

# 대형마트 주류 접근성 최소화 가이드라인

2012. 11



서울특별시

# 목 차

I. 추진배경 및 목적 .....	1
II. 가이드라인 .....	2
II-1. 기본 원칙 .....	2
II-2. 항목별 세부 기준	
1. 주류매장의 위치 .....	2
2. 주류 진열 및 판매 방식 .....	4
3. 주류 광고와 판촉 .....	4
4. 청소년에 대한 주류(담배) 판매 금지 .....	4
5. 판매 종사자에 대한 교육 .....	5
6. 기타 사항 .....	6
III. 행정 사항 .....	6
IV. 경고문에 대한 외국 사례 .....	7

## I. 추진 배경 및 목적

- 가. 서울시에서는 지난 7월 해로운 음주가 서울시민의 건강과 삶의 질에 영향을 미치는 주요 위험요인으로 인식하고, 환경 및 제도 개선을 통해 음주문제를 해결하기 위한 정책을 수립하였음.
- 나. UN에서는 만성질환(Non-communicable diseases)을 인류의 건강과 삶의 질 향상 및 발전에 장애가 되는 것 중의 하나로 규정하고 이를 해결하기 위한 정부의 역할을 강조하고 있으며, 특히 암, 심뇌혈관질환, 만성폐질환 및 당뇨병과 같은 만성질환 예방을 위하여 흡연, 건강하지 못한 식생활, 신체활동 부족 및 해로운 음주문제 해결에 국가가 적극적으로 대응할 것을 요구하고 있음.
- 다. 이런 사회적 요구에 부응하여 서울시에서도 그 동안 지역사회 수준에서 시행되었던 음주 폐해 예방사업들을 사회적 책임에서 접근하는 음주조장 환경 및 제도 개선을 위한 노력을 시작하였음.
- 라. 본 가이드라인은 대형마트에서 주류 매장의 위치, 진열 및 판매 방법, 광고·판촉활동, 청소년 주류 판매 금지 등에 대한 가이드라인을 제시하여 청소년, 시민들의 주류 접근을 최소화하고 음주로 인한 폐해를 예방·감소할 수 있도록 정책과제로 추진하고자 함.

## Ⅱ. 가이드라인

### Ⅱ-1. 기본 원칙

- 가. 주류 판매 과정에서 불법 행위 발생 차단
- 나. 소비자 보호 관점에서의 해로운 음주 예방 환경 조성
- 다. 청소년에게 음주를 조장할 수 있는 주류 매장 환경을 개선

### Ⅱ-2. 항목별 세부 기준

#### 1. 주류 매장의 위치

- 가. 형태에 따라 독립형과 집합형으로 구분하며 독립형 설치를 권장

##### 1. 독립형

- 1-1. 타 매장과 벽 등으로 구분하여 분리

- 1-2. 별도로 출입하는 출입구 설치

##### 2. 집합형

- 2-1. 모든 출입구에서 보이지 않고 고객 동선이 가장 멀리 떨어진 안쪽으로 배치. 출입구가 여러 곳일 경우 고객의 출입이 가장 많은 출입구를 기준으로 함.

- 2-2. 주 통로나 무빙워크 주변은 피하여 설치하고 매장 출입구 등에 배치도 게시

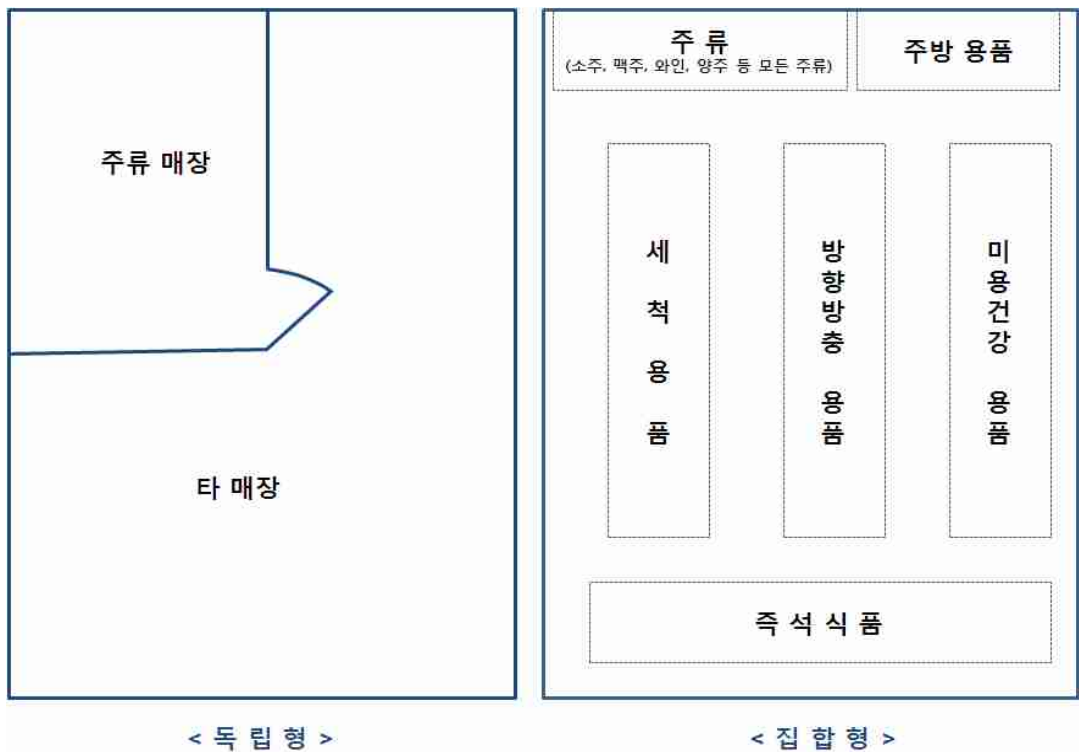
2-3. 모든 종류의 주류를 모아서 진열하고 인접 매장은 식품매장이 아니도록 배치하는 것을 권장

2-4. 부득이 식품매장이 인접할 경우 수입식품, 과자류, 면류, 음료류, 유제품류, 통조림류, 건포류, 즉석섭취·편의식품류, 먹는 샘물 등과는 분리

2-5. 회원제 창고형 할인매장도 동일하게 적용

나. 주류매장 외부에 행사나 특판 등의 별도 매장 설치 금지. 다만, 연 2회 추석과 설날 명절은 예외

※ 주류 매장 위치 권고안



## 2. 주류 진열 및 판매 방식

가. 매장 내 주류 박스 진열 금지

나. 모든 주류는 묶음과 날개 판매를 원칙으로 하되 박스 판매를 원하는 고객은 별도 장소에서 수령하는 방식으로 판매

다. 회원제 창고형 할인매장은 가, 나 항목 적용 제외

## 3. 주류 광고와 판촉

가. 판촉을 위한 사은품 증정, 전단지 배포, 끼어 팔기는 불가. 다만, 할인쿠폰을 포함한 할인판매는 가능

나. 동영상, 가판대, 주류 용기모형 등 시설물 설치 등을 통한 광고 금지. 다만, 540×394mm 이내 포스터 및 패널 광고는 가능하며 주류매장에만 설치 가능

다. 포스터 및 패널 광고에는 연예인 등 유명인의 모습이 들어가 있는 주류 광고는 금지

## 4. 청소년에 대한 주류(담배) 판매 금지

가. 판매원은 주류(담배) 구매자의 연령을 반드시 신분증을 통해 확인하여야 하며 신분증을 지참하지 않은 경우에는 주류(담배) 판매 금지

- 나. 청소년에게 주류(담배)를 판매하지 않는다는 경고 문구를 모든 계산대와 주류 진열대에 부착하고 갯수는 매장 형편에 따라 적용
- 다. 계산대 부착 시 요금 지불 전에 볼 수 있도록 부착
- 라. 부착물은 매장 내 부착된 주류 광고보다 크게 제작하여야 하며, 광고가 없을 경우 540×394mm 이상으로 제작
- 마. 연령확인 기능이 없는 자옐판매대에서는 주류(담배) 판매 금지
- 바. 매시간 마다 청소년 주류(담배) 판매 금지에 대한 안내 방송 시행

## 5. 판매 종사자에 대한 교육

- 가. 지점별로 판매 종사자 교육을 담당하는 자는 전문가가 진행하는 청소년 주류(담배) 판매금지와 관련된 교육을 이수하고 판매 종사자들에게 전파교육을 실시
- 나. 가 항목에 따른 교육시간은 연 4회(회당 30분) 이상으로 봉급이나 수당에 포함하여 판매 종사자가 동 교육을 회피하지 않도록 의무화
- 다. 신규 종사자는 근무 개시 전에 관련 교육을 이수한 후 근무
- 라. 이에 따른 제반 경비는 마트 측에서 부담

## 6. 기타 사항

가. 소비자 정보제공 목적으로 제작된 주류 관련 공익 동영상을 상시 송출하되 송출횟수는 타 홍보물에 준하여 송출

## Ⅲ. 행정 사항

가. 주류 매장의 위치는 두 가지 형태 중 매장별 면적과 여건 등을 고려하여 달리 할 수 있음

나. 가이드라인의 시행 시기는 즉시 시행하도록 하며 다만, 매장의 위치 이동이 필요한 「주류 매장의 위치」 부분은 '13년 2월부터 시행함

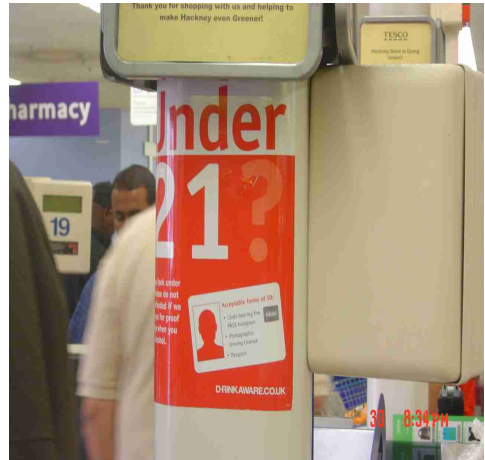
다. 이 외에도 가족단위 이용객이 많음을 고려하여 가족친화적인 기업으로의 이미지 조성을 위하여 상시 노력해야 함

라. 향후 서울시는 지속적으로 유해감시단과 모니터링을 시행하여 위법 사실을 발견 시는 행정처분을 의뢰할 예정임



## IV. 경고문에 대한 외국 사례

- 영국 : 판매점 입구 경고문구가 사람 크기의 사이즈



- 일본 : 편의점 계산대 뒤편에 게시된 포스터 크기의 경고문



- 호주 : 포스터 크기로 제작된 경고문



- 네덜란드 : 대형판매점 주류진열대의 경고문

