



탄산세는 시장에 대한 불필요한 개입일 뿐만 아니라, 제대로 작동하지 않는다. 탄산음료들의 가격이 오르면, 소비자들은 그들의 단 음식에 대한 욕구충족을 위해 초콜릿과 같은 다른 단 음식들을 선택하고, 그러한 음식들에는 탄산세가 붙지 않기 때문이다. 이러한 대체제로 인해 탄산세의 존재의미는 더 낮아진다. 사실, 탄산음료와 단 음식의 대체제 관계에 대한 학술적 논의들은, 탄산세가 건강한 선택에 기여하는 바가 매우 낮다는 것을 입증했다. 미국 농림경제 관련 학술논문에 따르면, 약 30g당 15원을 부과하는 탄산세가 사람들의 몸무게 경감에 기여하는 바는, 발의한 첫해에 인당 약 0.45kg, 10년간 탄산세를 유지했을 때 인당 약 0.68kg을 경감하는게 전부라는 것이다.

또한 사람들은 지역에 부과되는 탄산세를 어떻게 회피할지 빠르게 파악한다. 필라델피아에 탄산세가 부과되자, 즉각적으로 필라델피아 시 경계에 위치한 매장들의 지도가 SNS에서 공유되었다. 시애틀에서는, 코스트코가 탄산세가 적용되고 난 후의 탄산음료의 가격들을 공시하며 탄산세 과세 지역을 벗어나 있는 2개의 다른 코스트코 매장을 추천했다. 이처럼 탄산세가 탄산음료의 판매를 줄이는 것처럼 보여도, 구매는 결국 또 다른 곳에서 증가하게 된다. 버클리 지역의 탄산세에 관한 연구에서도, 비록 버클리 지역의 탄산음료 판매는 떨어졌으나, 인접한 도시들에서 탄산음료 판매가 증가했다는 것이 확인되었다.

판매하는 곳이 있는 한, 소비자들은 그 장소를 찾아낼 것이다. 비록 그 곳이 다른 도시라 할지라도 말이다. 탄산세가 소비자들로 하여금 도시 바깥에서 쇼핑을 하도록 유도할 때, 지역 유통업자나 상점들은 소비자를 잃어 직원들을 해고해야 했다.

캘리포니아는 미국 전체에서 가장 높은 탄산세를 부과한다. 주 정부가 '식후 마시는 한 캔의 탄산음료'와 같은 작은 행복에서까지도 과세를 시도하는 것은, 오히려 지역 저소득 임금자들에게 더 큰 부담을 지울 뿐이다. 탄산세는 비만의 급속한 확산을 막을 효과적인 대안이 될 수 없다. 탄산음료를 사는 것에 대해 징벌적 과세를 부과하는 것은 소비자들과 지역업체들의 허리보다 그들의 지갑을 더 얇게 만들 뿐이다.

증가하는 탄산음료의 판매는 소비자들이 그들 스스로를 잘 안다는 것을 시사한다. 그들은 과세자들이 생각하는 것보다 스스로들의 건강에 대해 잘 알고 있다. 캘리포니아 주 정부가 추가적 탄산세 도입을 유예함으로써, 캘리포니아는 다시금 올바른 길로 나아가고 있다.

번역: 이재기

출처: <http://www.independent.org/news/article.asp?id=10475>