

초·중·고 한 곳당 담배판매점 7개소

복지부·건강증진개발원, 학교주변 실태조사

절반이 편의점...문구점·서점 등도 판매중
 담배 판매점 최대 27개소인 학교도 존재해
 광고 외부노출 불법인데...16%만 "법 인지"
 청소년 12% "담배 브랜드 5개 이상 알아"

서울지역 학교 200m 안에는 편의점 등 평균 7개의 담배판매점이 있었으며 한곳당 평균 22개가 넘는 담배광고가 청소년에게 노출해온 것으로 조사됐다.

문구점과 서점처럼 학생들이 자주 찾는 곳에서도 담배를 팔았고 상당수 소매점에서 사탕·초콜릿과 가까운 거리에 담배광고물을 두고 버젓이 운영 중이었다. 이들 학교에 다니는 중·고등학생 10명 중 7명은 상표를 1개 이상 알고 있었다.

25일 보건복지부, 한국건강증진개발원 국가금연지원센터가 지난해 9~10월 서울시 초·중·고등학교 200개교 주변 200m 이내 교육환경보호구역에 대한 실태조사 결과 1011개 담배판매점이 확인됐다. 그중 80곳은 학교출입문으로부터 불과 50m 떨어진 절대보호구역에서 담배를 팔고 있었다.

구역 내 중박되는 학교들을 고려하면 학교 한곳당 평균 7개소가 담배를 판매하고 있었으며 많은 학교는 그 수가 27개에 달하기도 했다.

유형별로는 절반에 가까운 502곳(49.7%)이 편의점이었으며 마트를 포함한 일반마켓이 328곳(32.4%)으로 뒤를 이었다. 아동·청소년이 쉽게 드나들 수 있는 문구점(10곳, 1.0%)이나 가판대(10곳, 1.0%)는 불

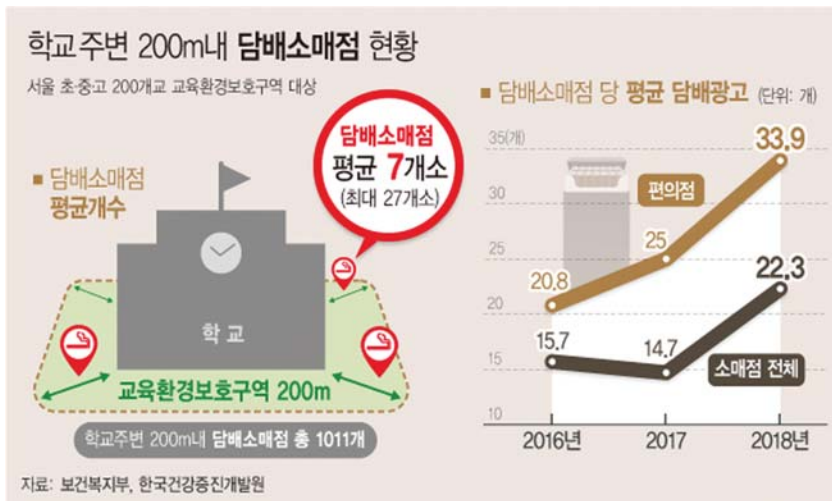
론 참고서 등을 파는 서점(1곳)에서 담배를 판매하기도 했다.

학교 주변 부동산(24곳, 2.4%), 복권 판매점, 전자담배 판매점(이상 16곳, 1.6%), 철물점(7곳, 0.7%), 세탁소(4곳, 0.4%) 등도 학교 주변에서 담배를 찾을 수 있었다.

이들 담배판매점 10곳 중 9곳(91%)이 담배광고를 하고 있었는데 한곳당 평균 담배광고물은 22.3개로 전년(14.7개)보다 7.6개 증가했다. 편의점은 평균 광고물 수가 2016년 20.8개에서 지난해 33.9개로 3년 사이 63%(13.1개)나 급증했다.

이 가운데 899곳에선 발광다이오드(LED) 화면이나 포스터, 스티커 형태 광고물을 게시해 내부는 물론 외부에서도 잘 보일 수 있도록 담배를 홍보하고 있었다. 특히 68.2%(613곳)에선 과자·초콜릿·사탕 등 아동·청소년이 좋아하는 제품과 담배광고물 사이 거리가 50cm로 가까워 직접 만져볼 수 있을 정도였다.

광고물 내용도 건강 유해성을 오도할 수 있도록 '유해성분 평균 90% 감소'라는 문구를 쓰거나 풍부한 맛, 부드러운 목넘김 '색다른 시원한 맛' '신맛하게 시원한 맛' 등 맛과 향을 긍정적으로 묘사했다. 담배 광고에 동물·캐릭터 이미지



를 사용하거나 유명 해외 영화 캐릭터 디자인을 전자담배 기기 등에 활용해 청소년들의 흥미를 유발했다.

이처럼 바깥에서 누구나 담배광고를 볼 수 있도록 노출하는 건 불법이다.

국민건강증진법에 따르면 담배광고물은 영업소 내부에 부착하되 외부에 광고 내용이 보이도록 전시·부착하는 행위는 금지하고 있다. 이를 위반하다가 적발되면 1년 이하 징역이나 1000만원 이하 벌금을 물어야 한다.

그러나 이런 사실을 알고 있는 점주는 소수였다. 모니터링에 응한 점주 544명 가운데 58.1%(316명)은 이를 전혀 몰랐으며 25.4%(138명)도 들어봤으나 정확한 내용은 모른다고 답했다. 잘 알고 있는 경우는 16.5%(90명)에 그쳤다.

이들 점주 10명 중 3명은 담배광고가 청소년에게 흡연을 권하고 있다는 사실을 인지하고 있었다. 31.3%는 '담배 진열이 흡연 호기심에 영향을 있다', 34.7%는 '담배 광고가 흡연 호기심에 영향을 있다'고 응답한 것이다.

이에 77.2%는 교육환경보호구역 내 담배판매점에서 담배광고를 금

지하는 정책이 추진된다면 다르겠으며 찬성 의견을 밝혔다. 현재 국회에는 담배판매점 내 담배 광고나 진열을 금지하는 내용의 국민건강증진법 개정안이 4건 발의돼 계류 중이다.

실제 학생들은 담배판매점과 광고물로부터 어떤 영향을 받고 있을까. 주변에 담배판매점이 위치한 6개 학교 중·고등학생 916명을 대상으로 설문조사를 한 결과 54.2%가 일주일에 3회 이상 담배판매점을 이용했으며 94.5%는 진열된 담배를, 88.2%는 광고를 목격하는 경험이 있다고 답했다.

알고 있는 담배제품을 물었더니 10명 중 7명(69.1%)이 1개 이상 제품 브랜드를 알고 있었으며 5개 이상 알면 청소년도 12.4%나 됐다.

정영기 복지부 건강증진과장은 "담배판매점 내 담배 진열 및 담배 광고에 청소년들이 노출되는 정도가 우려할 만한 상황"이라며 "담배 광고물이 소매점 밖으로 노출되지 않도록 지방자치단체 등과 협조해 적극적으로 단속하는 한편 점주 대상 교육·정보 제공으로 관련 법령 등을 충분히 인지하도록 할 계획"이라고 밝혔다.

4월부터 시설 퇴소 아동에 월 30만원 자립수당

서울시는 가정위탁이나 아동양육 시설, 공동생활가정에서 보호를 받다 만 18세 이후 보호종료된 아동에게 4월부터 월 30만원의 자립수당을 지원한다고 25일 밝혔다.

정부의 '아동복지법 시행령'이 개정된 데 따른 것이다. 국비 40%, 시비 60%로 지원된다. 시범사업으로 올 연말까지 매월 20일 지급된다. 2020년 본 사업 시행 시 수급 가능 기간이 확정될 예정이다. 기존에 받고 있는 사람은 별도 신청 없이 수급권이 연계된다.

자립수당은 보호 종료 후 생활비 마련, 학업 또는 직업 병행 등으로 어려움을 겪게 되는 보호 종료 아동이 안정적으로 사회에 적응할 수 있도록 지원하는 제도다.

지원 대상은 2017년 5월 이후 보호 종료된 아동 중 종료일로부터 과거 2년 이상 연속해 보호를 받은 아동이다. 자립수당은 신청일 현재 거주하는 주민등록지 동주민센터에 본인 또는 대리인이 신분증을 지참 방문해 신청하면 된다. 자격조회를 거쳐 지급받는다.

서울시, 한강공원 봄꽃 축제 '플라워트릭' 운영



서울시(한강사업본부·농업기술센터)는 26일부터 4월4일까지 잠실, 반포, 망원한강공원 봄꽃 축제기간을 맞아 도시청년 '플라워트릭'을 운영한다.

25일 서울시에 따르면 도시청년 플라워트릭은 정년의 새로운 일자리 창출과 꽃 문화 활성화를 통해 화훼산업에 활력을 줄 수 있는 사업이다. 올해 처음으로 한강공원에서 봄꽃 축제와 함께 만나 볼 수 있다.

플라워트릭은 잠실, 반포, 망원한강공원에 각 3대씩 총 9대가 운영된다. 화훼체합과 판매, 포토존도 운영된다. 미세먼지 저감 식물과 봄꽃 향기 식물, 봄꽃축제 식물, 반려 식물 등이 전시·판매된다.

완도군 e-shop

완도군 공식 농·수산물 쇼핑몰

완도군 특산품관

WANDO COUNTY

전국제일의 청정바다에서 생산된 전복, 김, 미역, 멸치, 다시마 등 자연 그대로의 맛과 신선함!



박원순 서울시장 25일 오후 서울 중구 포시즌스호텔에서 열린 '주한미국상공회의소 오찬간담회'에 참석해 모두발언을 하고 있다.

박원순 "외국인 창업자 위해 비자완화·현금지원 추진"

주한미국상공회의소 간담회

박원순 서울시장은 25일 서울시 외국인투자기업 지원정책과 관련해 "성공 가능성 높은 외국인 창업자를 위해 비자완화, 주거 지원을 추진할 것"이라고 밝혔다.

박 시장은 이날 오후 12시 서울 종로구 포시즌스호텔 서울에서 열린 주한미국상공회의소(amchamkorea·암참)가 주관한 오찬간담회에 참석해 "산업 클러스터 조성을 통한 입주 공간 지원, 산업통상자원부와 함께 현금 지원제도 등을 적극 활용해 외국인투자기업을 지원할 계획"이라며 같이 말했다.

박 시장은 이어 "외국인을 위한 정주여건도 지속적으로 개선해 갈 것"이라며 "성공 가능성이 높은 외국인 창업자를 비자완화, 주거지원 등에 관한 사항도 법무부 등과 협의해 차질 없이 추진하겠다"고 약속했다.

암참은 1953년 한미 양국의 투자와 무역 증진을 목적으로 설립된 국내 최대 외국경제단체다. 한국 재계에서 활발하게 활동하고 있는 700여개 기업회원 및 제휴사로 구성돼 있다.

특히 이날 암참이 박 시장과 만난 건 2008년 오세훈 전 시장을 만난 이후 10년 만이다. 이날 간담회에는 약 100여명의 암참 회원사 임·직원 및 외국공관 관계자 등이 참석했다.

박 시장은 모두발언을 통해 "최근 몇 년간 한국은 저성장장과 양극화, 사회적 갈등, 떨어질 줄 모르는 실업률 등 여러 경제적 어려움을 겪어왔다"며 "그럼에도 한국 경제의 체질에 대한 시장의

믿음은 흔들리지 않았다"고 말했다.

이어 "지난해 4분기를 기점으로 1인당 국민총소득(GNI)은 3만 달러를 돌파했고 민간소비와 정부소비 모두 늘었다"며 "최근 10년 간 서울에 대한 외국인직접투자(FDI) 신고는 무려 638억 달러에 이른다"고 강조했다.

박 시장은 미국의 FDI 신고는 95억 달러로 전체 15%를 차지하고 있다고 설명했다.

그는 한국이 외국인 투자자들에게 매력적인 이유로 3가지를 언급했다. 세부적으로 ▲우수한 정보기술(IT) 인프라 ▲풍부한 고급 인력 ▲산업 클러스터 조성 등이다.

박 시장은 "서울은 IT 도시로 높은 수준의 IT 인프라를 갖추고 있다"며 "여러 행정적인 절차를 IT를 활용해 처리할 수 있고 기업 친화적 환경 덕분에 서울은 글로벌 기업의 아시아 진출을 위한 교두보이자 허브가 됐다"고 말했다.

또 "우수한 인재가 많은 것도 강점"이라며 젊은 인구가 모이는 서울은 고급 인력이 풍부하며 서울시는 새로운 도전과 혁신 스타트업을 적극 지원하고 있다"고 덧붙였다.

마지막으로 대담자가 그의 다음 행보는 무엇이나고 묻자 박 시장은 "조선왕조 이후 가장 오래 역임한 서울시장인데, 서울시장은 법적으로 3선만 할 수 있다"며 "다른 지역의 시장이나 구청장 등 지방자치단체장을 역임한 뒤 다시한번 서울시장에 도전하겠다"고 웃으며 답변했다.

뉴시스