

서울특별시 상징물 조례 일부개정조례안 검 토 보 고 서


1. 회부경위

- 의안번호 : 제994호
- 제출자 : 서울특별시장
- 제출일자 : 2016년 2월 11일
- 회부일자 : 2016년 2월 15일

2. 제안이유

- 서울을 대표할 새로운 브랜드가 선정됨에 따라 조례에 규정된 브랜드를 교체하고, 서울브랜드위원회 설치·민관거버넌스 운영 및 오픈소스 방식 브랜드 사용을 위한 근거를 마련해 도시브랜드 관리 체계를 개선하고자 함

3. 주요내용

- 가. 서울브랜드를 에서 **I·SEOUL·U**로 변경 (안 제3조제2호 별표2)
- 나. 서울브랜드위원회 설치 근거규정 신설 (안 제5조제3항·제4항)
- 다. 민간기업·시민참여 등 민관거버넌스 근거규정 신설 (안 제6조

제2항·제3항)

라. 오픈소스 방식 활용을 위한 근거조항 신설 (안 제7조제4항 및 제8조제4항)

4. 참고사항

가. 관계법령 : 해당없음

나. 예산조치 : 2016년 예산에 1억3천6백만원 반영

다. 협의사항

- (1) 법무담당관(규제심사) : 협의 완료 - 원안동의
- (2) 민관협력담당관(위원회) : 협의 완료 - 원안동의
- (3) 예산담당관(비용추계) : 협의 완료 - 원안동의
- (4) 감사담당관(부패영향평가) : 협의 완료 - 원안동의
- (5) 여성정책담당관(성별영향분석평가) : 협의 완료 - 원안동의
- (6) 갈등조정담당관(공공갈등진단) : 협의 완료 - 원안동의

라. 기타

- (1) 입법예고 : 완료 (2015.12.15.~2016.1.4.) - 의견없음
- (2) 신·구조문대비표 : 별첨
- (3) 비용추계서 : 별첨

5. 검토의견

가. 개정안 개요

- 서울시를 대표하는 브랜드인 'Hi' Seoul' SOUL OF ASIA'을 새로운 브랜드 개발의 필요성이 제기됨에 따라 다방면의 의견수렴을 통해 '시민주도형' 서울브랜드를 개발한다는 계획 아래, 새로운 서울브랜드로 'I·SEOUL·U'가 채택됨.

동 조례안은 'Hi' Seoul' SOUL OF ASIA'에서 'I·SEOUL·U'로 서울브랜드를 변경하고 서울브랜드위원회 설치 근거규정 신설, 민간기업·시민참여 등 민관 거버넌스 근거규정 신설, 오픈소스 방식 활용을 위한 근거조항 신설 및 상징물을 추가 변경하는 경우 효력을 최초 선포 시점으로 소급하도록 하는 내용을 담고 있음.

나. 세부 사항

- 조례안 제3조제2호별표2에서 서울브랜드를 'Hi' Seoul' SOUL OF ASIA'에서 'I·SEOUL·U'로 변경하고 새로운 서울브랜드의 공식적인 활용 기반을 마련하고자 함.

다만 이후에 상징물이 추가하거나 변경될 경우 그로 인해 진행되어 온 정책 및 사업에 근거가 상실되지 않도록 연혁을 조례에 명기하는 등의 조치가 필요할 것으로 판단됨. 이에 별표2 상징물의 종류에 4. 브랜드 연혁을 다음과 같이 신설함.

〈별표2〉 상징물의 종류

1. 브랜드

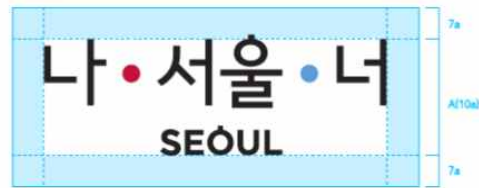
(1) 영문 기본형

I · SEOUL · U



(2) 국문 기본형

나 · 서울 · 너
SEOUL



2. 브랜드의 의미




(1) 서울의 정체성 “공존”, “열정”, “여유”를 언어적으로 표현하기 위해 I(나)와 U(너)가 서울을 사이에 두고 연결된다는 의미를 중점(가운데 점)으로 표현, 나와 당신이 이어지며, 함께 공존하는 서울을 뜻하며, 사람과 사람 사이에 서울이 있음을 의미

(2) SEOUL 옆의 두 점은 열정(붉은 점)과 여유(푸른 점)를 상징하며 열정과 여유가 공존함을 담아냄, ‘SEOUL’의 영문 ‘O’을 옛 한글의 ‘이응’으로 대체하여 동양과 서양의 공존을 표현

3. 색상



4. 연혁

구 분	선정 연도
	2002.
	2006.
	2008.

- 조례안 제5조(상징물의 관리 등)에서 서울브랜드위원회 설치 근거규정을 신설함.

현 행	개 정 안
<p>제5조(상징물의 관리 등) ①시장은 상징물이 제정 또는 개정 목적에 적합하게 사용되고, 그 품위가 유지될 수 있도록 관리하여야 한다.</p> <p>② 제3조제1호부터 제3호까지의 상징물을 사용하는 때에는 「서울특별시 상징물 표준화 규정집」 및 「서울상징 해치브랜드 디자인가이드」에 따라 사용하여야 한다.</p> <p style="text-align: right;"><신 설></p>	<p>제5조(상징물의 관리 등) ①~② (현행과 같음)</p> <p>③ 제3조제2호에서 정하는 브랜드의 효율적 관리를 위하여 서울브랜드위원회(이하 "위원회"라 한다)를 둘 수 있으며, 위원회는 다음과 같은 사항에 대한 자문 및 조정을 수행한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 브랜드와 관련한 정책연구 및 기본계획의 수립·이행 2. 상징물 체계 및 각종 브랜드 관리에 관한 사항 3. 효율적인 브랜드 관련 시책 추진을 위한 의견수렴 및 시민참여 방안 4. 국내외 홍보 및 민·관 협력 방안

	5. 그 밖에 브랜드 정책과 관련된 사항
<신 설>	④ 위원회의 존속기한은 위원회 구성일로부터 2년으로 하되, 운영성과를 평가하여 존속기한을 연장할 수 있다. 그 밖에 위원회의 구성 및 운영 등에 관한 세부적인 사항은 규칙으로 정한다.

이는 도시브랜드 정책에 대한 전문적인 자문과 피드백 및 연구 기능을 수행하기 위함이나,

기존의 브랜드추진위원회 운영을 종료하고 새롭게 구성하고자 하는 서울브랜드위원회가 서울브랜드가 선포된 이후에 브랜드와 관련한 정책연구 및 기본계획의 수립·이행, 상징물 체계 및 각종 브랜드 관리에 관한 사항, 효율적인 브랜드 관련 시책 추진을 위한 의견수렴 및 시민참여 방안, 국내·외 홍보 및 민·관 협력 방안 모색 등을 수행하고자 한다고 하나,

현재 서울시에 활동 실적이 미미한 많은 위원회가 구성되어 있어 조례상의 새로운 위원회 구성 시 신중히 검토할 필요가 있음.

※ 2015년 12월 기준 서울시에 152개의 위원회가 구성되어 있음.

‘서울시 위원회 설치·운영 지침(2016.2)’에 따르면 위원회 설치 전 일정기간(1년정도)동안 T/F(Task Force)형 자문단으로 구성·운영 후 운영성과 등을 평가하여 필요시 위원회를 설치하도록 하고 있는 바 서울 브랜드위원회가 자문 및 조정 역할을 주로 수행할 예정이므로 먼저 자문단을 구성하여 운영하는 것이 바람직할 것으로 판단됨.

동 조례안 비용추계에 따르면 위원회 인원이 28명으로 구성되어 있는 바, 원활한 위원회 운영을 위한 위원회 구성인원이 학술적으로 최적의 규모는 5~6명이며 15명 이상은 적절한 기능을 발휘하기 어렵다는 동 지침의 내용을 반영하여 향후 위원회 구성에 관한 규칙을 정함에 있어서도 각별한 주의가 요구될 것으로 판단됨.

참고로 타 시·도의 경우 ‘상징물’ 관련 조례에 위원회 설치 근거규정을 두는 곳은 부산, 대구, 광주, 경기, 강원, 충북임.

<타 시도 상징물 관련 조례>

시도	조례명	조례상 위원회 설치 규정	비 고
부산광역시	부산광역시 도시브랜드 가치 제고에 관한 조례	○ (제7조)	
대구광역시	대구광역시 도시브랜드 가치 제고에 관한 조례	○ (제11조)	
인천광역시	인천광역시 상징물관리 조례	-	
광주광역시	광주광역시 상징물관리 조례	○ (제10조)	
울산광역시	울산광역시 상징물 관리 조례	-	
대전광역시	대전광역시 상징물 관리 조례	-	
경기도	경기도 상징물 관리 조례	○ (제11조)	
강원도	강원도 상징물 조례	○ (제11조)	
충청북도	충청북도 상징물관리 조례	○ (제10조)	
충청남도	충청남도도기등에관한조례	-	
경상북도	경상북도기조례	-	
경상남도	경상남도 도기 등에 관한 조례	-	
전라북도	전라북도 도기 등에 관한 조례	-	폐지 및 상징물 관리 조례 제정 추진 중
전라남도	전라남도 상징물 관리 조례	-	
제주특별자치도	제주특별자치도 이미지상징물 관리 및 운영에 관한 조례	-	
세종특별자치시	세종특별자치시 상징물 제정 및 관리 조례	-	

- 조례안 제6조(상징물 관련 사업 등)에서 상징물을 활용한 사업을 민간에 위탁할 수 있도록 하고 시민참여단 운영을 통해 브랜드를 확산하고자 하는 바,

현 행	개 정 안
제6조(상징물 관련 사업 등) ① 시장 은 상징물을 활용하여 다음 각 호 의 사업을 시행할 수 있다. 1. 응용상품의 개발 또는 제작 2. 주요사업이나 행사 등에의 활용 3. 상징물을 활용한 수익사업 4. 그 밖에 시장이 필요하다고 인정하는 사업 ②시장은 필요한 경우 제1항의 관 련 사업을 민간에 위탁할 수 있 다.	제6조(상징물 관련 사업 등) ① (현행과 같음) ② ----- ----- 위탁할 수 있으며, 민간과 업무협약 등을 통해 협력하거나 시민참 여단을 구성할 수 있다.
<신 설>	③ 제2항의 시민참여단 운영에 관한 세 부적인 사항은 규칙으로 정한다.

사회적 기업·스타트업 기업 등 민간기업과 협력을 통해 서울브랜드 활용 사업의 활성화가 예상되며, 민관거버너스 근거규정이 될 것으로 판단됨.

다만, 서울브랜드 알리기, 서울의 매력 발굴·홍보 등의 활동을 하는 시민참여단이 제6조(상징물 관련 사업 등)에 신설될 경우 상징물을 활용한 사업 관련에 한정하여 시민참여단이 구성되는 것으로 보이므로 다음과 같이 수정할 필요가 있음.

현행	개정안	수정안
<p>제6조(상징물 관련 사업 등)</p> <p>① 시장은 상징물을 활용하여 다음 각 호의 사업을 시행할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 응용상품의 개발 또는 제작 2. 주요사업이나 행사 등에의 활용 3. 상징물을 활용한 수익 사업 4. 그 밖에 시장이 필요하다고 인정하는 사업 <p>② 시장은 필요한 경우 제1항의 관련 사업을 민간에 위탁할 수 있다.</p> <p style="text-align: right;"><신설></p>	<p>제6조(상징물 관련 사업 등)</p> <p>① (현행과 같음)</p> <p>② ----- ----- --- 위탁할 수 있으며, 민간과 업무협약 등을 통해 협력하거나 시민참여단을 구성할 수 있다.</p> <p>③ 제2항의 시민참여단 운영에 관한 세부적인 사항은 규칙으로 정한다.</p>	<p>수정안</p> <p>② ----- ----- -- 위탁할 수 있으며, 민간과 업무협약 등을 통해 협력할 수 있다.</p> <p>제6조의2(시민참여단) 제3조제2호에서 정하는 브랜드의 효율적 운영을 위해 시민참여단을 구성할 수 있으며, 시민참여단 운영에 관한 세부적인 사항은 규칙으로 정한다.</p>

- 조례안 제7조(상징물의 사용승인)에서 제3자가 서울브랜드 사용을 원할 경우 사전 승인을 요구하였으나 일정 기준을 준수할 경우 사전승인 없이 자유로이 사용할 수 있도록 신설함.

현 행	개 정 안
<p>제7조(상징물의 사용승인) ① 상징물을 활용하여 물품 등을 제작하거나, 행사 등에 이용하고자 하는 자(이하 "사용자"라 한다)는 별지 제1호서식의 상징물사용 승인 신청서를 시장에게 제출하고 그 승인을 받아야 한다.</p> <p>② 사용자가 제1항에 따른 사용 승인을 변경하고자 하는 때에는 변경예정일 30일 전까지 별지 제2호서식의 상징물 사용 변경 신청서를 시장에게 제출하고 그 승인을 받아야 한다.</p> <p>③ 상징물의 사용 승인을 받은 자는 제5조 제2항에 따라 상징물을 사용하여야 하며, 사용목적이나 사용조건에 위배되는 때에는 시장이 사용 승인을 취소할 수 있다.</p> <p style="text-align: right;"><u><신 설></u></p>	<p>제7조(상징물의 사용승인) ① ~ ③ (현행과 같음)</p> <p>④ 제1항에서 제3항까지에도 불구하고, 제3조제2호에서 정하는 상징물의 사용은 사회적 통념을 준수하고 품위를 유지하는 범위 내에서 누구나 자유롭게 사용 가능하며 그 자세한 사용기준은 시장이 정한다.</p>

「공유재산 및 물품관리법」 제4조(공유재산의 범위)에서 저작권·특허권·디자인권·상표권·실용신안권과 그 밖에 이에 준하는 권리를 공유재산으로 정하고 있고, 상징물은 지방자치단체의 공유재산의



범위에 포함되어 사용승인을 받도록 하고 있으나,

브랜드 개발 초기 ‘시민이 만들고 시민이 선정한 시민브랜드’로 추진한 것과 같이 사용에 있어서도 오픈소스 방식 활용을 통해 대부분, 성매매업, 성형업 등을 제외한 사회 통념상 허용되는 범위에서 자유롭게 사용할 수 있도록 하고자 하는 것임.

- 부칙 안제2조(소급효)에서 상징물을 추가 변경하는 경우 그 효력은 최초 선포시점으로 소급하도록 정함.

서울시 상징물을 교체할 경우 「서울특별시 상징물 조례」를 개정해야 하지만 통상 조례 개정을 위해서 90일이 소요되어 실질적 상징물 교체와 조례 개정 일정 사이에 법적 공백 상태가 발생함. 이에 실질적으로 새로운 상징물을 결정해도 조례가 개정되기 전까지 서울시의 상징물로서 법적인 지위를 부여 받지 못하는 문제점이 발생하여 이를 보완하기 위해 상징물을 추가 변경시 법적 효력이 선포 시점으로 소급할 수 있도록 부칙을 마련함.

< 상징물 추가 변경에 따른 조례 개정 시점 >

구 분	선정·선포 시점	조례 개정 시점	비 고
 서울특별시	1996.10.28.	1998.3.10.(제정)	
	2002.10.27.	2003.7.15	약 9개월 소요
	2006.11.27.	2009.7.30	약 31개월 소요
 HAECHI SEOUL	2008.05.13.	2009.7.30	약 15개월 소요
I·SEOUL·U	2015.10.28	2016.3월 예정	

현 행	개 정 안
<신 설>	부칙 제2조(소급효) 제4조에 따라 상징물을 추가 변경하는 경우 그 효력은 최초 선포 시점으로 소급한다.

※ 제4조(상징물의 변경 등) 서울특별시장(이하 “시장이라 한다)은 상징물을 추가하거나 변경하고자 하는 때에는 공청회 등 여론수렴 절차를 거쳐야 한다.

본 부칙의 경우 형벌이나 재산권 또는 참정권의 제한 등 침해적인 성격의 소급입법이 아니며, 소급효를 요구하는 공익상의 사유와 신뢰 보호의 요청 간에 신중한 비교형량을 하여 보건대 향후 브랜드가 변경될 경우 법적 공백으로 인한 홍보활동의 지체가 발생하지 않도록 소급효를 적용할 수 있을 것으로 판단됨.

원칙적으로 자치법규의 제·개정시 법적안정성의 측면에서 구법(舊法) 상태의 존속을 신뢰한 국민에 대한 보호의 문제로서 소급(遡及)입법을 금지하고 있으나,

소급입법금지 는 자치법규의 효력발생 전에 종결한 요건사실에 대하여는 해당 자치법규를 적용할 수 없다는 취지일뿐 계속된 사실이나 그 이후에 발생한 요건사실에 대한 새로운 자치법규의 적용은 무방함.1)

또한 본 부칙의 경우처럼 개정 조례 시행 당시 종결되지 않고 진행 중인 법률관계나 사실관계에 대해서는 소위 부진정소급입법으로서 개정조례를 적용하는 것이 허용될 수 있다는 법리가 판례 등에 확립되어 있음.

1) 대법원 1990.2.27. 선고 89누3357 판결에서 개정법령이 시행된 1982.1.1. 이후 과세 요건 사실인 토지의 양도가 있었다면 위 법조를 적용한다 하여 조세법령불소급의 원칙에 반한다고 할 수 없다고 판시한 바 있음.

진정소급효는 원칙적으로 허용되지 않지만 국민이 소급입법을 예상할 수 있었거나 법적 상태가 불확실하거나 혼란스러워 보호할만한 신뢰이익이 적은 경우, 소급에 따른 당사자의 손실이 없거나 아주 경미한 경우, 신뢰보호의 요청에 우선하는 심히 중대한 공익상의 사유가 소급입법을 정당화하는 경우 등 특단의 사정이 있는 경우에는 예외적으로 허용된다. 반면에 부진정소급효는 원칙적으로 허용되나 단지 소급효를 요구하는 공익상의 사유와 신뢰보호의 요청 사이의 교량과정에서 신뢰보호의 관점이 입법자의 형성권에 제한을 가할뿐이다. <<헌법재판소 1996. 2. 16. 96헌가2 등>>

다만 부칙 규정시 조 제목으로 ‘소급효’가 아닌 ‘경과조치’이라 하는 것이 일반적이므로 수정이 필요할 것으로 사료됨.

수 정 안
부칙 제2조(경과조치) 제4조에 따라 상징물을 추가하거나 변경하는 경우 그 효력은 최초 선포 시점으로 소급한다.

- 또한 서울특별시와 서울산업진흥원이 서울시 소재 우수 중소기업의 경쟁력 강화 및 국내외 판로개척 지원을 위한 『Hi Seoul 브랜드기업』 지정 사업을 10년이상 지속하고 있었으나, 브랜드 명칭 변경 과정 중 브랜드 변경으로 인해 기존 하이서울 브랜드 기업의 신뢰감이 무너져 손실이 발생할 것을 우려한 바 있음.

그러나 서울시와 『Hi Seoul 브랜드기업』 간 의견조율 시 기존의 Hi Seoul 브랜드기업의 대다수 의견이 수출시 해외에서 이미 Hi Seoul이라는 브랜드로 인지도가 형성되어 있고, 서울시의 상징물로써 Hi Seoul 이상의 독자적인 가치를 지닌 효과를 내고 있으며 조례상 근거가 반드시 필요한 사안이 아니므로 계속해서 『Hi Seoul 브랜드기업』 을 사용하기로 함.2)

〈붙임1〉 법률자문의견서

- 2) 브랜드선포식(2015.10.28.)이후에도 “하이서울브랜드기업 지정서 수여식”(2016.2.2.)을 한 바 있음.

〈붙임1〉 법률자문의견서

자 문 의 견 서

수 신 : 문화체육관광위원회
발 신 :
참 조 : 입법담당관
시 행 : 2016. 3. 4.
제 목 : 법률자문에 대한 회신

1. 서울특별시의회의 발전을 기원합니다.
2. 법률자문의 기회를 주신 것에 감사드리며, 다음과 같이 의견을 드리니 업무에 참조해 주시기 바랍니다.

첨부 : 검토의견 (표지포함 총 4 쪽)

1. 질의사항

서울시 상징물을 교체할 경우 「서울특별시 상징물 조례」를 개정해야 하지만 통상 조례 개정을 위해서 90일이 소요되어 실질적 상징물 교체와 조례 개정 일정사이에 법적 공백 상태가 발생하는데, 이를 보완하기 위해 상징물을 추가 변경 시 법적 효력이 선포 시점으로 소급할 수 있도록 부칙을 마련하고자 하는 바, 위와 같은 부칙이 공법상 일반원칙인 ‘소급입법 금지원칙’에 반하는지 여부에 관하여 질의하셨습니다.

2. 검토의견

일부개정조례안 부칙의 소급효는 소급입법 금지원칙에 반하지 않는 것으로 판단됩니다.

다만 소급입법 문제의 경우 통상 개인의 신뢰, 사익 침해 등의 문제가 발생해야 하는데 본 사안의 경우 특별하게 위 문제가 발생하지는 않는 것으로 보아 조례안에 대한 추인 효력 측면에서도 살펴볼 수 있을 것 같습니다.

3. 이 유

가. 부진정 소급입법과 관련하여 헌법재판소는 부진정소급입법은 원칙적으로 허

용하나 법적 안정성 및 신뢰의 보호를 위해 일정한 사안에 한해 불허하고 있습니다. 즉 부진정소급입법의 경우 특단의 사정이 없는 한 구법관계 내지 구법상의 기대이익을 존중하여야 할 의무가 발생하지 않으므로 헌법상 금지되지는 않으나, 법치국가원리에서 도출되는 신뢰보호원칙의 요청을 위반한 점은 없는 지 검토해야 하는 것입니다.

조례의 경우에도 과거에 완결된 사실관계에 대한 소급인 진정소급은 법률과 마찬가지로 금지되고 완결되지 않은 사실관계에 대한 부진적 소급은 신뢰보호원칙의 제한을 기초로 원칙적으로 허용됩니다.

나. 통상적으로 부진정소급입법이 신뢰보호원칙에 위배되는 경우는 ① 헌법상 보호가치 있는 신뢰이익이 침해되어야 하고, ② 신뢰이익의 상실로 인한 손해와 법률개정을 통해 달성하고자 하는 공익을 비교 형량하여 공익이 사익보다 커야 하며, ③ 공익이 사익보다 큰 경우에도 사익이 최소한으로 침해되도록 경과 규정을 둘 수 있는 경우에도 두지 않은 경우 등입니다.¹⁾

다. 본건 자문의 경우 신뢰이익 침해 여부를 살펴보면, 본건 조례일부개정령으로 인해 침해받는 신뢰이익이 존재하지 않거나, 존재하는 경우에도 그 침해가 극히 미미할 것으로 보이는바, 신뢰이익 침해 문제는 발생하지 않을 것으로 보입니다. 입법의 부작위 또한 문제되지 않는 것으로 보이는바, 입법의 공백이 생긴 부분에 대해 입법자는 언제든지 입법을 할 수 있으며 국민은 부작위에 대해

1) 헌법재판소 1995. 6. 29. 결정 94헌바39 참조

이러한 부작위 상태가 지속되어야 한다는 주장을 할 수 없습니다. 따라서 이러한 입법 부작위에 대한 신뢰이익도 발생하지 않습니다.

라. 개정으로 인해 달성하고자 하는 공익과 이로 인해 침해되는 사익을 비교형량하는 경우에도 일부개정으로 인해 침해되는 사익이 없거나 극히 미미하다는 점에서 비교형량의 문제는 발생하지 않을 것으로 보이며, 경과규정을 두지 않는 경우에도 공익실현이 긴급하고 개인이 입는 불이익이 크지 않다는 점에서 신뢰보호원칙에 위반된다고 보기는 어렵습니다.

마. 다만 앞서 말씀드린 바와 같이 소급입법은 입법으로 인해 법적 효과의 변동이 생기는 경우는 의미하고 통상적으로 개인의 신뢰, 사익 등과 연관되어 문제가 되는바, 본 사안의 경우 개인의 신뢰/사익이 없거나 극히 미미하여 소급입법 자체의 문제로 보지 않을 수도 있습니다. 이 경우 추인의 법리가 적용된다면, 무효에 대한 추인까지 가능하다는 점에서(물론 효력 발생시점은 별론으로 합니다) 조례일부개정은 가능한 것으로 판단됩니다.

2016. 3. 2.

발신:

수신:서울시의회

참조:

제목:입법 · 법률고문 자문의뢰서에 대한 회신

1. 귀 의회의 무궁한 발전을 기원합니다.
2. 귀 의회로부터 의뢰받은 자문의뢰에 대하여 아래와 같이 의견을 송부하오니 업무에 참조하여 주시면 감사하겠습니다.

아 래

1. 자문배경

서울시 상징물을 교체할 경우 [서울특별시 상징물 조례]를 개정해야 하지만 통상 조례 개정을 위해서 90일이 소요되어 실질적 상징물 교체와 조례 개정 일정사이에 법적 공백 상태가 발생함. 이를 보완하기 위해 상징물을 추가 변경시 법적 효력이 선포 시점으로 소급할 수 있도록 부칙을 마련하고자 하는 바, 공법상 일반원칙인 '소급입법 금지원칙'에 반하는지 법률자문을 의뢰함.

2. 자문요지

- 동 일부개정조례안 부칙에서 “상징물을 추가 변경하는 경우 그 효력은 최초 선포 시점으로 소급한다”라는 규정을 신설하는 것이 공법상 일반원칙인 ‘소급입법 금지원칙’에 반하는지?

3. 자문회신

서울특별시 상징물 조례 일부개정조례안 부칙에서 “상징물을 추가 변경하는 경우 그 효력은 최초 선포 시점으로 소급한다”라는 규정은 공법상 일반원칙인 “소급입법 금지원칙”에 반하지 않는다 할 것

입니다. 부진정소급입법에 해당하므로 원칙적으로 소급입법이 허용
되며 형벌이나 재산권 및 참정권 제한 등 침해적인 성격의 소급입
법이 아니므로 소급입법 금지원칙에 해당하지 않는다 할 것입니다.

2016. 3. 4.