다보면 안전관리에서부터 작업방식과 준비과정, 시간대, 인력, 등이 상식을 깨트린다. 낮은 층에서 볼 수 없는 특면이 필요하고, 안전관리는 일반 건설현장의 상상을 초월하는 경우도 있다. 볼트 하나라도 떨어뜨리거나 실수 한번으로 작업 중지는 물론이고 큰 사고로 이어지며, 피해도 커진다. 지금까지는 "바람이 불어서 작업을 중지..."라든가, "비가 오니까 철수해야겠다."라는 말이 전혀 통하지 않았지만 고층에서는 전혀 생소하지 않는다는 점이 특이하다. 고층에서는 실수로 인한 사고들은 본인이나 타인에게 모두 치명적이다. 실제로 방식이나 방법이 중요한 것은 두 번째 일이다. 안전을 위한 모든 방법이 다 동원되고 확실해지면 그때 작업을 시작할 수 있는 것이 고층의 작업과정이다.

일반작업과 다른 고층의 작업방식과 더불어 상식과 안전을 알아보자. 우선 고층의 작업에 의한 방법은 환경과 주변의 상황, 구조, 건물의 기능, 등으로 인해 몇 가지로 나뉘게 된다. 끈 풀라, 크레인, 인력, 원치, 도르레방식, 등, 낮은 층의 건물에서 할 수 있는 방식의 방법은 다 동원되지만 일정한 작업방식이 있다. 전체일의 순서다. 직접 작업자가 해야 할 일이 있다. 아래와 같은 작업현황에 대해서는 대표나 기타 고위의 지시자가 하는 일이다. 또한, 그러한 위치에 있는 사람이 알아서 작업을 준비 하지 않아도 뿐 아니라 지원만 해줄뿐, 일의 결과만 신경을 쓰는 일이 많다. 즉, 작업에 대한 능력 있는 사람들이 지지하거나 구하는 것이 현 작업방식의 정석이다. 전체적인 시공에 대한 구성도를 보면 현장답사 - 제작 - 조립 - 작업준비 - 시공준비 - 시공 - 마무리가 정석이다. 하지만 현장의 사정에 따라 순서가 바뀔 수 있다. 현장답사에 의해 제작 - 작업준비 - 조립, 제작 - 시공 - 마무리도 가능하다. 물론 이러한 순서가 작업의 공기나 성공률을 높이는 하지만 기사의 기술적인 능력도 많은 영향을 가져온다.

현장 답사

대형작업이나 고층의 복잡한 구조를 가진 건물의 시공은 기사가 직접 현장 답사를 하는 것이 대단히 중요한 과제다. 현장답사를 무시하는 작업자도 간혹 보인다. 만약 구두로 설명이나 도면으로 확인하고 현장의 상황을 모르고 준비하는 모든 과정은 실수 투성으로 이어질 것이다. 현장을 보고도 잘못되는 경우는 현장의 실사를 제대로 하지 않았기 때문에 일어난다. 현장답사를 하는 것은 많은 것을 준비하도록 하지만 결코 전부는 아니다. 현장의 상황이 언제나 변할 수 있기 때문이다. 그만큼 시공은 일정한 교과서적인 부분보다 다양한 방법이 있을 수 있기 때문에



▲ 현장에 투입되기 전에 작업적인 실시도 이루어진다. 눈으로 보고 판단 계획들 세우기도 하지만 실사처럼 벽도 확인하고 도표를 타고 작업위치를 판례하기도 한다.

이러한 문제를 해결하기 위해서는 시간이 아깝더라도 의 무적으로 전문가를 현장답사 시키는 것이 좋다. 대형작업에서는 당연히 작업의 우두머리가 우선적으로 많은걸 답사 겸 준비과정을 거쳐게 된다. 여기서 전문가가 자신의 스타일로 이끌고 간다는 것을 명심해야 하는데, 각기 자신이 하는 방법이 다르기 때문이다. 고질적인 문제가 베테랑급의 작업자들이 가지고 있는 고집이 문제가 될 때도 있다. 대부분이 고집이 작업하는데 맞는 하지만 다른 작업자와 의견이 부딪히면 굴뚝 줄 모른다. 이러한 성격은 전문가를 만드는데도 바탕이 되므로 그다지 작업에 지장을 주지 않지만 이것이 바로 같은 기술자의 개인 기술을 보유하게 되어 유지되게 된다. 따라서 배우거나 고급기사의 밑에 있는 사람도 자신이 보는 것의 기술로 전부 인양,



▲ 이 장면은 33층의 추상적인 건물이다. 현재 8층 시공 옥상에 미리 사출된 채널 문자를 이용한 상태. 고층의 작업 전에 기사들이 현장의 상태를 정례하고 있다. 이와 같은 방법은 매우 전문성이 있는 기사들의 확인이어서 믿을 만하지만 고도의 기술과 전문성을 가진 건설사만이 한다는 점이 문제다.

이해하게 되므로 문제가 된다. 배우는 사람은 필히 혼란을 없애기 위해 기본적인 방법에서 응용하는 방법만 추가적으로 능력만 키우면 된다. 이 이야기는 매우 중요하다. 기본적인 것은 바로 무엇인가?

예를 들어 일반적이지만 없는 건물이나 난이도 작업의 전면 간판에 대해 시공을 해부해 보자면 기본적으로 아래 부분은 간판의 무게를 지지하고 간판의 위는 간판의 방향을 잡아주면 된다. 즉, 이러한 기본을 가지고 난이도 간판을 시공해도 전면 간판에 무게의 지지와 방향을 중심으로 작업을 하면 간판시공은 단순해진다. 이 단순한 방법을 가지

고 난이도의 작업을 연계하는 것이 시공의 묘미다. 기사가 가장 단순한 시공으로 가는 것이 가장 실력 있는 기사라는 점을 이해하기 바란다. 단순한 것은 쉽고 모든 것을 절감하기 때문이다. 위의 무게지지와 방향을 잡는 것은 작업을 하고 있지만 잘 모르는 공식이다. 이것은 지금까지 해온 작업자가 알고 있으면서도 표면화 되지 않았기 때문에 모르는 사람들이 더 많을 것이다.

즉, 기존의 간판에 볼트를 하나 더 심고, 고정을 더 해주는 것이 안전한 것으로 알고 있지만 실상은 그렇지 않다. 제대로 된 시공은 더 이상의 추가적 볼트나 보강작업이 필요 없다. 기본 공식이 충실하지 못하거나 할 수 없어서 일어난다는 과정이 많아서 일어나는 부실이 있기 때문이다.



▲ 고층의 화물을 대형트라이베어, 이장도의 크기는 원천의 채널의 광고물을 운반하는 데 큰 도움이 된다. 또한 옥상에 내리는 시공 작업은 한정되어있지만 큰 엘리베이터는 중격적인 작업을 할 수 있도록 결정하게 된다. 특히 요즘같이 무더운 크고 가벼운 LED 채널의 경우는 이와 같은 운반을 한 뒤, 직접 내리지는 방법을 구할 수 있어서 시간적인 면에서 많은 절감이 된다.

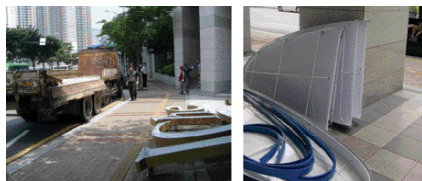
안정적으로 무게지지와 방향을 잡아주면 그이상의 작업은 불필요한 작업이 되기 쉽다. 이 공식의 바탕으로 작업을 하게 되면 안전시공으로 갈 수 있고 이와 같이 각 부분의 공식이 있기 때문에 공식적인 방법을 미리 터득하는 것이 중요한 노하우라 할 수 있다. 그렇다면 고층의 문제점이 무엇인가? 고층의 채널문자 작업도 마찬가지로 약간의 복잡한 공식이 필요하다. 고층의 가장 문제가 되는 것이 이통과 함께 견인문제다. 운반과정이 해결되지 않으면 시공은 한 없이 미루어진다. 고층의 경우 제한적인 것이 곳곳에 있어서 운반과정과 부착할 위치까지의 견인이나 이동이 매우 힘든 경우가 대부분이고 대부분 이것으로 시간을 허비하기 때문에 많이 준비한 작업장이 일몰순조롭게 할 수 있다. 현장에서 실사를 나올 경우 이 점을 확실하게 보아두어야 한다. 완성된 광고물을 운반할 것인가, 현장의 견인 위치에서 조립과 제작을 할 것인지, 옥상으로 올라가 옥상에서 조립시공을 할 것인지를 먼저 확인과 함께 작업과정에 의한 준비 계획을 세우는 것이다.

현장으로 가면 시공방법이 여러 방향으로 나타난다. 그 중에서 가장 적합한 방법을 택하게 되는데, 일반적인 상식의 시공자보다는 많은 경험을 한 전문가가 필히 답사를 하되, 가능한 여럿이 동시에 답사하여 위치와 견인방법, 인원, 준비에 필요한 장비나 물품들을 상세히 기재하고 준비하여야 작업이 순조로울 수 있다. 특히, 위험한 방법의 작업일수록 가는 것이 아니라 시간, 비용, 인원이 추가되더라도 안전한 방법을 기준으로 하고 이 방향을 중심으로 작업진행을 하여야 하므로 물건을 놓는 위치와 옥상의 상황, 주변의 행인 통행에 대한 조사도 눈여겨보는 것이 좋다. 보통, 건물이 지어진 년도에 따라 콘돌러가 있는 건물도 있으므로 만약 콘돌러가 있다면 작동되는지를 확인하고, 사용할 수 있도록 조치해놓도록 한다. 지상과의 거리나 위치에 따른 도르레 방식, 간판의 무게에 의한 크레인 투입을, 또는 옥상에서 조립시공 해야 하는지를 시공전문가는 확인하고 시간, 인원, 준비 작업을 꼼꼼히 정렬한다.

기초적인 운반, 제작, 조립

운반과 제작 조립은 프레임 제작 공장에서 하는 일도 있지만 현장에서 하게 되는 경우도 있다. 차량에 운반이 불가능한 크기, 즉, 가로세로 형태가 너무 커 대형 화물에도

신지 못하면 완성된 간판을 차량에 실을 정도로 분해된 상태로 운반하여 현장에서 조립하는 경우도 현장에서 프레임, 채널, 등판 준비하여 전체를 조립하는 일이다. 이런 것



▲ 간판의 운송되기 전에 완성된 채널 조립 등으로 나뉘어 제네라 현장의 장소 확보가 되면 현장조립도 상당히 유리하다. 크기가 너무 커서 차량 이동이 불가능한 것은 분해나 조립할 수 있는 상태로 운반되기도 한다. 이렇게 되면 준비업무도 동시에 할 수 있어서 많은 시간을 절약이 된다.

이 좋은 방법인지는 상황에 따라 변수가 있으므로 현장과 공장의 사정에 의한 시간차움을 줄이는 방법으로 택하는 것이 좋다. 이 상황에서의 책임지는 절대적인 권한을 주어야 일을 진행하는데 있어 도움이 된다. 작업을 하다보면 알게 모르게 여러 명의 지휘자가 생겨난다. 직접적인 광고사 사장, 광고주 담당자, 하청인 경우에는 원청의 관계자 등으로 시공이 끝날 때 까지 많은 간섭이 오갈 수도 있다. 이들이 원하는 것은 공기단축과 안전관리다. 일의 진행을 하다보면 때로는 생각지도 않는 문제가 발생하여 공기가 늦어지기는 하지만 간섭에 대한 대처능력도 필요한 것이 책임기사다.

제작과 조립

제작은 대형의 경우 각 제작업체에 위탁하기도 하지만 큰일을 하다보면 간단한 제작을 자체하는 일이 있는데 보통 중소기업의 경우가 그러하다. 대기업에서는 주로 하청과 같은 수주로 내려고도 중소기업은 마진에 의한 제작을 할 수밖에 없으며, 별도의 이상이 있을 A/S에도 이러한 제작 시스템은 필요하다. 따라서 이러한 작업을 위해 책임자는 직접 제작을 하기도 하는데, 이와 같은 일 때문에 여러 방면의 경험과 기술적인 문제의 책임자가 필요로 하게 되는 것이다. 다만, 공기가 급박할 경우에만 다른 업체에 위탁을 하게 된다. 모든 작업에 필요한 기술적인 요소의 능력은 일반적인 프리랜서가 해결할 수 있는 시스템이 이미 마련이 되어 있어서 제작, 조립, 그리고 시공까지의 프로들이 국내에 존재하고 있어서 인력이나 기사에 대한 정보가 실제 능력이라 할 수 있다. 제작은 시공에 직접적인 영향을 주기 때문에 시공을 원활히 하기 위해 디자인에 의한 제작은 원본대로 진행하지만 그 외의 사인물의 내적이나 과정, 보강 형태가 수정하기도 한다. 디자인을 하는 사람들은 제작이나 시공의 대한 개념이 강하지 않아서 직접적인 시공결과에 만족하지 못하는 경우가 종종 있다. 이것은 앞으로 디자인과 시공이 해결해야 할 과제다. 옥외광고



▲ 중소기업의 광고사가 가지고 있는 자체 제작 공장 제작의뢰에 대한 대형그룹을 적정 수준까지 해결하도록 구성되어 있다. 자체제작은 매우 중요하다. 제작을 수주하면 시간은 절약되지만 손익의 방면에 대한 문제가 크고 사상에 대한 작업적인 재에서 변형이 매우 빠르고 유리하다.

는 전문적인 방향을 잡더라도 기본적인 상식선까지는 다 알아야 하는 의무가 있다. 디자인의 작업자가 시공에 전혀 몰라도 되는 일은 고집한다면 그것은 옥외광고의 본질을 잘 모르기 때문이다. 물론 반대로 시공파트에 있는 사람이 디자인이나 제작 과정을 모르면 시공이 되지 않는 것처럼 연관되는 상식에 대해서는 가능한 알아야 전문가라고 할 수 있다. 제작의 기본의 디자인대로 하되 고정 장치에 대한 문제가 생기면 안전을 위해 방법을 가리지 말아야 한다. 만약, 디자인이나 컨셉대로 작업을 하기 위해 위험한 줄 알면서도 그대로 진행하는 일을 몇 번의 작업을 통해 경험한 적이 있는데, 엄청난 잘못인데도 일반적인 사람들은 인식을 하지 못한다. 안전이 그러면 것 보다 우선이 되어야 한다. 이러한 결과는 디자인도 현장을 확인하지 않는데 있다. 디자인전문가가 시공에 대해 직접적인 경험과 해박한 지식이 있는 전문가였다면 어떻게 했을까? 직접 제작을 하지 않는다면 조립하는 과정에서 다시금 시공을 위한 트러스를 만들거나 하고 전체의 약간 수정을 하기도 한다. 따라서 디자인은 시공에 영향을 주고 제작, 조립, 현장의 상태, 상황 등도 모두 마지막 공정인 시공에 영향을 주기 때문에 처음부터 디자인이 확정되면 현장과 맞도록 조율해야 한다.

간단히 예를 들어보자.



▲채널 크기에 비해 적당한 트러스 구조. 이 트러스는 채널을 강하게 만들뿐만 아니라 여기에 들어가는 내온이나 기타 조명의 전선도 공급하게 되는 트랜스 포머와 같은 장치의 장소를 제공하게 된다. 따라서 트러스의 구조를 자세히 보면 안전성과 시공이 안전 한 방법으로도 견고하도록 제작하는 것을 볼 수 있다. 더구나 고층의 광고물은 다른 광고물과 달리 교체하기가 매우 쉽다. 따라서 높은 곳에서의 풍압과 안전성을 위해 일반적인 사방다섯 개의 신장을 써야 한다.

네온을 사용하는 채널본자에 적정수준의 트러스를 만들어 시공을 하게 되면 그 트러스의 크기에 대해 문제가 발생하기도 한다. 즉, 네온 채널이므로 트랜스 장치를 채널 뒤의 트러스에 하게 되는데, 채널이 큰 만큼 트러스도 맞게 크게 조율되어야 입체감과 트랜스 장치에 별 문제가 없을 뿐만 아니라, AS사업에서도 훨씬 안전하다. 그러나 트러스는 원래 디자인에 애초부터 없는 형태다. 그것을 가리기 위해 작고 좁고, 트랜스만 겨우 걸 정도의 크기를 만들어 시공에 불편함과 안전에 높은 무리수를 주는 예는 많다. 이것은 디자인만 중시하는 잘못된 생각이다. 여기에 대한 문제는 다음에도 제시하지만 누구의 모자란다는 식은 곤란하다. 디자인은 디자인대로 조립은 조립대로의 시공파트와 맞물려 공동 작업을 해야 안전하고 생각되었던 디자인이 유지될 수 있다.

조립은 다른 간판과 달리 시공을 위한 방편으로 조립을 불가피하게 현장에서 또는 시공직전에 제작 조립을 하는 경우가 많다. 다른 광고물보다도 크고 무겁고 시공하기 까다롭기 때문에 수정을 해 가면서 작업하기도 한다. 이때 발생하는 문제의 해결은 실상 직접 작업하는 사람들이기 때문에 여기에 대한 해박한 경험이 있어야 좋은 결과를 얻을 수 있다.

공기(工期)에 밀리지 않는 시공은 많지 않다. 그만큼 급하고 짧은 곳이 많이 있다는 것이다. 처음에는 길게 잡지만 수정과 마지막 단계까지 가게 되면 결정되는 시기는 정작 길지 않다. 따라서 어차피 할 것 같은 작업을 진행하려면 동시에 나뉘어 작업하는 방법이 가장 효율적이다. 한쪽은 조립, 다른 한쪽은 조립이 끝날 날짜에 맞추어 시공 준비를 끝내야 한다. 시간이 충분하다면 동시에 할 필요는 없다. 하지만 조립에 모든 사람이 붙어서 작업하는 동안 단 몇 사람에서 바로 작업에 들어갈 수 있도록 준비하는 것은



▲현장에서 조립하는 모습. 상황에 따라 이동이나 신속한 작업을 위해 변경할 수 있는 광고물에 대한 조차. 현장의 조립은 바로 시공을 할 수 있는 좋은 조건을 가진다. 가능한 현장조립은 하지 않거나 대형화면광고에 의한 현장의 사정(이동) 할수록 이익이 되는 경우가 있다.

빠른 전개를 위하여 필요한 방법이다. 예를 들어 조립이 8명에서 5일 걸릴 경우 3일은 모두 같이 조립을 하고 나머지 2일 동안은 시공 준비에 대한 작업으로 3명 정도를 나누어 작업한다. 그렇지 않다면 반대로 미리 나누어 작업하다 먼저 시공 준비를 끝낸 팀은 다시 조립으로 합류하는 방법이다. 어차피 현장의 투입되는 작업리인에 우두머리는 있게 마련이다. 시공 준비 팀에서 준비하다가 시공에 대한 문제가 발생할 수도 있기 때문에 동시에 작업하는 것은 매우 중요한 스케줄이지만 함부로 하지는 않는다. 기존의 인원보다 많은 경우 쉬지 않도록 하기 위해 나누어서 하는 작업이 되기도 한다. 대개는 이런 방법이 익숙하지 않아 나누어서 하는 작업은 힘든 경우도 있다. 작은 일에서는 나누어도 그리 표시하지 않고 단일이나 2-3일 이내에 끝나는 일이 많다.

만약 나누어 작업을 하면 두팀중 정상적으로 조립됨에서 모두 조립을 마치고 시공팀으로 투입되어 작업을 하게 될 경우, 혹시나 시공팀에서 문제가 발생할 경우 모두가 정지를 하거나 해결이 되기 전에 대기상태에 있어야 한다. 큰일을 할 때는 이러한 일이 발생하기도 하다. 즉, 시공팀에서 작업 중에 볼트를 심다가 준비한 볼트가 맞지 않거나, 로프가 모자라거나 다른 문제가 발생할 수도 있기 때문이다. 아이없는 일이지만 실제로 이러한 일은 일어난다.

한번은 40층이 넘는 작업현장에서 시공을 하려고 준비 작업과정에서 드라이버의 건물에 전선은 준비되었어도 날도 없고 스텐 앵커볼트가 있어도 짧아서 쓸 수 없었다. 일반적으로 고층의 작업에서 가장 기본이 되는 부자재가 부실하거나 없어서 작업이 지연되는 경우는 용납되지 않는다. 아무리 일반건물에 선수급이라 해도 큰 작업은 큰 작업대로 순서와 방식이 따로 있을 수 있다.

물론, 기본적인 방법은 크게 다르지는 않지만 고층이라는 문제점이 다르고 작업변화에 따른 대처능력이 필요하다. 거기다 고층이 원하는 운반, 견인, 로프기술적인 문제도 다 가지고 있어야 문제가 없다. 작업의 지연은 인건비와 시간을 소비할 수도 있기 때문에 다른 광고물과는 다르게 손해를 볼 수도 있다. 지금도 그러하고 앞으로 더 많이 분포되었지만 이와 같은 일은 어떤 회사든 월급기사로만 작업할 수 없다. 모두가 일당의 전문가사일 가능성이 높고, 이로 인해 공기를 맞추려는 작업에 더 많은 기사가 투입될 수도 있다.

벽의 상황, 간판의 무게 등으로 볼트의 장착시공이 달라 지므로 이와 같은 작업은 조립이 끝나서 되는 경우가 있다. 조립이 끝을 내야하는 경우는 트러스를 현장에 맞게 제작을 하는 경우도 있다. 특수한 일은 아니지만 현장에서 트러스를 만드는 일은 흔하다. 채널의 경우는 만들어 오기도 하고, 크기가 큰 마크 같은 경우는 조각을 내는 일도 있고, 난간에 걸치는 결쇠를 제작해야하는 경우도 있다. 이때는

조립이 끝난 상태에서 짚음을 해야 한다. 즉, 로프, 공구를 옥상으로 운반과 함께 언제나 작업을 할 수 있는 완벽한 준비만 하도록 해야 한다. 현장을 보고 온 책임자는 조립된 상태로 현장까지 운반할 것인가? 현장에서 조립을 할 것인가를 신중히 해야 한다. 고층의 경우는 조립이 세 가지의 중요한 부분 속에 있기 때문이다. 작업에 대한 한번의 실수는 많은 사람들의 고통과 손해를 가져올 수 있다. 큰 사인물이 움직이므로 그 이동에 대한 여러 가지 복합적인 인員, 장비, 시간, 대기, 등이 직접적으로 연관되어 바로 급전적인 문제로 변한다.



▲조립된 상태에서 이동이 불가능 할 경우 반 조립이나 분해되어 수송된 S사의 마크 이미 조립이 되도록 제작이 되어있어서 진행되는 과정에서 수월해 질 수 있다.

가령, 분해되어 현장의 근처나 옥상에서 조립되어야 할 채널본자라면, 조립을 해서 안되는 걸 모르고 조립된 상태로 현장에 운반되었을 때는 어쩔 수 없이 다시 분해하여 이동 운반을 하여 옥상이나 기타 유리한 지점에 준비 되었다면 분해와 조립에 대한 시간, 인원, 소모자재에 대한 손해는 클 수밖에 없다. 시간과 인원, 그리고 소모성 자재에 대한 손해는 일반 간판과 판이하게 다르다. 나는 처음의 작업과정이나 세워지고 있던 작전과 같은 시공에 대한 플랜이 변화, 수정되는 과정을 많이 겪었다. 그것은 현장사정을 잘 알고 있어도 실수는 할 수 있다. 그만큼 현장은 변화할 수 있는 상태가 항상 존재하고 실수를 하지 않고 진행하려고 노력한다. 하지만 이러한 실수보다도 진행의 과정에 결립돌이나 시공날짜의 변경, 작업진로 방해 등, 아주 사소한 것조차 시공에 문제가 있을시 중지가 빈번히 발생하기도 해서 여기에 대한 대비도 항상 해 놓고 있어야 작업에 차질이 없다.

따라서 이와 같이 조립 상태에 대한 시공의 편의성을 미리 확보한 뒤에 현장에서의 작업이 유리하면가, 아니면 완전 조립 상태의 시공이 가능하기를 판단할 능력이 있어야겠다. 또한, 완전조립으로 시공이 가능함에도 불구하고 이동경로를 통한 반 조립상태의 운반을 할 수도 있다. 이것은 너무 큰 간판이거나 구조상 조립이 된 상태의 이동이 불가능한 경우다.

글쓴이 번거롭게 디자인과 시공에 대한 정보를 공유하고자 네이버에 카페를 마련했다고 합니다. 많은 참여 부탁드립니다. 카페명 : 간판과 디자인 그리고 명칭 <http://cafe.naver.com/rope.cafe>

KOAA 회보

2007년 8월 20일 발행 / 제125호
 발행인 한국옥외광고협회장 이형수
 홍보위원장 이종식
 홍보부위원장 김경선
 홍보위원 박근영, 이종석, 조연식, 허금만, 김성국
 발행처 한국옥외광고협회 (서울 관악구 신림본동 10-626)
 편집디자인 이수영
 인쇄 미래프린팅

Designed by Jeon young-mi, Created by Lee go-yeon



**SOLD
OUT**

KOSIGN 2007

황·금·금·제·서·엔·디·제·쇼·전
THE 15th KOREA INTERNATIONAL SIGN & DESIGN SHOW 2007

www.kosignshow.com



부스마감 입학! 서두르세요!

KO SIGN
+
DE

제15회 한국국제사인디자인전
The 15th Korea International Sign & Design Show

2007. 11. 8-11. 11
COEX 태평양홀 및 대서양홀

주최_한국국제광고협회(KOAA), COEX
협력_(주)탑사인, TIANLONG CORPORATION(중국)

전시분야

Sign Industry · LED/Lighting Industry · Shop Interior & Expo Design Industry



KOSIGN 2007 사무국
Tel. 02-6000-1057, 1115, 1055
Fax. 02-6000-1309
E-mail. kosign@coex.co.kr

PREMIER SHOW
DPS SHOW 2007 www.dpsshow.co.kr
COLOR EXPO 2007 www.colorexpo.co.kr